

GIİBF DERGİSİ

Cilt: 15 Sayı: 3 Yıl: 2013

ISSN: 2148-1792

ISSN: 1302-2024

T.C. GAZİ ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

SAHİBİ

Prof. Dr. Süleyman BÜYÜKBERBER
Gazi Üniversitesi Rektörü

SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Prof. Dr. M.Mithat ÜNER İİBF Dekanı

YAYIN KURULU

Prof.Dr.Cem KILIÇ
Prof.Dr.Aydin ÜNSAL
Prof. Dr.Hakan TAŞDEMİR
Prof. Dr.Necat ÇOŞKUN
Prof.Dr.Şükri KIZILOL
Prof.Dr.Kürşat YALÇINER
Doç.Dr.Şenol DURGUN

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Nezir KÖSE
Doç. Dr. Mehmet BAŞ

EDİTÖR YARDIMCILARI

Doç.Dr.Bülent BAYAT
Doç.Dr.Özge AYNAGÖZ ÇAKMAK
Doç. Dr. Nükhet DOĞAN
Doç.Dr.Alptekin SÖKMEN
Doç.Dr.Soyalp TAMÇELİK
Doç.Dr.Güler SAĞLAM ARI
Doç.Dr.Seyhan KOÇYIT ÇİL
Yrd.Doç.Dr.Seçil Mine TÜRK
Yrd.Doç.Dr.Ismail ENGIN
Yrd. Doç. Dr. Atilla GÖKÇE
Uzm. Aziz YILDIZ

YAYIN ALT KURULU

Araş. Gör. Burcu ZENGİN
Araş. Gör. Serhat Celal BIRDAL
Araş. Gör. Melike Rana DAYIOĞLU
Araş. Gör. Kübra FIDAN
Araş. Gör. Alp Gökhan İNCL
Araş. Gör. Sertaç DEMİRCİ
Araş.Gör. Metin ÇELİK
Araş.Gör. Ş. Anıl TOYGAR
Araş.Gör. Ayşegül E. SERTOĞLU

İDARE MERKEZİ YAZIŞMA -HABERLEŞME

Münire DEMİRTAŞ
Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi
06500 Beşevler/Ankara
Tel: (0312)216 10 43
E-Posta : iibfdergi@gazi.edu.tr

DANIŞMA KURULU

Prof.Dr.Ahmet ŞAHİNÖZ (Hacettepe Üniversitesi)
Prof.Dr.Celal KÜÇÜKER (Pamukkale Üniversitesi)
Prof.Dr.E.Abdülgaffar AĞAOĞLU (Yeditepe Üniversitesi)
Prof.Dr.Ercan UYGUR (Ankara Üniversitesi)
Prof.Dr.Erinç YELDAN (Bilkent Üniversitesi)
Prof.Dr.Halil İbrahim ÜLKER (Atılım Üniversitesi)
Prof.Dr.Haluk GÜNUĞUR (Başkent Üniversitesi)
Prof.Dr.Hüseyin BAĞCI (ODTÜ)
Prof.Dr.İsmail BULMUŞ (İzmir Ekonomi Üniversitesi)
Prof.Dr.John CONLEY (California State University, San Bernardino)
Prof.Dr.Kürşat AYDOĞAN (Bilkent Üniversitesi)
Prof.Dr.Nuri TORTOP (Başkent Üniversitesi)
Prof.Dr.Orhan ŞENER (Kadir Has Üniversitesi)
Prof.Dr.Osman AYDOĞUŞ (Ege Üniversitesi)
Prof.Dr.Özdemir AKMUT (Çankaya Üniversitesi)
Prof.Dr.Öznur YÜKSEL (Çankaya Üniversitesi)
Prof.Dr.Ralph H. SALMI (California State University, San Bernardino)
Prof.Dr.Selami SARGUT (Başkent Üniversitesi)
Prof.Dr.Sibel TURAN (Trakya Üniversitesi)
Prof.Dr.Taner BERKSOY (İstanbul Bilgi Üniversitesi)

TASARIM, DİZGİ

Aziz YILDIZ

Yayın Türü: Yerel Süreli

Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi

Hakemli bir dergidir.

**Dergimiz TÜBİTAK-ULAKBİM (SBVT), EBSCO ve ASOS İndex
tarafından taranmaktadır.**

ISSN 1302-2024

ISSN 2148-1792(Elektronik)

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ISSN 1302-2024
ISSN 2148-1792 (Elektronik)

iibfdergisi.gazi.edu.tr
Cilt: 15 Sayı: 3

İÇİNDEKİLER

Ağızdan Ağıza Pazarlama ve Tüketicilerin Ağızdan Ağıza Pazarlamayı Kullanımları Üzerine Bir Araştırma Pelin ÇAYLAK, Metehan TOLON	1-30
Kurumsal Yönetişim Uygulamalarının Firma Performansı Üzerine Etkisi: Bist İkinci Ulusal Pazarında Bir Uygulama Doç. Dr. Selçuk KENDİRLİ, Öğr. Gör. Fatih KONAK, Öğr. Gör. Hakan TURAN	31-46
Cinsiyete Dayalı Refah Sınıflandırmaları Temelinde İş ve Aile Yaşamının Uyumlaştırılması Sorunu Mehmet Merve ÖZAYDIN	47-72
İşletme Sermayesi İhtiyacını Etkileyen İşletme İçi Faktörlerin Analizi: Prais-Winsten Regresyon Uygulaması Emine Ebru AKSOY	73-86
Sosyal Sermayenin Bireylerin İstihdamı Üzerindeki Etkisi Hanehalkı Reisleri Üzerine Bir Araştırma Halim TATLI	87-114
John Stuart Mill'de İfade Özgürlüğü Yılmaz BAYRAM	115-128
Elektronik Ödeme Sistemlerinin Olası Etkileri Üzerine Bir İnceleme Burcu ZENGİN, Aybegüm GÜNGÖRDÜ	129-150
Türkiye'de Çevre Eğitiminde Kamu Örgütleri, Sivil Toplum Örgütleri ve Medyanın Rolü Sinan GÜRCÜOĞLU	151-170

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ISSN 1302-2024
ISSN 2148-1792 (Elektronik)

iibfdergisi.gazi.edu.tr
Volume: 15 No: 3

CONTENTS

Word Of Mouth Marketing And A Research About Customers' Usage Of Word Of Mouth Marketing Pelin ÇAYLAK, Metehan TOLON	1-30
The Effect Of Corporate Governance Applications On Company Performance: Empirical Evidence From Bist Second National Market Doç. Dr. Selçuk KENDİRLİ, Öğr. Gör. Fatih KONAK, Öğr. Gör. Hakan TURAN	31-46
<i>Harmonization Of Work And Family Life Issue On The Basis Ofgender Based Classifications Of Welfare</i> Mehmet Merve ÖZAYDIN	47-72
<i>The Analyse Of The Firm Specific Factors Affecting Working Capital: Prais-Winsten Regression Application</i> Emine Ebru AKSOY	73-86
The Influence Of Social Capital On The Employment Of Individual: A Survey On Household Heads Halim TATLI	87-114
<i>On John Stuart Mill's Freedom Of Expression</i> Yılmaz BAYRAM	115-128
A Review On Possible Effects Of Electronic Payment Systems Burcu ZENGİN, Aybegüm GÜNGÖRDÜ	129-150
The Role Of Public Organizations, Civil Society Organization And Media On Environmental Education In Turkey Sinan GÜRCÜOĞLU	151-170

AĞIZDAN AĞZA PAZARLAMA VE TÜKETİCİLERİN AĞIZDAN AĞZA PAZARLAMAYI KULLANIMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Pelin ÇAYLAK *

Metehan TOLON**

Öz:

Günümüz yoğun rekabet ortamında, tüketiciler birçok pazarlama faaliyetine maruz kalmakta, bu aşamada ağızdan ağza iletişim yoluyla yayılan bilgi ve görüşler tüketicilerin karar verme süreçlerinde daha hızlı ve etkili olabilmektedir. Ağızdan ağza iletişimin, tüketicilerin satın alma sürecinde etkileyici bir güç olması, işletmelerinde geleneksel pazarlama yöntemlerinden daha az maliyetli ve etkili bir yöntem olan ağızdan ağza pazarlamaya yönelmelerine neden olmuştur.

Araştırma kapsamında Ankara'da yaşayan 414 gönüllü tüketiciye 13 sorudan oluşan bir anket uygulanmış, elde edilen veriler SPSS v15.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan araştırma ile tüketiciler arasında gerçekleşen ağızdan ağza iletişim davranışları ve satın alma sürecindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmada, tüketicilerin satın alma sürecinde gerek bilgi paylaşımı gerekse tavsiye alma, vermede bu iletişimin etkili bir araç olduğu sonucuna ulaşılmış ayrıca işletmelere bu iletişimi pazarlama faaliyeti olarak kullanmaları yönünde öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ağızdan Ağza İletişim, Ağızdan Ağza İletişim Davranışları, Ağızdan Ağza Pazarlama.

* Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD, Pazarlama Yüksek Lisans Programı, pelincaylak@gmail.com

**Doç.Dr. Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, metehan@gazi.edu.tr

WORD OF MOUTH MARKETING AND A RESEARCH ABOUT CUSTOMERS' USAGE OF WORD OF MOUTH MARKETING

Abstract:

In today's highly competitive environment, consumers are exposed to many marketing activities, at this stage spread through word of mouth communication of information and opinions in consumers' decision-making process may be faster and more efficient. Word of mouth communication, consumer purchasing power is impressive in the process, businesses, and less costly than traditional marketing methods, which is an effective word of mouth marketing have started to.

Within this research, a questionnaire consisting of 13 questions to consumers living in Ankara, applied 414 volunteers, the obtained data were analyzed using SPSS v15.0 software package. The research took place between consumers in the process of buying behavior and investigates the effect of word of mouth communication and in the process of buying as well as sharing information, getting advice, recommend is an effective means of communication has been concluded, as well as advice to businesses to use this communication has been developed as a marketing activity.

Keywords: Word of Mouth, Word of Mouth Behaviors, Word of Mouth Marketing.

GİRİŞ

Günümüz yoğun rekabet ortamında, tüketiciler birçok pazarlama faaliyetine maruz kalmakta, bu aşamada ağızdan ağza pazarlama yoluyla yayılan bilgi ve görüşler tüketicilerin karar verme süreçlerinde daha hızlı ve etkili olabilmektedir. İşletmeler açısından da geleneksel pazarlama faaliyetlerinden daha az maliyetli ve daha çok etkili olan bu yeni yöntem, önemi gittikçe kavranan ve kullanılan bir araç haline gelmiştir.

Ayrıca üretilen ve satılan ürün sayısının ve çeşitliliğinin artmasıyla birlikte tüketiciler satın alma karar süreçlerinde belirsizlikle karşı karşıya kalmışlardır. Bununla birlikte artan pazarlama mesajları bilgi karmaşası yaratmış, tüketiciler ihtiyaç duyduğu bilgileri yakın çevresinden ve işletme kaynaklı olmayan kaynaklardan elde etmeye başlamışlardır.

Tüketiciler arasında işletme, ürün ve marka hakkında olumlu ya da olumsuz fikirlerin, bilgilerin paylaşılması olarak adlandırılan ağızdan ağza iletişim bu noktada satın alma karar sürecinde etkileyici bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle satın aldıkları üründen memnun kalan ya da kalmayan kişilerin görüşleri, tüketicileri yönlendirmede daha güvenilir ve daha sık başvurulan kaynak haline gelmiştir.

İşletmeler ise tutundurma faaliyetlerini, rekabet arttıkça yoğunlaştırmış ve alternatif yöntemler aramaya başlamışlardır. Bu yöntemlerden birisi de ağızdan ağza iletişim sürecinde tavsiye veren, diğer tüketicileri verdikleri bilgilerle etkileyen kişileri tanımlayıp, iletişimi yönlendirme anlamında uygulanan pazarlama faaliyetleridir. Bu faaliyetler, iletişimi başlatmak, devam ettirmek ve izlemek için uygulanan adımları içermektedir.

Bu çalışmanın amacı, tüketicilerin yaşadıkları tatmin ve memnuniyetsizlik sonucunda hangi davranışlar gösterdiklerini, tavsiye verme davranışlarının nedenlerini ve etkilenilen bilgi kaynaklarının neler olduğunu ortaya koymaktır. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ağızdan ağza iletişim ve ağızdan ağza pazarlama kavramları açıklanmıştır. Son bölümde ise çalışmada uygulanan yöntemle birlikte elde edilen bulgular tartışılmış ve işletmelere öneriler geliştirilmiştir.

D) AĞIZDAN AĞZA İLETİŞİMİN TANIMI

Arndt, ağızdan ağza iletişimin tüketici davranışı üzerindeki etkisini araştıran en eski araştırmacılardan biridir ve ağızdan ağza iletişimi “bir ürün, marka veya hizmet hakkında, bir alıcı ve bir verici arasında gerçekleşen, ticari olmayan, yüz yüze olan iletişim şekli” olarak tanımlamıştır (Arndt, 1967:291).

Leonard-Bartan, ağızdan ağza iletişimi, “tüketici karar alma sürecinde önemli bir rol oynayan kişilerarası etkileşimin bir süreci” olarak tanımlamıştır (Leonard, 1985:914-926). Harrison Walker ise, “ticari amaç gütmeyen iletişimci ile alıcı arasındaki bir ürün, marka, hizmet ya da organizasyon hakkındaki biçimsel olmayan, insandan insana iletişim” olarak tanımlamıştır. (Walker, 2001:60-75).

Ağızdan ağza iletişim, pazarlama iletişiminin en eski biçimlerinden biridir. Bu iletişim şekli, kaynak güvenilirliği açısından önemlidir çünkü insanlar güvenilir birisinin fikrine daha çok inanıyorlar ve özellikle iletişimi başlatan, sağlayan kişi güvenilir ve tanıdık bir kişi olduğunda en güçlü kanallardan biri olmaktadır (Khraim,2011:273).

İşletmelerin mal ve hizmetlerini satmaya yönelik, reklam, kişisel satış gibi yaptıkları pazarlama faaliyetlerinin yanı sıra kişiler arası gerçekleşen bilgi alışverişi güvenilirlik anlamında geleneksel pazarlama araçlarından daha etkili olmaktadır.

II) AĞIZDAN AĞZA İLETİŞİM ÇEŞİTLERİ

Ağızdan ağza iletişim sürecinde, bireyler arasında paylaşılan bilginin niteliği, pozitif ya da negatif olmasına göre ikiye ayrılmaktadır.

A) Pozitif Ağızdan Ağza İletişim

Pozitif ağızdan ağza iletişim, ürünlerle ilgili olarak yaşanan olumlu deneyimleri paylaşmayı, diğer kişilere önerilerde bulunmayı, hatta ikna etmeyi içermektedir (Uygun, Taner, Özbay, 2011:333).

Pozitif ağızdan ağza iletişim, işletmenin arzu ettiği tavsiye niteliğindeki haberler başkalarına aktarıldığı zaman meydana gelmektedir. Bazı insanlar mal ve hizmetler hakkında konuşmaktan, yeni aldıkları bir ürünü başkalarına tavsiye etmekten duydukları hazzı, deneyimi başkalarıyla paylaşmaktan, onları bilgilendirmekten hoşlanırlar. Bu paylaşım sonucu oluşan pozitif ağızdan ağza iletişim kişilerin satın alma kararlarını pozitif yönde etkileyebilmektedir (Yavuzyılmaz, 2008:70).

Pozitif ağızdan ağza iletişimin bir başka nedeni de tatmin olmaktır. Tatmin olan tüketiciler pozitif ağızdan ağza iletişim faaliyetinde bulunmaya daha eğilimlidirler (Naylor ve Kleiser,2000:27).

Sundaram ve diğerleri (1998:527-531)’ne göre, pozitif ağızdan ağza iletişime iten güdülerden bazıları şunlardır:

- **Alturizm:** Başkaları için karşılık beklemeden bir şeyler yapmak anlamına gelir. Bazı insanlar kullandıkları bir ürünle ilgili yaşadıkları olumlu deneyimi çevrelerindeki insanlara anlatmaktan çok zevk alırlar. Yaşadıkları tatmini onlarında yaşayarak kendileri gibi mutlu olmalarını ve iyi hissetmelerini isterler.
- **İşletmeye yardım etmek:** İşletmenin uzun dönemli ilişkileri olan müşterileri, ürünler ya da markalar hakkında işletmenin daha fazla müşteriye ulaşması için ağızdan ağza iletişimle pozitif bilgiler yayabilirler.

B) Negatif Ağızdan Ağza İletişim

Negatif ağızdan ağza iletişim, ürünlerle ilgili olarak yaşanan olumsuz deneyimleri, dedikoduları paylaşma ve şikâyet etme gibi davranışları kapsamaktadır (Uygun,Taner ve Özbay, 2011:333).

Tüketicinin mal ya da hizmet ile yaşadığı tatminsizliğe karşı göstermiş olduğu davranışlar şunlardır (Charlett, Garland, Marr, 1995:1):

- Ürünü satan işletmeye yapılan şikâyetler,
- Ürünü bir daha almamak,
- Memnuniyetsizliğe karşı boykot da dahil hiçbir tepkide bulunmamak,
- Negatif ağızdan ağza iletişim,
- Tüketici gruplarına şikâyet etmek ya da yasal bir aksiyon almak.

III) AĞIZDAN AĞZA PAZARLAMA

Ağızdan ağza pazarlama, kişiler arası gerçekleşen iletişim sürecinde aktarılan bilgi, paylaşılan deneyim, olumlu ya da olumsuz fikirlerin işletmeler tarafından çeşitli araçlar kullanılarak bilinçli bir şekilde yönetilen bir pazarlama tekniğidir. (Erişim:<http://birgo.mynet.com/niyazigumus/yazi/word-of-mouth-marketing-womm--->, 29 Nisan 2012).

Geleneksel pazarlama tekniklerinin (reklam, satış tutundurma gibi) aksine kişiler arası gerçekleşen tavsiye ya da şikâyet davranışları ile ağızdan ağza yayılma daha az maliyetli ve tüketiciler üzerindeki sonuçları bakımından daha etkili olmaktadır. Dolayısıyla, ağızdan ağza pazarlama geleneksel pazarlama araçları içerisinde gelişen ve önemi artan bir yöntem haline gelmiştir.

A) Ağızdan Ağıza Pazarlama Yöntemleri

Silverman'a göre işletmeler için ağızdan ağıza iletişimden yararlanmanın yöntemlerinden bazıları şunlardır (Silverman, 2006'dan aktaran Orfanlı:75-77):

- İşletmelerin ürünlerini tüketicilerin neden alması gerektiğini kavramaları gerekir.
- Çeşitli pazarlarda takip edilmesi gereken baskın benimseyici türlerin benimsenmesi gerekir.

İletişim sürecinde kişisel etki kaynaklarından fikir liderleri, belirli ürünler hakkında bilgiye sahip olduklarından tüketicilerin satın alma davranışları ve tercihleri üzerinde önemli etkiye sahiptirler. Bu nedenle işletmelerin fikir lideri olan insanlara ayrı önem göstermeleri ve onların üzerinde olumlu bir izlenim yaratmaları gerekmektedir (Çepni, 2011:41). Pazar kurtları ise, pek çok mal ve hizmet türünde geniş bilgiye sahip ve kendilerini pazar konusunda bilgi veren kimseler olarak algılayan kimselerdir (Odabaşı ve Barış, 2002:283).

- Tüketicilerin aralarında yayacakları asıl sözcükleri belirlemek gerekir.
- İletişim sürecinin başarılı bir şekilde yönetilmesi açısından, planlı bir şekilde ağızdan ağıza pazarlama kampanyası yaratmak ve uygulamak gerekir.

Silverman'a göre, ağızdan ağıza pazarlama kampanyası tasarlama yolları şöyledir (Silverman, 2006'dan aktaran Orfanlı:171-172):

- İşletmelerin ürünlerini insanlar arasında etkileyici güce sahip olan kişilerin eline geçmesini hediye vermek gibi ürünü denemelerini sağlayacak yollar bulmak. Buradaki amaç bu kişilere ağızdan ağıza iletişime geçmeleri için bir sebep vermektir.
- Tartışma grubu ve soru-yanıt kısmı olan bir internet sitesi kurmak. Böylece işletme iletişim sürecine müdahale ederek, tüketicilerin bilmek istedikleri şeyleri cevaplandırma ya da olumsuz düşünceleri yok etme fırsatını elde etmiş olur.
- Özel, sadık müşteriler için indirimler yapmak.
- Ağızdan ağıza yayılacak şaşırtıcı şeyler yapmak.
- Ürünü kullanan kişilerle diğer tüketicilerin karşılıklı iletişim kurmalarını sağlamak.

IV) ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın amacı tüketicilerin mal veya hizmet satın alırken yaşadıkları tatmin ve memnuniyetsizlik sonucunda hangi davranışlar gösterdiklerini (bunun içerisinde ağızdan ağza iletişimi yani diğer tüketicilerle paylaşma davranışını), tavsiye verme davranışlarının nedenlerini ve etkilenilen bilgi kaynaklarının neler olduğunu ortaya koymaktır. Ayrıca işletmeler için ağızdan ağza pazarlama açısından hangi müşteri grubuna girildiğini, potansiyel bir kaynak olup olmadıklarını belirlemek ve bulgular neticesinde alternatif bir pazarlama yöntemi olan ağızdan ağza pazarlamanın nasıl geliştirileceği ve etkili hale getirileceği konusunda işletmelere öneriler geliştirmektir.

V) YÖNTEM

Araştırmada veri ve bilgi toplama yöntemi olarak birincil veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi ile araştırılacak konu hakkında ilgili literatür ve kaynaklardan yararlanıp oluşturulan soruları içeren anket formu kullanılmıştır. Anket, toplamda 13 sorudan (8. ve 13. sorular likert tipi sorulardır) oluşmakta olup, demografik özellikleri, ağızdan ağza iletişim davranışları, memnuniyet ve memnuniyetsizlik davranışları, tavsiye almada güvenilir bulunan kaynakları belirlemeye yönelik soruları içermektedir.

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de ki tüketiciler oluşturmaktadır. Ancak evrenin bu denli büyük olması, zaman ve maliyet kısıtlarını beraberinde getirmektedir. Bu yüzden evrenden örnekleme seçilmiş ve Ankara ili esas alınmıştır. Örnekleme yöntemi olarak ise kolayda örnekleme seçilmiştir.

Anketteki her bir soru olumlu ve olumsuz şekilde düşünülerek varyansın maksimum değeri 0,25 ($s^2 = p.q = 0,5.0,5 = 0,25$) olabilmektedir. Hesaplamalar 0,95’lik güvenilirlik düzeyinde ölçülmüş ve hata payı 0,05 olacak şekilde en az yapılması gereken anket sayısı $n = (s^2.z^2)/k^2$ formülünden 384 bulunmuştur. Bu kapsamda Ankara’da yaşayan toplam 500 tüketiciye yollanan ve uygulanan anketlerden geri dönen 470 anketten eksik ve hatalı olanlar çıkarılmış ve kalan 414 anket değerlendirmeye alınmıştır.

Düzenlenen anketin uygulanması Mayıs-Haziran 2013 tarihlerinde yapılmıştır. Anketlerin bir kısmı elden, bir kısmı ise e-posta yoluyla uygulanmıştır. Anket uygulaması gerçekleştirildikten sonra, değerlendirmeye alınan veriler, frekans, yüzde yöntemi, tanımlayıcı istatistikler, Anova, Tukey HSD ve oran testleri kullanılarak çözümlenmeye gidilmiştir. Ayrıca, oluşturulan hipotezlerde yokluk hipotezlerine yer verilmemiştir.

VI) BULGULAR

A) Demografik Özellikler

Katılımcıların %56,5'sinin kadın, %57,2'sinin bekar olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık %55'i 19-34 yaş arasındaki orta yaşlı ağırlıkta olmak üzere gençlerden oluşmaktadır. 34 yaşın üzerindeki %33'lük bir orana sahiptir.

Eğitim durumu açısından baktığımızda katılımcıların %50,2'sinin lisans,%25,6'sının lise mezunu olduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında eğitim seviyesi yüksek bir örneklem söz konusudur.

Katılımcıların %32,1'lik bir oranını öğrenciler oluşturmakta, bunu %25,8 ile memurlar izlemektedir. 700.-TL'den az aylık ortalama geliri olan grup %31,6 oranla, en düşük gelir grubunun örneklemde öğrenci ve ev hanımı sayısı ile paralel olarak en fazla yüzdeyi oluşturmaktadır. Orta gelir grubu olarak adlandırabileceğimiz 2001-3000.-TL arası aylık ortalama gelire sahip kitle %22 civarındadır.

B) Ağızdan Ağıza İletişim Davranışlarına İlişkin İstatistiksel Analizler

Çalışmada kullanılan anketin yedinci sorusunda katılımcıların mal veya hizmet alımlarında diğer tüketicilerin görüşlerine başvurmalarına ilişkin görüşlerini 5'li Likert ölçeğinde belirtmeleri istenmiştir.

Tablo :1

Mal veya Hizmet Çeşitlerine Göre Tavsiye Alma Eğilimi

Mal/hizmet türü	Her zaman	Sık sık	Bazen	Nadiren	Hiç
	%	%	%	%	%
Buzdolabı, çamaşır makinesi gibi beyaz eşyaları satın alırken	25,4	28,3	29,7	9,4	7,2
Kişisel bakım ürünleri satın alırken	14,3	25,1	31,4	15,0	14,3
Giyecek satın alırken	10,6	18,6	29,5	22,5	18,8
Yiyecek satın alırken	9,4	16,9	21,0	20,0	32,6
Otomobil satın alırken	30,2	27,3	18,4	8,7	15,5
Bilgisayar, cep telefonu gibi teknolojik aletler satın alırken	31,6	32,9	17,4	10,6	7,5
Sigorta, bankacılık gibi finansal hizmetler satın alırken	20,3	27,5	20,5	12,6	19,1
Tatil satın alırken	18,4	16,2	24,4	25,1	15,9
Sağlık hizmeti satın alırken	27,5	38,9	20,0	12,3	1,2

Yukarıdaki tabloda verilen sonuçlara göre, satın alınan mal veya hizmet türünde diğer tüketicilerin görüşüne en fazla başvuru sağlık hizmetidir. Tüketicilere en az danışılan ürün ise yiyecektir. Bunu giyecek ve tatil izlemektedir. İfadelere verilen cevaplara ilişkin tanımlayıcı istatistikler ise Tablo :2’de verilmektedir.

Tablo :2
Mal veya Hizmet Çeşitlerine Göre Tavsiye Alma Eğilimine İlişkin
Tanımlayıcı İstatistikler

No	İfade	Ortalama	Standart Sapma
1	beyaz eşya satın alırken	3.55	1.18
2	kişisel bakım ürünleri	3.10	1.24
3	giyecek satın alırken	2.80	1.25
4	<i>yiyecek satın alırken</i>	2.50	1.35
5	otomobil satın alırken	3.48	1.40
6	teknolojik ürünler satın alırken	3.71	1.23
7	finansal hizmetler satın alırken	3.17	1.40
8	tatil satın alırken	2.96	1.34
9	<i>sağlık hizmeti satın alırken</i>	3.79	1.02

İfadelere verilen cevapların ortalama değerlerinin 1'e yakın olması ankete katılanların mal veya hizmet satın almada diğer tüketicilerin görüşlerine çoğunlukla başvurmadıklarını; 5'e yakın olması ise, çoğunlukla başvurduklarını ifade etmektedir. Yukarıdaki tabloda yer alan ifadelerin ortalama değerlerinin aralarında istatistiksel olarak fark olup olmadığı ise tek yönlü varyans analizi ile sınanmıştır. Analize ilişkin sonuçlar Tablo 3'de verilmektedir. Hipotezlerde 'p' değeri 0.05 (0.05 anlamlılık düzeyi) değerinden küçükse ya da 'p' değeri, 0.05 değerine eşit ise hipotez kabul edilecektir. 'p' değerinin 0.05 değerinden büyük olması durumunda ise hipotez red edilecektir. İlişki ölçülen hipotezlerde de $p > 0.05$ ise iki değişken arasında önemli ilişki olmadığı; $p < 0.05$ ve $p = 0.05$ ise değişkenler arasında önemli düzeyde ilişki olduğu yorumu yapılır (Özdamar, 2005:633).

Tablo :3

**Mal veya Hizmet Çeşitlerine Göre Tavsiye Alma Eğilimine İlişkin Anova
Analizi**

	Kareler Toplamı	Ss	Ortalama kareler	F	P
Grup içi	626.874	8	78.359	48.577	.000
Gruplar arası	5995.930	3717	1.613		
Toplam	6622.804	3725			

H₁: Ürün çeşitlerine göre tüketicilerin tavsiye alma eğilimleri arasında fark vardır.

Yukarıda verilen Tablo 3'teki sonuçlara göre ifadelerin ortalama değerleri alpha=0,05 düzeyinde istatistiksel olarak farklılık göstermektedir. Bir başka deyişle tüketicilerin anketin yedinci sorusunda verilen mal veya hizmet satın alımlarına ilişkin tüketicilerin görüşlerine başvurmaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (p < 0,05). Bu yüzden H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Ankette yer alan sekizinci soruda çalışmaya katılan tüketicilerin tavsiye almada en güvenilir buldukları bilgi kaynağının yakın çevresinde veya işletme kaynaklı olup olmadığı araştırılmak istenmiştir. Bu doğrultuda katılımcılardan bilgi kaynaklarını 1'den başlayarak sıralaması istenmiştir. Aşağıda yer alan Tablo: 4'te en önemli bulunan bilgi kaynakları ve Tablo 5'de her bilgi kaynağı için sıra ortalamaları yer almaktadır.

Tablo: 4

Tavsiye Almak Açısından Güvenilir Bulunan Kaynaklar

Satın alınacak bir mal veya hizmet hakkında tavsiye almak açısından en güvenilir bulunan kaynak	Ailem	%57,2
	Arkadaşlarım	%21,0
	Satış Elemanları	%6,8
	Reklam	%1,2
	Broşür,katalog	%3,9
	İnternet ve İnternet üzerinde o ürünle ilgili tavsiyelerde bulunan kişiler	%10,1

Tablo: 5
En Güvenilir Bulunan Bilgi Kaynağı Sıra Ortalaması

Bilgi Kaynağı	Sıra Ortalaması
Ailem	1.88
Arkadaşlarım	2.22
Satış Elemanları	4.09
Reklam	4.42
Broşür, katalog	4.61
İnternet ve İnternet üzerinde o ürünle ilgili tavsiyelerde bulunan kişiler	3.77

Satın alınacak ürün seçiminde katılımcıların yaklaşık %80'i karar verme aşamasında kişisel kaynaklara başvuracağını belirtmişlerdir. Tablo :4 ve 5'te görüldüğü gibi en güvenilir bulunan bilgi kaynağı aile ve ardından arkadaşlardır. Bunu internet ortamında yaratılan iletişim takip etmektedir. Katılımcıların %10'u yakın çevreden sonra en güvenilir bilgi kaynağı olarak internet ve internet üzerinde ürünle ilgili tavsiyelerde bulunan kişileri görmektedir.

Kişisel olmayan ve işletme tarafından yaratılan iletişime güven ise diğerlerine kıyasla düşük kalmaktadır. Özellikle reklam, yapılan tutundurma faaliyetleri içerisinde en az güvenilen bir kaynak olarak görülmüştür. Kişisel iletişimin daha fazla olduğu satış elemanları tarafından verilen bilgiye daha çok güven duyulmaktadır. Verilen cevapların sıra ortalamalarına baktığımızda ise broşür ve katalog, reklamdan daha az güvenilir bulunmaktadır. Bunun sebebi reklamı en önemli sırada görenlerin oranı %1,2, ancak diğer sıralamaları da göz önüne aldığımızda reklam en düşük sıra ortalamasına sahip bilgi kaynağı olmuştur.

Bir bilgi kaynağının sıra numarasının diğerinden büyük olması durumuna 1, küçük olması durumuna 0 değeri verildiğinde, 0 ve 1 gelmesi olasılıklarının birbirlerine eşit olup olmadıkları oran testi ile sınanabilir. Buna göre aşağıdaki hipotezler kurulacak olursa bilgi kaynakları birbirleriyle istatistiksel olarak karşılıklı sınanabilir. Her bir hipotez için Binom Dağılımının Normal Dağılımına yaklaşması özelliği kullanılmalıdır.

H_{2,1}:Tüketicilerin, ailelerini satış elemanlarından yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2,2}:Tüketicilerin, ailelerini reklamlardan yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2.3}:Tüketicilerin, ailelerini broşür ve kataloglardan yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2.4}:Tüketicilerin, ailelerini internetten yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2.5}:Tüketicilerin, arkadaşlarını satış elemanlarından yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2.6}:Tüketicilerin, arkadaşlarını reklamlardan yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2.7}:Tüketicilerin, arkadaşlarını broşür ve kataloglardan yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2.8}:Tüketicilerin, arkadaşlarını internetten yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2.9}: Tüketicilerin, interneti satış elemanlarından yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2.10}: Tüketicilerin, interneti reklamlardan yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2.11}: Tüketicilerin, interneti broşür ve kataloglardan yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{2.12}: Tüketicilerin, ailelerini arkadaşlarından yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları eşit değildir.

Yukarıda verilen hipotez testleri için tek örneklem popülasyon ortalaması için normal dağılım testi kullanılmış ve aşağıdaki Tablo 6'da yer alan hipotezler kabul edilmiştir.

Tablo :6
Hipotez Testi Sonuçları

Hipotez	X=1	X=0	P(X=1)	p
H _{2.1}	Aile	Satış Elemanı	0.86	0.000
H _{2.2}	Aile	Reklam	0.91	0.000
H _{2.3}	Aile	Katalog Broşür	0.87	0.000
H _{2.4}	Aile	İnternet	0.82	0.000
H _{2.5}	Arkadaş	Satış Elemanı	0.86	0.000
H _{2.6}	Arkadaş	Reklam	0.90	0.000
H _{2.7}	Arkadaş	Katalog Broşür	0.87	0.000
H _{2.8}	Arkadaş	İnternet	0.81	0.000
H _{2.9}	İnternet	Satış Elemanı	0.57	0.004
H _{2.10}	İnternet	Reklam	0.63	0.000
H _{2.11}	İnternet	Katalog Broşür	0.64	0.000
H _{2.12}	Aile	Arkadaş	0.67	0.000

Yukarıda verilen Tablo 6'ya göre, aile, arkadaş ve internetin en güvenilir bilgi kaynakları olarak diğerlerinden daha yüksek sırada seçilme olasılığının daha yüksek, yani, işletmenin oluşturduğu bilgi kaynaklarından daha çok güvenilir bulunduğu görülmektedir. Bunun yanında, internet, tüketicilerin yakın çevresi olan aile ve arkadaşlarından daha az güvenilir bir bilgi kaynağı olarak görülmekle beraber, işletme tabanlı bilgi kaynaklarından daha güvenilir bulunmaktadır. Tüketicilerin yakın çevresinden olan aile ve arkadaşlar arasında sıralama farkı olup olmadığı ise H_{2.12} ile sınanmıştır. Buna göre tüketiciler, ailelerini arkadaşlarından daha güvenilir bir bilgi kaynağı olarak görmektedirler.

Ankete yer alan 9. soruda, tüketicilerin satın aldıkları mal veya hizmetten memnun kaldıklarında, soruda yer alan ifadelerden hangisini öncelikle gerçekleştirdikleri araştırılmıştır. Katılımcılardan ifadeler için 1'den başlayarak sıra numarası vermeleri istenmiştir. Aşağıda yer alan Tablo 7'de en önemli bulunan memnuniyet davranışları ve Tablo 8'de her bir davranış için sıra ortalamaları yer almaktadır.

Tablo :7
Memnuniyet Davranışları

Satın alınan mal veya hizmetten memnun kaldığında gösterilen tepki	Bunu aileme,arkadaşlarıma,çevremdeki kişilere anlatırım	%79,2
	Satın aldığım mal ya da hizmeti çevremdeki insanlara tavsiye ederek işletmenin daha fazla müşteri sayısına ulaşmasını sağlarım	%11,8
	İnternet üzerinden bloglar,şikayet siteleri,sohbet odaları gibi sitelerde mal ya da hizmet hakkında tavsiye ve övgüler yazarak insanları satın almaya teşvik ederim	%2,9
	Bunu çevremdeki insanlara anlatarak, yaşadığım tatmini onların da yaşayıp iyi hissetmelerini isterim	%5,8

Cevaplara baktığımızda katılımcıların %79,2'si yaşadığı olumlu deneyimi yakın çevresiyle paylaşmakta, ürünün satın alınmasını, deneme olasılığını arttırmaktadırlar. Bunu %11,8 ile işletmenin mevcut müşteri sayısını arttırmak amacıyla ürünü tavsiye edenler izlemektedir. Türk toplumu olarak baktığımızda başkalarının da iyi hissetmesini, onların da memnun olmalarını isteme özelliği açısından katılımcıların %5,8'i satın aldığı üründen memnun kaldığında yaşadığı tatmini ve mutluluğu diğer tüketicilerinde yaşamalarını istemekte ve bunun için tavsiye davranışında bulunmaktadır. İnternet üzerinden yaşanan memnuniyeti anlatıp insanları satın almaya teşvik edenlerin oranı ise %2,9'la tavsiyelerin internet üzerinden anlatılma oranının düşük olduğunu göstermektedir.

Bu ifadelerle ilişkin ortalama sıralama değerleri ise aşağıdaki Tablo 8'de verilmektedir.

Tablo :8
Memnun Kalma Durumunda Gösterilen Davranışlar

No	İfade	Sıra Ortalaması
1	Bunu aileme, arkadaşlarıma, çevremdeki kişilere anlatırım.	3.36
2	Satın aldığım mal ya da hizmeti çevremdeki insanlara tavsiye ederek, işletmenin daha fazla müşteri sayısına ulaşmasını sağlarım	4.56
3	İnternet üzerinden bloglar, şikâyet siteleri, sohbet odaları gibi sitelerde mal ya da hizmet hakkında tavsiye ve övgüler yazarak, insanları satın almaya teşvik ederim.	5.21
4	Bunu çevremdeki insanlara anlatarak, yaşadığım tatmini onların da yaşayıp iyi hissetmelerini isterim	4.88

Yukarıdaki Tablo'da verilen sonuçlarda da, kişiler satın aldıkları üründen memnun kaldıklarında en az internet üzerindeki ilgili sitelerde paylaşma yolunu seçmektedirler. En çok tercih ettikleri davranış şekli ise, bunu yakın çevreleriyle (aile ve arkadaş) paylaşmaktır. Paylaşmanın arkasında yatan en önemli nedenin ise tüketicilerin pozitif ağızdan ağza iletişimle işletmeye müşteri kazandırmak olduğu görülmektedir.

Bir ifadenin sıra numarasının diğerinden büyük olması durumu 1, küçük olması sıfır ile ifade edilerek aşağıdaki hipotezleri istatistiksel olarak sınamak mümkündür. Her bir hipotezde Binom dağılımının normal dağılıma yaklaşması özelliği kullanılmalıdır.

$H_{3.1}$:Tüketicilerin, 1 nolu ifadeyi 2 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

$H_{3.2}$:Tüketicilerin, 1 nolu ifadeyi 3 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

$H_{3.3}$:Tüketicilerin, 1 nolu ifadeyi 4 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

$H_{3.4}$:Tüketicilerin, 2 nolu ifadeyi 3 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

$H_{3.5}$:Tüketicilerin, 2 nolu ifadeyi 4 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{3,6}:Tüketicilerin, 3 nolu ifadeyi 4 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

Yukarıda verilen hipotez testleri için tek örneklem popülasyon ortalaması için normal dağılım testi kullanılmış ve aşağıdaki Tablo 9'de yer alan hipotezler kabul edilmiştir.

Tablo :9
Hipotez Testi Sonuçları

Hipotez	X=1	X=0	P(X=1)	p
H _{3,1}	İfade 1	İfade 2	0.85	0.000
H _{3,2}	İfade 1	İfade 3	0.90	0.000
H _{3,3}	İfade 1	İfade 4	0.88	0.000
H _{3,4}	İfade 2	İfade 3	0.70	0.000
H _{3,5}	İfade 2	İfade 4	0.59	0.000
H _{3,6}	İfade 3	İfade 4	0.40	0.000

Yukarıda verilen Tablo'ya göre, üç nolu ifade yani ağızdan ağza iletişimi internet kanalıyla gerçekleştirmenin yüksek sıralarda seçilme şansı diğer ifadelerden daha azdır. Üst sıralarda seçilme şansı en çok olan ifade ise, bir nolu ifade yani çevreyle paylaşılma durumu olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketicilerin bir nolu ifadeyi diğer ifadelerden daha büyük sırada seçme olasılığının yüksek olması göz önüne alınırsa, kişilerin tecrübelerini daha çok yakın çevresiyle paylaşma eğilimi gösterdiği söylenebilir.

Ankette yer alan on birinci soruda ise, tüketicilerin satın aldıkları mal ve hizmetten memnun kalmadıklarında seçtikleri hareket tarzının anlaşılması amaçlanmıştır. Buna göre katılımcılardan, ifadeleri 1'den başlayarak sıralamaları istenmiştir. Aşağıda yer alan Tablo 10'da en önemli bulunan memnuniyetsizlik davranışları ve Tablo 11'de her bir davranış için sıra ortalamaları yer almaktadır.

Tablo :10**Memnuniyetsizlik Davranışları**

Satın alınan mal veya hizmetten memnun kalınmadığında gösterilen tepki	Ürünü satan işletmeye şikayette bulunurum	%41,8
	Ürünü bir daha satın almam	%36,0
	Yasal olarak hakkımı ararım ve tüketici mahkemesine başvururum	%9,7
	Diğer insanlara yaşadığım memnuniyetsizlikten bahsederim	%7,5
	İnternet üzerinden facebook,tartışma grupları ya da şikayet sitelerinde yaşadığım memnuniyetsizliği anlatırım	%3,4
	Hiçbir şey yapmam	%2,4
Satın alınan mal veya hizmetten memnun kalınmadığında bunun başkalarıyla paylaşılması	Evet	%97,8
	Hayır	%2,2
Memnuniyetsizliğin başkalarıyla paylaşılma nedeni	Ne yapılması gerektiği konusunda fikir arayışında bulunurum	%40,1
	Kızgınlığımı azaltmak için	%20,0
	İşletmeden intikam almak için	%5,6
	Başkaları için endişe duyup zarar görmelerini engellemek için	%33,1

Tüketicilerin mal ya da hizmet ile yaşadığı tatminsizliğe karşı göstermiş olduğu davranışlar sonucu negatif ağızdan ağza iletişim doğar. Tablo 10'da da görüldüğü gibi satın alınan bir üründen memnun kalmayan tüketici ağırlıklı olarak 3 tip davranış şekli göstermektedir. Bunlar şikâyet etmek, ağızdan ağza iletişime geçme ve satın almama davranışlarıdır. Cevaplara baktığımızda katılımcıların %41,8'i ürünü satan işletmeye şikâyette bulunmakta, %9,7'si resmi yerlere şikâyet amacıyla başvurmakta, %36'sı ürünü bir daha satın almamakta, %10,9'u ise diğer insanlara gerek sosyal medya amacıyla gerekse yüz yüze olarak ağızdan ağza iletişim davranışı gösterip yaşadığı memnuniyetsizliği paylaşmaktadır. Bu paylaşımın oranı ise %97,8'dir. Yani katılımcıların tamamına yakını satın aldığı üründen memnun kalmadığında

memnuniyetsizliğini diğer insanlarla paylaşmaktadır. Bu da bize negatif ağızdan ağza iletişimin ne denli yaygın olduğunu göstermektedir. Yukarıda yer alan 3 tip davranış şekillerinden hiçbirini göstermeyenlerin oranı ise toplam dağılım içinde %2,4 payla çok düşük bir oranda kalmaktadır.

Negatif ağızdan ağza iletişime geçme sebebi ise büyük oranda yaşanan olumsuzluğun neticesinde tüketicinin ne yapması gerektiği konusunda etrafına danışmasıdır. Katılımcıların %40,1'inin yaşadığı memnuniyetsizliği başkalarıyla paylaşma nedeni ne yapması gerektiği konusunda fikir arayışında bulunmalarıdır. Katılımcıların %33,1'i ise yaşadığı olumsuz durumu başkaları için endişe duyup zarar görmelerini engellemek için anlatmaktadır. Bu alturistik davranışı ise olumsuzluğun yarattığı kızgınlığı azaltmak davranışı izlemektedir. Yaşanılan kızgınlıkla birlikte yaşanan tatminsizliğin yüksek olması durumunda katılımcıların %5,62'si işletmeden intikam almak için ağızdan ağza iletişime geçmektedir. Bu ifadelerle ilişkin ortalama sıralama değerleri Tablo: 11'de verilmektedir.

Tablo: 11

Memnuniyetsizlik Durumunda Uygulanan Davranışlar

No	İfade	Sıra Ortalaması
1	Ürünü satan işletmeye şikâyette bulunurum	2.26
2	Ürünü bir daha satın almam	2.49
3	Yasal olarak hakkımı ararım ve tüketici mahkemesine başvururum	3.45
4	Diğer insanlara yaşadığım memnuniyetsizlikten bahsederim	3.08
5	İnternet üzerinden facebook, tartışma grupları ya da şikâyet sitelerinde yaşadığım memnuniyetsizliği anlatırım	4.16
6	Hiçbir şey yapmam	5.61

Yukarıda verilen Tablo'ya göre, kişiler memnuniyetsizlik durumunda ağırlıklı olarak ürünü satan işletmeye şikâyette bulunmaktadır. Onu sırasıyla ifade iki ve dört takip etmektedir. En az tercih ettikleri davranış şekli ise hiçbirşey yapmamaktır. Yaşanılan olumsuz deneyimin çevreyle paylaşılma durumları olarak ifade 4 ve 5'i ele aldığımızda, bu ifadelerin diğer ifadelere

göre daha yüksek sıra numarası alma olasılığının yüksek olup olmadığının araştırılması amacıyla aşağıdaki hipotezler sınanmıştır. Tek örneklem popülasyonu normal dağılım testinin kullanılabilmesi için ilgili ifadenin daha yüksek sırada seçildiği durumlara 1, düşük sırada seçildiği durumlara ise sıfır değeri verilmiştir.

H_{4.1}:Tüketicilerin, 4 nolu ifadeyi 1 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{4.2}:Tüketicilerin, 4 nolu ifadeyi 2 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{4.3}:Tüketicilerin, 4 nolu ifadeyi 3 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{4.4}:Tüketicilerin, 4 nolu ifadeyi 5 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{4.5}:Tüketicilerin, 4 nolu ifadeyi 6 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{4.6}:Tüketicilerin, 5 nolu ifadeyi 1 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{4.7}:Tüketicilerin, 5 nolu ifadeyi 2 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{4.8}:Tüketicilerin, 5 nolu ifadeyi 3 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{4.9}:Tüketicilerin, 5 nolu ifadeyi 4 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

H_{4.10}:Tüketicilerin, 5 nolu ifadeyi 6 nolu ifadeden yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirlerine eşit değildir.

Yukarıda verilen hipotez testleri için sonuçlar Tablo 12’de verilmiş, Tablo’da yer alan hipotezler kabul edilmiş yalnızca H_{4.3} hipotezi reddedilmiş, yani diğer insanlarla olan paylaşımı tüketici mahkemesine başvurmadan yüksek sırada seçmesi ve düşük sırada seçmesi olasılıkları birbirine eşit çıkmıştır.

Tablo: 12
Hipotez Testi Sonuçları

Hipotez	X=1	X=0	P(X=1)	p
H _{4.1}	İfade 4	İfade 1	0.32	0.000
H _{4.2}	İfade 4	İfade 2	0.32	0.000
H _{4.3}	İfade 4	İfade 3	0.50	1.000
H _{4.4}	İfade 4	İfade 5	0.83	0.000
H _{4.5}	İfade 4	İfade 6	0.94	0.000
H _{4.6}	İfade 5	İfade 1	0.20	0.000
H _{4.7}	İfade 5	İfade 2	0.24	0.000
H _{4.8}	İfade 5	İfade 3	0.34	0.000
H _{4.9}	İfade 5	İfade 4	0.16	0.000
H _{4.10}	İfade 5	İfade 6	0.89	0.000

Tüketiciler istatistiksel olarak dört nolu ifadeyi, ifade 1 ve 2'den daha düşük sırada seçmekte ancak beş ve altıncı ifadeye göre daha yüksek sırada seçme olasılığı söz konusu olmaktadır. İfade beşin diğer ifadelerden yüksek sırada seçme olasılığı ise ifade 6 yani herhangi bir davranışta bulunulmaması hariç 0,5'den düşük olmaktadır. Buna göre, ankete katılanların ağırlıklı olarak satın aldıkları mal ve hizmetlerden duydukları memnuniyetsizliklerini internet üzerinden değil, daha çok yüz yüze iletişimle paylaşma yolunu tercih ettikleri söylenebilir.

Tüketiciler arasında gerçekleşen ağızdan ağza iletişimde tavsiye alınan bilgi kaynağının güvenilirliği ikna etme gücünü arttırmaktadır. Bu kaynaklardan fikir liderleri, güvenilir bilgi kaynaklarının başında gelmektedir. Tablo 13.'e baktığımızda katılımcıların büyük çoğunluğu bu grupta yer almaktadır. Yenilikçiler, katılımcılar arasında düşük bir yüzdeyi oluşturmaktadır. Pazar kurtları ise özellikle fiyat konusunda yaptıkları tavsiyelerle önemli bir bilgi kaynağı haline gelmektedir.

Tablo: 13
Ağızdan Ağıza İletişim Davranışları

İfadeler	Hiç Katılmıyorum	Az Katılıyorum	Orta derecede Katılıyorum	Çok Katılıyorum	Tam Katılıyorum	Ortalama
İlgi alanıma giren bazı ürünleri yakından takip ederim ve çevremdeki insanlarla bu ürünler hakkında sahip olduğum bilgileri paylaşıyorum	0,7	21,5	26,3	33,3	18,1	3.47
Pazara sunulan yeni ürünleri yakından takip ederim, satın alırım ve ürün hakkındaki düşüncelerimi çevremdeki insanlarla paylaşıyorum	1,7	33,3	29,7	25,1	10,1	3.09
Pazarda var olan çoğu ürün ya da marka hakkında genel bir bilgiye (fiyat, kalite gibi) sahibim ve bu bilgileri çevremdeki insanlarla paylaşıyorum	1,9	29,7	33,8	25,6	8,9	3.10
İşletmeden alacağım örnek ürün, fiyat indirimi gibi çeşitli avantajlar karşılığında belirli bir ürün hakkında sahip olduğum bilgileri çevremdeki insanlarla daha sık paylaşıyorum	2,4	25,4	23,2	36,5	12,6	3.31
Bir üründen memnun kaldığımda ürünün tavsiye edeceğim özelliği fiyatıdır.	2,7	1,2	22,7	63,5	9,9	3.77
Bir üründen memnun kaldığımda ürünün tavsiye edeceğim özelliği ürünün performansıdır.	1,4	20,3	27,5	33,1	17,6	3.45
Bir ürünü tavsiye etmem için ondan memnun kalmam gerekir.	1,7	9,4	11,4	25,8	51,7	4.16

Bir ürünü tavsiye etmem için diğer tüketicilerinde ondan memnun olduğunu bilmem gerekir.	2,9	21,7	26,8	28,0	20,5	3.42
Bir ürünü tavsiye etmem için işletmeden hediye ürün, fiyat indirimleri gibi teşvikler almak isterim.	1,7	9,2	19,3	45,4	24,4	3.82
Bir ürünü tavsiye etmem için onun ilginç ve şaşırtıcı olması gerekir.	5,3	40,1	27,3	15,5	11,8	2.88
Bir ürün hakkında bilgiye ihtiyacım olduğunda genellikle ürünü kullanan diğer insanlara danışırım çünkü onlardan aldığım bilgi, firmanın yaptığı tutundurma faaliyetlerinden (reklam gibi) daha değerlidir.	1,2	15,2	20,8	33,6	29,2	3.74
Bir ürün hakkında bilgiye ihtiyacım olduğunda sadece bir arkadaşşıma güvenmekten ziyade değişik kaynaklardan bilgi almayı tercih ederim.	1,0	15,5	23,2	34,1	26,3	3.69
Bir ürün hakkında bilgiye ihtiyacım olduğunda satın alacağım ürün teknik bilgi gerekiyorsa, otomobil ya da konut gibi fiyatı pahalı ise, alanında uzman kişilere danışırım ve onları daha güvenilir bulurum.	0,2	10,9	17,9	38,2	32,9	3.93
Bir ürün hakkında bilgiye ihtiyacım olduğunda, ürünü satın almadan önce firmanın internet sitesi, tartışma gruplarında yapılan yorumlar, basın haberleri gibi çeşitli bilgi kaynaklarından araştırma yaparım.	0,5	17,6	21,3	31,4	29,2	3.71

*1-Hiç Katılmıyorum.....5-Tam Katılıyorum

İlk üç ifadenin ortalama değerlerinin birbirlerine eşit olup olmadıkları ise ANOVA ile test edilmiştir.

Tablo: 14

Ağızdan Ağza İletişim Davranışlarına (ifade 1-3) İlişkin Anova Analizi

Değişkenliğin Kaynağı	Serbestlik Derecesi	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F Değeri	P değeri
Grup içi	2	38.47	19.23	18.49	0.000
Gruplar arası	1239	1288.84	1.04		
Toplam	1241	1327.3			

İlk üç ifadenin ortalama değerleri alpha 0.05 için ($p < 0.05$) birbirlerine eşit değildir. Bu sonuçlara göre ifade 1 diğerlerinden anlamlı bir şekilde ayrılmaktadır yani ankete katılan tüketici grubu fikir lideri olma özelliğini daha fazla taşımaktadır.

İşletmelerin ağızdan ağza pazarlama faaliyetleri kapsamında tüketicilere ürünü tavsiye etmeleri için neden ya da nedenler vermeleri gerekmektedir. Bu ürünün fiyatı, işlevsel faydası olabileceği gibi, hediye ürünler ya da ürünün ilginç olması gibi tüketici de yarattığı izlenim ile olabilir. Tablo 13'teki sonuçlara baktığımızda katılımcıların çoğunluğu ürünü tavsiye etmeleri için fiyatını uygun bulmaları, işletmeden fiyat indirimleri ya da örnek ürün gibi teşvikler almak istediklerini ve en önemlisi üründen memnun kalmaları gerektiğini belirtmiştir. Ürünün ilginç ve şaşırtıcı olma özelliği ise tavsiye edilme nedenleri arasında çok düşük bir oranda kalmaktadır.

İfade 5-10 için ortalama değerlerinin birbirlerine eşit olup olmadıkları ise ANOVA ile test edilmiştir. Sonuçlar Tablo 15'te verilmiştir.

Tablo :15

Ağızdan Ağza İletişim Davranışlarına (ifade 5-10) İlişkin Anova Analizi

Değişkenliğin Kaynağı	Serbestlik Derecesi	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F Değeri	P değeri
Grup içi	5	397.62	79.52	76.79	0.000
Gruplar arası	2478	2566.13	1.04		
Toplam	2483	2963.75			

Düzye	Sayı	Ort.	St.Sapma
Ondörtbeş	414	3.768	0.749
Ondörtaltı	414	3.452	1.047
Ondörtymedi	414	4.164	1.065
Ondörtsekiz	414	3.415	1.125
ondört dokuz	414	3.816	0.962
Ondörtton	414	2.884	1.110

Yukarıda verilen sonuçlara göre, ifadelerin ortalama değerleri istatistiksel olarak alpha 0.05 düzeyinde birbirlerinden farklıdır (p<0.05). Buna göre, ifade 10 (ürünün ilginç ve şaşırtıcı olması) en düşük ve ifade yedi (ürünü tavsiye etmek için memnun kalma) de en yüksek ortalama değerine sahiptir. İfade altı (ürünün tavsiye edilme özelliği olarak performansı) ve sekizin (ürünün tavsiye edilme nedenlerinden birinin diğer tüketicilerinde üründen memnun olduğunun bilinmesi) birbirlerinden farklı ortalamaya sahip oldukları söylenemezken, aynı şekilde ifade beş (ürünün tavsiye edilme özelliği olarak fiyatı) ve dokuz (ürünün tavsiye edilme nedenlerinden birinin işletme tarafından verilen teşvikler olması) da birbirlerinden farklı ortalama değerlerine sahip değildirlir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu bir ürün satın almadan önce bilgiye ihtiyacı olduğunda firmanın internet sitesi, tartışma grupları gibi çeşitli bilgi kaynaklarından araştırma yapmaktadır. Yine katılımcıların büyük çoğunluğu işletme tarafından yapılan tutundurma faaliyetlerinden ziyade bir ürün hakkında bilgiye ihtiyacı olduğunda ürünü kullanan insanlara danışıp, onlardan gelen bilgiyi daha değerli bulmaktadır. Bilgi arayışı ürün türüne göre de artmakta, ürün teknik bilgi gerekiyorsa ya da fiyatı yüksek ise alanında uzman kişilerden bilgi alınmakta ve daha güvenilir bulunmaktadır.

İfade 11-14 için ortalama değerlerinin birbirlerine eşit olup olmadıklarını araştırmak için ANOVA testi kullanılmıştır. Sonuçlar aşağıdaki Tablo 16’da verilmiştir.

Tablo: 16

Ağızdan Ağza İletişim Davranışlarına (ifade 11-14) İlişkin Anova Analizi

Değişkenliğin Kaynağı	Serbestlik Derecesi	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F Değeri	P değeri
Grup içi	3	14.05	4.68	4.26	0.005
Gruplar arası	1652	1816.37	1.10		
Toplam	1655	1830.42			

Düzye	Sayı	Ort.	St.Sapma
Ondörtönbir	414	3.744	1.075
Ondörtöniki	414	3.693	1.053
Ondörtönüç	414	3.925	0.980
ondörtöndört	414	3.713	1.083

Yukarıda verilen sonuçlara göre, ifadelerin ortalama değerleri alpha 0.05 için birbirlerinden farklıdır. Buna göre, 13. ifade (alanında uzman kişilere danışmak) 12. ve 14. ifadeden (değişik kaynaklardan bilgi almak) anlamlı bir şekilde farklıdır. Yani 12. ve 14. ifadenin ortalama değerlerinden önemli bir şekilde düşük çıkmaktadır. 11. (ürünü kullanan kişilere danışmak) ve 14. ifade (değişik kaynaklardan bilgi almak) arasında ise istatistiksel olarak farklılık olduğu söylenemez.

SONUÇ

Geleneksel pazarlama tekniklerinin (reklam, satış tutundurma gibi) aksine kişiler arası gerçekleşen tavsiye ya da şikayet davranışları ile ağızdan ağza yayılma daha az maliyetli ve tüketiciler üzerindeki sonuçları bakımından daha etkili olmaktadır. Dolayısıyla, ağızdan ağza pazarlama geleneksel pazarlama araçları içerisinde gelişen ve önemi artan bir yöntem haline gelmiştir. Tüketiciler arasında gerçekleşen ağızdan ağza iletişimin incelendiği bu araştırmada elde edilen bulgular, hem tavsiyelerin hem de şikâyetlerin başkalarıyla paylaşılması sonucunda tüketiciler üzerindeki etkilerinin geleneksel tutundurma faaliyetleri ile karşılaştırıldığında daha çok olduğunu

göstermektedir. Bu nedenle işletmeler alternatif bir pazarlama yöntemi olarak bu süreci iyi analiz edip yönlendirebileceklerdir.

Elde edilen bulgulara göre katılımcılar arasında gerçekleşen ağızdan ağıza iletişim davranışlarının ürün çeşitlerine göre farklılık gösterdiği saptanmıştır. Satın alınan mal veya hizmet türünde diğer tüketicilerin görüşüne en fazla başvuru ürün sağlık hizmetidir. Tavsiye almak açısından en az danışılan ürün ise yiyecektir. Pazarlama açısından ağızdan ağıza iletişimin hangi mal ve hizmet türünde etkili olduğunu bilmek, özellikle tutundurma faaliyetlerine ayrılacak bütçenin belirlenmesinde oldukça önemlidir. Ağızdan ağıza yayılmanın daha fazla olduğu ürünlerde, daha az bütçe ile tutundurma süreci yönetilebilir.

Araştırmada elde edilen bir diğer bulgu ise, katılımcıların mal veya hizmet satın almadan önce görüşüne başvurduğu, tavsiye aldığı kişilerin aile ve arkadaşlarından oluşan yakın çevresi olduğudur. Ağızdan ağıza iletişimde kişinin yakın çevresinde bulunan ailesi ve arkadaşlarından alınan bilgi daha güvenilir ve ikna edici olmaktadır. Sınanan hipotezlerle de aile ve arkadaş diğer bilgi kaynaklarından oldukça yüksek güvenilirliğe sahip olduğu gibi tüketiciler ailelerini arkadaşlarından daha güvenilir bir kaynak olarak görmektedirler. Bu yüzden işletmeler aile paketi adı altında aile üyelerinin birlikte faydalanabileceği kampanyalar düzenleyip, satın almaları böyle bir kriter koyup kişilerin daha çok tavsiye aldığı kaynakları etkileyebilirler. Ayrıca, kişinin yakın çevresinde bulunan ve bazı ürünleri yakından takip edip, o kategoride uzmanlaşan, yaşadığı deneyimi çevresiyle sıklıkla paylaşan tüketici grubu olarak adlandırılan fikir liderleri de güvenilir bilgi kaynaklarının başında gelmektedir. Araştırmada katılımcıların büyük bir kısmı bu grupta yer almaktadır. Bu nedenle işletmelerin ağızdan ağıza pazarlama faaliyetleri kapsamında hedef alacağı kitle tüketicinin yakın çevresi olmalı ve bu kitleyi harekete geçirecek çabalara girişilmelidir. Bu kapsamda, ürünün denenmesi ve tanıtımı amacıyla numuneler gönderilip, ürünü satın almaya yönelik çevrelerini bilgilendirmeleri sağlanabilir.

