

**KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL VE EKONOMİK ARAŞTIRMALAR DERGİSİ**

---

**ARALIK 2015**

**YIL:17**

**SAYI:29**

---



**Karamanoglu Mehmetbey University**  
**Journal of Social and Economic Research**

---

**DECEMBER 2015**

**YEAR:17**

**ISSUE:29**

---

**ISSN 2147 - 7833**



**Sahibi / Owner**

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Adına  
Prof. Dr. Sabri GÖKMEN

**Editör / Editor**

Prof. Dr. Osman Çevik

**Editör Yardımcısı / Editor Assistant**

Yrd. Doç. Dr. Mustafa MORTAŞ

**Yayın Kurulu / Editorial Board**

Prof. Dr. Osman ÇEVİK  
Prof. Dr. Münir OKTAY  
Prof. Dr. Halit ÇALIŞ  
Prof. Dr. Zülfi GÜLER  
Prof. Dr. Aliye KÖYSÜREN  
Doç. Dr. Mehmet MERCAN  
Doç. Dr. Ahmet Zeki ÜNAL  
Doç. Dr. Mehmet KURT  
Doç. Dr. İdris Nebi UYSAL  
Yrd. Doç. Dr. Mustafa MORTAŞ  
Yrd. Doç. Dr. Sefa USTA  
Yrd. Doç. Dr. Taner GÜNEY

**Yayın Sekreteri / Secretary**

Araş. Gör. Fatma Esra SOYSAL  
Araş. Gör. Umur ÇİL  
Araş. Gör. Nagehan KAYA

Dergi Yayın Tarihi: Aralık 2015

**Danışma Kurulu / Advisory Board**

Prof. Dr. Abdulkadir BULUŞ  
Prof. Dr. A.Cevat ACAR  
Prof. Dr. Adem ÖĞÜT  
Prof. Dr. Ahmet CEVİZCİ  
Prof. Dr. Ahmet Hamdi AYDIN  
Prof. Dr. Aydın TOPALOĞLU  
Prof. Dr. Bekir Berat ÖZİPEK  
Prof. Dr. Cihan OKUYUCU  
Prof. Dr. Dilaver DÜZGÜN  
Prof. Dr. Durmuş ACAR  
Prof. Dr. Emine YILMAZ  
Prof. Dr. Fatih Coşkun ERTAŞ  
Prof. Dr. Fehmi KARESİOĞLU  
Prof. Dr. Güven DELİCE  
Prof. Dr. Hanifi VURAL  
Prof. Dr. Hasan BAHAR  
Prof. Dr. H.Kürşat GÜLEŞ  
Prof. Dr. İbrahim GÜNGÖR  
Prof. Dr. İsmail SEYREK  
Prof. Dr. Kadir ARDIÇ  
Prof. Dr. Kadir CANATAN  
Prof. Dr. Mehmet BEŞİRLİ  
Prof. Dr. Mehmet BULUT  
Prof. Dr. M .Akif ÇUKURÇAYIR  
Prof. Dr. M. Faysal GÖKALP  
Prof. Dr. Mehmet İNBAŞI  
Prof. Dr. Mikail ALTAN  
Prof. Dr. Muhammed KARATAŞ  
Prof. Dr. Muhittin UYSAL  
Prof. Dr. Musa EKEN  
Prof. Dr. Mustafa ACAR  
Prof. Dr. Mustafa BALOĞLU  
Prof. Dr. Ömer İNAN  
Prof. Dr. Ömer TORLAK  
Prof. Dr. Ramazan AKTAŞ  
Prof. Dr. Recep TOPARLI  
Prof. Dr. Süleyman BEYOĞLU  
Prof. Dr. Şuayip ÖZDEMİR  
Prof. Dr. Turan KARATAŞ  
Prof. Dr. Turgay UZUN  
Prof. Dr. Veysel EREN  
Prof. Dr. Yasin AKTAY  
Doç. Dr. Ahmet ÖZKİRAZ  
Doç. Dr. Mustafa DEMİRCİ  
Doç. Dr. Ramazan YELKEN  
Doç. Dr. Suphi ASLANOĞLU

**Bu Sayıda Görev Alan Hakemler**

Prof. Dr. Ahmet YILDIRIM  
Prof. Dr. Aliye ÇINAR KÖYSÜREN  
Prof. Dr. Famil ŞAMİLOĞLU  
Prof. Dr. Fatih YÜKSEL  
Prof. Dr. F. Burcu CANDAN  
Prof. Dr. Hüseyin Sabri KURTULDU  
Prof. Dr. Mehmet Akif ÖZER  
Prof. Dr. Mustafa PAKSOY  
Prof. Dr. Rafet ÇEVİKBAŞ  
Prof. Dr. Suna BAŞAK  
Doç. Dr. Adnan ERSOY  
Doç. Dr. Ahmet Zeki ÜNAL  
Doç. Dr. Aydın USTA  
Doç. Dr. Bülent AĞABUĞA  
Doç. Dr. Elif KARABULUT TEMEL  
Doç. Dr. Faruk ATAAY  
Doç. Dr. İbrahim YILMAZ  
Doç. Dr. İsrail ZOR  
Doç. Dr. Levent ÇITAK  
Doç. Dr. Müjdat AVCI  
Doç. Dr. Nevzat AYDIN  
Doç. Dr. Özcan SEZER  
Doç. Dr. Süleyman Murat YILDIZ  
Doç. Dr. Ümit ALNIAÇIK  
Doç. Dr. Veysel AĞCA  
Yrd. Doç. Dr. Ali Fuat GÖKÇE  
Yrd. Doç. Dr. Aygen OKSAY  
Yrd. Doç. Dr. Bülent DARICI  
Yrd. Doç. Dr. Hasan Hüseyin AKKAŞ  
Yrd. Doç. Dr. Murat BAY  
Yrd. Doç. Dr. Nalan Gördeles BEŞER  
Yrd. Doç. Dr. Namık Kemal ERDEMİR  
Yrd. Doç. Dr. Murat ÖZ  
Yrd. Doç. Dr. Recep KILIÇ  
Yrd. Doç. Dr. Taner GÜNEY  
Yrd. Doç. Dr. Zafer YILDIZ

**Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi Haziran ve Aralık aylarında olmak üzere yılda iki kez yayınlanan hakemli akademik bir dergidir. Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarlara aittir. Kaynak gösterilerek kullanılabilir. Dergimiz, TÜBİTAK ULAKBİM SBVT, EBSCO ve Türk Eğitim İndeksi (TEİ)'nce taranmaktadır.**

**İletişim**

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi Ofisi  
70100 Karaman, Türkiye

Faks: 0 338 226 21 01 Tel: 0 338 226 21 00

kmusekad@kmu.edu.tr

## SUNUŐ

Dergimizin 29. Sayısında siz değerli akademisyenler ve araŐtırmacılarla tekrar birlikteyiz.

Yılda iki kez yayınlanan ve uluslararası endekslerde taranan dergimizin bu sayısında, sosyal ve ekonomik alanlarla ilgili olarak akademisyen, araştırmacı ve diğer kesimlere hitap eden özgün ve araştırmaya dayalı 13 adet makale yer almaktadır.

Dergimiz, uluslararası alan endeksinde taranmaya baŐladıęından bu yana daha geniş okuyucu kitlesine ulaşabilir hale gelmiştir. Çabamız, bilimsel kaliteyi artırma, bilimsel bilgiye katkı sağlamaktır. Bu bağlamda, dergimizin uluslararası alan endeksleri ile yeni anlaŐmalar yapmak için giriŐimlerde bulunmaktayız.

Dergimizde yer alan makalelerin bilimsel deęerlendirilmesinde görev alan hakemlerimize ve danışma kurulu üyelerimize içtenlikle teŐekkürlerimi arz ederim.

Dergimizin 29. Sayısının üniversitemize, ülkemize, bilim insanlarına ve ilgili çevrelere hayırlı olmasını diliyor, emeği geçen tüm çalışma arkadaşlarıma teŐekkürlerimi sunuyorum.

Saygılarımla...

**Prof. Dr. Osman ÇEVİK**

**Editör**

# İÇİNDEKİLER

- 1-8** Ekoloji Ekseninde İnsan-Doğa İlişkisi ve Özne Sorunu  
**Arzu MALTAŞ**
- 9-16** Isparta’da Medikal Turizmin Yapılabilirliği Üzerine Bir Çalışma  
**İsmail GÖKDAYI - Mehmet POLAT**
- 17-22** Pazar Kurdu Tüketicilerin Demografik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Uygulama  
**Nihan ÖZGÜVEN TAYFUN**
- 23-32** Devlet Planlama Teşkilatı’na Sosyalist Planlama Açısından Bir Bakış  
**Selime YILDIRIM**
- 33-40** Bilgi Toplumunda İnternetin Önemi ve Sağlık Üzerindeki Etkileri  
**Oya ERYİĞİT GÜNLER**
- 41-52** Türkiye’de Çok Partili Hayata Geçişte Etkili Olan İç Faktörlerin Analizi  
**Abdulvahap AKINCI - Sefa USTA**
- 53-62** Belediye Hizmetlerinde Gönüllü Katılım: Konya Örneği  
**Belgin UÇAR KOCAOĞLU - Ezgi SEÇKİNER BİNGÖL**
- 63-69** Bedelli Sermaye Artırımı Duyurularının Halka Açık İşletmelerin Hisse Senedi Performanslarına Etkisi: Borsa İstanbul’da Bir Araştırma  
**Engin KÜÇÜKSİLLE - Rozi MİZRAHİ**
- 70-76** Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin Problem Çözme Becerileri  
**Veysel TEMEL - Vedat AYAN**
- 77-89** Kongre Delegeleri ile Yerli Turizm İşletmecilerinin Bakış Açısından İstanbul ve Rakip Şehirlerin Kongre Turizmine İlişkin Rekabet Güçlerinin Karşılaştırılması  
**Fatma ÖZÇELİK HEPER - Mehmet SARIİŞİK**
- 90-98** Termal Otel İşletmelerinde Deneysel Pazarlama Yaklaşımı  
**Şule ARDIÇ YETİŞ**
- 99-109** Türkiye’de Anonim Şirketlerde Elektronik Genel Kurul Sisteminin Pay Sahiplerinin Yönetime Katılımına Etkileri: BİST 100 Şirketlerinde Bir Araştırma  
**Mete KARAYEL - Mehmet Alaaddin KOÇAK**
- 110-126** Rekabet, Finansman ve Pazarlama Perspektifinden Karaman’da Elmacılık Sektörünün Durumu  
**Osman ÇEVİK – Murat BAY – Mustafa MORTAŞ – Murat ÖZ – Namık Kemal ERDEMİR**
- Yayın ve Yazım Kuralları**



## Ekoloji Ekseninde İnsan-Doğa İlişkisi ve Özne Sorunu

Arzu MALTAŞ

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi Bölümü, Kentleşme ve Çevre Sorunları ABD, [arzumaltas@kmu.edu.tr](mailto:arzumaltas@kmu.edu.tr)

### Özet

Toplumları derinden etkileyen ve son yıllarda sıkça kendinden bahsettiren ekolojik bunalım, bütün olumsuzluklarına ve kriz haline karşın önemli bir farkındalığı da ortaya çıkarmıştır. İçinde bulunduğumuz bu kriz öncelikle, geleneksel çevre korumacılık yaklaşımları ve bu doğrultuda alınan teknik önlemler ile giderilmeye çalışılmış; ancak istenilen sonuç alınmadığından krizin önüne geçilememiştir. Yaşanılanların gerçekliğinin ve ciddiyetinin anlaşılması; çözüm üretilmesi ve konu hakkında hassasiyetin yaratılması için 1960'lı yılların sonunu beklemek gerekmiştir. Bu farkındalık ise sorunların çözümünün krizde değil; kökeninde aranması gerektiği gerçeği üzerinde yükselerek, insanın doğadan neden uzaklaştığı, niçin doğayı ikincil konuma sürükleyerek yabancılaştırdığı ve ona hükmetme arzusunun nasıl galip geldiğinin sorgulanması ile başlamıştır. Bu sorgulamanın temel iki ögesi olan *insan* ve *doğanın* ilişkisel durumları ve birbirine göre konumları esasında krizin nedenini oluşturmaktaydı. Ancak ekolojik hareketin en büyük çıkması ise, diğer ideolojilerde olduğu gibi kendi içinde bölünmüşlükleri ve ortaya koydukları düşüncelerin birbirinden çok farklı olmasıydı. Nitekim ne derin ekolojinin insanı merkeze alan sisteme karşı bir duruş sergilemesi ve doğayı özneleştirilmesi; ne hiyerarşi ve tahakkümü temel sorun olarak gören ve buradan yola çıkarak insan-doğa ilişkisini sorgulayan toplumsal ekoloji; ne de bu hareketlerden beslenerek ortaya çıkan, ataerkil düzen eleştirisinden hareket ederek, doğaya tahakkümü ve üzerindeki sömürüyü, kadının sömürsüyle özdeşleştiren eko-feminizm bu bunalıma tam anlamıyla çözüm üretebilmiştir. Dolayısıyla bu makale de ekolojik krize çözüm bulabilme saikiyle yola çıkmış değildir. Temel amaç, ilgili literatürün tartışması aracılığıyla teorik bilgi sunmak ve bu şekilde ekolojik krize dikkat çekerek insanlığın doğaya hükmetme arzusunun meşruluğunu (!) kırmaktır. Çünkü oluşturulan onca akımın ortaya koyduğu tek ortak sonuç, doğaya atfedilen değer ölçüsünde ve doğanın konumlandırıldığı yere göre krizin değişkenlik göstermesidir. Başka bir deyişle, açık bir çözüm önerisinden ziyade, doğaya atfedilen değer ölçüsünde ekolojik krizin çözülmesi noktasında ilerleme kaydedileceği düşünülmektedir. Bu nedenle de, insan-doğa ilişkisi çerçevesinde doğanın konumlandırılması bağlamında “özne” sorunu, bahsi geçen üç akımdan (Derin Ekoloji, Toplumsal Ekoloji ve Eko-feminizm) hareket ederek karşılaştırmalı olarak incelenmiştir

**Anahtar Kelimeler:** *ekoloji, insan merkezilik, çevre merkezilik, derin ekoloji, toplumsal ekoloji, eko-feminizm.*

## Human-Nature Relationship and the Question of Subject in the Perspective of Ecology

### Abstract

Ecological crisis, which influences societies deeply and being frequently discussed in recent years, has revealed an important awareness despite all the negativity and the crisis situation. The current crisis has been tried to be solved by applying traditional environment protection approaches and technical precautions, yet it has not been prevented because of failure in getting expected outcomes. It had to be waited until the end of 1960's for understanding the reality and seriousness of the things that happened and creation of a solution and sensitivity required for the subject. This awareness, which is based on the fact that solutions for the problem should not be sought in crisis but in its roots, starts with the questioning of why people distanced themselves from nature, why they reduced it to a secondary position by alienating it and how they desire to rule nature prevailed. The two main elements of this question, i.e., relational situations and relative positions of *human and nature*, constituted the reason for the crisis. However, the biggest dilemma of the ecological movement, like other ideologies, was division in themselves and different ideas they came up with. In fact, neither deep ecology's stance against anthropocentric system and its subjectivation of nature; nor social ecology perceiving hierarchy and domination as the main problem and questioning the human-nature relationship upon this; and even eco-feminism having emerged out of interaction with these two movements and moving from the critique of patriarchal order vis-à-vis identifying the domination and exploitation on nature with the domination and exploitation of women, were all failed to produce an exact solution for this depression. Therefore, this article does not depart from the motive of finding a solution to the ecological crisis. The main objectives are to provide theoretical knowledge through a discussion on related literature and to break the so called legitimacy of the desire of mankind to dominate nature (!) by drawing attention to the ecological crisis. Since the only common result that all the undercurrents generated is that the crisis varies according to the value given to and the positioning of nature. In other words, it is thought that the value attributed to nature rather than a clear suggestion for solution will make progress for the resolution of the ecological crisis. Therefore, in the context of the positioning of nature within the framework of human-nature relationship, the “subject” problem is analyzed comparatively upon the three aforementioned approaches (deep ecology, social ecology and eco-feminism).

**Key Words:** *ecology, anthropocentrism, ecocentrism, deep ecology, social ecology, ecofeminism*

## 1. Giriş

Toplumların ilerlemesi, bilgi ve becerilerinin artması ve bunların teknolojiyle birleşmesi, doğanın zarar görmesiyle eşzamanlı bir seyir izlemiştir. Edinilen bilgilerin üstünlüğüne mutlak bağlılık ve inanca sahip olarak yalnızca kendi varlığı ve gücü dışında hiçbir şeyi dikkate almayan insanlık, 1960'lara geldiğinde iyice belirginleşen iklim değişiklikleri, çevre kirliliği, türlerin yok olması, silahlanmaların yarattığı yıkımlar gibi pek çok sorunla yüzleşmek zorunda kalmıştır. Çevre sorunlarının veryüzünde insan yaşamını engelleyecek ve hatta ortadan kaldıracak (Guattari, 1990: 11) boyutlara ulaşarak küreselleşmesi, geleneksel çevre korumacılıktan medet uman yaklaşımı alaşağı etmiştir. Çünkü dünyanın sınırsız olmadığı gerçeği, yaşanan doğa tahribatlarının onarılamaması, artarak ve karmaşılaşarak büyüyen bir ekolojik krize dönüşmesiyle anlaşılmıştır. Çevresel krizlerin sebebinin insanların doğada yarattığı yıkımda aranması gerektiği ve insan-doğa ilişkisinin analiz edilmesine vurgu yapan ekolojik hareket, çevre korumacılığın doğadaki tahribatın önüne geçilmesinde yetersiz kalması üzerine ortaya çıkmıştır.