Katılımcıların ağızdan ağıza iletişime geçmesinin en önemli sebeplerinden biri de satın aldığı üründen memnun kalmasıdır. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar satın aldıkları üründen memnun kaldıklarında gösterdiği davranışların başında bunu yakın çevresiyle paylaşmak gelmektedir. Ardından, katılımcılar yaşadıkları olumlu deneyimi diğer tüketicilere anlatarak onların aynı hazzı yaşayıp mutlu olmalarını ve işletmenin daha fazla müşteri sayısına ulaşmasını sağlamak istemektedirler. Daha çok tatmin olmuş bir müşterinin işletmeye daha çok müşteri kazandıracığı düşünülürse, işletmeler aynı zamanda ürün performansını yükseltmeye çabalamalıdır. Ağızdan ağıza

pazarlamada işletme ve ürünleri hakkında diğer tüketicilere pozitif bilgiler yayarak müşteri portföyünü genişleten tüketiciler işletmeler için hedef kitle haline gelmekte, günümüzde işletmeler bu kitleyi sadık müşteriler haline getirmeye yönelik pazarlama faaliyetlerinde bulunmaya başlamışlardır. Örneğin, ürünü sık sık tüketen kişileri belirleyip, uygulanacak bir sadakat programı (örnek ürünler, doğum günleri ve özel günlerde en fazla tükettikleri ürünleri hediye olarak göndermek gibi) bu kişileri işletme ve ürünleri hakkında konuşmaya sevk etmede önemli bir araç olacaktır.

Ürün performansının yüksek olması tüketicilerin satın aldığı üründen memnun kalmaması sonucunda, bunu çevresiyle paylaşması ve ne yapması gerektiği konusunda fikir arayışında bulunması açısından da önemlidir. Çünkü araştırmada katılımcıların tamamına yakını üründen memnun kalmadığında bunu başkalarıyla paylaşmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğu ise, negatif ağızdan ağza iletişime geçme sebebini yaşanan olumsuzluğun neticesinde ne yapması gerektiği konusunda etrafına danışmak olarak belirtmiştir. Bunun sonucunda yayılacak olumsuz bilgi ve fikirler, işletme imajını ters yönde etkileyecek ve durumu düzeltmeye dair ekstra çaba harcayacaktır. Dolayısıyla negatif ağızdan ağza iletişim, işletmeye pozitif iletişimin yaratacağı etkiden daha çok zarar verecektir. Katılımcıların satın aldığı üründen memnun kalmadığında gösterdiği tepkilerin başında işletmeye yapılan şikâyetlerin geldiğini de düşündüğümüzde, şikâyet yönetim sistemi oluşturularak, insanları başkalarından önce kendilerine şikâyet etmeleri sağlanabilir. Ayrıca oluşturulacak sistem ne kadar etkin yönetilirse yani yapılan şikâyetlere geri dönüş yapılır ve sorun çözülürse, müşteri algısı düzeldiği gibi, kişi yaşadığı olumsuzluğun nasıl düzeltildiğine dair çevresiyle iletişime de geçecektir.

Katılımcılar teknik bilgi gerektiren ve fiyatı pahalı olan ürünleri satın almadan önce alanında uzman kişilere danışmayı yüksek oranda tercih etmişler ve onları daha güvenilir bulmuşlardır. Dolayısıyla işletmelerin bu kriteri göz önüne alması gerekmektedir. Örneğin, otomobil satan bir işletme sık otomobil değiştiren ve bu konuda yüksek ilgiye sahip kişileri belirleyip, otomobiller hakkında teknik bilgileri içeren bir program aracılığıyla eğiterek, bu kişilerin çevrelerinde bu tür bilgi arayan kişileri işletmeye yönlendirmelerini sağlayabilirler.

Ağızdan ağza iletişim, facebook, twitter gibi sosyal medya üzerinden beğeniler, yapılan tavsiyeler ya da şikâyetler aracılığıyla da gerçekleşmesine rağmen, araştırmaya göre paylaşım daha çok yüz yüze olmaktadır. Tüketiciler satın aldıkları üründen memnun kalmadıklarında bunu internet üzerinden paylaşmayı diğer davranış şekillerinden daha düşük önemde bulmuşlardır. İnternetin paylaşım aracı olarak daha az kullanılması, insanların tanımadıkları kişilerden ziyade yakın çevresinde yüz yüze iletişim kurdukları kişilerden

aldıkları bilgiye daha çok güvenmesiyle açıklanabilir. Ancak araştırmada kişilerin bilgiye ihtiyaçları olduğunda işletmenin internet sitesini ya da tartışma gruplarında yapılan yorumları da dikkate alıyor olması, işletmelerin bu forumları takip edip, daha çok insanın fikirlerini ve tavsiyelerini sosyal ağ üzerinden vermelerini sağlamalarını gerektirebilir. Bu aşamada işletmeler belirledikleri kişiler ile forumlardaki tartışma ve sohbet ağlarında kişilerin işletme ve ürünleri hakkında konuşmalarını sağlamak için bir konu açıp yönlendirme yapmaları sağlanabilir. İnternet siteleri aracılığıyla ürünleri ve kendisi hakkında tanıtmak ve yaymak istediği bilgileri verip, internet sitesinde soru/cevap platformu kurarak interaktif bir şekilde tüketicilerle iletişime geçebilir ve daha kolay yönlendirme yapabilirler.

Ağızdan ağza pazarlama, Dünya literatüründe kendine geniş bir yer bulmuş, Türkiye’de de Türkçe kaynak ve araştırmalar kısıtlı halde de olsa gelişen bir alan haline gelmiştir. Yapılan araştırma bu yönden de bundan sonra alanında yapılacak çalışmalara katkı sağlayacaktır. Ayrıca konunun detaylı olarak incelenmesi ve yapılacak araştırma ile elde edilecek sonuçlar doğrultusunda yapılacak öneriler, işletmeler açısından da faydalı ve önemli olacaktır.

KAYNAKÇA

- ARNDT, J. (1967), "Role Of Product-Related Conversations In the Diffusion of a New Product", *Journal of Marketing Search*, Sayı 4, No 3, s. 291.
- CHARLETT, D., GARLAND, R., MARR, N. (1995), "How Damaging is Negative Word of Mouth?" *Marketing Bulletin*, 6, s.1.
- ÇEPNİ, B. (2011), "Ağızdan Ağıza Pazarlama Kapsamında Demografik ve Sosyal Faktörlerin Üniversite Öğrencilerinin Sinema Filmi Tercihleri Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi", Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon, s.41,42.
- KHRAİM, S. H. (2011), "The Willingness to Generate Positive Word of Mouth Marketing: The Case of Studentsin Private Universities in Jordan" *Pertanika J.Soc.Sc i.&Hum.*, Sayı 19 (2), s.273.
- LEONARD-BARTON, D. (1985), "Experts As Negative Opinion Leaders In The Diffusion of A Technological Innovation", *Journal of Consumer Research*, Vol 11, No 4, s.914-926.
- NAYLOR, G., KLEISER, B.S. (2000), "Negative Versus Positive Word Of Mouth:An Exception To The Rule", *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, sayı 13, s.27.
- ODABAŞI, Y., BARIŞ, G. (2002), Tüketici Davranışı, İstanbul, Mediacat Yayınları, 1.basım.
- SİLVERMAN, G. (2006), Ağızdan Ağıza Pazarlama : Dünyanın En Güçlü Pazarlama Yönteminin 28 sırrı, çev. Ender Orfanlı, İstanbul, Mediacat Yayınları.
- SUNDARAM, D. S., KAUSHİK, M., WEBSTER, C. (1998), "Word of Mouth Communications : A Motivational Analysis", *Advances in Consumer Research*, sayı 25, s. 527-531.
- UYGUN, M., TANER Ö.Ö., ÖZBAY S. (2011), "Tüketicilerin Hizmet Deneyimleri İle Ağızdan Ağıza İletişim Davranışları Arasındaki İlişkiler", *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, cilt 3, sayı 2, 2011, s.333.
- YAVUZYLMAZ, O. (2008), "Ağızdan Ağıza Pazarlama (Kocaeli’de Bulunan Dersanelerdeki Öğrenciler Üzerine Örnek Bir Araştırma), Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Kocaeli, s.23-24, 57-58,70.
- WALKER, L. J., H. (2001), "The Measurement of Word of Mouth Communication and An Investigation of Service Quality and Customer Commitment As Potential Antecedents", *Journal Of Service Research*, Vol.4, No.1, s.60-75.

İnternet Kaynakları

<http://birgo.mynet.com/niyazigumus/yazi/word-of-mouth-marketing-womm> (17.01.2014)

**KURUMSAL YÖNETİŞİM UYGULAMALARININ
FİRMA PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİSİ:
BİST İKİNCİ ULUSAL PAZARINDA BİR UYGULAMA¹**

Doç. Dr. Selçuk
KENDİRLİ*

Öğr. Gör. Fatih
KONAK**

Öğr. Gör. Hakan
TURAN***

Öz:

Son yıllarda iş çevrelerinde giderek önem kazanan kurumsallaşma, kurumların sürekliliği, davranışlara bir standart getirilmesi ve istikrar kazanması şeklinde tanımlanabilmektedir. Bir başka deyişle kurumsallaşma; kuruluşların faaliyet gösterdikleri çevreleriyle olan uyum sürecini ve bu kuruluşlarda zamanla oluşan bir ilerlemeyi açıklamaktadır. Yönetişim, yönetimden farklı olarak, yönetim, iletişim ve etkileşim kavramlarının birleşiminden oluşmuştur ve birlikte yönetmek anlamına gelmektedir. Bu çalışmada, BİST İkinci Ulusal Pazarda 2012 yılsonu itibariyle yer alan 77 şirketin performans ölçütlerinin karşılaştırılmalı analizi, borsaya kote oldukları tarih öncesi ve sonrası bilanço verileri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen istatistiksel analiz sonucunda ve kurumsal yönetim kapsamında değerlendirmelerde kullanılan mali rasyolar dikkate alındığında, BİST İkinci Ulusal Pazarda faaliyet gösteren firmaların BİST İkinci Ulusal Pazar'a kotasyonundan, kurumsallaşma anlamında belli bir düzeyde katkı elde etikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Yönetişim, BİST İkinci Ulusal Pazar
Jel Sınıflandırması: G30, G34

¹ Bu çalışma, 12. Ulusal İşletmecilik Kongresi'nde sunulan bildirinin düzenlenmiş halidir.

* Doç.Dr., Hitit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, selcukkendirli@hitit.edu.tr

** Öğr.Gör., Hitit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, fatihkonak@hitit.edu.tr

*** Öğr.Gör., Hitit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, SBKY Bölümü hakanturan@hitit.edu.tr

**THE EFFECT OF CORPORATE GOVERNANCE APPLICATIONS
ON COMPANY PERFORMANCE:
EMPRICAL EVIDENCE FROM BIST SECOND NATIONAL
MARKET**

Abstract:

The corporate governance perspective has become increasingly significant in the buisness environment for last decades. Corporate governance can be defined as the continuity of companies, the creation of the standard corporate behavior and the stability of company activities. In an other words, corporate governance illustrates that the process of alignment of the companies with the environment in which they operate, and it describes an improvement in organizations over time. Moreover, governance, as distinct from management, administration, and consists of a combination of the concepts of communication and interaction with the means to manage. The main purpose of this research is comparative analysis of the company performance of the 77 companies which have been listed in the BIST Second National Market at the end of the year 2012, in the context of being listed on the stock Exchange effect as a corporate governance measurement. Considering the financial ratios used in the evaluations within the scope of corporate governance, it can be advocated that companies operating in the BIST Second National Market have influenced positively by being listed in the market as mentioned.

Keywords: Corporate Governance, BIST Second National Market

Jel Codes: G30, G34

GİRİŞ

Günümüzde küreselleşmeyle birlikte meydana gelen değişim ve dönüşümler, tüm kuruluşlarda köklü ve radikal değişim ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Bu değişim süreci, asıl amaçları kar elde etmek olan işletme ve kuruluşları yoğun bir rekabet ortamına sürüklemiştir. Bununla beraber son dönemlerde sıkça rastlanılan skandallar ve finansal krizin etkileri işletmeleri zor durumda bırakarak piyasadaki güveni zedelemiştir. İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için yönetimde yeniden yapılanma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu yeniden yapılanma ihtiyacı, karşılıklı etkileşim ve iletişimi esas alan ve birlikte yönetmek olarak da tanımlayabileceğimiz ve gerek özel sektörde gerekse kamu sektöründe yönetim anlayışının yerini alma eğilimi gösteren “yönetişim” kavramını meydana getirmektedir. Kurumların belirli kurallar, yasalar ve değerler açısından istikrar kazanmasını ve davranışlarına bir standart getirmesini esas alan kurumsallaşma, yönetişim kavramıyla birlikte kullanıldığında işletmelerin kontrolü ve katılımcı yönetim açısından hesap verebilirlik, saydamlık, verimlilik ve performans konularında daha etkili sonuçlar alınmasını sağlayacaktır. Kurum paydaşlarının (küçük-büyük hissedarlar, yönetim kurulu, tedarikçiler, fon sağlayıcılar, müşteriler vb.) kuruma duydukları güvenin tesis edilmesinde kurumsal yönetişim önemli bir role sahiptir.

Bu perspektiften bakıldığında bir firmanın kurumsal anlamda güvenilir olması ile ulusal ve uluslar arası piyasa katılımcılarının bir firmaya gösterdikleri ilgi ve firma performansı arasında doğrusal bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Bu ilişki ampirik çalışmaların bir çoğunda pozitif etki şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede çalışmanın amacını, kurumsal yönetim uygulamalarının BİST İkinci Ulusal Pazar'ında yer alan KOBİ'lerin finansal performanslarına olan etkilerinin araştırılması oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, öncelikle kurumsal yönetim kavramı, ilkeleri, Dünya genelindeki uygulamaları ve firma performansı ile ilişkisinin literatür taraması gerçekleştirilmiştir. BİST İkinci Ulusal Pazar'ında 2012 yılsonu itibariyle yer alan 77 şirketin performans ölçütlerinin karşılaştırılmalı analizi, borsaya kote oldukları tarih öncesi ve sonrası bilanço verileri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analize konu temel performans değerlendirme ölçütleri kendi aralarında değerlendirilmiş ve regresyon analizleri ile ölçülmüştür. Araştırma bulgularına göre, KOBİ'lerin, performanslarında kotasyon tarihlerinden önceki yıla oranla farklılığın var olup olmadığı tespit edilmiştir.

I) KURUMSAL YÖNETİŞİMİN TANIMI VE GELİŞİMİ

Sosyal sistem içerisinde ortaya çıkan ilişki ve davranış biçimleri, kurumsallaşmış bir karakter arz eder. Sosyal rollerin meşruluğu ve bu rolleri ifa eden aktörlerin (toplum bireylerinin) davranışlarının tanımlanması, kurumsallaşma vasıtasıyla gerçekleşir. Kurumsallaşmanın en temel işlevi, düzenli bir sosyal ilişkiler sistemine kaynaklık etmesidir. Düzenli ve istikrar içindeki davranış kalıplarının değişmesi de tabii ki zaman alacaktır. Buradan kurum ve kurumsallaşma ile ilgili bir doğal sonuç daha çıkmaktadır: Kurum ve kurumsallaşmadaki değişimler birdenbire ya da hızlı bir şekilde olamaz, ancak uzun bir zaman aralığına yayılarak gerçekleşebilir.

Kurumsallaşma ise kurumların sürekliliği, davranışlara bir standart getirilmesi ve istikrar kazanmasıdır. Türkiye'de "kurumsallaşma" kavramı, gündemdeki yerini şüphesiz ki uzun yıllardan beri muhafaza etmekle beraber, önemini giderek artırmış ve son yıllarda, gerek kamu kesiminin, gerekse özel kesimin, faaliyetlerin rasyonalizasyonu bağlamında en önemli konusu haline gelmiştir. Esasen Cumhuriyetin ilk yıllarında, devletçi yaklaşımın da etkisiyle, kamu kesiminde, kurumsallaşmaya yönelik sağlam ve kararlı adımlar atıldığı görülmektedir. Özel Sektörlerdeki gelişme ise bunun tam tersine bir seyir izlemiştir. İlk yıllardaki, aileler içinde dar çerçeveli ve yine aile fertlerinin oluşturduğu sınırlı personele dayalı yapılanma, bugün son derece çağdaş ve profesyonel bir kurumsallaşma düzeyine ulaşmıştır. (Berki, 1998).

Kurumsallaşma; kuruluşların faaliyet gösterdikleri çevreleriyle (örgütsel çevre/örgütsel alan) olan uyum sürecini ve bu kuruluşlarda zamanla oluşan bir ilerlemeyi açıklamaktadır (Selznick 1995). Diğer bir ifadeyle kurumsallaşma; belli bir çevrede faaliyet gösteren kuruluşların yapı ve işleyiş özellikleri ile çevrenin özellikleri arasındaki paralelliği ve örgütsel yapılarda

zamanla oluşan benzerliği göstermektedir (Orru, Biggart ve Hamilton 1991). Cleassens (2003) ise kurumsal yönetimi iki kısımdan oluşturmuştur. Bunlardan birincisi işletmenin kendi yetilerinden (finansal yapı, performans ölçüleri, hissedarlar gibi) oluşmaktadır. İkincisi ise piyasadan, yasal çerçeveden, kurallardan gelen faktörlerden oluşmaktadır. Oman ve Diğerleri (2003) ise kurumsal yönetimin, formel ve informal unsurlarının birlikte harmonize edilerek kuruma kazandırılması olarak ifade etmiştir (Oman and Fries and Butter, 2003:6)

Kurumsallaşmada yöneticilere düşen en büyük görev; örgüt içindeki uyumun yaratılmasını sağlamaktır. Yöneticiler, örgütlerinin geleceğe yönelik önceliklerini çalışanlarının katılımını sağlayarak tespit etmek ve bu önceliklerin tüm çalışanlar tarafından anlaşılmasını ve kabullenilmesini sağlamak için çaba göstermelidirler. Aksi takdirde, çalışanların amacı ile örgütün amacı farklı olabilecektir. Bunun sonucu olarak istenen verim ve katılımcılık sağlanamayacaktır(Özkaya, <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ozelsayiekim/sibel.htm>). Kuruluşların çalışanlarına verdiği değerler sayesinde örgüt kültürü gelişmekte, güçlenmekte, aynı zamanda kurumsallaşma düzeyi artmaktadır.

1970'lerde ABD'de özel sektör kurumlarında ön plana çıkmaya başlayan "Corporate Social Responsibility" (anonim şirketlerin sosyal topluma karşı olan sorumlulukları) ve bunun üzerinde yapılan çalışmalar, aradan geçen 25 senenin sonucunda 2000'li yıllarda bizlerin çok daha fazla duyacağımız ve yaşamımızın bir parçası haline gelecek "Corporate Governance" (Kurumsal Yönetişim) konseptini oluşturmuştur (Midilli, <http://www.elegans.com.tr/51/sonbahar2000/html/036.html>).

Kurumsal yönetişim esas olarak iş dünyasında uygulanmaktadır. Kurumsal yönetişim; Gözetim Kurulu'nun, Paydaşlar Genel Kurulu'nun ve Yönetim Kurulu'nun sorumlulukları, yeterli iç kontrol sistemlerinin mevcudiyeti, hesap verme sorumluluğu ve denetçinin rolü ve fonksiyonu ile ilgilenmektedir. Modern yönetişim düşüncesinin orijini İngilizce konuşulan ülkeler olup kavram, şimdilerde, dünya çapında dikkate alınmaktadır. Kurumsal yönetişimin esası organizasyonun iç ve dış paydaşlarının etkin bir kontrol sisteminden yarar sağlaması ve bu konuda hesap sormasıdır. Daha genel bir ifadeyle, kurumsal yönetişim; şirketlerin yönetimi ve kontrolü, bunların raporlanması ve paydaşların yararı açısından bunların gözetimi ile ilgilidir (Özeren ve Temizel, 2004, s.5).

Kurumsal yönetişimin özel ve kamu kuruluşlarının etkin işleyişi ve dolayısıyla ekonomik büyüme ve gelişmesi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Bu gelişmeye, kurumun mütemmim cüzü olan, marka da dahildir. Kurumsal yönetişim mekanizmasındaki yetersizlikler, kurumsal yönetişim başarısızlığı ile karşı karşıya kalırsa, sistemik risklere yol açabilir.

Yönetişim analizinin her bir unsuru çok sayıda tavsiyede bulunulması sonucunu doğurur. Bundan sonra çevrimin her bir unsuru nihai bir biçimde değerlendirilmek ve bu unsurlar arasındaki etkileşimli ilişkiler dikkate alınmak suretiyle, incelenen politika alanındaki yönetim hakkında genel bir görüş sunulur (Özeren ve Temizel, 2004:26).

Bir organizasyonun mevcudiyetinin temeli, aslında, paydaşları adına belirli hedeflere ulaşmaktır. Yönetişimin ana amacı, yönetimin bu konudaki sorumluluğundan hareketle, ulaşılabilecek hedefleri kolaylaştıran güvenceleri yaratmaktır. Organizasyon bu amacı gerçekleştirmek için yönetilmeli, kontrol edilmeli ve bu faaliyetler dolayısıyla paydaşlar adına görevlendiren, pek çok durumda, bir denetçi (supervisor) aracılığıyla paydaşlarına hesap verebilmelidir. Bu nedenle, yönetim, aslında yönetim – kontrol – gözetim ve hesap verme sorumluluğunu kapsar (Özeren ve Temizel, 2004:8).

II) BİST İKİNCİ ULUSAL PAZAR VE YENİ EKONOMİ PAZARI

Türkiye’de yıllardır üzerinde çalışılan ve kurumsallaşmasını artık tamamlamış olan İstanbul Menkul Kıymet Piyasası mevcutta işletmeler açısından ciddi bir fon pazarı olmuştur. Bununla birlikte bu pazardaki gerekli olan kriterler, KOBİ’ler açısından oldukça yüksek kalmaktadır. Bu kapsamda Sermaye Piyasası Kurulu tarafından tespit edilen ve son derece de gerekli olan aşağıdaki hususlar çerçevesinde BİST İkinci ulusal Pazar ve yeni Pazar oluşturulmuştur. Buna göre (www.spk.gov.tr);

- BİST ölçeğine göre küçük kalan birçok işletmenin pay ihraç ederek sermaye piyasalarından fon temin etmelerini kolaylaştıracak organize bir ikinci el piyasa oluşturulması yönünde talepleri bulunduğu,
- KOBİ'lere odaklanmış, yapısı ve organizasyonu bunların ihtiyaçlarına göre düzenlenmiş bir piyasanın varlığının, KOBİ'lerin bu piyasaya girmeleri konusunda başlı başına bir teşvik unsuru oluşturacağı,
- Bölgesel bazda şirketlerin piyasaya katılımının artması ile birlikte, BİST'e soğuk bakan ve sermaye piyasalarına yatırım yapmak konusunda çekingen davranan Anadolu yatırımcısının, kendi yöresinde yer alan, tanıdığı ve yakından bildiği şirketlere daha rahat yatırım yapabileceği,
- KOBİ'lerin kredilendirilirken, kredi verilen işletmenin performansı ve ödeme gücünden ziyade işletme sahibinin kişi olarak gösterebileceği teminatların dikkate alınması, ticari bankaların bu tür kurumsallaşmayan işletmeleri riskli görmeleri nedeniyle uzun vadeli kredi açma konusunda isteksiz davranmaları ve ipotek karşılığında

kredi kullandırmayı tercih etmelerinden dolayı KOBİ'ler tarafından kullanılan kredi hacminin düşük, kredi maliyetinin ise yüksek olduğu,

- Ekonomik kalkınma sürecinde büyük bir öneme sahip olan KOBİ'lerin en önemli sorunlarından birinin fon yetersizliği olduğu, gerekçeleriyle, KOBİ'lerin sermaye piyasalarından yararlanmaları doğrultusunda SPK ve BİST tarafından KOBİ'lere ait sermaye piyasası araçlarının işlem göreceği organize bir piyasa oluşturulması gerçekleştirilmiştir. Gelişme ve büyüme potansiyeline sahip şirketlerin sermaye piyasalarından fon sağlamak amacıyla ihraç edecekleri menkul kıymetlerin işlem görebileceği şeffaf ve düzenli bir ortam yaratmak amacıyla BİST bünyesinde BİST Gelişen İşletmeler Piyasası'nın (GİP) kurulması amacıyla BİST GİP Yönetmeliği, 18 Ağustos 2009 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kapsamda SPK tarafından da bazı değişiklik ve düzenlemeler yapılmıştır. BİST GİP Yönetmeliği ile getirilen düzenlemeler ile SPK'nın Tebliğlerinin eşgüdümünün sağlanması amacıyla SPK nezdinde bazı Tebliğlerin değiştirilmesi amacıyla çalışmalar devam etmektedir. İlk olarak Seri: I, No: 40 "Payların Kurul Kaydına Alınmasına ve Satışına İlişkin Esaslar Tebliği" 3/4/2010 tarihli ve 27541 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (www.spk.gov.tr).

III) ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Kurumsallaşma konusunda yaptıkları çalışmalarda Özkara, (1999), Haşit ve Develioğlu, (2004), kurumsal kültür, kurumsal yönetim (yönetişim) konusunda bilgiler vermektedir. Bu kapsamda kurum kültürünü oluşturan; inisiyatif kullanımı, risk alımı, hedef belirleme ve departmanların birlikte çalışabilmesi, çalışanların kendilerini tanımlama biçimi, ödül sistemi, terfiler, maaş parametresi ve iletişimin gerçekleştirilmesi faktörlerinden bahsetmişlerdir. Karpuzoğlu (2003), Us(2003) ve Pazarcık (2004) da çalışmalarında kurumsallaşmadan bahsederken kurumsal kimlikten bahsetmiştir. Atılğan (2003) ve Gün (2003) ise çalışmalarında kurumsallaşmaya müşteri ilişkileri boyutu ile bakmıştır.

Jepperson (1999) çalışmasında kurumu tanımlamış ve belirli bir aşama ya da özelliğe ulaşmış sosyal bir düzen ya da bir kalıp olarak tanımlamıştır. DiMaggio ve Powell (1991) çalışmalarında kurumsallaşmadan bahsederken, tekrarlanan eylemlerin, alışkanlıkların topluluklar içerisinde nasıl standart hale geldiğini ya da kuralımsı bir nitelik kazandığını araştırır. Jaffe'ye (2001) göre bir örgüt bir kurum olarak görülmeye başladığında daha az rasyonel, daha az biçimsel, daha az amaç odaklılık gibi özellikler taşıyan sosyolojik bir niteliğe bürünmektedir.

Ulukan (2005) çalışmasında Türkiye'deki kurumsallaşmadan işletmeleri; sürekliliği ön planda tutan, işlerin yürütülmesinde ve sorumlulukların belirlenmesinde kişisellikten uzaklaşmış örgütlere dönüştürmeye yönelik yönetsel çabalar olarak bahsetmektedir. Meyer ve Rowan ise (1991) çalışmalarında kurumsallaşmanın işletmelere getireceği kısıtlamalardan bahsetmiştir.

Kurumsal yönetim ve firma degeleme kapsamındaki çalışmalara bakılacak olursa; Black, Jang ve Kim (2003) yaptıkları çalışmalarında Kore Hisse senedi piyasasında faaliyet gösteren firmalarla ilgili olarak kurumsallaşma etkisini araştırmışlardır. Gompers, Ishii ve Metrick (2003), çalışmalarında 1500 firma için 24 farklı kurumsal yönetim hükmünü kullanarak kurumsallaşma ve hisse senedi getirisi arasındaki ilişkiyi ölçmeye çalışmışlardır.

Beiner vd. (2004), İsviçre'de faaliyette bulunan firmalar üzerine yaptıkları çalışmada, kurumsal yönetim, sahiplik yapısı, yönetim kurulu özellikleri, entelektüel sermaye yapısı ve firma değerini ilişkilendirmeye çalışmışlardır. Gruszczynski(2006), çalışmasında Polonya'daki firmaların kurumsal yönetim düzeyleriyle firma performansı arasındaki ilişkileri açıklamaya çalışmıştır. Kim ve Yoon(2007), Kore'deki firmaların kurumsal yönetim düzeyleri ve firma performansı arasındaki ilişkiye odaklandıkları çalışmalarında, kurumsal yönetim ile firma performansı arasındaki ilişkiler tespit etmişlerdir.

Çarıkcı, Kalaycı ve Gök(2009), kurumsal yönetim süreci ve şirket performansı ilişkisini ortaya koymak için, BİST Kurumsal Yönetim Endeksi ve BİST100 endeksinin getiri ve getiri volatilitelerini karşılaştırarak test etmişlerdir. Büyükşalvarcı ve Abdioğlu (2010), yaptıkları çalışmada BİST Kurumsal Yönetim Endeksi kapsamında değerlendirilen firmalarla endeks içinde tutulan firmalar arasında bir fark olup olmadığını araştırmışlardır.

IV) VERİLERİN OLUŞTURULMASI VE ANALİZİ

Kurum paydaşlarının (küçük-büyük hissedarlar, yönetim kurulu, tedarikçiler, fon sağlayanlar, müşteriler vb.) kuruma duydukları güvenin tesis edilmesinde kurumsal yönetim önemli bir role sahiptir. Bu perspektiften bakıldığında bir firmanın kurumsal anlamda güvenilir olması ile ulusal ve uluslar arası piyasa katılımcılarının bir firmaya gösterdikleri ilgi ve firma performansı arasında doğrusal bir ilişkinin varlığından söz edilebilir. Bu ilişki ampirik çalışmaların bir çoğunda pozitif etki şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Bu çerçevede çalışmanın amacını, kurumsal yönetim uygulamalarının BİST İkinci Ulusal Pazar'ında yer alan KOBİ'lerin finansal performanslarına olan etkilerinin araştırılması oluşturmaktadır. Bu doğrultuda, öncelikle kurumsal yönetim kavramı, ilkeleri, Dünya genelindeki uygulamaları ve firma performansı ile ilişkisinin literatür taraması gerçekleştirilmiştir. BİST

İkinci Ulusal Pazarda 2012 yılsonu itibariyle yer alan 77 şirketin performans ölçütlerinin karşılaştırılmalı analizi, borsaya kote oldukları tarih öncesi ve sonrası bilanço verileri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analize konu temel performans değerlendirme ölçütleri kendi aralarında değerlendirilmiş ve regresyon analizleri ile ölçülmüştür. Araştırma bulgularına göre, KOBİ'lerin, performanslarında kotasyon tarihlerinden önceki yıla oranla farklılığın var olup olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo :1
BİST İkinci Ulusal Pazarda Faaliyet Gösteren Firmaların Likidite Rasyoları Ortalamaları

	Ortalama	Std. Sapma	Ort. Ara. Fark	T-Test	Sig.
Likidite Rasyoları					
Cari Oran (Kotasyon Öncesi)	20,717	66,375	-4,420	-,676	,501
Cari Oran (Kotasyon Sonrası)	25,138	80,399			
Asit Test Oranı (Kotasyon Öncesi)	20,732	66,389	-4,054	-,624	,535
Asit Test Oranı (Kotasyon Sonrası.)	24,786	80,478			
Nakit Oran (Kotasyon Öncesi)	10,254	42,353	-7,808	-,125	,901
Nakit Oran (Kotasyon Sonrası)	10,715	43,916			
Stok Bağımlılık Oranı (Kotasyon Öncesi)	-8,874	42,441	,461	,125	,901
Stok Bağımlılık Oranı (Kotasyon Sonrası.)	-9,335	44,005			
NÇS / Faal. Sağ. Fonlar (Kotasyon Öncesi)	2,688	22,457	3,411	,233	,816
NÇS / Faal. Sağ. Fonlar (Kotasyon Sonrası.)	-,723	130,626			

Tablo: 1'de BİST ikinci Ulusal Pazarda faaliyet gösteren firmaların, çalışmamamızın odak noktası gereğince, likidite rasyo ortalamaları yer almaktadır. Genel olarak rasyo ortalamalarının BİST'e kote olduktan sonra arttığı gözlenirken, stok bağımlılık oranı ve net çalışma sermayesi ile ilgili oranı düşüş sergilemiştir. İstatiksel açıdan incelendiğinde, likidite rasyoları Eşdenek Örneklem T testi ile analiz edilmiş ancak sonuçların anlamlı çıkmadığı gözlemlenmiştir. Bu nedenle, şirketlerin BİST'e kote olmalarının

istatistiksel anlamda likit yönetiminde herhangi bir etkiye sahip olmadığı iddia edilebilir.

Tablo: 2
BİST İkinci Ulusal Pazarda Faaliyet Gösteren Firmaların Faaliyet Rasyoları Ortalamaları

Faaliyet Rasyoları	Ortalama	Std. Sapma	Ort. Ara. Fark	T-Test	Sig.
Stok Devir Hızı (Kotasyon Öncesi)	8692,174	72652,138	8708,159	1,002	,320
Stok Devir Hızı (Kotasyon Sonrası)	-15,984	113,803			
Alacak Devir Hızı (Kotasyon Öncesi)	12,224	21,377	5,983	4,016	0,000*
Alacak Devir Hızı (Kotasyon Sonrası)	6,241	9,953			
Hazır Değer Devir Hızı (Kotasyon Öncesi)	578,346	3189,163	525,236	1,376	,173
Hazır Değer Devir Hızı (Kotasyon Sonrası)	53,111	136,880			
Net Çalışma Ser. Devir Hızı (Kotasyon Öncesi)	39,403	232,414	35,902	1,295	,199
Net Çalışma Ser. Devir Hızı (Kotasyon Sonrası)	3,500	14,378			
Dönen Varlık Devir Hızı (Kotasyon Öncesi)	25,938	174,293	23,914	1,149	,255
Dönen Varlık Devir Hızı (Kotasyon Sonrası)	2,023	5,991			
Maddi Duran Var. Devir Hızı (Kotasyon Öncesi)	887,686	3789,919	617,451	1,874	,065
Maddi Duran Var. Devir Hızı (Kotasyon Sonrası)	270,235	1212,475			
Duran Varlık Devir Hızı (Kotasyon Öncesi)	278,427	1482,369	184,698	1,477	,144
Duran Varlık Devir Hızı (Kotasyon Sonrası)	93,729	509,362			
Aktif Devir Hızı (Kotasyon Öncesi)	3,915	13,281	2,488	2,403	,019
Aktif Devir Hızı (Kotasyon Sonrası)	1,426	5,581			
Öz Sermaye Devir Hızı (Kotasyon Öncesi)	7,870	24,749	4,059	1,880	,064
Öz Sermaye Devir Hızı (Kotasyon Sonrası)	3,811	13,536			

Tablo: 2’de BİST İkinci Ulusal Pazarda faaliyet gösteren firmaların faaliyet rasyoları gösterilmektedir. İlk bakışta, rasyo ortalamalarının BİST’e kote olduktan sonra azaldığı görülmektedir. Faaliyet rasyoları arasında ki bu farkın genel anlamda statiksel olarak anlamlı olmadığı bulunmuştur. Diğer taraftan, Alacak Devir Hızı Rasyosu %1 düzeyinde ki anlamlı veri, bizi şirket kotasyonunun alacak yönetimine pozitif katkı sağlayabileceği sonucuna ulaştırmıştır.

Tablo 3:
BİST İkinci Ulusal Pazarda Faaliyet Gösteren Firmaların Mali Yapı Rasyo Ortalamaları

Mali Yapı Rasyoları	Ortalama	Std. Sapma	Ort. Ara. Fark	T-Test	Sig.
Finansal Kaldıraç (Kotasyon Öncesi)	,518	,361	,054	2,30	,024**
Finansal Kaldıraç (Kotasyon Sonrası)	,464	,333		0	
Öz Kaynak / Topl. Aktif (Kotasyon Öncesi)	,507	,421	-,083	-	,015**
Öz Kaynak / Topl. Aktif (Kotasyon Sonrası)	,590	,507		2,492	
Öz Kaynak / Topl. Yab. Kayn. (Kotasyon Öncesi)	12,967	38,713	1,662	,768	,445
Öz Kaynak / Topl. Yab. Kayn. (Kotasyon Sonrası)	11,305	34,507			
Borçlar / Topl. Aktif (Kotasyon Öncesi)	,518	,361	,054	2,300	,024**
Borçlar / Topl. Aktif (Kotasyon Sonrası)	,464	,333			
KVYK / Topl. Pasif (Kotasyon Öncesi)	,411	,347	,040	2,150	,035**
KVYK / Topl. Pasif (Kotasyon Sonrası)	,371	,311			
UVYK / Topl. Pasif (Kotasyon Öncesi)	,112	,146	,014	1,019	,312
UVYK / Topl. Pasif (Kotasyon Sonrası)	,098	,149			
KVYK / Topl. Yab. Kayn. (Kotasyon Öncesi)	,753	,265	-,007	-,275	,784
KVYK / Topl. Yab. Kayn. (Kotasyon Sonrası)	,760	,267			
UVYK / Topl. Yab. Kayn. (Kotasyon Öncesi)	403,734	2414,182	15,770	,139	,889
UVYK / Topl. Yab. Kayn. (Kotasyon Sonrası)	387,964	2327,054			
Oto Finansman Oranı (Kotasyon Öncesi)	20,757	2168,279	-193,482	-	,220
Oto Finansman Oranı (Kotasyon Sonrası)	214,238	2140,916			
Duran Varlık / Dev. Ser. Oranı (Kotasyon Öncesi)	,358	1,311	-,610	-	,023**
Duran Varlık / Dev. Ser. Oranı (Kotasyon Sonrası)	,968	1,677			
Duran Varlık / Öz Kaynak (Kotasyon Öncesi)	,755	2,795	-,916	-	,225
Duran Varlık / Öz Kaynak (Kotasyon Sonrası)	1,672	5,384			
Dönen Varlıklar / Topl. Aktifler (Kotasyon Öncesi)	,607	,313	,004	,186	,853
Dönen Varlıklar / Topl. Aktifler (Kotasyon Sonrası)	,603	,305			

Tablo: 3’de gösterilen BİST İkinci Ulusal Pazarda faaliyet gösteren firmaların mali yapı rasyolarına bakılacak olursa, rasyo ortalamalarının BİST’e kote olduktan sonra bazılarının azaldığı bazılarının ise arttığı gözlenmektedir. Mali yapı rasyolarını Eşdenek Örneklem T testi ile analiz ettiğimizde, finansal kaldıracın (pozitif farkın), öz kaynak/ toplam aktif oranı (negatif farkın), borçların/ toplam aktife oranının (pozitif farkın), KVKYK / toplam pasife oranının (pozitif farkın) ve duran varlık / devreden sermaye oranının (negatif farkın) %5 düzeyinde istatistiksel açıdan anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Sonuç olarak, firmaların BİST’e kote olmaları halinde mali yapılarında kayda değer etkiler ortaya çıkabilmektedir.

Tablo: 4
BİST İkinci Ulusal Pazarda Faaliyet Gösteren Firmaların Karlılık Rasyo Ortalamaları

Karlılık Rasyoları	Ortalama	Std. Sapma	Ort. Ara. Fark	T-Test	Si g.
Brüt Satış Karı / Net Satışlar (Kotasyon Öncesi)	1,160	,605	,059	1,181	,242
<i>Brüt Satış Karı / Net Satışlar (Kotasyon Sonrası)</i>	1,101	,683			
Faliyet Karı / Net Satışlar (Kotasyon Öncesi)	-1,956	17,226	-1,739	-,842	,403
<i>Faliyet Karı / Net Satışlar (Kotasyon Sonrası)</i>	-,217	1,571			
Dönem Karı / Net Satışlar (Kotasyon Öncesi)	8,283	68,111	8,553	1,051	,297
<i>Dönem Karı / Net Satışlar (Kotasyon Sonrası)</i>	-,270	1,779			
Net Kar / Net Satışlar (Kotasyon Öncesi)	8,266	68,113	8,540	1,049	,298
<i>Net Kar / Net Satışlar (Kotasyon Sonrası)</i>	-,275	1,729			
Faaliyet Giderleri / Net Satışlar (Kotasyon Öncesi)	2,336	17,300	1,962	,947	,347
<i>Faaliyet Giderleri / Net Satışlar (Kotasyon Sonrası)</i>	,374	,705			
SMM / Net Satışlar (Kotasyon Öncesi)	,866	,403	-,070	-1,568	,122
<i>SMM / Net Satışlar (Kotasyon Sonrası)</i>	,936	,479			
Dönem Karı / Öz Kaynak (Kotasyon Öncesi)	,157	,806	-,006	-,061	,952
<i>Dönem Karı / Öz Kaynak (Kotasyon Sonrası)</i>	,164	,523			
Kazanç Gücü Rasyosu (Kotasyon Öncesi)	,146	,813	,068	,658	,513
<i>Kazanç Gücü Rasyosu (Kotasyon Sonrası)</i>	,078	,467			

Tablo: 4'de bulunan BİST İkinci Ulusal Pazarda faaliyet gösteren firmaların karlılık rasyolarına bakılacak olursa, rasyo ortalamalarının BİST'e kote olduktan sonra bazılarının azaldığı bazılarının ise arttığı gözlenmektedir. Fakat, karlılık rasyoları arasında ortaya çıkan bu farklı yönlerde ki sonuçların hiç biri istatistiksel olarak anlamlı çıkmamıştır.

SONUÇ

Genel olarak düşünüldüğünde kurumsal bir sisteme dâhil olan daha küçük bir parçanın, bütünün etkisi ile sisteme entegre olacağı beklenecektir. Nitekim çıkarılan tebliğ ve yönetmeliklerde KOBİ'lerin kısmen de olsa kurumsallaşmasını sağlayacak, bağımsız denetim gibi uygulamalar getirilmektedir. Bu kapsamda düşünülecek olursa BİST İkinci Ulusal Pazarda faaliyet gösteren firmaların kurumsallaşma açısından değerlendirilmeleri, en objektif olarak mali tablolar üzerinden yapılabilecektir.

Bu günkü piyasa şartlarına bakacak olursak, KOBİ'lerin ürettikleri mali tabloların güvenilirlikleri ciddi tartışma konusu yapılabilir. Kaldı ki, SPK'ya tabi ve BİST'de işlem gören işletmelerin (BİST 100 kapsamında diğer endekslerde faaliyet gösteren işletmeler) de mali tablolarının güvenilirliği tartışmaya açılabilir. Bu konuda ki iddiamızı, son yıllarda yaşanan banka ve BİST'de işlem gören firma iflasları desteklemektedir. Son yıllarda kurumsal yönetimin önemli olmasının nedenleri olarak bu durumu Ceassens (2003) birinci sırada göstermiştir. Yazar ortaya çıkan skandalların ve krizlerin kurumsal yönetimi ön plana çıkardığını yaptığı çalışmasında ifade etmiştir.

Bu çalışmada BİST İkinci Ulusal Pazarda 2012 yılsonu itibariyle yer alan 77 şirketin performans ölçütlerinin karşılaştırılmalı analizi, borsaya kote oldukları tarih öncesi ve sonrası bilanço verileri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analize konu temel performans değerlendirme ölçütleri rasyolar bağlamında kendi aralarında değerlendirilmiş ve regresyon analizleri ile ölçülmüştür.

Elde edilen veriler incelendiğinde, çıkan sonuçların genel anlamda Eşdenek Örneklem T Testi çerçevesinde anlamlı çıkmamasına karşın, faaliyet rasyoları kapsamında değerlendirilen; alacak devir hızı rasyosu ve mali yapı rasyolarından; finansal kaldıraç, öz kaynak/ toplam aktif oranı, borçların/ toplam aktife oranı, KVYK / toplam pasife oranını ve duran varlık / devreden sermaye oranı istatistiksel açıdan anlamlı sonuçlar vermiştir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, KOBİ'lerin BİST İkinci Ulusal Pazara kote olmalarının kurumsallaşma anlamında belli bir düzeyde katkısı sağlayabileceği öne sürülebilecektir. Hiç şüphesiz, bu sonuç analizde kullanılan işletmelerin genel olarak ortalamaları değerlendirildiğinde ve ilgili rasyolar kullanılarak elde edilen sonuçlara göre söylenebilir. Bireysel bazda firmaların incelenmesi durumunda bu durum farklılık gösterebilecektir.

KAYNAKÇA

AKYÜZ, Mufit ve Nesrin Ertel, Ansiklopedik Ekonomi Sözlüğü, Dünya Yayınları, 3. Baskı, İstanbul 1990.

ALLEN, Franklin and Douglas Gale; "A Comparative Theory of Corporate Governance", Wharton Financial Institutions Center Working Papers Series 03-27. Dec,2002.

ARGÜDEN, Yılmaz; "Kurumsal Yönetişim ve İnsan Kaynaklarının Rolü", Erişim Adresi: [http:// www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody.asp?BodyID=3865](http://www.insankaynaklari.com/cn/ContentBody.asp?BodyID=3865)

BAN, Ünsal ve Muharrem Tuna; "Konaklama İşletmelerine Özgü Firma Değerleme Yöntemleri Ve Türkiye Açısından Uygulanabilirliği", İktisat İşletme Finans Dergisi, Yıl: 18, Sayı: 209 (Ek sayı) Ağustos 2003.

BEİNER, STEFAN, and the Others; (2004), "An Integrated Framework of Corporate Governance and Firm Valuation- Evidence From Switzerland", European Corporate Governance Institute Finance Working Paper, pp. 1-59

BERKİ, Ömer, "Cumhuriyetin 75. Yılında Türkiye'de Kurumsallaşma Olgusu İçinde Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın Yeri Ve Önemi", İhracat Genel Müdürlüğü, Ankara, 1998, [http:// www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ekim98/cum75turk.htm](http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ekim98/cum75turk.htm)

BLACK, Bernard, Hasung Jang and Woochan Kim; (2003), "Does Corporate Governance Affect Firm Value? Evidence From Korea", Erişim Adresi: <http://www.rieti.go.jp/jp/events/03010801/pdf/Jang.pdf>, 06/01/2012

BULUT, Hakan; "Küreselleşme ve Kurumsal Yönetim", Uluslararası Ekonomik Sorunlar Dergisi, Sayı:4, Ocak 2002.

BÜYÜKŞALVARCI, Ahmet ve Hasan Abdioğlu; (2010), "BİST Kurumsal Yönetim Endeksi'nde İşlem Gören Şirketlerin Finansal ve Finansal Olmayan Belirleyicileri: BİST İmalat Sektörü Üzerine Bir Uygulama", Muhasebe Öğretim Üyeleri Bilim ve Dayanışma Vakfı(MÖDAV) 3, ss. 119-143

CLAESSENS, Stijn; Corporate Governance and Development, Global CG Forum. Focus I, The World Bank, 2003.

ÇARIKÇI, Hüseyin İlker, Şeref Kalaycı ve İbrahim Y. Gök; (2009). "Kurumsal Yönetim-Şirket Performansı İlişkisi: BİST Kurumsal Yönetim Endeksi Üzerine Amprik Bir Çalışma", Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 1/1, ss. 51-72

DİMAGGIO, P.J. and W.W.Powell (1991), The New Institutionalism in Organizational Analysis, Chicago, University of Chicago Press.

GHERSİ, Gerard; "Küreselleşmenin Akdeniz Gıda Sistemleri Üzerine Etkileri", Çeviren: Fulya Sarvan, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi (1) 2001, 205-218.

GOMPERS, Paul, Joy ISHII and Andrew Metrick; (2003), "Corporate Governance and Equity Prices", The Quarterly Journal Of Economics, 118/1, pp. 107-155

GÖRGÜN, Tuğrul; "Doğrudan Yabancı Yatırımların Tarihsel Gelişimi Çerçevesinde Yatırımların Geliştirilmesinin Etkin Kurumsal Yapılanmaları", TC Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı İGEME, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara, 2004.

GRUSZCZYNSKİ, Marek; (2006), “Corporate Governance and Financial Performance of Companies in Poland”, *International Advances in Economic Research*, 12, pp. 251-259

GÜN, Cengiz; “Kurumsallaşma Anlayışı Ya Da Sorunu”, Erişim Adresi: <http://www.caginpolicisi.com.tr/21/39-40.htm>

JAFFE, D. (2001). *Organization theory: Tension and Change*. New York, McGraw-Hill.

JEPPERSON, R.L. (1999), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago, University of Chicago Press.

KARPUZOĞLU, E. (2001). *Büyüyen ve Gelişen Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma*. İstanbul, Hayat Yayıncılık.

KIM, Hyo Jin, and Soon Suk Yoon; (2007), “Corporate Governance and Firm Performance In Korea” *Malaysian Accounting Review*, 6(2), pp.1-17

MEYER, J. - Rowan, B. (1991). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Chicago, University of Chicago Press.

MİDİLLİ, Ali, “Kimlik Arayışı İçindeki Yönetişim”, Erişim Adresi: <http://www.elegans.com.tr/51/sonbahar2000/html/036.html>

MILLSTEIN, Ira M.; “The Evolution Of Corporate Governance In The United States”, Briefly Told : Background paper For Meeting of The Forum For US-EU Legal-Economic Affaires. Rome, September 12-15, 2001

ODYAKMAZ, Necmi; “Bilgi Teknolojileri, Küreselleşme Ve Kalkınma”, Erişim Adresi: <http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2000/bilgi.htm>.

OMAN, Charles And Steven Fries and Willem Buitter; “Corporate Governance in Developing, Transition and Emerging-Market Economies”, OECD Development Center, OECD,2003

ORRU, M., N. W. Biggart Ve G.G. Hamilton. “Organizational Isomorphism in East Asia.” W.W. Powell Ve P. J. DiMaggio. *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, Chicago: University of Chicago Press, 15, 1991: 361-389.

ÖZEREN B. ve Ö. Temizel; *Kamusal Yönetişim Kamu Sektöründe Kurumsal Yönetişim, Niçin ve Nasıl?*, Sayıştay Yayını, Ankara, 2004.

ÖZKARA, M. (1999). “Koç Holdingin Kurumsallaşma Başarısı” 7. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 27-29 Mayıs, İstanbul.

PAZARCIK, O. (2004). “Aile İşletmelerinin Tanımı Kurumsallaşması ve Yönetişimi”, 1. Aile İşletmeleri Kongresi, 17-18 Nisan, İstanbul.

SEYİDOĞLU, Halil; *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük*, Güzem Yayınları, Bursa, 1992

ULUKAN, C. (2005). “Girişimcilerin ve Profesyonel Yöneticilerin Kurumsallaşma Perspektifi”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:5, Sayı:2, ss.29-42.

VAN Der Berghe, Lutgart; *Corporate Governance In A Globalizing World : Convergence Or Divergence ? A European Perspective*, Kluwer Academic Publishers, 2002.

VILLALONGA, Belén and Raphael Amit; “How The Family Ownership, Control and Management Affect Firm Value”, *Journal of Financial Economics*, 2004.

CİNSİYETE DAYALI REFAH SINIFLANDIRMALARI TEMELİNDE İŞ VE AİLE YAŞAMININ UYUMLAŞTIRILMASI SORUNU

Mehmet Merve ÖZAYDIN*

Öz:

1960'lı yıllardan itibaren bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişim, kadınların işgücü piyasalarındaki etkinliklerini önemli ölçüde artırmıştır. Bu gelişme iş yaşam dengesinin önemli bir boyutunu oluşturan iş ve aile yaşamı arasındaki uyumun sağlanmasına ilişkin tartışmalara hız kazandırmıştır. İş organizasyonlarının karmaşık yapısı ve çalışanlar arasında artan rekabet, iş ve aile arasında uyumsuzluk sorununun, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini derinleştiren bir yapıda ortaya çıkmasına neden olmuştur. Sorunun çözümüne ilişkin aile, devlet ve piyasa arasındaki sorumluluk paylaşımına dayalı modelleme çalışmaları, konunun refah tartışmalarının da gündemine oturmasına neden olmuştur. Ailenin yapısı, ev içi hizmetlerinin ne şekilde sağlanacağı ve devletin bakım hizmetlerine sağlayacağı katkının boyutu, 1990'lı yıllardan itibaren hız kazanan refah sınıflandırması tartışmalarına cinsiyet merkezli yaklaşılmasını gerekli kılmıştır. Bu çalışma iş ve aile yaşamının uyumlaştırılması ve toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri tartışmalarını, cinsiyet temelli refah sınıflandırmaları temelinde analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: İş-Aile Uyumu, İş-Aile Çatışması, Refah rejimi, Cinsiyet, Kadın İstihdamı

HARMONIZATION OF WORK AND FAMILY LIFE ISSUE ON THE BASIS OF GENDER BASED CLASSIFICATIONS OF WELFARE

Abstract:

From 1960's, experienced developments in information and communications technologies have significantly increased the efficiency of women in the labor market. This development accelerated discussions on ensuring harmony between work and family life which constitutes an important aspect of work life balance. The complex nature of work organization and increased competition among employees caused to rise the incompatibility problem between work and family with a structure that deepens gender inequalities. For the solution of the problem, modelling studies based on shared responsibility among family, government and market made the subject become a

* Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, ozaydin@gazi.edu.tr

current issue of welfare discussions. Adoption of a gender- based approach to the welfare classification discussions that speeded up since 1990's was required due to family structure, in what way household services will be provided and to what extend the government will contribute to maintenance of the household services. This study aims to analyze the discussions of harmonization of work and family life and gender inequalities on the basis of gender- based classifications of welfare.

Keywords: Work-Family Balance, Work-Family Conflict, Welfare Regime, Gender, Women Employment

GİRİŞ

Bireyin yaşamının önemli bir bölümünü oluşturan çalışma eylemi, roller ve sorumluluklar yönünden özel yaşamla kesişebilen ve bu kesişiminin sonucunda her iki alanı da olumsuz etkileyebilen bir niteliğe sahiptir. Toplumsal yaşam içinde bireyden sadece çalışma ve gelir merkezli işlevler beklenmemektedir. Toplumsal işbölümü, bireyi işi dışında çeşitli rol ve görevlerle donatmış durumdadır. Yaşamın önemli bir parçası olan aile hayatının sürdürülmesi, buradaki hizmetlerin örgütlenmesi ve görülmesi, çocuk, yaşlı ya da hasta bakımlarının yapılması bu görevlerden sadece birkaçıdır. Bu görevlerin kim tarafından ne şekilde yerine getirileceği ise genellikle toplumsal işbölümünün nasıl kurgulandığı, rollerin ne şekilde paylaşıldığı ve sorumlulukların ne ölçüde üstlenildiği gibi bir grup sorgulama sonucunda ortaya çıkabilecektir.

Toplumsal ilişkiler sisteminin yanında devletin de bir refah düzenleyicisi olarak hizmet sorumluluğuna ortak olması, devletin sosyal niteliğinin gelişimi ile paralel yakın bir geçmiş içinde gerçekleşmiştir. Devletin iş ve yaşam dengesinin sağlanması konusundaki müdahalesini iki yönlü olarak ele almak mümkündür. Bunun bir boyutunu sosyal gerekçelerle bakım hizmetlerine destek olma süreci oluştururken, diğer yönünü ise iş hayatının, bireylerin aile içindeki rolleriyle uyumlu bir şekilde düzenlenmesi çalışmaları oluşturmaktadır. Bakım hizmetlerine sosyal gerekçelerle sağlanan destekler, eğitim, sağlık, sosyal hizmet gibi insan kaynaklarının geliştirilmesi politikaları ile yakından ilişkilidir. Çalışma hayatı merkezli müdahaleler ise çalışma hayatında aile içindeki sorumluluklara bağlı olarak ortaya çıkabilecek eşitsizlik ve ayrımcılık uygulamalarını engelleme ve bu yolla toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri ile mücadele gibi sonuçlara hizmet etmektedir.

İş ve aile arasındaki uyumun sağlanarak, birey, örgüt ve toplumsal açıdan istendik sonuçlara ulaşılması, bu alandaki düzenleme ihtiyacının temel nedenidir. İş ve aile arasındaki uyum, iş yaşam dengesinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Bireyin iş ve özel hayatı arasında herhangi bir çatışmanın

bulunmaması ya da düşük düzeyde tutulması olarak tanımlanabilecek iş yaşam dengesi kavramı, bireyin bu yaşam alanlarıyla ilişkili olan rollerinde aynı tatmin düzeyine ulaşabilmesini ifade etmektedir. İş yaşam dengesine ilişkin bir diğer tanım da bireyin işine ve yaşamına ilişkin tatmininin dengede olması durumudur. (Lockwood,2003;akt.Ballica,2010:1)

İş yaşam dengesinin sağlanmasına ilişkin sorunların şiddeti, bireylerin iş yaşamı dışında üstlendikleri rollerin ağırlığına göre değişim gösterebilmektedir. Buradaki en önemli farklılık cinsiyet temelinde ortaya çıkmaktadır. Toplumun, kadın ve erkeklere cinsiyet ile ilişkilendirerek verdiği sosyo-kültürel ve davranışsal özellikler ve bununla uyumlu beklentiler toplumsal cinsiyet olarak ifade edilmektedir. Modern toplum yaşantısında kadının çalışma hayatındaki yerinin büyümesi sonucu modern ve geleneksel rolleri bir arada sürdürmek zorunda kalması, kadın üzerindeki ekonomik ve sosyal baskının artmasına neden olmuştur. Bu baskının toplumsal yaşamdaki karşılığı toplumsal cinsiyet eşitsizlikleri iken, iş yaşamında da ayrımcılık ve eşitsizlik uygulamaları olarak belirmektedir.

II.Dünya Savaşı sonrasında gelişmiş batı toplumlarında refah yatırımlarının hızla artan payı, bu yapının sürdürülebilirliğine ilişkin modelleme çalışmalarının hız kazanmasına neden olmuştur. Bu süreçte küresel nitelikte ve sıklıkla yaşanan ekonomik krizler, bu harcamaların boyutunu sorgulanır hale getirmiştir. Bu tartışmanın önemli sonuçlarından biri de refah rejimlerinin sınıflandırılması ve karşılaştırılmasına ilişkin çalışmaların hız kazanması olmuştur. Refah devleti sistemlerinin sınıflandırılmasına ilişkin en çok benimsenen tasnif Danimarkalı sosyal bilimci Gosta Esping-Andersen'e aittir. (Özdemir,2004:999) 1990'lı yıllardan itibaren Esping-Andersen tarafından refah rejimleri sınıflandırılmasına çok sayıda katkı ve eleştiri yapılmıştır. Bu eleştirilerin içinde belki de en önemli grubu cinsiyet temelinde refah sınıflandırmalarına yaklaşanlar oluşturmaktadır. Cinsiyete dayalı refah yaklaşımlarının, kadın ve erkelerin istihdamdaki durumu, erkeğin geliri elde etme karakteri, bakım hizmetlerinin kim tarafından yapıldığı, bakım hizmetlerine ilişkin kamusal desteklerin ne şekilde örgütlendiği gibi iş ve aile yaşamı uyumuna ilişkin birçok tartışmayı içinde barındırdığı görülmektedir. İş ve aile arasındaki uyumun sağlanmasına yönelik politika araçlarının refah rejimi içindeki yerinin belirlenmesi ve diğer politika alanları ile uyum içinde sürdürülebilirliğinin sağlanması, refah modelinin yapısı ile yakından ilişkilidir. Çalışmamız iş ve aile yaşamı uyumuna yönelik, cinsiyet temelli refah yaklaşımlarının teorik ve politik yaklaşımlarını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu çerçevede son dönemde ülkemizde de doğum ve bakım hizmetlerine ilişkin planlanan yasal düzenlemeler ile gündeme gelen işgücü piyasaları ve aile politikalarının uyumu inceleme konusu yapılacaktır.

I) İŞ-YAŞAM VE İŞ-AİLE DENGESİNE İLİŞKİN KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Geleneksel üretim ilişkilerinde erkeğin üretim ve kazanç sistemindeki ağırlıklı rolü, aile içindeki hizmetlerin hemen hemen tamamının kadınlar tarafından gerçekleştirildiği bir işbölümünü ortaya çıkarmıştır. Kadınların toplumsal işbölümündeki rollerine ilişkin bu geleneksel yapının modern toplum yaşantısına da önemli ölçüde transfer edildiği görülmüştür. Özellikle annelik rolü üzerinden pekiştirilen bu işbölümünün, kadınların da işgücü piyasasına katılmasının yaşamsal bir zorunluluk olduğu Sanayi Devrimi'nin ilk dönemlerinden itibaren, aile ve toplum hayatı üzerinde yıkıcı izler bıraktığına şahit olunmuştur. Bu deneyimlerin ışığında şekillenen sosyal refah anlayışının, çalışma yaşamında eşitliği sağlama amacına yönelik pozitif ayrımcılık uygulamalarını da içerecek şekilde yapılandığı görülmüştür. 20. Yüzyılın başından itibaren kadınlara yönelik çalışma saati, işyeri şartları ve ücret eşitliğine yönelik çalışmaların temelinde, kadınların iş ve aile hayatı arasındaki dengeyi tesis etmek ve toplumsal yaşamın sürekliliğini sağlamak gibi amaçların ağırlıklı olduğu görülmektedir.

Bireyin genellikle bilgi ve becerisine uygun bir iş bularak çalıştığı zamanı ifade eden çalışma yaşamının, çalışma dışı yaşam alanından tamamen bağımsız olduğunu söylemek güçtür. Çalışma yaşamı içinde elde edilen gelir ve statü, çalışma dışı yaşamın da altyapısını hazırlamaktadır. Bireyin çalışma dışı alanını şekillendiren önemli bir etmenin iş yaşamında elde ettiği gelir olması, iş yaşamı ile çalışma dışı yaşam arasındaki doğrudan ilişkiyi gösteren önemli bir unsurdur. (Keser, 2003:6)

İş ve aile yaşamı arasında uyumun gereği gibi sağlanamaması, çeşitli çatışma durumlarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Greenhaus ve Beutell (1985) tarafından yapılan çalışmada iş ve aile yaşamı çatışması; zaman, gerilim ve davranışa bağlı çatışma olmak üzere üç grupta sınıflandırılmıştır. Rol gereksinimlerini yerine getirebilmek için zamana bağlı çatışmalar ilk grubu oluşturmaktadır. Gerginliğe bağlı çatışmalar ise ağırlıklı olarak psikolojik kökenlidir. Bireyin iş ya da aile yaşamında ortaya çıkan olumsuzlukların diğer rolün gereklerini yerine getirmesini engellemesi durumudur. İş ve aile yaşamında üstlenilen rollerin uyumsuzluğu nedeniyle ortaya çıkan davranışa bağlı çatışmalar da, farklı rollerin gereği olarak yapılması beklenen davranışlardaki uyumsuzluk olarak tanımlanabilmektedir. (Özmete, Eker,2012:5) Bireyin iş ve aile yaşamı arasındaki çatışmanın boyutları ve bu alandaki etkileşimin bilinmesine karşın literatürde çokça

çalışılmış da değildir. Son dönemde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örgüt Yönetimi konularında yapılan araştırmalar, düşük verim ve performans gibi sorunlarda iş ile ilgili faktörlerin yanında aileye ilişkin özelliklerin de inceleme konusu yapıldığı görülmüştür. (Özdevecioğlu;Doruk,2009:74)

Bireyin yaşam doyumu, yaşamının iki büyük parçasını oluşturan iş ve çalışma dışı yaşam alanlarında sağladığı doyuma göre şekillenmektedir. Bu durum her iki yaşam alanının birbirini olumlu ya da olumsuz olarak etkileyebileceği, iş ve yaşam dengesinin de yaşam doyumunun en önemli belirleyicilerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır. Bireyin çalışma eylemine bağlı olarak iş hayatına ilişkin tatminini belirleyen unsurları belirlemek, çalışma dışı alana göre daha kolaydır. Ancak çalışma dışı alan, başta aile olmak üzere kişinin her türlü eylemine konu olabilecek bir niteliğe sahip olduğundan buradaki tatmin düzeyi ve araçlarının belirlenmesi daha güçtür. Ancak toplumsal yaşamın aile temelinde yapılanması, buradaki en belirleyici unsurlardan biri olarak aileyi ve ona ilişkin rolleri ön plana çıkarmaktadır. Dolayısıyla iş ve yaşam dengesi kavramının, iş ve aile dengesini de kapsayan bir büyüklüğe sahip olduğu söylenebilir. Bu bağlamda iş ve aile dengesi kavramının daha geleneksel bir karakteri yansıttığı, modern yaşam gereklilikleri içinde daha çok iş yaşam dengesi kavramının kullanıldığını ve yaşam dengesi ve yaşam doyumu gibi kavramlarla da ilişkilendirdiği görülmektedir. (Lockwood, 2003:3-4) İş ve yaşam dengesinin kurulamaması çoğu zaman bir çatışma sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bireyin çalışma hayatı ve aile içindeki rolleri arasındaki çatışma, sorumlulukların gereği gibi yerine getirilmesini engellemekte, bu durum iş hayatında verimsizlik, işinden ayrılma gibi sonuçlar doğururken, aile hayatında ailenin dağılmasına kadar gidebilecek bir sürecin başlangıcını oluşturmaktadır.

İş ve yaşam dengesine ilişkin kuramsal yaklaşımların 20. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren geliştiği görülmektedir. Yaklaşımların iş ve iş dışındaki yaşam arasındaki etkileşimin boyutuna göre yapıldığı görülmektedir. Bu yaklaşımların başlıcaları arasında; “rol”, “taşma”, “dengeleme”, “bölünme”, “araçsallık”, “çatışma”, “dağılma” sayılabilir. (Keser, 2003:152-162; Ballica, 2010:6-9; Özmete;Eker,2012:5-9)

İş ve aile yaşamı arasındaki uyumsuzluğun bir soruna dönüşmesi, bireysel yaşam ile iş ve aile yaşamı arasındaki roller arasındaki çatışmanın bir sonucudur. Buna göre, bir rolü üstlenen bireyin kendisinden gerçekleştirilmesi beklenen başka rolleri yerine getirememesi nedeniyle ortaya çıkan olumsuzluk durumu iş ve aile yaşamı arasındaki çatışmanın nedenini oluşturmaktadır. (Kahn vd.,1964:13;akt.Özmete;Eker,2012:3) Bireyin aile yaşamına ilişkin rolleri ile çalışma hayatına ilişkin kariyer rollerinin çatışması, çoğu zaman bireyin zorunlu olarak bir rol kümesini öncelemesine neden olmaktadır. Bu

zorunluluk çoğu zaman bireyin yaşam doyumu üzerinde olumsuz etkiye sahip bir durum olarak ortaya çıkabilmektedir. Kariyer tercihi nedeni ile çocuğunun eğitim süreçlerine destek veremeyen ya da çocuğunun hastalığı nedeni ile kariyerinden fedakarlık yapan ebeveynlerin durumunu, bu rol tercihleri için örnek verebilmek mümkündür.

İş yaşam dengesini tanımlamaya çalışan diğer bir kuramsal yaklaşım da taşıma yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre bir yaşam alanındaki tutum ve davranış ve tecrübelerin diğer yaşam alanına geçtiği varsayılmaktadır. (Dolan; Gosselin, 1993; akt. Keser, 2003:153) Bireylerin iş ve özel yaşamlarındaki olumlu ve olumsuz gelişmelerin karşılıklı etkileşimin bir sonucu olarak her iki alanda etkiler yaratması doğaldır. İş ve yaşam dengesini açıklamaya çalışan bir diğer yaklaşım olan dengeleme yaklaşımında, bir yaşam alanındaki tatminsizliğin diğer yaşam alanına daha fazla ağırlık verilerek giderilmesi esastır. Ağırlık verilen yaşam alanı, diğer alandaki eksikliğin giderilmesinde önemli bir role sahip olacaktır. İşyerinde monoton ve düşük beşeri ilişkilerin yaşandığı bir işyerinde çalışan bireyin, özel hayatında sosyal faaliyetlere daha fazla zaman ayırarak bir dengeleme içerisine girmesi mümkün olacaktır. (Keser, 2003:155)

İş ve özel yaşam arasındaki etkileşimi reddederek iki alanın birbirinden bağımsız olduğunu savunan bölünme yaklaşımı, modern toplumlarda iş ve özel yaşamın birbirinden kesin hatlarıyla ayrılabilmesini savunmaktadır. Araçsallık yaklaşımı ise bireyin bir yaşam alanında arzu edilen bir durumu elde etmek için diğer yaşam alanını kullanması olarak ifade edilebilir. (Keser, 2003:156-158) Birey için yaşam içinde hangi alan öne çıkıyor ve tatmin düzeyi değer kazanıyorsa o alana ilişkin roller önem kazanmaktadır. Bu durum diğer yaşam alanına ilişkin rollerin araçsal bir niteliğe dönüştüğünü de ortaya koymaktadır.

İş ve yaşam alanları arasında dengelenmesi mümkün olmayan bir mücadele olduğu varsayımına dayanan çatışma kuramı, bireylerin iş ve yaşam süreçleri için sınırlı bir zaman ve enerjisi olduğu düşüncesinden hareket etmektedir. Bu sınırlılık bireyin çatışma durumuna düşmesine neden olmaktadır. İş ve yaşam doyumu ilişkisinin aynı anda ortaya çıkabileceği iddiasını ifade eden dağılma yaklaşımı da çalışma yaşamında elde edilen doyumun bireyin yaşam doyumunu doğrudan etkilediği düşüncesine dayanmaktadır. Bireyin iş yaşamında elde ettiği birikimlerini iş dışı yaşamda kullanabilmesi bu durumun en önemli nedenlerinden birisidir. Bununla birlikte iş yaşamındaki işi kaybetme gibi olumsuzlukların da yaşam doyumu üzerinde yıkıcı etkilere sahip olduğu görülebilmektedir. (Keser, 2003:158-162)

İş ve yaşam dengesini sağlamaya yönelik kuramsal yaklaşımlar bu iki alan arasında uyum gereğinin önemine vurgu yapmaktadır. İki alana ilişkin tatmin düzeylerini yakalayamayan bireylerin hem iş hayatlarında hem de aile ve özel hayatlarında mutsuz ve başarısız oldukları görülmektedir. İş ve aile

yaşamındaki dengenin birey, toplum ve organizasyonlar üzerindeki diğer bazı faydalarını şu şekilde sıralamak mümkündür.(Kapız,2002:141) İş ve aile yaşamı dengesi; yaşam kalitesi ve ruhsal sağlığı geliştirir, bireyin toplumun huzuruna katkısını artırır, çocuk bakım kalitesinden duyulan memnuniyet verimliliği artırırken işe devamsızlığı azaltır, çalışanların moral ve motivasyonlarını artırır, kamu ve özel kurumları etkileyebilen bilgili vatandaşların sayısının artmasını ve çocukların sağlıklı gelişmesine katkı sağlar.

Günümüz çalışma hayatının rekabetçi yapısı, dinamik bir çalışan tipini talep etmektedir. Bilgi, beceri ve yetenek düzeyini sürekli geliştirme arzusu içinde olması beklenen bu çalışanın iş ve aile yaşamı arasındaki uyumu engelleyen sorunları belirli bir düzeyde çözmüş olması beklenmektedir. Bu çözümleri tüm çalışanların aynı düzeyde belirleyebilmesi şüphesiz mümkün değildir. Toplumsal işbölümünün bir sonucu olarak toplumsal cinsiyet yaklaşımıyla kadınlar için belirlenen rollerin ağırlığı, iş ve aile arasında sağlanacak uyumun daha güç kurulmasına neden olmaktadır. Bu zorlukla başa çıkmada başta devletin refah hizmetlerinin sunumu olmak üzere çeşitli mekanizmalara ihtiyaç duyulduğu açıktır. İş yaşam dengesinin sağlanması yönündeki çabalar hiç şüphesiz çok paydaşlı çalışma hayatının birçok aktörünü ilgilendiren bir karaktere sahiptir. Bu çerçevede çalışmamamızın sınırlılığını devletin sorumluluk alanındaki yasal düzenleme ve kurumsal destekler oluşturmaktadır.

II) CİNSİYET TEMELLİ REFAH SINIFLANDIRMALARI

Batı toplumlarında Sanayi Devrimi ile başlayan üretim ilişkilerinin değişimi ve dönüşümü sürecinde devletin liberal bakışının zaman içinde sosyal bir yöne evrildiği görülmüştür. Bu bağlamda minimal devlet uygulamaları ile kendini gösteren liberal devletin, 20.yüzyılın ikinci yarısından itibaren refah politikalarını kendisine hedef edinen yeni bir yapıya dönüştüğüne şahit olunmuştur. Kısaca refah hizmetlerinin sunumunu amaç edinen refah devleti kavramı, devletin birey, aile ve toplumsal önceliklerle müdahale gücünü artırması olarak da ifade edilebilir.

Esping-Andersen'in 1990 tarihinde yazdığı "Three Worlds Of Welfare Capitalism" (Refah Kapitalizminin Üç Dünyası) isimli kitabı, refah sınıflandırmasında piyasadan bağımsızlaştırma (dekomodifikasyon) olarak tanımlanabilecek bir eksenle refah modellerinin tasnifini açıklamıştır. Piyasadan bağımsızlığı, devletin refah hizmetlerini sunmada kapsam ve müdahalelerini genişletmesi ile açıklamaya çalışan Andersen, liberal, muhafazakar ve sosyal demokrat rejim tipleri ile üçlü bir sınıflandırmayı ortaya

koymuştur. Esping-Andersen sınıflandırmasında, liberal modeli piyasa ilişkilerinin hakimiyetine, muhafazakar modeli aile ve tabakalandırılmış sosyal koruma sistemine ve sosyal demokrat modeli de vatandaşlık temelinde örgütlenmiş evrensel haklara dayandırmıştır. Buna göre liberal modelde piyasa, muhafazakâr modelde aile ve sosyal demokrat modelde de devlet, refahın en güçlü sağlayıcısı olarak ortaya çıkmaktadır. Bir dizi eleştirinin ardından 1999 yılında ikinci çalışmayı yapan Andersen, bu kez de aileden bağımsızlaştırma (defamilizasyon) kavramı üzerinden bir sınıflama oluşturmuştur. Aileden bağımsızlaştırma yetişkin bireylerin aile ilişkilerinden bağımsız bir şekilde, ücretli bir iş ya da sosyal güvenlik hizmetleri aracılığıyla sosyal kabul görmüş standartlarda yaşamlarını sürdürmesi derecesi olarak tanımlanabilmektedir. (Bütün,2010:29) Aile bağlarının daha kuvvetli olduğu Güney Avrupa refah yapılarında kamunun aile hizmetlerine yönelik yaptığı harcamalar en düşük düzeyde olup bunu Kıta Avrupa'sı ülkeleri izlemektedir. (Özdemir,2004:118) Andersen'in her iki çalışmasının ortak yönü, refah hizmetlerinin piyasa ve aileden bağımsızlaştırılarak kamusal bir sorumluluğa dönüşümünün, farklı refah devleti yapılarını ortaya koyacağıdır. Aileden bağımsızlaştırma bakım hizmetlerinin kolayca kamusal alana taşınabileceği iddiasına dayansa da bunun her zaman kolay olmayacağı da açıktır. Bakım işlerinin pasif ve duygusal yönü kadın üzerinde daha belirleyici bir etkiye sahip olup aynı zamanda toplumsal cinsiyetçi kimlik oluşumunun bir parçasıdır. Bu özellik bakım hizmetlerinin tamamen aileden bağımsızlaştırılmayacağı ve metalaştırılmayacağına göstergesi durumundadır. Refah devletinin yeniden yapılanmasına yönelik tartışmalar aile ve enformel bakıma olan ihtiyacı da artırmıştır. (Alcock v.d.,2011:226)

Esping-Andersen'in refah sınıflandırmasına bağlı kalınarak yapılan modellemede çocuk bakım hizmetlerini üç grupta inceleyebilmek mümkündür. Birinci grubu, kadınların işgücü piyasasına yoğun olarak katıldığı, eşitlikçi politikaların hakim olduğu ve kamusal bakım hizmetlerinin yaygınlaştığı “çifte emekçi model” oluşturmaktadır. İkinci grup kamusal desteklerle kadınların ev içi hizmet sunabilmelerinin desteklendiği ve kadınların işgücü piyasasına katılımlarının sınırlı olduğu “aile destek modeli” oluşturmaktadır. Üçüncü ve son grubu ise bakım hizmetlerinin piyasa çerçevesinde sunulduğu ve kamusal nitelikteki bakım hizmetlerinin sınırlı olduğu “piyasa modeli” oluşturmaktadır. (Kalfa,2010:197-198) Esping-Andersen'in refah sınıflandırması ile uyumlu olan bu yapılanmada, Kıta Avrupa'sının muhafazakar ve aile merkezli rejimi, aile destek modeline, İskandinav ülkelerinin sosyal demokrat ve evrensel haklara dayalı rejimi çifte emekçi modele ve liberal ülkelerin, kamu müdahalesi ve yasal düzenlemelerin sınırlı olduğu piyasa temelli rejimini de piyasa modeli ile eşleştirmek mümkündür.

Esping-Andersen'in sınıflandırmalarına yönelik eleştirilerin geniş bir yelpazeyi içermesi, eleştirilerin de sınıflandırılmasını gerekli kılmaktadır. Ailenin refah sunumundaki rolünü dikkate almaması, birçok gelişmiş ekonomik sisteminin modellenememesi ve Güney Avrupa gibi önemli bir coğrafyanın refah yapılarını tanımlayamaması bu eleştirilerden sadece birkaçıdır. Ancak eleştirilerde açık ara öne çıkanlar, sınıflandırmayı erkek merkezli bularak cinsiyet eksenini dikkate almamakla Andersen'i suçlayanlar olmuştur. (Kemeny,1995:88) Bu çerçevede feminist yaklaşımlarla yapılan ve Andersen'i "cinsiyet körlüğü" içinde bulunmakla suçlayan eleştirilerin önemli bir ağırlığa sahip olduğu görülmektedir. Bu eleştirilerin odağında kadınların işgücü piyasasındaki rolleri ile ev hizmetleri bağlamındaki toplumsal sorumlulukları arasındaki etkileşimin görmezlikten gelinmesi yatmaktadır. Toplumsal cinsiyet temelli yapılan eleştirilerin en önemlisi Lewis'in erkek aile reisinin rolünü (male breadwinner) esas alarak yaptığı sınıflandırmadır. Kadın ve erkek arasında keskin bir işbölümüne dayanan, gelir sağlayıcı erkek ve bakım işlerini üstlenen kadın modeline göre refah rejimlerini sınıflandıran Lewis, kadının ev hizmetlerinden tamamen sorumlu olduğu ve çalışmadıkları modelden, erkekle birlikte çalıştıkları (çift gelir kazanan) ve bakım hizmetlerini paylaştıkları bir modele doğru sınıflandırmasını gerçekleştirmiştir. Lewis (1992) erkek aile reisinin güçlü, orta ve zayıf olarak sınıfladığı yapı içinde İngiltere ve İrlanda'yı güçlü aile reisi modeline, Fransa'yı orta aile reisi modeline ve İsveç'i de düşük aile reisi modeline örnek göstermiştir. (Dedeoğlu, 2012:213) İsveç'in içinde bulunduğu sosyal demokrat refah rejimleri, iş ve aile yaşamının uyumlaştırılması politikalarını, kamusal nitelikteki politikalarla aileden alarak devlete transfer eden bir yapıda örgütlenmiştir. Bu politikalar ile bir yandan piyasaya dayalı refah uygulamalarının en aza indirilmesi ve aile yaşamının iyileştirilmesi hedeflenirken, diğer yandan aile sorumluluklarından bağımsız kadının cinsiyet eşitsizlikleri ile mücadelesi de desteklenmektedir. (Blundson;McNeil,2006:72; akt.Kağnıcıoğlu,2013:28)

Kadının çalışması yanında aile içindeki rolünün anne yada eş olması üzerinden üçlü bir ayırım oluşturan Sainsbury (1996), kadını çalışan, anne ve eş olarak üç farklı yapı içinde sınıflamıştır. Orloff ise refah devletlerini kadınlara kendi başlarına bir hayat kurabilme kapasitesi sağlayıp sağlayamadığına göre sınıflandırmaya tabi tutmaktadır. (Orloff,1993; Dedeoğlu,2012:214) Refah devletine ilişkin yapılacak düzenlemelerde toplumsal cinsiyet rollerinin önemine işaret eden Orloff, refah devletinin toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini gidermede üstleneceği role ilişkin önemli bir tartışmanın yapılmasına da öncülük etmiştir. Devletin eşitsizlikleri gidermedeki fonksiyonunu, evlilikte kadının ev içi sorumluluk paylaşımına yapacağı müdahalelerle tanımlayan Orloff, gelir yükünün kadının üzerinde olduğu ailelerin yaşam koşullarına yapılacak müdahalelerle de cinsiyet eşitsizliklerinin giderilmesi yönünde katkı

sağlanabileceğini savunmaktadır. (Orloff, 1993:321) Refah rejimlerinin kadınların toplumsal konumlarına etkilerini piyasa, devlet ve aile üçlemesi içerisinde inceleyen Orloff, refah rejimlerinin kadınların işgücü piyasalarındaki eşitsiz konumlarını pekiştirdiğini savunmaktadır. Erkeklerin refah taleplerini genellikle ücretli bir iş üzerinden gerçekleştirdiği buna karşın kadınların gerek işgücü piyasasına erişim kısıtı ve bakım hizmetleri sorumluluklarından dolayı ücretli iş taleplerinin sınırlı olduğuna şahit olunmaktadır. Bu durum birçok Batı Avrupa ülkesinde kadınların aile ya da evlilik durumu (örneğin annelik ya da eşi vefat etmiş olmak) üzerinden refah talebinde bulunmalarına neden olmaktadır. Bu bağlamda refah devletlerinin kadınlara aile ya da evlilik statüsü üzerinden tanıdığı refah hizmetlerinin, düşük miktarlarda ve sıkı hak ediş kriterlerine bağlı olarak verildiği görülmektedir (Orloff, 1993:314-315; akt.Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Politika Forumu, 2011:13)

İş ve aile yaşam dengesinin sağlanmasında cinsiyet merkezli bir diğer yaklaşım da Jensen'e aittir. Bakımın kimin tarafından yapıldığı, ödemenin kimin tarafından yapıldığı ve ne kadar yardım sağlandığı sorularını sorarak bir sınıflama önerisinde bulunan Jensen (1997), bakım hizmetlerinin devletçe sağlandığı refah uygulamalarını kadınların işgücü piyasalarında daha görünür oldukları ve eşitlikçi modeller olarak tanımlamaktadır. Devletin toplumsal cinsiyete ilişkin duyarlılığını ölçmede bakıma ilişkin düzenlemelerin ne şekilde örgütlendiği yaklaşımını geliştiren Hobson (1994), bu olanakları, kurumsal hizmet sunumu, hizmeti satın alacak parasal destek ve kadının evde kalması için para yardımı sağlanması üzerine üç grupta sınıflandırmıştır. (Dedeoğlu,2009:44) Bakım hizmetlerine yönelik yardımların kadınların işgücü piyasalarına katılımını etkileyecek düzeyde yüksek olması, ev yaşamının tercih edilerek istihdamdan vazgeçilmesine neden olabilmektedir. Örneğin Fransa'da ailelere doğrudan nakit transferi uygulamaları, düşük gelirle çalışan kadınların ev yaşamını tercih etmeleri ile sonuçlanmıştır. Annelerin finansal gerekçelerle işgücü piyasalarından çekilmelerinin kadın istihdamı üzerinde olumsuz bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. (Silvera,2010:165)

İş ve yaşam dengesinin sağlanmasında en önemli politika alanlarından birini de aile politikaları oluşturmaktadır. Ejrnaes ve Boje (2008) Avrupa refah yapılarında aile politikaları üzerinden bir sınıflandırmaya girmiştir. Buna göre, çalışma süreleri, doğum izni ve çocuk bakımı ekseninde ortaya çıkan aile politikaları beş temel grupta sınıflandırılmıştır. Birinci grupta, yüksek düzeyde çocuk bakımı, yüksek doğum izni ödemeleri ve yarı zamanlı çalışma modeli ile geniş aile politikaları yer almaktadır. Kısa dönemli doğum izni ve yarı zamanlı çalışma temelli politikaları ise doğum izni sürelerinin sınırlı olduğu ve çocuk bakım hizmetlerinin yetersizliğinden dolayı annelerin genellikle yarı zamanlı işleri tercih ettiği ya da işgücü piyasasından çekildiği bir modellemeye karşılık

gelmektedir. Uzun dönemli doğum izni ve yarı zamanlı çalışma modelinde ise uzun izin süreleri ardından düşük saatlerde düşük ücretlerle çalışma imkanları sunulmaktadır. Aile bakım modelinde düşük doğum izni süreleri sonrasında işgücü piyasasından çekilen anneler hakim görünümü oluşturmaktadır. Son gruba oluşturan genişletilmiş ebeveyn izni modelinde ise annelerin bakım hizmetlerini uzun dönemli izinlerle geçirmelerinin ardından tam zamanlı istihdama döndükleri ve bakım hizmetlerinin informal şekilde sürdürüldüğü bir yapı mevcuttur. (Ejrnæs;Boje,2008:10-14; akt.Kurnaz;Atalay,2013:32-35)Bu sınıflandırmanın sonucu olarak en yüksek maliyetli seçenek olarak öne çıkan geniş aile politikaları uygulamaları içinde İsveç, Danimarka, Belçika ve Fransa'yı; kısa dönemli doğum izni ve yarı zamanlı çalışma modelinde İngiltere ve Hollanda'yı; uzun dönemli doğum izni ve yarı zamanlı çalışma modelinde Almanya ve Avusturya'yı; aile bakım modelinde İspanya, Yunanistan ve İtalya'yı ve son olarak genişletilmiş ebeveyn izni modelinde de Macaristan, Polonya ve Finlandiya'yı sayabilmek mümkündür.

Ailenin refah rejimlerinin anahtar bileşeni olması, aileyi dışlayarak oluşturulan devlet-merkezli analizlerin eksikliğini ortaya koymaktadır. Kadının aile içinde ücretsiz bakıcı olarak üstlendiği rol, Akdeniz refah rejimlerinin temel karakteristiğini de ortaya koymaktadır. Refah devletinin ortaya çıkardığı yüksek maliyetlerle başa çıkmada aile merkezli modellerin daha başarılı olduğu, liberal modeldeki dönüşümlerin de aile ağırlıklı olarak dönüştüğü görülmektedir. Sosyal refah araştırmalarında temel birim olarak bireylerin seçilmesi, kültürel kaynakların araştırmalara konu edilmemesi, ailenin gelişmiş sanayi toplumlarında rolünün iyi anlaşılması önünde önemli bir engeli oluşturmuştur. (Moreno,2006:376-377)

Son olarak da Walby refah devleti reformlarının toplumsal cinsiyet ilişkileri üzerindeki etkilerini, toplumsal cinsiyetin aile içi formdan kamusal forma dönüşmesi ile açıklamaktadır.(Dedeoğlu,2012:215) Devlet merkezli dönüşümü (welfare state-led) ifade eden İskandinav modelinin devlet eliyle sağlanan bakım hizmeti desteğinin kadınların işgücü piyasasına katılımları artırdığı görülmüştür. Bu modelin ülkelerinde çocuk bakım hizmetleri kamusal olarak finanse edilmekte ve ailelere önemli destekler sağlanmaktadır. Anne ve babanın çocuk bakım hizmetlerine ortak kılındığı İskandinav modelinde, cinsiyet eşitliği çocukların refahı kadar önemli bir kavram olarak değer görmektedir. (Kağncıoğlu,2013:29) Refah devleti reformlarının toplumsal cinsiyet üzerindeki etkisini inceleyen bir diğer dönüşüm de piyasa merkezli (market-led) dönüşümdür. Daha çok liberal karakterdeki Amerikan modeline karşılık gelen dönüşüm, kadınların işgücüne katılımını piyasa merkezli düzenlemeler ile gerçekleştirmektedir. Avrupa Birliği tarafından geliştirilen düzenleyici politika merkezli dönüşüm (regulatory policy-led route) ise sosyal

içerme hedefli kadınların bakım ve çalışma eylemlerinin uyumlaştırılmasına yönelik uygulamaları amaçlamaktadır.

Refah sınıflandırmalarına cinsiyet temelli yaklaşımların önemli bir bölümünün hedefi, kadınların bakım hizmetlerindeki toplumsal cinsiyete dayalı rollerinin ne kadarının kamusal nitelikteki sosyal refah politikaları ile yerine getirildiği ve kadının işgücü piyasasına katılımına olanak sağladığına ilişkin bir yapının kurulmasına yöneliktir. Bakım hizmetlerinin refah rejimleri içindeki yerinin tespiti, refah devleti ile toplumsal cinsiyet ilişkisinin ve kadınların çalışma eğilimlerinin anlaşılabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Bakım hizmetlerinin kurumsallaşmamış enformel ilişkilere dayalı olması refah devletinin “geleneksel” karakterine vurgu yaparken, kamusal refah hizmetleri düzenlenmesi “kadın dostu” refah yaklaşımına karşılık gelmektedir. (Bütün,2010:33-34)

III) İŞ VE AİLE YAŞAMINA İLİŞKİN UYUMLAŞTIRMA UYGULAMALARI

İş ve aile yaşamını uzlaştırma politikaları en basit ifadesi ile haneye ve işe ilişkin sorumlulukların dengeli kılınması sürecidir. Bu çerçevede iş ve aile yaşamını dengeleyici politikalar; hane ve hanehalkının bakımına yönelik ev içi iş yükleri ile işe ilişkin sorumlulukların uyumlaştırılmasına yönelik, yasal, kurumsal ve sosyal destek mekanizmalarını geliştirmeyi hedefleyen politikalarlardır. Bu politika grubu, işe ilişkin yasal düzenlemeler, bakım hizmetlerine ilişkin kurumsal mekanizmalar ve ailelere yönelik transferler olmak üzere üç başlıkta sınıflandırılabilir. (İlkaracan,2010:8) İş ve aile yaşamının uzlaştırma politikalarının yasal yönünü işyerinde çalışana yönelik düzenlemeler oluşturmaktadır. Bunlar arasında; hamilelik ve doğum izinleri, süreleri, ödenekleri ve kullanım koşullarına ilişkin yasalar, babalık ve ebeveyn izinlerine ilişkin yasal düzenlemeler, çocuk dışındaki diğer bakım yükümlülüklerine ilişkin düzenlemeler, düzgün iş çerçevesine uygun olarak biçimlenen düzenlemeler ve işverenle çalışanın karşılıklı olarak düzenleyeceği güvenceli esneklik uygulamalarını sayabilmek mümkündür. Kurumsal mekanizmalar olarak ifadesini bulan uygulamalar ise daha çok bakım hizmetlerine ilişkin düzenlemeleri içermektedir. Bu uygulamalar arasında da; okul öncesi çocuk bakımı ve eğitime yönelik yaygın, erişilebilir ve güvenilir kurumlar ve hizmetler, okul çağındaki çocuklar için okul dışı bakım ve eğitime yönelik kurum ve hizmetler, yaşlı ve engelli bakımın kurumsal bakım ve hizmetleri sayabilmek mümkündür. İş ve aile yaşamının uyumlaştırılması politikalarının bir diğeri de bakım hizmetlerinin karşılanması amacıyla ailelere yapılan nakit transferlerdir. Nakit transferlere dayalı uygulamaları, kadının geleneksel toplumsal cinsiyet rolüne dayalı ataerkil aile yapısını destekleyici,

cinsiyet ayrımcılığını pekiştirici, kadını emek piyasasından dışlayıcı ve asgari gelir düzeyinde yoksulluğu kurumsallaştırıcı niteliğinden dolayı eleştirilmektedir.

Çalışma ve gelir elde etmenin erkeğe, annelik işlevinden hareketle haneye ilişkin sorumlulukların da kadına atfedildiği geleneksel işbölümü içinde kadının iş hayatında görünür olabilmesinin temel şartını bakım hizmetlerinin kurumsal kapasitesinin geliştirilmesi oluşturmaktadır. Gelişmişlik düzeyi ne olursa olsun tüm sosyo ekonomik yapılarda annelik rolü nedeni ile bakım hizmetlerinin yükünü sırtlayan kadının, cinsiyet eşitsizliklerini azaltma merkezli sosyal politika uygulamaları ile istihdam ve refah olumlu gelişmeler kaydettiği bilinmektedir. Dolayısıyla bakıma yönelik sorumluluğun sadece kadına yüklenmeyerek, devlet, aile ve piyasa üçgeninde paylaşılması toplumsal cinsiyet eşitsizlikleriyle mücadelede önemli bir eşiği oluşturmaktadır.

İş ve aile yaşamı arasındaki uyumun sağlanmasındaki kilit rol aile ve aile içindeki rollerin paylaşılmasına ilişkindir. Ekonomik, toplumsal ve siyasal sistem açısından çok geniş bir etki alanına sahip olan aile politikalarını, belirli eylemlerin planlı hedefi olarak aileyi esas alan politikalar olarak değerlendirmek doğru olacaktır. Aileye ilişkin her düzenlemenin kadın ve erkeğin toplumsal cinsiyet rolleri, iş ve aile yaşamı uyumu ekseninde bir etkiye sahip olacağı açıktır. Faaliyet alanları yönünden aile politikalarını üç grupta değerlendirmek mümkündür. Aile davranışının yasal düzenlenmesine ilişkin; evlenme, boşanma, doğum kontrolü, kürtaj, ebeveyn hakları ve yükümlülükleri ile çocuk korunmasına ilişkin düzenlemeleri birinci grup içinde sınıflandırmak mümkündür. Diğer bir grubu oluşturan aileyi gelir yönünden destekleyen politikalar içinde de vergi indirimleri, aile ve çocuk yardımları, doğum izni ve yardımları ve çocuk desteğinin güçlendirilmesine yönelik düzenlemeler sayılabilir. Aile politikaları içinde son grubu ise aile hizmetlerine ilişkin sunuma yönelik olan, çocuk bakım hizmetleri, devlet destekli konut ve sosyal hizmetler ve halk sağlığı hizmetleri oluşturmaktadır. (Alcock, v.d.,2011:227)

Bakım hizmetlerinin kurumsal seviyede yeterli düzeye ulaşamadığı ülkelerde enformel bakım uygulamalarının da yoğunlaştığı görülmektedir. Enformel bakım, çocuk, engelli, hasta ya da yaşlı kimselere kurumsal bakım, evde bakım, bakıcılık gibi sağlanan hizmetlerin yanında bu kişilerin aile bireyleri, arkadaşları, akrabaları, komşuları gibi gruplar tarafından yapılan yardımları ifade etmektedir. (Alcock, v.d.,2011:293) Bakım hizmetlerinin verilmesinde farklı deneyim ve bilgilere ihtiyaç duyulması, bu hizmetlerin yerine getirilmesindeki sorumluluk anlayışını artırmaktadır. Ancak çocuk bakımı gibi kısmen daha kolay görülen bakım hizmetlerinin, kadınların işgücü piyasasına katılımlarını olumlu yönde etkileyerek, iş ve aile uyumunu kolaylaştırıcı bir uygulama olarak görüldüğü de kabul edilmektedir.

Kadınların işgücü piyasalarına katılımlarının artması, iş ve aile yaşamı arasındaki dengenin sağlanmasında stratejik açılıma sahip olan esnek çalışma biçimlerinin önem kazanmasına neden olmuştur. Toplumsal cinsiyet ve işbölümünün bir sonucu olarak iş ve aile sorumluluklarından ötürü sürekli bir istihdam şansına sahip olamayan kadın işgücünün alternatif bir çalışma şekli olarak esnek çalışma, birçok gelişmiş ülkede kadın istihdamının artırılmasında önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Esnek çalışma, çalışan ve işveren arasında çalışma biçim, süre ve ücretlerinin esnek bir yapıda düzenlenebilmesidir. Bu durum işveren için değişen koşullara uyum sağlayarak rekabet gücünü koruyabilme şansı verirken, çalışana da bireysel taleplerine uygun bir işte gelir sağlama imkânı oluşturmaktadır.

Dünya ekonomisindeki üretim, kalkınma, ekonomik daralma, işsizlik, nüfus artışı gibi birçok sorunun gölgesinde gelişen esnek çalışma uygulamaları, evlilik ve çocuk bakımı sorumlulukları ile mücadele etmek zorunda kalan kadın işgücünün hem belirli bir gelir sağlama hem de işgücü piyasasından tamamen kopmamasının bir aracı olmaktadır. Özellikle düşük gelirli ve güvencesiz işleri içeren bu çalışma şekillerinin kadınların geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini aksatmadan çalışma hayatında kalabilmeleri için önemli bir çıkış kapısı olarak belirdiği görülmektedir.(Filiz,2011:39)

Kuruluşundan itibaren kadın erkek eşitsizliği sorununu politik çözümlere dönüştürme becerisi gösteren Avrupa Birliği'nde üç farklı kavramlaştırma ile cinsiyet eşitsizlikleri sorununa yaklaşıldığı görülmektedir. Kadın ve erkeğin eşitliğinden hareket eden yaklaşımlar başta istihdam olmak üzere çeşitli alanlarda ayrımcılığın önlenmesi yoluyla eşitsizliklerin giderilmesine yönelik politikalar üzerinde yoğunlaşmaktadırlar. Kadınlara özel politikalar tanımlayan bir diğer grup da çocuk bakım hizmetleri gibi alanlarda gelişme sağlayarak kadının işgücü piyasasındaki konumunu güçlendirme temelli politikalara yönelmektedir. Avrupa Birliği'nde cinsiyet temelli üçüncü perspektif ise ev içinde geleneksel kadın ve istihdamda toplumsal cinsiyet rollerinin dönüşümünü hedeflemektedir. İş ve aile yaşamının uyumunu esas alan bu yaklaşım, kadın ve erkek arasında aile içi sorumlulukların paylaşarak kadının yeniden işgücü piyasasına dönüşünü sağlayıcı politika seçeneklerini içermektedir. (Dedeoğlu,2009:47-48)

Avrupa Birliği'nde cinsiyet eşitsizlikleri ile mücadelede yasal düzenlemelere ilişkin gelişmeler yaşanmasına karşın, tüm ülkeleri içeren bir politika çerçevesinden söz etmek de mümkün değildir. Üyeler arasındaki sosyo-kültürel yapıdan kaynaklanan farklılıklar, kimi zaman iş yaşamının aile yaşamına kimi zaman da aile yaşamının iş yaşamına göre düzenlenmesini gerekli kılmaktadır. İskandinav ülkeleri ve kısmen Fransa'nın içinde sayılabileceği refah rejimlerinde rol sorumluluklarının ağırlığı bir zaman

problemi olarak algılanmaktadır. Bu yapılarda iş ve aile uyumuna ilişkin politikaların uygulama süreçleri daha sorunlu bir karaktere sahipken, çift kazananlı ya da tek ebeveynli ailelerin istihdamdaki payının görece olarak daha düşük olduğu kıta Avrupası ve Anglo-sakson ülkelerinde iş ve aile yaşamının sağlanmasına yönelik politikaları uygulamak daha kolaydır. (Kağnıcıoğlu,2013:36)

Refah rejimlerinin ekonomik, sosyal ve siyasal farklılıklardan beslenen doğası, iş ve aile hayatı arasındaki ilişkinin belirlenmesinde farklı politika seçeneklerini gündeme getirmektedir. Sosyal hakların geniş bir yelpazeye sahip olduğu, sınıflararası eşitlik ve evrensellik ilkeleri ekseninde şekillenen sosyal demokrat refah rejimleri, yüksek vergi düzeyleri ve sosyal haklara yönelik geniş yasal düzenlemeler ile devleti refahın temel düzenleyicisi durumuna getirmiştir. Devletin sosyal refah hizmetlerinin sorumluluğunu üstlenmesi, iş ve aile uyumsuzluğunun giderilmesinde kamusal politikalarla ailelerin desteklenmesi şeklinde kendini göstermektedir. Bu politikalar bir yandan aile yaşamına yönelik olumlu etkiler sağlarken diğer yandan kadının cinsiyet eşitliğini desteklemektedir. (Blunsdon;Mc Neil,2006:72; akt. Kağnıcıoğlu,2013:28) İskandinav ülkeleri genellikle ücretli çalışma ve istihdam düzeylerinin yüksek olduğu ülkelerdir. Tam istihdam hedefli politikalar çalışma ve sosyal yaşamın dinamikleri ile uyumlu kılınmaya çalışılmıştır. Çocuk bakım hizmetlerine sağlanan kamusal destekler, doğum sonrası kadının işgücü piyasasına dönüşünü kolaylaştıran düzenlemeler, kadına eşinden bağımsız olarak sağlanan sosyal haklar, erkeği de içeren ebeveyn izinleri sosyal demokrat modelin iş ve aile uyumlaştırması ve cinsiyet eşitliğini sağlamaya yönelik uygulamalarından bazılarıdır. Sosyal refah hizmetlerinin kadın istihdamı ve toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini gidermede ortaya çıkardığı olumlu gelişmelere karşın, rejimin model ülkesi İsveç'te halen ebeveyn izinlerinin erkekler tarafından beklenen düzeyde tercih edilmemesi ve kadınların aile içi sorumluluklarını üstlenen taraf olması bir eleştiri olarak yapılabilmektedir. (Nyberg,2010:140)

Sosyal hakların İskandinav ülkelerindeki gibi güçlü olduğu bir diğer refah rejimi de “muhafazakâr” ya da “Kıta Avrupa'sı” olarak bilinen modeldir. İstihdam hedeflerinden çok sosyal sorunların çözümüne yönelik olarak sosyal güvenlik ve sosyal koruma temelinde hakların yapılandığı bu ülkelerde, aile önemli bir refah düzenleyicisi olarak ortaya çıkmaktadır. Ailenin bu fonksiyonunu pekiştirmek için “evi geçindiren erkek” modeli önem kazanmıştır. Kadın istihdamını teşviki amaçlayan sosyal refah hizmetlerinin sınırlı olması, toplam istihdam düzeyi ve kadınların işgücüne katılım düzeylerinin düşük oranlarda kalmasına neden olmaktadır. (Özdemir,2004:109) Modelin tipik özelliklerini yansıtan Almanya örneğinin yanında Belçika ve

Fransa gibi kadın istihdamını teşvik eden ve aileyi destekleyici politikalar ile öne çıkan ülke örneklerine de rastlanmaktadır. (Kağnıcıoğlu,2013:29) Fransa'da 1980'li yılların başından itibaren hız kazanan esnek çalışma uygulamalarının teşvik edilmesi, düşük ücretli kısmi zamanlı işlerde ve düşük nitelikte kadınlarda istihdamın artmasına neden olmuştur. (Silvera,2010:154) Muhafazakâr refah rejimlerinde iş ve aile hayatının dengesine ilişkin düzenlemelerin ağırlıklı olarak aileye yönelik sosyal politikalar şeklinde düzenlendiği görülmektedir. Bu çerçevede Almanya'da aileye yönelik desteklere daha çok sosyal güvenlik politikaları içinde yer verildiği görülmektedir. Bu politikalar içinde; ailelere yönelik ayni ve nakdi yardımlar, vergi kolaylıkları, iş akdinden kaynaklanan düzenlemeler, çocuk yardımı, çocuk bakımı için iş dışında geçirilen sürelerin emeklilik hesabında dikkate alınması ve ebeveyn izninin kullanıldığı dönemde aileye yapılan katkılar sayılabilir. (Şanlıoğlu,2011:118) Aile destek politikalarının önemli gerekçelerinden birini de nüfusun yaşlanma sorunu oluşturmaktadır. Evlenmelerin ertelenmesi ve azalması, boşanmaların artması, yalnız yaşayan annelerin sayısındaki artış, farklı yaşam biçimlerinin ortaya çıkması ve doğum hızının azalması bu nüfus sorununu ortaya çıkaran gelişmeler olarak sayılabilir. (Seyyar,1999:136-150) Bu gelişmelere maruz kalan toplumsal yapılarda demografik gelişmelere ilişkin endişeler, iş ve aile uyumu politikalarının daha çok aile merkezli ele alınmasına ve kadının eve ilişkin sorumluluklarının öncelenmesine neden olmaktadır.

Refah hizmetlerinin karmaşık ve bürokratik özelliklerinden ötürü (Alcock v.d.,2011:91)devletçe organize edilmesinin eleştirildiği liberal rejimlerinde refahın piyasa tarafından sağlanabildiği bir yapı mevcuttur. Bakım hizmetlerinin kurumsal karakterinin diğer refah rejimlerine oranla daha sınırlı olduğu liberal rejimler, işgücü piyasasına erişim konusunda sağladığı yüksek imkanlar ile istihdam oranlarında olumlu bir görünüme sahiptir. Kamusal müdahalelerin piyasa işleyişine zarar verdiği gerekçesiyle sınırlandırıldığı liberal yapılarda, kadınlara yönelik cinsiyet eşitsizliklerinin daha çok esnek çalışma fırsatları ile aşılmaya çalışıldığı görülmektedir. Örneğin İngiltere'de kadın işçinin 6 yaşından küçük ya da 18 yaşından küçük engelli çocuğunun olması durumunda, işveren part-time hizmet sözleşmesini kabul etmekle yükümlü kılınmıştır. (Limoncuoğlu,2008:122)

Emek piyasalarını şekillendiren geç sanayileşme olgusunun Güney Avrupa refah rejimlerinin en önemli özelliği olduğu vurgusu, Türkiye'nin de bu grup içinde sayılabilmesini sağlayan ve birçok bilim insanınca kabul edilen bir durumdur. (Buğra;Özkan,2014:132) Bu modeli karakterize eden özellikler arasında, geniş gelir desteği ve sosyal koruma boşlukları, evrensel nitelikte sağlık uygulamaları, sosyal refah uygulamalarında kamu ile kamu dışı

kurumların bir arada varlığı ve nakit yardımların oluşturduğu klientalist yapı öne çıkmaktadır. (Ferrera,2006:218) Esping-Andersen'in sınıflaması içinde yer almayan ve yapılan eleştiri ve katkılarla şekillenen Güney Avrupa modeli, refah devletinin görece zayıflığı nedeni ile aile ve kilise gibi yapıların güç kazandığı, çocuk ve yaşlı bakımı gibi ev içi hizmetlerin kadınlar tarafından üstlenildiği ve erkeklerin geçim sağlayan olarak işlev gördükleri bir yapıya sahiptir.(Dedeoğlu,2009:43) Devletin refah hizmetlerinin kurumsallaşma düzeyinin düşük olduğu Akdeniz refah rejimleri, dinin toplum hayatı ve aile üzerindeki belirleyici etkisinin, aileyi önemli bir refah kurumu haline dönüştürdüğü bir modeldir. Aile, refah hizmetlerinin sağlanmasında açıkları kapatıcı bir fonksiyon ifa etmekten çok, refahı sağlayan ve bu özelliği ile kamusal politikalarla da desteklenen bir kurum halindedir. Sayılan tüm özellikler ışığında Türkiye refah modelinin de Akdeniz coğrafyasının geleneksel özelliklerine sahip olduğu ve refah yapılanmasının da diğer rejimlere kıyasla Güney Avrupa refah modeline benzeştiği görülmektedir.

IV) TÜRKİYE REFAH REJİMİNDE İŞ VE AİLE HAYATININ UYUMLU KILINMASI VE KADIN İSTİHDAMI SORUNU

Refah rejimleri içerisinde kadının rolüne ilişkin tartışmalar, cinsiyet eşitliği yönüyle toplumsal, işgücü piyasasındaki yönüyle de ekonomik bir alanda yürütülmektedir. İş ve aile hayatının uyumuna yönelik aile ve toplumsal işbölümü merkezli tartışmaların aynı zamanda kadın istihdamının belirleyicisi olması, iki merkezli bu konunun aynı potada eritilmesini gerekli kılmaktadır. Ekonomik gelişme ve kadın istihdamı arasındaki ilişkiyi konu edinen tartışma ve akademik çalışmalar 1960'lı yıllardan itibaren hız kazanmıştır. Bu ilişkiyi teorik çerçevede inceleyen yaklaşımları iki grupta inceleyebilmek mümkündür. (Buğra,2010:4) Kadın istihdamının önce düştüğü sonra yükseldiği tezine dayanan "u hipotezi" ağırlıklı olarak tarımdaki çözülme ile ilişkilendirilen bir yapıya sahiptir. Buna göre tarımdaki çözülme ile düşüş eğilimine giren kadın istihdamı, ilerleyen süreçte kültürel değer yargılarının değişimi ve eğitim fırsatlarıyla yeniden yükselme trendine girmiştir. Ekonomik gelişme ve üretim teknolojilerindeki gelişmeyi gelir ve ikame etkisi ile açıklayan bir diğer yaklaşım da gelir etkisinin hane gelirinin artışına bağlı olarak kadın emek arzını azaltan, buna karşın ikame etkisinin ise kadın emek arzını olumlu yönde etkileyen bir yönü olduğundan bahseder. İlk dönemde gelir etkisinin baskın karakterini, ilerleyen süreçte kol emeğine dayanmayan iş olanaklarının ve kadınların eğitim düzeylerinin artışına bağlı olarak ikame etkisinin alması, kadın istihdamında artışın nedeni olmuştur. Türkiye'de kadın istihdamındaki düşüşün kentleşme ve tarımdaki çözülme ile paralel gelişimi, bu yaklaşımlar üzerinden bir açıklama yapabilmeye de imkân sağlamaktadır.

Türkiye’de kadınların işgücü piyasasında etkinliklerinin artması yakın bir geçmişe dayanmaktadır. Ekonominin tarımsal üretime dayalı olduğu geleneksel yapı, Cumhuriyet tarihinin önemli bir bölümünde sosyal hayatın da belirleyicisi olmuştur. Üretim ilişkilerinin ortaya çıkardığı geleneksel toplumsal işbölümünün ekmeği kazanan erkek (bread-winner) rolünü önemli ölçüde keskinleştirdiği görülmüştür. Kamusal düzenlemelerin yetersizliği ile paralel ailenin refah sistemi içindeki ağırlığı, toplumsal cinsiyete dayalı işbölümünde kadının, başta çocuk bakımı olmak üzere ev içi hizmetlerin sorumluluğunu üstlenmesiyle sonuçlanmıştır. Tarım üretiminin dayanışmayı zorunlu kılan karakteri, kadınların sadece bakım hizmetlerini yerine getirmekle kalmayıp, ücretsiz aile işçisi olarak istihdamda da yer almalarına neden olmuştur. Kentleşme ve modernleşme süreci de kadının işgücü piyasasında varlığını ortaya koyabildiği bir yapıda değildir. Son yıllarda belirli bir artış trendinin yakalanmasına karşın, işgücüne katılım ve istihdam düzeylerinde gelişmiş ülke ortalamalarının çok gerisinde kaldığı görülmektedir.

Kadınların ev dışında çalışabilmeleri ile ev içi işbölümü ve bakım hizmetlerinin kim tarafından görüldüğü arasında güçlü bir ilişki vardır. Çocuk bakım hizmetlerinden kadının sorumlu görülmesi, bakım hizmetlerinin devredilmeden kadının çalışma hayatına girmesini güçleştirmektedir. Erken çocukluk bakımı ve eğitime yönelik kurumsallaşmanın zayıflığı, kadınları çalışma hayatına girişte ve bu hayatı sürdürmede olumsuz etkilemektedir.(Ecevit,2010:89-90) Türkiye’de erken çocukluk dönemine ilişkin bakım hizmetlerinin kamu kurumları, özel sektör kuruluşları ve sivil toplum kuruluşlarınca geliştirilen hizmetler içinde örgütlendiği görülmektedir. Kamu kurumlarının hizmetleri içinde Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı anaokulları ve sınıfları, kamu kurumları bünyesinde sunulan hizmetleri ve üniversite ve yerel yönetimlerce açılan eğitim kurumlarını sayabilmek mümkündür. Özel kreş ve gündüz bakımevi olarak hizmet veren kuruluşların sayısında da son yıllarda artış gözlenmektedir. İş Kanunu hükümlerine göre belirli sayıda kadın işçi çalıştıran işyerlerinde emzirme odası ve kreş açmaya ilişkin işveren sorumluluklarının ise yerine getirilmediği hemen herkes tarafından kabul edilen bir gerçekliktir. Son bir grup olarak sivil toplum örgütlerinin erken çocukluk, bakım ve eğitim hizmetlerine alternatif modeller geliştirdiklerine şahit olunmaktadır. Bu kuruluşlar arasında Anne Çocuk Eğitim Vakfı (AÇEV), Kadın Emegini Değerlendirme Vakfı (KEDV) ve Kadın Merkezini (KAMER)sayabilmek mümkündür. (Ecevit,2010)

Kadınların kentlerde işgücüne katılımlarının düşük olmasının ve bir süre sonra istihdamdan ayrılmak durumunda olmalarının en önemli nedenlerden birini kamusal çocuk ve yaşlı bakım hizmetlerinin yetersizliği oluşturmaktadır. Özellikle düşük ücretli işlerde çalışan kadınlar için bu durum,

aile büyüklerinin yardımını alanlar hariç olmak üzere, kadının evde kalmasının nedenini oluşturmaktadır. Okul öncesi eğitime ilişkin verilerin düşük düzeyi, bakımevleri sayısındaki düşüşler, İş Kanunu hükümlerine göre işverence yerine getirilmesi gereken sorumlulukların yerine getirilmemesi ve denetlenememesi, devletin bakım yükümlülüğünü aileye bıraktığının somut bir göstergesidir. (Toksöz,2012:116)

Tablo :1

Yıllar İtibariyle Kurumsal Olmayan Sivil Nüfusun İşgücü Durumu- Kadın (Bin Kişi, 15 + Yaş Grubu)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013*
Kurumsal Olm. Sivil Nüfus	35.330	35.864	36.392	34.722	35.134	35.541	35.941	36.467	37.017	37.604
15 + Yaş Nüfus	25.150	25.617	26.067	25.480	25.855	26.317	26.740	27.273	27.773	28.366
İşgücü	6.388	6.352	6.480	6.016	6.329	6.851	7.383	7.859	8.192	8.625
İstihdam	5.768	5.700	5.810	5.356	5.595	5.871	6.425	6.973	7.309	7.545
İKO(%)	25.4	24.8	24.9	23.6	24.5	26.0	27.6	28.8	29.5	30.4
İstihdam Oranı (%)	22.9	22.3	22.3	21.0	21.6	22.3	24.0	25.6	26.3	26.6
İşgücüne Dahil Olm.	18.763	19.264	19.588	19.464	19.526	19.466	19.357	19.414	19.581	19.742

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı İşgücü Anketi Sonuçları; “Kurumsal Olmayan Sivil Nüfusun Yıllar ve Cinsiyete Göre İşgücü Durumu, Kadın”, <http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo>,

* 2013 için en güncel veri olan Kasım ayı kullanılmıştır.

Hizmetler sektörünün büyüyen yapısı, esnek çalışma uygulamalarının yaygınlaşması, kadın ve erkek eşitliğine yönelik yasal düzenlemelerde ve kadınların eğitim durumlarındaki gelişmeler, işgücü piyasalarında kadın işgücünün daha görünür hale gelmesinin nedenleri olarak öne çıkmaktadır. Kadınların işgücü piyasasına katılım ve istihdam düzeylerindeki artış, işgücü piyasalarında kadınlara yönelik ayrımcılıkla mücadele ve iş-aile uyumunu desteklemeye yönelik politikaların önem kazanmasına neden olmuştur. Bu alandaki yasal düzenlemelerinden ilki doğum izinleridir. İş Kanunu ve Devlet Memurları Kanununda kadın çalışanlar için doğum öncesi ve sonrasında 8'er hafta olmak üzere 16 haftalık süre, kadınların istihdam ve ücret güvencelerinin korunduğu bir döneme karşılık gelmektedir. (Bkz.Tablo2) Doğum izni bu alandaki tek yasal düzenleme olmayıp, ilgili dönemde gelir güvencesinin

sağlanması, babalık izni ve emzirme izinleri de bu grupta sayılabilir. Buna karşın çalışma rejimleri açısından farklılık oluşturan durumlar da yok değildir. Babalık izninin İş Kanununda düzenlenmemiş olması, hasta, yaşlı ve engelli bakım izninin sadece memurlara tanınmış olması, doğum izninde kadın işçiye üçte iki geçici işgöremezlik aylığı ödenirken kadın memura ücretinin tamamının ödenmesi bu eşitsizliklerden sadece birkaçıdır. (Bakırcı,2010:63-65) Çalışma rejiminden kaynaklanan bu eşitsizliklere kayıt dışı çalışma biçimleri eklenmiş de değildir. Güvencesiz istihdam biçimlerinin yaygın olarak görüldüğü kayıt dışı sektörler, esnek çalışma biçimlerine uygun yapıları nedeni ile iş ve aile yaşamını uyumlu kılmakla kendini yükümlü kılan kadınlar için bir fırsat oluşturmaktadır. Bu çerçevede Türkiye’de işgücü piyasalarında cinsiyet eşitsizliklerinin kaynağını, istihdam biçimi ve sözleşmeleri, tabi olunan çalışma rejimi, istihdamın kayıtlılık durumu gibi birçok yapısal faktörle açıklamak mümkündür.

Tablo:2

Türkiye ve bazı Avrupa Ülkelerinde Doğum İzinleri ve Kadın İstihdam Oranları

Ülke	Doğum İzni Süresi		Doğum İzni Süresince Yapılan Ödemenin Ücrete Oranı (%)	Kadın İstihdam Oranı (%) - 2012
	Periyod	Hafta Olarak		
Almanya	14	14	100	68.0
Avusturya	16	16	100	67.3
Belçika	15	15	82.75	56.8
Danimarka	52	52	100	70.0
Fransa	16	16	100	60.0
Hollanda	16	16	100	70.4
İngiltere	52	52	90	65.7
İrlanda	26	26	80	55.2
İspanya	16	16	100	51.3
İsveç	480 gün	68	80	71.8
İsviçre	14	14	80	73.6
İtalya	5 ay	22 hafta	80	47.8
Norveç	46 - 56	46 - 56	80 - 100	73.8
Polonya	16	16	100	53.1
Portekiz	120	17	100	58.7
Türkiye	16	16	67	28.70
Yunanistan	119 gün	17	50	41.9

Kaynak: Doğum izinleri için ILO, **World Social Security Report: Providing Coverage in Times of Crisis and Beyond**, 2010 – 2011, Geneva, 235- 236; kadın istihdam oranları Eurostat, Employment Rates, by Sex.; OECD Statistics, Employment Rate of Women, www.oecd-ilibrary.org.

Türkiye açısından iş ve aile yaşamı uyum politikaları, gerek işgücü piyasasında toplumsal cinsiyet ve sosyoekonomik eşitsizlikleri azaltmak gerekse de sürdürülebilir büyüme açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye refah rejiminde sadece üniversite mezunları arasında olan çift kazananlı hane modelinin lise ve altı eğitim gruplarında ataerkil bir yapıya dönüştüğü görülmektedir. Bu durum refah düzeyi, yoksulluk, işsizliğe karşı kırılabilirlik ve okul öncesi eğitimden faydalanma imkânları açısından aileler arasında var olan eşitsizlikleri derinleştirmektedir. (İlkaracan,2010:11)

Geç sanayileşme ve modernleşmenin sonucu olarak batı tipi modern sosyal politika kurumlarına geç sahip olan Türk toplumsal sisteminde, sosyal sorunlara ilişkin çözümlerin ağırlıklı olarak devletin korumacı anlayışı içinde çözülmeye çalışıldığı görülmüştür. (Özaydın,2011:35)Daha çok paternalist bir niteliğe sahip olan bu düzenlemeler, sosyal sorunlara odaklanmaktan çok ekonomik ve siyasal gelişmelerin etkisi ile şekillenmiştir. Devletin sosyal refah hizmetlerinin sunumuna ilişkin karşılaştığı her zorluğun çözüm anahtarı olarak görülen aile kurumu, korumacı karakteri ile toplumsal çatışmaları önleyen ve birey toplum gerginliklerini sınırlayan bir katalizör görevi ifa etmiştir. Bununla birlikte küreselleşen dünyada aileyi destekleyen değerlerin hızla önemini yitirdiğine şahit olunmaktadır. Refah karması içinde piyasa başarısızlıklarının ve kamusal yetersizliklerin yerini doldurmada önemli bir işlev gören aile kurumunun sosyal refah hizmetleri yoluyla desteklenmesi büyük önem taşımaktadır. 2011 yılındaki yasal düzenleme ile kurulan Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Türkiye’de refah modellemesinde ailenin önemini vurgulayan önemli bir adımdır. Ancak aile merkezli sosyal politikaların işgücü piyasası ve sosyal güvenlik politikalarından bağımsız düşünülmesi de mümkün değildir. İş ve aile hayatını düzenlemeye yönelik politikaların kurumsal ve politik işbirliğini içerecek şekilde düzenlenmesi büyük önem taşımaktadır.

SONUÇ

İş ve aile yaşamının uyumlu kılınarak toplum hayatının ahenkli bir yapıda sürdürülmesi tüm ekonomik ve sosyal sistemlerin önemli bir hedefi durumundadır. İş ve aile yaşamının uyumlu kılınması ve bunun gerçekleştirilmesine yönelik izlenecek politik çözümlerin ne işgücü piyasası ne de aile politikalarının alanı ile sınırlanamayacağı açıktır. Politika oluşturma yöntem ve teknikleri, öncelikle refah hizmetlerinin sunumu ve modellemesi

ekseninde ele alınmalıdır. Temel refah sağlayıcıları olarak kabul edilen aile, devlet ve piyasanın ekonomik ve sosyal sorunlara ilişkin çözüm arayışlarını ne ölçüde paylaştığı, refah rejiminin karakterinin temel belirleyicisidir. Cinsiyet eşitsizliklerini azaltmak, geliri daha adil dağıtmak, demografik gelişimi sağlıklı bir yapıda sürdürmek, ekonomik ve sosyal kalkınmayı gerçekleştirmek, insan kaynaklarının nitelik ve nicelik yönünden gelişimini sağlamak, iş, aile ve yaşam doyumunu artırmak gibi birçok hedefin refah politikalarının koordinasyonuna muhtaç olduğu açıktır.