Ekoloji, etimolojik olarak *hane* anlamına gelen Yunanca "oikos" kelimesinden türetilen bir terim olup, günümüzde kullanıldığı biçimiyle çevreden farklılaşmaktadır. Ekoloji, insanın içinde varlık kazandığı ve bir parçasını oluşturduğu doğal ortamla olan ilişkilerini ele alan (Cangızbay, 1989: 39-40) bir kavramdır. Böylesine geniş kapsamlı bir tanımlamaya sahip olan ekolojinin krizi de elbette doğal kaynakların korunması için yapılan çalışmalar ve alınan teknik önlemlerle çözülememiştir. Bir bilgenin bu bunalımı, "tabiatın insanoğlundan intikamı" (Görmez, 2003: 12) olarak tanımlaması da ekolojik krizin bir bakıma insan-doğa savaşı olduğuna işaret etmektedir. Halihazırda deneyimlenen ekolojik bunalım, çok daha karmaşık; düşünsel ve siyasi boyutlara sahiptir.

Bugün ekolojik hareketin herkesçe kabul gören tek bir ideolojisini ortaya koyabilme imkanı söz konusu değildir (Görmez, 2003: 99). Ancak yine de, doğadaki sorunların çözümüne farklı bakış açıları getiren ekolojik hareket(ler), temel sorunun doğa-insan ilişkisindeki değişim olduğu noktasında birleşerek, doğadaki insan müdahalesini analiz etmeye işe koyulmaktadır. Konunun geniş kapsamlılığı sebebiyle radikal söylemlere sahip olan derin ekoloji, toplumsal ekoloji ve eko-feminizm seçilerek bu üç ideolojik-düşünsel akımın, doğa-insan ilişkisine yaklaşımı ile sınırlandırılan bu makalenin temel konusu, bahsi geçen akımların doğaya attığı değeri özne sorunundan hareketle ele almaktır.

İnsan ve doğanın karşılıklı ilişkisi ve etkileşimi varoluştan bu yana önemli değişimler geçirmiştir. Bilhassa ekolojik krizin merkezinde yer alan modern insanın doğaya karşı tutumu, doğadan uzaklaşarak ona tamamen yabancılaşması, insan-doğa ilişkinin evrimini incelemeyi gerektirmektedir. Böylece tarihsel süreç içinde doğaya atfedilen değerdeki değişim gözlenerek, doğadan kopuşa sebep olan etkenler aracılığıyla krizin kökenine inilmiş olacaktır. Buradan hareketle doğaya yabancılaşmanın nedenlerini araştıran ve çözümler üretmeye çalışan akımlar-Naess'le özdeşleştirilen derin ekoloji, Bookchin'in kavramsallaştırdığı toplumsal ekoloji ve her iki akımdan

beslenerek oluşturulan ve erkeği merkeze alan yaklaşımlara karşı çıkan eko-feminizm- aracılığıyla açıklanacaktır.

## 2. Modernitenin Mutlak Zaferi: Evcilleşen Doğa

*"Çağdaş insan kendini doğanın bir parçası olarak değil, yazgısı onu egemenliğine almak ve yenmek olan bir güç olarak hissetmektedir; oysa bu savaşı kazanacak olursa, kendisini de yenik düşen tarafa bulacağını unutmaktadır".*

*Schumacher*

İnsanlık, maddi ve tinsel olayların karşılıklı dayanışmasıyla karakterize edilen ve bireyin gereksinimlerinin topluluğun ihtiyaçlarına tabi olduğu, organik ilişkilere dayanarak doğayı tecrübe eden küçük, birbirleriyle iç içelik arz eden topluluklar içerisinde (Capra, 1992: 54); doğanın gücünü veri kabul ederek, onun kudreti karşısında savunmasız ve ona bağımlı bir hayat sürmüştür. Doğanın gizli güçlere sahip olduğu inancı ve doğal olaylar karşısındaki çaresizlik insanlara doğaya kutsiyet atfetmekten başka bir seçenek sunmamıştır. Göçebelik sürecine geçildiğinde insan hala doğa karşısında kendini güçsüz hissetse de ona karşı bağımlılığı kısmen kırılmıştır. Ancak yine de doğaya karşı olumsuz bir tutum henüz gelişmemiştir. Yerleşik hayata geçişle birlikte, gerekli teknik bilgiye ulaşılmış ve doğanın gizemi çözülerek bağımlılıktan kurtulmuştur. Bu süreç insanlığın edindiği bilgilerle doğayı alt etmeyi başararak, onu ehilleştirme konusuna uzmanlaşmasına sebep olmuş, dolayısıyla insanın doğayı, kendi istek ve ihtiyaçları doğrultusunda şekillendirmesi sonucunu doğurmuştur.

İlk çağlardan bu yana insanlar doğayla sürekli etkileşim içinde olmuştur. Sadece yaşamını idame ettirmek amacıyla yaklaşılan doğa, modern çağda faydacı bir araç olma özelliğini daha da artırarak, ehilleştirilmiş ve tamamen insanların amaçlarına ve çıkarlarına hizmet eder hale gelmiştir. Bu tam da Bowler'ın (2001: 103) ifade ettiği gibi, doğanın gizli yapısal güçlere sahip organik bir bütün olduğu inancından, insanın istediği gibi oynayabileceği bir saat mekanizmasının parçasından ibaret kabul edilmesi algısını desteklemektedir. Doğanın ikincilleştirilerek insandan daha aşağı olarak görülmeye başlamasını ise Platon ve Aristo'ya da götürmek mümkündür. Platon, doğal dünyayı önemsenmeyecek, aşağı bir alan olarak tanımlamıştır (Plumwood, 2004: 149). Aristoteles, içinde hayat taşıyan doğal cismin ilk gerçeklik derecesi olarak tanımladığı ruh ile doğaya gönderme yapmıştır. Buna göre, en altta yer alan hareketsiz maddeden çıkarak bitkilere, süngerlere, denizanası ve yumuşakçalara kadar yükselmekte ve en üstte memeliler ve insan ile son bulmaktadır (Ronan, 2005: 111). Esasında Aristoteles'in ruh kavramsallaştırması geleneksel doğa anlayışının bir parçasını oluşturmaktadır. Bu anlayışta kozmik düzen, insanın dünyevi ve öte dünyaya ait varlıklar arasında yerini aldığı büyük bir varlık zinciri oluşturur (Taylor, 1995: 11). Üstelik bu zincirlerden herhangi birisinin kopması kozmik düzenin bozguna uğraması anlamına gelmektedir. Öte yandan din öğretilerinde de benzer algılar mevcuttur. Gerek Eski Ahit'teki Yaradılış Efsanesi'nde yer alan "insanın tüm varlıklara egemen olmak üzere yaratıldığı" düşüncesi, gerek Kuran'da Bakara suresinde İsrailoğullarından bahsederken geçen "size verdiğim nimeti ve sizi dünyalardan üstün tuttuğumu hatırlayın" ayeti (Keleş ve Hamamcı, 1997: 52-53), doğanın insan karşısında

ikincilleştirildiği ve evrenin tek ve üstün sahibi ve öznesinin insan olduğunun kabul edilmesini kolaylaştırıcı bilgilerdir.

Sanayileşme ve kentleşmeyle birlikte artan bilgi ve becerilerimizle, daha önce bizden bağımsız olarak algıladığımız doğa artık tamamen bize bağımlı, yönettiğimiz ve yönlendirdiğimiz bir araca dönüşmüştür. Yaptığımız müdahalelerle doğayı kendimize bağımlı kılma dürtülerimiz tam da Descartes'in kilit sözcüklerinde somutlaşmaktadır: "hakimiyet" ve "sahiplenme" (Serres, 1994: 41-45). Aydınlanma Çağı'nın getirdiği olan rasyonel aklın tüm alanlara nüfuz etmesi ve tamamen faydacı bir yaklaşımla özel mülkiyet yarışına girmesi, insanların birbiri üzerinde; bunun sonucu olarak da insanın doğa üzerinde tahakküm kurması, bir zamanlar "muzaffer olan dünyayı bir kurban haline" (Serres, 1994: 24) getirmiştir. Bu duruma gelmesi ise modernizmle birlikte doğanın evcilleştirilerek toplumsallaşmasında aranmalıdır. Çünkü toplumsallaşmış doğa, doğadaki insan müdahalesine karşılık gelmektedir (Çiğdem, 1997).

Aydınlanma Çağı, doğa-insan ilişkisinin bozularak, sürecin insanlığın lehine evrildiği ve insanı merkeze alan yaklaşımların açıkça kabul edildiği döneme tekabül etmektedir. Dolayısıyla bu sürecin temel savı, her şeyin insanlar için yaratıldığı ve insanların tüm varlıklardan daha üstün olduğu düşüncesidir. Genel olarak ele alındığında ise Aydınlanma döneminin doğaya yaklaşımında şu özellikler öne çıkmaktadır (Kasapoğlu, 1997: 19):

1. İnsan, dünya üzerindeki bütün canlılardan farklı olup, diğerleri üzerinde egemendir.
2. İnsanlar geleceklerini belirleme iradesine sahiptirler. Hedeflerini seçebilir ve bunlara ulaşma yolunu öğrenebilirler.
3. Dünya son derece zengin kaynaklara sahip olup, bu kaynaklar insanlara sınırsız olanaklar sağlar.
4. İnsanlık tarihi, gelişimin tarihidir. Bu gelişme asla durdurulamaz.

Aydınlanma ve sonrasındaki fikri dönüşüm, sunduğu yeni zihniyetle, oluşturduğu kurumlarla, getirdiği yönetim ve yaşam anlayışı ile bütün olumlu gelişmelerin yanı sıra (Görmez, 2003: 17), insanı evrenin en üst kademesine yerleştirerek, doğadan uzaklaştıran ve onu kendi çıkarları için kullanmasını da teşvik eden bir dönemdir. Her ne kadar modernite bu olumsuzlukların sonucunda pek çok sorunu da beraberinde getirirse de, tüm hesabı ona kesmek, doğadaki bozulmaları moderniteye yüklemek doğru bir yaklaşım değildir. Nitekim Kılıçbay'ın (1989: 33) da ifade ettiği gibi, doğadaki bozulmalar üretim faaliyetlerinin başlangıcıyla birlikte başlamıştır. Üretim faaliyetleri az da olsa, insanların varoluşundan beri sürmektedir. Ancak asıl bozulma insanların üretim faaliyetlerini sadece yaşamaları için gerekli olduğu ölçüde gerçekleştirmemeleri ve hep daha fazlasını istemeleriyle başlamıştır. Başlangıçta çok önemsenmeyen sanayileşme ve kentleşmenin doğurduğu nüfus patlamaları, yoğun kirlilikler, kıtlıklar, nükleer silahlar gibi sorunlar hemen çözülememiş ve kriz halini almıştır. Bu noktada ise ekolojik hareketin düşünsel ve siyasal önerileri ile insan-doğa ilişkisi sorgulanmaya başlanmıştır.

### 3. Ekolojik Krize Savaş: Derin Ekoloji, Toplumsal Ekoloji ve Eko-feminizm

Post-endüstriyel çağın çevresel temelini, "doğaya dönüş olgusu" olarak özetlemek mümkündür ve bu görüş doğa merkezli dünya görüşünün temelini oluşturmaktadır (Tuna, 2000: 69). Ekolojik krizlerin küreselleşmesi ve çevresel korumacılıkla bunların aşılabilmesi doğanın "doğal" konumuna geri dönüş çabalarını kapsamaktadır.

İnsan ile doğa ilişkisinin tarihi incelendiğinde, onu zoolojik bir varlık olmaktan çıkararak beşeri bir varlık haline getirenin, insanın doğaya müdahale yeteneği olduğu görülmektedir. Bu müdahaleler sonucunda doğa, artık doğal olmaktan uzaklaşmakta ve toplumsal etki alanına girmektedir. Her müdahalenin doğada sorun yaratmayacağı aşikârdır, o halde insan ile doğanın uyumunun bozulması nerede aranacaktır? (Önder, 2003: 15) Bu soru sadece teknik sorunlarla, demografiyle, büyüme ve sağlıksız refahla cevaplanabilecek kadar açık değildir. Bunların altında yatan, insan toplumunda hiyerarşi ve tahakkümü üretmiş olan kurumsal, ahlaki, tinsel değişimlerdir (Bookchin, 1994). Yani doğa insan tarafından tasavvur edilen, anlamlandırılan bir kategoridir. Bu nedenle ekolojik bunalımın kaynağını doğa tasavvurunda değişim yaratan zihinsel/kültürel dönüşüm süreçlerinde aramak gerekmektedir (Önder, 2003: 16).

#### 3.1. Doğanın Öncellenmesi: Derin Ekoloji

*"..İnsanlar toprağa tükürürlerse kendi yüzlerine tükürmüş olurlar. Toprak insana değil, insan toprağa aittir. İnsan hayat dokusunun içinde bir liftir sadece.."*  
Kızılderili Reisin Mektubu

Derin ekoloji, hem insanlık ile doğal dünya arasındaki ilişkinin nasıl olması gerektiğine dair bir felsefeyi hem de doğanın savunulmasında doğrudan eylem politikasını kapsamaktadır. Ayrıca insan faaliyetlerinin aşırı boyutlara ulaştığını söyleyerek, vakit çok geç olmadan önce bu yıkımın durdurulması gerektiğini savunmakta; böylece, hem biyosferin (diğer canlı türleri-bitki ve hayvan türleri-) hem de ekosferin (biyolojik olmayan çevre) yaşamasının sürekliliğini sağlamak lehine, modern toplumun insan merkezliliğini reddetmektedir (Mellor, 1993: 102-103). İnsanın doğaya karşı tutumunda, ekolojik temelli bir düşünsel alt yapı ile hayata geçebilecek derin değişikliklerin olması gerektiğinden hareket eden derin ekoloji, doğada bulunan canlı ve cansız varlıkların tümünü, var oluşları itibarı ile eşit değer ve önemde görmektedir. Türlerin çeşitliliğinin korunması gereğini savunarak, doğanın salt insanı ve insana ait gereksinimleri temel alan güncel kullanımını eleştirmekte ve doğal değerlerin kullanımında doğaya öncelik vermektedir. Derin ekoloji, yaşamın geleceği ve tüm doğal sistemlerin işleyişi, doğadaki diğer türlerin insan yaşamı ve gereksinimlerinden bağımsız bir şekilde, türlerin kendi yaşam ve gereksinimlerinin olduğu kavrayışının siyasal ve toplumsal yaşamın odak noktası (Demirer ve Torunoğlu, 1999: 114-115) haline getirilmesiyle mümkün olabileceğini savunmaktadır. Ayrıca insanın doğayla ayrımsız bir özdeşleşmeye gitmesini ve onunla bütünleşme amaçlı hayat tarzlarına dönüşü önermektedir (Yaren, 1995: 90).

Derin ekolojinin temel felsefesi, doğaya faydacı yaklaşımı durdurmak üzerinde yükselmektedir. Buna göre, doğayı yalnızca insanlara yarar sağlayan bir araçmış gibi görmekten vazgeçilmelidir, çünkü bu tamamen insanı merkeze alan bir

yaklaşımdır; dolayısıyla derin ekolojistler tam da bu nedenle insan merkezçiliğini şiddetle eleştirmektedir. Ancak doğayı merkeze aldığı iddia etmesine karşın, önerdiği doğa merkezçiliği insanlığın doğanın bir parçası olmasından hareketle açıklamakta ve bu nedenle de insanlığın doğa ile uyumlu birlikteliğini savunmaktadır. Derin ekolojinin çeşitlilik ve ortak yaşamı savunması aynı zamanda insanların yaşam biçimlerinin, kültürlerinin, mesleklerinin ve iktisadi hayatlarının çeşitliliğinin (Tamkoç, 1994: 91) de sürekliliğini desteklemeleriyle paraleldir.

Naess'in formüle ettiği ve derin ekolojinin bir nevi manifestosu olarak kabul edilen sekiz ilke vardır. Bu ilkeler şunlardır (1995: 68):

1. Yeryüzündeki insan ve insan olmayan hayatın gelişmesi ve ilerlemesi kendinde değere sahiptir. Bu değerler, insan olmayan dünyanın insanın amaçları için yararlı olmasından bağımsızdır.
2. Hayat biçimlerinin zenginliği ve çeşitliliği, kendi içinde değerlidir ve bahsedilen değerlerin gerçekleşmesine katkı sağlar.
3. Hayatı ihtiyaçlarını karşılaması dışında, insanların bu zenginlik ve çeşitliliği azaltma hakları bulunmamaktadır.
4. İnsan hayatı ve kültürlerinin gelişimi, insan nüfusunun ciddi ölçüde azaltılması ile mümkün olabilir. İnsan olmayan hayatın gelişmesi az sayıda nüfusu gerekli kılar.
5. İnsanın insan olmayan dünyaya müdahalesi aşırı düzeydedir ve bu durum hızla kötüye gitmektedir.
6. Politikalar değişmelidir. Değişen politikalar, temel ekonomik, teknolojik ve ideolojik yapıları etkileyecektir. Oluşacak sonuç günümüzden tamamen farklı olacaktır.
7. İdeolojik değişiklik, gittikçe yükselen bir yaşam standardını hedeflemenin dışında, hayatın niteliğini değerli kılma yönünde olacaktır. Büyüklük ve yücelik arasındaki farka ilişkin bir bilinç ortaya çıkacaktır.
8. Bu hükümlere katılanlar, gerekli değişiklikleri gerçekleştirmeye çalışmakla doğrudan veya dolaylı olarak yükümlü olacaklardır.

Bu ilkeler ışığında yükümlülüklerin insan tarafından gerçekleştirileceği ve derin ekolojinin temel vurgusu olan bireysel değişim ve sorumluluk hesaba katıldığında, derin ekolojik yaklaşımın esasında “yumuşatılmış insan merkezçilik” olduğu düşünülebilir. Karşılıklı öldürme ve kullanmalar, hayatın biyolojik gerçeği olarak görülse de, insan dışındaki canlılar kendilerini gerçekleştirmek için insanı kullanmamaktadır. Derin ekoloji, bu durum karşısında insana kendisini sınırlamasını ve basit bir hayatı önererek eşitlik sorunsalını insanla ilgili bir sorun haline getirmektedir (Dobsen, 1990: 43). Bu getirilen öneri ise derin ekolojinin esasında yumuşatılmış insan merkezçilik olduğunu kanıtlar niteliktedir.

### 3.2. Bookchin ve Toplumsal Ekoloji

Derin ekoloji birkaç noktada ciddi eleştirilerle karşılaşmıştır. Öncelikle insan merkezçiliğe şiddetle karşı çıkan söylemine rağmen, yine de tüm sorumluluğu insana

bırakmış olması, hatta bu nedenle yumuşatılmış insan merkezçilik olarak görülmesi haksız bir eleştiri olmasa gerek. Bunun yanı sıra kimi söylemleri- manifestolarında bahsi geçtiği üzere insan olmayan hayatın gelişmelerinin az nüfusa bağlı olması gibi- yeterince açık ve açıklayıcı olmadığından insanı göz ardı edici nitelikte olabilmektedir. Bu eleştirilerin yanı sıra “doğanın kendinde değeri” olması evrenin tek öznesinin insan olduğunu kabul eden diğer ekolojistlere göre yine ciddi eleştiriyi hak eden bir söylemdir. Sezgin Ata (2002: 37-38), derin ekolojinin insanı biyosferdeki ekolojik yıkımın nedeni olan bir kanser, yeryüzünü de her şeye nezaret eden bir ilah (Gaia) gibi göstermesine dikkat çekmektedir. Derin ekolojistlerin bu algısında mistik inançların oynadıkları rolün ve bu inançların benzerlerine Nazi'lerin yeşil kanadında da rastlandığının altını çizmektedir. Ayrıca, derin ekolojinin teknolojiye topyekûn karşı çıkışını “...teknolojinin doğal dünya ve insanlık arasında denge oluşturacak şekilde yalnızca bilimsel değil, ekolojik ve etik parametreler tarafından da belirlenmesi zorunludur.” cümlesiyle eleştirmektedir.

Derin ekolojiye en büyük eleştiriler ise toplumsal ekolojinin kurucusu olan Bookchin'den gelmektedir. Derin ekolojinin aksine toplumsal ekolojinin çıkış noktası hiyerarşi ve tahakkümdür. Nitekim Bookchin'e göre (1996a: 44-45) toplumsal ekoloji, ekolojik bunalımın kökenini, hiyerarşi ve tahakkümü doğuran insan toplumunun derinlerinde yatan kurumsal, ahlaki ve tinsel değişimlerde aramaktadır. Toplumsal ekoloji, toplumun ve insanlığın doğal özünü uyandırmak, genişletmek ve ona ahlaki bir içerik katma sorumluluğunu üstlenir (Bookchin, 1996b: 106-107). Bu nedenle insan merkezçiliğe ya da doğa merkezçiliğe bir alternatif hareket olarak doğanın korunabilirliği toplumsal ekoloji üzerinden yapılabilir. Çünkü insanın insan ve insanın doğa üzerindeki tahakkümü konusunda bütünselliği yadsımadan toplumsal olanı ekoloji ile birleştirir. Derin ekolojinin doğaya mistik değer atfetmesi ve insanı dışlayıcı tavrı, toplumsal ekolojinin ekolojik toplum düşüncesini olumsuzlamayı kolaylaştırmaktadır.

Bookchin (1994: 25), var olan tek etik öznenin insan olduğu, bu nedenle de insanın problemin kaynağı olduğu kadar çözümün de kaynağı olduğunu iddia etmektedir. Ona göre toplumu doğaya yabancı bir şey olarak görmek, modern düşünceye hâkim olan toplum-doğa ikiliğini yeniden üretmektir. Dolayısıyla Bookchin için (1996a: 54) “insanlık doğadan ayrılamayacağı gibi, toplumsal olan da ekolojik olandan ayrılamaz. Nitekim derin ekoloji, ekolojik krizin kaynağında insan-merkezci düşüncüyü görerek, ona alternatif olarak her türün bir değeri olduğu yönündeki biyo-merkezçiliği ileri sürerken; toplumsal ekoloji için bu görüş, “doğal evrimi hiçe sayarak evrim sürecinde farklılaşmaların oluşturduğu çeşitliliği bir gelişim süreci olarak görmekten uzak” bir kavrayışa işaret etmektedir (İdem, 2009).

Toplumsal ekolojinin temel çıkış noktası, tüm hiyerarşi biçimlerinin doğaya aktarılmasıdır. Bu nedenle de mevcut ekolojik bunalımın kökeni tek başına teknikte, demografide, büyüme ve marazi bollukta aranmamalıdır. Asıl araştırılması gereken uygarlık denilen olgudur; hiyerarşi ve tahakkümü doğuran, toplumunun derinliklerinde yatan kurumsal, ahlaki ve ruhsal değişimler gerekmektedir (Bookchin, 1996a: 44). Bookchin'in söylemiyle toplumsal ekoloji tanımlandığında (1996a: 76-77):



“Ekoloji, benim açımdan, hep sosyal ekoloji oldu: Yani doğa üzerindeki tahakküm kavramının, insanın insan üzerinde, hatta erkeğin kadın, yaşlıların gençler, bir etnik grubun diğeri, devletin toplum, bürokrasinin birey, bir sınıfın diğer sınıflar ve sömürgeci güçlerin sömürge halklar üzerindeki tahakkümünden kaynaklandığına inanıyorum. Benim düşünceme göre, sosyal ekoloji, özgürlük anlayışını sadece fabrikada değil, aile içinde de, sadece ekonomide değil, psişede de, sadece maddi yaşam koşullarında değil, ruhsal koşullarda da sürdürmelidir. Toplumdaki en moleküler ilişkileri, özellikle kadın ve erkek, yetişkinler ve çocuklar, beyazlar ve diğer etnik gruplar, heteroseksüeller ve eşcinseller –bu liste uzatılabilir- arasındaki ilişkileri değiştirmedikçe, toplum en sosyalist anlamda sınıfsız ve sömürsüz hâle gelse de, tahakküm varlığını sürdürecektir. (...) Hiyerarşi var olduğu sürece, tahakküm, insanları bir elitler sistemi etrafında örgütlediği sürece, doğaya hükmetme projesi de devam edecek ve gezegenimizi kaçınılmaz bir yok oluşa götürecektir”.

Bu nedenle de; ekoloji hareketi, kapsamlı bir devrim fikrine olan ihtiyacı radikal bir biçimde göz önüne almaksızın, sadece kirlenme ve koruma ile ilgili reformlarda, yani sadece çevrecilikte takılıp kaldığı takdirde, mevcut doğa ve insan sömürsüne dayalı sistemin emniyet supabı olmaktan öte gidemeyecektir (Bookchin, 1996a: 48). Tahakkümden ve hiyerarşiden hareket ederek, bu düzen koyucu (!) nosyonların ortadan kaldırılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Toplumsal ekoloji, toplumun nasıl doğanın içinden çıkıp geliştiğini göstermeye çalışırken aynı zamanda toplumun geçirdiği farklılaşma ve gelişmeyi de göstermek durumundadır. İnsanın yalnızca doğaya zarar veren değil, aynı zamanda bilinçli çabaları yoluyla doğayı zengin bir biçimde güçlendirebilecek bir canlı olduğunun altını çizmektedir. İnsanın yaşam dünyasını sömüren ve asalaklara dönüştüren etmenleri ortaya çıkarmak, toplumsal ekoloji için son derece önemlidir (Bookchin, 1995: 43). Bu nedenle de tahakküm ve sömürünün olmadığı, hiyerarşik bir sistemin esiri olmayan “ekolojik toplum”un kurulmasının zorunlu olduğunun altını çizmektedir. Ekolojik toplumun kurulmasının zorunluluğunu ise, “böyle bir toplum kapitalist teknoloji ve burjuva toplumunun tarihsel gelişiminin özellikleri olan makineler ve emeğin en ince ayrıntılarına kadar belirlenmesi, kaynakların ve insanların devasa endüstriyel teşebbüsler ve kentsel birimlerde yoğunlaştırılması, yaşamın katmanlara bölünmesi ve bürokratikleştirilmesi, kentin kırdan ayrılması, doğanın ve insanların nesneleştirilmesi şeklindeki tüm eğilimlerin kökten tersine çevrilmesini gerektirir” (Bookchin, 1996a: 72) şeklinde açıklamaktadır.

### 3.3. Eko-feminizm ve Doğa

*Teslim aldım doğayı; yarıp geçtim her yerini,  
Kırdım kimsenin dokunamadığı mühürlerini,  
Rahmini, göğüslerini ve başını,  
Yani tüm gizlerinin saklı olduğu yerlerini  
Parçalayıp açtım.  
Henry Vaughan*

Temelde ekolojik bunalım doğayla ilgili bir sorun değildir, doğayla kurduğumuz ilişkiyle ilgili bir sorundur (Bahro, 1997: 26). Bu ilişkinin temelinde ise insanın insana tahakküm kurmasından beslenen ve insanın doğaya müdahale ederek onu egemenliği altına alması yatmaktadır. Tahakküm altına alma, faydacı bir bakış açısından destek olarak doğayı tasarruf hakkının tamamen kendisine ait olduğunu düşünen insanın özel mülkiyet arzusundan kaynaklanır. Bu hükmetmenin kökenlerini ise patriarkal aile yapısına götürmek mümkün gözükmemektedir. Eko-feminizmin dayandığı temel tez olan doğanın sömürülmesi ile kadının sömürülmesi ya da patriarkal sistem ile kadının sömürülmesi arasındaki doğrudan ilişki erkeğin kadın üzerindeki tahakkümü ile yine doğa üzerinde kurulan egemenlik ile ilişkilidir. Özel mülkiyetin dayattığı özne-nesne ayrımı, tıpkı erkeğin özneleşerek, kadının nesneleştirilmesinde olduğu gibi doğanın araçsallaştırılarak nesneleştirilmesinde ve tamamen edilgin bir konuma indirilmesinde de görülmektedir.

Kadınlar son yıllarda yeryüzü yaşamından daha fazla pay almak için verdikleri mücadelede önemli kazanımlar elde etse de, eşit bir biçimde paylaşmaya çalıştıkları dünya her anlamda çürümekte olan bir dünyadır (Berktaç, 1996: 73). Eko-feminizmin temel çabası bu çürümekte olan dünyayı, ataerki düzenden kurtararak doğa ve kadını özdeşleştiren bir yaklaşımla, yaşanabilir bir ekolojik toplum kurmaktır. Bu özdeşleştirmeyi ise, öncelikle doğa ve kadının çifte sömürsünden yola çıkarak analiz etmektedir. Berktaç’a göre (1996: 74) ataerkillik, doğa ve kadın arasında kurduğu özdeşlik ile kadın doğasına ilişkin önyargılarının ve kalıplaşmış varsayımlarının doğal, hatta doğa yasası olarak kabul edilmesini sağlamış ve her ikisinin de dizginlenip ehilleştirilmesini meşrulaştırmıştır. Bu nedenle eko-feminizmi savunanların temel derdi bu kalıpları delmek olmuştur. Temelde bu sorunları erkek egemen toplumların varlığıyla açıklayan eko-feministler, bu sorunların toplum içinde çözümüne inanması bakımından toplumsal ekolojiye de yaklaşmaktadır.

Feminizmin tüm toplumsal olay ve durumlara eklenerek, sonuçlarına feminist bir metotla yaklaşma çabalarına sahip olduğu gibi yaygın bir bakış açısı bulunmaktadır. Bu söylemden hareket eden pek çok kişinin iddiası da, popülerleşen pek çok akıma feminizmi ilişkilendirme adetinin varlığı gibi, ekolojik harekete de benzer şekilde yaklaşıldığı iddia edilmektedir. Oysa Uzel’in (2006: 7) de belirttiği üzere eko-feminist hareket, “feminist yönelimli ekolojik yaklaşımdan ziyade, ekolojik yönelimli feminist bir akımdır”. Eko-feminizm, kendisine bu ismi veren Françoise d’Eaubonne tarafından kabaca ekoloji ile feminizmin bir potada eritilmesinin sonucu olarak tanımlanmaktadır. D’Eaubonne’a göre eko-feminizm ya da feminist ekoloji; erkeklerin, doğa ile kadını özdeş tutarak, doğaya davrandıkları gibi kadına, kadına davrandıkları gibi doğaya davranmalarına tepki olarak çıkmıştır (Ferry, 2000:

162). Genel olarak eko-feminizmin temel varsayımları olarak kabul edilen ilkeler aşağıdaki gibidir (Tamkoç, 2010):

1. Kadınların ezilmesi ve doğanın sömürülmesi arasında önemli bağlantılar vardır.
2. Kadınların ve doğanın sömürülmesi bağlantılı olduğundan, kadınlar yeşil hareket içinde aktif rol oynamalıdır.
3. Ataerkil sistemde kadın doğaya (ve özel alana), erkek ise kültüre (ve kamusal alana) yakın görülür. Doğa kültürden aşağı bir konumda tasavvur edildiği için, kadın da erkekten aşağı görülmüştür.
4. Feminist ve yeşil hareketler eşitlikçi, anti-hiyerarşik sistemleri savunurlar. Eko-feminizm de, emperyalizme, heteroseksüellik dayatmasına, militarizme ve kapitalizme karşı çıkar ve farklı ezilme biçimleriyle de ilgilenir.
5. Yeryüzü temelli bir bilinç için yaratmak için farklı tinsellikler oluşturmak gerekir.

Bu ilkelerden hareketle Bookchin de (1994: 271), kadının kurtuluşunun doğanın kurtuluşuyla, doğanın kurtuluşunun ise tahakkümün ortadan kaldırılmasıyla mümkün olacağını ve bunun tek yolunun ise doğa temelli ekolojik bir toplumun kurulmasıyla olanaklı hale gelebileceğini iddia etmektedir. Ona göre bunun gerçekleşmesi için kadın hareketi doğa temelli, doğa hareketi ise anarşizm temelli olmalıdır. Çünkü bu üç olgunun ortak hedefler ışığında hareket etmesiyle istenilen dünya yaşamı oluşacaktır.

Eko-feminist analize göre, doğaya ilişkin değer ve yargıları kadınlara; kültüre ilişkin değer ve yargıları erkeklerle özdeşleştiren, doğa-kültür ayırımına dayalı cinsiyetçi söylem Batılı ataerkil kültürün temelinde yatmaktadır (Pepper'dan akt: Demir, 2013: 11-12). Doğayı bir töz olarak ele alan eko-feministlere göre, doğa kendi içinde barındırdıkları ile büyük bir kutsiyete sahiptir ve bunu hak etmektedir. Bodinter' e göre (akt: Ferry, 2000: 161) "aziz ve kutsal doğa bugün kurcalanmakta, değiştirilmekte ve arzular doğrultusunda ona meydan okunmaktadır". Doğaya yapılan her müdahale onun kutsiyetine zarar vermektedir. Bu nedenle ekolojik bunalımın temel kaynağı olan erkek merkeziliğin karşısında durarak ve onunla mücadele ederek bu bunalımdan kurtulunabilir. Ekolojik bunalımın yalnız eko-feminizm ile aşılabileceğini düşünen eko-feministlere göre bunun dayanağını ise, erkeklerden farklı olarak kadınların doğa ile bağlarını koparmamaları oluşturur. Doğanın doğallığı ile kendi doğallıklarını özdeşleştirerek bu sorunsalı aşacaklarını savunurlar (Ferry, 2000: 169). Ancak eko-feministlerin bu bakış açısı doğayı fetişleştirme boyutuna kadar varabilmektedir. Bu aynı zamanda bir yandan doğa ile kadınları özdeşleştirirken diğer yandan ise erkekleri nesne konumuna itme tehlikesi taşımaktadır. Kadın doğallığına yapılan vurgu aynı zamanda yine erkeği merkeze alan bir yaklaşımı çağırıştırılmaktadır. Neticede doğaya erkek merkezilik çok fazla, insan merkezilik ise pek az değer vermektedir (Ferry, 2000: 171).

#### 4. Sonuç

Aydınlanma ile birlikte insan aklının egemenliğinin kabulü ve sonrasında teknolojik gelişmelerin ortaya çıkardığı yaratıcı yıkım, sonsuz ve sınırsız olarak kabul ettiğimiz dünyaya bakış açımızı değiştirmeye zorlamıştır. Nitekim

içinde bulunduğumuz ekolojik bunalım da yalnız kirlilik, atıklar, nükleer santraller gibi teknik konularla açıklanamayacak kadar kapsamlı ve karmaşıktır. Bunun yanı sıra periferiden düşünmek, dünyayı/doğayı kendimizden ayrı tutarak, sorunları görme merkezimizden uzaklaştırma gibi bir sorunsalı da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle içinde bulunduğumuz bu bunalımı, toplumsal gelişme ve sorunlarda aramak, daha geniş bir perspektiften bakmayı kolaylaştırıcı gözükmektedir.