Kadınların son yıllarda tüm dünyada işgücü piyasalarında artan ağırlığının, kadın ve erkekler için eşit istihdam fırsatlarına ya da eşit kazançlara dönüşmediği görülmektedir. Gelişmiş ülkelerde dahi düşük üretkenlikteki işlerde çalışma yoğunluklarında ciddi artışlar görülmektedir. Kadınların ücretli veya ücretsiz aile işletmelerinde ve kayıtdışı sektörlerde daha çok istihdam şansına sahip oldukları görülmektedir. Kadın ve erkeklerin yaptıkları işin niteliğine bağlı olarak kazanç ve üretkenlik farklılıklarının devam ettiği görülmektedir. Ekonomik faaliyetlerdeki cinsiyet ayrımının doğal bir sonucu da ortaya çıkan gelir farklarıdır. Kadın ve erkeklerin bakımla ilgili ev işleri için ayırdıkları zaman arasındaki fark, aynı zamanda gelir farkını oluşturan nedenlerden birisidir. Ev işlerine ilişkin sorumlulukların orantısız olarak kadın tarafından yüklenilmesi, daha fazla süre çalışan kadınlar için boş zaman ve refah bakımından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. (DB,2012:18-19)

İş ve aile yaşamının uyumunu temine yönelik işgücü piyasası merkezli düzenlemelerin, bu piyasanın yapısal sorunlardan bağımsız değerlendirilmesi mümkün değildir. İşsizliğin kadın ve genç işgücünde artan şiddeti, uzun dönemli niteliği, kadınlarda işgücüne katılımın düşük düzeylerde olması, cinsiyet temelli eşitsizliklerin başta ücret olmak üzere birçok alana yansımaları, esnek çalışmanın güvencesizlik ve kuralsızlıkla denk düşen görünümü bu sorunlardan sadece birkaçıdır. Mevcut sorunların olanca şiddeti ile süregeldiği bir yapıda önerilecek politika çözümlerinin de beklenen başarıyı sağlamayacağı açıktır. Kadınların iş ve aile hayatına ilişkin rolleri arasında denge sağlamasının bir aracı olarak önerilen esnek çalışma uygulamalarının, yetersiz yasal düzenlemeler ve rekabet endişeleri içinde ucuz emek elde etmenin yöntemi durumuna dönüşmüş olması, toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini azaltmaktan çok kadın emeğinin metalaşması sonucuna hizmet edecektir. Kadınların işgücü piyasalarında görünürliğini artıracak esneklik temelli politikaların, “güvenceli esneklik” temelinde geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

İş ve aile arasındaki uyumun diğer bir yönünü de aile politikaları oluşturmaktadır. Nüfus artışının sağlıklı bir yapıda sürdürülmesi, bakım hizmetlerinin örgütlenmesi, çocuk gelişiminin sağlanması, yaşlı ve engelli bakımlarına yönelik bakım hizmetlerinin geliştirilmesi, insan kaynaklarının

geliştirilmesi gibi birçok alanda aile politikalarının özenle seçilmesi gerekmektedir. Bu politikaların birey, aile ve toplumun iş ve özel hayatına ilişkin tatmin düzeylerini çatışmadan uzak bir yapıda belirlemesi beklenmektedir. İstihdama erişimde yaşanan sorunların toplumsal cinsiyet eşitsizliklerini derinleştirme sorunu kadar, bakım hizmetlerinin duygusal yönünün kadına ilişkin sorumluluğu pekiştirdiği gerçeği de yasal düzenlemelerin bir bileşeni olarak ele alınmalıdır. Bu sonucun her zaman toplumsal cinsiyet dayatmasıyla ortaya çıkmadığı, hatta çoğu zaman anne, eş ya da evlat olma sorumlulukları ile bilinçli bir tercih olarak belirdiği de görülmektedir. Bununla birlikte pozitif ayrımcılık içeren düzenlemelerin işveren tutumlarında kadınların istihdamına ilişkin olumsuz bir etki yarattığı bilinmektedir. Bu verilerin ışığında kadınların işgücü piyasalarında daha eşit ve yüksek düzeyde yer almasını sağlayacak düzenlemelerin aile içi sorumluluklardan bağımsız olarak düzenlenemeyeceği açıktır. Bu sorumluluk ilişkisine bağlı olarak, kadın istihdamının iş ve aile hayatı uyumuna katkı sağlayacak esneklikte düzenlenirken, bu esnekliğin bir başka eşitsizliğin kaynağını dönüşmesine de izin verilmemelidir.

KAYNAKÇA

- ALCOCK, P., May, M., Rowlingson, K. (2011), Sosyal Politika Kuramlar ve Uygulamalar, (Ed.) Bülent Özçelik, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- BALLICA, S. (2010), İşgörenlerin İş Yaşam Dengesi Algılamaları ile Cinsiyet Roller ve Bireysel Özelliklerinin İlişkisi: Büyük Ölçekli Bir İşletmede Bir İnceleme, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- BAKIRCI, K. (2010), "Türk Hukukunda İş ve Aile Sorumluluklarının Uzlaştırılması: Uluslararası Hukuk AB Hukuku Çerçevesinde Bir Değerlendirme", Emek Piyasasında Toplumsal Cinsiyet Eşitliğine Doğru İş ve Aile Yaşamını Uzlaştırma Politikaları, Der. İ. İkkaracan, İTÜ BMTKAUM, İstanbul
- BOĞAZIÇI ÜNİVERSİTESİ SOSYAL POLİTİKA FORUMU, (2011), Eşi Vefat Etmiş Kadınlar İçin Bir Nakit Sosyal Yardım Programı Geliştirilmesine Yönelik Araştırma Projesi, Proje Yürütücüsü: Özar, Ş., http://www.spf.boun.edu.tr/content_files/SPF-SYDGM_NihaiRapor.pdf. (0501.2014)
- BUĞRA, A. (2010), Toplumsal Cinsiyet, İşgücü Piyasaları ve Refah Rejimleri: Türkiye'de Kadın İstihdamı, Tübitak Proje No:108K524, İstanbul.
- BUĞRA, A.; ÖZKAN, Y. (2014), "Türkiye'nin Ekonomik Kalkınma Sürecinde Modernleşme, Dini Muhafazakarlık ve Kadın İstihdamı, Akdeniz'de Kadın İstihdamının Seyri", Der. A. Buğra; Y. Özkan, İletişim Yayınları, İstanbul.
- BÜTÜN, M. (2010), Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Perspektifinden Çocuk Bakım Hizmetleri: Farklı Ülke Uygulamaları, Başbakanlık Kadının Statüsü Uzmanlık Tezi, Ankara.
- DEDEOĞLU, S. (2009), "Eşitlik mi? Ayrıcalık mı? Türkiye'de Sosyal Devlet, Cinsiyet Eşitliği Politikaları ve Kadın İstihdamı", Çalışma ve Toplum Dergisi, 2009/2, 41-54.
- DEDEOĞLU, S. (2012), "Türkiye'de Refah Devleti, Toplumsal Cinsiyet ve Kadın İstihdamı, Türkiye'de Refah Devleti ve Kadın", Der. S. Dedeoğlu; Y. Elveren, İletişim Yayınları.
- DÜNYA BANKASI (2012), Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kalkınma, Dünya Kalkınma Raporu 2012 Genel Bakış, Washington, DC.

- ECEVİT, Y. (2010), “İş ve Aile Yaşamının Uzlaştırılması Bağlamında Türkiye’de Erken Çocukluk Bakımı ve Eğitimi”, Der.İ.İlkkaracan, Mega Basım, İstanbul.
- EJRNEAS, A.; Boje, T.J. (2008), Family Policy and Welfare Regimes. The International Sociology Association, RC 19 Conference “The Future of Social Citizenship: Politics, Institutions and Outcomes”, Stockholm.
- FERRERA, M. (2006), “Sosyal Avrupa’da “Güney Avrupa Refah Modeli”, Buğra, A.;Keyder, Ç.(Der.) Sosyal Politika Yazıları, İletişim Yayınları.
- FİLİZ, Y. (2011), Esnek Çalışma Biçimlerinin Kadın İstihdamına Etkileri: Avrupa Birliği İstihdam Politikaları ve Türkiye Karşılaştırması, Başbakanlık Kadının Statüsü Uzmanlık Tezi, Ankara.
- İLKARACAN, İ. (2010), Emek Piyasasında Toplumsal Eşitliğine Doğru İş ve Aile Yaşamını Uzlaştırma Politikaları, “Giriş Bölümü”, Der.İ.İlkkaracan, Mega Basım, İstanbul.
- JENSEN, J. (1997), “Who cares? Gender and Welfare Regimes”, Social Politics, 4,2.
- KAGNICIOĞLU, D. (2013) Refah Devleti Modellerine Göre Avrupa Birliği’nde İş-Yaşam Çatışması ve İş-Yaşam Dengesi Politikaları, Çimento Endüstrisi İşverenleri Sendikası Yayınları, Cilt:27, Sayı:1, Ocak, 22-39.
- KAPIZ, S.Ö. (2002), “İş-Aile Yaşamı Dengesi ve Dengeye Yönelik Yeni Bir Yaklaşım: Sınır Teorisi”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:4, Sayı:3.
- KALFA, A. (2010), “Refah Rejimleri Bağlamında Çocuk Bakımı Hizmetleri”, Çalışma ve Toplum, 2010/3.
- KEMENY, J. (1995), “Theories of Power in “The Three Worlds of Welfare Capitalism”, Journal of European Social Policy, Vol:5, No:22, 87-96.
- KESER, A.(2003), Çalışmanın Anlamı, İnsan Yaşamındaki Yeri ve Yaşam Doyumu Üzerinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi Anabilim Dalı, Bursa.
- KURNAZ, İ;ATALAY, D. (2013), İş-Aile Yaşamının Uyumlaştırılması: Türkiye’de Güncel Tartışmalar, Anka Kadın Araştırma Merkezi, Rapor No:2013/02, Ankara.
- LEWIS, J. (1992), “Gender and The Development of Welfare Regimes”, Journal of European Social Policy, Vol:3, 159-173.
- LİMONCUOĞLU, S.A. (2008), “The Effects of Cultural Understanding and Family Friendly Programs on Women’s Decision to Participate to Labor Force”, International Journal of Business Research, C:8, 104-124.
- LOCKWOOD, N.R. (2003), “Work / Life Balance: Challenges And Solutions”,SHRM Research Department, USA.
- MORENO, L. (2006), “Süper Kadınlar ve Akdeniz Refahı”, Buğra, A.;Keyder, Ç.(Der.) Sosyal Politika Yazıları, İletişim Yayınları.
- NYBERG,A. (2010), “Çocuk Bakımına Kamu Desteği ve Ebeveyn İzni İşveç’te Ne Dereceye Kadar Etkili Oldu?”, Emek Piyasasında Toplumsal Eşitliğine Doğru İş ve Aile Yaşamını Uzlaştırma Politikaları, Der.İ.İlkkaracan, Mega Basım, İstanbul.
- ORLOFF, A.S. (1993), “Gender and Social Rights of Citizenship: State Policies and Gender Relations in Comparative Perspective”,American Sociological Review, 58,3.
- ÖZAYDIN, M.M. (2011), “Türkiye’de Sosyal Devletin Dinamikleri: Batı Geleneğinden Farklılıklar”, Opus, Türkiye Sosyal Politika ve Çalışma hayatı Araştırmaları Dergisi, Sayı:1.
- ÖZDEMİR, S. (2004), Küreselleşme Sürecinde Refah Devleti, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:2004-69.
- ÖZDEVECİOĞLU, M., DORUK, N.Ç. (2009), “Organizasyonlarda İş-Aile ve Aile-İş Çatışmalarının Çalışanların İş ve Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı:33, Temmuz-Aralık.
- ÖZMETE, E., EKER, I. (2012), “İş Aile Yaşamı Çatışması ve Roller: Kamu Sektörü Örneğinde Bir Değerlendirme”, Çalışma İlişkileri Dergisi, Cilt:3, Sayı:2, 1-23.

- SAINSBURY, D. (1996), ““Gender” Equality and Welfare States” Cambridge, Cambridge University Press.
- SEYYAR, A.(1999), Sosyal Siyaset Açısından Kadın ve Aile Politikaları, Birey Yayıncılık, İstanbul.
- SILVERA, R. (2010), “Fransa’da İş ve Aile Yaşamının Uzlaştırılması: Toplumsal Cinsiyet Eşitliği İçin Yeni Bir Yaklaşım Olarak “Parentalizm”, Emek Piyasasında Toplumsal Eşitliğine Doğru İş ve Aile Yaşamını Uzlaştırma Politikaları, Der.İ.İlkkaracan, Mega Basım, İstanbul.
- ŞANLIOĞLU, Ö.(2011), Sosyal Refah Devletinin Dünü, Bugünü, ve Geleceği: Almanya Örneği, Detay Yayıncılık, 1.Baskı, Ankara.
- TOKSÖZ, G.(2012), “Neoliberal Piyasa, Özel ve Kamusal Patriarka Çıkmazında kadın Emeği, Türkiye’de Refah Devleti ve Kadın”, Der. S.Dedeoğlu; Y.Elveren, İletişim yayınları.

İŞLETME SERMAYESİ İHTİYACINI ETKİLEYEN İŞLETME İÇİ FAKTÖRLERİN ANALİZİ: PRAIS-WINSTEN REGRESYON UYGULAMASI

Emine Ebru AKSOY*

Öz:

İlgili çalışmanın amacı, işletme sermayesi tutarını etkileyen işletme içi faktörlerin belirlenmesidir. Bu amaçla çalışmada 2003-2012 döneminde BİST’de işlem gören 145 imalat firmasının verilerinden yararlanılmıştır. Çalışma dönemi; tüm dönem, kriz öncesi (2003-2007) ve kriz sonrası (2008-2012) dönem olarak ayrılmıştır. Bağımlı değişken (dönen varlıklar/toplam varlıklar) ile bağımsız değişkenler (nakit dönüşüm süresi, büyüklük, öz sermayenin getiri oranı, teknik likidite) arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla Prais-Winsten regresyon yöntemi ile analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda 2003-2012 ve 2008-2012 dönemi için bağımlı değişken ile nakit dönüşüm süresi, büyüklük ve teknik likidite arasında pozitif anlamlı ilişki olduğu, ancak öz sermaye getiri oranı ile anlamlı ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Ancak 2003-2007 döneminde ise bağımsız değişken ile büyüklük, öz sermaye getiri oranı ve teknik likiditenin anlamlı ilişki göstermediği, sadece nakde dönüşüm süresinin pozitif anlamlı ilişki gösterdiği belirlenmiştir. Ayrıca bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki tüm dönem, kriz öncesi dönem ve kriz sonrası dönem arasında farklılaştığı için krizin de etkili olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşletme Sermayesi, İşletme Sermayesi İhtiyacı, İşletme İç Faktörler, Prais-Winsten Rregresyon

* Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, eeakin@gazi.edu.tr

**THE ANALYSE OF THE FIRM SPECIFIC FACTORS
AFFECTING WORKING CAPITAL:
PRAIS-WINSTEN REGRESSION APPLICATION**

Abstract:

The purpose of this study is to investigate the firm specific factors affecting working capital. For this purpose, in the study, the data set of 145 manufacturing industries in BIST over the period 2003-2012 is used. The period is divided into full-samples and two sub-samples which are pre-crisis (2005-2007) and post-crisis (2008-2012). In order to determine the relationship between dependent variable (current assets/total assets) and independent variables (cash conversion cycle, size, return on equity, current ratio) Prais-Winsten regression is performed. Empirical findings of the study points out that, there are a statistically positive significant relationship between dependent variable and cash conversion cycle, size, and current ratio, but there isn't with return on equity in 2003-2012 period and 2008-2012 period. Cash conversion cycle can show a statistically significant relationship with dependent variable, but size, return on equity, current ratio can not show a statistically significant relationship with dependent variable in 2003-2007 period. Moreover, relationship between dependent variable and independent variables change in 2003-2012, 2003-2007, and 2008-2012 period. In this reason, that is concluded that the 2008 crisis affected the relationship between dependent variable and independent variables.

Keywords: Working capital, working capital requirement, the firm specific factors, Prais-Winsten regression

GİRİŞ

İşletme finansmanı; yatırım, finanslama ve temettü politikalarından oluşmakla birlikte literatürde genel olarak sermaye yapısı, duran varlık yatırımları, temettü kararları ve firma değerlemesi gibi konular üzerine çalışmalar yapılmaktadır. Diğer bir ifade ile literatürde yapılan çalışmalar genel olarak uzun vadeli kararlara odaklanmaktadır, kısa vadeli kararlarla fazla ilgilenmemektedirler. Ancak, işletme sermayesi ve kısa vadeli yükümlülüklerin de işletme finansmanında önemli bir yeri bulunmakta olup bu konu üzerinde daha fazla çalışılmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun temel sebebi, işletme sermayesi ve kısa vadeli yükümlülükler arasındaki dengeye bağlı olarak işletmelerin likidite, karlılık ve risk düzeylerinin oluşmasıdır. Dolayısıyla etkin işletme sermayesi yönetimi ile firma değerine katkı sağlanarak ortakların değeri artırılabilir.

İşletmelerde finans yöneticilerinin zamanlarının çoğu işletme sermayesi yönetimine ayrılmaktadır (Baker ve Powell, 2005:158). İşletme sermayesi yönetimi kapsamında nakit, alacak ve stokların yanında kısa vadeli borç miktarına da karar vermeye çalışan yöneticinin günlük olarak bu kararlarını gözden geçirmesi ve gerekli müdahalelerde bulunması gerekmektedir (Ceylan ve Korkmaz, 2010:286). İşletmenin likidite, karlılık ve risk durumları üzerinde etkili olan işletme sermayesi yönetiminin işletme üzerinde hayati önemi bulunmaktadır. İşletme sermayesi yönetiminin temel amacı, firma değerine maksimum katkıyı verecek optimum işletme sermayesi miktarını belirlemektir. İşletme sermayesinin aktif içerisindeki ağırlığının fazla olması atıl fon bulunmasına, yatırımların getirilerinin düşmesine, likiditenin artmasına ve finansal riskin azalmasına sebep olurken, yetersizliği ise işletmenin likiditesinin azalmasına, yatırımların getirilerinin artmasına, faaliyetlerinde aksamalara, olağanüstü durumlara karşı kendisini koruyamamasına, karlı yatırım fırsatlarının kaçırılmasına ve finansal riskin artmasına sebep olmaktadır. İşletmeler kar etseler dahi iyi yönetilmeyen işletme sermayesi sonucunda oluşan yetersizlikle birlikte iflas dahi edebilmektedirler. Optimum işletme sermayesi kararında kaynak maliyeti oranının minimum, işletme sermayesi yatırımlarından elde edilecek getiri oranının maksimum olması amaçlanmaktadır (Brealey, vd. 2004:530) Böylece işletme sermayesi yönetimi sonucunda işletmelerde temel amaç olan işletme değerine maksimum katkı sağlanmış olmaktadır. Ancak işletme sermayesi unsurları olarak ifade edilen nakit, alacak ve stokların optimum miktarını belirlemek pek çok faktörün göz önünde bulundurulmasını gerekli kılmaktadır.

İşletmelerin ihtiyaç duyacağı optimum işletme sermayesi tutarı çeşitli faktörlere göre artıp azalma özelliğine sahiptir. Gerek işletme içinden gerekse

de işletme dışından pek çok faktör işletme sermayesi unsurlarının büyüklüğü üzerinde etkili olmaktadır. İşletme sermayesi tutarını etkileyen faktörlerin bilinmesi, yöneticilerin etkili şekilde karar vermeleri açısından son derece önemlidir. Bu faktörler işletmenin kontrolü altında olan işletmenin kendisi ile ilgili faktörler olabileceği gibi, işletmenin tek başına kontrol edemeyeceği ancak etkisi altında bulunduğu işletme dışı faktörler de olabilmektedir. İşletme sermayesi unsurlarının büyüklüğünü etkileyen faktörler; işletmenin faaliyet konusu, işletmenin büyüklüğü, cari aktif ve pasif kalemlerin devir hızı, tedarik ve satış şartları, işletmenin likidite durumu, stok değerlendirme ve amortisman metodu, kapasite ve kullanım derecesi, üretim süresi, kar dağıtımını ile ilgili politikalar, işletme gelirlerinin dalgalanma derecesi, satıcı kredilerinden yararlanma derecesi, sermaye maliyeti, işletme yöneticilerinin riske bakış açısı gibi işletme içi faktörler ile vergi uygulamaları, yatırım teşvik tedbirleri, fiyat seviyesindeki değişimler, konjonktürdeki değişimler, teknolojik değişimler, finans kurumlarının gelişmişlik düzeyi gibi işletme dışı faktörlerdir(Aksoy ve Yalçın, 2008: 69-107). İyi bir işletme sermayesi yönetimi, likidite, karlılık ve risk arasında uygun bir denge kurulmasını, bu amaçla işletme sermayesi ve kısa vadeli borçlar arasında denge kurulmasını gerekli kılmaktadır. Etkin bir işletme sermayesi yönetimi ile işletmeler likidite sıkıntısına girmeden, finansal riski düşük tutarak yüksek karlar elde ederek firma değerine maksimum katkıyı verebilirler. İşte işletme sermayesi ve borçlara ilişkin bu uygun düzeyin belirlenmesi için de yöneticilerin işletme sermayesi tutarını etkileyen işletme içi ve işletme dışı faktörleri göz önünde bulundurmaları gerekmektedir.

İşletme sermayesi ihtiyacını belirleyen faktörler ve bu faktörlerin etkilerinin yönü ve şiddetinin bilinmesinin işletmenin varlığı için büyük önemi bulunmaktadır. İşletme sermayesi yöneticilerine yol göstermesi açısından bu çalışmada nakde dönüşüm süresi, büyüklük, getiri oranı ve teknik likidite(cari oran) gibi işletme içi faktörlerin işletme sermayesi üzerine olan etkilerinin yönü ve büyüklüğü belirlenmeye çalışılacaktır. Bu amaçla gerek 2008 krizi öncesi gerekse kriz sonrası dönemde faktörlerin etkisi analiz edilerek farklılık gösterip göstermediği ortaya konulacaktır. Çalışmanın önceden yapılmış olan çalışmalardan farklılığı, kullanılan dönem, bağımsız değişkenler, krizin etkisinin dikkate alınması ve kullanılan yöntem açısından kendisini göstermektedir. Bu amaçla literatürde önceden yapılmış olan çalışmalar incelenecek, daha sonra analizde kullanılan veriler, yöntem ve bulgulara yer verilecek ve son olarak da bulgular değerlendirilecektir.

I) LİTERATÜR İNCELEMESİ

İşletme sermayesi miktarını etkileyen faktörleri tespit etmek amacıyla teoride az sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalardan bazıları tek faktörün

etkisini belirlemeye çalışılırken bazı çalışmalar ise pek çok faktörün etkisini bir arada incelenmeye almışlardır.

Tek faktörün işletme sermayesi yönetimi üzerine olan etkisini belirlemeye yönelik olarak Appuhami (2008) Tayland borsasında işlem gören işletmelerin verilerini esas alarak bir çalışma yapmıştır. Firmaların sermaye harcamalarının işletme sermayesi yönetimi üzerine etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi yaptığı çalışmada sermaye harcamalarının işletme sermayesi yönetimi üzerinde önemli etkiye sahip olduğu sonucuna varmıştır. Diğer taraftan benzer bir çalışma Çelik ve Boyacıoğlu (2013) tarafından Türkiye verileri ile yapılmıştır. Sabit varlık yatırımlarının işletme sermayesi yönetimi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada, elde ettikleri regresyon analizi sonuçlarına göre, sabit varlık yatırımları işletme sermayesi yönetimi üzerinde önemli etkiye sahiptir.

Birden fazla değişkenin işletme sermayesi yönetimi üzerine olan etkisini belirlemeye yönelik olarak yapılmış çeşitli çalışmalar da bulunmaktadır. Birden fazla değişkenin etkisi belirlemeye yönelik olarak yapılmış çalışmalardan biri Moussawi, LaPlante ve diğerleri (2006) tarafından yapılmıştır. ABD şirketlerinin 1990-2004 dönemi verilerinden hareketle yaptıkları çalışmada, sektörel uygulamaların, firma büyüklüğünün, firmanın gelecekteki satışlarındaki büyümenin, yönetim kurulunda dışardan yöneticilerin bulunma oranının, yönetici tazminatlarının ve CEO'ların şirketteki ortaklık paylarının firmalarda işletme sermayesi yönetimi üzerinde önemli etkiye sahip olduğunu belirlemişlerdir. Pakistan borsasında işlem gören işletmeler üzerine Nazir ve Afza (2009) tarafından yapılan çalışmada ise 14 endüstri kolunda faaliyet gösteren 132 üretim firmasının 2004-2007 dönemi verilerini analiz etmişlerdir. İşletme sermayesi ihtiyacını bağımlı değişken olarak aldıkları çalışmada bağımsız değişkenler ise faaliyet döngüsü, ekonomik faaliyetlerin düzeyi, kaldıraç oranı, firmadaki büyüme, faaliyet nakit akışı, firma büyüklüğü, sektör, varlıkların getiri oranı, tobinq'dur. Faaliyet döngüsü, kaldıraç oranı, varlıkların getiri oranı, tobinq ve faaliyet gösterilen sektörü işletme sermayesini etkileyen faktörler olarak bulmuşlardır.

Tahran borsasında işlem gören 80 işletme üzerine Lotfinia, Mousavi ve Jari (2012) tarafından işletme sermayesi yönetimi ile firma karakteristiği arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yaptıkları çalışmada firma karakteristik özelliği olarak firma büyüklüğü, finansal kaldıraç ve tobinq, net likidite dengesi ise işletme sermayesi yönetimini değerlendirme kriteri olarak almışlardır. İşletme sermayesi yönetimi ile firma büyüklüğü arasında pozitif, finansal kaldıraç ile negatif ilişki bulurken tobinq ile ilişki tespit edememişlerdir. Tahran borsası ile ilgili yapılmış olan diğer bir çalışmada ise Valipour, Moradi ve Farsi (2012), firma karakteristik özelliği olarak karlılık,

faaliyet nakit akımları, firma büyüklüğü, satışlardaki büyüme, cari oran, çabuk rasyo ve borç oranını kullanmışlardır. 2001-2012 döneminde Tahran borsasında işlem gören 83 firma üzerine yapılan çalışmada korelasyon analizi, çoklu regresyon analizi ve pearson korelasyonunu uygulamışlardır. Çalışmanın analizini iki aşamada yapmışlardır. Birinci aşamada nakde dönüşüm süresi ile karlılık, faaliyet nakit akışı, firma büyüklüğü, satışlardaki büyüme ve borç oranı arasında ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. İkinci aşamada ise, firmaları büyük-orta-küçük olarak sınıflara ayırmışlar ve nakte dönüşüm süresi ile faktörler arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Büyük işletmelerde; karlılık, faaliyet nakit akımları, borç oranı ve satışlardaki büyüme, orta büyüklükteki işletmelerde; karlılık, firma büyüklüğü, satışlardaki büyüme, borç oranı, küçük işletmelerde ise; karlılık, satışlardaki büyüme, cari oran, asit test oranı, borç oranı işletme sermayesi yönetiminde etkili faktörler olarak bulmuşlardır.

2012 yılında Manoori ve Muhammad'ın Singapur firmaları üzerine yaptıkları panel veri analizi sonucunda firma büyüklüğü, faaliyet nakit akımı, sermaye harcaması, gayri safi yurt içi hasıla ile işletme sermayesi yönetimi arasında negatif ilişki bulmuşlardır. Nakit dönüşüm süresi ile borçluluk arasında ilişki bulamazken, yüksek karlı firmaların nakte dönüşüm süresinin uzun olduğunu tespit etmişlerdir. Abbadi ve Abbadi (2013) ise, Filistin borsasında işlem gören 11 üretim işletmesinin 2004-2011 dönemi verilerinden hareketle yaptıkları çalışmada nakit dönüşüm süresinin, faaliyet nakit akımının, kaldıraç oranının, firma büyüklüğünün, aktifin getiri oranının, borç faiz oranının, ekonomik büyüme oranının işletme sermayesi ihtiyacı üzerine olan etkisini analiz etmişlerdir. Panel veri analizi sonucunda, işletme sermayesi ihtiyacı ile nakit dönüşüm süresinin, aktifin getiri oranının ve faaliyet nakit akımının pozitif, kaldıraç oranının ve firma büyüklüğünün negatif ilişki içinde olduğunu belirlemişlerdir. Faiz oranı ile reel gayrisafi milli hasıladaki büyüme ile anlamlı ilişki bulamamışlardır. Latin Amerika ülkeleri açısından Mongrut, Fuenzalida ve diğerleri Arjantin, Brezilya, Şili, Meksika firmalarının verilerini kullanmışlardır. Panel veri yöntemini kullandıkları çalışmada elde edilen sonuçlara göre, endüstri nakit dönüşüm süresi, firmanın piyasadaki gücü, gelecekteki satışlar ve ülke riski işletme sermayesi yönetimini etkilemektedir ve bu etki ülkeler arasında farklılık göstermektedir.

İşletme sermayesi tutarını etkileyen faktörlere yönelik diğer ülkelerdeki firmalara yönelik olarak yapılmış çalışmalar yanında Türkiye'de faaliyet gösteren işletmeleri esas alan ve BİST uygulaması içeren az sayıda çalışma bulunmaktadır. Öztürk ve Demirgüneş (2008) tarafından BİST'de işlem gören metal eşya, makine ve gereç yapım sektöründe faaliyet gösteren firmaların 2002-2006 dönemi verilerinden hareketle bütünlük regresyon analizini yapılmıştır. Çalışma sonucunda; kaldıraç oranının, aktif karlılığının ve

büyümenin işletme sermayesi gereksinimini etkilediği, faaliyet nakit akımları ve firma büyüklüğünün ise etkilemediği sonucuna ulaşmışlardır. Büyükşalvarcı ve Abdioğlu (2010) ise BİST’de işlem gören imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren 154 firmanın 2005-2009 dönemi verilerinden hareketle kriz öncesi ve kriz dönemlerinde işletme sermayesi ihtiyacını etkileyen değişkenleri tespit etmek amacıyla yaptıkları çalışmada 2005-2007 kriz öncesi, 2008-2009 (1-9.Ay) kriz sonrası dönem olarak almışlardır. Bağımlı değişken olarak alınan işletme sermayesi gereksinimine karşılık kaldıraç oranı, aktif karlılık oranı, öz sermaye karlılık oranı, faiz amortisman ve vergi öncesi kar marjı, net satışlardaki büyüme, stok devir hızı, alacak devir hızı, brüt kar marjı, net kar marjı, duran varlık oranı, tobin-q ve piyasa değerini bağımsız değişken olarak almışlardır. Kaldıraç oranı ve duran varlık oranının tüm dönemlerde işletme sermayesini negatif yönde etkilediği, aktif karlılığı, tobin-q ve stok devir hızının kriz öncesinde etkilemezken kriz sonrasında negatif etkilediği, alacak devir hızının kriz döneminde etkilemezken kriz sonrası negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

İlgili çalışmada amaç, 2003-2012 döneminde BİST’de faaliyet gösteren imalat sanayi işletmelerinin işletme sermayesi tutarı üzerinde etkili olan işletme içi faktörlerin belirlenmesidir. Ayrıca yukarıda yer alan BİST ile ilgili önceden yapılmış çalışmaları geliştirmeyi amaçlayan bu çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak 10 yıllık uzun dönemin verileri kullanılarak panel veri analizi yapılacak ve 2008 krizinin etkisi dikkate alınacaktır.

II) ANALİZ

A) Veri ve Yöntem

İlgili çalışmada 2003-2012 döneminde 10 yıl boyunca düzenli olarak BİST’de işlem gören imalat sanayi sektöründeki 145 firmanın verileri esas alınmıştır. Çalışmanın amacı, işletme sermayesi ihtiyacını etkileyen işletme içi faktörlerin tespit edilmesidir. Bu amaç kapsamında, bağımlı değişken olarak dönen varlıkların aktif içerisindeki ağırlığı (dönen varlıklar/aktif oranı) kullanılırken, bağımsız değişkenler olarak da nakde dönüşüm süresi, büyüklük, öz sermayenin getiri oranı (ROE) ve teknik likidite (cari oran) alınmıştır.

İşletme sermayesi ihtiyacını etkileyen işletme içi faktörlerden biri olan nakde dönüşüm süreci, ne kadar kısa ise işletme sermayesi ihtiyacı o kadar az olacak ve işletmenin kazancına katkı da o denli fazla olacaktır. Diğer bir ifade ile alacaklar kısa sürede tahsil ediliyor, stoklar kısa sürede üretilip satılıyorsa ve borçlar uzun vadede ödeniyorsa işletme sermayesi ihtiyacı da az olacaktır.

Dolayısıyla nakde dönüşüm süreci ile işletme sermayesi arasında pozitif bir ilişki beklenmektedir.

İşletmenin büyüklüğü de işletme sermayesi ihtiyacı üzerinde etkili olan faktörler arasında analiz kapsamına alınmaktadır. Büyüklük satışların logaritması olarak ifade edilmektedir. Satışları fazla olan diğer bir ifade ile büyük olan işletmelerde faaliyetlerin yürütülmesi için gerekecek nakit miktarı artacak, satışa bağlı olarak alacak miktarı artacak, satışı gerçekleştirmek için ihtiyaç duyulacak stok miktarı artacak nihai olarak işletme sermayesi ihtiyacı artacaktır. Dolayısıyla işletmelerin büyüklüğünün işletme sermayesi tutarını artırması dolayısıyla pozitif ilişkili olması beklenmektedir.

Faaliyetlerini karlı bir şekilde sürdüren işletmelerde atıl fon bulunması işletmeyi rahatsız etmeyecek ve atıl fon bulundurmada diğer işletmelere göre daha rahat hareket edebileceklerdir. Ayrıca aynı düzeyde faaliyet gösteren işletmelere göre daha kolay vade tanıyabilecekleri için alacakları ve tahsilatla birlikte nakitleri daha yüksek olacak ve daha kolay stok tutabileceklerdir. Dolayısıyla karlı işletmelerde işletme sermayesi tutarının daha yüksek olması diğer bir ifade ile işletme sermayesi ile karlılık arasında pozitif bir ilişki beklenmektedir.

Son bağımsız değişken olarak teknik likidite (cari oran) alınmıştır. Teknik likidite dönen varlıkların kısa vadeli borçları ödeme gücünün göstergesi olarak alınmıştır. Kısa vadeli borçları olan ve ödeme yükümlülüğü altında bulunan işletmelerde, anapara ve faiz ödemelerini yerine getirebilmek için işletme sermayesi tutarının artması beklenmektedir. Dolayısıyla teknik likidite ile işletme sermayesi arasında pozitif ilişki beklenmektedir.

İşletme sermayesini etkileyen faktörleri belirlemeye yönelik olarak yapılan çalışmada 2008 krizinin etkisini ortaya koymak amacıyla 2003-2012 dönemi verileri bütün olarak, 2003-2007 ve 2008-2012 şeklinde ayrılarak analiz edilecektir. Analizde kullanılan değişkenler ve değişkenlere ilişkin beklentiler Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo: 1
Kullanılan Değişkenler ve Beklentiler

Değişkenler	Kullanılan Ölçü	Kısaltma	Beklenen İşaret
<u>Bağımlı Değişken</u>			
Dönen Varlıkların Aktif İçerisindeki Ağırlığı	Dönen Varlıklar/Toplam Aktif	DVO	
<u>Bağımsız Değişkenler</u>			
Nakde Dönüşüm Süresi	Stokların D.S.+Alacakların D.S.- Ticari Borçların D.S.	NDS	+
Büyüklik	Satışların Logaritması	BY	+
Özsermaye Getiri Oranı	Net Kar/Öz Kaynaklar	ROE	+
Teknik Likidite	Dönen Varlıklar/ Kısa Vadeli Yabancı Kaynaklar	TL	+

Çalışmada kullanılan panel veri modeli ise aşağıdaki gibi oluşturulmuştur:

$$DVO_{ij} = \beta_0 + \beta_1 NDS_{ij} + \beta_2 BY_{ij} + \beta_3 ROE_{ij} + \beta_4 TL_{ij} + \varepsilon_{it} \quad (\text{Model1})$$

Modelde i imalat firmalarını, t zamanı, X_{it} işletme sermayesi ihtiyacını etkileyen işletme içi belirleyicileri (NDS, BY, ROE ve TL) ve ε_{it} ise bağımsız değişkenler tarafından açıklanamayan kısmı ifade etmektedir. Bu çalışmada öncelikle statik panel veri yöntemleri kullanılmış ancak modellerde heteroskedastisite, birimler arası korelasyon ve otokorelasyon tespit edildiğinden dolayı Prais-Winsten regresyon analizi yapılmıştır. Bu analiz Standart Hataları Düzeltmiş Panel (Panel Corrected Standard Errors) ve firmaya özgü AR(1) varsayımları altında tahmin yapmaktadır.

B) Bulgular

Çalışmada üç farklı dönem için analiz yapılmıştır. Tüm dönem, kriz öncesi ve kriz sonrası dönem için tekrarlanan analizde amaç krizin katsayılar üzerindeki etkisini görmektir. Prais-Winsten Regresyon yöntemi ile yapılan analiz sonuçları Tablo:2’de özetlenmiştir.

Tablo: 2
İşletme Sermayesi İhtiyacını Etkileyen İşletme İçi Faktörler

DVO	2003-2012	2003-2007	2008-2013	
	Tüm Dönem	Kriz Öncesi Dönem	Kriz Dönem	Sonrası
NDS	0.0115*** (0.0033)	0.0367*** (0.0082)	0.0098** (0.0040)	
BY	1.1350*** (0.3866)	0.5404 (0.4272)	0.8352** (0.3656)	
ROE	0.0019 (0.051)	-0.0044 (0.0124)	0.0064 (0.0068)	
TL	1.0521*** (0.1780)	0.3224 (0.2950)	1.3359*** (0.2117)	
Sabit Sayı	23.8750 (7.5403)	34.0904 (8.5988)	30.7880 (7.4504)	
Gözlem Sayısı	1450	725	725	
R ²	0.6544	0.6754	0.7094	
Firma Sayısı	145	145	145	
Wald Testi	61.85(4)(0.00)	24.52(4)(0.00)	91.69(4)(0.00)	

Parantez içindeki standart hatadır. *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Tablo: 2’de birinci sütun tüm dönemin, ikinci sütun kriz öncesi 2003-2007 döneminin ve üçüncü sütun ise kriz sonrası 2008-2012 döneminin modelden elde edilen sonuçlarını ortaya koymaktadır. Birinci sütunda yer alan değişkenlerin özsermaye getiri oranı dışındakiler %1 anlamlılık düzeyinde beklendiği gibi pozitif ilişki göstermektedir. İkinci sütunda, kriz öncesi dönemde sadece nakde dönüşüm süresi ile işletme sermayesi arasında %1 düzeyinde pozitif anlamlı ilişki ortaya çıkmaktadır. Üçüncü sütunda ise kriz sonrası dönemde de tüm dönem için elde edilen sonucun geçerli olduğu ve öz sermaye getirisi dışındaki değişkenlerle pozitif anlamlı ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Kriz sonrası dönemde imalat işletmelerinin varlıklarını sürdürebilmeleri satışlarındaki artışa ve kısa vadeli borçları ödeme gücüne bağlıdır. Bu nedenle kriz sonrası dönemde büyüklük ve teknik likiditenin işletme sermayesi üzerine olan etkisinde artış oluşmuştur. Ayrıca kriz öncesi ve sonrası dönemler için katsayılar da değişim olduğu dolayısıyla krizin bu ilişkiyi etkilediği belirlenmiştir.

SONUÇ

Piyasalar arasında yaşanan bütünleşme ile birlikte bir piyasada oluşan finansal sıkıntı veya kriz diğer ülkelere yansır hale gelmiştir. 2007 yılında ABD piyasalarında ortaya çıkan finansal kriz 2008 yılı ortalarında diğer ülkelerde de hissedilmiştir. Türkiye’de diğer ülkeler gibi krizin etkilerinin genel olarak hissedildiği bir ülke olmuştur. Finansal piyasalarda ortaya çıkan kriz etkisini özellikle imalat sanayi işletmelerinde hissettirmiştir. İşletmelerde sürekli yönetilmesi gereken ve iyi yönetilmemesi sonucu işletmelerde iflasa neden olan işletme sermayesi yönetimi kriz dönemlerinde daha önemli bir hal almaktadır.

İşletme sermayesi ihtiyacını etkileyen faktörlerin kriz öncesi ve sonrası dönem için analiz edilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada 2005-2012, 2005-2007 ve 2008-2012 dönemi verileri kullanılmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre dönen varlıkların aktif içerisindeki ağırlığı ile nakde dönüşüm süresi, büyüklük ve teknik likidite arasında pozitif ilişki bulunmaktadır. Gerek 2003-2012 döneminde gerekse de krizden sonraki dönemde bağımlı değişken ile öz sermaye getirisi dışındaki bağımsız değişkenler arasında anlamlı pozitif ilişki görülürken, krizden önceki dönemde sadece nakit dönüşüm süresi ile anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Beklenti ile elde edilen sonuçlara aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo :3				
Beklenti ve Sonuç Karşılaştırması				
	Beklenen	2003-2012	2003-2007	2008-2012
NDS	+	+	+	+
BY	+	+		+
ROE	+			
TL	+	+		+

Krizin, kriz öncesi ve sonrası dönemlerdeki katsayıları farklılaştırdığı da tespit edilmiştir. Bu sonuç ise, 2008 ABD krizinin analiz yapılan dönemde bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi etkileyen bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çalışma işletme sermayesi üzerinde etkili olan bağımsız değişkenler açısından diğer çalışmalardan farklılık göstermesi yanında kullanılan dönemin uzunluğu ve kriz dönemlerini de içermesi açısından önemlidir. Bununla birlikte bundan sonra yapılacak çalışmalarda; farklı bağımsız değişkenlerle analiz genişletilebilir, imalat işletmeleri dışındaki işletmeler analize dâhil edilebilir, işletme dışı faktörlerin etkisi incelenebilir, sektörler arası karşılaştırma yoluna gidilebilir.

KAYNAKÇA

- ABBADI, S., ABBADI, R. T.(2013), “The Determinants of Working Capital Requirement in Palestinian Industrial Corporations”, *International Journal of Economics and Finance*, Vol:5, No:1, pp. 65-75
- AKSOY, A. ve YALÇINER, K.(2008), *İşletme Sermayesi Yönetimi*, 4.Baskı, Gazi Kitapevi, Ankara.
- APPUHAMI, B. A. Ranjith (2008), “ The Impact of Firms’ Capital Expenditure on Working Capital Management: An Empirical Study Across Industries in Thailand”, *International Management Review*, Vol:4, No:1, pp. 8-21.
- BAKER, H. K. and POWELL, G.(2005), *Understanding Financial Management: A Practical Guide*, 2th.Ed, Malden: Blackwell Publishing.
- BREALEY, R. A., MYERS, S. C. and MARCUS, A. J.(2004), *Fundamentals of Corporate Finance*, 4th Ed., Mc Grow Hill Irwin Press, Boston.
- BÜYÜKŞALVARCI, A. ve ABDİOĞLU, H.(2010), “Kriz Öncesi ve Kriz Dönemlerinde İşletmelerde Çalışma Sermayesi Gereksiniminin Belirleyicileri: İMKB İmalat Sanayi Şirketleri Üzerine Ampirik Bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 24, Sayı:2, s. 47-66.
- CEYLAN, A. ve KORKMAZ, T. (2010), *İşletmelerde Finansal Yönetim*, 11.Baskı, Ekin Kitapevi, Bursa.
- ÇELİK, İ. ve BOYACIOĞLU, N.(2013), “The Impact of Fixed Assets Expenditures on Working Capital Management: An Application on Manufacturing Enterprises in Istanbul Stock Exchange”, *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, No:17, pp. 81-99.
- LOTFINIA, E., MOUSAVI, Z. and JARI, A.(2012), “ The Relationship Between Working Capital Management and Firm Characteristics: Evidence From Tehran Stock Exchange(TSE)”, *International Journal of Business and Social Science*, Vol:3, No:14, pp.296-300.
- MANOORI, E. and MUHAMMAD, J.(2012), “ Determinants of Working Capital Management: Case of Singapore Firms”, *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol:3 No:11, pp.15- 23.
- MONGRUT, S., FUENZALIDA, D. et.al., “Determinants of Working Capital Management in Latin American Companies”, (<http://www.ub.edu/iafi/Recerca/Seminaris/Papersamuel.pdf>)
- MOUSSAWI, R., LAPLANTE, M. et. al.(2006), “Corporate Working Capital Management: Determinants and Consequences”, Working Paper.
- NAZIR, M. S.and AFZA, T.(2009), “ Working Capital Requirements and the Determining Factors in Pakistan. The Icfai Journal of Applied Finance”, Vol:15, No:4, pp 28-38.
- ÖZTÜRK, B.ve DEMİRGÜNEŞ, K.(2008), “ İşletme Sermayesi Gereksinimini Etkileyen Değişkenler Üzerine İMKB’de Bir Uygulama”, *Finans, Politik ve Ekonomik Yorumlar*, Cilt:45, Sayı:516, s. 47-56.

VALIPOUR, H., MORADI, J.and FARSI, F. D.(2012), "The Impact of Company Characteristics on Working Capital Management", *Journal of Applied Finance and Banking*, Vol:2, No:1, pp. 105-125.

www.borsaistanbul.com

SOSYAL SERMAYENİN BİREYLERİN İSTİHDAMI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ HANEHALKI REİSLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Halim TATLI*

Öz:

Sosyal sermaye genel anlamıyla; toplumu oluşturan bireylerin resmî ve sivil kurumlarda üyelik, sosyal ilişkiler ve bağlantılar yoluyla gerçekleştirdiği faaliyetler sonucunda fayda ve avantaj sağlama kapasitesi ve yeteneği olarak tanımlanabilir. Son yıllarda yapılan uygulamalı çalışmalarda sosyal sermayenin işgücü piyasasının çıktılarını olumlu etkilediği tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın amacı, sosyal sermayeyi mikroekonomik bir bakış açısıyla inceleyerek bireylerin istihdamı üzerinde etkisinin olup olmadığını araştırmaktır. Bu amaçla çalışmada sosyal sermaye kavramı incelenerek, sosyal sermaye ve işgücü piyasası ilişkisi hakkında literatürdeki tartışmalara yer verilmektedir. TRB1 Bölgesindeki dört ilin kent merkezinde yaşayan 1599 hanehalkı reisine uygulanan bir anket ile toplanan veriler analiz edilmiştir. Ekonometrik logit model tahmin edilmiş ve elde edilen sonuçlar ışığında sosyal sermayenin hanehalkı reislerinin istihdamı üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

Tahmin edilen modelin sonuçları; sosyal sermayenin, hanehalkı reislerinin istihdamı üzerinde etkili bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Buna göre sosyal sermaye arttıkça hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığını yaklaşık 1,37 kat arttırdığı tespit edilmiştir. Hanehalkı reislerinin istihdamı üzerinde sosyal sermaye ile birlikte etkili olan diğer faktörler ise beşeri sermaye ve cinsiyet olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Sermaye, İstihdam, TRB1 Bölgesi (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli), Logit Model

* Yrd. Doç. Dr., Bingöl Üniversitesi, Sağlık Yüksekokulu, İş Sağlığı ve Güvenliği, htatli@bingol.edu.tr

THE INFLUENCE OF SOCIAL CAPITAL ON THE EMPLOYMENT OF INDIVIDUAL: A SURVEY ON HAUSEHOLD HEADS

Abstract:

Social capital, in general meaning, can be defined as the capacity and skill of gaining benefit and advantage of the individuals that form the society as a result of activities performed via official and civil memberships, social interactions, and connections. Practical works conducted in recent years have shown that social capital affects labor market outcomes positively.

The purpose of this study is to estimate whether social capital has an effect of employment of individuals by examining it from the perspective of micro economy. For this purpose, examining the concept social capital, Data collected through a questionnaire applied to 1599 heads of household who live in the city center of four provinces in TRB1 region has been analyzed. Econometric logit models were estimated and in the light of the results obtained, the impact on employment of household heads of social capital were determined.

The results of the estimated model, reveal that social capital has an influential factor on the employment of household heads. Accordingly, it has been found out that the probability of household heads' employment rate increases by approximately 1.37 as social capital increases. Other factors which are effective conjunction with social capital on the employment of household heads, have been determined as human capital and gender.

Keywords: Social Capital, Employment, TRB1 Region (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli), Logit Model

GİRİŞ

Sosyal sermaye kavramının tarihi çok daha eskiye gitmekle birlikte, bu kavramın bilimsel olarak incelenmesine son yirmi beş yılda başlanmıştır. İlk çalışmalar sosyoloji alanında gerçekleştirilmiş ve tanımı daha çok sosyoloji bilimi cephesinden tartışılmıştır. Daha yakın zamanlarda ise, özellikle Putnam, Coleman, Bourdieu ve Fukuyama gibi önemli bilim adamları sosyal sermayenin iktisadi yönünü ön plana çıkarmışlardır.

Sosyal sermayenin ekonomideki rolü Dasgupta ve Serageldin (2000) ve Dünya Bankası Sosyal Sermaye girişiminin yaptığı çalışmalar ile geniş bir şekilde dikkatleri üzerine çekmiştir. Bunun sonucunda sosyal sermayenin ekonomik yapı üzerindeki etkisi ile ilgili yapılan çalışmalarda artış meydana gelmiştir. Sosyal sermayenin ekonomik büyüme ve kalkınma (Knack and Keefer, 1997; Putnam, Leonardi and Nanetti, 1993), firmalar arasındaki bağlantılar (Fafchamps ve Minten, 2002) ve işgücü piyasası (Granovetter, 1995 [1974]); Montgomery, 1991; Lin 1999, 2001, ve 2008; Rebick, 2000; Lorenzini ve Giugni, 2012) ile ilgili yapılan bir çok çalışma bulunmaktadır.

Sosyal sermayenin hem mikro düzeyde hem de makro düzeyde ekonomik performans üzerinde önemli katkıları vardır. İktisatçılar, sosyal sermayenin mikroekonomik düzeyde piyasaların işlevselliğini ve istihdamı arttırarak ekonomik büyümeye katkıda bulunduğunu, makroekonomik düzeyde ise kurumların, yasal çerçevenin ve üretimin organizasyonunda kamunun aracılığıyla makroekonomik performansı desteklediğini ifade etmektedir (Grootaert, 1998:2). Sosyal sermayenin mikro düzeydeki faydaları, bilgi paylaşımı, koordinasyon ve ortak karar alma süreçleri üzerinde meydana getirdiği olumlu etkilerdir (Serageldin ve Grootaert, 2000:47).

İşgücü piyasası ile ilgili yapılan çalışmalarda iş arayanların çoğunun arkadaşları ve aileleri vasıtasıyla iş buldukları belirtilmiştir (Montgomery, 1991: 1408). İş arayanlar bireysel yeteneklerini, sosyal statülerini ve buna bağlı olarak sosyal bağlantılarını kullanarak işgücü piyasasında iş bulmaya çalışırlar. Burada ifade edilen bireysel yetenekler beşeri sermayeyi, sosyal statü ve buna bağlı olarak sosyal bağlantılar ise sosyal sermayeyi göstermektedir. İş arayanlar beşeri ve sosyal sermayelerini kullanarak işgücü piyasasında iş bulmaya çalışırlarken, bir işte çalışanlar ise beşeri ve sosyal sermayelerini kullanarak işlerindeki iş başarılarını arttırarak statülerini yükseltmeye çalışmaktadırlar. Yani sosyal sermaye bir ekonomik değer olarak işgücü piyasasında iş arayan ve çalışanlar üzerinde olumlu etkiler meydana getirebilir.

Bu araştırmanın temel amacı mikroekonomik bir bakış açısıyla bireylerin çalışma durumu ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Bu amaçla hanehalkı reislerinin bir işte istihdam edilmelerinde sosyal sermayenin

etkili olup olmadığı araştırılmaktadır. Oluşturulan sosyal sermaye endeksi bazı sosyoekonomik göstergeler ile birlikte hanehalkı reislerinin bir işte çalışıp çalışmadığı üzerindeki etkisi incelenmektedir. Bir bireyin bir iş bulup çalışması üzerinde etkili olan birçok faktör bulunmaktadır. Bunların başında bireyin sahip olduğu beşeri sermayesi gelir. Beşeri sermaye ile birlikte sosyal sermaye de bireylerin istihdam olanaklarını artıran bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmanın önsel beklentisi bireylerin sahip olduğu sosyal sermaye stoğunun onların işgücü piyasasında iş bulmalarında etkili olan faktörler arasında yer almasıdır. Bu önsel beklentiyi somut bir şekilde ortaya koymak için, sosyal sermaye ile birlikte bireylerin istihdamları üzerindeki etkili olduğu düşünülen bazı faktörler ile bir logit model kurulmuştur. Bu model ile sosyal sermayenin TRB1 Bölgesindeki illerin merkezinde yaşayan hanehalkı reislerinin istihdamı üzerindeki etkisi tahmin edilmeye çalışılmıştır.

I. SOSYAL SERMAYENİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Sermaye kavramı, zamanla çeşitli aşamalardan geçerek içeriğini hem genişletmiş, hem zenginleştirmiştir. Bilgi, iletişim ve küreselleşmenin etkisiyle başlangıçta yapılan tanımlamanın dışında yeni tanım ve türleri ortaya çıkmıştır. Klasik iktisatçıların, emek, sermaye ve toprak-doğal kaynakları üretim fonksiyonunda kullanmaları ile birlikte sermaye kavramı önem kazanmaya başlamıştır. Modern iktisat teorisi sermayeyi dört ana girdisinden (diğerleri toprak, emek ve girişim) biri olarak görmektedir. Yani buradaki sermaye ekonomik bir terim olarak fiziki sermayeyi tarif etmektedir. Bireysel ve toplumsal değerlerin, donanımların ve yeteneklerin üretime olan etkilerinin giderek önem kazanması, bu donanımların üretime olan pozitif katkılarının giderek artması, söz konusu pozitif değerlerin de sermaye olarak kabul edilmesine yol açmış ve sermaye kavramının yeniden tanımlaması gereğini ortaya çıkarmıştır (Karaçay, 2008:10). Bu bağlamda literatürde fiziki sermaye ile birlikte beşeri sermaye, kültürel sermaye ve sosyal sermayeden bahsedilmeye başlanmıştır.

Önlü iktisatçı E.F. Schumacher, toplumsal dayanışma, iş birliği, karşılıklı saygı ve bireyin kendine olan saygısını “psikolojik yapılar” olarak ifade ederek bunların ekonomik kalkınma için önemli olduğunu ve ekonomik kalkınmanın bu “psikolojik yapılar” ın kaybolması yüzünden engellendiğini belirtmiştir (Kozak , 1998:78). Schumacher’in psikolojik unsur olarak kabul ettiği olguların her biri yapılan çalışmalarda sosyal sermayenin boyutları olarak kullanılmakta ve bu boyutlar ile ekonomik yapı arasındaki ilişkiler ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Sosyal sermaye ile ilgili literatür incelendiğinde

çok sayıda tanımla karşılaşılabilir. Bu tanımların ortak noktası ise; “sosyal dayanışma”, “toplumsal normlar ve değerler”, “güven” ve “iş birliği”dir.

Sosyal sermaye genel anlamıyla; toplumu oluşturan bireylerin resmî ve sivil kurumlarda üyelik, sosyal ilişkiler ve bağlantılar yoluyla gerçekleştirdiği faaliyetler sonucunda fayda ve avantaj sağlama kapasitesi ve yeteneği olarak tanımlanabilir. Ekonomik açıdan ise sosyal sermaye, bireyler ve kurumlar arası güvene dayalı ilişkilerin, ekonominin yapısı içinde ekonomik değere dönüşmesi ve ekonomik performansa yansımaları şeklinde tanımlanabilir.

Sosyal sermayenin kaynakları aile ve aile dışı bağlar, arkadaş, komşu ve bağlı olunan kurumlardaki kanallardır. Sosyal sermaye bir yandan komşular, aileler ve bireyler arasında, diğer yandan da toplumdaki gruplar arasında bağlar oluşturan bir sermayedir. Sosyal sermaye teorisinin oluşturulmasında büyük katkıların olan bilim adamlarına ait sosyal sermaye tanımları aşağıda verilmiştir.

Bourdieu sosyal sermayeyi bir bireyin ya da bir grubun kalıcı ve uzun ömürlü bir ilişkiler ağına, az ya da çok kurumsallaşmış karşılıklı bilme ya da tanınmalara sahip olması sayesinde elde ettiği mevcut ve potansiyel kaynakların toplamı olarak tanımlamaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 1992:119).

Amerikalı sosyolog James Coleman’a göre sosyal sermaye, daha geniş sosyal sistemler bağlamında insanlar arasında kurulan sosyal ilişkileri ve ağları ifade etmektedir (Coleman, 1998:104). Ona göre sosyal sermaye, sosyal yapıların bazı görünümünü içeren ve bu yapı içinde yer alan aktörlerin, yani kişi ya da kurumların belirli faaliyetlerini kolaylaştıran ortak özelliklere sahip çeşitli varlıklar türüdür (Coleman, 1998:98).

Putnam sosyal sermayeyi, karşılıklı olarak fayda sağlamak için faaliyetlerin koordinasyonunu ve iş birliğini kolaylaştırarak toplumun etkinliğini arttıran güven, normlar ve ilişki ağları gibi sosyal organizasyonun özellikleri olarak tanımlamaktadır (Putnam, 1993: 167).

Fukuyama sosyal sermayeyi insanlar arasında eşgüdümü ve iş birliğini teşvik eden ve samimiyetin hakim olduğu normlar birliği şeklinde tanımlamıştır (Fukuyama 2000:3). Ona göre, sosyal sermaye bir toplumda ya da toplumun bazı parçalarında yaygınlık kazanan güven aracılığıyla ortaya çıkan bir yeterlilik olup, toplumun temel parçası aile ile ulus arasında yer alan çeşitli büyüklükteki topluluklar tarafından oluşturulmaktadır (Fukuyama, 2000:42).

Bu farklı tanımlar incelendiğinde sosyal sermayenin farklı boyutları olduğu görülebilir. Genel olarak literatürdeki çalışmalarda; grup ve sosyal

ağlar, güven ve sosyal normlar sosyal sermayenin unsurları olarak ele alınmaktadır. Aşağıda araştırmalarda sosyal sermayenin en çok kabul gören boyutları açıklanmaktadır.

A) Sosyal Sermayenin Boyutları

1) Grup ve Sosyal Ağlar:

Grup belli ortak özelliklere sahip, etkileşim ve ilişki içinde bulunan iki veya daha fazla kişinin meydana getirdiği görece bir sürekliliği olan bireyler topluluğu olarak tanımlanabilir (Eğitim Kültür ve Felsefe Hakkında Makale ve Yazılar, 2012). Bir topluluğun grup sayılabilmesi için grup üyelerinin birbirleriyle etkileşim içinde olması, grupsal algının gelişmiş olması, grup normlarının olması, grup içinde herkesin belli rollerinin olması, duygusal ilişkilerin gelişmesi ve grup üyelerinin ortak hedeflerinin olması gerekmektedir (Doruk, 2009:117). Ağlar ise bireyler ya da gruplar arasındaki karşılıklılık ve güven ilkesine dayalı olan ve düzeyi iletişim miktarıyla ifade edilen bir kavram olarak tanımlanabilir (Tüysüz, 2011:22). Başka bir tanıma göre sosyal ağlar bireyleri, grupları ve örgütleri çevreleyen kaynaklar ya da sosyal ilişkiler ağı ve bu ağlardaki bağların nitelikleri olarak tanımlanmaktadır (Heidt, 2006:29).

Sosyal ağlar, bireyler ve grupların verimliliğini etkileyen değerler ve sosyal bağlantılara sahip olup (Çetin, 2006:4) insanların fayda sağlayabilecekleri çeşitli bağlantıların akışını kolaylaştırır (Putnam, 2000:319). Sosyal ağların yoğunluğu ve genişliği bireylerin sosyal kaynaklara daha iyi ulaşabilmelerini etkiler (Lin, 1999:483). Yani ağların yoğunluğu sosyal kaynaklara ulaşımı kolaylaştırarak bireysel faydayı artırabilir. Sosyal sermayenin özünü teşkil eden bağlantı ve ağlar insanların kendilerini en iyi şekilde ifade etme biçimleridir (Cohen ve Prusak, 2001:84).

2) Güven

Güven korku, çekinme ve kuşku duymadan inanma ve bağlanma duygusudur (Türk Dil Kurumu, 2012). Ekonomik anlamda güven, iktisadi karar birimlerinin, karşılıklı ilişkilerinde zarar görmemeleri konusunda emin olmaları şeklinde tanımlanmaktadır (Özsağır, 2007:49). İnsanlar arasındaki güven yıllar boyunca devam eden etkileşimlerle oluşur. Yani güven toplumsal ilişkilerin yapılarında zamanla somutlaşan bir mekanizmadır. Güvene dayalı insan ilişkilerinin içine istismar ya da hile girmez ve iş birliklerinden önemli faydalar elde edebilirler. Güven duygusunun geliştiği bir toplumda örgütsel etkinlikler daha sağlıklı ve buna bağlı olarak örgütsel yenilikler de daha başarılı olabilecektir. Bunun tersine birbirine güvenmeyen insanların oluşturduğu örgütler, resmi kurallar ve düzenlemeler sistemi şeklinde olacaktır (Ergin,

2007:10). Güven ve çevre birbirinden ayrılamaz bir şekilde bağlantılıdır ve insanlar aile içinde, yakın arkadaşlar arasında, aynı meslektaşlar arasında ve kurum ile kuruluşlar gibi çok sayıdaki ortamlarda güven duygusunu yaşar (Fu, 2004:4).