Doğanın mevcut konumlandırıldığı halini eleştirerek daha iyi bir yere taşıma amacıyla olan ekolojik hareket(ler), tek bir akımdan beslenmemektedir. Bu bağlamda çalışma kapsamına derin ekoloji, toplumsal ekoloji ve eko-feminizm dâhil edilmiştir. Naess'in kavramsallaştırdığı derin ekoloji, insanı merkeze alan yaklaşıma şiddetle karşı çıkmasına rağmen, doğanın korunması için yapılması gerekenleri insanlara yüklemektedir. İnsanı merkeze alan tutumun, doğayı ikincilleştirdiği sorununu, ancak doğa bir hukuk öznesi olarak kabul edildiğinde aşılacağını savunsunsa da özne olmanın sınırları insan tarafından belirleneceği için kendisiyle çelişkiye düşmektedir. Çeşitli tutarsızlıklarına rağmen, doğayla kendini özdeşleştiren birey ancak doğaya kendi malı gibi değil; bedeninin bir parçası gibi davranacağından, doğayı koruması mümkün görünmektedir.

Derin ekolojinin doğaya fazlaca üst değer atfederek onu mistik bir gerçekliğe taşıması, aynı zamanda eleştirilere de maruz kalmasına sebep olmuştur. Keza toplumsal ekolojinin kurucusu olan Bookchin'in de derin ekolojide en çok eleştirdiği noktalardan biri doğaya kutsiyet atfedilmesidir. Doğayı bulunduğu konumdan daha iyi bir yere taşımak isteyen toplumsal ekolojistler ise çözümü ekolojik bir toplumun kurulmasında görmektedir. Hiçbir hiyerarşi ve tahakkümün olmadığı ekolojik toplum, herkesin arzulanacağı bir sistem önerse de, günümüz koşulları için bu arzudan öteye gidememekte; ütopyik bir tasarı olarak zihinlerde yer etmektedir.

Ekolojik krizlere feminist bir bakış açısı getiren eko-feminizm ise, ekolojik krizlerin sebebini erkek egemenliğe bağlayarak, ekoloji ve feminizm ilişkisini ise doğanın ve kadınların çifte sömürsüyle açıklamaktadır. Eko-feministlerin hiyerarşi ve ataerkil sistemi sorumlu tutan bu tezi, günümüzde her iki sömürünün de göz ardı edilemeyecek kadar büyümüş olması sebebiyle kabul edilebilir bir düşünce gibi görünmektedir. Ancak, gerek psikolojik gerekse biyolojik olarak kadınların doğaya erkeklerden daha yakın olduklarını öne sürmelerinin arkasında çocuk doğurma ve büyütme niteliklerini gösterdikleri için, bu düşünce (klasik) feminizmin kendi felsefesiyle çelişmektedir. Benzer bir çelişki de kadının yine doğa ile erkeğin ise kültür ile özdeşleştirilmesi ve bunun sonucunda kadının özel alanla erkeğin ise kamusal alanla tanımlanması, ataerkiyi kuvvetlendirecek düşüncelerdir. Eko-feminizmin emperyalizm, kapitalizm, heteronormative gibi tüm hiyerarşi ve sömürü biçimlerine karşı çıkması ise oldukça tutarlı ve desteklenebilir nitelikte olsa da içinde yaşadığımız süreçte bunların nasıl yapılacağı muğlaktır. Ancak buna rağmen toplumsal ekolojinin temel amacı olan ekolojik bir toplum kurmak ve bütün hiyerarşi, tahakküm, sömürü biçimlerini sonlandırmak noktasında iki akım birleşmektedir.

Bu çalışma başlangıçta değinildiği üzere çevre sorunlarını ortadan kaldırmak, ekolojik krizi sonlandırmak için öneriler

sunmamaktadır. İnsanın tarihsel süreçte doğadan uzaklaştığı ve onu ikincil konuma attığı gerçeğine dikkat çekerek, insanların doğayla olan ilişkisini gözden geçirmesine dikkat çekmek amacını taşımaktadır. Verilen teorik bilgilerin ışığında, kişinin biraz olsun süreci sorgulaması, çözüme ulaştırabilecek önerilerin getirilmesine yaklaşılabileceğini de göstermektedir.

### Kaynakça

ATA, S. (2002), “Sürdürülebilir Bir Barbarlığa Doğru mu? Özgürlükçü Bir Toplumla Doğru mu?,” Özgür Üniversite Forumu, Sayı 19, 35-54.

BAHRO, R. (1997), “Çevreciliğin Manevi Bir Temeli Var mı, Yoksa Sadece Tepkisel Bir Hareket mi?,” Birikim Dergisi, Mayıs 97, 21-30.

BERKTAY, F. (1996), “Ekofeminizm ya da Yüreğin İyimserliği”, *İstanbul Üniversitesi Kadın Araştırmaları Dergisi*, Sayı 4, 73-77.

BOOKCHIN, M. (1994), “Yok etme Gücü, Yaratma Gücü”, *Birikim Dergisi*, sayı 57-58, <http://www.birikimdergisi.com/Birikim/dergiyazi.aspx?did=1&dsid=55&dyid=1591&yazi=Yoketme%20G%FCc%FC%20Yaratma%20G%FCc%FC>, E.T: 09.04.2014.

BOOKCHIN, M. (1994), Özgürlüğün Ekolojisi Hiyerarşinin Ortaya Çıkışı ve Çözülüşü, Çev. Alev Türker, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

BOOKCHIN, M. (1996a), Ekolojik Bir Toplumla Doğru, Çev. Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BOOKCHIN, M. (1996b), Toplumsal Ekolojinin Felsefesi, Çev. Rahmi G. Ögdül, Kabalıcı Yayınevi, İstanbul.

BOOKCHIN, M. (1999), Toplumu Yeniden Kurmak, Çev. Kaya Şahin, Metis Yayınevi, İstanbul.

BOWLER, P. (2001), Doğanın Öyküsü, 2. Cilt, Çev. Meltem Mater, İzdüşüm Yayınları, İstanbul.

CANGIZBAY, K. (1989), “Habeas Corpus’tan Habeas Oikos’a veya Ekolojizmin Zorunlu Güzergahı”, *Türkiye Günlüğü*, Sayı 3, Haziran, 39-41.

CAPRA, F. (1992), Batı Düşüncesinde Dönüm Noktası, İnsan Yayınları, İstanbul.

ÇİĞDEM, A. (1997), “Toplum, Doğa ve Eko-politik Hareketler”, *Birikim Dergisi*, Sayı 98, <http://www.birikimdergisi.com/birikim/dergiyazi.aspx?did=1&dsid=91&dyid=2163&yazi=Toplum,%20Do%F0a%20ve%20Eko-Politik%20Hareketler>, E.T: 09.04.2014.

DEMİR, M. (2013), “Çevre Olarak Konumlandırılmış Kadını ve Doğayı Birlikte Düşünmek: Ekofeminizm”, *Doğu Batı, Toplumsal Cinsiyet*, sayı 63, 11-45.

DEMİRER, Göksel N., TORUNOĞLU, E., DURAN, M. (1999), “Radikal Ekolojik Akımlar Üzerine Düşünceler”, *Ve Kirlendi Dünya*, Öteki Yayınevi, Ankara, 108-125.

DOBSON, A.(1990), *Green Political Thought, An Introduction*, Routledge, London and New York.

FERRY, L. (2000), *Ekolojik Yeni Düzen*, Çev. Turhan Ilgaz, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

GÖRMEZ, K. (2003), *Çevre Sorunları ve Türkiye*, Gazi Kitabevi, Ankara.

GUATTARI, F. (1990), *Üç Ekoloji*, Hil Yayınları, İstanbul.

İDEM, Ş. (2009), Toplumsal Ekoloji Nedir Ne Değildir, <http://ecotopianetwork.wordpress.com/2009/11/17/toplumsal-ekoloji-nedir-ne-degildir-sadi-idem/>, E.T: 01.09.2014.

KASAPOĞLU, A. (1997), “Çevresel Davranış Modeli”, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 30, Sayı 2, Haziran, s.19-29.

KILIÇBAY, Mehmet A. (1989), “Çevrenin Çerçevesi”, *Türkiye Günlüğü*, Sayı 3, Haziran, 35-39.

KELEŞ, R., HAMAMCI, C. (2005), *Çevre Politikası*, İmge Yayınevi, Ankara.

MELLOR, M. (1993), *Sınırları Yıkarak; Feminist, Yeşil bir Sosyalizme Doğru*, Çev. Osman Akınhay, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

NAESS, A. (1995), “The Deep Ecological Movement, Some Philosophical Aspects”, *Deep Ecology for The 21st Century*, Reading on The Philosophy and Practice of The New Environmentalism, ed. George Sessions, Shambhala, London, 64-85.

ÖNDER, T. (2003), *Ekoloji, Toplum ve Siyaset*, Odak Yayınevi, Ankara.

PLUMWOOD, V. (2004), *Feminizm ve Doğaya Hükmetmek*, Çev. Başak Ertür, Metis Yayınları, İstanbul.

RONAN, Colin A. (2005), *Bilim Tarihi Dünya Kültürlerinde Bilim Tarihi ve Gelişmesi*, Çev. Ekmeleddin İhsanoğlu, Feza Günergun, Tubitak Yayınları, Ankara.

SERRES, M. (1994), *Doğayla Sözleşme*, Çev. Turhan Ilgaz, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

TAMKOÇ, G. (1994), “Derin Ekolojinin Genel Çizgileri”, *Birikim*, Sayı 57-58, 87-91.

TAMKOÇ, G. (2010), <http://ecotopianetwork.wordpress.com/2010/01/27/doga-korumaci-kadinlar-ekofeminizm-gunseli-tamkoc/>, E.T: 05.06.2014.

TAYLOR, C. (1995), *Modernliğin Sıkıntıları*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

TUNA, M. (2000), “İnsan Çevre İlişkilerinin Tarihsel Evrimi ve Modern Çevreciliğin Doğuşu”, *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, Vol:3, Sayı: 1-2.

UZEL, E. (2006), “Feminizm ve Doğa Ekseninde Ekofeminizm”, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Ana Bilim Dalı, Ankara.

YAREN, F. B. (1995), “Yaşamı Kavrayış Sorunu Üzerine Yapılan Sorun: Çevre Sorunu, Değişen Dünya Görüşü Ekonomi-Ekoloji İlişkileri Bağlamında Ekolojik Kalkınma”, *Yeni Türkiye Dergisi*, Çevre Özel Sayısı, Temmuz-Ağustos, 87-95.



## Isparta’da Medikal Turizmin Yapılabilirliği Üzerine Bir Çalışma\*

İsmail GÖKDAYI, Mehmet POLAT

<sup>1</sup> Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, ismailgokdayi@sdu.edu.tr.

<sup>2</sup> Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, mehmetpolat@kmu.edu.tr.

### Özet

Bu çalışmanın temel amacı; medikal turizm konusunda Isparta ilinin alt yapısını ortaya koyarak, ilin medikal turizme elverişliliğini incelemektir. Bu araştırma mülakat yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Mülakat çalışmasında, Isparta ilindeki kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının temsilcileriyle görüşülmüştür. Medikal turizm paydaşı kurum veya kuruluşlardan toplam 20 (yirmi) temsilciyle mülakat gerçekleştirilmiştir. Mülakata katılan temsilcilerin tamamı Isparta ilinin azımsanamayacak bir turizm potansiyeline sahip olduğunu düşünmektedir. Ancak Isparta ilinde medikal turizm yapılabileceğini düşünen katılımcıların oranı ise tüm katılımcıların sadece %35’ini oluştururken, bu kişilerin görüşlerini gerekçelendirmekte zorlandıkları da dikkat çekmiştir. Sonuç olarak, mevcut alt yapıyla Isparta ilinde medikal turizmin geliştirilmesi mümkün gözükmemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sağlık Turizmi, Medikal Turizm, Isparta

## A Study on Possibility of Medical Tourism in Isparta

### Abstract

The main purpose of this study is to examine the availability of medical tourism in Isparta by considering the infrastructure of the city. The interview method has been used for this aim. In the study, an interview was made with twenty representatives of the public, the private sector and civil society organizations in Isparta. All of the representatives who participated in the interview consider that Isparta has tourism potential but only 35% of them thought there is possibility of medical tourism in Isparta. However these participants also couldn't provide justification for this possibility. As a result of the study, the development of medical tourism in Isparta don't seem to be possible with the existing infrastructure.

**Key Words:** Health Tourism, Medical Tourism, Isparta

### 1. Giriş

Turizm, dünyada 1970’li yıllardan sonra gelişen en önemli sektör ve kavramlardan birisi olmuştur. Ülkemizde ise 1980’lerden sonra dışa açık büyüme ile birlikte daha çok önem ve ivme kazanmıştır. Türkiye son yıllarda turizm sektöründe büyük gelişmeler göstermektedir. Bununla birlikte turizmin çeşitleri, sorunları, geleceği ve bu alandaki fırsatlar, her geçen gün yaygın bir şekilde tartışılmaktadır (Çiçek ve Avderen, 2013: 27).

Bugün gelinen noktada uzun süredir sadece güneş, kum ve deniz üçlemesiyle ön plana çıkan Türk turizminin bu kavramlarla pazarlamaya devam etmesi, turizm gelirlerinin artırılmasında ve rekabetçi yapının geliştirilmesinde yetersiz bir çaba olarak kalmaktadır (Hacıoğlu ve Şahin, 2008: 8). Nitekim Türkiye’ye gelen turist sayısı artmasına rağmen turizm gelirleri aynı oranda artmamaktadır. Bu nedenle, artık Türkiye’nin sahip olduğu potansiyeli alternatif turizm türleriyle farklı konseptlerle sunması gerekmektedir.

Bunun yanı sıra Türkiye’de ve Dünyada özellikle 1980’lerde hızlanan ekonomik, teknolojik ve kültürel değişimler, turizm faaliyetlerinin doğal ve kültürel kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri ve bu etkilerin turizmin kendi

geleceğini tehlikeye attığının anlaşılmasına başlanmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda kaynakların sürdürülebilir kullanımı alternatif turizm, eko turizm, doğa turizmi gibi içerikleri neredeyse aynı olan fakat farklı zamanlarda farklı isimler verilen turizm türlerini gündeme getirmiş ve önemlerini bir hayli arttırmıştır (Akdu, 2009: 7).

Alternatif turizm kavramı uzun süredir farklı şekillerde kullanılan bir kavram olmakla birlikte, bu turizm türleriyle ilgili genel olarak iki temel yaklaşımdan bahsedilmektedir. Birinci yaklaşıma göre; alternatif turizm diğer turizm türlerine bağlı ancak tamamlayıcı bir turizm türü olduğu yönündedir. İkinci yaklaşım ise; alternatif turizmin oluşumu yönünden geleneksel turizmden farklı özelliklere sahip daha özel konularla harekete geçirilen bir turizm türü olduğunun üzerinde durulmaktadır. Bu özellikler genel olarak doğal çekicilik, turistik talepteki bir takım özellikler olarak ifade edilmektedir (Britton, 1977: 269 aktaran Çontu, 2006: 6).

Alternatif turizm denildiğinde öncelikle akla sağlık turizmi ile birlikte termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, eko turizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizmi, gibi turizm çeşitlerinin geliştirilmesi gelmektedir (Hacıoğlu ve Şahin, 2008: 9). Bu bağlamda sağlık turizminin içinde değerlendirilen ve çoğunlukla karıştırılarak birbiri

yerine kullanılan medikal turizm (tıp turizmi) kavramının sağlık turizminin bir alt dalı olarak daha sınırlı bir kavram olduğunun vurgulanması gerekmektedir.

Bugünün dünyasında modern tıp uygulamaları, bilimsel çalışmalar ve beraberindeki baş döndürücü gelişmeler sayesinde son derece hızla gelişmekte ve değişmektedir. Buna bağlı olarak teşhis ve tedavi yöntemleri ve araçları hızla gelişmekte, pratikte elde edilen başarılı sonuçlar dünya tıp kongrelerinde tartışılmakta yeni çığırar açılmakta, tıptaki yeni gelişmeler sonucu yaşam süresinin uzaması toplumlarda üçüncü yaş (65 ve üstü yaş) grubu insan sayısını arttırmaktadır (Selvi, 2008: 277). Bu yaş grubu insanların artması ise devlet sağlık harcamalarının astronomik bir şekilde artmasına sebep olurken sosyal güvenlik sistemleri ve özel sigortalar üzerinde baskı oluşturmaktadır. Durum böyle iken medikal tedavi hizmetlerinin pahalı olduğu başta Avrupa ülkeleri ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD) olmak üzere çözüm olarak sağlık hizmetlerini görece daha ucuz olan ülkelere almaya yönelmektedir. Bu da medikal turizm hareketlerinin hızlı bir şekilde gelişmesine neden olmaktadır.

Bilhassa kendi ülkelerindeki tedavi masraflarının oldukça yüksek olmasının yanı sıra tedavi ya da operasyon için uzun bekleme sürelerine katlanmak durumunda olan insanlar bu seyahatlere gittikçe artan oranda katılmaktadır (İçöz, 2009: 2262). Bu durum ülkemizin alternatif turizme yönelmesini zorunlu kılmaktadır. Önemli bir potansiyeli bulunan medikal turizm de, alternatif turizm türlerinden biri olarak ülkemizde hızlı bir gelişme göstermektedir. Bu potansiyel dünyada yaşanan küreselleşme süreci, ülke sağlık sistemlerinde yaşanan problemler, tüketicilerin bilinçlenmesi ve Avrupa Birliği (AB) gibi dinamiklerin bir sonucu olarak hızla büyüyen bir sektör olan medikal turizm için ülkemize büyük bir avantaj sağlamaktadır (Yıldırım, 2006: 1).

Medikal turizmin popülerliğinin gittikçe artmasında etken olan pek çok faktör vardır. Gelişmiş ülkelerdeki tedavi edici sağlık hizmetlerinin oldukça pahalı olmasının yanı sıra, sağlık sistemlerinin eskimiş olması ve nüfusun artmasına bağlı olarak tedavi için bekleme sürelerinin uzaması akla ilk gelen nedenlerdir. İngiltere, Hollanda ya da Almanya gibi Avrupa ülkelerinde hastalara bazı operasyonlar için yıllar sonrasına randevu verilirken, dünyanın geri kalanındaki tedavi edici sağlık hizmetleri, gelişmiş ülkelere kıyasla hem çok daha ucuz, hem de her türlü tedavi için neredeyse hiç beklenmemektedir. Günümüzde uluslararası seyahatin iyice düşen maliyetlerle kolay satın alınabilir hale gelmiş olması, dünyanın pek çok bölgesindeki tıp merkezlerinde ileri teknoloji olanakları ve standartlarının bulunabilmesi, tedavi amaçlı medikal turizmi popüler hale getiren faktörlerdendir (Kostak, 2007: 25).

Bugün birçok insan en ileri teknoloji, özel bir hemşire ve ayrı bir banyosu olan özel bir odaya sahip beş yıldızlı otel konforuyla birleştirilmiş kısa bekleme listesinin ve ucuz sağlık hizmetinin yanı sıra tedavi ile tatili birleştirme avantajını tercih etmektedir. Sonuçta medikal turizm yükseliştir ve gelişmiş ülke vatandaşları arasında düzenli bir faaliyete dönüşmekte olduğu görülmektedir (Özkan Demirel, 2010: 13).

Türkiye açısından ciddi bir gelir kaynağı oluşturması bakımından medikal turizm önem arz etmektedir. Bu nedenle medikal turizm konusu çok yönlü bir şekilde ele alınmalıdır. Bu çerçevede bu çalışmada alternatif turizm çeşitlerinden biri

olan medikal turizm konusunda Isparta ili alt yapısı üzerinde durulmakta ve Isparta ilinde medikal turizm yapılabilirliği tartışılmaktadır.

## 2. Literatür Taraması

Medikal turizm ülkemiz için henüz çok yenidir. Ülkemiz medikal turizm piyasasına giriş evresindedir (Barca ve ark., 2013:84). Bu nedenle ülkemizde medikal turizmle ilgili bilimsel çalışma çok fazla değildir. İl düzeyinde araştırma yapan çalışmalar ise daha da azdır. Ayrıca söz konusu il, turizm açısından bilinen bir il olmaması konu ile ilgili araştırma sayısını daha da azaltmıştır. Nitekim Isparta ilini medikal turizm açısından inceleyen çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Ancak Isparta ilinin spesifik bir turizm türü ile ilgili potansiyelini (örneğin Davraz Kış Sporları Merkezini) veya genel olarak Isparta turizm potansiyelini inceleyen çalışmalar biraz daha fazladır.

Bu çerçevede Isparta'yı medikal turizm açısından inceleyen çalışmalara bakıldığında, Kılınç'ın (2013) medikal turizmin stratejik planlaması ile ilgili çalışması dikkat çekmektedir. Kılınç çalışmasında Isparta'da hali hazırda medikal turizm yapılmadığını, bazı sağlık kuruluşlarında çok az sayıda hastaya hizmet verildiğini ancak bu hastaların bile turizm faaliyeti için gelmiş oldukları Antalya iline tekrar gönderildiğini tespit etmiştir.

Genel olarak Isparta turizmi ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında Türkoğlu ve arkadaşlarının (2005) il turizminin sorunlarını alternatif turizm türlerinden yararlanılamaması, tur organizasyonlarının yetersiz olması, il turizminin mevsimlik özellik göstermesi, konaklama süresinin kısa olması gibi sorunlar olarak belirlediği çalışma göze çarpmaktadır.

Özdemir (2008) ise çalışmasında Isparta turizmini ve sorunlarını, Türkiye'nin turizm sorunlarından ayrı düşünmenin mümkün olmadığı konusunu vurgulamıştır. Bu bağlamda uzun yıllar kitle turizminin hâkim olduğu ülkemizde, Isparta ve benzeri bölgelerimiz, sahip olduğu turizm potansiyeline rağmen, turizm yatırımlarından nasibini alamamış, bu potansiyelden yeterince yararlanamamış, dolayısıyla turizm gelirini istenilen seviyeye çıkaramamış olduğunu belirtmiştir. Özdemir bu durumun ise Isparta gibi zengin turizm potansiyeline sahip bölgelerimizin geri planda kalmasına sebep olduğunu vurgulayarak aslında Isparta turizminin sorunlarının ülkemiz turizminin karakteristik sorunları ile paralellik gösterdiğini ortaya koymuştur.

Durgun'un (2007) genel olarak Isparta turizminin GZFT (SWOT) analizini yapmış olduğu bir başka çalışmanın bulgularına bakıldığında Isparta turizminin en güçlü yönünün; zengin tarih, kültür ve tabiat varlıklarına sahip olmasının yanı sıra iklim doğal kaynaklar ve bozulmamış çevresi olduğu görülmektedir. Aynı çalışmada il turizminin en zayıf yönünün ise; tanıtım ve pazarlama eksikliği, yeterince gelişmemiş turizm bilinci ve yerel yönetimlerin ilgisizliği olduğu görülmektedir. İlin alternatif turizm türleri için potansiyelinin yüksek olması il turizminin en büyük fırsatı olarak belirtilirken, kentin turistik imajının zayıf olması Isparta turizminin en büyük tehdit unsuru olarak belirtilmiştir.

Doğan ve Üngüren'in (2012:103) Isparta halkının turizm algısını ölçmeye yönelik olarak yaptığı araştırmanın ortaya çıkan temel sonuçları ise; "(1) Isparta halkı gülü, Eğirdir



Gölünü, Davraz Dağını, Yalvaç ve Yazılı kanyonu turizmde şehrin en önemli sembolleri olarak görmekte, (2) gerek gölleri, dağları, yaylaları, mağaraları, gerekse sosyo- kültürel ve tarihi değerleri ile Isparta ilinin turizmde önemli bir potansiyele sahip olduğunu düşünmekte, (3) ancak turizmde altyapı ve tanıtım sorunlarının giderilmesi için önemli yatırımlar yapılması gerektiğine, (4) başarı için de toplumun tüm tarafları arasında etkin bir dayanışma ve koordinasyona ihtiyaç olduğuna inanmaktadırlar.” olarak belirtilmiştir.

Isparta ilini spesifik bir turizm türü açısından değerlendiren Ceylan (2004) Yazılı Kanyon Tabiat Parkı (Sütçüler, Isparta) ile ilgili yaptığı çalışmada tabiat parkının koruma - kullanma dengesinin iyi sağlanıp doğal ve beşerî turistik çekicilikleri iyi değerlendirilebildiği takdirde yörenin, ülkemiz turizmine ( özellikle inanç turizmi) büyük katkılar sağlayacağını belirtmiştir. Yine Ceylan (2009) bir başka çalışmada Isparta Davraz Dağı'nın turizm potansiyelini değerlendirmiştir. Bu çalışmada Davraz Dağının, dağ turizminin bir alt türü olan kayak sporu yanı sıra alternatif turizm olanaklarına da sahip olduğunu belirterek bu potansiyelin kış sporları merkezinin tanınmadığı, alt yapı ve tesis eksikleri olduğu için henüz yeterince kullanılmadığı üzerinde durulmuştur.

Sargın (2006) ise çalışmada Yalvaç'ı (Pisidia Antiocheia Antik Kenti, Isparta), inanç turizmi açısından incelemiştir. Sargın Yalvaç'ın inanç turizmi açısından önemli bir merkez olduğu ancak bu potansiyelin yeterince kullanılmadığı ve şehrin bu potansiyelinin yeterince kullanılması, turizm alt yapısının oluşmasına ve tanıtım faaliyetlerine bağlı olduğu konusunu vurgulamıştır.

Tüm bu çalışmaların ortak vurgusu; Isparta ilinin azımsanmayacak bir turizm potansiyeli vardır. Ancak tanıtım yoksunluğu, yatırım eksikliği, yöneticilerin bu konuya ciddi bir şekilde eğilmemesi vb. sorunlar nedeniyle bu turizm potansiyelinden yeterince yararlanılamamaktadır. Ayrıca çalışmaların tümü bu potansiyel harekete geçirilebilirse turizmin Isparta için önemli bir gelir kaynağı oluşturacağını belirtmektedir.

### 3. Materyal – Metot

Bu araştırmanın amacı Isparta ilinin turizm alt yapısını ortaya koyarak ilin medikal turizmde elverişliliğini sınamaktır.

Bu temel amaca uygun olarak araştırmanın hipotezleri;

“Isparta ili medikal turizm destinasyonu olabilecek yeterli alt yapıya ve rekabet gücüne sahip değildir.”

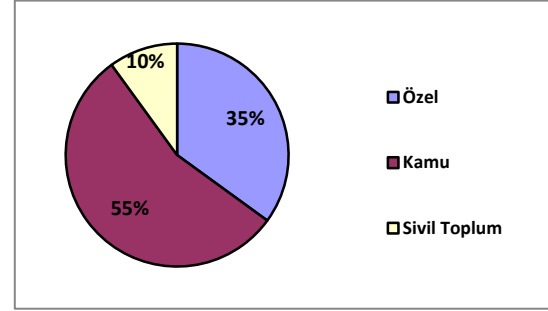
“Isparta ilinin alt yapısı doğa turizmüne daha uygundur.” olarak belirlenmiştir.

Araştırma için evren tüm Isparta ili olarak belirlenirken kullanılan veri toplama tekniği açısından evreni temsil edecek tüm paydaşlarla mülakat yapılmaya çalışılmıştır. Burada hemen belirtmek gerekir ki Isparta'da yok denecek kadar az medikal turist tedavi edilmesi, yetkililerin çalışmaya katılmada isteksiz davranması gibi nedenler çalışmayı oldukça güçleştirmiştir.

Mülakat çalışması Isparta il merkezinde yapılmıştır. Bu doğrultuda Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA) uzmanları, Süleyman Demirel Üniversitesi (SDÜ) Hastanesi yetkilileri, Isparta Ticaret ve Sanayi Odası (ITSO) Genel Sekreter Vekili ve Genel Sekreter Yardımcısı, Isparta Turizm İl Müdürlüğü, Isparta Sağlık İl Müdürlüğü, Özel Hastanelerin

tamamı ve Seyahat acenteleri ile görüşülmüştür. Çalışmada toplam 20 katılımcı ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Mülakatta görüşülen katılımcılardan 6'sı BAKA Uzmanı, 3'ü Süleyman Demirel Üniversitesi Hastanesi yetkilisi, 2'si Seyahat Acentesi yetkilisi, 1'i Isparta İl Sağlık Müdürlüğü Şube Müdürü, 1'i Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Şube Müdürü, 2'si ITSO yetkilisi, 5'i ise Özel hastane ve kliniklerin yetkilileridir.

Katılımcıların %10'u sivil toplum kuruluşlarından, %35'i özel sektör kuruluşlarından, %55'i kamu kurum veya kuruluşlarındandır (Şekil 1).

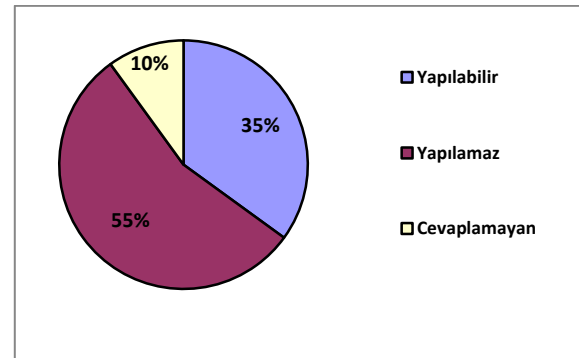


Şekil 1 - Katılımcıların Dağılımı

Görüşülen kişilere Isparta'da medikal turizmin yapılabilirliği ile ilgili önceden hazırlanan;

“Isparta'nın turizm potansiyeli ve bunun harekete geçirilmesi konusunda ne düşünüyorsunuz? Hastanenizde medikal turist ağırıyor musunuz? JCI Belgeniz var mı? Yoksa almayı düşünüyor musunuz?” gibi sorular yöneltilmiş ve alınan cevaplara göre planlanmayan bazı sorular da sorularak konuya açıklık getirilmiştir. Mülakat yöntemiyle yapılan çalışmada sonraki bölümlerde verilecek olan istatistikî verilerin yorumlanması ve hipotezlerin sınanması amacı güdülmüştür. Mülakat sonuçları ve çeşitli kaynaklardan derlenen istatistikî veriler birlikte değerlendirilmiş ve bu çalışmanın temel hipotezi olan “Isparta ili medikal turizm destinasyonu olabilecek yeterli alt yapıya ve rekabet gücüne sahip değildir” hipotezi sınanmıştır.

### 4. Bulgular

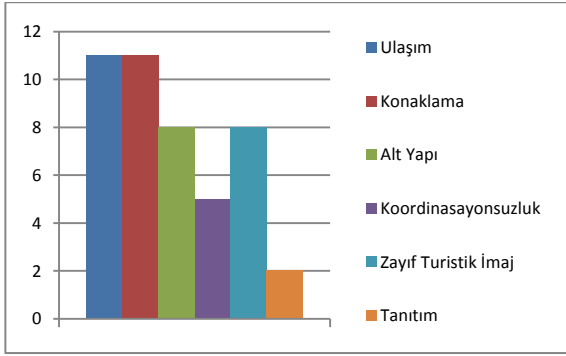


Şekil 2 - Medikal Turizmin Yapılabilirliği

Bu bölümde mülakat çalışmasında katılımcılara sorulan sorular verilerek elde edilen bulgular özetlenmektedir. Buna göre “Isparta ilinde medikal turizm yapılabilirliği hakkında ne düşünüyorsunuz?” olarak sorulan 1.soruya katılımcıların %35'i “yapılabilir” derken katılımcıların %55'i “yapılamaz” demiş ve %10 oranında bir katılımcı da bu soruyu

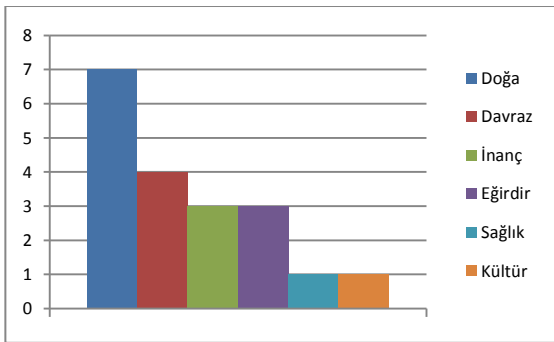
cevaplamak istememiştir. Bu soruya yapılabilir diyenler genellikle hastane yetkilileri olmakla beraber bu düşüncelerini gerekçelendirmekte zorlandıkları dikkat çekmiştir.

“Isparta’nın turizm potansiyeli ve bunun harekete geçirilmesi konusunda ne düşünüyorsunuz?” olarak sorulan 2. soruda ise katılımcıların tamamı Isparta ilinin azımsanmayacak bir turizm potansiyeline sahip olduğu görüşünü paylaşmaktadır.



Şekil 3 - Isparta Turizminin Sorunları

Isparta turizminin sorunlarının sorulduğu katılımcıların birçok sorunu dile getirdiği 3.soruda 11 katılımcının dile getirdiği “ulaşım” ve “konaklama” birinci sırada yer almaktadır. Bunu 8 katılımcının belirttiği “zayıf turistik imaj” ve “alt yapı” cevabı takip etmektedir. 5 katılımcının belirttiği “koordinasyonsuzluğu”, 2 katılımcının paylaştığı “reklam” ve “tanıtım eksikliği” takip ederken, sadece birer katılımcının belirttiği belli bir stratejinin olmaması, bireysel hareket, bilinçsizlik, turistik tesislerin yetersizliği, yabancı dil, bu konuda yeterli çabanın olmaması sorunlarının da mevcut olduğu düşünülmektedir.



Şekil 4 - Isparta Alternatif Turizm Türleri

“Isparta’da öncelikli olarak hangi turizm geliştirilmelidir?” olan 4. soruya cevap veren katılımcıların 7’si doğa turizmi, 4’ü Davraz Kış Sporları, 3’ü Eğildir (bu katılımcılar sadece Eğildir demiş ve bununla ilgili herhangi bir açıklama yapmamıştır) ve 3’ü inanç turizmi demiştir (Şekil 4).