3) Sosyal Normlar

Sosyal sermayenin diğer önemli bir boyutu olan sosyal normlar, sosyal hayatta insanların ve grupların tavır ve hareketlerini örgütleyen kuralları ve otoriteyi belirleyen standartlar olarak tanımlanmaktadır. Bunlar insanların ve grupların davranışlarını, tavırlarını ve hareketlerini yönlendiren ve toplumsal değerlerle örtüşen yazılı olmayan kural ve ilkelerdir. (Doruk, 2009:107) Sosyal normlar, grupların zaman içinde içselleştirdiği kural ve ilkeler olduğu için güven oluşumunu da hızlandırabilir. Bu nedenle normlar, grup ve toplumun sürekliliğini sağlayan önemli bir sosyal sermaye unsuru olarak değerlendirilebilir. Bazı araştırmacılar normları sosyal sermayeyi üreten bir unsur olarak ele almaktadır (Holloway, 2008:25; Kombarakaran, 2002:14). Normlar bireylerin kişisel çıkarları doğrultusunda hareket etmesini önleyerek toplum çıkarları doğrultusunda hareket etmelerini sağlar. Bundan dolayı normlar toplumun ayakta kalmasını sağlayan önemli bir sosyal sermaye unsuru olarak değerlendirilebilir.

4) İletişim ve Enformasyon

Sosyal sermayenin bir boyutu olarak iletişim, bireylerin, ailelerin ve kurumların başarılarını etkileyen önemli bir unsurdur. Zira iletişim sosyal sermayenin düzeyini belirleyerek ve sosyal sermayeyi oluşturan unsurlar arasındaki etkileşimleri sağlayarak sosyal sermayenin etkinliğini artırır. İletişim toplumsal ağlar arasında enformasyon sağlayarak sosyal sermayenin üretilmesinde önemli bir rol oynayabilir.

II. SOSYAL SERMAYE VE İŞGÜCÜ PİYASASI

İşgücü, etkin nüfus içinde yer alan, cari ücret düzeyinde ve çalışma koşullarında çalışanlarla işsizlerin toplamı olup, sermaye ve toprak gibi üretim faktörlerinden birisidir (Türk Dil Kurumu , 2012). Bu üretim faktörü, arzu edilen mal ve hizmetin üretimindeki her türlü fiziki ve zihni insan çabasını içeren ve yeni, daha iyi veya daha ucuz mal ve hizmetleri üretmek için sermaye doğal kaynaklar ve diğer iş gücü unsurlarını birleştirme çabalarını da içermektedir (Yaylalı, 2003:4).

İşgücü piyasalarında hanehalkları ücret karşılığında işgüçlerini doğrudan firmalara verirler veya satarlar (Yaylalı, 2003:4). Yani iş gücü piyasalarında hanehalkları işgüçlerini arz ederek ücret gelirini elde ederler. Gelir iş gücünü

çalışmaya sevkeden en önemli yaşamsal faktördür. İşgüçlerini arz edenler ücret gelirini elde edebilmek için iş ararlar. Bu kişiler ilk olarak meslektaşlarından, ailelerinden ve bağlı olduğu ağ, grup veya dernekler vasıtasıyla istihdam olanaklarını araştırırlar. Yani bu kişiler sahip oldukları sosyal sermaye stoğunu kullanarak istihdam olanaklarını araştırırlar. Nitekim sosyal sermaye ve iş gücü piyasası arasındaki ilişki ile ilgili yapılan araştırmalar, iş arama sürecinin kolaylaştırılması, kariyer desteğinin sağlanması, çalışanlar arasında bilginin yayılması, bağımsız çalışma biçimi ve başarısı gibi konuları içerir. Bu bağlamda Özgüler, iş arama sürecinde formel ve informel iş arama yöntemleri kullanımı ile ilgili yaptığı araştırmada katılımcıların çoğunluğunun arkadaş, akraba ve aile aracılığıyla iş bulduğunu belirtmiştir. Bu da iş arama sürecinde sosyal sermayenin sosyal ağlar boyutunun etkisini göstermesi bakımında önemlidir (Özgüler, 2007:154). Yine sosyal sermaye ve iş gücü piyasası ilişkisi ile ilgili yapılan başka ampirik çalışmalar da, sosyal ağlar kullanıldığı zaman iş bulmanın kolaylaştığını göstermiştir (Granovetter 1973a: 1360-1380; Granovetter, 1974; Fernandez, Castilla ve Moore., 2000:1288-1356; Mouw, 2003:868-896; Munshi, 2003:549-599).

Sosyal sermayenin çalışanı sistem içinde meşru hale getirdiği, kariyer desteği elde etmesini sağladığı ve bu sayede kariyer başarısını etkilediği de ileri sürülmektedir (Bozionelos, 2003:41-46). Seibert ve ark., sosyal sermaye ve kariyer başarısı arasındaki ilişki ile ilgili yaptıkları araştırmada, sosyal sermayenin, örgüt içinde bireyin daha fazla bilgiye zamanında erişme, daha çok finansal ve maddi kaynağa erişme ve sosyal sistem içinde daha görünür, meşru hale gelmeyi sağlayarak kariyer başarısını etkilediği belirtilmiştir. Çalışmada kariyer başarısı, mevcut ücret, bütün kariyer boyunca ilerlemeler ve kariyer tatmini olarak ele alınmıştır (Seibert, Maria, Robert, 2001: 219-225).

Fabio Sabatini, iş gücü güvencesizliği ile sosyal sermaye üzerinde durmuştur. Ona göre iş gücü güvencesizliğinin sosyal bütünleşme ve kurumların refahının belirlenmesinde önemli rolü vardır. Güvencesiz çalışanlar, genel olarak iş ve özel yaşam dengesi açısından, düşük ve düzensiz çalışma saatleri, ödeme ve ücret düşüklüğü, hastalık ve iş güvencesizliği ile karakterize edilirler. İtalya'da yaptığı ampirik çalışma ile, türdeş gruplar içindeki ilişkilerle ilgili olan bağlayıcı sosyal sermayenin iş gücü piyasasında iş gücü güvencesizliğini azalttığını göstermiştir (Sabatini, 2008:2). Buradan hareketle iş güvencesinin olmaması toplum arasındaki sosyal entegrasyonu, iletişimi ve bağlantıları azaltabilir. Özdemir'e göre sosyal sermaye örgütler üzerinde, özellikle bilginin yayılması aşamasında olmak üzere, pek çok olumlu etkiye sahiptir (Özdemir, 2007:149-155). Bu çalışmalar, sosyal sermayenin, her şeyden önce kaliteli iş gücüne ulaşımı kolaylaştırıcı bir etki yarattığı, iş bulmayı kolaylaştırdığı ve bilginin yayılmasını sağlayarak çalışanların

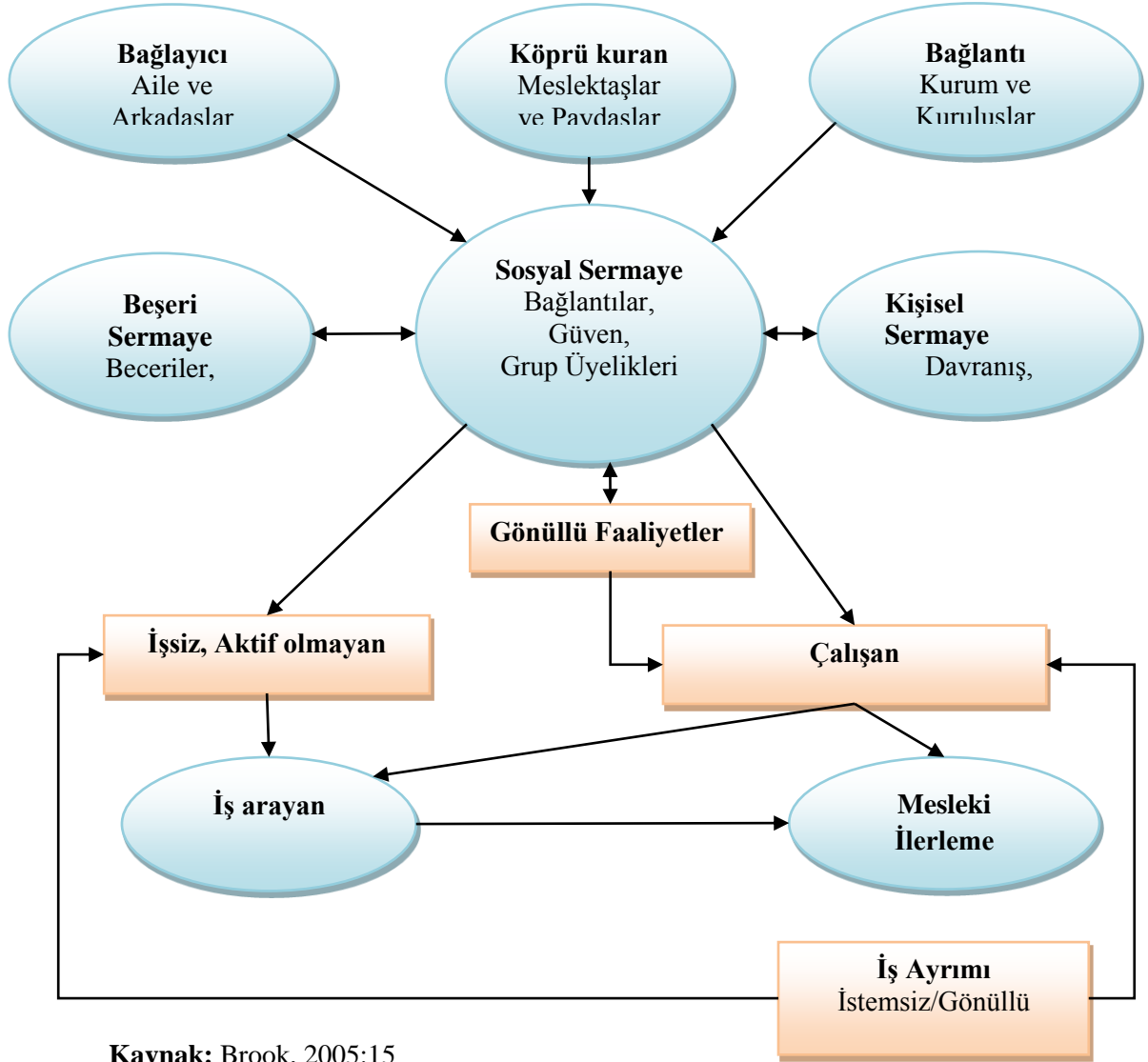
verimliliğini artırdığını göstermektedir. Son zamanlarda firmalar işe almada yaygın olarak adayların referanslarını kullanmaktadır. Firmaların bu davranışı, sahip oldukları sosyal sermayeden faydalandıklarını göstermektedir.

Bağımsız çalışma, aktif istihdam politikalarında yer alan bir uygulama olup, kendi işini kurmak isteyenlere ödenek sağlanabilmekte ve belli bir süre için danışmanlık hizmeti verilebilmektir (Seçer, 2009: 121). Sosyal sermaye, bağımsız çalışmayı öğrenme sürecini kısaltmakta ve sosyal ilişki yoluyla yeni iş fırsatları ile ilgili enformasyon sağlamaktadır (Blumberg ve Pfann, 2001:1).

Sosyal sermaye iş gücü becerilerini artırma, yaşam boyu öğrenme, işsiz kalınan süreyi kısaltma gibi daha çok işsizliği azaltmayı, işe dönüşü hızlandırmayı hedefleyen aktif iş gücü politikalarının etkili bir şekilde yürütülmesi kolaylaştırabilir.

İşgücü piyasasında çalışan bireylerin işlerinin sosyal ağlar (sosyal sermaye) yoluyla elde ettikleri ile ilgili literatürde birçok çalışma bulunmaktadır (George ve Chaze, 2009:400; Portes, 1998; Roberts, 2001; Zhang 2001; Aguilera ve Massey, 2003; Zhao, 2003). Sosyal sermaye sosyal bağlar yoluyla bilginin yayılması sağlayarak bireylerin bilgi düzeyini artırabilir.

Şekil 1, sosyal sermayenin iş gücü piyasası üzerindeki etkilerini özetlemektedir (Brook, 2005:15). Buna göre; sosyal sermayenin, bireylerin sahip olduğu beşeri ve kişisel sermayelerinin işsiz veya aktif olmadıkları zamanlarda iş bulmaları için yardımcı olduğunu veya çalışanlar için ise iş yerinde mesleki ilerlemelerini veya iş değiştirmelerini etkileyebileceğini göstermektedir. Örneğin sosyal sermayenin, iş arama sürecinde iş arayanlara bilgi sağlayan ağlar bakımından olumlu bir katkısı olabilir. Yine bir işveren açısından ise, mevcut çalışanların önerdiği arkadaşları ve tanıdıkları hakkında güven oluşmasına katkı sağlayabilir. Bu durum özellikle eşit beceri ve deneyime sahip olanların kabul edildiği düşük vasıflı işler için uygun olan bir işe alma yöntem olabilir.



Kavnak: Brook. 2005:15

Şekil: 1

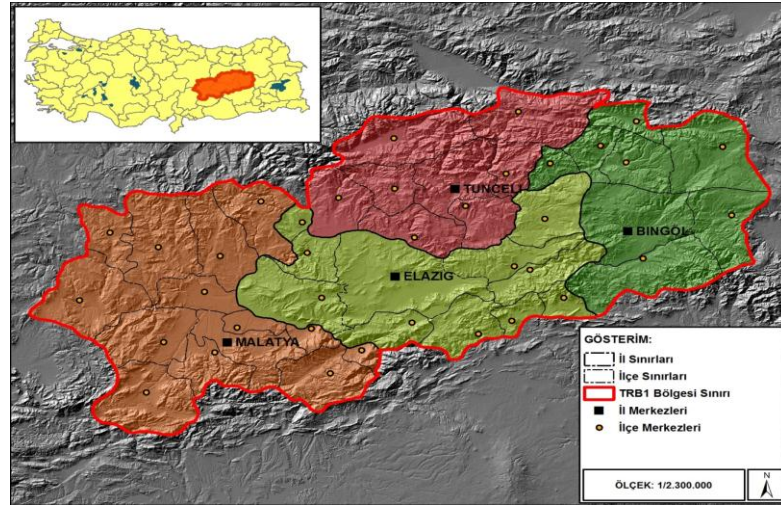
İş Gücü Piyasasında Sosyal Sermayenin Etkisi

III. METODOLOJİ

Bu çalışmada sosyal sermayenin hanehalkı reislerinin bir işte çalışmasını etkileyip etkilemediğini tespit etmek için Atatürk Üniversitesi BAB 2012/322

nolu projesi kapsamında desteklenen “Sosyal Sermaye ve Yoksulluk: TRB1 Bölgesi Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmada toplanan veriler kullanılmıştır. Söz konusu çalışmada Ağustos-Eylül 2012 yılında TRB1 Bölgesinde (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) bulunan illerin kent merkezlerinde yapılan örneklemeler ile tespit edilen 1599 hanehalkı reisine uygulanan anket ile veriler toplanmıştır. Çalışmada kırsal alanlar ihmal edilmiş olup, anket sadece kent merkezindeki hanelere uygulanmıştır.

İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırılması'na göre (İBBS) 26 düzey 2 bölgesinden biri olarak belirlenen TRB1 Bölgesi, Malatya, Elazığ, Bingöl ve Tunceli illerinden oluşmaktadır (Şekil: 2). TRB1 Bölgesi Türkiye yüz ölçümünün %4.7'sini oluşturmaktadır (TÜİK, 2013). Bölge sosyoekonomik gelişmişlik bakımından 26 düzey 2 bölgesi içinde 20. sırada yer almaktadır (Fırat Kalkınma Ajansı , 2012). Kalkınma Bakanlığı, en son 2003 yılında yayınlanan "İllerin ve Bölgelerin Sosyoekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması" 'nı 2011 yılında güncellemiştir. Bu araştırmaya göre; iller seviyesindeki sosyoekonomik gelişmişlik sıralamasında 81 il içinde Elazığ 39., Malatya 42., Tunceli 58. ve Bingöl 72. sırada yer almaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2012). TRB1 Bölgesi 2011 yılında 26 düzey 2 bölgesi içinde %10,2 işsizlik oranıyla 17., %43,2 istihdam oranıyla 19. sırada yer almakta olup, yaratılan kişi başına Gayri Safi Katma Değer (GSKD) ülke ortalamasının ancak %58'i kadardır (TÜİK, 2013).



Şekil : 2
TRB1 Bölgesinin Haritası

Çalışmada uygulanan anket iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısım sırasıyla; hanehalkı reisi ve ailesinin demografik, sosyal özellikleri, gelir ve harcamalarını saptamaya yönelik sorulardan oluşurken, ikinci kısım ise hanehalkı reisinin sosyal sermaye düzeyini ölçmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Hanehalkı reisinin demografik ve sosyal özellikleri ile gelir ve harcamaları saptamak amacıyla hazırlanan birinci kısımda hanehalkı reisinin, yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, eğitim durumu, mesleği, *çalışma durumu*, ikamet ettiği il, hanehalkı büyüklüğü, ailenin aylık toplam geliri, sahip olunan fiziki varlıkları, konut sahipliği, bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı, borç durumu, ailede okuyanların sayısı ve gelir kaynakları sorulmuştur.

Anketin ikinci kısmı ise hanehalkı reisinin sosyal sermaye düzeyini ölçmek için Roslan ve ark. çalışması ile Grootaert, Narayan, Jones ve Woolcock gibi sosyal sermaye literatürünün önemli isimlerinin, DB için hazırladıkları “Measuring Social Capital: A Integrated Questionnaire” isimli çalışmadan faydalanılarak hazırlanmıştır (Grootaert ve ark., 2004; Roslan ve ark., 2012). Anket, grup ve ağlar, güven ve dayanışma, kolektif eylem ve iş birliği, enformasyon ve iletişim, sosyal bütünleşme, güçlendirme ve politik eylem ana başlıkları çerçevesinde geliştirilen sorulardan oluşmaktadır. Sosyal sermaye boyutları ve her boyutu ölçmeye yönelik sorular Tablo1’de gösterilmiştir.

Tablo: 1
Sosyal Sermaye Boyutları ve Göstergeleri

Grup ve ağlar	<ul style="list-style-type: none"> i. Resmi veya gayri resmi kuruluş, kulüp, ya da dernek üyeliği ii. Üye olunan grubun yaşanılan yerin dışındaki gruplarla etkileşim içinde olması ve ya onlarla iş birliğine girmesi iii. Zor bir durumda kalındığında aile veya akrabaların dışındaki kişilerden yardım alabilme yeteneği iv. Yakın arkadaşlarla özel meseleler hakkında kolaylıkla konuşulabilip, onlardan yardım isteyebilme yeteneği
Güven ve dayanışma	<ul style="list-style-type: none"> i. Toplumdaki insanlara güvenilebilme ii. Toplumdaki insanların yardımsever olması
Kolektif eylem ve iş birliği	<ul style="list-style-type: none"> i. Son bir yılda toplumsal faydası olan herhangi bir aktiviteye katılma durumu ii. Toplumun yarısından fazlasının ortak kalkınma hedefleri doğrultusunda zaman veya para katkısında bulunması iii. Toplumdaki insanların ortak problemleri çözmek için iş birliği yapma olasılıkları
Enformasyon ve iletişim	<ul style="list-style-type: none"> i. Radyo dinleme sıklığı ii. Gazete okuma sıklığı iii. Televizyon izleme sıklığı

	iv. İnternet kullanma sıklığı v. Telefonla aranma sıklığı
Sosyal bütünleşme	i. Toplumdaki birlik ve beraberlik duygusunun güçlü olması ii. Toplumdaki acı ve sıkıntılı durumlarda aynı hislerin yaşanması iii. Evde yalnızken, suça veya şiddette karşı güvende hissetme durumu iv. Dindar olup olmama
Güçlendirme ve politik eylem	i. Günlük faaliyetleri etkileyen kararları alabilme gücüne sahip olma durumu ii. Son genel seçimde oy kullanma iii. Son bir yıl içinde, çevredekilerle müşterek olarak toplum yararına bir konu hakkında kamu kurumlarından ya da politik liderlerden yardım talebinde bulunma durumu

Belirlenen örnek kütleye anketörler tarafından yüz yüze görüşme ile uygulanan anketlerden elde edilen ham veriler, kontrollü olarak Excel'e girilmek suretiyle elektronik ortama aktarılmıştır. Daha sonra SPSS programı veri tabanına aktarılan bu veriler, bir de burada detaylı olarak çeşitli açılardan kontrol edilmiş ve tespit edilen yanlışlıklar düzeltilmiştir. İlk aşamada SPSS programı yardımıyla Mann-Whitney U Testi ve ki-kare analizleri yapılarak değişkenler arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığı ortaya konulmuştur. Daha sonra da, STATA bilgisayar paket programı yardımıyla oluşturulan bir logit model tahmin edilmiş ve bu tahmin sonuçlarına dayalı olarak hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığını etkileyen faktörler araştırılmıştır.

Araştırmada kullanılan veri seti 30'dan büyük olduğu için her bir faktörün dağılımı Tek Örneklem Kolmogorov Smirnov Testi ve Homogeneity of Variance Test yöntemleriyle incelendikten sonra parametrik olmayan test yöntemlerinin kullanılması yoluna gidilmiştir. Nitel değişkenler için ki-kare bağımsızlık, nicel değişkenler için Mann-Whitney U Testi kullanılmıştır. İstatistiksel anlamlılık için $P < 0.05$ değeri alınmıştır.

Gölge değişkenlerin bağımlı değişken olarak yer aldığı regresyon modellerinde bağımlı değişken iki değer alıyorsa, değişken evet-hayır, başarılı-başarısız, bir işte çalışıp çalışmama, satın alma-almama veya konuta sahip olma-olmama gibi tercih veya karar belirtir. Bu tür modeller *ikili tercih modelleri* olarak adlandırılırlar.¹ İkili tercih modelleri, karar birimlerinin (bireyler, firmalar, hanehalkları, vs.) tercih yapmak üzere alternatifle karşı karşıya olduklarını ve sahip oldukları özelliklerin yapacakları tercihte etkili olduğunu varsayar, dolayısıyla böyle bir model, bir karar biriminin sahip

¹ Bilgi için bkz. John H. Aldrich-Forrest D. Nelson, *Linear Probability, Logit and Probit Models*, California: Sage Publications, Inc., 1984, s. 9.

olduğu özellikleri ile belli bir tercihte bulunma olasılığı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır (Özer, 2004:61). Bağımlı değişkenin nitel vasıf taşıdığı ikili tercih modelleri *doğrusal olasılık (Linear Probability)*, *probit* ve *logit* olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Uygulamada daha çok tek değişkenli ve iki değişkenli probit ile logit model, iki durumlu probit ve logit model kullanılmaktadır (Akın, 2002: 130).

Doğrusal olasılık modelinde (DOM) karşılaşılan sorunları gidermek için normal Birikimli Dağılım Fonksiyonu'na (BDF) dayalı olarak türetilen probit modelinin teorik gerekçesi nispeten sınırlı olması nedeniyle probit modeline alternatif olarak oluşturulan logit model, uygulamada daha yaygın biçimde tercih edilmektedir (Özer ve ark., 2006:41).

Logit regresyon modeli, bağımlı değişkenin tahmini değerlerini olasılık olarak hesaplayarak olasılık kurallarına uygun sınıflama yapma imkanı veren, tablolaştırılmış ya da ham veri setlerini analiz eden bir istatistiksel yöntemdir (Özdamar, 199:376). Logit regresyon modelinde iki düzeyli bağımlı değişkenin yanında kategorik bağımsız değişken/değişkenler, sadece sürekli bağımsız değişken/değişkenler veya hem kategorik hem de sürekli bağımsız değişkenler kullanılabilir (Kaşko, 2007:19) .

Olasılığın 0-1 aralığında kalmasını sağlayan ve katsayılar itibarıyla doğrusal olmayan logit modeli (Kennedy , 2006:286),

$$P_i = E(Y_i = 1|X_i) = F(I_i) = F(\beta_0 + \beta_1 X_i) = \frac{1}{1 + e^{-I_i}}$$

$$= \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_i)}} \quad (1)$$

(1) denkleminde görüldüğü gibi lojistik BDF'den türetilmektedir (Özer ve ark., 2006:75; Tari, 2005:256). Burada yer alan $I_i = \beta_0 + \beta_1 X_i$ ve $e=2,7182$ olup, doğal logaritma tabanıdır. I_i $-\infty$ ile $+\infty$ arasında sınırsız bir aralığa sahip iken, olayın gerçekleşme olasılığını gösteren P_i de 0-1 arasında değer alır ve P_i ile I_i arasında doğrusal olmayan bir ilişki bulunmaktadır (Gujarati, 2011:554). Böylece bağımsız değişken (X_i) hangi değerleri alırsa alsın fonksiyondaki eksponansiyel terim daima pozitif olacağı için P_i 'nin alt sınırı da 0 olur. Olasılık için gerekli olan $0 \leq P_i \leq 1$ koşulunu bu fonksiyon sağlamış olur.

Eşitlik (1)'nin her iki yanını $(1 + e^{-I_i})$ ile çarpıldığında $(1 + e^{-I_i})P_i = 1$ olur. P_i ye bölüp 1 çıkarılarak $e^{-I_i} = \frac{1}{P_i} - 1 = \frac{1 - P_i}{P_i}$ bulunur. $e^{-I_i} = \frac{1}{e^{I_i}}$ olduğundan;

$$e^{I_i} = \frac{P_i}{1 - P_i} \quad (2)$$

eşitliği elde edilir. Burada $P_i/(1-P_i)$, *olasılık oranı (odds ratio)*'dir. Odds oranının doğal logaritması alınarak Logit'e ulaşılır. Bu amaçla son eşitliğin (2) her iki yanının doğal logaritması alındığında;

$$\ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = \ln e^{I_i} = I_i = \beta_0 + \beta_1 X$$
$$L_i = \text{Ln}\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) = I_i = \beta_0 + \beta_1 X_i \quad (3)$$

elde edilir ve burada olasılık oranının logaritması olan L_i , artık sadece X_i ye göre değil, aynı zamanda anakütle katsayılarına göre de doğrusaldır (Gujarati, s.555; Koop, 2008:278).

Çalışmada hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığı üzerinde etkili olduğu düşünülen çeşitli faktörlerin etkisini tahmin etmek için logit model yöntemi kullanılmış ve çalışmada kullanılan verilerin gruplandırılmamış veriler olması nedeniyle ele alınan model *en yüksek olasılırlık (EYO, Maximum Likelihood, ML)* yöntemi ile tahmin edilmiştir.

Hanehalkı reisinin çalışma durumu (Çalışma) bağımlı değişken olarak 1 ve 0 değeri alan bağımlı kukla değişkenler ile ifade edilmiştir. Sosyal sermayenin hanehalkı reislerinin istihdam edilmeleri üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmada, hanehalkı reisinin bir işte çalışması üzerinde, sosyal sermaye ile birlikte hanehalkı reisinin yaşı (Yaş), beşeri sermayesi (BS), cinsiyeti (Cinsiyeti), medeni hali (MH), hanehalkı büyüklüğü (HBU) ve bağımlı nüfus sayısı (BN) etkili olabileceği düşünülmektedir (Tablo 2). Dolayısıyla, bu değişkenler tahmin modellerinde bağımsız değişken (X_i) olarak kullanılmaktadır. Bu değişkenlerden Cinsiyet ve MH kategorik değişkenler olmalarına karşılık diğer değişkenler süreklidir. Hanehalkı reislerinin bir işte çalışmalarını etkileyen faktörleri çoğaltmak mümkün olsa da, uygulanan anketten elde edilen veriler dikkate alınarak modelde yer alan bağımsız değişkenler bunlarla sınırlandırılmıştır.

$$X_i = (SSE_i, BS_i, Yaş_i, Cinsiyet_i, MH_i, HBU_i, BN_i) \quad (4)$$

Tablo: 2
Ekonometrik Modelin Değişkenleri

Değişkenler	Tanımı
Bağımlı Değişken	
Çalışma Durumu	(Kategorik) Çalışıyor:1, Çalışmıyor:0
Bağımsız Değişkenler	
Sosyal Sermaye Endeksi (SSE)	Hanehalkı reisinin sosyal sermaye endeksi (Nicel)
Beşeri Sermaye (BS)	Hanehalkı reisinin aldığı eğitim yılının sayısı (Nicel)
Yaş (Yaş)	Hanehalkı reisinin yaşı (Nicel)
Cinsiyet (Cinsiyet)	Kukla (Erkek:1, Kadın:0)*
Medeni hal (Medeni)	Kukla (Evli:1, Bekar/Dul:0)**
Hanehalkı büyüklüğü (HBU)	Hanehalkı büyüklüğü (Nicel)
Bağımlı nüfus sayısı (BN)	Bakmakla yükümlü olunan kişi sayısı (Nicel)

*Referans grup kadın olarak belirtilmiştir, **Referans grup bekar/dul olarak belirtilmiştir

Modele girecek değişkenlerin belirlenmesi için nitel değişkenler için ki-kare bağımsızlık testi, nicel değişkenler için ise Mann-Whitney U Testi kullanılmıştır. Bu iki test sonucunda modele girebilecek değişkenlerin hanehalkı reisinin sosyal sermaye endeksi (SSE), beşeri sermayesi (BS), yaşı (Yaş), cinsiyeti (Cinsiyet) ve medeni hali (Medeni) olduğu saptanmıştır. Bu değişkenler ile yapılan farklı model denemelerinde sonucunda sosyal sermaye endeksi (SSE), beşeri sermaye (BS) ve medeni durumu (Medeni) değişkenlerinin yer aldığı nihai model

$$L_i = Ln\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = Y_i = \beta_0 + \beta_1 SSE_i + BS\beta_2 + Cinsiyet\beta_3 \quad (5)$$

biçiminde oluşturulmuştur.

IV. TEMEL BULGULAR

A) Örneklem Özellikleri

Birçok çalışmada kullanılan en önemli demografik faktörlerden biri olan cinsiyet durumu, bu çalışmada araştırmaya katılan hanehalkı reisleri için de araştırılmıştır. Yapılan örnekleme kapsamına girenlerin içinde erkek olanların oranı %87,2 (1394 kişi), kadın hanehalkı reislerinin oranı ise sadece %12,8 (205 kişi)'dir (Tablo 3). Bu sonuç araştırmaya giren katılımcıların içinde erkek hanehalkı reislerini kadın hanehalkı reislerine göre çok daha fazla olduğunu göstermektedir. Birçok çalışmada kullanılan diğer önemli demografik faktörlerden biri olan medeni durum ele alındığında, hanehalkı reislerinin 1220'sinin (%76,3) evli, 379'unun (%23,7) bekar/dul olduğu tespit edilmiştir (Tablo 3).

Tablo: 3
Hanehalkı Reislerinin Bazı Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları (n=1599)

Sosyo-Demografik Özellik		Sayı	Yüzde (%)
Cinsiyeti	Erkek	1394	87,2
	Kadın	205	12,8
Medeni durumu	Evli	1220	76,3
	Bekar/Dul	379	23,7

Araştırmaya katılan hanehalkı reislerinin %83,3'ü (1332 kişi) bir işte çalıştığını, %25,4'ü (104 kişi) ise çalışmadığını beyan etmiştir (Tablo 4). Örnekleme kapsamına giren hanehalkı reislerinin için çalışanların oranı yüksektir.

Tablo: 4
Hanehalkı Reislerinin Çalışma Durumu (n=1599)

Çalışma durumu	Sayı	Yüzde (%)
Çalışıyor	1332	83,3
Çalışmıyor	267	16,7

B) Örnekleme Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmada tahmin edilecek logit modelde yer alacak muhtemel bazı değişkenlere ait bazı tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. Buna göre; TRB1 Bölgesinde sosyal sermaye endeksi ortalaması yaklaşık $5,87 \pm 1,35$, en yüksek değeri 10 ve en düşük değeri ise 1,90 olarak tespit edilmiştir (Tablo 5).

Araştırmada hanehalkı reislerinin beşeri sermayenin ortalaması (aldığı toplam eğitim yılı ortalaması) $10,14 \pm 4,64$ yıl, en yüksek değeri 17 yıl ve en küçük değeri 0 olarak tespit edilmiştir (Tablo 5). Hanehalkı reislerinin yaş ortalaması yaklaşık $40,42 \pm 12,74$ olup, en genci 18 ve en yaşlısı da 100 yaşındadır.

Hanehalkı reislerinin aylık ortalama toplam geliri yaklaşık $1715,67 \pm 1332,76$ TL olup, en düşük aylık ortalama toplam gelir 200 TL ve en

yüksek aylık ortalama toplam gelir 20000 TL'dir. Hanehalkı reislerinin sahip oldukları hane büyüklüğü ortalaması $4,26 \pm 1,67$ kişi, en yüksek değeri 10 kişi ve en düşük değeri 1 kişi iken, bakmakla yükümlü oldukları kişi sayısının ortalaması $3,12 \pm 1,53$ kişi, en yüksek değeri 10 kişi ve en düşük değeri 1 kişi olarak tespit edilmiştir (Tablo 5).

Tablo: 5
Örnekleme Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	Medyan	En küçük	En büyük
SSE	5,87	1,35	5,95	1,90	10
BS	10,14	4,64	11	0	17
Yaş	40,42	12,83	38,00	18	100
HBU	4,26	1,67	4,00	1	10
BN	3,12	1,53	3,00	1	10
Aylık gelir	1715,67	1332,76	1300,00	200	20000
Gözlem	1599	1599	1599	1599	1599

C) Logit Modelin Sonuçları

Nicel değişkenler sosyal sermaye endeksi, beşeri sermaye (hanehalkı reisinin eğitim yılı sayısı), yaş, hanehalkı büyüklüğü ve bağımlı nüfus sayısı (bakmakla yükümlü olunan kişi sayısı) için sonuçlar Tablo 6'da sunulmuştur. Buna göre olasılık değerleri (P) hanehalkı büyüklüğü ve bakmakla yükümlü olunan kişi sayısı değişkenleri hariç, 0,05'e eşit ya da bundan büyük olmaması nedeniyle sonuçlar istatistiksel olarak anlamlıdır. Çalışan ve çalışmayan hanehalkı reisleri karşılaştırıldığında sosyal sermaye endeksi, eğitim yılı sayısı ve yaş değişkenleri için farklılık varken hanehalkı büyüklüğü ve bağımlı nüfus sayısı için farklılık yoktur. Çok değişkenli analizler için değişken seçebilmek amacıyla tek değişkenli analizler sonucunda elde edilen P değeri $<0,25$ olan değişkenler logit model için aday değişken olarak alınmıştır (Hosmer ve Lemeshow, 1998: 86).

Tablo: 6
Tahmin Edilecek Logit Modele Girebilecek Aday Nicel Değişkenler

Değişken	Çalışıyor	Çalışmıyor	P değeri*
----------	-----------	------------	-----------

SSE	5,95 (2,35-10,00)	5,05 (1,90-8,29)	< 0.01
BS	11 (0-17)	36 (18-80)	< 0.01
Yaş	36 (18-80)	56 (20-100)	< 0.01
HBU	4 (1-0)	4 (1-10)	0,951
BN	3 (1-10)	3 (1-9)	0,663
SSE: Sosyal Sermaye Endeksi, BS: Beşeri Sermaye, Yaş: Hanehalkı reisinin yaşı, HBU: Hanehalkı büyüklüğü, BN: Bağımlı Nüfus (Hanehalkı reisinin bakmakla yükümlü olduğu kişi sayısı)			

*Mann Whitney U testi, Değerler ortanca (min, max) olarak verildi.

HBU ve BN değişkenleri hariç, değişkenler <0,25, bu nedenle bu değişkenler logit modele girmeye adaydır.

Nitel değişkenler olan cinsiyet ve medeni durum için sonuçlar Tablo 7'de sunulmuştur. Buna göre Cinsiyet kategorik değişkeni ile çalışma durumu arasında anlamlı bir ilişki vardır ($P < 0,05$). Medeni durum değişkeni ile çalışma durumu arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($P > 0,05$). Ancak, medeni durum değişkenine ait P değeri <0,25 olduğu için logit modele girmeye adaydır.

Tablo: 7
Tahmin Edilecek Logit Modele Girebilecek Aday Nitel Değişkenler

Değişkenler		Çalışma Durumu		P
		Çalışıyor	Çalışmıyor	
Cinsiyet [n (%)]	Erkek	1175 (84,3)	219 (15,7)	0.007*
	Kadın	157 (76,6)	48 (23,4)	
	Toplam	1332 (83,3)	267 (16,7)	
Medeni Durum [n (%)]	Evli	1008 (82,6)	212 (17,4)	0,207*
	Bekar/Dul	324 (85,4)	55 (14,5)	
	Toplam	1332 (83,3)	267 (16,7)	

*Pearson Ki-Kare Testi.

Yapılan logit model analizi sonucunda, modelde yer alan değişkenler, değişkenlerin katsayıları, bu katsayılar ait standart hatalar, z değerleri, anlamlılık düzeyleri ve %95 güven sınırlarına ait bilgiler Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo: 8
Tahmin Edilen Logit Modele Ait Bulgular

Değişken	Katsayı	S.Hata	z	P> z	%95 Güven Aralığı	
					Alt	Üst
SSE	0.3178436	0.0579427	5.49	0,000	0.2042780	0.4314091
BS	0.1558659	0.0173362	8.99	0,000	0.1218877	0.1898442
Cinsiyet	0.4759612	0.1986088	2.40	0,017	0.0866950	0.8652273
Sabit	-1.9636150	0.3573715	-5.49	0,000	-2.664051	-1.263180
SSE: Hanehalkı reisinin sosyal sermaye endeksi, BS: Hanehalkı reisinin beşeri sermayesi, Cinsiyet: Hanehalkı reisinin cinsiyet durumu						
Gözlem Sayısı = 1599 LR chi2(3) = 177.82 Prob > chi2 = 0.0000						
Log likelihood = -632.34055 Pseudo R2 = 0.1233						

Yapılan logit model analizi sonucunda, modelde yer alan değişkenlerin odds oranları, anlamlılık düzeyleri ve %95 güven sınırlarına ait bilgiler Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo: 9
Tahmin Edilen Logit Modele Ait Odds Oranı

Değişken	Odds Oranı	S.Hata	z	P> z	%95 Güven Aralığı	
					Alt	Üst
SSE	1.3741610	0.0796226	5.49	0,000	1.2266390	1.5394250
BS	1.1686690	0.0202602	8.99	0,000	1.1296270	1.2090610
Cinsiyet	1.6095600	0.3196729	2.40	0,017	1.0905640	2.3755460
Sabit	0.1403501	0.0501571	-5.49	0,000	0.0696655	0.2827534
SSE: Hanehalkı reisinin sosyal sermaye endeksi, BS: Hanehalkı reisinin beşeri sermayesi, Cinsiyet: Hanehalkı reisinin cinsiyet durumu						
Gözlem Sayısı = 1599 LR chi2(3) = 177.82 Prob > chi2 = 0.0000						
Log likelihood = -632.34055 Pseudo R2 = 0.1233						

Yapılan logit model analizi sonucunda anlamlı bulunan değişkenler bir birim arttırıldığında hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığı üzerinde meydana getirdiği marjinal etkiyi Tablo 10 vermektedir.

Tablo: 10
Hanehalkı Reisinin Bir İşte Çalışma Olasılığı Üzerinde Etkili Olan
Açıklayıcı Değişkenlerin Marjinal Etkileri

Değişken	dy/dx *	S.Hata	z	P> z	%95 Güven Aralığı	
					Alt	Üst
SSE	0.0389548	0.0069721	5.59	0,000	0.0252897	0.0526199
BS	0.0191029	0.0020049	9.53	0,000	0.0151734	0.0230324
Cinsiyet	0.0641704	0.0290460	2.21	0,027	0.0072414	0.1210995

* Katsayı büyüklükleri doğrudan bağımsız değişkenin olasılık üzerindeki etkisini vermemektedir. Bu nedenle olasılığın bağımsız değişkenlere göre değişme oranı yani marjinal etki hesaplanmıştır.

Yapılan analizde tahmin edilen logit modele ilişkin Tablo 8 incelendiğinde; SSE, BS ve Cinsiyet bağımsız değişkenlerin anlamlılık değerlerinin P<0,05 olması nedeniyle anlamlı oldukları saptanmıştır. Bu sonuçlar bağımsız değişkenlerin hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığını açıklamada anlamlı olduklarını göstermektedir (Tablo 8).

Örnekleme için yapılan analiz sonucuna göre hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığı ile ilgili model şu şekilde yazılabilir:

$$L_i = Ln \left(\frac{P}{1-P} \right) = -1.9636150 + 0.3178436 SSE + 0.1558659 BS + 0.4759612 Cinsiyet$$

$$\left(\frac{P}{1-P} \right) = e^{-1.9636150 + 0.3178436 SSE + 0.1558659 BS + 0.4759612 Cinsiyet} \quad (6)$$

Modeldeki sabit terim (-1,964), söz konusu bağımsız değişkenlerin sıfır olması halinde hanehalkı reislerinin bir işte çalışma log-olasılık oranını verir.

Hesaplanan bu bulgular sosyal sermayenin TRB1 Bölgesinde hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığını açıklamak için önemli bir değişken olduğunu göstermektedir. Sosyal Sermaye Endeksi tahmin edilen eğim katsayısı %1 düzeyinde anlamlı ve yaklaşık 0,318 olarak hesaplanmıştır (Tablo 8). Bu sonuç modeldeki diğer değişkenler sabitken sosyal sermaye endeksi hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığı üzerinde olumlu bir etkisinin

olduğunu ifade etmektedir. Odds oranına göre yorum yapıldığında ise SSE arttıkça hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığını yaklaşık 1,37 kat artırmaktadır (Tablo 9). Diğer alternatif bir yorum ise bağımsız değişkenlere göre olasılığın değişim oranı dikkate alınarak yapılmaktadır. Buna göre hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığı, modeldeki diğer bağımsız değişkenler sabitken sosyal sermaye bir birim arttığında yaklaşık 0,039 artacaktır (Tablo 10). Bu sonuçlar, sosyal sermayenin hanehalkı reislerinin bir işe sahip olması üzerinde anlamlı bir şekilde etkili olabileceğini göstermektedir.

Beşeri sermaye de, hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığı üzerinde anlamlı bir değişken olarak tespit edilmiş, eğim katsayısı %1 düzeyinde anlamlı ve yaklaşık 0,156 olarak hesaplanmıştır (Tablo 8). Odds oranına göre, beşeri sermayesi arttıkça hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığı yaklaşık 1,17 kat artmaktadır (Tablo 9).

Yapılan analizde kategorik değişken olan Cinsiyet, hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığını etkileyen önemli bir faktör olarak saptanmıştır. Bu değişkenin eğim katsayısı pozitif olarak bulunmuştur. Referans grup olarak kadın hanehalkı reisleri seçildiğinde, erkeklerin bir işte çalışma olasılığının kadınlara göre yaklaşık 1,61 kat daha fazla olduğu tespit edilmiştir (Tablo 9). Bağımsız değişkenlere göre olasılığın değişim oranı dikkate alınarak yorum yapıldığında ise erkek olan hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığı kadın olan hanehalkı reislerine göre 0,064 daha fazladır (Tablo 10). Bu sonuçlar işgücü piyasasında kadınların erkeklere kıyasla daha dezavantajlı olduğunu göstermektedir. Yapılan analiz ile hanehalkı reislerinin istihdamı üzerinde pozitif etki meydana getirdiği tespit edilen sosyal sermaye (Tablo 8), kadınların işgücü piyasalarında iş bulmalarının sağlanmasında etkili bir strateji olarak kullanılabilir.

Daha önce hesaplanan SSE, BS ve Cinsiyet değişkenlerinin ortalama değerleri (Bkz. Tablo 5) eşitlik (1)'de kullanıldığında örneklemden erkek bir hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığı

$$P_{Malatya} = \frac{1}{1 + e^{-(1.96361500.3178436SE+0.1558659BS+0.4759612Cinsiyeti)}}$$

$$P_{Malatya} = \frac{1}{1 + e^{-(1.96361500.3178436(5,87)+0.1558659(10,14)+0.4759612(0))}} = 0,12$$

olarak bulunur. Örneklemden SSE'nin ortalaması 5,87, BS'nin ortalaması 10,14 olan erkek bir hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığı %12 olarak tahmin edilmiştir.

Modelin uyumu Hosmer-Lemeshow ile incelendiğinde, modelin hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığının tahmininde yeterli bir model olduğu bulunmuştur (ki-kare=14,75 sd=8 ve P=0,0643).

SONUÇ

Çalışmada yapılan analiz sonucunda hanehalkı reislerinin bir işte çalışma olasılığını etkileyen faktörler sosyal sermaye, beşeri sermaye ve cinsiyet durumu olduğu saptanmıştır. Çalışmanın önsel beklentisine uygun olarak sosyal sermaye ile bireylerin bir işte çalışma olasılığı arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yani sosyal sermaye düzeyi arttıkça bireylerin bir iş bulma olasılığını da arttırmaktadır.

TRB1 Bölgesi Türkiye'deki diğer bölgeler ile kıyaslandığında sosyoekonomik gelişmişlik ve istihdam oranı bakımından çok geride olan bir bölgedir. Bu çalışmanın sonuçları değerlendirildiğinde sosyal sermayenin ve beşeri sermayenin artırılması TRB1 Bölgesinde istihdamın artırılmasında etkili bir politik olabileceğini göstermektedir.

İstihdamın artırılması için iş gücü piyasalarındaki iş olanaklarının artırılması ve bu olanaklara ulaşmada etkili kanalların oluşturulması gerekmektedir. Yani iş gücüne katılımın artırılması için etkili yolların geliştirilmesi gerekir. Sosyal sermaye, bireylerin iş gücü piyasalarındaki iş olanaklarına ulaşmalarında etkili bir araç olarak kullanılabilir. Özellikle erkeklere göre dezavantajlı durumda olan kadınların istihdamında sosyal sermaye rezervlerinin kullanılması etkili sonuçlara verebilir. İşgücü piyasasında pozitif etkisi olduğu tespit edilen sosyal sermayeden maksimum faydanın elde edilmesi için geliştirilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda sosyal sermayeye olan ilginin canlı tutulmasına yönelik olarak üniversiteler, resmi ve resmi olmayan kurumlar çalışmalar yürütebilirler.

Sonuç olarak; bireylerin refahı için istihdamın çok boyutlu bir strateji konseptinde ele alınarak artırılması gerekmektedir. İstihdamın artırılmasında uygulanacak politikalar çok boyutlu olarak ele alınması gerekir. İstihdamın artırılmasında ekonomik politikaların yanında sosyal politikaların da bir çözüm yöntemi olarak kullanılması daha iyi sonuçlar verebilir. Bu çalışmada sosyal sermayenin, istihdamın artırılmasında önemli bir yöntem olabileceği gösterilmiştir. Bundan sonra yapılacak işgücü piyasasında istihdam ile ilgili çalışmalarda ekonomik faktörlere ek olarak sosyal sermaye ve diğer sosyal faktörlerin dahil olduğu çok boyutlu bir bakış açısıyla yaklaşılması daha iyi sonuçlar verebilecektir.

KAYNAKÇA

- AGUILERA, M.B., MASSEY, D.S. (2003), "Social capital and the wages of Mexican migrants: new hypotheses and tests", *Social Forces*, Vol:82, No:2, pp. 671-701.
- AKIN, F. (2002), Kalitatif Tercih Modelleri Analizi, Ekin Kitabevi, Bursa.
- ARIF, Özsağır. (2007), "Ekonomide Güven Faktörü", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, www.e-sosder.com, Cilt:6, Sayı:20, ss. 46-62.
- BLUMBERG, B.F., PFANN, G.A. (2001), "Social Capital and The Uncertainty Reduction of Self-Employment", *IZA Discussion Paper*, No:303, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=270796 (01 Haziran 2012).
- BOURDIEU, P., WACQUANT, L. J. D. (1992), *A Invitation to Reflexive Sociology*, Chicago: Universty Of Chicago Press.
- BOZİONELOS, Nikos. (2003), "Intra-organizational Network Resources: Relation to Career Success and Personality", *The International Journal of Organizational Analysis*, Vol:11, No:1, ss. 41-46.
- BROOK, Keith, (2005), "Labour Market Participation: The Influence of Social Capital, Labour Market Division", *Office for National Statistics, Labour Market Trends*, <http://www.ons.gov.uk/ons/search/index.html?newquery=Labour+market+participation%3A+the+influence+of+social+capital> (18 Nisan 2012)
- CHEN, Yunsong. (2011), "The Causal Effect of Social Capital in the Labor Market", *Chinese Sociological Review*, Vol: 44, No: 2, pp. 76-100.
- COHEN, D., PRUSAK, L. (2001). Kavrıyamadığımız Zenginlik: Kuruluşların Sosyal Sermayesi, (Çev.) Ahmet Kardam, MESS Yayınları, İstanbul.
- COLEMAN, James S. (1988) "Social Capital and the Creation of Human Capital", *The American Journal of Sociology*, Vol: 94, No: 94, pp. 95-120.
- ÇETİN, Murat. (2006), "Bölgesel Kalkınmada Sosyal Ağların Rolü: Silikon Vadisi Örneği", *D.E.Ü., İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 21, No:1, ss. 1-25.
- ÇETİN, Murat. (2006), "Bölgesel Kalkınmada Sosyal Ağların Rolü: Silikon Vadisi Örneği", *D.E.Ü., İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt:21 Sayı:1, ss.1-25.

- DASGUPTA, P., SERAGELDİN, I. (eds). (2000), *Social Capital: A Multifaceted Perspective*, Washington D.C.: World Bank.
- DORUK, E.K. (2009), *Sosyal Sermaye, -İletişimde Strateji ve Kalite Yönetimi/İnsanın Toplumsal Kuruluşu ve Güven-*, Derin Yayınları, İstanbul.
- Eğitim Kültür ve Felsefe Hakkında Makale ve Yazılar, Sosyoloji ile İlgili Kavramlar, <http://www.umutdolu.com/egitim-kultur/sosyoloji/sosyoloji-sozlugu.asp> (20 Nisan 2012).
- ERGİN, Recibe Aslı. (2007), *Sosyal Sermayenin Yöneticiler Bağlamında Ölçülmesine Yönelik Konya Sanayisinde Bir Araştırma*, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- FAFCHAMPS, M., MİNTEN, B. (2002), 'Returns to social network capital among traders,' *Oxford Economic Papers*, 54, pp. 173-206.
- FERNANDEZ, R.M., CASTİLLA, E.J. and MOORE, P. (2000), "Social Capital at Work: Networks and Employment at a Phone Center", *American Journal of Sociology*, Vol:105, No:5, pp. 1288-1356.
- FIRAT KALKINMA AJANSI, TRB1 2010-2012 Bölge Kalkınma Planı, <http://www.fka.org.tr/ContentDownload/TRB1%202010-2013%20Bölge%20Planı.pdf> (18 Kasım 2012).
- FU, QIANHONG. (2004), *Trust, Social Capital, and Organizational Effectiveness*, Faculty of The Virginia Polytechnic Institute and State University Virginia Devlet Üniversitesi Politeknik Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- FUKUYAMA, F. (1995), *Güven: Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması*, (Çev.) Ahmet Buğdaycı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.
- FUKUYAMA, Francis. (2000), "Social Capital and Civil Society", *IMF Working Paper WP/00/74, International Monetary Fund*.
- GEORGE, U., FERZANA, C. (2009), "Social Capital and Employment, South Asian Women's Experiences", *Affilia: Journal of Women and Social Work*, Vol: 24, No:4, pp. 394-405.
- GRANOVETTER Mark S. (1973a), "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, Vol:78, pp. 1360-1380.
- GRANOVETTER, M.S. [1974] (1995), *Getting a Job: A study of Contacts and Careers*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- GROOTAERT, C., NARAYAN, D., JONES, V.N. and WOOLCOCK, M. (2004), "Measuring Social Capital, An Integrated Questionnaire", *Worldbank Working Paper No. 18*, Washington, D.C.
- GROOTAERT, Christiaan. (1998), "Social Capital: The Missing Link?", The World Bank, Social Development Department, *Social Capital Working Paper Series*, No: 3.
- GRUYTER, Aldine De. (2008), "A Network Theory of Social Capital." pp. 50-59 in The handbook of social Capital, edited by Dario Castiglione, Jan van Deth, and Guglielmo Wolleb. Oxford: Oxford University Press.
- GUJARATİ, D.N. (2011), *Temel Ekonometri*, (Çev.) Ümit Şenesen ve Gülay Günlük Şenesen, Literatür Yayıncılık İstanbul.
- HEİDT, Gerald E. (2006), *A Descriptive, Correlational Analysis Between Social Capital and Performance of Six Sigma Professionals*, A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of The Requirements for The Degree Doctor of Management in Organizational Leadership, University of Phoenix.
- HOLLOWAY-REA, Melinda R. (2008), *What's The Matter With Social Capital? An Inductive Examination*, University of Missouri-Kansas City, Missouri-Kansas, (Yayımlanmış Doktora Tezi), <http://www.google.com.tr/books?id=DbByILdDivAC&printsec=frontcover&hl=tr#v=onepage&q&f=false>. 2008 (31 Mayıs 2012).
- HOSMER, D.W., LEMESHOW, S. (1998), *Applied Lojistik Regresyon*, Wiley Series in Probability and Mathematical Statistic, 1998.

- KALKINMA BAKANLIĞI, http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/view/14197/BASIN_A%C3%87IKLAMASI-sege_2011-v6.pdf (28 Ağustos 2012)
- KARAÇAY, Habib. (2008), *Sosyo-Ekonomik Kalkınmada Fiziki, Beşeri ve Sosyal Sermaye: Vakıflar Genel Müdürlüğü Örneği*, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans, Ankara.
- KAŞKO, Yeliz. (2007), *Çoklu Bağlantı Durumunda İkili (Binary) Lojistik Regresyon Modelinde Gerçekleşen I.Tip Hata ve Testin Gücü*, Ankara Üniversitesi Zootekni Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- KENNEDY, P. (1998). *Ekonometri Kılavuzu*, (Çev.) Muzaffer Sarımeseli ve Şenay Açıkgöz, Gazi Kitabevi, Ankara.
- KNACK, S., KEEFER P. (1997), "Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation" *Quarterly Journal of Economics*, 112, pp. 1251-1288.
- KOMBARAKARAN, Francis A., (2002), *Effects of Social Capital and Adolescent Extracurricular Activities on School Truancy*, The Ohio State University (Yayımlanmamış Doktora Tezi). <http://etd.ohiolink.edu/view.cgi/Kombarakaran%20Francis.pdf?osu1212002997> (31 Mayıs 2012).
- KOOP, G. (2008), *Introduction To Econometrics*. England: John Wiley&Sons, 2008.
- KOZAK, İ.E. (1999), *İnsan-Toplum-İktisat: İbn Haldun'dan Yola Çıkılarak Çok Yönlü Bir Tahlil Denemesi*, İkinci Baskı, Değişim Yayınları, Adapazarı.
- LİN, Nan. (1999), "Social Networks and Status Attainment" *Annual Review of sociology* , 25, pp. 467-87.
- LİN, Nan. (2001), "Building a Network Theory of Social Capital." Pp. 3–29 in *social Capital: Theory and Research*, edited by R. Burt, K. Cook, and N. Lin. New York: Aldine De Gruyter.
- LİN, Nan. (2008), "A Network Theory of Social Capital." Pp. 50–59 in *The handbook of social Capital*, edited by Dario Castiglione, Jan van Deth, and Guglielmo Wolleb. Oxford: Oxford University Press.
- LORENZİNİ, J., GIUGNİ, M. (2012), "Employment Status, Social Capital and Political Participation: A Comparison of Unemployed and Employed Youth in Geneva", *Swiss Political Science Review*, Vol:18, No: 3, pp 332-351.
- MONTGOMERY, J.D. (1991), "Social networks and labor-market outcomes: Toward an economic analysis", *American Economic Review*, 81, pp. 1408-1418.
- MOUW, Ted (2003). "Social Capital and Finding a Job: Do Contacts Matter?" *American sociological Review* 68(6): 868-898.
- MUNSHİ, Kaivan. (2003), "Networks in the Modern Economy: Mexican Migrants in the U.S. Labor Market", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol:118 No:2 pp. 549-599.
- NURETTİN, Tüysüz. (2011), *Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi ve Sosyal Sermaye Endeksinin Hesaplanması*, T.C. Kalkınma Bakanlığı Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara.
- ÖZDAMAR, K. (1999), *Paket Programlarla İstatistiksel Veri Analizi*, Kaan Kitabevi, Eskişehir, 1999.
- ÖZDEMİR, Ayşe. (2007). *Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir.
- ÖZER, H. (2004), *Nitel Değişkenli Ekonometrik Modeller: Teori ve Bir Uygulama*, Nobel Yayıncılık, Ankara 2004.
- ÖZER, H., ÖZÇOMAK, M.S. ve ERKAN O. (2006). "Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Hat Tercih Olasılığının Belirlenmesi: Atatürk Üniversitesi Örneği", *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt7, No:2. ss. 39-52
- ÖZGÜLER, V.C., (2007), *İş Arama Teorisi, Sosyal Ağlar ve İnternet*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:1728, Eskişehir.

- PORTES, A. (1998), "Social capital: its origins and applications in modern sociology", *Annual Review of Sociology*, Vol:24, No:1, pp. 1-24.
- PUTNAM, R. D., LEONARDI, R., NANETTI, R.Y., (1993). *Making Democracy Work*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- PUTNAM, R.D., (2000), *Bowling Alone: The Collapse And Revival of American Community*, SIMON&SCHUSTER PAPERBACKS, New York.
- REBİCK, M.E. (2000), "The importance of networks in the market for university graduates in Japan: A longitudinal analysis of hiring patterns", *Oxford Economic Papers*, Vol:52, pp. 471-496.
- ROBERTS, K. D. (2001), "The determinants of job choice by rural labor migrants in Shanghai", *China Economic Review*, Vol:12, No:1, pp. 15-39.
- ROSLAN, A.H., Nor-Azam, A.R. and RUSSAYANI, İ. (2010), "Does Social Capital Reduce Poverty? A Case Study of Rural Households in Terengganu Malaysia", *European Journal of Social Sciences*, Vol:14, No:4, pp. 556-566.
- SABATİNİ, Fabio. (2008), "Social Capital and The Labour Market", *Munich Personal RePEc Archive, MPRA Paper No. 6582*, ss. 1-14, <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/6582/> (30 Kasım 2013).
- SEÇER, Barış. (2009), "İşgücü Piyasasında Sosyal Sermaye", *Kamu-İş*, Cilt: 10, No:3, <http://www.kamu-is.org.tr/pdf/1034.pdf>. (18 Nisan 2012)
- SEIBERT, S.E., KRAİMER, M.L. and LİDEN, R.C. (2001), "A Social Capital Theory of Career Success", *Academy of Management Journal*, Vol:44 No:2, pp. 219-225.
- SERAGELDİN, I., GROOTAERT, C. (2000), "Defining Social Capital; An Integrating view", Dasgupta, P. ve Serageldin, I.(Eds.) *Social capital; a multifaceted perspective*, (40-58). Washington, D.C.: World Bank.
- TARI, R. (2005), *Ekonometri*, Kocaeli Üniversitesi Yayını, İzmit.
- TÜİK, İşgücü İstatistikleri, www.tuik.gov.tr. (12 Ekim 2013).
- TÜRK DİL KURUMU, Güncel Türkçe Sözlük, <http://www.tdk.gov.tr> (19 Nisan 2012).
- YAYLALI, M. (2003), *Mikro İktisat*, Üçüncü Baskı, Beta Yayınları, Erzurum.
- ZHANG, L. (2001), "Migration and privatization of space and power in late socialist China", *American Ethnologist*, Vol: 28, No: 1, pp. 179-205.
- ZHAO, Y. (2003), "The role of migrant networks in labor migration: the case of China", *Contemporary Economic Policy*, Vol:21, No:4, pp. 500-511.

JOHN STUART MILL'DE İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ

Yılmaz BAYRAM*

Öz:

İfade özgürlüğü en temel hak ve özgürlüklerden biridir. İfade özgürlüğü savunusu yapan ilk düşünürlerden biri de on dokuzuncu yüzyılın en önemli toplumsal ve siyasal düşünürlerinden biri olan John Stuart Mill'dir. Modern toplumda özgürlük karşıtı fikirlerin yayılmakta olduğu uyarısında bulunan Mill, modern toplumun ürettiği bu soruna çözüm olarak ifade özgürlüğü hararetle savunmaktadır. Modern toplumun kamuoyu bahanesi altında bir türdeşlik ve tektiplilik yarattığını ifade ederek farklılıklara ve çeşitliliğe verdiği önemi güçlü bir şekilde vurgulamaktadır.

Mill açısından ifade özgürlüğü bir yandan gerçekliğin keşfedilmesindeki araçsal rolüyle faydacı temelde ele alınırken diğer yandan da kendinden bir değer olarak ahlâki temelde haklaştırılmaktadır. Mill'in ifade özgürlüğüne ilişkin tezleri temelde gerçekliğin keşfedilmesi argümanına dayanmaktadır. Buna göre birey ve toplum yanılmaz olmadığından doğrulara ulaşmak adına her türlü düşüncenin ifade edilmesine hoşgörü ile yaklaşmak gerekmektedir. İfade özgürlüğünü sınırlandırmak ise bir nevi yanılmazlık taslamak anlamına gelecektir.

Mill, özgürlüklerin sınırlarını kendisiyle özdeşleştirilen zarar ilkesi çerçevesinde ortaya koymaktadır. Buna göre başkalarının menfaatlerini ilgilendirmeyen eylemler bireyin mutlak dokunulmaz alanında kabul edilmelidir. İfadenin değeri başkalarını etkileyebilme niteliğine dayandığından başkalarına yönelik eylemler kategorisinde değerlendirilmektedir. Bu nedenle de sınırsız bir ifade özgürlüğünden bahsedilemeyeceğini, ifade edildikleri şartlar ve zaman dikkate alındığında düşüncelerin de dokunulmazlıklarını kaybedebileceğini ve ifade özgürlüğünün de sınırlandırılabilirliğini kabul etmektedir.

Anahtar Kelimeler: John Stuart Mill, İfade Özgürlüğü, Zarar İlkesi.

* Arş.Gör., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, galomoram@hotmail.com.

ON JOHN STUART MILL'S FREEDOM OF EXPRESSION

Abstract:

Freedom of expression is one of the fundamental rights and freedoms. One of the most important sociological and political philosophers of nineteenth century is John Stuart Mill who made the very first defense of the idea of freedom of expression. Suggesting that anti-freedom ideas are spreading within the modern society, Mill passionately defended freedom of expression as a solution for his problem deriving from the modern society. Stating that modern society creates a kind of homogeneity and uniformity under the pretext of public opinion, he also highlighted his regard to differences and diversities, strongly.

From Mill's perspective, freedom of expression is addressed on utilitarian basis in terms of its instrumental role in exploration of reality while making it to be the right thing on moral basis as a value in itself. Mill's thesis on freedom of expression is fundamentally based on the argument of exploring the reality. Accordingly, expression of any kind of idea should be tolerated in order to reach reality, since individual and society are not infallible. Limiting freedom of expression would mean to pretend a kind of infallibility.

Mill presents limits of freedoms within the scope of harm principle which is identified with him. Hence, actions which have nothing on the interests of others should be considered as within the absolute private area of the individual. He therefore agreed that we could not mention about an unlimited freedom of expression, thoughts might lose their privacy by taking actual conditions and time when they are expressed into consideration and finally freedom of expression might be limited accordingly.

Keywords: John Stuart Mill, Freedom of Expression, Harm Principle.

GİRİŞ

İnsanoğlunu diğer hayat formlarından ayıran en temel özellik onun düşünebilme melekesinde yatmaktadır. Düşünce ise başkalarıyla paylaşılmadan bir anlam ifade etmeyeceğine göre düşünce özgürlüğünü ifade özgürlüğünden ayrı düşünmek mümkün değildir. İnsanın farklılığına bağlı olarak kendini bir değer olarak ortaya koyması düşünce özgürlüğü çerçevesinde onun kendi fikir ve kanaatlerine sahip olmasıyla bir anlam kazanabileceği gibi, düşünce özgürlüğü de ancak bu fikir ve kanaatlerin ifade edilebilmesi bağlamında ifade özgürlüğüyle değer kazanacaktır. Üstelik ifade özgürlüğü diğer hak ve özgürlüklerin kullanılması açısından taşıdığı büyük önem çerçevesinde de değerlidir. Gerek ulusal gerekse uluslararası düzenlemelerle güvence altına

alınmaya çalışılmışsa da ifade özgürlüğüne ilişkin talepler güncelliğini korumaya devam etmektedir. Özellikle de demokratikleşme sorunu yaşanan toplumlarda bu durum daha fazla önem taşımaktadır. İnsanlığın ve medeniyetin ulaştığı nokta dikkate alındığında ifade özgürlüğü demokratik medeni bir toplumda savunulması gereken en temel değerlerden biri olarak görülmektedir. Üstelik ifade özgürlüğü diğer hak ve özgürlüklerin kullanılmasına vesile olması açısından bir anlamda kavşak bir özgürlük olarak ele alınmaktadır (Yayla, 2008:159). Benzer şekilde AİHM de verdiği değişik kararlarla ifade özgürlüğünü diğer hak ve özgürlüklerin korunması adına temel bir güvence olarak görmektedir (Beydoğan, 2003:77-8).

İfade özgürlüğün ilişkin ilk felsefi savunulardan birini de John Stuart Mill yapmıştır. Farklılık, çeşitlilik, bireysellik ve özgürlük adına hararetli bir savunma ortaya koyduğu Hürriyet Üstüne eserinin ifade özgürlüğü hakkında yazılmış eserlerin başında geldiği literatürde genel kabul görmektedir. Faydacı felsefe geleneği çerçevesinde bir anlamda Aydınlanma projesinin ürünü olarak yetiştirilen Mill için gelişme ve ilerlemenin kaynağı rasyonel bireydir. Bu nedenle de insan aklının ürünü olan her türlü düşüncenin özgürce ifade edilebilmesi gelişme ve ilerleme adına büyük önem taşımaktadır. Faydacı temelde ifade özgürlüğü gerçekliğin keşfedilmesindeki araçsal rolüyle değerlidir. Ancak Mill için ifade özgürlüğü yalnızca faydacı temelde haklılaştırılmanın ötesinde ahlâki anlamda kendinden bir değer olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda çalışmamızda Mill'in ifade özgürlüğü anlayışına ilişkin teorik bir çerçeve ortaya konmaya çalışılmıştır.

D) İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ NEDİR?

İfade özgürlüğünün ne olduğuna ilişkin literatürde birbirinden farklı çok sayıda tanım yapılmış olmakla beraber, ifade özgürlüğü en geniş anlamda “bir düşünce, inanç, kanaat, tutum veya duygunun barışçıl yollardan açığa vurulmasının veya dış dünyaya ifade edilmesinin serbest olması” (Erdoğan, 2003:37-9), açıklanmaları durumunda da insanın bunlardan dolayı kınanmaması ve suçlanmaması (Erdoğan, 2007:21) olarak ifade edilebilir. Bu tanımda ortaya konulduğu şekliyle ifade özgürlüğü herhangi bir dışsal müdahaleye maruz kalmamak anlamında negatif bir özgürlük olarak ele alınmaktadır. Bu açıdan bakıldığında ifade özgürlüğü herhangi bir zorlamanın varlığı durumunda değerlidir. Aksi halde “-den özgürlük” veya “-nın özgürlüğü” meselesinin bir anlamı yoktur (Trager/Dickerson, 2003:38). Dolayısıyla ifade özgürlüğü herhangi bir sınırlandırmaya maruz kalmadan herkesin kendi fikir ve kanaatlerine sahip olması ve bunları herhangi bir yolla ifade edebilmesidir.

Düşünce ve ifade özgürlüğünün bir diğer yönü de belli bir fikir ve kanaate sahip olmak adına farklı fikir ve kanaatlere ulaşabilme özgürlüğüyle birlikte ele alınma gerekliliğidir. Çünkü ifade özgürlüğü bir yönüyle bir iletişim veya haberleşme meselesidir. Bu açıdan bakıldığında iletişimsel bir eylem olarak ifade başkalarına yönelik bir eylemdir. Dolayısıyla da bir ifade özgürlüğü ilkesinden bahsedilecekse buna rağmen bazı eylemleri himaye edebilmesi temelinde değerlendirilmelidir (Schauer, 2002:16). Bu nedenle de sözkonusu iletişimi sağlayan her türlü ifade yollarının özgürlük kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir. Genel olarak bakıldığında araçların meşru olması koşuluyla herhangi bir düşüncenin ifade edilmesinin yasaklanması esasen özgürlük anlayışıyla bağdaşmamaktadır. Dolayısıyla da şiddet içermeyen her türlü ifadenin korunması demokratik hukuk sisteminin bir gereği olarak görülmektedir. Bunun anlamı şudur ki, yalnızca hoşça giden düşünceler değil, hoşça gitmeyen düşünceler de ifade özgürlüğünün nimetlerinden yararlanmalıdır. AİHM'nin Handyside kararında belirttiği gibi ifade özgürlüğü devleti ve toplumu rahatsız eden, şoke eden veya inciten düşünceler açısından da geçerlidir.

İfade özgürlüğünün felsefi savunmasına ilişkin birtakım argümanlar bulunmaktadır. Bu argümanlardan biri “Kendini Gerçekleştirme Argümanı”dır. Buna göre insanların kendi hayatlarını anlamlandırmaları ve buna bağlı olarak da ona yön verebilmeleri adına ifade özgürlüğü mutlak değere sahiptir. Toplum içinde her insan diğerleriyle etkileşim halinde yaşamaktadır. Her birey kendi karakterine ve yeteneklerine göre kendi hayatını kendi tercih ettiği yoldan idame etme özgürlüğüne veya özerkliğine sahiptir. İnsan kendini ifade etmek suretiyle ontolojik potansiyellerini geliştirmekte ve kendini gerçekleştirmektedir. Burada önemli olan özgürlüğün değeridir, eylemin somut sonuçları değil. Bir başka ifadeyle özerkliğin değeri özerk bir eylemin görünen sonuçlarının sebep olabileceği değersizlikten üstündür (Sadurski, 2002:16).

İfade özgürlüğünün felsefi savunmasında bir diğer argüman olan “Demokrasiye Dayanan Argüman”a göre meşruiyetini halktan alan demokratik bir yönetimde bireylerin yönetime katılması, çoğulcu yapının ve çeşitliliklerin korunması ifade özgürlüğüne bağlıdır. Demokraside vatandaşların yönetime katılması aynı zamanda kendi düşüncelerini ifade edebilmelerine, karar verme sürecinde diğerleriyle iletişim halinde bulunmalarına ve halkın gücünün kamuoyu gücüne dönüşmesi adına her türlü fikirlere ulaşabilmelerine bağlıdır. Demokratik bir yapıda ifade özgürlüğü sayesinde meşru muhalefetin kendini koruması ve kamusal eleştiri yoluyla ortak iyiye ulaşılması mümkün olacaktır.

Diğer bir argüman olan “Gerçekliğin Keşfedilmesi Argümanı”na göre var olan yanlışların yerini doğruların alabilmesi adına ifade özgürlüğü hayati bir önem taşımaktadır. Bu anlamda iki noktaya vurgu yapılmaktadır. İlk olarak

gerçeklerin yanlışların yerini alabilmesi adına tartışma özgürlüğünün merkezi rolüne yapılan vurgu vardır. İkinci olarak da özgür bir tartışma sürecinin garanti edilmesi ve önemli olanın neticede doğrulara varmaktan ziyade sürecin kendisinin olmasıdır (Schauer, 2002:28-30). Argümana göre gerçekliğin keşfi insanlık adına arzu edilir bir şeydir ve bu konuda insan aklına güven duymak gerekir. Yanılabilirlik tezinden hareketle genel kabul gören düşüncelerin yanlış olabileceği hesaba katılmalı ve doğrulara ulaşmak adına her türlü düşüncenin kendini ifade edebilmesine imkân verilmelidir. Fikirlerin pazaryeri olarak ifade edilen argümanın temelinde gerçekliğe ulaşma adına farklı fikirlerin rekabetinden doğruların galip geleceğine olan inanç vardır.

Paternalizm karşıtı olan argümana göre bireylere veya topluma gelebilecek zararların engellenmesi veya fayda sağlanması amacına matuf ifade özgürlüğü sınırlandırmaları esasen insan iradesine, tercih özgürlüğüne ve onuruna saygısızlık anlamına gelmekte (Erdoğan, 2003:41), bireylerin karakterlerini ve kapasitelerini sınırlandırmakta ve onları çocuklaştırmaktadır. Yasaklamanın ters etki doğuracağına yönelik argümana göre bir ifadenin zararlı olması temelinde yasaklanması esasen onun özgür tartışma sürecinin dışına itilmesiyle bir dogma olarak benimsenmesine ve meşru olmayan ifade yollarına başvurulmasına yol açacaktır. Hoşgörüyeye dayanan argüman ise toplumda var olan çoğulcu yapının korunması ve bir arada yaşama kültürünün geliştirilmesi için ahlaki bir erdem olarak her türlü düşüncenin ifade edilmesinin hoşgörü ile karşılanması gerektiğinin önemi üzerinde durmaktadır.

II) JOHN STUART MILL'İN İFADE ÖZGÜRLÜĞÜ ANLAYIŞI

İfade özgürlüğünün ilk sistematik felsefi savunusunu yapan Mill'in Hürriyet Üstüne (On Liberty) eseridir (Barry, 2002:7). Modern sanayi toplumunda ortaya çıkan sorunlar üzerinde oldukça kafa yoran Mill, toplumsal ve siyasal alanda özgürlük karşıtı fikirleri yayılmakta olduğunu ve toplumun birey üzerindeki gücünün gereğinden fazla arttığını düşünmektedir. İnsanoğlunun tabiatında kendi düşüncelerini başkalarına dikte etme duygusunun varolduğunu söyleyen Mill, birey üzerindeki toplumsal tahakkümün yetki sınırlaması ile çözülebileceğini ancak toplumsal yetki alanının da giderek arttığını ifade etmektedir. Bu nedenle de ahlâki bir inanç engelinin gerekliliği üzerinde durmaktadır. Bir özgürlük savunusu olarak ortaya koyduğu Hürriyet Üstüne eserinin diğer eserlerinden çok daha fazla yaşayacağını ve bu esere olan ihtiyacın gittikçe artacağını ileri sürmektedir. Zaten ona kalıcı ününü sağlayan da bu eserdir.

Mill'e göre modern toplumda ortaya çıkan özgürlük karşıtı düşüncelere karşı çözüm düşünce, tartışma ve ifade özgürlüğüdür. Düşünce ve ifade

özgürlüklerinin pratikte birbirinden ayrılmalarının mümkün olmadığını söyleyen Mill için “şayet bir teki hariç bütün insanlar aynı düşüncede olsalar ve yalnız bir kişi farklı düşüncede olsa, nasıl bu şahsın tüm insanları susturmaya hakkı yoksa, aynı şekilde bütün insanların da bu kişiyi susturmaya hakları yoktur” (Mill, 2012:58).

A) İfade Özgürlüğü Tezinin Temel Argümanları

Mill’in ifade özgürlüğüne ilişkin tezi temelde dört argümana dayanmaktadır. İlk olarak ifade edilmesi yasaklanan herhangi bir düşüncenin doğru olma ihtimali üzerinde durmaktadır. İfade özgürlüğünün sınırlandırılması halinde doğruların genel bir tartışma özgürlüğü içinde yanlışların yerini alması engelleneceği gibi, toplumun da yanlış düşüncelere mahkum edilmesi söz konusu olacaktır. Susturulan herhangi bir düşünce yanlış olsa bile ifade özgürlüğü sayesinde genel kabul gören düşüncelerin daha iyi kavranması sağlanmış olacaktır. Aksi halde kendini otorite olarak kabul ettirenlerin yanılmazlık taslamasıyla karşı karşıyayız demektir. Halbuki onların herhangi bir meseleyi insanlık adına kestirip atmaya hakları yoktur. Unutulmamalıdır ki hiç kimse yanılmaz değildir.

İkinci argümana göre ifade edilmesi engellenen herhangi bir düşünce doğrunun tamamı olmasa bile onun bir parçasını barındırıyor olabilir. Genel kabul gören düşünceler esasen nadiren doğrunun tamamını oluşturmaktadır. Doğru denilen şey genel bir tartışma özgürlüğü içinde çatışan farklı doktrinler çerçevesinde inşa edilmektedir. Bu durumda bazı düşüncelerin ifade edilmesinin engellenmesi doğrunun bir parçasının biliniyor olmaktan çıkmasına ve gerçekliğin tamamlanmasının imkânsız hale gelmesine neden olacaktır.

Üçüncü argümana göre toplumda genel kabul gören düşünceler doğrunun tamamını oluşturuyor olsalar bile onların genel bir tartışma özgürlüğü içinde eleştirilmesine izin verilmesi gerekmektedir. Çünkü herhangi bir düşüncenin doğru olma gücü kendisine yöneltilen eleştirilere karşı cevap verebilme yeteneğiyle doğru orantılıdır. Bir düşüncenin kendisine muhalif düşüncelerle çarpışması ona canlılık vermekte ve daha iyi kavranmasına vesile olmaktadır. Aksi halde genel kabul gören bir düşünce papağan gibi ezberlenmiş bir peşin hüküm haline gelecektir. Bir düşünce toplumda şüphesiz hale gelince insanlar da öldürücü bir eğilim olan “kesinleşmiş düşüncenin derin uyukucusu” haline gelmektedir (Mill, 2012:91). Dolayısıyla yanlış olduğu bilinen düşüncelerin ifade edilebilmesi genel kabul gören doğruların ifade edilmesi kadar hayati önem arz etmektedir. Bu nedenle de her türlü muhalif düşüncenin kendini ifade etme imkânına sahip olması gerçekliğe ulaşabilme adına elzemdir.

Dördüncü argümana göre toplumda genel kabul gören bir düşünce doğru olsa bile genel bir tartışma özgürlüğü içinde muhalif fikirlerle karşılaşması onu ölü bir dogma haline gelmekten kurtaracaktır. Muhalif düşüncelerin meydan okumasına cevap veremeyen bir düşüncenin sorunlara cevap üretebilme kapasitesi de azalacaktır. Mill genel bir tartışma özgürlüğünün düşüncelere sağladığı yenilenme olmaması halinde doğruların kemikleşerek birer dogma haline geleceğini ifade ederek, genel kabul gören düşüncelere son derece aykırı olan düşüncelerin de tartışılması gerektiğini vurgulamaktadır. Dogmatizmin despotizminden kurtulmak ancak bununla mümkün olacaktır.

B) Mill'de Gerçekliğin Keşfedilmesi Argümanı

Hürriyet Üstüne eserinin en ilgi çekici yanı, ifade özgürlüğünün faydacı temeli ile onun daha kapsamlı ahlâki müdafaasını birleştirmiş olmasıdır (Barry, 2002:7). Faydacı temelde bakıldığında ifade özgürlüğü gerçekliğin keşfedilmesi ve böylece gelişmenin ve ilerlemen sağlanması amacıyla matuf araçsal rolüyle haklılaştırılmaktadır. Dolayısıyla da hem bireysel hem de toplumsal anlamda faydacılığın “en büyük mutluluk” ilkesi temelinde savunulmaktadır.

İfade özgürlüğünün faydacı temelde savunulmasındaki en önemli noktalardan biri gerçekliğin keşfedilmesindeki araçsal rolüne yapılan vurgudur. Mill için gerçekliğin keşfedilmesinden hem birey hem de toplum fayda sağlayacaktır. Bir düşüncenin gerçekliği onun faydasının bir parçası (Tannenbaum/Schultz, 2007:369-370) olduğu gibi aynı zamanda işe yararlılık temelinde ele alınmaktadır (Schauer, 2002:24). Çünkü hem bireyin hem de toplumun gelişmesi ve ilerlemesi, dolayısıyla da mutluluğun artması ifade özgürlüğünde yatan uzun erimli çıkarda yatmaktadır.

Hürriyet Üstüne eserinde geliştirilmiş olan geleneksel Mill'ci gerekçe olan Gerçeğin Keşfedilmesi Argümanı, daha sonra Amerikan hukuk sisteminde “fikirlere pazaryeri” olarak ifade bulmuştur. Argümana göre gerçeğin en iyi testi düşüncenin piyasa rekabeti içinde kendisini kabul ettirme gücüne bağlıdır (Sadurski, 2002:3; Şahin, 2009:238). İfade özgürlüğü, bilgiyi üreten süreci tanımlamakta ve tartışma süreci bilgiye ulaşmanın yolu olarak görülmektedir. İfade özgürlüğü ile bilgi artışı arasındaki bu nedensellik bağı üzerinde odaklanmak, tez olarak Mill'in Hürriyet Üstüne eserinin en büyük katkısıdır (Schauer, 2002:31). Gerçeğin keşfedilmesini bir süreç olarak ele alan Mill, bunun için her türlü düşüncenin kendini ifade edebilmesinin önemi üzerinde durmaktadır.

Hürriyet Üstüne eserinin en ilginç ve belirgin yönlerinden biri de ifade özgürlüğünün sezgisel olmadığına dair yanılabilirlik argümanıdır (Posner,

2003:199). ifade özgürlüğü ve buna bağlı olarak da gerçekliğin keşfedilmesi sürecini yanılabilirlik veya yanlışlanabilirlik tezi üzerinde inşa eden Mill, yanılabilirliğin dışlanmaması koşuluyla gerçekliğe ulaşabileceğimize dair iyimser bir bakışa sahiptir. İnsan hatalarının düzeltilebilir olduğu gerçeği entelektüel veya ahlâki olarak saygıya değer olan insan aklının bir niteliğidir (Lloyd, 1997:400). Bu süreçte yanlışlar da en az doğrular kadar değerlidir. Çünkü gerçeklik denen şey bazısı doğru bazısı yanlış olan çelişkili fikirlerin çatışması çerçevesinde ortaya çıkacaktır. Yanılabilirlik tezi açısından gerçekliğin susturulan düşüncelerde yer alma ihtimali temel hareket noktasıdır. Herhangi bir düşüncenin doğru olduğundan kesinlikle emin olamadığımız gibi, tersinden hareketle, susturulan bir düşüncenin de yanlış olduğundan emin olamayız. Bir düşüncenin doğru olduğunun varsayılması adına bizi haklı gösterecek tek durum yanlışlığının ispat edilmesine yönelik tam bir özgürlüğün bulunmasıdır. Bundan başka hiçbir şart altında, beşeri özellikleri olan bir yaratığın elinde haklı olduğuna dair makul herhangi bir teminat yoktur. İfade ve tartışma özgürlüğü sayesinde, daha iyi doğrulara ulaşabileceğimize olduğu gibi, mevcut durumda da gerçekliğin mümkün olan kadarını elde etmiş olduğumuza güvenebiliriz. Yanılabilir bir varlık olan insanoğlunun elde edebileceği işte bu kadardır (Mill, 2012:62-65). Bu nedenle de gerçekliğe ulaşılmasının veya daha iyi kavranmasının biricik yolu her türlü düşüncelerin ifade edilmesinin özgürlük kapsamında ele alınması ve her türlü düşünceye eşit değer verilmesidir.

Mill için ifade özgürlüğü sayesinde artık üzerinde tartışılmayan veya şüphe edilmeyen öğretilerin sayısı artacaktır ancak bu iyimserlik “fikirlerin pazaryeri” metaforundaki gibi gerçeklerin eninde sonunda yanlışlar karşısında galip geleceği kabulüne dayanmamaktadır. Hakikatin her zaman zafer kazanacağı düşüncesi bütün insanlık tecrübeleri tarafından çürütülen bir hatadır. Dolayısıyla hakikatin daima galip geleceği sözü Mill açısından hoş bir yalandır. İnsanoğlunun bütün tecrübeleri bunu doğrulamaktadır. Çünkü tarih zulüm ile susturulmuş hakikat örnekleri ile doludur (Mill, 2012:73-4). İnsanlık tarihinin pek çok noktada yanıldığımızı gösterdiğini ifade eden Mill’e göre “çağlar” bile fertlerden daha yanılmaz değildir. Her çağda genel kabul gören bazı temel düşünceler sonraki çağlarda yalnız yanlış değil, aynı zamanda saçma olarak kabul edilmişlerdir. Bir zamanlar genel geçer olan birçok düşünce günümüzde nasıl kabul görmüyorsa, şimdinin genel geçer olan düşüncelerini de gelecek çağların kabul etmeyeceği muhakkaktır. İnsanoğlunun hatalarını yalnızca deneyim yoluyla değil, aynı zamanda tartışma yoluyla da düzeltebileceğini, insan muhakemesinin yanlışlarını düzeltebilme yeteneğine imkân verilemesi gerektiğini, bunun da ifade özgürlüğünün sağlayacağı imkânlar nispetinde gerçekleşebileceğini düşünmektedir. Gerçekliğin dayanacağı güvenilir tek sağlam temel budur. İnsanlar da kendi

yanılabilirliklerine karşı eleştiriye açık olmalıdırlar. Üstelik başka türlü hikmet sahibi olmak insan zihninin tabiatında yoktur. Bu bağlamda her tartışmayı susturma girişiminin esasında bir yanılmazlık taslama olduğunu ifade etmektedir (Mill, 2012:60-4).

İfade özgürlüğünü hem maddi hem de manevi gelişim adına değerli gören Mill için bütün mutlulukların kaynağı düşünsel mutluluktur. Ona göre düşünce ve ifade özgürlüğü yalnızca büyük düşünürler yetiştirmek için değil, sıradan insanların düşünce seviyelerini yükseltmek adına da önemlidir. Çünkü “genel bir düşünce tutsaklığı havası içinde tek tük büyük düşünürler çıktığı gibi bundan sonra da çıkabilir. Ancak bu hava içinde işlek kafalı bir halk hiçbir zaman var olmamıştır. Düşünce özgürlüğünün olmadığı bir yerde hiçbir zaman var olmayacaktır da” (Mill, 2012:80). Mill için düşünsel çeşitlilik gelişme ve ilerlemenin neredeyse bir önkoşulu haline gelmiştir. Bu anlamda ifade özgürlüğü bireyin toplumdaki türdeşlikten ve geleneğin tahakkümünden kurtularak ahlâki dönüşümünü sağlayacak ve kendini geliştirmesine imkân hazırlayacaktır. Modern demokratik toplumlarda kamuoyu gücünün farkında olan Mill, iyi bir kamuoyu oluşturmak için kitlelerinkinden farklı kanaatlere geniş bir toplumsal destek sağlanması gerektiğini düşünmektedir. Mill'in evrensel gerçekler olarak inandığı bazı temel normların en önemlilerinden biri de bireysel özerklidir. Farklılıklara ve çeşitliliğe dayanan tartışma özgürlüğüne büyük önem atfeden Mill için, hangi değerlerin kazandığından bağımsız olarak, dünyanın homojen hale gelmesi durumunda tartışma sürecinin bir anlamı kalmayacaktır. Çünkü böyle bir durumda bizzat tartışılan değerlerin bir anlamı kalmayacaktır (Capaldi, 2011:161).

Mill'in ifade özgürlüğüne yönelik savunmasında faydacı temelden ayrı olarak bizatihi iyi bir şey olduğuna ilişkin ve onu kendinden bir değer olarak ele alan ahlâki temelde argümanları da bulunmaktadır. Bu anlamda ifade özgürlüğü bireysel ve toplumsal amaçlara ulaşmanın ötesinde, bireyselliğin sağlanması adına ahlâki bir değer olarak ve arzu edilir bir nitelik olarak ele alınmaktadır. Bir düşüncenin ifade edilmesinin özgür bırakılması ondan beklenen faydaya bağlı olmamalıdır. Çünkü bir düşüncenin faydalı olup olmadığını bugünden kestirmemiz mümkün değildir. Üstelik bir düşüncenin veya hayat tarzının toplumda genel olarak yanlış kabul edilmesi ve azınlıkta olması onun gerçek anlamda yanlış olduğu anlamına gelmemektedir. Bu nedenle bir düşüncenin susturulması insan ırkına karşı, başka bir deyişle yaşayan nesle olduğu gibi gelecek nesillere karşı da bir haydutluktur. Bu, sadece o düşünceye katılanlara karşı değil, aynı zamanda o düşünceye katılmayanlara karşı da bir soygunculuk anlamına gelmektedir (Mill, 2012:58-59).

C) Mill’de İfade Özgürlüğünün Sınırları

Demokratik toplumlar adına ifade özgürlüğünün asli değer olduğu genel kabul görmekle beraber, sınırsız bir ifade özgürlüğünden bahsetmek mümkün değildir. Geleneksel olarak, yalnızca barışçıl ifadelerin hukuken korunması, buna karşılık şiddeti tahrik ve teşvik eden düşünce açıklamalarının, korunmak şöyle dursun, cezai yaptırımlara bağlanmaları gerektiği üzerinde bir mutabakat vardır (Erdoğan, 2003:43).

Mill’in Hürriyet Üstüne eserinin ana temasını ve özgün katkısını zarar kavramı oluşturmaktadır. Geleneklerin ve kamuoyunun baskısına karşı bir protesto niteliğinde olan Hürriyet Üstüne eserinde işlediği zarar kavramı bireysel özgürlükler üzerindeki sınırlamalara ilişkin bir ilke olarak görülebileceği gibi, benzer şekilde, toplumsal otorite üzerinde bir sınırlandırma ilkesi olarak da okunabilir. Mill, toplumun birey üzerindeki kısıtlamalarını ifade özgürlüğünden ziyade zarar ilkesi perspektifinden ele almaktadır. Bireysellik üzerindeki olumsuz etkisinin farkında olmakla beraber Mill, zarar ilkesinin haklar ve müeyyideler arasındaki sınırı tespit etmek adına kullanılmasını önermektedir (Fiss, 2003:179-86).

Her türlü kısıtlamayı sırf kısıtlama olması nedeniyle başlı başına kötü olarak gören Mill’e göre kendi bedeni ve ruhu üzerinde egemen olan birey, başkalarının menfaatlerini ihlâl etmemek şartıyla dokunulmaz bir özel alana sahiptir. Bu açıdan bakıldığında bireylerin eylemlerini yalnızca kendilerini ilgilendiren eylemler ile başkalarının menfaatlerini etkileyen eylemler olarak ikiye ayırmaktadır. Onun bireysel özgürlük düşüncesinin temelini oluşturan müdahalesizlik anlayışında bireye dokunulmaz bir alan sağlanmakta ve kendine yönelik eylemler alanında müdahalesizlik en katı biçimde savunmaktadır. Buna göre birey, başkalarının menfaatini ilgilendirmedeği ve diğer bireylere zarar vermediği sürece topluma karşı sorumlu değildir. Bireyin sorumluluğu başkalarının menfaatini ihlâl ettiği noktada başlamaktadır. Başkalarına yönelik eylemler açısından birey özgürlüğünün sınırı başkalarına zarar verecek noktaya kadardır. Başkalarının menfaatlerini ihlâl eden bireyler hem menfaatleri ihlâl edilen bireylere hem de topluma karşı sorumludur. Ona göre bu sorumluluğun haklılaştırılması mümkündür, çünkü böyle bir eylem artık özgürlüğün konusu olmaktan çıkmıştır. Özgürlükler üzerinde kullanılacak ve bireyin eylemlerine müdahalede bulunulmasına cevaz verecek yegâne meşru neden zararın engellenmesidir.

Kendisine yönelik ve başkalarına yönelik eylemler açısından bakıldığında ifadenin başkalarına yönelik eylemler kategorisinde değerlendirildiği görülmektedir. Ancak Mill için ifade her türlü dış kontrolden azade bir başkasına yönelik eylem türü olarak ele alınmaktadır. Çünkü ifade özgürlüğünün değeri başkalarını etkilemesinde yatmaktadır. Düşünce

özgürlüğü ile ifade özgürlüğünün pratikte birbirinden ayrılamayacağını düşünen Mill, başkalarının çıkarlarını etkilemeyen ifadelerin hoşgörülmesi ve özgürlük kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini düşünmektedir. Hiç kimsenin kendisini incitebilecek ifadelere karşı koruma talep edemeyeceği ifade özgürlüğünün sınırlarına ilişkin temel prensibini oluşturmaktadır (Barry, 2002:8). Bu temel prensibin istisnası tartışma özgürlüğünün konusu olmayacak ve bireyselliğe saldırı olarak nitelendirilebilecek şekilde tartışma adabına uymayan, tahrik ve tahkir içeren fena ve ahlâksız ifadelerdir (Başdemir, 2003:127).

Genel olarak faydacı felsefenin bir temsilcisi olarak görülen Mill, bireysel faydanın toplumsal faydaya bağlı olduğunu düşünmekte ve bu nedenle de ifade özgürlüğünün sınırlarına ilişkin düşüncelerinde toplumsal faydayı gözetken bir tutum sergilemektedir. Düşüncelerinin temeline müdahalesizlik anlayışını yerleştirmiş olmasına rağmen toplum adına zararlı olan ifade açıklamalarının sınırlandırılması gerektiğini düşünmektedir. Bu açıdan bakıldığında Mill'in ifade özgürlüğü anlayışı, toplumun sosyal yapıyı düzenleyen ahlâki otoriteye sahip olduğuna dair temel ilkesi çerçevesinde anlamlı hale gelir. Böyle olmakla beraber sosyal düzenlemelerin yasak alanını genişletme yönünde hareket etmemesi gerekir (Riley, 2005:176-7).

Düşünceye tanınan özgürlüğün aynı derecede eyleme de tanınması mümkün değildir. Buna bağlı olarak da ifade özgürlüğünün sınırlandırılabilmesi durumların varlığını kabul eden Mill, düşüncelerin ifade edildiği şartlara göre yasaklanmalarının mümkün olabileceğini kabul etmektedir. Örneğin “gıda tüccarları, fakirleri açlıktan öldürüyorlar” veya “özel mülkiyet bir soygunculuktur” gibi düşünceler, basın yayında dile getirildikleri müddetçe dokunulmamalıdır. Ancak bu düşünceler, bir gıda tüccarının evinin önünde ve galeyana gelmiş kalabalıklar karşısında yüksek sesle dile getirilir veya aynı kalabalık içinde pankartlar açılarak ifade edilirse, suça teşvik etmeleri dikkate alınarak cezalandırılmaları kaçınılmaz hale gelebilir (Mill, 2012:107-8). Çünkü ifade edildikleri şartlar ve zaman dikkate alındığında başkalarının menfaatlerini ihlal etmeye dönük fikirlerin dokunulmazlıklarını kaybedeceğini ifade etmektedir. Bu noktada başkalarını etkilemek ile onla zarar vermek arasında yaptığı ayırımı dikkat çekmek gerekir. Başkalarına gelebilecek zararın önlenmesi adına ifade özgürlüğünün sınırlandırılması normal karşılanmalıdır. Ancak Mill de ifade özgürlüğünün hangi durumlarda sınırlandırılabilmesine dair varsayılan sınırların yerleştirileceği yeri tespit etmenin imkânsız olduğunu farkındadır. Her şeye rağmen gerekçe gösterme ve karşısındakini inandırma külfetini ifade özgürlüğünü sınırlandırmaya çalışanların omuzlarına yüklemektedir.

SONUÇ

İfade özgürlüğünün ilk felsefi savunmalarından biri olan Hürriyet Üstüne eserinde Mill, gelişme ve ilerleme süreci olarak gördüğü uygarlığı olumlamanın yanında, modern toplumda özgürlük karşıtı fikirlerin yayılmakta olduğu uyarısında bulunarak, modern toplumun ürettiği bu soruna yönelik çözümün ifade ve tartışma özgürlüğünde olduğunu söylemektedir.

Mill'in düşüncelerinde ifade özgürlüğü bir yandan gerçekliğin keşfedilmesindeki araçsal rolüyle faydacı temelde ele alınırken, diğer yandan kendinden bir değer olarak görülmekte ve ahlâki temelde haklılaştırılmaktadır. İfade özgürlüğü gerçekliğin keşfedilmesindeki rolü nedeniyle hem bireyin hem de toplumun uzun erimli fayda ve mutluluğu adına değerlidir. İfade özgürlüğü toplumun düşünsel seviyesinin yükselmesi, farklılıkların hoşgörü içinde bir arada yaşaması ve uygarlığın gelişmesi adına da önemli bir değerdir. Ancak ifade özgürlüğünün değeri yalnızca ondan beklenen faydaya bağlı olarak ele alınmamalıdır. İfade özgürlüğü bizatihi iyi bir şey ve kendinden bir değer olarak kabul edilmektedir. Düşünce ve ifade özgürlüğünü susturmak yalnızca yaşayan nesle karşı değil, gelecek nesillere karşı da bir soygunculuktur. Çünkü yanlış olarak kabul edilen herhangi bir düşüncenin gelecek nesillerce doğru kabul edilmesi ihtimali her zaman vardır. Tarih bunun örnekleriyle doludur. Üstelik ifade özgürlüğünü sınırlandırmaya çalışanlar esasında yanılmazlık taslamaktadırlar. Modern toplum kamuoyunu bahane olarak kullanmak suretiyle bir türdeşlik ve tektiplilik üretmektedir. Buna karşı Mill farklılıklara ve çeşitliliğe verdiği önemi güçlü bir şekilde vurgulamaktadır. Bu bağlamda toplumda var olan her düşüncenin kendini ifade edebilmesinin gerekliliğini hararetle savunmaktadır.

Mill için özgürlüklerin sınırlandırılması kendisiyle özdeşleştirilen zarar kavramı çerçevesinde başkalarına gelebilecek zararın engellenmesine yönelik olarak kullanılması durumunda meşru olabilir. Bu açıdan bireyin eylemlerini kendisine ve başkalarına yönelik eylemler olarak ayıran Mill, kendine yönelik eylem alanındaki özgürlüğü mutlak bir hak olarak ele almaktadır. İfade başkalarına yönelik eylemler kategorisinde değerlendirilmektedir. Esasında ifadenin değeri de başkalarını etkilemesinde saklıdır. Başkalarının menfaatlerini etkilemediği müddetçe ifade özgürlüğünün sınırlandırılmayacağını söyleyen Mill, her şeye rağmen sınırsız bir ifade özgürlüğünden bahsetmenin mümkün olmadığını düşünmektedir. Bu bağlamda bireysel ve toplumsal mutluluğun zarar görmemesi adına ifade üzerinde meşru sınırlandırmaların olabileceğini kabul etmektedir. Ancak toplumun veya devletin yanılmazlığı iddiası taşıyacak ve yasaklama alanını genişletecek her türlü müdahaleye de karşı çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- BARRY, Norman P. (2002), "Hukuki ve Siyasi Açından İfade Hürriyeti", (Çev.) Özlem Çağlar Yılmaz, *Liberal Düşünce*, Cilt 7, Sayı 27, ss. 5-14.
- BAŞDEMİR, H. Yücel. (2003), "Bireysel Hürriyet Düşüncesi ve John Stuart Mill", Teorik ve Pratik Boyutlarıyla İfade Hürriyeti, (Ed.) Bekir Berat Özipek, *Liberal Düşünce Topluluğu*, Ankara, ss. 107-138.
- CAPALDI, Nicholas. (2011), John Stuart Mill, (Çev.) İsmail Hakkı Yılmaz, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.
- BEYDOĞAN, Ayhan. (2003), Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi Işığında Türk Hukukunda Siyasi İfade Hürriyeti, *Liberal Düşünce Topluluğu*, Ankara.
- ERDOĞAN, Mustafa. (2003), "Demokratik Toplumda İfade Özgürlüğü: Özgürlükçü Bir Perspektif", Teorik ve Pratik Boyutlarıyla İfade Hürriyeti, (Ed.) Bekir Berat Özipek, *Liberal Düşünce Topluluğu*, Ankara, ss. 37-47.
- ERDOĞAN, Mustafa. (2007), "İfade Özgürlüğü ve Sınırları", İfade Özgürlüğü, (Ed.) Tanıl Bora, İletişim Yayınları, İstanbul, ss. 19-37.
- FISS, Owen. (2003), "A Freedom Both Personal and Political", On Liberty, (Ed.) David Bromwich, George Kateb, New Haven and London: Yale University Press, pp. 179-186.
- LLOYD, Elisabeth A. (1997), "Feyerabend, Mill and Pluralism", *Philosophy of Science*, Vol. 64, Supplement, Proceedings of the 1996 Biennial Meetings of the Philosophy of Science Association, Part II: Symposia papers, ss. 396-407.
- MILL, John Stuart. (2012), Hürriyet Üstüne, (Çev.) M. Osman Dostel, Liberte Yayınları, Ankara.
- POSNER, Richard A. (2003), "On Liberty: A Revaluation", On Liberty, (Ed.) David Bromwich, George Kateb, New Haven and London: Yale University Press, pp. 197-207.
- RILEY, Jonathan. (2005), "J. S. Mill's Doctrine of Freedom of Expression", *Utilitas*, Vol. 17, Issue 2, pp. 147-179.
- SADURSKI, Wojciech. (2002), İfade Özgürlüğü ve Sınırları, (Çev.) M. Bahattin Seçilmişoğlu, *Liberal Düşünce Topluluğu*, Ankara.
- SCHAUER, Frederick. (2002), İfade Özgürlüğü: Felsefi Bir İnceleme, (Çev.) M. Bahattin Seçilmişoğlu, *Liberal Düşünce Topluluğu*, Ankara.
- ŞAHİN, Kemal. (2009), İnsan Hakları ve Özgürlük Boyutuyla İfade Özgürlüğü, On İki Levha Yayıncılık, İstanbul.
- TANNEBAUM, Donald G., SCHULTZ, David. (2007), Siyasi düşünce Tarihi: Filozoflar ve Fikirleri, (Çev.) Fatih Demirci, Adres Yayınları, Ankara.
- TRAGER, Robert., DICKERSON, Donna L. (2003), Yirmibirinci Yüzyılda İfade Hürriyeti, (Çev.) A. Nuri Yurdusev, *Liberal Düşünce Topluluğu*, Ankara.
- YAYLA, Atilla. (2008), "İfade Özgürlüğü Nedir ve Niçin Gereklidir", *Liberal Düşünce Dergisi*, Sayı 50, ss. 159-176.

ELEKTRONİK ÖDEME SİSTEMLERİNİN OLASI ETKİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Burcu Zengin *

Aybegüm Güngördü **

Öz:

Bu çalışmanın amacı, yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla birlikte geleneksel ödeme sistemlerinden ayrılan elektronik ödeme sistemlerinin incelenmesidir. Bu kapsamda, e-ticaret kavramı ve e-ticarete aracı olan elektronik ödeme sistemlerinin tarihsel gelişimi, türleri, hukuksal altyapısı ile Dünya ve Türkiye uygulamaları açıklanmıştır. Ayrıca, elektronik ödeme sistemlerinin en yeni çeşitleri olan, e-para, e-cüzdan ve Bitcoin üzerinde özellikle durulmuş, avantajları, dezavantajları ve uygulama farklılıkları vurgulanmıştır.

Bu bağlamda, bu çalışmada teknolojiyle birlikte hayatımıza giren bu yeni finansal araçların, para politikasına, pazarlama yönetimine, nakit yönetimi ve risk yönetimi başlıklarında incelenen finansal yönetime etkileri belirtilmiştir.

Sonuç olarak, elektronikleşmenin önüne geçilemez olduğu kabul edilip elektronik ödeme sistemlerinin fırsat olarak görülmesi ve bu fırsatın iyi değerlendirilmesi gerekmektedir. Tüketicilerin bu yeni sistemleri kabulüne yönelik düzenlemeler yapılmalı, sistemler tanıtılmalı ve teşvik edilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Ödeme Sistemleri, E-cüzdan, E-para, E-ticaret, Bitcoin.

* Arş. Gör., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
burcuzengin@gazi.edu.tr

** Arş. Gör., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
aybegum.gungordu@gazi.edu.tr

A REVIEW ON POSSIBLE EFFECTS OF ELECTRONIC PAYMENT SYSTEMS

Abstract:

The purpose of this study is to review electronic payments which are differentiated from traditional payment systems with the emergence of the newest technologies. Within this framework, the concept of e-commerce and historical development of electronic payment systems which are tools of e-commerce, types of e-payment systems, their legal infrastructure and applications in the world and Turkey have been explained. Furthermore, e-money, e-wallet, Bitcoin which are the newest forms of electronic payments systems have been especially emphasized, their advantages, disadvantages, differences in practices have been underlined.

In this regard, the effects of these new financial tools coming into our lives with technology on money policies, marketing management and financial management which is examined in topics of cash management and risk management have been pointed out in this study.

In conclusion, it should be accepted that electronization cannot be ungovernable. Electronic payment systems must be seen as an opportunity and it should be made good use of this opportunity. Regulations have to be made toward consumer acceptance of these new systems and these systems have to be advertised and promoted.

Keywords: Electronic Payment Systems, E-wallet, E-money, E-commerce, Bitcoin.

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve ekonomilerin birbirleriyle giderek daha fazla bütünleşmesi, günümüz tüketicilerinin istek ve ihtiyaçlarını daha fazla artırmakta ve farklılaştırmaktadır. İçinde bulunulan geniş bilgi ağları sayesinde, dünyanın bir ucundan diğer ucuna sipariş verilebilmekte, ihtiyaçlar oldukça etkin ve hızlı bir biçimde karşılanabilmektedir.

İnternetin oldukça hızlı biçimde yaygınlaşması işletmecilik fonksiyonlarını da etkilemekte böylelikle işletmelerin yeni kavramları ortaya çıkarmalarına neden olmaktadır. Bu kavramlardan bir tanesi de e-ticarettir. E-ticaret kavramına geçilmeden önce, e-ticaret için en önemli altyapı unsuru olan internetin kullanımına göz atılmasında fayda vardır. Bu kapsamda, tüm dünyadaki internet kullanıcılarının %44,8'ini Asya, %21,5'ini Avrupa, %11,4'ünü Kuzey Amerika, %10,4'ünü Latin Amerika/Karayipler, %7,0'ını Afrika, %3,7'sini Orta Doğu, %1,0'ını Okyanusya/Avustralya oluşturmaktadır. Burada Türkiye, Avrupa içerisinde ele alınmış olup, 2012 yılı nüfusunun (75.627.384 kişi) 36.455.000'i internet kullanıcısı, 32.131.260'ı ise Facebook

kullanıcısıdır. İnternet kullanımında 2012 yılında Türkiye, Avrupa ülkeleri arasında 5., dünya ülkeleri arasında ise 15.'dir.

2012 yılı Nisan ayında gerçekleştirilen *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması* sonuçlarına göre Türkiye genelinde hanelerin %47,2'si evden internete erişim imkânına sahiptir. İnternet kullanan bireylerin internet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi verme ya da satın alma oranı %21,8'dir (Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2012).

Bankacılık sektörü de teknolojik gelişmeleri yakından takip etmekte, internet altyapısına ve bunun kullanılmasını sağlayacak cep telefonu, bilgisayar, tablet vb. gibi cihazlara sahip olan müşterilerine internet bankacılığı hizmetini sunmaktadır. TÜİK'in 2010 yılında 6.074 haneye uygulayarak yayınladığı *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi*'ne göre Türkiye'de hanehalklarının %16,7'si internet bankacılığını, %4,1'i mal ve hizmetlerin satışı ile ilgili hizmetleri, %22,6'sı ise seyahat ve konaklama ile ilgili hizmetlerin kullanımı (otel rezervasyon, bilet satış vb.) amacıyla internet kullanmaktadır. Yine aynı araştırmaya göre, internetle yapılan alışverişlerde yaşanan sorunlar içerisinde %20,4 ile sipariş verme veya ödeme esnasında web sayfasında görülen teknik problem, %11,2 ile hile, dolandırıcılık ve sahtekârlık ile karşılaşma (kredi kartı bilgilerinin kötüye kullanılması, mal ve hizmetleri teslim alamamak), %1,6 ile nihai masrafların belirtilenden daha fazla olması (yüksek teslim masrafları, kredi kartı işlem ücreti vb.) yer almaktadır. İnternet üzerinden alım yapmama nedenlerinin başını 2010'da 78,6 ile ihtiyaç duymamak çekmektedir. Araştırmaya göre, bu nedenler arasında 2007 yılında %28,3 ile yer alan internet üzerinden ödemeye imkân veren kredi kartı, sanal kartın olmayışı, 2010 yılında %2,6'ya gerilemiştir. Yine 2010'da % 27,2 ile güvenlik kaygıları da yer almakta olup kredi kartı bilgilerinin çalınma kaygısı %1,2 ile nedenler arasında en düşük orandadır. Ankette internet bağlantı türleri 2010 için %23,8 ile cep telefonu, %73,3 ile ADSL olduğu görülmüştür (Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2011).

I) ELEKTRONİK TİCARET: TANIM, TARİHSEL GELİŞİM VE HUKUKİ ALTYAPI

Bir elektronik ticaret işlemi, malların veya hizmetlerin satışının özellikle siparişlerin alınması veya yerleştirilmesi için tasarlanan yöntemler tarafından bilgisayar ağlarıyla yürütülerek satışdır. Mallar veya hizmetler bu yöntemlerle sipariş verilir, fakat malların veya hizmetlerin ödemesi ve son dağıtımının online olarak yürütülmesine gerek yoktur. Bir e-ticaret işlemi, işletmeler, hanehalkları, bireyler, hükümetler ve diğer kamu veya özel kurumlar arasında olabilir (OECD glossary of statistical terms, <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721>). Bir başka tanıma göre ise e-

ticaret, ürünlerin üretimi, reklamı, satışı ve dağıtımının telekomünikasyon ağları aracılığıyla yapılmasıdır (Dünya Ticaret Örgütü, http://www.wto.org/english/thewto_e/glossary_e/electronic_commerce_e.htm). En genel kabul görmüş tanım ise OECD'nin 1997 yılında yaptığı tanımdır; bu tanıma göre e-ticaret aşağıdaki eylemleri kapsayan bir süreçtir (Gökçen, 2005:239):

- Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenebilmesi ve araştırma yürütmesi,
- Firmaların elektronik ortamda buluşması,
- Ödeme sürecinin yerine getirilmesi,
- Taahhüdün yerine getirilmesi, mal veya hizmetin müşteriye teslimi,
- Satış sonrası bakım, destek vb. hizmetlerin temin edilmesi.

Geleneksel ticarete kullanılan yöntemlere göre iş süreçlerinin daha hızlı, daha ucuz, daha sağlıklı yürütülebileceği yeni iş süreçlerinin tanımlandığı e-ticaretle iş piyasalarının yeniden şekillendiği bir süreç yaşanmaktadır (Çakmak vd.,2011:3).

Elektronik ticaret yoluyla mal ve hizmet ticareti, ürün tasarımı, üretim, pazarlama, reklam, tanıtım, sipariş verme, sözleşme yapma, banka işlemleri ve fon transferi, mühendislik hizmetleri, kamu alımları, elektronik para çıkarma, borsa işlemleri, elektronik noterlik, fikir mülkiyet haklarının devri, kiralama işlemleri yapılmaktadır (Bozkurt, 2002:82).

E-ticaret, kullanılan teknolojiler ve uygulamalar benzerlik göstermesine karşın işletmeler arasında (B2B), işletme-tüketici arasında (B2C), işletme-devlet arasında (B2G) ve tüketici-devlet arasında (C2G) olmak üzere dört alt bölüme ayrılabilir (Elibol ve Kesici, 2004:316).

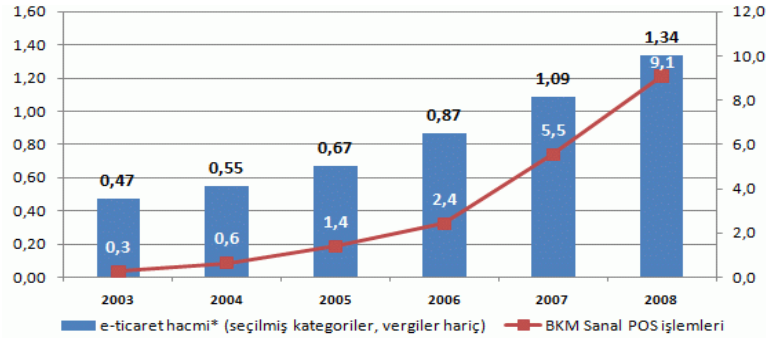
Elektronik ödeme sistemlerinin tarihsel süreci, 1850 yılında American Express Buffalo'nun ekspres talimat olarak devreye sokmasıyla başlamıştır. 1894'de ABD'de Hotel Credit Letter Company, dönemin seçkin iş adamları için, sadece belirli otellerde geçerli olan dünyanın ilk "ödeme kartını" kullanıma sunmuştur. Bu kart ile insanlar ilk defa nakit ödeme haricinde, alternatif bir başka ödeme sistemi ile tanışmış oldular. 1914'de Texaco ilk petrol şirketi kredi kartını çıkarmış ve Western Union Bank, "şimdi al, sonra öde" sloganı ile dünyanın ilk "kredili ödeme kartını" müşterilerine tanıtmıştır. 1958'de Visa'nın atası Bank Americard, yaygın olarak kabul gören ilk kredi kartını piyasaya çıkarmıştır. Ancak tüm bu sürece rağmen, genellikle e-ticaretin başlangıç yılı 1995 olarak kabul edilmektedir (Mucuk,2004:242).

2012'de ABD e-ticaret satışları, toplam satışlarının %5,2'sini oluşturmaktadır. İngiltere, toplam perakende satışlarının %10,4'ünü online

perakendecilikten elde etmektedir.2013'te tüm dünyada e-ticaret %18,3'lük bir büyüme ile 1.298 trilyon dolara yükselecektir (Chaffey, 2013).

Kartlı ödeme sistemlerinin Türkiye'ye gelmesi, Diners Club ve American Express kartları ile tanışılması 1968 yılını bulmuştur. 1983'de MasterCard'ın ardından Visa kartlarının da Türkiye'de sisteme girmesi, kredi kartlarının çok daha geniş kitleler tarafından benimsenmesi ve kullanımını getirmiştir. 1990'da Bankalararası Kart Merkezi (BKM)'nin, 1991'de ilk POS terminalinin kurulmasıyla Türkiye'deki sürecin gelişimi devam etmiştir. 2005'de Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından, ilk "ön ödemeli akıllı kartların" kullanımına başlanması ve 2006'da Avrupa'da ilk kez "temassız kredi kartının" Türkiye'de kullanıma girmesi ile bu süreç hız kazanmıştır. Son olarak, 2008 yılında mobil imza bankacılık işlemlerinden sonra kredi kartı ile yapılacak alışverişlerde de kullanılmaya başlanmıştır. (Fortune, 2012, 90; Bankalararası Kart Merkezi, <http://www.bkm.com.tr/kronoloji.aspx>)

Türkiye'de e-ticarete diğer ülkelere nazaran daha geç geçilmiş olup, e-ticaret hala gelişme aşamasındadır. Bu gelişim Şekil:1'de yıllar itibariyle gösterilmiştir.



Şekil:1

Türkiye'de E-ticaret Hacmi ve Sanal Pos İşlemleri

Kaynak : Platin Market, 2010

Bankalararası Kart Merkezi tarafından yapılan bir araştırmaya göre, 2007 yılında internetten yapılan e-ticaret dahil kartlı ödeme tutarının 5,5 milyar TL iken, 2012 yılında 30,7 milyar liraya çıktığı; buna rağmen gelişmiş ülkelerde e-ticaretin GSYH'ya oranının % 3,5'i iken, bu oranın Türkiye'de halen % 1'in altında olduğu belirtilmiştir (Elektronik Ticareti Teşvik Etmek, <http://www.bloomberght.com/haberler/haber/1307449-simsek-amacimiz-elektronik-ticareti-tesvik-etmek>, erişim tarihi:22.05.2013) Son verilere göre, Türkiye'de 2013 Ocak-Şubat döneminde internet üzerinden

yapılan kartlı ödemelerde günde 94,3 milyon lira alışveriş yapılırken, e-ticaret hacmi bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 19,5 artarak, 5 milyar 564 milyon lira olmuştur. (Türkiye’de e-ticaret arttı, <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2013/04/01/turkiyede-eticaret-artti>, erişim:22.05.2013).

Elektronik ticaretin hukuksal altyapısına bakıldığında ise, Türkiye’de e-ticaretin e-Türkiye dönüşüm çalışmaları kapsamında ele alındığı görülmektedir. Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkındaki Kanun Tasarısı, 2012 yılında TBMM üst komisyonuna sevk edilse de tasarı yasalaşmamıştır. Tasarıda, internet ve cep telefonları üzerinden elektronik iletilerin alıcılara ancak önceden onayları alındığı zaman gönderilebileceğini ve aksi takdirde 15.000 TL’yi bulan idari para cezaları ödeneceği ifade edilmektedir. Bu konuda, sektör yetkililerinin ciddi çekinceleri olduğu bilinmektedir (Elektronik Ticaret Kanunu Yatırımcıları Üzdü, <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2012/04/11/elektronik-ticaret-kanunu-yatirimcilar-uzdu>, erişim tarihi: 22.05.2013).

Türkiye’de elektronik ticaret ile ilgili birçok gelişme kaydedilse de, genel standartlar 2012 yılına kadar düzenlenmemiştir. Bu düzenlemeden önce de, Avrupa Birliği’ne uyum sağlamak ve yeni finansal araçlara karşı güncelliği kaybetmemek adına bazı çalışmalar yapılmıştır. Bu mevzuat uyumlaştırması için, Avrupa Birliği (AB) Müktesabatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programı ile AB Müktesabatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programının Uygulanması, Koordinasyonu ve İzlenmesine Dair Bakanlar Kurulu Kararı 31/12/2008 tarihli Resmi Gazetede yayımlanmıştır. Buna göre; sistemler, ödeme hizmetleri ve elektronik para kuruluşları ile ilgili olarak AB müktesabatına uyum sağlamak amacıyla bahse konu 2008 yılı Türkiye Ulusal Programında Sermayenin Serbest Dolaşımı ve Mali Hizmetler Fasılları kapsamında Ödeme Sistemleri Kanununun Merkez Bankası’nın sorumluluğunda hazırlanması öngörülmüştür (Kanun; Genel Gerekçesi, www.tbmm.gov.tr, erişim tarihi:25.05.2013).

Ayrıca, 9. Kalkınma Planı’nda kayıt dışı ekonomik faaliyetleri önlemeye yönelik olarak; tüm tüzel kişilikleri içeren tek numaraya dayalı bir bilgi sistemi oluşturulacağı, ticari defterlerin elektronik ortamda tutulacağı, e-ihale, elektronik fatura ve elektronik ödeme sistemleri geliştirileceği, ödemelerde nakit kullanımını azaltacak tedbirler geliştirileceği ve kamu kurumları arasında bilgi paylaşımı ve koordinasyon sağlanarak denetim ve izleme mekanizmalarının etkinleştirileceği ifade edilmektedir (Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan9.pdf>, erişim tarihi: 22.05.2013).

“Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanunu”nun gerekçesinde, gelişen

teknoloji ile birlikte birçok finansal işlem için nakit dışı ödeme yöntemlerinin kullanılmasıyla ve elektronik paranın yaygınlaşmasıyla günümüz ihtiyaçlarına cevap verebilecek, uluslararası mevzuatla uyumlu düzenlemelerin kaçınılmaz olduğu üzerinde durulmuştur.

Bu gerekçelerle hazırlanan ve TBMM’de 21.06.2013 tarihinde kabul edilen yasanın yürürlüğe girmesiyle halen ülkemizde herhangi bir biçimde izin almadan ve denetlenmeden faaliyet gösteren ödeme ve elektronik para kuruluşları için yasal altyapı oluşturulmuştur (<http://www.dunya.com/gsm-firmalari-e-para-icin-bddkdan-lisans-alacak-195867h.htm>, erişim tarihi:22.06.2013) Kanunun finans sistemimize getirdiği yenilikler, elektronik ödeme sistemlerini bir ödeme hizmeti, elektronik parayı parasal değer olarak tanımlaması ve bu hizmetleri verecek olan şirketleri düzenlemesidir.

Kanunun 3. maddesinde elektronik para, “Elektronik para ihraç eden kuruluş tarafından kabul edilen fon karşılığı ihraç edilen, elektronik olarak saklanan, Kanunda tanımlanan ödeme işlemlerini gerçekleştirmek için kullanılan ve elektronik para ihraç eden kuruluş dışındaki gerçek ve tüzel kişiler tarafından da ödeme aracı olarak kabul edilen parasal değeri ifade eder.” şeklinde tanımlanmıştır. Kanun’un 18. maddesinde, elektronik para ihraç eden elektronik para kuruluşunun, “anonim şirket şeklinde kurulmuş olması, pay senetlerinin nakit karşılığı çıkarılması ve tamamının nama yazılı olması, ödenmiş sermayesinin en az beş milyon TL olması ve en önemlisi 5411 sayılı Kanun uyarınca faaliyet gösteren bankalardan ve bu Kanun kapsamındaki elektronik para çıkarma izni verilen kuruluşlar”dan biri olması şart koşulmuştur. BDDK tarafından izin verilerek faaliyete geçen elektronik para kuruluşları, aldıkları fon kadar elektronik parayı gecikmeksizin ihraç etmekte, bu fonları bankalar nezdinde açılacak ayrı bir hesaba aktarmaktadır. Aktarılan bu fonlar, bankalar nezdinde kullanım süreleri boyunca bloke edilmektedir. Aynı maddede, elektronik para kuruluşunun kredi, faiz veremeyeceği, herhangi bir menfaat sağlayamayacağı belirtilmektedir.

II) ELEKTRONİK ÖDEME SİSTEMLERİ

Elektronik ticarete ödeme yolları; kredi kartı, elektronik kredi kartı, otomatik vezne makineleri ve para vericileri, elektronik fon transferi için satış noktası terminalleri, elektronik para, elektronik çek, akıllı kart, dijital cüzdan, mobil ödemeler ve diğer ödeme yollarıdır (Elibol ve Kesici, 2004:319; Gökçen, 2005:244; Altuntaş, 2011).

Kredi kartları, e-ticarette en çok kullanılan ödeme aracıdır. Mal ve hizmet satın alımında aracı olarak kullanılan, üzerinde sahibinin kimliği bulunan, belirli vade ile geçerli olan plastik kartlar olup başlıca örnekleri Visa, BankamericaCard, Hilton Card, Diners Club, American Express’tir (Seyidoğlu,

2002:371). Türkiye’de Eylül 2013 itibariyle, kredi kartı sayısı 56.667.648’i bulmuştur (http://www.bkm.com.tr/istatistik/pos_atm_kart_sayisi.asp, erişim:22.10.2013). Türk Kartlı Ödeme Sektörü bugün, son teknoloji ile oluşturulan gelişmiş alt yapısı, "dünyada ilk" özelliğini taşıyan taksitli ödemelerden, nakit puan toplama fırsatlarına kadar uzanan bir çok yenilikçi ürünleri ve chip&PIN uygulamasıyla, Avrupa'nın en büyük pazarlarından biri konumuna gelmiştir (Bankalararası Kart Merkezi Kronoloji, <http://www.bkm.com.tr/kronoloji.aspx>, erişim tarihi:22.10.2013).

Sanal kredi kartı, yalnızca internet alışverişlerinde kullanılan bir kredi kartı olup alışveriş yapmadan önce kartın limiti artırılabilen ve alışveriş tamamlandıktan sonra kalan limit sıfırlanabilmektedir; bu sayede yetkisiz kişilerin kullanımı sonucu doğacak riskler en aza indirilmektedir (Ünüsün, 2007:51).