“Hastanenizde medikal turist ağırlıyor musunuz? Bu turistlerin genel profili nedir?” olan 5. soruya sadece iki hastane yetkilisi çok az sayıda medikal turist ağırladıkları yönünde cevap vermişlerdir. Diğer kamu hastaneleri (İl Sağlık Müdürlüğünden alınmıştır) ve özel hastaneler medikal turist ağırlamadıklarını belirtmişlerdir. Buna göre bir özel diş kliniği 2009 yılından (kurulduğu günden) itibaren mülakat

gününe kadar (2014 Haziran) 200 yabancı hastaya sağlık hizmeti sunduğunu, bir kamu üniversitesi hastanesi ise sayı belirtmeden çok az sayıda medikal turist tedavi ettiklerini belirtmiştir. Bu veriler Eğirdir Kemik ve Eklem Hastalıkları Tedavi ve Rehabilitasyon Hastanesi dahil Isparta merkezde yer alan 12 hastaneden sadece 2 hastanenin az sayıda medikal turist tedavi ettiğini göstermektedir (Şekil 5 ve Şekil 6).



Turistin Sağlığı Kapsamındaki Hasta Sayısı



Şekil 5 - Turistin Sağlığı Kapsamındaki Hastaların İllere Göre Dağılımı, 2012

Kaynak: Sağlık Bakanlığı, Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013: 39



Medikal Turist Sayısı



Şekil 6 - Medikal Turistlerin İllere Göre Dağılımı, 2012

Kaynak: Sağlık Bakanlığı, Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013: 37

“Medikal turizm konusunda yaşadığımız problemler nelerdir?” olan 6. soru sadece az sayıda medikal turist ağırladıklarını belirten iki hastane yetkilisine sorulmuştur. Bu soruya Kamu Üniversitesi Hastanesi Başhekimisi direkt uçuşların olmaması sorununu ifade ederek cevap vermiştir. Özel diş kliniği sahibi ise koordinasyonsuzluk, bireysel

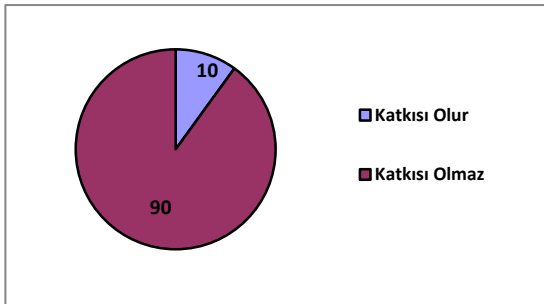


hareket, ulaşım, konaklama, yetkililerin ve diğer paydaşların ilgisizliği konularına vurgu yaparak soruyu cevaplamıştır.

“Hastanenizde medikal turist ağırlamayı düşünüyor musunuz?” olan 7. soru bir özel hastane hariç olmak üzere tüm özel hastanelere ve bir kamu üniversitesi hastanesine sorulmuştur. Toplam 6 hastaneye sorulan soruya 2 hastane “düşünüyoruz ve bu yönde çalışmalarımız var” şeklinde cevap verirken 4 hastane ise kısa vadede düşünmüyoruz cevabını vermiştir.

Hastanelere medikal turizm vizyonunun sorulduğu 8. soru sadece “medikal turizm yapmayı düşünmüyoruz” cevabını veren iki hastaneye sorulmuştur. Bu hastanelerden kamu üniversitesi hastanesi yetkilileri hastanelerini markalaştırma çalışmalarını, yine “sağlık eğitiminde ve turizmde lider” sloganıyla vizyonlarını ifade etmiştir. Özel diş kliniği sahibi ise daha çok medikal turisti Isparta iline getirmek için gereken bütün çalışmaları titizlikle yürüttüklerini ancak altıncı soruda belirtilen sorunlar nedeniyle büyük sıkıntılar yaşadıklarını belirtmiştir.

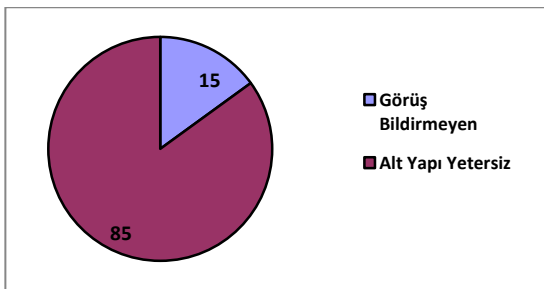
9. soruda Isparta ilinde temeli atılan şehir hastanesinin medikal turizm açısından değerlendirilmesi istenmiş bu soruyu sadece iki katılımcı (%10) olumlu yönde katkı sağlayacağını belirterek cevap vermiş, diğer katılımcıların (%90) hemen hemen tamamı bu projenin kamu hastanelerini bir yerleşkeye toplamak için gerçekleştireceğinden herhangi bir katkısının olmayacağını ifade etmiştir (Şekil 7).



Şekil 7 - Isparta Hastanesinin Medikal Turizme Katkısı

“JCI Belgeniz var mı? Yoksa almayı düşünüyor musunuz? Bunun için ne gibi çalışmalarınız var?” olarak sorulan 10. soru Isparta ilinde JCI (Joint Commission International) belgesi olan hastane bulunmadığını ortaya koyarken sadece bir hastane JCI belgesi almayı düşündüğünü belirtmiştir ancak görüşülen yetkilinin JCI prosedürlerini net olarak bilmediği ise dikkat çekmektedir.

Son olarak 11. soruda görüş bildirmeyen 3 katılımcı (%15) hariç diğer tüm katılımcılar (%85) Isparta ilinin alt yapısını medikal turizm açısından yetersiz görmekte ve Isparta ilinde medikal turizmin kısa vadede geliştirilemeyeceğini, hatta katılımcıların birçoğu uzun vadede bunun dahi mümkün olmayacağını belirtmişlerdir (Şekil 8).



## Şekil 8 - Medikal Turizm Alt Yapısı

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre; katılımcıların %85'i Isparta ilini medikal turizm alt yapısı açısından yetersiz bulmakta, katılımcıların %90'ı gibi büyük bir çoğunluğu şehir hastanesinin medikal turizme herhangi bir katkısının olmayacağını ifade etmektedir. Ayrıca hastaneler ve seyahat acenteleri medikal turizm yapmayı düşünmemekte, hâlihazırda çok az sayıda medikal turist ağırlanmakta, özel hastaneler yerli hastalara yönelmiş durumdadır. Isparta ilinde turizmin bile sorunlu (ulaşım, konaklama, alt yapı, turistik imaj, tanıtım gibi) olduğu belirtilmekte ve turist sayısının çok az olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde çalışmanın temel hipotezi olan “Isparta ili medikal turizm destinasyonu olabilecek yeterli alt yapıya ve rekabet gücüne sahip değildir” hipotezi anlamlı bulunmuştur.

Araştırma verileriyle Isparta ilinin azımsanmayacak bir turizm potansiyelinin olduğu ve bu potansiyelin sırasıyla doğa turizmi, kış turizmi, inanç ve kültür turizmine daha uygun olduğu söylenebilir.

## 5. Tartışma

Isparta ili gerçekten önemli bir turizm potansiyeline sahiptir ancak araştırmanın verilerinden de anlaşılacağı üzere bu potansiyel medikal turizme çok da uygun değildir. Nitekim Isparta ilinin hastane alt yapıları bir iki kurum hariç medikal turist ağırlamaya elverişli olmadığı gibi konuyla ilgilenen birkaç kuruluştan başka özel sektör temsilcisi de mevcut değildir.

Medikal turizmin genellikle özel sektör tarafından yapılan, özel sektörün lokomotif rol oynadığı bir faaliyet olduğu (Anonim, 2012: 6; Tablo 1) ve büyük yatırımlar gerektirdiği bilinen bir gerçektir. Isparta ilinde böyle bir yatırım olmadığı gibi böyle bir yatırımın düşünülmemesi kentte medikal turizm yapıma imkânını oldukça sınırlamaktadır.

Tablo 1 - Yıllara Göre Türkiye’de Özel Sektör ve Kamu Kuruluşlarından Sağlık Hizmeti Alan Uluslararası Hasta Dağılımı, 2012

Yıllar	Kamu Sağlık Kuruluşları		Özel Sağlık Kuruluşları		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
2008	17.817	24,1	56.276	76,0	74.093	100,0
2009	21.442	23,3	70.519	76,7	91.961	100,0
2010	32.675	29,8	77.003	70,2	109.678	100,0
2011	41.847	26,8	114.329	73,2	156.176	100,0
2012	43.904	16,8	218.095	83,2	261.999	100,0

**Kaynak:** Sağlık Bakanlığı, Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013: 24

Medikal turizm konusunda özel sektör temsilcileri Antalya ile rekabet edemeyecekleri hususunu her fırsatta vurgulamaktadır. Isparta ilinin turizm konusunun bile oldukça problemlili olduğu bilinen (Türkoğlu ve ark., 2005; Sargın, 2006; Durgun, 2007; Özdemir, 2008; Ceylan, 2009; Doğan ve Üngüren, 2012; Kılınç, 2013) bir gerçek iken, bu ilde mevcut alt yapı ile medikal turizmin geliştirilmesi önemli ölçüde sorunlu olduğu düşünülmektedir. Gerçekten “Isparta’ya nasıl turist getiririz?” sorusu tartışılırken ve bu soruya bile henüz net bir cevap verilmemişken medikal turizm yapılabilmesi ve geliştirilmesi pek mümkün gözükmemektedir.

Bu çerçevede ildeki hastaneler değerlendirildiğinde; kamu hastanelerinin gerek il içinden, gerekse çevre il ve ilçelerden

gelen hastalarla kapasitesi üzerinde çalıştığı verisi yukarıda da paylaştığımız medikal turizmin gelişimi adına önemli bir soruna işaret etmektedir. Nitekim bu veri Isparta ilindeki kamu hastanelerinin medikal turizm açısından elverişli olmadığını söyleyebilmek için tek başına yeterli görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında medikal turizm, kamu hastanelerinin ve özel hastanelerin atıl durumdaki kapasitesini kullanacağı (İçöz, 2009: 2276) düşünüldüğünde zaten kapasitesi üzerinde çalışan bir hastanenin medikal turist ağırlayamayacağı açıktır. Ancak ildeki kamu hastanelerinin yapısal olarak da medikal turizme elverişli olmadığı gözlenmiştir.

Isparta ilinde kamu hastanelerinin yetersiz kalması, sigortalı hastaların kamu hastaneleri dışında özel hastanelere de başvurma imkânının bulunması, kamu hastanelerindeki bekleme listeleri gibi sebepler hastaları özel hastanelere yönlendirmektedir. İldeki bu durumdan yararlanan özel sektör hastaneleri de gerek il içinden, gerek çevre il ve ilçelerden gelen yerli hastalara yönelmiş durumdadır. Bu durum özel hastanelerin atıl kapasitelerini yerli hastalarla doldurduğunu göstermektedir. Nitekim yapılan mülakat çalışmasında özel hastaneler medikal turist ağırlamadıklarını belirtmiştir.

Konunun bir başka boyutu ise; ilde yabancı dil bilen kalifiye sağlık personelinin azlığı, ildeki hastanelerde medikal turizme uygun ekibin bulunmaması ve medikal turizme uygun hastane tasarımı gibi sorunların varlığıdır.

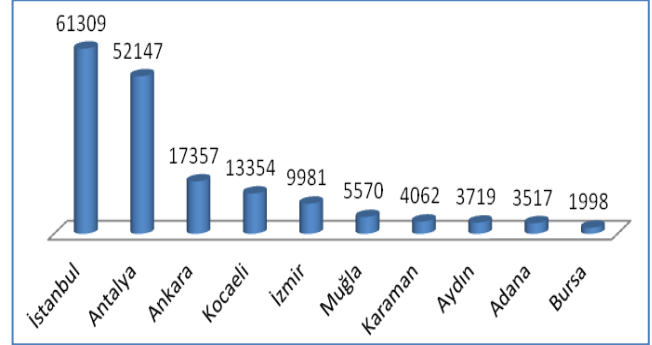
Yine halkın turizm bilinci (Durgun, 2007; Doğan ve Üngüren, 2012; Kılınç, 2013), Isparta ilinin turistik imajı, turistik tesislerin az olması, ulaşım, tanıtım, reklam ve pazarlama sorunu, koordinasyonsuzluk, bireysel hareket, bir stratejinin olmaması, özel sektörün Isparta ilini bu konuda kârlı bulmaması gibi sorunlar mülakat çalışmasında öne çıkan sorunların bir kısmıdır.

Ayrıca medikal turizm sadece iyi doktor, kaliteli hizmet demek değildir. Medikal turizm destinasyonu olabilmek ancak iyi bir organizasyona sahip olmakla ve tüm faktörlerde belli bir düzeyi yakalamakla mümkündür (Kılınç, 2013: 74 - 75). Isparta ilinde ise böyle bir organizasyon yukarıda da değinildiği gibi mevcut değildir ve acentelerin böyle bir organizasyonda yer almaya şimdilik niyetleri de yoktur. Zaten ildeki acentelerin çoğu (yarısından fazlası) yerli halk için hac ve umre organizasyonundan başka bir organizasyonda yer almamaktadır. Az sayıda acente ise yerli halk için yurt içindeki veya dışındaki bir turizm destinasyonuna gerçekleştirilen veya az sayıda yabancı turist için gerçekleştirilen İstanbul veya Antalya bağlantılı organizasyonlarda yer almaktadır.

Medikal turizmde destinasyonun işi turist tercih yaparken başlamakta, hasta evine dönüp sağlığına tam anlamıyla kavuşana kadar destinasyonun işi bitmemektedir. Bu konu da özel ilgiyi gerektirmektedir. Ancak yapılan araştırma Isparta ilinde böyle bir ilginin olmadığını, böyle bir organizasyonun kısa vadede oluşamayacağını göstermiştir.

Konuyu önde gelen medikal turizm destinasyonları (İstanbul ve Antalya gibi Şekil 9'da ilk sıralarda yer alan) açısından değerlendirdiğimizde, bu destinasyonların zaten güçlü bir turistik imaja sahip oldukları görülmektedir. Nitekim yoğun bir şekilde turizm faaliyetlerinde bulunan destinasyonların turizmin birçok çeşidinde potansiyeline göre söz sahibi olduğu görülmektedir. Ancak Isparta ilinin en sorunlu yönünün çok zayıf bir turistik imajının (Durgun,

2007) olduğu konusudur. Nitekim Kılınç da (2013) çalışmasında bu durumu ifade etmiştir. Bu noktada doğru turizm türü veya türleri (doğa turizmi, kongre turizmi, inanç turizmi gibi) seçilerek öncelikle Isparta ilinin turistik imajının güçlendirilmesi gerekmektedir. Diğer bir ifade ile turist soracağı "Neden Isparta?" sorusuna bir an önce cevap bulunmalıdır.



Şekil 9 - Medikal Turizm - Hastaların En Fazla Tercih Ettikleri İlk 10 İl, 2012

**Kaynak:** Sağlık Bakanlığı, Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, 2013: 37

Konunun bir başka yönünü ise Kamu Üniversitesi Hastanesindeki medikal turizm çalışmaları oluşturmaktadır. Hastane kendi çabalarıyla medikal turist ağırlamaya çalışmakta, ancak hastaneye başvuran hastalar genellikle yaz aylarında başvurmakta ve birçoğunu ise gurbetçi vatandaşlarımız oluşturmaktadır. Bu çaba ise turist sağlığı kapsamında değerlendirilmektedir.

Gurbetçi vatandaşlarımızın bulunduğu ülkede değil de ülkemizde sağlık hizmeti alması gerçekten sevindiricidir ama bu hastaların günlük poliklinik hizmetlerine başvurdukları göz önünde bulundurulduğunda, bu kişilerin buraya sağlık hizmeti almak için gelmediği zaten burada bulunduğu sürede sağlık hizmeti aldığı anlaşılmaktadır. Bu ise medikal turizm için yeterli bir çaba olarak görülmemektedir. Ayrıca Süleyman Demirel Üniversitesi Hastanesi tam kapasite çalıştığından medikal turizm için gerekli atıl bir kapasiteden bahsedilememektedir. Üniversite hastanesinin mevcut durumu gerek bina alt yapısı, gerekse de organizasyon yapısı açısından medikal turizme elverişli değildir. Üniversite hastanesinde medikal turizmin geliştirilmesi çok zaman, emek ve bir hayli bütçe isteyeceğinden kısa vadede üniversite hastanesinde medikal turizmin geliştirilmesi mümkün gözükmemektedir.

Isparta ilinde temelleri yeni atılan şehir hastanesi ise kamu hastanelerini bir yerleşkede toplamak amacıyla yapıldığı için (Isparta İl Sağlık Müdürlüğü) yerli hastalara hizmet vermek için tasarlanmıştır.

Tüm veriler bir arada değerlendirildiğinde; Isparta'nın mevcut alt yapısının medikal turizmin geliştirilmesine elverişli olmadığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların 7'sinin, konuyla ilgili yapılan diğer çalışmaların verileri de göz önüne alındığında ve Isparta'nın turizm potansiyeli birlikte değerlendirildiğinde (Tablo 2) Isparta ili için doğa turizmi başta olmak üzere inanç turizmi, kültür turizmi, üniversite şehri olması açısından kongre turizmi de geliştirilebilecek turizm türleri olarak düşünülmektedir.