Elektronik çek, elektronik ticaret gerçekleştiren sitelerin, ödemelerini çek olarak kayıt etmelerini ve işleyebilmelerini sağlayan bir ödeme sistemidir (Gökçen, 2005:245). Gerçek çekten farklı olarak dijital bir imzanın kullanılmakta ve bu imza, bir ağ üzerinde olan ve yüz yüze yapılmayan işlemlerde güvenliği sağlamak amacıyla yaratılmış bir şifreleme sistemidir. İki anahtar şifreden oluşan bu sistem ile şifrelenmiş olan bir bilgi ancak bu anahtarlarla açılabilir. Bu yolla, yapılan ödemeler ve anlaşmalar korunmuş olur(Uzunoglu, 2002).

Otomatik vezne makineleri, 1960’lı yıllarda ilk kez kullanılmaya başlandığında, kullanıcılarına sadece para çekme imkanı verse de artık ATM’lerden hesaba para yatırmak, hesaptan para çekmek, fatura ödemek, hesap durumları hakkında bilgi almak, hesaplar arasında fon transfer etmek, çek defteri almak ve belli bir tutara kadar kredi başvurusu yapabilmek/çekebilmek işlemleri yapılabilmektedir (Şimşek, 2012:42).

Elektronik fon transferi (EFT), geleneksel bankacılıkta kullanılan banknot, çek, ödeme emri gibi ödeme araçlarının yerine modern haberleşme teknikleri ve bilgisayarların kullanılmasıyla parasal fonların bir yerden başka bir yere kaydı para olarak ve çok kısa sürede transfer edilebilmesidir. Otomatik vezne makineleri (ATM), ev ve büro bankacılığı ve satış noktasında elektronik fon transferi ve otomatik takas sistemi gibi değişik uygulama alanları vardır (Seyidoğlu, 2002:164).

Akıllı kartlar, kredi kartları boyutunda olan ve sağlık kayıtları, kimlik bilgileri, telefon numaralarını saklayabilirler ya da nakit yerine elektronik cüzdan olarak görev görürler (Gökçen, 2005:245).

Mobil ödeme, mobil telefonlarla ödeme yapılan ve e-mobil/m-ödeme olarak adlandırılan birçok girişim bulunmaktadır. M-ödeme modelleri finansal

kuruluşlarda para transferini sağlayan yeni bir ödeme kanalı sunmaktadır. Bazı modeller mobil telefonla ulaşılabilen hesaplar için önceden ödenmiş çözümler de sunmaktadırlar. Bu hesaplarda toplanan paralar (e-para veya şirket paraları) ürün ve hizmet alımları için kullanılmaktadır (Erdoğdu,2004:82). Mobil ödeme ile ortaya çıkan bir kavram olan m-para, küçük işlemler için nakdin yerine geçmeyi amaçlamakta ve nakdin çalınma, kaybolma, saklama vb. gibi dezavantajlarını ortadan kaldırmaktadır (Hamdi, 2011:48).

E-cüzdan (dijital cüzdan), kredi kartı, e-para sahibinin kimlik ve adres bilgilerini saklayan ve e-ticaret işlemleri esnasında bu bilgileri otomatik olarak sağlayan yazılımdır (Gökçen,2005:245). Starbucks'ta bir latte siparişi verdiğinizde, hesap kasiyerin kasası olan iPad'den akıllı cep telefonunuza saniyeler içinde gelmekte ve işlem tamamlandığında telefonunuz bunu size bildirmektedir, bu işlem için cep telefonunuzu cebinizden çıkarmanıza dahi gerek olmamaktadır. Kısaca telefon ya da tablet, tüketiciler için sadece cüzdan olmakla kalmayıp aynı zamanda bir kredi kartı okuyucusuna ve satıcılar için de kasaya dönüşmektedir (Fortune, 2012:84). Elektronik cüzdanın kullanımındaki amaç, küçük değerli işlemlerde maliyetleri azaltmaktır (Kirdaban, 2005:21). Yurtdışında kullanımları yaygınlaşmasına karşın Türkiye'de bu tür uygulamalar yeni yeni gelişmektedir. E-cüzdan uygulamaları, kimlik kartları, bilet hizmetleri, otomat ödemeleri, ev anahtarı, müşteri sadakat kartları, kredi/banka kartları, otopark ödemeleri, ev anahtarı, ulaşım, mobil cihazlardan online alışveriş, fiyat karşılaştırmalı alışveriş, fatura ödemeleri, kişisel ajanda, cihazdan cihaza kişiden kişiye ödemeler, fiziksel mağazalarda kablosuz ağ yardımıyla satınalma gibi birçok hizmetleri bünyesinde barındırmaktadır(Reedy,2018:12; Clark, 2001:11). Turkcell Cüzdan ve BKM Express, PayPass de dijital cüzdanlara birer örnektir. Mobil telefon cüzdanlarla yapılan satın alma ödemelerinin ABD'de 2017'ye kadar 1,4 milyar dolara çıkması beklenmektedir (<https://www.javelinstrategy.com>).

Elektronik çek, elektronik ticaret gerçekleştiren sitelerin, ödemelerini çek olarak kayıt etmelerini ve işleyebilmelerini sağlayan bir ödeme sistemidir (Gökçen, 2005:245). Gerçek çekten farklı olarak dijital bir imzanın kullanılmakta ve bu imza, bir ağ üzerinde olan ve yüz yüze yapılmayan işlemlerde güvenliği sağlamak amacıyla yaratılmış bir şifreleme sistemidir. İki anahtar şifreden oluşan bu sistem ile şifrelenmiş olan bir bilgi ancak bu anahtarlarla açılabilir. Bu yolla, yapılan ödemeler ve anlaşmalar korunmuş olur(Uzunoğlu, 2002).

Elektronik para ise, bir plastik kart gibi, kişinin sahip olduğu bir elektronik araca yüklenmiş bir mali değer veya kişisel bir fon olup kısaca paranın dijital ortamda sunulmasıdır (Seyidoğlu, 2002:164). Elektronik para, paranın fonksiyonları olan değişim aracı olması, hesap birimi olması ve değer

biriktirme aracı olması özelliklerini de yerine getirir (Er, 2006:12). Bu sistemden yararlanmak isteyen kişilerin ilk olarak elektronik para hizmeti sunan şirketler tarafından geliştirilen özel yazılımı bilgisayarlarına yüklemeleri ve o şirketle çalışan bir bankada hesap açmaları gerekmektedir; bundan sonra elektronik para ile anlaşmalı mağazaların sitelerinden veya elektronik para yazılımını kullanan diğer taraflar ile sanal alışveriş yapılabilir; alışveriş yapıldıkça e-para miktarı azalacak ve bittiğinde yeniden hesaba para yüklenmesi gerekecektir (Gökçen, 2005:244). E-parayı dolaşımdaki paradan ayıran temel özelliklerin başında e-paranın nominal faiz getirisi sağlaması, dolaşımdaki paranın ise doğası gereği nominal faiz getirisi sağlayamaması gelmektedir; bu durum e-paranın standart para karşısındaki üstünlüğünü göstermektedir (Tabak, 2002:8). Fakat e-para, geleneksel anlamdaki paranın özellikleri olan yasal para birimi olma ve ödeme yapıldığında kimlik bilgisi bırakmama özelliklerine sahip değildir (Tabak, 2002:47).Resmi para Merkez Bankası rezervlerine dayalıdır, e-para ise genellikle elektronik parasal tabana dayalıdır (Dirican,2000:65). Elektronik para özellikle küçük ölçekli ödemelerde hızlı bir ödeme aracı olma özelliğiyle nakit ve kredi kartı ile ödemelerin alternatifini olarak kullanılabilir (Kirdaban,2005:23). Elektronik paranın avantajları, finansal risklerin azaltılması veya ortadan kaldırılması, taklit edilebilme zorluğu, paranın dolaşım hızını artırması, birden fazla ülke parasının taşınabilirliği (Er, 2006:17), ödemelerin yüzyüze yapıma zorunluluğunu ortadan kaldırışı (Kirdaban, 2005:24), kimlik bilgisiyle eşleşmesi ve müşteri seçimlerinin kayıt altına alınabilmesiyle bugünün teknolojisiyle imkansız görünen birçok pazarlama ve satış yöntemine imkan sağlaması (Er, 2006:17) olarak sıralanabilir. Ancak, vergi kayıp ve kaçaklarını kolaylaştırabileceği, çalınma ya da yasal olmayan kullanım sonucunda ortaya çıkacak olan finansal kayıp riski (Er, 2006:18), para politikalarının etkilenebileceği ve para arzında sorun yaşanabilecek olması, dolaşımdaki paraları ikame etmesi durumunda senyoraj gelirini azaltması ve Merkez Bankası bilançosunu etkilemesi (Kirdaban, 2005:25) gibi dezavantajları da vardır.

Günümüzde elektronik para iki şekilde algılanmaktadır: Birincisi, merkez bankaları tarafından çıkarılan banknotların elektronik formatlara dönüştürülerek ödemelerin yapılması şeklinde ortaya çıkan ödeme aracıdır. Burada karşılığı önceden kâğıt para olarak ödenen e-para, alışverişlerde kolaylık sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Elektronik para bu anlamıyla paranın mübadele fonksiyonunu yerine getirmektedir. Bu sistemde e-para finansal veya finansal olmayan kurumlarca ihraç edilmektedir. Elektronik paranın ikinci şekildeki algılanışı ise merkez bankasının kâğıt parasına alternatif olarak gelişen, merkez bankasının kâğıt para yerine tamamen elektronik para ihraç ettiği ve bunu dolaşıma sürdüğü, bu paranın halk ve

bankalar tarafından hem mübadele, hem hesap birimi, hem de bir tasarruf aracı olarak kabul edildiği, yani kağıt paranın tamamen yerini elektronik paraya bıraktığı bir sistemdir. Burada paranın evrim sürecinde kâğıt paradan sonra gelen aşama anlaşılmaktadır (Öztürk ve Koç, 2006:209).

Elektronik para türleri, kart tabanlı elektronik para, hafıza kartları, mikroşemcili kartlar, temaslı kartlar, temassız kartlar, melez kartlar, kombi kartlar/çift arayüzlü kartlar, network (ağ) ve software tabanlı elektronik paradır (Er, 2006:26-35). E-para ile ilgili en bilinen kuruluşlar arasında DigiCash, CyberCash, VisaCash, Mondex, ECash, CheckFree, PayPal, BitCoin gelmektedir.

Bitcoin, 2009 yılında kendini Satoshi Nakamoto olarak tanıtan bir kişi tarafından deneysel olarak başlatılan, dünyanın herhangi bir yerindeki herhangi bir insana kolayca ödeme yapmayı sağlayan sanal bir para birimi olarak tanımlanmaktadır. Bitcoin teknolojisi, noktadan noktaya dağıtımlı bir ağ üzerinde çalışır, böylece merkezi bir kuruluşa ihtiyaç kalmaz. Para oluşumu ve transfer işlemleri ağ üzerinde kollektif olarak gerçekleşir. Bitcoinler üçüncü bir şahsın ya da kuruluşun onayına gerek kalmaksızın internet üzerinde kolayca gönderilir. Transferler, tasarım gereği geri dönüşümsüzdür, hızlı ve geri harcanması dakikalar içinde gerçekleşir ve diğer ödeme şekillerine göre çok az masraflıdır (Bitcoin nedir?, www.bitcoin-tr.com, erişim tarihi:22.05.2013).

Bitcoin, borsasında arz ve talebe göre alınıp satılırken, Bitcoinuru oluşmaktadır. Fiyatların çok oynak olması, 100.000'den fazla insan tarafından kullanılan bu sistemin spekülasyon güdüsüyle kullanılmasına ve piyasa değerinin 1,5 milyar dolara ulaşmasına sebep olmuştur (Sanal Para-Bitcoin, Güngör Uras, 28.04.2013, ekonomi.milliyet.com.tr/sanal-para-bitcoin-bit-para-.../default.htm, erişim tarihi: 22.05.2013). *Bitcoin'in* sadece avantajları değil, dezavantajları da tartışılmaktadır. Uluslararası suç örgütlerinin para transferleri yapmak amacıyla bu sistemi kullandıkları ve kimliklerini gizleyerek güvenlik güçleri tarafından yakalanma riskini minimuma indirdikleri iddia edilmektedir. Bu konuda FBI'ın hazırladığı rapor güvenlik güçlerinin de bu durumdan hoşnutsuz olduklarını göstermektedir. (Bitcoin Nedir, Nasıl Kullanılır?, <http://eticaretmag.com/bitcoin-nedir-nasil-kullanilir/>, erişim tarihi:22.05.2013) BDDK'nın 25.11.2013 tarihli basın açıklamasında da, Bitcoin'in herhangi bir resmi ya da özel kuruluş tarafından ihraç edilmediği için 6493 sayılı Kanun kapsamında olmadığı ve tarafların kimlik bilgilerinin bilinmemesi, piyasa değerlerinin aşırı oynak olması, bilgilerin usulsüz kullanılabilmesi gibi risklere açık olduğu üzerinde özellikle durulmuştur (<http://www.bddk.org.tr>, erişim:25.11.2013).

III) ELEKTRONİK ÖDEME SİSTEMLERİNİN OLASI ETKİLERİ

Elektronik ödeme sistemlerinin değişmesi ve gelişmesiyle birlikte ekonomik sistemimize etkileri de gündeme gelmiştir. Elektronik ödeme sistemlerinin para politikalarına, finansal yönetime ve pazarlama yönetimine etkileri bu kısımda incelenmiştir.

A) Elektronik Ödeme Sistemlerinin Para Politikası Üzerine Etkileri

Para mübadelenin kolaylaşmasını sağlayan ortaklaşa kabul görmüş bir mal niteliğindedir. Paranın doğuşu değişim fonksiyonuyla ilgilidir. Bu fonksiyonundan başka, değer koruma, değer ölçüsü, gelecek ödemelerin ifadesi fonksiyonları da vardır (Öçal, 1990:5). Bu fonksiyonların elektronik ödeme sistemleri tarafından da yerine getiriliyor olması son dönemde dikkatlerin bu yöne kaymasına neden olmuştur. Elektronik para ile ilgili gelişmelerin gelecekte merkez bankası parasını yok edeceğinden ve para politikasını etkisiz hale getireceğinden endişe edilmektedir (Woodford, 2001:98). Bu konuda yapılan Amerika çapında 1000 kişi üzerinde yapılan *Rasmussen Raporları Ulusal Telefon Anketine* (2012) göre, bir ay boyunca hiç kâğıt para ya da madeni para kullanmadığını söyleyen Amerikalıların oranı %43'tür.

Kirdaban (2005)'in yaptığı bir çalışmada, para politikasına piyasaların hızlı bir şekilde reaksiyon vermesini ve uyarlanmasını sağlamak, bankalararası para piyasalarının etkin çalışmasına katkı sağlamak, para otoritesine genel olarak sistemin likiditesini izleme ve sağlıklı karar verme olanağını sağlamak, bankaların likiditelerinin izlenmesi ve etkin fon yönetimi sağlamak, atıl fonların sisteme girmesini kolaylaştıracak sisteme taze kaynak sağlamak, atıl fonların faiz geliri olan likit fonlara dönüşmesine katkı sağlamak ve yabancı sermaye girişine katkıda bulunmak gibi avantajlarına yer verilmiştir. Dezavantajları ise, senyoraj gelirlerinin azalması ve yoldaki paraların likiditeyi izlemeye güçleştirilmesi olarak sıralanmıştır. Aynı çalışmada, maliye politikalarına etkileri de etkin bir vergi tahsilatı sağlayarak vergi gelirlerinin artması, kayıt dışı ekonominin kontrolünün kolaylaşması ve borç idaresinde etkinlik ve hızın artması başlıklarında incelenmiştir.

Dirican (2000)'in araştırmasında, elektronik paranın para politikalarında yaratacağı etki üç ana başlıkta incelenmiştir. İlki, elektronik paranın işlem amacı ile dolaşımdaki paranın yerine geçebileceğidir. Parayı yaratan ve arz eden kurumların klasik finansal kurumların dışından olması ihtimali bulunmaktadır. İkincisi, elektronik ürünler ve taşıdıkları elektronik para cinsinden değerlerin bağlı oldukları mevduatlara erişim hızını arttırmasıdır. Son etki ise, elektronik paranın faiz taşınması veya taşınmayı kolaylaştırması durumudur.

Temuçin (2006)'in yaptığı bir çalışmaya göre, para arzının en dar tanımı olan M1'in arttığı görülecektir. Para arzı (M1), dolaşımdaki para ile vadesiz

mevduatın toplamına eşittir. Elektronik ödeme sistemleri dolaşımdaki para miktarını arttırarak, para arzının artmasına neden olurlar. Bu eşitliği aşağıdaki gibi ifade edebiliriz

$$M1 = C + D + EM$$

$$M1 = \text{Para Arzı}$$

$$C = \text{Dolaşımdaki Para}$$

$$D = \text{Vadesiz Mevduat}$$

$$EM = \text{Elektronik Ödemeler}$$

Bu çalışmaları destekleyici bir araştırma da Ling, vd. (2012) tarafından yapılmış ve Çin’de yapılan uygulama da teoriyle uyumlu çıkararak, para arzının elektronikleşmeyle doğru orantılı olarak arttığı görülmüştür.

B) Elektronik Ödeme Sistemlerinin Finansal Yönetim Üzerine Etkileri

Günümüzde finans yönetimi, işletme içinde alınan kararların başarıya ulaşmasında en önemli rolü oynayan işletme fonksiyonlarından biridir (Ercan ve Ban,2012:5). Nakdin yerine nakit dışı ödeme sistemlerinin kullanımının artmasıyla birlikte, elektronik ödeme sistemleri de finansal yönetimin işletmenin değerini artırma fonksiyonunu yerine getirmesine yardımcı olmaya başlamıştır.

Finansal yöneticinin hızlı müdahale edebilmesi bir gereklilik olması sebebiyle, ticarete kullanılan elektronik araçların yardımıyla işlemlerin hızlanması, maliyetin azalmasını, verimliliğin artmasını sağlamış (Dikbaş, 2000:37) ve finans yöneticisinin etkinliğini arttırmıştır.

Görmez ve Budd’a (2003) göre, elektronik ödeme sistemlerinin finans sektörü üzerinde iki ana etkisinin olacağı düşünülmektedir. Bunlar, hizmet sağlayıcılar ile son kullanıcılar arasındaki ilişkinin artmasıyla potansiyel bir kriz anında düşük tepkilerin verilmesi ve bireysel hizmetlerin ulaşım hızının artmasıdır.

Kızılot, vd. (2011) çalışmasına göre, elektronik ödeme sistemlerinden biri olan kartlı ödeme sistemlerinin hanehalklarının para talebini azaltarak tasarrufların artmasına ve büyümeyi sağlayan yatırımlara finansman sağlanmasına, aynı zamanda bankalar nezdinde biriken kaydı para ve maliyet azalımı neticesinde faizlerin düşmesine yönelik iyileştirici etkilere sahiptir.

Finans yöneticilerinin zamanının büyük çoğunluğunu alan, işletme sermayesi kalemlerinden biri olan nakit de elektronik ödeme sistemlerinin etkinliğini arttırmasıyla değişime uğrayan kalemlerden biri olmuştur.

1) Elektronik Ödeme Sistemlerinin Nakit Yönetimine Etkileri

Finansal yönetimde öncelikle kontrol edilmesi gereken konulardan biri nakit yönetimidir. Nakit yönetimi, işletmenin finansal yükümlülüklerinde sıkıntıya girmeksizin, faaliyetlerin etkinliğini düşürmeden, firma değerini artıracak biçimde bulundurulması gereken nakit düzeyinin belirlenmesi ve bu düzeyin istikrarlı bir biçimde yönetimi olarak tanımlanmaktadır. (Ercan ve Ban,2012:288) Nakit kazanmayan veya kazandığı nakdi doğru yer ve zamanda kullanmayan işletmelerin başarılı olması olanaksızdır (Uzun ve diğ., 2003:68).

İşletmeler nakit darlığı çekmemek için, finansman kaynaklarının kısıtlı olması sebebiyle mevcut borçlarını ödemek ve uzun dönemli yatırımlara para bağlamamak için nakit biriktirme yoluna gitseler de atıl tutulan paranın alternatif maliyeti rekabette dezavantaj yaratabilecek düzeylere çıkmaktadır (Ernst&Young, Ekonomik belirsizlikler nakit yönetimini zorlaştırıyor, erişim tarihi:23.04.2013).

İşletme başarısını doğrudan etkileyen nakit yönetimi, elektronik ödeme sistemlerinin ortaya çıkmasıyla değişime uğramıştır. Nakde olan talebin azalmasıyla işletmelerin, işlem-ihtiyat-spekülasyon saikiyle tuttuğu nakit miktarı azalmış, böylece işletmenin likiditesi de azalmış ancak karlılığı olumlu etkilenmiştir. İşletmelerin ellerinde bulunduracakları nakit tutarını kar ve likidite arasında uygun bir denge gözeterek belirlemeleri gerekmektedir (Sayılğan,2003:87).

Akgüç (2012), elektronik çağa girişin ve finans yöneticilerinin karar almada bilgisayarlardan yararlanmalarının nakit yönetimde yeni ufuklar açacağı görüşüne yer vermiştir. Ayrıca, elektronikleşmenin nakit yönetimde etkinliği sağlayan yöntemlerden biri olan müşterilerin ödemelerini hızlandırma fonksiyonunu yerine getireceğini, böylece zaman kaybına uğramadan tasarruf etmek olanağını elde edeceğini belirtmektedir.

Er (2006) 'in çalışmasında, elektronikleşmenin nakit yönetimini daha etkin hale getirdiği, esnek yapılanmaya gidilmesini ve yeterli bilgi alışverişini sağladığı, böylece finansal yöneticilerin kendisine ayıracağı zamanı azalttığı üzerinde durulmuştur.

2) Elektronik Ödeme Sistemlerinin Risk Yönetimi Üzerine Etkileri

Temuçin'in (2006) çalışmasına göre, finansal yenilikler risk paylaşımı imkânını artırarak ve işlem maliyetlerini azaltarak etkinliğin artmasına yardımcı olmaktadır. Finansal yeniliklerin, birçok fırsat sunarken, aynı zamanda iyi değerlendirilmediğinde daha büyük riskler ortaya çıkardığı vurgulanmıştır.

Er'e (2006) göre, elektronik ödeme sistemlerinden biri olan e-para ile beraber kredi riskini ortaya çıkaran nedenler ödeme gücü karşılığının olmaması, işletmenin değerindeki kayıp, ödeme zamanı ve alım zamanı arasındaki kayıp minimuma inmektedir. Ayrıca, elektronik ödeme sistemlerinin gelişmesiyle faiz oranlarının önce düşeceği, borçlanma maliyetlerinin azalmasıyla borçlanma talebinin artması sonucu sonra tekrar yükseleceği ve bu nedenle faiz riskinin devam edeceği vurgulanmaktadır.

Gandy ve Chapman'ın (1997) çalışmasında ise, işletmenin belli bir dönemde elde edeceği nakit giriş ve çıkışlarındaki dengesizlik diye tanımlanan likidite riskinin, ödeme esnasında değer transfer edilirken, ödenmeme riskinin azalmasıyla birlikte azalacağı belirtilmektedir.

Elektronik ticaretin kullanımı, gün boyunca yapılan işlemler sırasında gecikmiş ya da hatalı ödemeler sebebiyle ortaya çıkabilecek finansal riskleri azaltacak ya da ortadan kaldıracaktır (Elektronik Ticaret Finansal Çalışma Grubu Raporu, www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/finans.htm., erişim:10.05.2013).

Yazıcı (1999) ise, farklı bir bakış açısıyla sistemi incelemiş ve elektronik ödeme sistemlerinin yarattığı riskleri belirlemiştir. Bunlardan ilki, sistemin güvenilirliği ve doğruluğu konusundaki yetersizlikler nedeniyle meydana gelen kayıpların ortaya çıkardığı işletme riskidir. İşletme riskine güvenlik sorunu, kötüye kullanılma gibi problemler sebep olur. İkinci olarak ele alınan, olumsuz kamuoyu nedeniyle müşteri kaybıyla sonuçlanan risk olan itibari risktir. Son olarak ise, kanunlar, düzenlemeler ve uygulamaların uygunsuzluğundan kaynaklanan kanuni risk açıklanmıştır.

Elektronik ödeme sistemlerinin gelişiminin önündeki en önemli engel güvenlik riskidir. Bu sorunu iki farklı açıdan ele almak mümkündür. İlki, elektronik ödeme kullanıcıları tarafından yüklenen risklerdir. Bireysel kullanıcılar ödeme araçlarının bilgisinin üçüncü şahıslar tarafından ele geçirilip finansal zarara uğratılmamak, işletmeler ise yetkisiz kişilerce yapılan harcamalardan dolayı finansal kayıplara uğramamak istemektedir (Baydur,2011:76). İkincisi ise, yeni ödeme sistemlerinin devlet tarafından risk olarak görülmesiyle ortaya çıkmaktadır. Risk düzeyini artıran en önemli faktörler, zincirin tüm halkalarında kimlik tespitinin mümkün olmaması, müşteri başına düşen hesap ve kartların sayısının çokluğu, satın alınan üründür (bahis, kumar, vb.).(E-para ve Mali Suçlar,www.masak.gov.tr/media/portals/masak2/files/TAIEX-LYNES.doc, erişim tarihi:22.05.2013)

Güvenlik sorununun üstesinden gelmek için kimliğin onaylanması, doğrulamanın birden fazla yöntemle yapılması, işlemlerin üçüncü kişiler tarafından görülmemesi ancak devlet görevlilerinin yasadışı işlemler için

denetim yapabilmesi, ödeme sistemleri zincirinde yer alan tarafların işbirliği içinde olmaları gerekmektedir.

C) Elektronik Ödeme Sistemlerinin Pazarlama Yönetimi Üzerine Etkileri

Elektronik ticaretin hayata geçişiyle birlikte, pazarlama yönetimi açısından mobil pazarlama, elektronik pazarlama, internetle pazarlama gibi yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Mobil pazarlama, işletmelerin hedef tüketicileriyle telefonlar başta olmak üzere kablosuz, elde taşınabilir mobil cihazlar üzerinden iletişime geçerek, gerçekleştirdikleri çeşitli interaktif uygulamalardır. Mobil pazarlama hizmetleri ya da uygulamaları çeşitli şekillerde olabilmektedir. Bunlar çoğunlukla, “WAP, mobil internet; mobil logo, melodi ve video; mobil oyunlar; SMS / MMS; mobil reklamlar; yerel bazda servisler; ödemeler; oylamalar ve katılımcı uygulamalar; mobil aramalar” şeklinde karşımıza çıkabilmektedir (Uygun vd, 2012:212). Elektronik pazarlama ise, pazarlama faaliyetlerinin elektronik ortamda gerçekleştirilmesiyle ilişkilidir.

Elektronikleşmenin pazarlama yönetimine katkıları incelendiğinde, 2012 yılında ABD’de online perakendecilik ödemelerinin 318 milyar dolara ulaştığı görülmektedir. Mobil ve alternatif ödemeler sayesinde, gelecek 5 yıl içinde online perakendecilik ödemelerinin ise fazladan bir 140 milyar dolara daha ulaşacağı beklenmektedir (<https://www.javelinstrategy.com/webinar/50>, erişim tarihi: 10.06.2010).

Dahası elektronik ödeme sistemlerinden elektronik cüzdanlarda tüketicilerin daha önce yaptıkları alışverişler, alışkanlıkları saklanabilmekte, tüketicilere bu alışverişler hatırlatılarak bu sayede düzenli biçimde satınalma yapmaları sağlanabilmektedir (Clark, 2001:11).

Genel anlamda bakıldığında ise elektronik ortamda ücretin ödenmesi ve alışverişin elektronik ortamda tamamlanması, işletmeler açısından lojistik altyapıda tasarruf yapılması açısından avantaj olarak değerlendirilmektedir. Bankacılık ve sigortacılık hizmetlerinde sonuca hızlı erişilmesi, alışverişin hızlı bir şekilde tamamlanması taraflara zamandan tasarruf sağladığı gibi hizmetin etkinliğini de artırmaktadır. Elektronik ortamda alışveriş yapan kesim ile hızlı ve etkin bir şekilde anket yapılıp hizmetin yönlendirilmesi ve istenilen kapsamda kamuoyu oluşturulması da mümkündür (Şimşek, 2012:64).

E-ticaretin yaygınlaşmasını sağlamak için e-ticaret ve e-ödeme araçları hakkında tüketicilerin bilinirliğinin artırılması gerekmektedir. Yine bu kapsamda tüketici tercih ve alışkanlıkları ile e-ödeme sistemlerine yönelik

tutumları oldukça önem arz etmektedir. Çakmak vd. (2011) yaptıkları çalışmada, internet bankacılığı gerçekleştiren müşterilerin en sık yaptıkları işlemlerin sırasıyla EFT ve havale, kredi kartı işlemleri ve fatura ödeme olduğunu belirtmişler ve internet bankacılığını kullanan ve kullanmayanlar arasındaki en önemli farkın eğitim düzeyi olduğunu, eğitim düzeyi arttıkça internet bankacılığı kullanımının da arttığını belirtmişlerdir. Koçer (2012) yaptığı çalışmada, internetle alışverişin tercih edilmemesinde güvenlik ile ilgili en önemli sebebinin kredi kartı bilgilerinin internet üzerinden verilmesinin güvenli bulunmaması olarak belirtmişlerdir. Ayrıca çalışmada, internetten alışverişin en önemli avantajının zamandan tasarruf sağlaması ve indirim ve promosyon sağlaması olduğu belirtilmiştir. En çok kullanıldığına inanılan online alışveriş siteleri ise sırasıyla, hepsiburada.com, sahibinden.com ve biletix.com olup internetle pazarlamanın en önemli dezavantajı güvenlikle ilgili sorunlar olarak belirtilmiştir. Konuk ve Yıldırım (2012), yaptıkları çalışmada sanal kart kullanıcı sayısının az olduğunu, kullananların ise sanal kart kullanımının kolay olması ve ödeme güvenliği sağlaması nedeniyle kullandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca sanal kartı tavsiye üzerine kullandıklarını belirtmişlerdir. Square vb. gibi dijital cüzdan uygulamalarının da benzer biçimde ağızdan ağıza yayılarak tanındığı (Fortune, 2012:87) düşünüldüğünde bu sonuç oldukça doğaldır. Shin (2009) çalışmasında mobil cüzdan kullanma niyetindeki en büyük faktörün algılanan güvenlik ve güven olduğunu; aynı zamanda daha önce yapılan çalışmaların da mobil ödemede en önemli faktörün güvenlik endişeleri olduğunu, güvenin de sosyal etki ile artırılabilceğini belirtmişlerdir. Kim vd. (2010) çalışmalarında, mobil ödeme kullanma niyeti üzerinde en önemli öncüllerin algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanılabilirlik olduğunu, mobil ödeme bilgisine sahip olunmasının algılanan kolaylık üzerinde büyük bir etkisinin olduğunu belirtmişlerdir. Schierz vd. (2010) çalışmalarında, algılanan uyumluluğun mobil ödeme hizmetlerini kullanma niyeti üzerinde en büyük etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Diğer bir deyişle, mobil ödemeleri benimsemeleri için tüketiciler var olan davranış biçimleriyle bu hizmetleri bağdaştırılabilir bulmalılardır. Safder (2011) çalışmasında, e-cüzdanın en çok toplu taşımada kullanılmak istendiğini, e-cüzdan kullanıma teşvik eden en önemli nedenin kullanım kolaylığı olduğunu, e-cüzdan kullanımını engelleyen en önemli nedenin güvenlik endişesi olduğunu belirtmiştir.

SONUÇ

Elektronik ticaret ile birlikte finansal pazarlar değişime uğramakta, pazarların performansını ve refahını çok daha genelleştirerek etkileyebilecek, daha çok çeşitlilikte ticari düzenlemeleri mümkün kılan, pazarlar arasında değişim için bir güç olmayı sürdürmekte ve fiyatlar düşürülürken ticari

düzenlemelerde birçok fiziksel sınırlamalar kaldırılmakta ve katılımcıların artması sağlanmaktadır (Ban vd., 2003:213).Katılımcılığın artırılması yeni işletmelerin elektronik ticaret sistemine girmelerini sağlarken, rekabeti de artırmaktadır. Rekabetin artması sebebiyle yeni teknolojilerle işletmelerin pazar paylarını artırabileceklerini fark etmeleri her geçen gün yeni finansal araçların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu finansal araçlardan en önemlileri geleneksel ödeme sistemlerinin yerini alan elektronik ödeme sistemleridir. Elektronik ödeme sistemleri, kredi kartlarından, mobil ödemelere, e-cüzdandan, e-paraya ve en yeni çeşidi olarak Bitcoin'e kadar birçok finansal yeniliği kapsamaktadır. Bu e-ticaret araçlarının birbirlerinden farklı avantaj ve dezavantajları vardır.

Gelir seviyesi düşük kimselerin temel finansal hizmetlere ulaşımında en iyi araç cep telefonları olmaktadır. Cep telefonları, gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerini değiştirmeye uygun tek teknolojidir. Mobil ödeme sistemlerine yönelme, üçüncü dünya ülkeleri için faydaları artırmada benzersiz bir fırsat yaratmaktadır (Hamdi, 2011:52). Örneğin, Kenya'da Safari.com tarafından işletilen mobil bankacılık sistemi M-PESA hanehalklarının üçte ikisinden daha fazlası tarafından kullanılmaktadır (Jack ve Suri, 2011:29).

Elektronik para gelişmelerine bakılarak gelecekte kâğıt paraya alternatif bir ödeme aracı olabileceği söylenmektedir. Burada ortaya çıkabilecek en önemli engel e-paranın yaygın halk kitleleri tarafından yeterince kullanılmaması, kullanımı sırasında çeşitli elektronik donanım gerektirmesi ve çeşitli güvenlik sorunlarıdır. Bu sorunlar aşıldığında gelecekte kâğıt paranın yerini alabilecektir (Öztürk ve Koç, 2006 :239).

Elektronik paraya ilişkin sorunların giderilmesi amacıyla kart tabanlı ödemelerde kartlara küçük meblağların ödenmesi, elektronik paranın saklanmakta olduğu ortamlara erişim şifresi getirilmesi, elektronik para ihraç eden bir kuruluşta yaşanacak bir güvenlik sorunu ve itibar kaybı tüm ihraççıları etkileyeceği için ihraççıların ortak hareket ederek bazı standartlar belirlemesi ve ortak koruma programları geliştirmesi ayrıca ihraç edilen elektronik paranın ortak bir anlaşma çerçevesinde tüm ihraççılar tarafından garanti altına alınması böylelikle ödeme zorluğuna düşen bir kurumun elektronik para aracının diğer kurumlar tarafından kabul edilerek ödenmesinin sağlanması gibi tedbirler alınabilir (Kirdaban, 2005:25).

Mobil cüzdanların popüler hale gelmelerinde ise, üstesinden gelmeleri gereken birkaç zorluk vardır. Bunlardan kullanıcı kabulü belki de en önemli olandır (Shin, 2009).Bu kapsamda bu yeni teknolojilerle ilişkili tanıtıcı reklamların yapılması oldukça önem arz etmektedir. Tüketicilerin en çok endişe duydukları konulardan birisi olan finansal bilgilerin güvenliği amacıyla Türkiye'de de dünyada olduğu gibi e-cüzdan uygulamalarının 35 TL ve altı

mikro ödemeler için kullanıcılara sunulmasının, teknoloji ilerledikçe bu limitin artırılmasının e-cüzdan kullanma niyeti üzerinde olumlu etkisi olacaktır (Safder, 2011:113).

Bitcoin ise, çok yüksek değerlere ulaşsa da spekülasyon güdüsü dışında elde bulundurmanın zor olduğu bir kur değişkenliğine sahiptir. Ayrıca, elektronik işlemleri yapanların kimliklerinin gizliliği yasadışı faaliyet kaygısını artırmaktadır.

Yeni finansal araçların sisteme girmesi, para arzını artırırken, para talebini düşürmekte; böylece faiz oranları azalmaktadır. Faiz oranlarının azalmasının büyümeyi ve kalkınmayı sağlayan yatırımları artıracığı üzerinde durulmuştur. (Kızılot, vd:2011,s.25) Ayrıca, kayıtdışı ekonominin üstesinden gelmek için uygulanan e-devlet uygulamalarıyla uyumlu olmaları avantajlarını artırmaktadır.

Finansal yönetim açısından, nakit yönetimi ve risk yönetimi konularında e-ödeme sistemlerinin etkileri görülmektedir. Finansal yönetimin amacı olan firmanın değerini artırma işlevini, yeni finansal araçların da sağlaması, kullanımlarını artırmaktadır. Bu araçların hızlı ve maliyeti düşük bir biçimde finansal işlevlerini yerine getirmeleri nakit yönetiminin etkinliğini artırmaktadır.

Ayrıca, likidite riskini ve finansal riski azaltması risk yönetiminin etkinliğinde olumlu bir etki yaratırken, güvenliğin hala bir sorun teşkil etmesi olumsuz bir etki yaratmaktadır. Bu bağlamda, standartların oluşturulması ve düzenlemelerin uluslararası mevzuatla uyumlaştırılmasının sağlanması olumsuz etkilerin bertaraf edilmesi açısından gereklidir. Türkiye’de e-ticaret kanunu yasalaşmayı beklese de, e-para kanununun yürürlüğe girecek olması umut verici bir gelişmedir.

Sistemlerin pazarlama yönetimi faaliyetlerine etkilerine bakıldığında ise, bankacılık ve sigortacılık, perakendecilik hizmetlerinde sonuca hızlı erişilmesi, alışverişin hızlı bir şekilde tamamlanması taraflara zamandan tasarruf sağladığı gibi hizmetin etkinliğini de artırmaktadır. Elektronik ortamda alışveriş yapan kesim ile hızlı ve etkin bir şekilde anket yapıp hizmetin yönlendirilmesi ve istenilen kapsamda kamuoyu oluşturulması da mümkündür (Şimşek, 2012:64). Kullanılan e-ödeme araçları müşteri bilgilerini saklayabilmekte bu sayede işletmelerin pazar araştırmalarına önemli katkılarda bulunabilmektedir.

Sonuç olarak bu yeni ödeme sistemlerinin tüketicilerin kabulü için tanınırlıklarının artırılması, faydalarının vurgulanması ve yapılacak kanuni düzenlemelerle bu yeniliklere destek verilmesi, elektronik ve mobil ticaretin önceliklendirilmesi, kişiye özelleştirilmesi ve bu sistemlerin her kesimden tüketiciye ulaştırılabilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AKGÜÇ, Ö. (2012), Finansal Yönetim, 8. Basım, Avcıol Basım Yayın, İstanbul.
- ALTUNTAŞ, C. (2011), Elektronik Ticaretin Muhasebeleştirilmesi ve Vergilendirilmesi Sorunları Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- BAN, Ü., YÖRÜK, N., PARILTI, N. (2003), E-Finans'ın Finansal Hizmetler Sektörü Üzerindeki Etkileri, TSA, Yıl:7, S:1.
- BANKALARARASI KART MERKEZİ KRONOLOJİ, <http://www.bkm.com.tr/kronoloji.aspx>, erişim tarihi: 10.06.2013.
- BAYDUR, S. (2011), Alternatif Bir Ödeme Aracı Olarak Elektronik Cüzdan, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bilgi Toplumu İstatistikleri (2011), www.bilgitoplumu.gov.tr/, erişim tarihi: 10.06.2013.
- BİTCOİN NEDİR, NASIL KULLANILIR?, <http://eticaretmag.com/bitcoin-nedir-nasil-kullanilir/>, erişim tarihi:22.05.2013.
- BOZKURT, V. (2002), Elektronik Ticaret, 1. Baskı, Alfa Yayınları, İstanbul.
- CHAFFEY, D. (2013), The Potential For Online Retail Growth, <http://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/online-retail-sales-growth/>, erişim tarihi: 6.6.2013.
- CLARK, B. (2001), Electronic Wallets: Past, Present and Future, Gpayments.
- ÇAKMAK, A.Ç., GÜNEŞER, M.T., TERZİ, H. (2011), Bankaların Müşterilerine Sunduğu İnternet Bankacılığı Hizmetinin Müşteriler Tarafından Değerlendirilmesi: Karabük Şehir Merkezinde Uygulama, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:31, 1-30.
- DİKBAŞ, Ö. (2000), Bilgi Çağına Girerken Elektronik Ticaret ve Bankacılıkta Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi SBE, İktisat Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- DIRİCAN, C. (2000), İnternetin ve İnternet Bankacılığının Finansal Hizmet Sektöründeki Yeri ve Etkileri, Marmara Üniversitesi SBE, Bankacılık Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- DOKUZUNCU KALKINMA PLANI (2007-2013), <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan9.pdf>, erişim tarihi:22.05.2013
- DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ, http://www.wto.org/english/thewto_e/glossary_e/electronic_commerce_e.htm, erişim tarihi: 7.06.2013.
- ELEKTRONİK TİCARET FİNANSAL ÇALIŞMA GRUBU RAPORU, www.eticaret.gov.tr/raporlar/finans.htm, erişim tarihi: 25.05.2013.
- ELEKTRONİK TİCARET KANUNU YATIRIMCILARI ÜZDÜ, <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2012/04/11/elektronik-ticaret-kanunu-yatirimcileri-uzdu>, erişim tarihi: 22.05.2013
- ELEKTRONİK TİCARETİ TEŞVİK ETMEK, <http://www.bloomberght.com/haberler/haber/1307449-simsek-amacimiz-elektronik-ticareti-tesvik-etmek>, erişim tarihi: 22.05.2013.
- ELİBOL, H., KESİCİ, B. (2004), Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11, S.303-329.
- E-PARA VE MALİ SUÇLAR, www.masak.gov.tr/media/portals/masak2/files/TAIEX-LYNES.doc, erişim tarihi: 15.06.2013.
- ER, E. E. (2006), Elektronik Para ve Finansal Yönetim Üzerine Etkileri, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ERCAN, M.K., BAN, Ü. (2012), Değere Dayalı Finansal Yönetim, Gazi Kitabevi, Ankara.
- ERDOĞDU, C. (2004), Avrupa Birliği'nde Elektronik Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler, Bankacılar Dergisi, Sayı:48.
- ERNST&YOUNG, Ekonomik belirsizlikler nakit yönetimini zorlaştırıyor, erişim tarihi:23.04.2013

- FORTUNE (Ağustos 2012), Nakdin Ölümü, Yıl:5, Sayı:59, s.83-91.
- GANDY, A., CHAPMAN, C.S.(1997), Information Technology Financial Services, Fitzroy Dearborn Publishers, Chicago.
- GÖKÇEN, H.(2005), Yönetim Bilgi Sistemleri Analiz ve Tasarım Perspektifi,Epi Yayıncılık, Ankara.
- GÖRMEZ, Y., BUDD, C. (2003), Electronic Money Free Banking and Some İmplications for Central Banking, TCMB
- GSM FİRMALARI E-PARA İÇİN BDDK'DAN LİSANS ALACAK, <http://www.dunya.com/gsm-firmalari-e-para-icin-bddkdan-lisans-alacak-195867h.htm>, erişim tarihi:22.06.2013
- HAMDİ, H. (2011), Can E-Payment Systems Revolutionize Finance of the Less Developed Countries? The Case of Mobile Payment Technology, International Journal of Economics and Financial Issues, Vol. 1, No. 2, 2011, pp. 46-53.
- HANEHALKI BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIM ARAŞTIRMASI SONUÇLARI (2012), <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=10880>, erişim tarihi: 13.06.2013.
- INTERNET WORLD STATS (2013),www.internetworldstats.com/stats.htm, erişim tarihi: 10.06.2013.
- JACK, W., SURİ, T. (2011), Mobile Money: The Economics of M-PESA, National Bureau of Economic Research.
- KIRDABAN, İ. (2005), Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler ve Ödeme Sistemlerinin Finansal Sistem İstikrarı Üzerindeki Etkiler, TCMB Uzmanlık Yeterlik Tezi.
- KIM, C., MIRUSMONOV, M., LEE, I. (2010), An Empirical Examination of Factors Influencing the Intention to Use Mobile Payment, Computers in Human Behavior, 26, 310-322.
- KIZILOĞLU, Ş., KILIÇ, C., TOKATLIOĞLU, İ.(2011), Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tasarruf Üzerine Etkileri, Bankalararası Kart Merkezi Yayınları.
- KOÇER, M. (2012), Elektronik Ticaretin Pazarlama Stratejilerine Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- KONUK, F. A., YILDIRIM, E. (2012), Sanal Kart Bilinirliği Üzerine Bir Araştırma: Sakarya İlinde Bir Uygulama, 11. Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiri Kitabı, Konya, s.85-87.
- LING, C., MEI, J., ZHAO, S.(2012), An Empirical Study on the Affect Electronic Money has on Money Multiplier Analysis Based on Chinese Data from 1990-2009, International Conference of Management Science&Engineering, Dallas USA, pp. 122-138.
- MOBILE AND ALTERNATIVE PAYMENTS ARE CHANGİNG ONLINE RETAIL İNTO 2017, <https://www.javelinstrategy.com/webinar/50>, erişim tarihi: 10.06.2013.
- MUCUK, İ. (2005). Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- OECD GLOSSARY OF STATISTICAL TERMS (2013), <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721>, erişim tarihi: 01.06.2013.
- ÖZTÜRK, N., KOÇ, A. (2006), Elektronik Para, Diğer Para Türleriyle Karşılaştırılması ve Olası Etkileri, SÜ İİBF sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 207-243.
- PLATİN MARKET (2010), Türkiye'de e-Ticaret Nereden Nereye, http://www.platinmarket.com/turkiyede_eticaret_nereden_nereye-pkh172.html, erişim tarihi: 20.06.2013
- RASMUSSEN RAPORLARI ULUSAL TELEFON ANKETİ (2012), http://www.rasmussenreports.com/public_content/business/general_business/april_2012/43_have_gone_through_a_week_without_paying_cash, erişim tarihi:22.05.2013.
- REEDY, S.(2008), What's in your [mobile] wallet?, [Electronic Version]Telephony Magazine, s.12
- SAFDER, B.(2011), Alternatif Bir Ödeme Aracı Olarak Elektronik Cüzdan, Marmara Üniv. SBE Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- URAS, G. (28.04.2013), Sanal Para-Bitcoin, ekonomi.milliyet.com.tr/sanal-para-bitcoin-bit-para-.../default.htm, erişim tarihi: 22.05.2013.
- SAYILGAN, G.(2003), İşletme Finansmanı, Turhan Kitabevi, Ankara.
- SCHIERZ, P.G., SCHILKE, O., WIRTZ, B. W. (2010), Understanding Consumer Acceptance of Mobile Payment Services: An Empirical Analysis, *Electronic Commerce Research and Applications*, 9, 209-216.
- SEYİDOĞLU, H.(2002), Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük, 3. Baskı, İstanbul.
- SHIN, D.(2009), Towards an Understanding of the Consumer Acceptance of Mobile Wallet, *Computers in Human Behavior*, 25, 1343-1354.
- TABAK, Ş. (2002), Elektronik Para ve Merkez Bankacılığı, Uzman Yeterlilik Tezi, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Piyasalar Müdürlüğü, Ankara.
- ŞİMŞEK, S.(2012), Türkiye’de Elektronik Ticaret ve E-Ticaretin Kobiler Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- TEMUÇİN, T.(2006), Elektronik Para ve Makroekonomik Etkileri, Maltepe Üniv. SBE., Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- TÜRKİYE’DE E-TİCARET ARTTI (2013), <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2013/04/01/turkiyede-eticaret-artti>, erişim tarihi: 16.05.2013.
- TÜRKİYE ELEKTRONİK HABERLEŞME SEKTÖRÜ ÜÇ AYLIK PAZAR VERİLERİ RAPORU (2012 yılı 4. Çeyrek), Sektörel Araştırma ve Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı, Bilgi teknolojileri ve İletişim Kurumu, Mart 2013, Ankara.
- UYGUN, M., USLU DİVANOĞLU,S., ÖZÇİFÇİ, V.(2012), Mobil Pazarlama Uygulamalarına Yönelik Tüketici Kabulünü Etkileyen Faktörler, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 4, Sayı 2, 211-223.
- UZUN, E., TÜRK, Z., UZUN, E.(2003), İşletme Başarısında Finansal Planlama ve Yeniliklerin Rolü, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*,Cilt:10, Sayı:2.
- UZUNOĞLU, Hakan (2002), <http://www.basarm.com.tr/yayin/idarihukuk/eticaret>, erişim tarihi: 10.05.2013.
- WOODFORD, M. (2001), Monetary Policy in the Information Economy, NBER Working Paper No. 8674.
- YAZICI, A.(1999), Sanal Para Uygulama Ortamları ve Etkileri, Anadolu Üniversitesi Doktora Tezi, Eskişehir.

TÜRKİYE'DE ÇEVRE EĞİTİMİNDE KAMU ÖRGÜTLERİ, SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİ VE MEDYANIN ROLÜ

Sinan GÜRCÜOĞLU*

Öz :

Çevre sorunları yaşam kalitesini düşüren, hatta kimi zaman yaşamı tehdit eden sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevre sorunlarının önlenmesine dair ortaya konulan yöntemlerin, insanlarda çevre bilinci ve duyarlılığı sağlanmadıkça başarıya ulaşamayacağı bilinmektedir. Çevre bilinci kazandırmak ise çevre eğitimi yoluyla mümkündür ve çevre eğitiminde olabildiğince çok bireye ulaşmak, olumlu sonuç almak için önemlidir. Ayrıca toplumu etkileme ve yön verme niteliği bulunan kamu örgütleri, sivil toplum örgütleri ve medya, çevre eğitiminde diğerlerine göre daha önemli aktörlerdir.

Ülkemizde okul öncesinden yükseköğrenime kadar örgün ve yaygın eğitimin büyük oranda kamu örgütlerince yürütüldüğü, düzenlendiği ve denetlendiği görülmüştür. Ülkenin neredeyse tamamına ulaşabilen geniş örgütsel yapıya sahip bu kamu örgütlerinin, potansiyellerini yeterince kullanmadıkları ve çevre eğitiminde daha etkili olabilecekleri saptanmıştır. Ülkemizde çevre eğitiminin örgün ve yaygın eğitimde oldukça yetersiz olduğu tespit edilmiş ve buna yönelik eleştiri ve önerilerde bulunulmuştur.

Sivil toplum örgütlerinin ve medyanın halkta çevre sorunlarına yönelik farkındalık oluşturma ve sivil inisiyatifi harekete geçirmede önemli oldukları görülmüştür. Ülkemizde çevre eğitimi için sivil toplum örgütlerinin ve medyanın faaliyetleri yetersiz görülerek daha neler yapabileceğine yönelik öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çevre, Çevre Eğitimi, Çevre Sorunları, Çevre Bilinci.

* Doktora Öğrencisi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Bölümü, gurcuoglu@gmail.com.

THE ROLE OF PUBLIC ORGANIZATIONS, CIVIL SOCIETY ORGANIZATION AND MEDIA ON ENVIRONMENTAL EDUCATION IN TURKEY

Abstract:

Environmental problems are those which deteriorate quality of life and even threaten it. It is known that methods put forward to prevent environmental problems cannot be overcome without a consciousness and sensitivity with regard to environment. Environmental consciousness can be achieved through environment education. It is important to reach as many people as possible in environment education in order to get a fruitful result. Moreover, public institutions, civil society organizations and the media which can affect and direct society more easily are more influential in implementation of environment education.

It has been observed that formal and non-formal education are largely carried out, organized and inspected by public organizations from pre-school to university. It has also been seen that these public organizations which can reach almost all of the country with their large organizational structure are benefitted adequately and that they can play a more effective role to this end. And environment education has been found to be inadequate both in formal and non-formal education. Several criticisms and recommendations have been offered in this matter.

Civil society organizations and media have been found to be important in creating people's awareness of environmental problems and encouraging people to this end. Although they are seen to have made important contributions to environment education, they can be more active in this area and various suggestions are offered for this. However, the activities of civil society organizations and media in this issue are not enough and therefore various recommendations are made to encourage them to play a more important role in this issue.

Keywords : Environment, Environment Education, Environmental Problems, Environment Consciousness.

GİRİŞ

Değişen dünya düzeni ile birlikte çevre sorunlarının da yapısı ve etkileri değişmektedir. Eskiye nazaran insanlığın tüketim arzusu aşırı denilebilecek ölçüde artmış ve lüks yaşam isteği bir tutku haline dönüşmüştür. Artan tüketim talebini karşılamaya yetmeyen, günümüze kıyasla çevreye zararı olmadığını söyleyebileceğimiz emek yoğun üretimler yerini, makinelerin hüküm sürdüğü, çevreye yüksek miktarda zararlı atıklar bırakan ve gece gündüz durmadan çalışarak seri üretim yapan fabrikalara bırakmıştır. Ürünün nakil ve saklama yöntemlerinin eskiden olduğu kadar doğal ve doğa dostu olmayışı, bilhassa, hammaddesi petrol ve türevleri olan

plastik atık malzemeleri, uzun vadeli etkileri de olan önemli güncel çevre sorunlarından birisidir. Çevrenin kendi kendini yenileyebilme kabiliyeti giderek azalmakta ve doğanın kendini temizlemesi için gerekli süre verilmemektedir.

Çevre sorunları günümüzde etkileri boyutuyla bölgesel ve ulusal sınırları da aşarak uluslararası bir nitelik kazanmıştır. Meksika körfezinde yaşanan petrol sızıntısı ya da Japonya’da yaşanan deprem sonrası nükleer santralden sızan gazlar, çok uzakta gerçekleşmelerine rağmen Türkiye’yi de etkilemektedir. Çevre sorunları günümüzde bazı bitki veya hayvan türlerinin neslinin yok olmasına neden olmakta, bu ise az ya da çok küresel ekosistemi olumsuz etkilemektedir.

Çevre kirliliği ve sorunlarına, insanın aşırı bencilce davranışları ve çevreye karşı duyarsız oluşu neden olmaktadır. İnsanın bu davranışlarının altında yatansa, eğitimsizlik ve çevre bilincinin oluşmamasıdır. Ancak buna engel olabilecek ya da zararlı etkilerini azaltarak, kendisinin ve aynı çevrede birlikte yaşadığı diğer canlıların zarar görmesini önleyebilecek ana faktör de insandır. Bunun için en etkili ve kalıcı yöntem çevre eğitimidir. Çevre sorunları bugünden yarına ve birdenbire ortaya çıkmadığı gibi, çevre eğitimi de uzun soluklu ve ömür boyu sürmesi gereken bir eğitimidir.

Kapsamı itibarıyla çok geniş bir alanı ihtiva eden çevreyi, kişisel ve toplumsal duyarlılık olmadan korumak için, toplumdaki her bireye özel ve her an gözetim altında tutacak kolluk kuvvetine ihtiyaç bulunmaktadır. Bunun da uygulanabilecek bir çözüm olmadığı aşikârdır. Bu nedenle çevre konusunda bireylerde otokontrolü sağlayacak bilinç yerleştirilmelidir. Bunun da en önemli aracı, geniş kitlelere çevreye dair normları eğitim yoluyla aktarmak ve içselleştirmelerini sağlamaktır.

Bu çalışma ile çevre eğitimi, çevre bilinci ve güncel çevre sorunlarının neler olduğu, Türkiye’nin eğitim sisteminde çevre eğitiminin yeri ve önemi, çevre eğitimi ile ilgili faaliyetleri bulunan kamu örgütleri, sivil toplum örgütlerinin uygulamaları ve medyanın rolü ele alınacaktır.

I) ÇEVRE VE ÇEVRE SORUNLARI

A) Kavramlar

Çevre kavramı kelime olarak gayet basit, anlaşılır ve açık bir ifadeye sahip gibi görünse de, içeriği ve kavramın kapsamı irdelendikçe o kadar da kolay tanımlanamayacağı, farklı birçok tanımının yapılabileceği görülmektedir.

Sözlük (TDK, 2011) anlamı itibarıyla çevre; bir şeyin yakını, dolayı, etraf; kişinin içinde bulunduğu toplumu oluşturan ortam; bir birimden önce veya sonra gelen aynı türden birimlerin tümü, bunların oluşturduğu küçük grup, bağlam; hayatın gelişmesinde etkili olan doğal, toplumsal, kültürel dış faktörlerin bütünlüğü olarak tanımlanmaktadır.

Çevre Kanunu (2006)'ya göre Çevre: Canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri ve karşılıklı olarak etkileşim içinde buldukları biyolojik, fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel ortamı ifade eder. Keleş ve Hamamcı (1998: 25) ise insan faaliyetleri ve canlı varlıklar üzerinde hemen ya da belli bir süre içinde dolaylı ya da dolaysız bir etkide bulunabilecek fiziksel, kimyasal, biyolojik ve toplumsal etkenlerin belirli bir zamandaki toplamı olarak tanımlamaktadır çevreyi.

Yukarıdaki tanımlardan yola çıkarak Çevre'nin, bir canlının yaşam seyri boyunca etkilendiği ve etkilediği canlı ve cansız tüm unsurları, etrafını saran doğal ve yapay ortamı, diğer canlılarla olan ilişkilerini kapsadığını söyleyebiliriz.

B) Çevre Sorunları

Çevre sorunlarının etkilerine bakılırsa günümüzde insan yaşamını tehdit eder boyutlara ulaştığı söylenebilir. Sanayi devriminden bu yana olumsuz etkileri artarak devam eden çevre sorunlarının önlem alınmadığı takdirde, dünyayı yaşanamaz bir küre haline dönüştüreceği açıktır. Hava, su ve toprak gibi doğal çevrenin temel unsurlarının kirlenmesinin doğrudan insan sağlığını etkilediği, uzmanlarca da belirtilmektedir. Örneğin hava kirliliğinin doğrudan solunum yolları hastalıklarına, ozon tabakasının delinmesinin doğrudan cilt hastalıklarına neden olduğu bilimsel araştırmalarca kanıtlanmıştır. Nüfus artışı, kentleşme, gürültü kirliliği, görüntü kirliliği v.b. birçok çevre sorununun da dolaylı olarak insan sağlığında olumsuz etkilere yol açtığı bilinmektedir.

Yıldız, Sipahioğlu ve Yılmaz (2000: 94) 'a göre bu sorunlar; hava, su ve toprak kirliliği, radyoaktif kirlilik, toprak erozyonu, ozon tabakasının incelmeye, asit yağmurları ve iklim değişikliği gibi insanın geleceğini ilgilendiren ve 21. Yüzyıla taşınacak olan çevre sorunlarıdır. Hava, su, toprak kirlenmesiyle başlayıp, bitki örtüsü ve hayvan topluluklarının yok olmasına kadar uzanan çevre sorunları, Keleş ve Hamamcı, (1998: 17)'ya göre en azından sorunlarla karşılaşarlarda belli bir gelecek kaygısı uyandırmıştır. Bu ise insanları önlem almak üzere harekete geçirmek için önemlidir.

Çevre sorunları; çevreyi oluşturan canlı ve cansız unsurlar üzerinde, insanın çeşitli faaliyetlerine bağlı olarak ortaya çıkan ve yaşamı olumsuz yönde etkileyen, bozulmaların ve sorunların tümü olarak tanımlanabilir. Yaşamı çeşitli dengeler üzerine kurulu insan, çevresiyle oluşturduğu doğal dengeyi meydana getiren zincirin halkalarındaki kopmalardan olumsuz etkilenmektedir. Çevre sorunlarını oluştursa Yıldız, Sipahioğlu ve Yılmaz, (2000: 92)'a göre bu dengenin bozulmasıdır. Hızlı nüfus artışı, sanayileşme, kentleşme, turizm, doğal kaynakların bilinçsizce kullanımı gibi daha birçok faaliyetler, doğal

denge üzerinde olumsuz etkiler yapmakta ve bu ekolojik olumsuzluklara bağlı olarak da çevre sorunları ortaya çıkmaktadır.

C) Çevre Bilinci

Çevre bilinci, ‘bir insanın çevresiyle ilişkisinin kendi varlığı bakımından öneminin farkına varmasıdır’ şeklinde tanımlanabilmekte olup, çevre bilinci kavramının çok çeşitli kullanım alanları bulunmaktadır. Erten (2004: 25), çevre bilincinden amaçlananın, çevre bilgisi, çevreye olan tutum ve çevreye yararlı davranışlar olduğunu belirtmektedir.

Çevre bilincinin düşünsel, duygusal ve davranışsal boyutları bulunmaktadır. Diğer bir deyişle çevre bilinci; çevreyle ilgili kararları, ilkeleri, yorumları içeren düşüncelerden, bu düşüncelerin yaşama aktarılması olan davranışlardan ve duygulardan oluşmaktadır. Böylesine kapsamlı bir kavramın gelişimi de kuşkusuz basit bir süreçle oluşmamaktadır. Karataş (2011: 9)’a göre insanoğlunun çevresiyle etkileşime girişiyle ivme kazanan bu süreç yaşam boyu devam etmektedir. Çevre bilinci kişilik gelişimine paralel olarak çeşitli etkenlerin karşılıklı etkileşimi ile gelişmektedir. Çevre bilincinin geliştirilmesinde aile, eğitim kurumları, kitle iletişim araçları ve sivil toplum örgütlerinin önemli rolleri bulunmaktadır. Çevre bilinci yaşam boyunca gelişebilen dinamik bir yapıya sahiptir.