**Tablo 2 – Isparta İlinin Turizm Potansiyeli**

İnanç Turizmi	Aya Payana ( <i>Baniya</i> ) Kilisesi, Aya Yorgi Kilisesi, Aya Stefanos Kilisesi, Aziz St. Paul Kilisesi, Barla
Kültür Turizmi	Seleukeia Sidera (Bayat) Antik Kenti, Timbria Antik Kolonisi, Prostanna Antik Kenti, Parlais Antik Kenti, Fari (Binda) Harabeleri, Tymandos (Yassören) Antik Kenti, Adada Antik Kenti, Tol Harabeleri, Apollonia Mordion Antik Kenti, Antiocheria Antik Kenti, Artemis Tapınağı.
Mağara Turizmi	Pınargözü Mağarası, Zindan Mağarası, Gümüş İni Mağarası, Erenler Mağarası, Cıv Mağarası, Kuz Mağarası, Karataş Mağarası
Kış Turizmi	Davraz, Çobanisa Köyü
Yayla Turizmi	Sorgun Yaylası, Toto Yaylası, Söğüt Yaylası, Zengi Yaylası
Ornitoloji (Kuş Gözetleme Turizmi)	Kovada Gölü ve Milli Parkı, Kızıldağ Milli Parkı, Kasnak Meşesi Tabiatı Koruma Alanı, Çandır Barajı,
Av Turizmi	Eğirdir Gölü, Hoyran Gölü
Su Sporları	Eğirdir Gölü (yüzme, yelken, sörf) Yazlı Kanyon Tabiat Parkında (rafting)
Ekoturizm	Kovada Gölü ve Milli Parkı, Kızıldağ Milli Parkı
Festivaller	Gül, Halı, Kültür ve Turizm Festivali, Davraz Kar Festivali, Antiocheia Kültür ve Sanat Festivali, Eğirdir Kültür ve Turizm Festivali, Eğirdir Uluslararası Dağcılık Festivali
Kamp ve Karavan Turizmi	Eğirdir Gölü, Eğirdir Kovada Milli Parkı, Çandır Yazlı Kanyon, Kızıldağ Milli Parkı
Yamaç Paraşüdü	Eğirdir Dağı, Davraz Dağı
Foto Safari	Kovada Milli Parkı, Sütçüler Çandır Yazlı Kanyon Tabiat Parkı, Eğirdir Yukarı Gökdere Köyü, Kasnak Meşesi Tabiatı Koruma Alanı, Eğirdir Akpınar Köyü, Hoyran Gölü, Ş.Karaağaç Kızıldağ Milli Parkı, Sütçüler Tota Yaylası.
Trekking	Eğirdir-Akpınar Köyü, Eğirdir-Okucaklı Yaylası, Yukarı Gökdere Köyü, Kasnak Meşesi Tabiatı Koruma Alanı, Kovada Gölü Çevresi, Gökbüvet Kanyon, Çandır Yazlı Kanyon, Söğüt Yaylası.

**Kaynak:** Doğan ve Üngüren, 2012: 106

## 6. Sonuç

Turizm, Türkiye'nin karşılaştırmalı rekabet üstünlüğünün bulunduğu sektörler arasında yer almaktadır. Sahip olduğu üstünlükler ve gelişim potansiyeli, turizm sektörünün gelecekte daha önemli bir konuma ulaşabileceğini ortaya koymaktadır (Anonim, 2010:1). Ülkemiz birçok turizm türünü bir arada barındırması açısından eşsiz bir konuma sahiptir. Ülkemizdeki bu potansiyelin, sinerjiye çevrilmesi önem arz etmektedir. Ancak, her bölgenin, hatta her ilin turizm potansiyeli birbirinden oldukça farklı özellikler göstermektedir. Bu nedenle de her ilde aynı turizm türünün geliştirilebileceğini düşünmek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Bu çerçevede her il kendi değerleriyle çok yönlü ve iyi bir şekilde analiz edilmeli ve o ile ait turizm gelişim stratejisi belirlenmelidir.

Bu bakımdan Isparta'nın turizm potansiyeli ve kullanımı ile ilgili makale, tebliğ, tez gibi birçok çalışmanın mevcut olduğu görülmektedir (Türkoğlu ve ark., 2005; Sargın, 2006; Durgun, 2007; Özdemir, 2008; Ceylan, 2009; Doğan ve Üngüren, 2012; Kılınç, 2013). Yapılan her çalışmanın ortak vurgusu; Isparta'nın zengin bir turizm potansiyeline sahip olduğu, fakat bu potansiyelin tam anlamıyla hayata geçirilmediği hususudur. Bunun yanında diğer ortak nokta; mevcut turizm potansiyelinin hayata geçirilmesi durumunda, bölgenin ekonomik ve sosyokültürel anlamda gelişeceği vurgusudur (Doğan ve Üngüren, 2012: 121). Gerçekten Isparta ilinde böyle bir potansiyel fazlasıyla mevcuttur. Bu durum, yapılan ve sonuçları yukarıda verilen mülakat çalışmasında görüş bildiren katılımcıların da ortak kanaati olarak vurgulanmaktadır. Ancak bu potansiyelin hangi turizm türüne daha elverişli olduğu hususu tartışmalıdır.

Bu çalışmada Isparta ili turizm potansiyeli, öncelikle medikal turizm olmak üzere, değerlendirilmiş ve medikal turizmin geliştirilmesine çok da uygun olmadığı tespit edilmiştir. İlin potansiyelinin doğa turizmi başta olmak üzere inanç turizmi, kültür turizmi ve kongre turizmi (Türkoğlu ve ark., 2005; Sargın, 2006; Durgun, 2007; Özdemir, 2008;

Ceylan, 2009; Doğan ve Üngüren, 2012; Kılınç, 2013) için daha elverişli olduğu ise çalışmanın bir başka verisidir.

Ancak turizm konusunun bile tartışmalı olduğu bir ilde (Tablo 3) özel olarak bir turizm türünün geliştirilmesinden ziyade, alt yapısının geliştirilmesi daha uygun olacaktır. Bu nedenle ilk aşamada Isparta günübirlik bile olsa yapılan turizm organizasyonlarında yer alarak tanıtımını yapmalı, adını ve özelliklerini (doğasını, gülnü vb.) duyurmalıdır. Daha sonra ise Isparta ilinin konaklama sorunu çözülerek, Isparta günübirlik uğranılan bir günde gezilen konumundan kurtarılmalıdır. Bunun için tüm sektör temsilcilerinin bir arada koordineli olarak çalışması sağlanmalıdır. Bu konuda Isparta'da doğa turizmini geliştirmek için tüm sektör temsilcilerinin bir araya getirildiği bir kurul oluşturularak Isparta Turizm Gelişim Stratejik Planı hazırlanarak uygulamaya konulmalı ve uygulama sonuçları sürekli geri besleme yapılarak denetlenmeli, aksaklıklar giderilmelidir.

**Tablo 3 - Konaklayan Turist İstatistikleri**

Yıllar	2010	2011	2012	2013	2014
Geceleyen Yerli	150.418	211.200	233.273	306.401	321.163
Geceleyen Yabancı	17.246	19.937	14.202	21.089	21.837
Toplam	167.664	231.137	247.475	327.490	343.00

**Kaynak:** Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (<http://www.ispartakulturturizm.gov.tr/TR,71441/konaklama-istatistikleri.html>)

Ancak bu çalışmalar sırasında öncelikle yukarıda değinilen ulaşım sorunlarının çözülerek Isparta ili daha kolay, daha güvenli ve alternatifli ulaşılabilen bir destinasyon durumuna getirilmelidir. Turistik tesisler artırılmalı, sürekli bakımı yapılmalı, doğa koruma alanlarına turistik tesis yapımı ve turizm yatırımları kolaylaştırılmalı ve bu konudaki bürokrasi azaltılmalıdır.

Isparta ilinin bir başka zayıf yönünü oluşturan turistlerin kentte vakit geçireceği, yerel ve kültürel ürünler üzerine alış veriş yapacağı mekânların yetersiz olmasıdır. Bu konuda kente yapılacak yatırımlar teşvik edilerek kentin alt yapısının bir kısmı bu şekilde oluşturulmalıdır. Ancak burada başka bir sorun karşımıza çıkmaktadır. Bu sorun ise Isparta ilini yerli ve yabancı yatırımcıların kârlı bulmaması, cazip görmemesidir (Durgun, 2007; Kılınç, 2013: 141-142). Girişimci az sayıda turist tarafından ziyaret edilen bir yeri kârlı bulmamakta dolayısıyla buralarda turizm yatırımı yapmamaktadır. Şu halde önce Isparta ilinin turizm potansiyelini kullanarak turist getirmek, daha sonra buraya yatırım yapmak isteyen ve/veya isteyecek yatırımcıları teşvik etmek daha yerinde bir yaklaşım olacaktır.

Yine gerek kamu kurumları, gerek özel sektör kurumları öz eleştiri yapmalı, kendilerinin aksayan yanları konusunda araştırmacıları ve diğer paydaşları yanlış yönlendirmek, yerine bunları mümkünse tamamen düzeltmeye bu mümkün değilse sorunları en aza indirmeye çalışmalıdır.

Araştırmacının vurgularından bir diğeri ise; Isparta halkının turizm bilinç düzeyinin zayıflığıdır. Hemen hemen her katılımcı mülakatta farklı şekillerde bu konuya değinmiştir. Ayrıca bu konu Doğan ve Üngüren (2012)'in çalışmalarında vurgulandığı gibi Kılınç (2013) da çalışmasında bu konuyu vurgulamaktadır. Turizm faaliyetlerini halktan ayrı düşünmek

pek mümkün olmadığından bu soruna da bir an önce eğilmek gerekmektedir. Bu sorunun çözümü ise uzun zaman ve uğraş isteyen uzun soluklu bir çaba gerektirmektedir. Sorun tüm paydaşların birlikte hareket ederek Isparta halkının turizm konusunda bilinç düzeyini yükseltecek etkinlikler düzenleyerek bu etkinliklere geniş katılımın sağlanmasıyla mümkün olacaktır.

Son olarak Isparta’da il düzeyinde ilin turizm potansiyelini belirleyen ve bu potansiyeli harekete geçirecek stratejileri olan bir çalışma maalesef mevcut değildir. Bu nedenle yukarıda değinilen tüm noktaları kapsayan bir stratejik plan en kısa zamanda yapılmalı, plan ve program dâhilinde koordineli bir şekilde çalışılmalı ve bu şekilde Isparta ilinin turistik imajı güçlendirilmelidir.

### Kaynakça

AKDU Akasya S. (2009) Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizm ve Türkiye’deki Uygulamalar Üzerine Bir Araştırma; İstanbul ve Ankara Örneği. Ankara: Gazi Üniversitesi.

ANONİM (2010) Devlet Planlama Teşkilatı Dokuzuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Yayın No: DPT: 2727 ;ÖİK: 679: 1-2

ANONİM (2012) T.C. Sağlık Bakanlığı. Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, Ankara.

ANONİM (2013) T.C. Sağlık Bakanlığı. Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu, Ankara.

BARCA, M., AKDEVE, E. ve Gedik Balay, İ. (2013) Türkiye Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri. İşletme Araştırmaları Dergisi, 5 (3) : 64 -92.

CEYLAN, S. (2004) Yazılı Kanyon (Sütçüler, Isparta) Tabiat Parkı’nın Turizm Açısından Önemi ve Kullanımı. Süleyman Demirel Üniversitesi Burdur Eğitim Fakültesi Dergisi, 5(8) : 59 - 82.

CEYLAN, S. (2009) Davraz Dağı (Isparta)’nda Kış Turizmi. Doğu Coğrafya Dergisi, 14(22) : 205-230.

ÇİÇEK R., AVDEREN S. (2013) Sağlık Turizmi Açısından İç Anadolu Bölgesi’ndeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Mevcut Yapısının ve Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15 (25): 25-35.

Çontu M. (2006) Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizmi Örneği. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi.

DOĞAN H., ÜNGÜREN E. (2012) Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi , 17(1): 103-122.

DURGUN, A. (2007) Isparta Turizminin SWOT Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(5): 93 - 109.

HACIOĞLU N., ŞAHİN M. (2008) “Üçüncü Yaş Turizmi”. Editör: HACIOĞLU N., AVCIKURT C., Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım; 8-9.

İÇÖZ, O. (2007) Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye’nin Olanakları. Journal of Yaşar University, 4(14): 2257-2279.

KILINÇ, E. (2013) Medikal Sağlık Turizminin Stratejik Planlaması: Isparta Örneği. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.

KOSTAK D. (2007) Turizm Hareketleri; Türkiye Örneği Üzerinden Sağlık Turizmi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.

ÖZDEMİR, J. (2008) Isparta İlinin Turizm Potansiyeli ve Geliştirilebilir Turizm Çeşitleri. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü.

ÖZKAN DEMİRER, E. (2010) Türkiye’de Medikal Turizm ve Geliştirilmesi: Örnek Bir Araştırma. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi.

POLAT, M. (2014) Isparta’da Turizm Alt Yapısı ve Medikal Turizmin Yapılabilirliği. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

SARGIN, S. (2006) Yalvaç’ta İnanç Turizmi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(2): 1-16.

SELVİ, M. S. (2008) Sağlık Turizmi. Editör: HACIOĞLU N., AVCIKURT C., Turistik Ürün Çeşitlendirmesi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 277-279.

TÜRKOĞLU, B., GÖVDERE, B. ve MEYDAN Ç. (2005) Isparta İli Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerileri. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(1): 29 - 38.

YILDIRIM, H. H., ALTUNKAYA Ü.. Türkiye’nin Sağlık Turizmi Potansiyeli ve Güçlükler. [http://www.absaglik.com/saglik\\_turizmi\\_turkiye.pdf](http://www.absaglik.com/saglik_turizmi_turkiye.pdf). Son Erişim tarihi: 19.04.2013.

<http://www.ispartakulturturizm.gov.tr/TR,71441/konaklama-istatistikleri.html> Son Erişim Tarihi: 09.04.2015





## Pazar Kurdu Tüketicilerin Demografik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Uygulama

Nihan Özgüven Tayfun

Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Dokuzçesmeler Kampüsü, 35160, Buca/İZMİR

### Özet

Son yıllarda iletişim alanı gelişmiştir. Geleneksel pazarlama iletişim araçları (gazete, dergi, tv...vs.) yerini dijital ortamda yapılan modern iletişim ortamlarına bırakmıştır. Günümüzde en etkili iletişim şekli ağızdan ağıza iletişimidir. Ağızdan ağıza iletişimin internet ortamında yapılmasına ise viral pazarlama denilmektedir. Ağızdan ağıza iletişim ile kişiler ürün ve hizmetlerle ilgili deneyimlerini ve bilgilerini paylaşmaktadırlar. Pazar kurtları olarak tanımlanan kişiler pazardaki diğer kişilere ürün ve hizmetlerle ilgili bilgileri aktaran kişilerdir. Bu kişiler, ürünler ve ürün fiyatları hakkında bilgi paylaşmaktan çekinmeyen kişilerdir.

Bu çalışmanın temel amacı, pazar kurdu tüketicilerin demografik özelliklerini belirlemektir. Araştırma, anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Analizlerde, pazar kurdu tüketicilerin eğitim ve meslek değişkenleri açısından farklılık gösterdiği, buna karşın cinsiyet, yaş ve gelir değişkenleri açısından bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Pazar Kurtları, Demografik Özellikler, Tüketici Davranışları

## Application of Determinig Market Mavens' Demographic Profiles

### Abstract

In recent years communications area has developed. Traditional marketing media (newspapers, magazines, TV ... etc.) was replaced their place to the modern communication media that made in digital environment. Today, the most effective form of communication is word of mouth communication. The mouth-to-mouth communication field made on the internet is called viral marketing. People share their experiences and information about products and services with word of mouth communication. Market mavens who transfer the information to others about products and services. These people are not afraid of sharing information about products and product prices.

The main aim of this study is investigating demographic profile of market maven. The survey was realized by a questionnaire. As a result of analysis it was found that market maven was significant differences with job and education but was not significant differences with age, gender and income.

**Key Words:** Market Maven, Demographic, Consumer Behavior

### 1. Giriş

Günümüzde iletişim kanallarının çoğalması, işletmelerin kısa sürede ve hızlı bir biçimde tüketiciye ulaşmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla, tüketiciye ulaşmanın kolaylaşması rekabetin boyutunu da değiştirmiştir. İşletmeler, sadece farklı iletişim kanallarıyla değil, tüketiciye farklılık yaratabilmek amacıyla da sundukları mal ve hizmet çeşidini arttırmaktadır. İşletmeler, tüketiciye çok farklı mal ve hizmet sunduğunda, çeşitlilik içinde tüketicinin zihni karışmakta, hangi ürünü tercih edeceği konusunda kararsızlık yaşamaktadır. Satın alma sırasındaki karşılaşılan riskleri en aza indirmek isteyen tüketici mal ya da hizmet hakkında iyi düzeyde bilgi birikimi olan kişilerin görüşlerine başvurmaktadır. Bu kişiler "pazar kurtları" olarak adlandırılmakta ve tüketiciye güvenilir bilgi sağladıkları düşünülmektedir.

Pazar kurtları olarak tanımlanan kişiler, tüketicileri alışveriş sırasında mal ve hizmetler hakkında bilgilendiren, en kaliteli mal ve hizmeti en uygun fiyata nereden satın alınabileceği konusunda bilgi veren, deneyimlerini ve bilgisini paylaşmaktan çekinmeyen tüketici kitlesidir.

Çalışmada, ilk önce pazar kurtları kavramı hakkında bilgi verilmekte, daha sonra pazar kurtlarının demografik özelliklerini belirlemek amacıyla, araştırma gerçekleştirilmiştir. Pazar kurtları demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmıştır.

### 2. Pazar Kurtları

Tüketicilerin satın alma davranışında etkili olan psikolojik ve sosyo-kültürel faktörler bulunmaktadır. Psikolojik faktörler; ihtiyaçlar, algılama, öğrenme, tutum, inanç ve kişilik gibi faktörlerdir. Sosyo-kültürel faktörler ise; kültür, aile, sosyal sınıf ve referans grubudur.