D) Çevre Eğitimi ve Amaçları

Çevre eğitimi Güngör (1995: 452) tarafından toplumun tüm kesimlerinde çevre bilincinin geliştirilmesi, çevreye duyarlı, kalıcı ve olumlu davranış değişikliklerinin kazandırılması, doğal, tarihi, kültürel, sosyo-estetik değerlerin korunması, aktif katılımın sağlanması ve sorunların çözümünde görev almak olarak tanımlanmaktadır.

Kulaksızoğlu (1988:269)’na göre çevre eğitimi; insanların kendileri ile kültürel ve biyolojik çevreleri arasındaki karşılıklı ilişkileri ve etkileşimleri anlamalarına ve bunun korunmasına uygun davranışlar ve hüneler kazanmalarına yardım sürecidir.

Çevre eğitiminin günümüz dünyasında bir ihtiyaç haline geldiği ve çevre sorunlarının her geçen gün sürekli artması ve baş edilemez boyutlara ulaşması nedeniyle insanların çözüm yolları aramaya yöneldiği söylenebilir. Bu noktada çevre eğitiminin önemi daha da belirginleşmektedir.

Çevre için eğitimin başlıca amaçlarını Keleş (1997: 416); bireyin topluma ilişkin çevre hakkını savunmak ve gerçekleştirmek için çevreyle ilgili kararlara katılma, karar süreçlerini etkileme, sonuçları izleme, değerlendirme, denetleme yolunda örgütlü, bilinçli biçimde ele alması, sivil toplum örgütlenmelerini geliştirme alışkanlıklarını kazanması olarak saymaktadır.

Yerlere atılan sigara izmaritinden, atmosfere salınan zararlı gazlara, plastik atıklardan, nükleer atıklara değin çevre sorunlarının nedenleri, etkileri ve sonuçları çok yönlü olarak insanlara çevre eğitimi yoluyla aktarılabilceği bilim adamlarınca vurgulanmaktadır. Çevre eğitimi sayesinde insanlarda çevre bilinci sağlanabileceği ve sorunlar ortaya çıkmadan kaynağında önlenebileceği umulmaktadır.

II) TÜRKİYE'DE ÇEVRE EĞİTİMİ

Çevre eğitiminin okul öncesinden yükseköğrenime ve yaygın eğitimle örgün eğitim çağından çıkmış tüm bireylere verilmesi gereken bir eğitim olduğu söylenilebilir. Çevre sorunlarının zaman içinde yapısının ve etkilerinin değışmesi, bilgilerin güncellenmesini gerekli kılmaktadır.

Genel anlamda bakıldığında ölkemiz resmi okullarında uygulanan okul öncesi, ilköğretim ve ortaöğretim müfredatında do ğrudan çevre eğitime yönelik olarak adında “çevre” kelimesi geçen bir ders bulunmamaktadır.

2006 yılı okul öncesi eğitim programında belirtilen hedefler ve hedef davranışlar incelendiğinde, okul öncesinde çevre eğitime yer verilmektedir. Bu kapsamdaki eğitim genel olarak “Fen ve Doğa Çalışmaları” başlığında toplanmış olsa da; çevre eğitime yönelik etkinliklerin sanat, Türkçe dil, serbest zaman, okuma yazmaya hazırlık, müzik ve oyun etkinlikleri içine serpiştirildiği görölmektedir. Özellikle sanat etkinlikleri kapsamında artık materyallerle çalışma yapılması, çocukların geri dönüşüme yönelmelerine katkıda bulunması açısından önemlidir. Ayrıca Haziran ayının ikinci haftasında kutlanan “Çevre Koruma Haftası'nın”, program kapsamında ele alınması önerilen, belirli gün ve haftalar listesinde bulunduğu da görölmektedir.

Okul öncesi eğitim programı 2013 yılında güncellenmiştir. Güncellenirken önceki programda yer alan amaç ve kazanımlar, kazanım ve göstergeler şeklinde ifade edilmiştir. Amaçlar ulaşılacak istenen sonuçları gösterir. Diğer bir deyişle öğretmenin kazandırmak istediklerini tanımlar, öğretmeni ve dolayısıyla yıl içinde ele alınacak içeriği merkeze alır. Kazanımlar ise çocuğu merkeze alarak belirlenir ve çocuklar tarafından ulaşılması gereken sonuçları gösterir. Yani çocukların öğrenmeleri gereken bilgi, beceri ve yetkinlikleri tanımlar.

Ölkemizde okul öncesinde çevre eğitiminin, öğrencilerin yaş gruplarına yönelik küçük beceriler kazandırma hedefine yönelik ve ağırlıklı olarak sınıf öğretmenininin inisiyatifinde olduğu görölmektedir.

Ölkemiz örgün eğitim sisteminde son yıllarda büyük değışiklikler yapılmış, ders programları baştan sona yeniden düzenlenmiştir. Örgün eğitim

sisteminde 2006, 2009 ve 2013 yılında uygulamaya konulan bu değişikliklerin çevre eğitimi için olumlu değişiklikler olduğunu söylemek güçtür. Zira 2006 yılı değişiklik öncesi müfredatta seçmeli de olsa yer alan “Çevre ve İnsan” dersi kaldırılarak, bu dersin konuları Fen ve Teknoloji, Biyoloji ve Coğrafya gibi derslere paylaştırılmıştır. Ancak bu paylaşımın yeterli olduğu ve çevre bilincini sağlayabileceği tartışmalıdır. Örneğin 2013 yılı değişikliği sonrası çevre konusuna, 9. Sınıf Biyoloji Dersi Öğretim Programında, “Güncel Çevre Sorunları” başlığı altında toplam 108 saatlik dersin sadece %16,7’lik bir bölümüne denk gelen 18 saati ayrılmıştır. Diğer derslerde ise bu şekilde çevreye yönelik bağımsız bir başlığa sahip ünite bulunmadığı, dersin diğer konularıyla ilişkilendirilmek suretiyle ya da ünitelerin alt başlığı altında verildiği görülmektedir.

Ülkemizde ortaöğretim müfredatında çevre ile ilgili özellikle Biyoloji ve Coğrafya Dersleri içinde çevreye dair çok iddialı ve başlı başına bir ders oluşturabilecek doluluktaki çok sayıda kazanıma yer verilmektedir. Ancak bu kazanımların, bir dersin belli bölümlerinde öğrencilerde çevre bilinci oluşturacak derecede etkin verilebileceğinin zor olduğu ortadadır.

Ortaöğretimde genel anlamda adında “Çevre” geçen bir ders bulunmamaktadır. Bakalorya sistemini uygulayan özel okullarda seçmeli olarak “Çevre Sistemleri” adı altında bir ders bulunmakta ancak yeteri kadar tercih edilmemesi nedeniyle dersin açılmadığı görülmektedir

Ülkemizde yaygın eğitimin çoğunlukla belediyelerin, halk eğitim merkezlerinin ve diğer bazı kurumların bünyesinde açılan kurslardan oluştuğu, bu kursların içeriğinin de genel olarak el sanatları, meslek edindirme, müzik, resim gibi konular olduğu görülmektedir.

Türkiye’de üniversite ve yüksek teknoloji enstitülerinin bünyesinde bulunan çeşitli programlarda çevreye ilişkin konularda üniversite gençlerine arzu edilen tutum ve davranışları kazandırmaya dönük dersler bulunmaktadır. Bu dersler Ekoloji, Türkiye’nin Çevre Sorunları, Çevre Hukuku, Çevre Felsefesi, Ekosistemler, Çevre ve İnsan, Çevre Biyolojisi gibi değişik başlıklar altında öğrencilere sunulmaktadır. Esas itibarıyla bu derslerde ekosistemlerin işleyişi, çeşitlilik, insan faaliyetleri sonucu ortaya çıkan çevre sorunları ve çözüm önerileri anlatılmaktadır. Özellikle ziraat, orman, biyoloji, mimarlık, çevre mühendisliği, biyoloji öğretmenliği, sınıf öğretmenliği gibi programlara kayıtlı öğrenciler çevre konusunun uzmanlık dalı olarak verildiği birkaç bölümde zorunlu olarak konuya ilişkin dersleri almaktadırlar.

Sosyal Bilimler alanında çevre eğitimi, üniversitelerde Kamu Yönetimi alt dalı olarak “Çevre Dersi” adı altında ve ayrıca Coğrafya bölümlerinde verilmektedir. Ancak ilköğretim ve ortaöğretimdeki uygulamaların aksine,

üniversite düzeyinde coğrafya öğretimine yönelik ulusal bir program mevcut değildir. Üniversiteler ve bölümler, coğrafya derslerini ve misyonlarını kendileri belirlemektedirler. Bu yüzden, bazı üniversitelerin coğrafya bölümlerinde çevre sorunları öğretimine diğerlerine göre daha fazla önem verildiği görünmektedir. Bazı bölümlerde, bu tür konular derslerin merkezine yerleştirilmekte ve üzerinde ayrıntılı bir şekilde durulmaktadır. Örneğin, insanların neden olduğu küresel ısınma, önemli bir konu haline gelmektedir. Ancak, bu konuyu klimatoloji dersini seçmeli ders olarak alan öğrenciler ayrıntılı bir şekilde inceleyebilmektedirler. Aynı zamanda, çevre yönetimi ve koruması üzerine yeni derslerin, hem coğrafya bölümlerinde hem de diğer bölümlerde hızla çoğaldıkları görülmektedir. Bu yeni derslerin birçoğu coğrafya ile ilişki içerisindedir.

Üniversite öğrencilerince kurulan çevre ile ilgili öğrenci toplulukları seminer, konferans, video gösterileri, ödüllü şiir, kompozisyon ve resim yarışmaları gibi çeşitli faaliyetler gerçekleştirmektedirler. Yerel gönüllü kuruluşlarla işbirliği içinde bulunan bu topluluklar, öğrencilerde örgütsel sivil toplum düşüncesinin gelişmesine de katkıda bulunmaktadır.

Birçok Üniversitede bahar şenliği, yılsonu partileri gibi organizasyonlar öğrenciler tarafından düzenlenmekte ve zaman zaman ünlü sanatçılar da çağırılmaktadır. Geniş öğrenci kitlesinin katılımının gerçekleştiği bu organizasyonların çevre eğitime uygun zemin hazırladığı görülmektedir.

Türkiye'de çevre konularına halk katılımı siyasi partilerin, profesyonel kuruluşların, çevre ile ilgili STK'ların, yerel belediyelerin, basın kuruluşlarının ve belli oranda özel sektörün liderliğinde gerçekleşmektedir. Kerestecioğlu (2012: 16)'na göre bu katılımlar, çevre sorunlarına çözümler getirmek ve çevreyi tehdit eden ve kirlilik problemleri yaratan kararlara, planlara ve sürmekte olan faaliyetlere tepki göstermek şeklinde gerçekleşmektedir.

Ülkemiz sınırları dışında uluslararası alanda ise ülkemizin de bir üyesi olduğu ve kararlarının ülkemiz için de bağlayıcılığı bulunan Birleşmiş Milletlerin, çevre ve çevre eğitimi konularındaki çalışmaları göze çarpmaktadır. Birleşmiş Milletlerin bu kapsamda üye ülkelerin katılımıyla çeşitli tarihlerde toplantı, seminer, zirve gibi etkinlikler gerçekleştirdiği ve bu etkinlikler sonrası raporlar yayınladığı görülmektedir. Türkiye'nin uluslararası alanda çevreye dair çeşitli konularda çok sayıda sözleşmeyi imzaladığı, ayrıca Avrupa Birliği uyum çalışmalarının da ülkemizde çevre konusundaki çalışmalara yeni bir ivme kazandırdığı görülmektedir.

III) KAMU ÖRGÜTLERİ, SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİ VE MEDYANIN ÇEVRE EĞİTİMİNDEKİ ROLÜ

A) Kamu Örgütlerinin Rolü

Ülkemizde okul öncesinden yükseköğrenime dek örgün ya da yaygın olarak verilen eğitimin, önemli oranda devlet etkisinde olduğu görülmektedir. Okullarda okutulacak derslerin belirlenmesinden, bu derslerde anlatılacak konulara kadar, ülkemiz eğitim sisteminin içeriğini oluşturan konularda belirleyicinin devlet olduğu bilinmektedir. Ayrıca eğitim istatistiklerinden de anlaşılmaktadır ki ülkemizde eğitim hizmeti, büyük oranda Milli Eğitim Bakanlığı’na bağlı resmi okullarda devlet eliyle sunulmaktadır.

Türkiye’de birçok Bakanlık doğrudan ya da dolaylı olarak çevreyle ilgilidir ve çevreye dair faaliyetleri bulunmaktadır. Özellikle tarım, orman, hayvancılık, gıda, sağlık, su işleri, yer altı kaynakları, şehircilik, enerji, kültür ve turizm gibi konuların çevreyle doğrudan ilgili olduğu ve ülkemizde bu konularda faaliyet gösteren Bakanlıklar bulunduğu, örgütsel anlamda çok geniş yapılanması bulunan bu Bakanlıkların, ülkenin geneline hitap ettiği, bu nedenle büyük bir kitleye ulaşabildiği görülmektedir. Ayrıca hitap ettikleri kitle üzerinde düzenleyici ve denetleyici yetkileri bulunan bu kamu örgütlerinin, toplumu eğitime ve bilinçlendirme konusunda da önemli etkilerinin bulunmaktadır.

1)Çevre ve Şehircilik Bakanlığı

4 Temmuz 2011 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan 644 Sayılı Çevre ve Şehircilik Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname’de Bakanlığın görevleri arasında;

“b) (Değişik: 8/8/2011-KHK-648/ 1 md.) Çevrenin korunması, iyileştirilmesi ile çevre kirliliğinin önlenmesine yönelik prensip ve politikalar tespit etmek, standart ve ölçütler geliştirmek, programlar hazırlamak; bu çerçevede eğitim, araştırma, projelendirme, eylem planları ve kirlilik haritalarını oluşturmak, bunların uygulama esaslarını tespit etmek ve izlemek, iklim değişikliği ile ilgili iş ve işlemleri yürütmek.” bulunmaktadır (644 Sayılı KHK: Md.2/b).

Bakanlığın çevre eğitimine dair önemli faaliyetlerinden birisi ilki 1991 yılında sonuncusu 2000 yılında yapılmış olan çevre şûraları’dır. Bakanlığın 20 Ekim 2011 tarihli Çevre ve Şehircilik Şûrası Yönetmeliği’nde; “şûra toplantılarının dört yılda bir yapılması esas olmakla birlikte, Bakan gerekli gördüğü durumlarda Şûrayı olağanüstü toplantıya çağırabilir.” maddesi yer almaktadır (Çevre ve Şehircilik Şûrası Yönetmeliği, 2011). Bugüne kadar toplam 4 kez yapılan çevre şûralarında önemli kararlar alınmıştır. Ayrıca

Çevresel Etki Değerlendirmesinin tüm iş ve işlemlerini düzenleyen ÇED Yönetmeliği, 17 Temmuz 2008 gün ve 26939 sayılı Resmi Gazete 'de yayınlanarak Bakanlıkça yürürlüğe konulmuştur.

2)Milli Eğitim Bakanlığı

Milli Eğitim Bakanlığı'nın okul öncesi, ilköğretim ve ortaöğretim müfredat programlarına çevre eğitimini aldığı görülmektedir. Bunun dışında ülke çapında gerçekleştirdiği projeler ve diğer Bakanlıklarla yaptığı protokoller çerçevesinde, çevre eğitimine ilişkin faaliyetleri de bulunmaktadır. Bu projelerden bazıları şunlardır;

“Çevre Uyum Projesi (Eko-Okullar)”, “Okullarda Orman”, “Küçük Şeyler Doğayı Yeniler Çevre Eğitim Projesi””, “Çevreyi Koruma Bilincinin Geliştirilmesi (Küresel Isınma) Projesidir”.Ayrıca Bakanlık, INEPO derneği öncülüğünde düzenlenen “Uluslararası Çevre Proje Olimpiyatları'nı” da desteklemektedir. (İÖGM,2012).

Milli Eğitim Bakanlığı, ülkemizde büyük oranda devletin sahipliğini yaptığı eğitim sisteminin yöneticisi konumundadır. Okullarda verilecek derslerden, eğitim materyallerine kadar birçok konuda da karar verici durumdadır. Bu nedenle çevre eğitimi konusunda Milli Eğitim Bakanlığı'ndan çok şeyler beklendiği söylenebilir.

3)Sağlık Bakanlığı

Sağlık Bakanlığı çevre eğitime yönelik olarak Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü ve Sağlık Projesi Genel Koordinatörlüğü ile işbirliği içerisinde 1994 yılından bu yana yürütülen Çevre Sağlığı Programı çerçevesinde kullanılmak üzere toplam 25 adet kitap yayınlamıştır.

Türkiye bugüne kadar düzenlenen dört Avrupa Çevre ve Sağlık Bakanları Konferansı'na katılmış ve alınan kararlar doğrultusunda “Ulusal Çocuk Çevre Sağlığı Eylem Planı (UÇÇSEP)”nı hazırlama ve uygulama taahhüdünde bulunmuştur. Buna paralel olarak Bakanlık “Ulusal Çevre Sağlığı Programı” UÇÇSEP'in ana çerçevesini ortaya koymuştur. Bu program içinde etkili bir çevre sağlığı hizmeti verilebilmesi için halkın ve personelin eğitilmesi gerektiğine değinilerek eğitimin önemi vurgulanmış ve bu konuda öneriler sunulmuştur.

4)Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

Yaşamını tarım ve hayvancılıkla sürdüren büyük bir nüfusu, bir başka deyişle çiftçileri eğitime ve bilinçlendirme görevi Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'na verilmiştir. Toprağın, suyun tarımsal üretim faaliyetleri gereği en çok kullanıldığı sektörün tarım sektörü olduğu bilinmektedir. Doğal çevre ile

her an iç içe olan ve bilinçsizce yapılacak uygulamalarla (örneğin zirai mücadelenin uygun tarzda yapılmaması gibi) çevreye ve ekosisteme en çok zarar verebilecek olan kesimin eğitiminin ne denli önemli olduğu ortadadır.

Bakanlığın çiftçi eğitimi kapsamında faaliyetleri; tarım ve hayvancılık alanında projeler, tv programları, basılı yayınlar üretmek, ulusal fotoğraf yarışmaları düzenlemek olarak sayılabilir. Bu proje ve faaliyetlerin içerikleri şöyledir; (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bak.,2012).

- Tarımsal Üretimi Geliştirme-Yönlendirme Yayın Projesi,
- GAP Yöresi Eğitim ve Yayın Projesi,
- YAYÇEP (Yaygın Çiftçi Eğitimi Projesi)
- Ekotarım,
- Bereketli Topraklar,
- Web Tarım TV,
- Tarım ve İnsan Ulusal Fotoğraf Yarışması.

Bakanlığın görev alanı olan gıda, tarım ve hayvancılık sektörleri doğal çevre ile doğrudan ilişkili olup, bu sektörde bulunanların çevre konusunda eğitimi için Bakanlığın, yaygın eğitim üzerine yoğunlaştığı görülmektedir.

5)Kültür ve Turizm Bakanlığı

Bakanlığın çevreye ilişkin faaliyetleri daha çok çevreyi koruma ve çevre bilincinin geliştirilmesine yöneliktir. Bakanlık bu faaliyetlerini Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Çevre Sorunlarını Önleme Şube Müdürlüğü ve Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği’nin koordineli çalışmaları ile gerçekleştirmektedir.

Bakanlık bünyesinde çevreye dair faaliyetleri yürütmek üzere kurulan Çevre Sorunlarını Önleme Şube Müdürlüğü, turizmden beklenen ekonomik ve sosyal faydaları gerçekleştirmek için ilgili kamu kurum ve kuruluşları, özel sektör, sivil toplum örgütleri, ulusal ve uluslararası çevre kuruluşları ve halkla işbirliği yaparak sürdürülebilir turizmin geliştirilmesini sağlamak üzere çalışmalar yürütmektedir. Bakanlığın yürüttüğü bu çalışmalar şöyledir (Kültür ve Turizm Bak.,2012) ;

- Mavi Bayrak,
- Turizm Yörelerinde Haşaratla Mücadele,
- Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED).

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın ülkenin tarihi, kültürel ve doğal mirasını korumak ve bizden sonraki nesillere devraldığımız gibi aktarmakta önemli sorumlulukları bulunmaktadır. Bu nedenle bu değerlerin

önemine vurgu yapan çevre eğitimleri bu alanda bilincin oluşması bakımında önem taşımaktadır.

6) Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı

Günümüzde enerjinin ve enerji kaynaklarının önemi, tartışma götürmeyen bir gerçekliktir. Enerji kullanımı nedeniyle ortaya çıkan gazlar, çevrenin en önemli kirleticilerinden biri olarak görülmekte ve çözüm olarak da yenilenebilir enerji kaynakları gösterilmektedir. Bu açıdan bakıldığında enerjide dışa bağımlı ülkemiz için, ucuz ve sürekli bir kaynak olan yenilenebilir enerji kaynaklarının değerlendirilmesi ve enerji verimliliğinin artırılması büyük önem arz etmektedir. Konunun uzmanı olan bir kurum olarak Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı'nın bu görevleri üstlenmesi ise, çevreye ve çevre eğitimine ilişkin faaliyetlerde bulunmasını gerekli kılmaktadır.

Bakanlığın enerji verimliliği, yenilenebilir enerji kaynakları ve nükleer enerji gibi konularda faaliyetleri bulunmaktadır. Bu kapsamda yönetmelikler çıkarmakta, uluslararası anlaşmalar imzalamaktadır (Mavi Kitap, 2011: 43).

Bakanlık, Enerji Verimliliği Koordinasyon Kurulu tarafından her yıl Ocak ayının ikinci haftasında, Enerji Tasarrufu Haftası etkinlikleri düzenlemektedir. Bu etkinlikler kapsamında Milli Eğitim Bakanlığı ve TÜBİTAK işbirliği ile "ENERJİ VERİMLİLİĞİ" konulu, ilköğretim öğrencileri arası resim ve öykü dalında, lise ve dengi okul öğrencileri arasında ise proje dalında yarışmalar yapılmaktadır.

Bakanlık ayrıca Enerji verimliliği konusunda öğrencilerin bilinçlendirilmesi amacıyla seminerler düzenlemekte, öğrenci ve öğretmenlere yönelik çeşitli dokümanlar sağlamaktadır. Kamu kurum ve kuruluşlarına ise hizmetiçi eğitim programları kapsamında enerji verimliliği konulu seminerler vermektedir. Ayrıca Enerji Verimliliği Koordinasyon Kurulu ve TRT işbirliği ile enerji verimliliği konusunda halkı bilinçlendirmek ve ülkemizde yürütülen enerji tasarrufu çalışmalarının etkinliğini artırmak amacıyla TRT kanallarında dönüşümlü olarak yayınlanmak üzere enerji verimliliği ile ilgili spot filmler hazırlamıştır.

Kamu kurumları olarak Bakanlıkların çevre eğitimine yönelik faaliyetlerini, genel anlamda kendi hizmet alanlarına yönelik olarak projeler bazında yürüttükleri görülmektedir. Mevcut faaliyetlerin spesifik konuları içeren ve belli kitleyi hedef alan nitelikte oluşu, sürekli ve geniş kesimlerin eğitimini içeren faaliyetlerin azlığı göze çarpmaktadır. Ayrıca çevre konusunda çoğu Bakanlıkların etkili bir yaygın eğitim aracı olarak medyayı yeterince kullanmadıkları, kullanan Bakanlıkların da yayınlarının izlenme/dinlenme oranı düşük saatlerde verilmesi dolayısıyla fazla etkili olamadığı söylenebilir.

Çalışmada faaliyetleri yer alan Bakanlıklardan başka, özellikle Ulaştırma Bakanlığı ile Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın çevre ile yakın ilgili olan Bakanlıklar olduğu söylenebilir. Ancak her iki Bakanlığın da çevre eğitimine yönelik kayda değer faaliyetlerinin olmadığı görülmektedir. Çevre sorunlarının en önemli nedenlerinden birinin sanayileşme olması dikkate alındığında, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın çevre eğitimi konusunda daha aktif rol alması beklenebilir.

B) Sivil Toplum Örgütlerinin Rolü

Sivil toplum örgütlerinin birincil görevinin kamuoyunu bilgilendirmek olduğu söylenebilir. Sivil toplum örgütlerinin toplum bilincinin oluşmasında, hükümetleri harekete geçiren siyasal baskıların ortaya çıkmasında öncülük etmektedir. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nca hazırlanan “Ortak Geleceğimiz” raporunda da bu duruma değinildiği görülmektedir.

Günümüzde sivil toplum örgütleri, pek çok ülkede etkili birer baskı grubuna dönüşmüş haldedir. Artan üye sayıları ve gelir kaynakları bu tür örgütlerin şimdiki konumlarına yerleşmelerinde epey etkili olmuştur. Artık sivil toplum örgütleri sadece, hükümetlerin çevre sorunları alanında gerekli önlemleri almaları için kamuoyu oluşturmakla görevli kuruluşlar olarak görülmemekte, ayrıca siyasal ve stratejik kararlarda etkide bulunması gerekli görülen bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye’de çevre için belli amaçlar doğrultusunda farklı yıllarda kurulmuş ve gönüllü kuruluş anlayışı içinde faaliyet gösteren çok sayıda dernek ya da vakıf mevcuttur. Bu dernek ve vakıfların bazıları yerelde faaliyet göstermekte, bazıları ise ulusal çapta örgütlenmiş, geniş kitlelere hitap eden yapılarıyla çevre eğitiminde önemli görevler üstlenebilecek durumdadırlar. Bu örgütlerin bazılarının birkaç konuyla kısıtlı kaldıkları bazılarının ise çevre konularını bütüncül bir yaklaşımla ele aldıkları görülmektedir. Bu nedenle Türkiye’de farklı yıllarda kurulmuş, çevre ve çevre eğitiminde faaliyetleri bulunan dernek ve vakıflardan, çevre konularını genel olarak ele alan, özellikle çevre eğitimine yönelik faaliyetlerinden ötürü önemli görülen başlıcaları aşağıda incelenmiştir.

Dernekler

1)Türkiye Tabiatını Koruma Derneği (TTKD)

1955 yılında kurulan, doğa ve çevre konularında çalışan en eski derneklerden biri olan Türkiye Tabiatını Koruma Derneği, doğanın korunması, çevre sorunları ve kirlenmenin önlenmesi, toplumun bilinçlendirilmesi, şiddetin engellenmesi, doğal denge sorunlarının çözümü için gönüllü olarak çalışmaktadır.

TTKD bu amaçlarına yönelik olarak projeler gerçekleştirmekte, kitaplar yayımlamakta, konferanslar, seminerler ve sempozyumlar düzenlemektedir. Derneğin, ayrıca 1966 yılında yayın hayatına başlayan ve 45 yıldır düzenli olarak üç ayda bir yayınlanan “Tabiat ve İnsan” isimli bir dergisi de bulunmaktadır. Dergi ülkemizde doğanın korunmasına yönelik yürütülen çalışmaların ulusal ve uluslararası alanda tanıtılmasını amaçlamaktadır.

2)Greenpeace Türkiye

Greenpeace'in çevreyi koruma amaçlı aktif eylemlerde bulunarak çevreye zarar veren, gerçek ya da tüzel kişileri protesto etme yolunu seçtiği görülmektedir. Çevre sorunlarına dikkat çekmesi ve kamuoyunda farkındalık oluşturması bakımından Greenpeace'in bu eylemlerinin önemli olduğu söylenebilir. Greenpeace'in küresel olarak belirlediği kampanya konuları; “İklim Değişikliği, Okyanuslar, Ormanlar, Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar, Nükleer ve Toksik Maddeler”dir. Greenpeace, Türkiye'de kısıtlı kaynaklar nedeniyle yalnızca İklim Değişikliği ve Enerji, Akdeniz'i Koruma, Tarım Kampanyası ve Nükleersiz Gelecek alanında etkin çalışmalar yürütmektedir. Greenpeace yürüttüğü kampanyalar çerçevesinde diğer derneklere göre aktif bir politika izlemekte ve “çevreci toplumsal hareket” olarak niteledikleri eylemler gerçekleştirmektedirler.

3)Doğal Hayatı Koruma Derneği (DHKD)

Türkiye'nin olağanüstü zengin bitki ve hayvan türleri ile bunların doğal yaşam alanlarının değerinin farkına varılması, koruma altına alınmasını amaçlayan dernek, gönüllü olarak katkıda bulunan katılımcıların dışında profesyonel bir çalışma kadrosuna da sahiptir. DHKD amacı doğrultusunda koruma projeleri yürütmekte; ilgili yasaların uygulanabilmesi için lobi faaliyetleri sürdürmekte; kamuoyu, yerel/merkezi yöneticiler ve şirketlerle işbirliği yapmaktadır. DHKD Türkiye'nin biyolojik çeşitliliğini koruma sorumluluğunun iş dünyası, resmi kurumlar, bireyler ve genel kamuoyu tarafından paylaşılması gerektiğine inanmaktadır.

4)Doğa İle Barış Derneği

Derneğin çevre için yaptığı önemli çalışmaları bulunmaktadır. Bunlar; yaygın çevre anketleri ile duyarlı kişilerin tespiti, sanatçılarla birlikte çevre şölenleri, okullara yönelik çevre çocuk kulüpleri, çevre yürüyüşleri, "Nasıl bir belediye istiyoruz?" panelleri, konserler, okul kampanyaları, ağaç dikme kampanyaları, imza kampanyaları, "Karadeniz Ölmesin" sempozyum ve seminerleri, atık pillerin toplanması, mahalle eğitim seminerleri, yaygın halk eğitimleridir. Dernek ayrıca Türk Boğazlarının çevre sorunları ve bu bölgede yaşanabilecek bir felaketi engellemek amacıyla ulusal ve uluslararası kuruluşların katılım ile her yıl İstanbul Boğazında yüzlerce teknenin katılımı ile

yapılan deniz etkinlikleri gerçekleştirmektedir. Dernek 2001 yılından beri, okul içinde ve yaşadıkları bölgelerde çevre kirliliğinin önlenmesinde ve oluşan her türlü çevre sorununun ortadan kaldırılmasında düşünen, sorgulayan ve fiilen çaba sarf eden bir gençlik oluşturulmasını amaçlayan “Okullarda Çevre Eğitim ve Uygulama Projesi”nin ortağı, uygulayıcısı ve izleyicisidir.

5)Deniz Temiz Derneği (TURMEPA)

Derneğin, toplumun her kesiminin deniz ve çevre konusunda bilgilendirilmesi, bilinçlendirilmesi ve doğru davranış değişikliğini kazanması amacıyla, başta okullar olmak üzere kamu ve özel sektör kuruluşlarına yönelik etkinlikler gerçekleştirdiği görülmektedir. Bunların önemli olanlarından birisinin, her yıl 23 Nisan’da özellikle toplumun dezavantajlı bölgelerinde yaşayan çocukları hedefleyen etkinlikler olduğu söylenebilir.

6)Doğa Derneği

2002 Yılından bu yana faaliyet gösteren derneğin merkezi Ankara’da olup, Antalya, Burdur, Hasankeyf ve Birecik'te temsilcilikleri bulunmaktadır. Bununla birlikte Ankara'nın Beypazarı ilçesi ve İstanbul'un Çengelköy semtinde “Doğa Evi” adını verdikleri, bölgenin doğasını ve derneği tanıtmak için oluşturdukları büroları mevcuttur. Dernek ayrıca merkezi İngiltere’de bulunan Dünya Kuşları Koruma Kurumu'nun da (BirdLife International) Türkiye ortağıdır.

Vakıflar

1)Türkiye Çevre Vakfı (TÇV)

1 Şubat 1978 tarihinde kurulan vakıf çevre konusunda faaliyet gösteren en eski vakıflar arasındadır. Vakfın amacı kısaca “hepimizin daha temiz, daha düzenli, daha güzel bir çevrede yaşamasını sağlamak” olarak ifade edilmektedir Bu amaçla Türkiye Çevre Vakfı’nın, araştırma, yayın ve kamuoyu aydınlatma faaliyetleri bulunmaktadır. Vakfın bugüne kadar yayınladığı, çevre konusunun hemen her yönünü işleyen ve Türkiye’deki çevre literatürünün temelini teşkil ettiği söylenebilen, 186 kitap bulunmaktadır.

2)Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı (ÇEKÜL)

ÇEKÜL, kültürel mirasın korunması konusunda eğitim, tanıtım ve yayın çalışmaları yürütmektedir. Vakfın “7 Bölge 7 Kent” ve “Kendini Koruyan Kentler” projeleri bu doğrultuda yürüttüğü projelerdendir. ÇEKÜL, Türkiye coğrafyasının bütünü bir miras olarak kabul etmekte ve barındırdığı binlerce canlı ile birlikte bu mirası korumanın en temel sorumluluğu olduğunu düşünmektedir. Bu nedenle, doğal mirasın korunması için hazırladığı eğitim

programlarının ve yerelde yürüttüğü koruma politikalarının yanı sıra devam eden “7 Ağaç Ormanları” programıyla, ülke çapında ağaçlandırma çalışmaları da yürütmektedir.

3)Çevre Koruma ve Ambalaj Atıkları Değerlendirme Vakfı (ÇEVKO)

ÇEVKO Vakfı, kuruluş amaçları doğrultusunda yaptığı tüm çalışmalarda “Entegre Atık Yönetimi” ilkelerini benimsemektedir. Vakıf bugüne kadar cam, metal, plastik, kompozit ve kâğıt/ karton türü ambalaj atıklarının sağlıklı, temiz bir şekilde geri kazanımlarının sağlanması amacıyla, gereken sistemin oluşturulması için çalışmalar gerçekleştirmektedir. Entegre Atık Yönetimi ile yerel yönetimlerin, sanayinin ve tüketicilerin sorumluluk paylaşımını ön planda tutmaktadır.

4)Çevre Koruma ve Araştırma Vakfı (ÇEVKOR)

Vakfın düzenli olarak yayınlanan, Ekoloji Dergisi (Uluslararası Bilimsel Çevre Dergisi), Ekoloji Magazin Dergisi (Doğa, Çevre ve Kültür Dergisi), EurAsian Journal of Biosciences (Uluslararası Elektronik Biyolojik Bilimler Dergisi-Hakemli) ve Ekoloji Teknik Dergisi (Çevre ve Enerji Sektörü Dergisi) isimli dört süreli yayını bulunmaktadır.

5)Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA)

TEMA çevreye dair amaçlarına yönelik olarak, Koruma Projeleri, Orman Projeleri, Eğitim Projeleri, Uluslararası Projeler ve Teşkilatlanma Projeleri olarak sınıflandırdığı beş ayrı konu başlığı altında projeler gerçekleştirmektedir. Özellikle Koruma ve Orman Projeleri tüm ülke sathına yayılan çok sayıda projelerden oluşmaktadır. Yasal çalışmalar, eğitim çalışmaları, uluslararası çalışmalar ve ülke çapında teşkilatlanma çalışmaları da vakfın amacına yönelik olarak yürüttüğü çalışmalardır. Eğitim çalışmalarını yürütmek üzere ise vakıf bünyesinde 1996 yılında eğitim bölümü kurulmuştur. Vakıf ayrıca toprağın ve doğal varlıkların korunması, erozyonun önüne geçilmesine yönelik çalışmalarında Milli Eğitim Bakanlığı, Silahlı Kuvvetler, Diyanet İşleri Başkanlığı, Anadolu Üniversitesi ve daha birçok kurum ve kuruluşla eğitim için işbirliği yapmaktadır. Eğitim için Milli Eğitim Bakanlığı ile işbirliğine öncelik vermektedir.

6)Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV)

Vakıf bu amaçlara yönelik olarak kuruluşunu takiben Mavi Bayrak Programı'na başlarken, yine FEE şemsiyesi altında; 1995 yılında “Eko-okullar”, 1996 yılında “Çevrenin Genç Sözcüleri” ve 2004 yılında da “Okullarda Orman” Programları'nı ülkemizde yürütmeye başlamıştır ve halen

bu projeleri yürütmeye devam etmektedir. Ayrıca, çevrenin korunması yönündeki girişimleri ödüllendirerek destekleyen, özellikle enerji ve su tasarrufuna yönlendirerek iklim değişikliğinin önlenmesine ve sürdürülebilir turizme katkıda bulunmayı amaçlayan, konaklama tesisi ile kongre salonlarını kapsayan uluslararası bir eko-etiket olan ve Kasım 2011 tarihi itibarıyla ülkemizde de uygulanmaya başlanan Yeşil Anahtar Programı’nın eşgüdümünü Vakıf üstlenmiştir.

C) Medyanın Rolü

Ülkemizde medyanın çevre eğitiminde önemli bir araç olarak görüldüğü söylenebilir. Bu kapsamda Çevre Kanunu (2006)’da medya kuruluşlarına bazı önemli görevler yüklenmiştir.

“Yaygın eğitime yönelik olarak, radyo ve televizyon programlarında da çevrenin önemine ve çevre bilincinin geliştirilmesine yönelik programlara yer verilmesi esastır. Türkiye Radyo - Televizyon Kurumu ile özel televizyon kanallarına ait televizyon programlarında ayda en az iki saat, özel radyo kanallarının programlarında ise ayda en az yarım saat eğitici yayınların yapılması zorunludur. Bu yayınların % 20’sinin izlenme ve dinlenme oranı en yüksek saatlerde yapılması esastır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, görev alanına giren hususlarda bu maddenin takibi ile yükümlüdür” denilmektedir.

Ayrıca yukarıda kamu örgütlerinin çevre eğitimine yönelik faaliyetleri incelenirken de görüldüğü üzere, bazı bakanlıklar çevre eğitiminde medyadan önemli ölçüde yararlanmaktadırlar. Özellikle Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın çiftçilerin eğitimine yönelik faaliyetlerinde büyük oranda medyayı kullandığı görülmektedir.

Medyanın da toplumu etkileyen ve çevre eğitimi için bir araç olarak kullanılabilir, bu yolla toplumda çevre bilinci ve duyarlılığı oluşturabilecek önemli bir güç olduğu görülmektedir. Ülkemizde kitap okuma oranlarının düşük olmasına karşın televizyon izleme oranlarının yüksek olduğu ve sanal medya araçlarının kullanımının da yaygın olduğu bilinmektedir. Bu araçlar üzerinden toplumun neredeyse tümüne ulaşılacağı ve etkili mesajlar iletilebileceği açıktır.

SONUÇ

İnsanları kaygılı, korkulu, mutsuz, huzursuz ve stresli bir yaşama mahkûm ederek yaşam kalitesini düşüren çevre sorunlarının önüne geçmek için, çevre bilinci ve duyarlılığı gerekir ki bunun için en önemli aracın çevre eğitimi olduğu söylenebilir. Çevre sorunlarının yıkıcı etkileri göz önüne alındığında çevre eğitiminin, örgün ve yaygın olarak verilen diğer eğitimlerden daha önemsiz olmadığı görülebilir.

Ülkemizde okul öncesinden yükseköğrenime dek örgün ya da yaygın olarak verilen eğitimin, önemli oranda devlet etkisinde olduğu ve Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı okullarda devlet eliyle sunulduğu görülmektedir. Okullarda okutulacak derslerin belirlenmesinden, bu derslerde anlatılacak konulara kadar, ülkemiz eğitim sisteminin içeriğini oluşturan konularda da belirleyici devlettir.

Türkiye'de okul öncesi, ilköğretim ve ortaöğretimde, eğitim sisteminde yapılan son değişikliklerden sonra, adında çevre geçen herhangi bir dersin bulunmadığı görülmektedir. Diğer dersler içine dağıtılarak çevre eğitimi verilmeye çalışılmaktadır. Bu ise, çevre eğitiminin önemsiz görüldüğü düşüncesini doğuracak nitelikte bir uygulamadır.

Çevre eğitimi konusunda okullarda verilen eğitimin içeriği çevre bilincinin sağlanmasında oldukça önemlidir. Ülkemiz ekonomisinin enerjide dışa bağımlı olması ve bu nedenle kaynakların israf edilmemesi konusunun, özellikle okullarda işlenmesi, hem çevreye zarar vermeyen hem de ekonomik olarak ülkemizi kalkındıracak yenilenebilir enerji kaynaklarının yararlarının, geleceğin yöneticileri ve de karar vericileri olan çocuklarımıza anlatılması, ülkemiz geleceği açısından oldukça önemlidir.

Türkiye'de birçok Bakanlık doğrudan ya da dolaylı olarak çevreyle ilgilidir ve çevreye dair faaliyetleri bulunmaktadır. Özellikle tarım, orman, hayvancılık, gıda, sağlık, su işleri, yer altı kaynakları, şehircilik, enerji, kültür ve turizm gibi konuların çevreyle doğrudan ilgili olduğu ve ülkemizde bu konularda faaliyet gösteren Bakanlıklar bulunduğu, örgütsel anlamda çok geniş yapılanması bulunan bu Bakanlıkların, ülkenin geneline hitap ettiği, bu nedenle büyük bir kitleye ulaşabildiği görülmektedir. Ayrıca hitap ettikleri kitle üzerinde düzenleyici ve denetleyici yetkileri bulunan bu kamu örgütlerinin, toplumu eğitime ve bilinçlendirme konusunda da önemli etkilerinin bulunduğu görülmüştür.

Bakanlıkların çevreye yönelik proje, toplantı, seminer, konferans, sempozyum gibi etkinlikleri, yazılı ve görsel yayınları bulunduğu görülmüştür. Ancak Bakanlıkların çevreye dair bu faaliyetlerinin çevre eğitiminden ziyade çevre korumaya yönelik olduğu, bunun da çevre sorunlarının önlenmesi için toplumda çevre bilinci oluşturmaktan çok, mevcut çevre sorunlarıyla mücadele etmek anlamına geldiği söylenebilir. Ayrıca her Bakanlığın kendi faaliyet alanları kapsamında çevreye ilişkin konulara yer verdiği, genel anlamda tüm çevre konularının bir arada derli toplu olarak verildiği bir faaliyetin bulunmadığı görülmektedir.

Sivil toplum örgütleri olarak incelenen dernek ve vakıfların da çevre ve çevre eğitimine dair faaliyetleri bulunduğu, bu örgütlerin de faaliyetlerini geniş kitlelere ulaştırabildiği, ayrıca eylemleri ile belli bir konuya karşı halkta

farkındalık oluşturabildiği görülmektedir. Özellikle yerelde yaşanan çevre sorunlarının ulusal, hatta uluslararası boyuta taşınması, kamuoyu oluşturma ve bu konuda insanları bilgilendirme anlamında önemli işlevleri olduğu görülmüştür. Bu örgütlerin çevre sorunlarının önlenmesine ve çevre eğitime yönelik olarak birbirlerinden farklı yol ve metotlar izledikleri, hemen hepsinin de az ya da çok medyadan yararlandıkları söylenebilir. Ancak çevre için kurulmuş bu dernek ve vakıfların yalnızca çevre eğitimi amaçlı yayın yapan bir televizyon kanalının bulunmadığı da bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzün bilgi kaynaklarından biri olarak görülmekte olan medyanın da çevre eğitimi konusunda etkili bir araç olarak kullanılabilmesi ve çevre bilinci oluşturmada önemli rolü olduğu görülmüştür. İletişim teknolojilerinin de gelişimiyle eskiye oranla medya araçlarının çok çeşitlendiği, neredeyse toplumun tüm bireylerinin en az bir medya aracıyla ilişkisi olduğu, toplumun bireylerini siyasi parti tercihlerinden, giyim kuşam tercihlerine kadar birçok konuda olumlu ya da olumsuz yönlendirebilen bir güce sahip olduğu bilinmektedir.

Çalışmadan da görüleceği üzere medya, toplumun tüm kesimine ulaşabilme özelliği ile günümüzde birçok kamu kurumu ve sivil toplum örgütü tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır. Bakanlıkların çevreye ve diğer konulara yönelik faaliyetlerini kendi hedef kitesine ulaştırmak üzere medyadan yararlandığı, özellikle de Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın uzun yıllardan beri görsel medya araçlarını çiftçi eğitimi amaçlı kullandığı görülmüştür.

Ülkemizde televizyon izleme oranlarının çok yüksek olduğu ve son yıllarda hem devlet hem de özel sektörün sahip olduğu televizyon ve radyo kanalı sayısında önemli bir artış olduğu bilinmektedir. Medya kuruluşlarına çevreye dair yayın yapma zorunluluğu getirmektense, özel sektörde ticari kaygılarla gerçekleşmesi zor olsa bile, devlet tarafından sırf çevre eğitimi amacıyla bir televizyon ve bir radyo kanalı kurulabilir. Bu kanallarda yapılan yayınlar da okul öncesinden yükseköğretime dek bütün öğrencilere belirli bir program dâhilinde ders mahiyetinde izlettirilebilir.

Ülkemizde görülmüştür ki kamu örgütleri, sivil toplum örgütleri ve medya, toplumu yönlendirme konusunda oldukça etkilidirler ve bu potansiyeli çok fazla kullanmamaktadırlar. Birey, toplum, ulus ve hatta uluslar olarak, çevre eğitiminin hem kendimiz hem de gelecek nesillerimiz için yatırım yapmak anlamına geldiği bilinciyle hareket etmeli, çevre bilincini kazandırma konusunda var gücümüzle çalışmalıyız. Ayrıca unutmamalıyız ki tüm canlıların yaşam alanı olan dünya, biz insanların çalışarak kazanmayı hak ettiği, yalnızca bize ait ve üzerinde istediğimiz gibi tasarruf edebileceğimiz bir eşya değildir.

KAYNAKÇA

- ERTEN, S. (2004), “Çevre Eğitimi ve Çevre Bilinci Nedir, Çevre Eğitimi Nasıl Olmalıdır?, *Çevre ve İnsan Dergisi*, sayı.65,s.25.
- GIDA, TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI. (2012), “639 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname”, [http://www.tarim.gov.tr/Files/Mevzuat/khk/khk_yeni.htm\(18/01/2012\)](http://www.tarim.gov.tr/Files/Mevzuat/khk/khk_yeni.htm(18/01/2012)).
- GÜNGÖR, H. (1995), Ders Geçme ve Kredi uygulamaları Açık Oturumu, MEB Yayınları, Ankara.
- İÖGM (2012), “Uluslararası Çevre Proje Olimpiyatları”, [http://iogm.meb.gov.tr/\(16/01/2012\)](http://iogm.meb.gov.tr/(16/01/2012)).
- KARATAŞ, A. (2011), “Çevre Bilincinin Geliştirilmesinde Doğa Tarihi Müzelerinin Rolü”, *Kırgızistan İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, sayı,27, s.112
- KELEŞ, R., HAMAMCI, C. (1998), Çevrebilim, İmge Kitapevi, Ankara.
- KELEŞ, R. (1997), Çevre, Yurttaş, Sorumluluk, İnsan, Çevre, Toplum, İmge Kitabevi, Ankara.
- KERESTECİOĞLU, M. (2012), “Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma”, [http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/csk/EK-9.pdf\(19/02/2012\)](http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/vizyon2023/csk/EK-9.pdf(19/02/2012)).
- KULAKSIZOĞLU, A. (1988), Ekoloji, Çevre Sorunları ve Eğitim, Fırat Üniversitesi Çevre Sempozyumu, Elazığ.
- KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI. (2012), “Çevre Sorunlarını Önleme Şube Müdürlüğü” [http://yigm.kulturturizm.gov.tr/belge/1-37225/cevre-sorunlarini-onleme-subemudurlugu.html\(19/01/2012\)](http://yigm.kulturturizm.gov.tr/belge/1-37225/cevre-sorunlarini-onleme-subemudurlugu.html(19/01/2012)).
- MAVİ KİTAP. (2011), “Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı” [http://www.enerji.gov.tr/yayinlar_raporlar/Mavi_Kitap_2011.pdf\(01/02/2012\)](http://www.enerji.gov.tr/yayinlar_raporlar/Mavi_Kitap_2011.pdf(01/02/2012))
- RESMİ GAZETE. (1983), “2872 Sayılı Çevre Kanunu”, [http://www.resmigazete.gov.tr/default.aspx#\(07/02/2012\)](http://www.resmigazete.gov.tr/default.aspx#(07/02/2012)).
- TÜRK DİL KURUMU. (2011),”Büyük Türkçe Sözlük”, [http://tdkterim.gov.tr/bts/\(20/06/2011\)](http://tdkterim.gov.tr/bts/(20/06/2011)).
- YILDIZ, K. VE SİPAHİOĞLU, Ş. VE YILMAZ, M. (2000), Çevre Bilimi, Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Ankara.

HAKEM KURULU
(Alfabetik Sıraya Göre)

A.Argun KARACABEY (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
A.Argun AKDOĞAN(Doç.Dr., TODAİE)
Abdullah ÇELİK(Doç.Dr., Harran Üniv.)
Abdullah ERSOY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Abdurrahman AKDOĞAN (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Adnan ÇELİK (Prof. Dr., Selçuk Üniv.)
Adem ALTAY (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Affan Hakan ÇERMİKLİ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Afşin ŞAHİN(Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ahmet AKSOY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Ahmet BİLGİN (Prof.Dr., Kırıkkale Üniv.)
Ahmet Burçin YERELİ(Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Ahmet ÇİĞDEM (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Ahmet KUMRULU (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Alaeddin TİLEYLİOĞLU (Prof.Dr.,Çankaya Üniv.)
Alev SÖYLEMEZ(Prof.Dr.Gazi Üniv.)
Ali Rıza ÖZDEMİR(Prof.Dr.Gazi Üniv.)
Ali HALICI (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Alparslan AKÇORAĞLU (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Alptekin ESİN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Arslan YİĞİDİM (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Arzu OĞUZ (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Atilla GÖKÇE (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Aydın BAŞBUĞ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Aydın KARAPINAR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Aydın KOÇAK(Yrd.Doç.Dr., Ege Üniv.)
Aydın ÜNSAL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Aykut GÖKSEL(Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Aykut Namık ÇOBAN (Doç.Dr., Ankara Üniv.)
Aykut TOROS (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Ayşe KAZAN EDİZ (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ayşe YILDIZ (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ayşegül MENGİ (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Aziz KONUKMAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Azize ERGENELİ(Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Azize TUNÇ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Bahtışen KAVAK (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Bahtiyar AKYILMAZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Banu AKADLI ERGÖÇMEN (Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
Bedriye SARAÇOĞLU (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Belgin AKÇAY (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Belgin AYDINTAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Belma TOKUROĞLU (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Berna KOCAMAN (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Bican ŞAHİN (Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
Burhan AYKAÇ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Bülent BAYAT (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Bülent DURU(Doç.Dr.,Ankara Üniv.)
Bülent YAVUZ(Yrd.Doç.Dr. Gazi Üniv.)
C. Coşkun KÜÇÜKÖZMEN (Dr., TCMB)
Cahit GELEKÇİ (Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
Canan ATEŞ EKŞİ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Canan ÇETİN(Prof.Dr., Marmara Üniv.)
Celal AYDIN (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Celal TAŞDOĞAN(Gazi Üniv.)
Cengiz ANIK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Cem KILIÇ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Cemal FEDAYİ (Doç.Dr.,Kırıkkale Üniv.)
Cemalettin TAŞKIRAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Cemil VARLIK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Cihan TANRIÖVEN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Çınar ÖZEN (Prof.Dr., Ankara Üniv.)

Dilek ÖZBEK (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Dilaver TENGLİMOĞLU(Prof. Dr. Gazi Üniv.)
Doğan SOYASLAN (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Doğan TUNCER(Prof.Dr.,Başkent Üniv.)
Doğan Yaşar AYHAN(Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Duran BÜLBÜL (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Dursun BİNGÖL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Ejder YILMAZ (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Emine ORHANER (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Enver AYDOĞAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Enver BOZKURT (Prof.Dr., Kırıkkale Üniv.)
Ercan ENÇ (Prof.Dr., Mustafa Kemal Üniv.)
Erdinç YAZICI (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Eren ÇAŞKURLU (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ergin İĞREK (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Eriñç BÖGE (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Ersan BOCUTOĞLU(Prof.Dr.Karadeniz Tek.Üniv.)
Erol BULUT (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Eyüp BEDİR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Eyüp G. İSBİR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
F. Nilgün AKÇA (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
F. Rifat ORTAÇ (Prof.Dr., Aydın Üniv.)
Fahriye ÖZTÜRK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Fatma TAŞDEMİR (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Fatma Ülkü SELÇUK (Yrd.Doç.Dr., Atılım Üniv.)
Ferhan ÇEVİK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Feriha YILDIRIM (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Fethullah AKIN (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Firat PURTAŞ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Figen ZAFİ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Filiz ELMAS (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Funda YURDAKUL (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Gül AKYILMAZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Gülen ELMAS ARSLAN (Prof.Dr., Hitit Üniv.)
Güler SAĞLAM ARI (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Gülin GÜNGÖR (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Gürhan ÇELEBİCAN (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Güven SAK (Prof.Dr., TOBB Eko.ve Tek. Üniv.)
Güven SAYILGAN (Prof.Dr., Ankara Üniv.)
Gülşay BUDAK(Prof.Dr., Dokuz Eylül Üniv.)
Hakan BERUMENT (Prof.Dr., Bilkent Üniv.)
Hakan GÜNDOĞDU(Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Hakan Naim ARDOR (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Hakan TAŞDEMİR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hakkı Ozan ERUYGUR (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Halim ERGEN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Halit GÖNENÇ (Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
Hamit Emrah BERİŞ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Hamza GAMGAM (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hasan BAL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hasan BAL (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Hasan KAVAL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hasan TUNÇ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hasan ÜNAL (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hayati BEŞİRLİ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Haydar ÇAKMAK (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Haydar Lütfü EJDER (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Hikmet KAVRUK (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hikmet Sami TÜRK (Prof.Dr., Bilkent Üniv.)
Hülya BAYRAK (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Hüseyin AKYILDIZ (Prof.Dr., Süleyman Demirel Üniv.)
Hüseyin YAYMAN (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
İbrahim AYDINLI (Doç.Dr., Gazi Üniv.)

İbrahim LAZOL (Prof.Dr., Uludağ Üniv.)
İbrahim TOKATLIOĞLU (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
İbrahim YÜNGÜL (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
İhsan ALP (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
İhsan KELEŞ (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
İlhami SÖYLER (Doç.Dr., Sayıştay)
İlyas SÖZEN (Doç.Dr., Beykent Üniv.)
İrfan ÇAĞLAR (Prof. Dr., Hitit Üniv.)
İsmail ENGİN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
İşaya UŞÜR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
İzzettin ÖNDER (Prof.Dr., İstanbul Üniv.)
İzzet GÜMÜŞ (Prof. Dr. Gazi Üniv.)
Jülide YILDIRIM ÖCAL (Prof.Dr., TED Üniv.)
Kadir ARICI (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Kadir CANGIZBAY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Kadir VAROĞLU (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Kamil BÜYÜKMİRZA (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Kamil Ufuk BİLGİN (Prof.Dr., TODAİE)
Kemal ÇAKMAN (Prof. Dr., Gazi Üniv.)
Kemal GÖRMEZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Keremettin TEZCAN (Doç.Dr., İzmir Üniv.)
Korkut ERSOY (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Kürşad Şeyhmus TURAN (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Kürşat ERDİL (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Kürşat Nuri TURANBOY (Doç.Dr., Kırıkkale Üniv.)
Kürşat YALÇINER (Prof. Dr., Gazi Üniv.)
Leyla ÖZER (Yrd.Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
M.Akif ÖZER (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
M.Akif OKUR (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
M. Emin ÇAĞIRAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
M. Fatih UŞAN (Doç.Dr., Selçuk Üniv.)
M. Mithat ÜNER (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
M. Necat COŞKUN (Prof. Dr., Gazi Üniv.)
M.Umur TOSUN (Doç.Dr. Hacettepe Üniv.)
M.Tuba ONGUN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet ASLAN (Prof. Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet Akif ÇUKURÇAYIR (Prof.Dr., Selçuk Üniv.)
Mehmet Akif OKUR (Doç.Dr. Gazi Üniv.)
Mehmet Akif ÖZER (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet Baha KARAN (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Mehmet BAŞ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet Merve ÖZAYDIN (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet S. EROL (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mehmet ŞAYARI (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Mehmet ŞAHİN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mesiha SAAT (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mesut Bedri ERYILMAZ (Doç.Dr., Polis Akademisi)
Mete TÖRÜNER (Doç.Dr., Ufuk Üniv.)
Metehan TOLON (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Metin Kamil ERCAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Metin Meriç (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Metin SARAÇOĞLU (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Metin TAŞ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Mevlüt KARAKAYA (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Mine Nur BOZDOĞAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mine TEKELİ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Muhittin TAYFUN (Doç.Dr., Başkent Üniv.)
Muhteşem KAYNAK (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Murad KAYACAN (Dr., İMKB)
Murat AKÇAKAYA (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Murat ATAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mustafa DURMUŞ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Mustafa Nail ALKAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)

Mustafa ORÇAN (Doç.Dr., Yıldırım Beyazıt Üniv.)
Mustafa Ömer İPÇİ (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Mustafa ÖZTÜRK (Yrd.Doç.Dr., SDU Üniv.)
Mustafa Tamer MÜFTÜOĞLU (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Müslim EKNİ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Müslüme NARİN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
M. Savaş BAYINDIR (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Naci BOSTANCI (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nail ÖZTAŞ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nalan AKDOĞAN (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Necmiddin BAĞDADIOĞLU (Doç.Dr., Hacettepe Üniv.)
Nevin GÜNGÖR ERGAN (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Nevzat SAYGILIOĞLU (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nezir KÖSE (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nihat FALAY (Prof.Dr., İstanbul Üniv.)
Nizamettin AKTAY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nur Bilge CRISS (Doç.Dr., Bilkent Üniv.)
Nurettin BİLİCİ (Prof.Dr., Hacettepe Üniv.)
Nurettin PARILTI (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Nuri TORTOP (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Nükhet LALİK DOĞAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Oğuz ESEN (Prof.Dr., İzmir Ekonomi Üniv.)
Oktay F.TANRISEVER (Doç.Dr., ODTÜ Üniv.)
Osman Fatih SARAÇOĞLU (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Osman ŞİMŞEK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Orhan GÖKÇE (Prof.Dr., Selçuk Üniv.)
Ömer PEKER (Prof.Dr., TODAİE)
Ömer Tanju DURUSOY (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ömer KESKİNSOY (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Özdemir AKMUT (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Özge AYNAGOZ ÇAKMAK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Özhan ULUATAM (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Özkan TÖTÜNCÜ (Prof.Dr., Dokuz Eylül Üniv.)
Öznur YÜKSEL (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Ramazan AKTAŞ (Prof.Dr., TOBB Eko.ve Tek. Üniv.)
Ramazan BİÇER (Prof.Dr., Sakarya Üniv.)
Ramazan GÖKBUNAR (Prof.Dr., Celal Bayar Üniv.)
Ramazan YILDIRIM (Prof.Dr., Selçuk Üniv.)
Recai ÇINAR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Reşat KASAP (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Rıdvan BAYIRLI (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Rıza AYHAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
S.Fatih ÖZATAY (Prof.Dr., TOBB Eko.ve Tek. Üniv.)
Sadi ÇAYCI (Doç.Dr.,)
Salih ÇELEBİOĞLU (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Seçil Mine TÜRK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Selahattin TOGAY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Selami SARGUT (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Selçuk ÇİNGİ (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Selma KALYONCUOĞLU (Yrd.Doç.Dr. Gazi Üniv.)
Semih Hüseyin TOKAY (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Semra ORAL ERBAŞ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Seniha Alev SÖYLEMEZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Serap YANIK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Serdar KILIÇKAPLAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Serpil GÜDÜL (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Servet MUTLU (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Sevinç ÜRETEK (Prof.Dr., Başkent Üniv.)
Sezgin AKSOY (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Sitki ÇORBACIOĞLU (Doç. Dr., Osmangazi Üniv.)
Sibel ATAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Soner GÖNEN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Suna BAŞAK (Prof.Dr., Gazi Üniv.)

Süleyman ÇELİK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Süleyman DEĞİRMEN (Doç.Dr., Mersin Üniv.)
Şenay AÇIKGÖZ (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Şennur ŞENEL (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Şenol ALTAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Şenol DURGUN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Şiir YILMAZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Şule ÖZKAN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Şükrü KIZILOĞLU (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Şükrü ÖZEN (Prof.Dr., Yıldırım Beyazıt Üniv.)
Tevfik ERDEM (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Tevfik Murat ÖZDEN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Tuncay ÖNDER (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Turgut GÜMÜŞ (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Türel YILMAZ (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Türker TOPALHAN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Ufuk SERDAROĞLU (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Umut ÇAKMAK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Uygur TEMİZER (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Uysal KERMAN (Doç.Dr. Süleyman Demirel Üniv.)
Ümit ÖZDAĞ (Prof.Dr. Gazi Üniv.)
Üstün DİKEÇ (Prof.Dr., Çankaya Üniv.)
Vedat BİLGİN (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Veysel BAŞPINAR (Doç.Dr., Ankara Üniv.)
Yalçın KARATEPE (Doç.Dr., Ankara Üniv.)
Yaşar METHİBAY (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Yavuz ATAR (Prof.Dr., Selçuk Üniv.)
Yeliz YALÇIN (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Yıldız AYANOĞLU (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Yılmaz ÖZKAN (Prof.Dr., Atılım Üniv.)
Yücel ÇAĞLAR (Doç.Dr., MPM)
Yücel UYANIK (Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Yüksel İNAN (Prof.Dr., Bilkent Üniv.)
Zafer GÖREN (Prof.Dr., Bilkent Üniv.)
Zakir AVŞAR (Prof.Dr., Gazi Üniv.)
Zekai ÖZTÜRK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Zeki YANIK (Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniv.)
Zariye ŞENOCAK (Doç.Dr., Ankara Üniv.)
Zeynep DÜREN (Prof.Dr., Marmara Üniv.)