Tüketicilerin satın alma davranışlarında etkili olan referans grupları genel olarak; formel, informal, üyelik, özlem, olumlu ve olumsuz gruplardır. Formel gruplar, çoğunlukla resmen tanınmış kayıtlı bir yapıya ve gündeme sahip olan, düzenli olarak toplantılar düzenleyen ve yöneticileri bulunan büyük gruplardır. Informel gruplar, genellikle küçük ve kişinin yakın çevresinde yer alan kişilerden oluşmaktadır. Pazarlama yöneticileri formel

grupları tanıma ve onlara ulaşabilme kolaylığı nedeniyle onları etkilemeyi tercih etmektedirler. Üyelik grubunda tüketici referans aldığı grubun üyelerini tanıır ve çoğu kez kendisi de o grubun bir üyesidir. Özlem grubunda yer alanlar ise, tüketicinin kendisini özdeşleştirdiği ya da hayranlık duyduğu kişilerden oluşmaktadır. Referans grupları tüketici üzerinde her zaman olumlu etkide bulunmayabilir. Ancak, kişi davranışlarını referans aldığı grubun kendisinden beklentilerine göre değiştirmektedir. Bu durumda olumlu referans grubu söz konusu olmaktadır. Bazı durumlarda ise, tüketiciler sakıncalı grup olarak gördükleri kişi ya da gruplardan uzak durmaya çalışır. Bu durumda tüketici olumsuz referans grubu olarak nitelendirildiği grubun kullandığı ürünlerden uzak durup onlara benzememeye çalışmaktadır (Çalık, 2003:70). Pazar kurtları, tüketiciler için önemli bir referans grubudur.

İnsanları alışverişlerinde en iyi fiyatı, ürünü ve markayı satın alması konusunda bilgi veren tüketicilere pazar kurtları denilmektedir (Feick ve Price, 1987:84). Pazar kurtları, bir başka tanımlamaya göre, çok fazla çeşitte ürün, alışveriş yerleri ve pazarlar hakkında bilgi sahibi olan ve bu bilgileri diğer tüketicilere aktaran tüketicilerdir (Goldsmith vd., 2003: 55).

Pazar kurtları, genel pazar bilgisine bağlı uzmanlığa sahip oldukları için özel ürünlerde uzman olan, yenilikçilerden kişisel etki bakımından ayrılmaktadır (Avcılar, 2005: 341). Başka bir bakışla, pazar kurtları, ürünler ve fiyatlar konusunda uzmanlıkları olan kişilerdir. Pazar kurtlarının fikir liderlerinden ayrıldığı nokta; fikir liderleri gibi belirli ürün gruplarında değil, fiyatlar ve ürünler hakkında daha genel bilgiye sahip olmalarıdır (Ruvio and Shoham, 2007, 705).

Pazar kurtları, kaliteyi ve fiyatı önemseyen, tüketicileri etkileme gücüne sahip bireylerdir. Bu tüketiciler ürün öneren, fiyat kalite ilişkisi kuran ve değer bilincine sahip olan tüketicilerdir (Akm, Yoldaş, 2010; 9). Pazar kurtları, özellikle fiyat konusunda yaptıkları önerilerle tüketiciler için önemli bir bilgi kaynağı olmaktadır (Çaylak ve Tolon, 2013; 21).Tüketiciler için önemli bir bilgi kaynağı olan bu kişileri diğer kişilerden ayıran kişilik özellikleri bulunmaktadır.

McCrea ve Costa'nın (2003) çalışmalarında pazar kurtlarının beş temel kişilik özelliği olduğunu tespit etmişlerdir. Bu özellikler; dışa dönüklük, nevrozizm (duygusal denge), deneyime açıklık, uyumluluk ve öz-disiplin özellikleridir (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 287).

Pazarlama yazınında ürünlerle ve markalarla ilgili olumlu ya da olumsuz bilgileri arkadaşlarına, akrabalarına ve diğer tanıdığı kişilere yayan kişiler fikir liderleri ve pazar kurtları olarak adlandırılan kişilerdir. Fikir liderleri; belirli ürünler konusunda uzman olan kişilerdir. Bu kişiler girişken bir yapıdadırlar, değişik medya kanallarını kaynak olarak kullanırlar ve diğer fikir alıcıları ile sürekli ilişki içindedirler. Farklı kaynaklardan elde ettikleri bilgileri ve tavsiyeleri başkaları ile paylaşmaktadırlar. Pazar kurtları ise, pazar bilgisi çok olan ve pazarı iyi bilen kişilerdir. Bu kişiler, arkadaşlarına ve çevresindeki diğer kişilere gönüllü olarak ürünler, hizmetler ve pazarlar ile ilgili danışmanlık yapıp, bilgi paylaşımında bulunurlar (Lundberg, 2008:25-26). Pazar kurtları; ürünlerle ilgilenim düzeyleri yüksek, bilgi arayışı fazla olan, birçok ürün ve hizmet türünde geniş bilgiye sahip, pazar konusunda diğer tüketicilere bilgiler veren kişilerdir. Pazar kurtlarının kuponlara, indirimlere düşkün oldukları,

planlı alışveriş yaptıkları ve gıda reklamlarına daha fazla ilgi gösterdikleri belirlenmesine rağmen, pazar kurtlarını diğer tüketicilerden ayıran demografik özellikler tespit edilememiştir (Odabaşı ve Barış, 2003: 283).

Fikir liderleri belli bir ürün kategorisinde uzman görüşe sahip kişilerdir. Belli ürünler hakkında geniş bilgilere sahiplerdir ve daha da kendilerini geliştirmek için çalışmaktadırlar. Ayrıca bu tarz insanların çevresinde ki insanlar üzerinde büyük bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Örneğin; iletişim uzmanları fikir liderlerinin fikirlerini etkileyerek grubun tamamının fikrini etkilemeye çalışırlar. Fikir liderleri tüketici pazarında ürün yaşam eğrisinin başlangıç aşamasında, algıları açık, denemeye istekli, yenilikleri memnuniyetle karşılayabilen, iletişime sıcak bakan, fikir sahibi ve fikirlerine önem verilmesini isteyen, reklamları diğerlerine göre daha iyi algılayabilen kişilerdir. Pazar kurtları fikir liderlerine benzeseler de aralarında bazı farklar vardır. Pazar kurtları fikir liderlerine göre daha geniş bir ürün yelpazesi hakkında bilgilere sahiptirler. Pazar kurtları edindikleri bilgileri paylaşarak insanlara yardım etmekten zevk almakta ve bunu bir zorunluluk olarak görmektelerdir. Ancak fikir liderlerinde böyle bir durum yoktur (Yıldız, 2013).

Tüketicileri satın almalarında etkin rol oynayan gruplar; fikir liderleri, ürün yenilikçileri, pazar kurtları ve vekil tüketiciler olarak gruplandırılmaktadır. Bu kişiler, tüketicilerin satın alma karar sürecinde etkin rol oynamaktadırlar. Tüketicinin doğru olduğunu düşündüğü bir tercih yapmasını sağlamaktadırlar. Tüketicieyi fikir veren bu grupların temel özellikleri ve uzmanlık alanları tablo 1'de gösterilmektedir;

**Tablo 1:** Tüketicieyi Yönlendiren Gruplar

Gruplar	Uzmanlık	Özellikler
Fikir Liderleri	Sadece bir ürün grubu ile sürekli ilgilenim	Sürekli ilgilenim, yüksek statü ve sosyal grupla yüksek düzeyde bütünleşme
Ürün Yenilikçileri	Pazara yeni çıkan ürünleri hemen alma	Fikir liderlerine göre daha düşük düzeyde sosyal grupla bütünleşme
Pazar Kurtları	Genel pazar bilgisi	Pazar hakkında genel bilgilere sahip olup, bu bilgileri diğer tüketicilere aktarmaktan hoşlanırlar
Vekil Tüketici	Belirli bir ürün grubunda özel bilgi	Genellikle belirli bir ücret karşılığı çalışan uzmanlar

Kaynak: John C. Mowen ve Michael Minor (1998), Consumer Behavior, Prentice-Hall, Inc., Fifth Edition, New Jersey, s.495

Tablo 1'de görüldüğü gibi tüketiciyi yönlendiren gruplar; fikir liderleri, ürün yenilikçileri, pazar kurtları ve vekil tüketicilerdir. Fikir liderleri, sadece bir ürün grubu ile sürekli ilgilenmekte, sosyal gruplarla yüksek düzeyde bütünleşmektedir. Ürün yenilikçileri, yeni ürünleri denemekten hoşlanan gruptur. Yeniliği takip eden ve ilk deneyen kişilerdir. Pazar kurtları, genel bir pazar bilgisine

sahip olan kişilerdir. Vekil tüketici ise, sadece belirli bir ürün grubunda özel bilgi sahibidirler.

Fikir liderleri belirli ürünler hakkında bilgiye sahiptirler. Kendilerine bilgiye sahip oldukları ürün kategorisinde danışılmaktadır. Uzman gücüne sahiptirler. Teknik açıdan ehil ve inandırıcıdır. Değerlendirmelerini tarafsız biçimde gerçekleştirdikleri düşünülür. Sosyal açıdan oldukça aktif olup değer ve inançları etkiledikleri kişilerle örtüşmektedir. Ancak, önerdikleri ürünleri sürekli satın aldıkları da söylenemez. Pazara sürülen bir ürünü ilk benimseyenler arasında yer aldıkları takdirde yenilikçi iletişimcilerdir. Ürünler hakkında derin bilgiye sahip olan her tüketicinin, bu bilgileri diğer tüketicilere iletmesi beklenemez. Ancak, bunların bir bölümü ürünler ve ürünlerin satıldığı satış noktaları üzerinde tartışmalara girerek sürekli görüş bildirme eğilimindedirler. Pazarla ilgili her türlü bilgiyi diğer tüketicilere aktaran kişiler olan pazar kurdu kişiler belirli bir ürün ya da ürün grubu üzerinde bilgi sahibi olmak yerine, ürünlerin satıldığı satış noktaları hakkında karşılaştırmalı bilgiye sahiptirler. Tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen gruplar arasında, bir nevi aracılık görevi üstlenmiş bulunan vekil tüketiciler ise, satın alma kararına girdi sağlayarak onları yönlendirirler ve genellikle karşılığında kendilerine ürün üreticisi tarafından bir ödeme yapılır. Bunlar tüketici adına satın alma eylemini gerçekleştirmeyip, ancak tüketicinin ürün seçimi üzerinde büyük etkileri vardır. Fikir liderlerinin tüketici karar verme süreci üzerinde önemli derecedeki etkileri, pazarlama yöneticisinin belirli ürün kategorilerini bu kimselerle özdeşleştirmesine neden olur (Çalık, 2003:71).

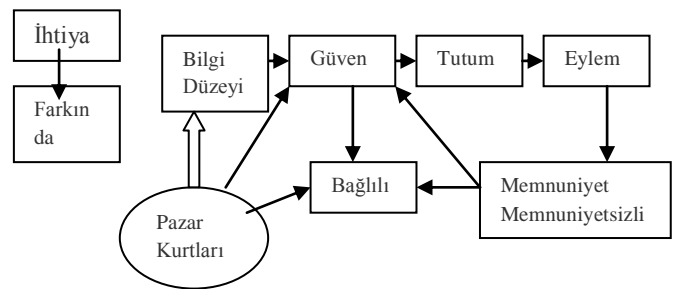
Pazar kurtları ve diğer referans grupları olan ürün yenilikçileri ve fikir liderleri arasındaki özellik açısından farkları bilgi düzeyi, isteyerek etkileme, kişisel özellikler ve diğer tüketicilerden etkilenme şeklinde gruplandırılabilir. Ürün yenilikçilerinde belli bir grubu etkileme ve etkilenme yokken, belirli bir ürün grubu hakkında bilgi sahibi olup, yeniliği erken benimsemektedirler. Fikir liderlerinde isteyerek etkileme ve etkilenme vardır. Belirli bir kategori hakkında bilgi sahibi olup, bu kişiler sosyal, kitle iletişim araçlarını kullanabilen özgün, teknik becerisi ve özgüveni yüksek kişilerdir. Pazar kurtları ise; genel pazar bilgisine sahip, isteyerek etkileyen ama etkilenmeyen, dışa dönük, deneyime açık, mükemmeliyetçi ve diğer tüketicilerle tartışmayı, bilgi vermeyi isteyen kişilerdir (Martens, 2010: 11).

Pazar kurtları konusunda çalışması bulunan Slama ve Williams (1990) pazar kurtları ölçeğini belirledikleri çalışmalarında, kişilerin sadece bilgi arama ve diğerlerine bilgi aktarma amacıyla hareket etmediklerini, bu kişilerin diğerlerine göre alışverişten zevk alan kişiler olduklarını ortaya koymuşlardır. Goldsmith vd. (2006) çalışmasında pazar kurtlarının demografik özelliklerini belirlemek ve pazar kurdu olma ile statü tüketimi ve yenilikçilik arasındaki ilişkiyi araştırdıklarında, pazar kurtlarını tanımlamada demografik özelliklerin belirleyici olmadığını, yenilikçi olma ve statünün daha açıklayıcı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Chelminski ve Coulter (2002) Amerika ve Polonya'da ki pazar kurtlarını karşılaştırdıkları çalışmalarında, Polonyalı pazar kurdu grubunun pazar kurdu olmayanlara göre daha genç olduklarını, yaş dışında diğer demografik özelliklerde herhangi bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Goodey ve East, (2008) çalışmalarında İngiltere'de pazar

kurtlarının cinsiyet, yaş ve eğitim konusunda farklılık gösterdiğini ortaya koymuşlardır. Kadın pazar kurtları genç ve az eğitimlidirler. Yener (2012) Türkiye'de pazar eksperlerinin profil özelliklerini belirlemeye yönelik çalışmasında, pazar kurdu tüketicilerin yaş ve cinsiyet değişkenleri açısından farklılık olduğunu, fakat eğitim, gelir ve meslek açısından bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Brancalone ve Gountas, (2007) Avustralya'da yaptığı çalışmada pazar kurtlarının eğitim ve gelir değişkenlerine göre farklılık gösterdiğini, ancak cinsiyete göre herhangi bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

### 3. Pazar Kurtlarının Satın Alma Kararlarındaki Rolü

Pazar kurtlarının diğer insanlar üzerindeki etkisi güven ve bağlılık oluşturma ile ilişkilidir. Bu ilişki aşağıdaki şekil ile ortaya konulmaktadır.



Şekil 1: Pazar kurtları ile güven ve bağlılık ilişkisi

Kaynak: Puspa ve Rahardja: 2009: 26 aktaran Marangoz Mehmet, Coşkun Taha, Türkoğlu Türkay, Pazar kurtları ve tüketicilerin satın alma kararlarındaki rolü, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi ,Cilt:4 , Sayı:1, Haziran 2015

Şekil 1'de gösterildiği gibi tüketiciler ilk önce ihtiyaçlarının farkına varmaktadır. İhtiyacı fark eden tüketici bilgi düzeyi iyi olan pazar kurtlarından ya da başka kaynaklardan bilgi toplar. Eğer satın alma kararından memnuniyet duyarsa güven ve bağlılık oluşur ve devam etmektedir. Pazar kurtları satın alma süreci içerisinde paylaştığı bilginin içeriğiyle güveni ve bağlılığı olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir.

### 4. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın metodoloji kısmında araştırmanın amacı, yöntemi, kısıtları ve bulguları yer almaktadır.

#### 4.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, pazar kurdu olan tüketicilerin demografik özellikleri açısından pazar kurdu olmayan bireylere göre farkını ortaya koymaktır. Bu temel amaçtan hareketle, pazar kurdu olan tüketicilerin demografik özellikler bakımından anlamlı bir farklılık gösterip göstermediklerini ortaya koymaktır.

#### 4.2. Araştırmanın Yöntemi ve Kısıtları

Araştırmada, anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket formu, katılımcılara yüz yüze görüşme tekniği ile uygulanmıştır. Bu kapsamda, anket formu oluşturulmuştur. Anket formu içinde yer alan pazar kurtları ile ilgili ifadeler Feick ve Price (1987) çalışmasında pazar kurtları ile ilgili geliştirdiği ölçekten yararlanılarak araştırmaya dahil edilmiştir. Anket formunda pazar kurtları ile ilgili 6 ifade yer

almaktadır. Anket formundaki ifadeler 5'li Likert ölçeği (kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) ile cevaplayıcılara yöneltilmiştir. Ayrıca, anket formuna katılan kişilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak cinsiyet, yaş, gelir, meslek ve eğitim soruları da yer almaktadır. Anket formu oluşturulduktan sonra, uygulamaya başlamadan önce, örnekleme temsil eden 40 kişilik bir gruba pilot çalışma yapılmış, pilot çalışma sonucu elde edilen geri bildirimler sonucunda anlaşılmayan ifadelerde tekrar düzenlemeler yapıp, anket formuna son şekli verilmiştir.

Araştırma kapsamında, 500 anket formu çoğaltılmıştır. 500 anket formundan yapılan incelemeler sonucu 435 anket formunun düzgün, eksiksiz doldurulduğu ve çelişkili cevaplar içermediği tespit edilmiştir. Tutarsız cevaplar içeren, eksik doldurulmuş ve yanıltıcı bilgiler bulunan 65 anket formu araştırma kapsamı dışında tutulmuştur. Bu duruma göre anket formalarının geri dönüş oranı %87 (435/500x100) dir.

Anket formu İzmir ilinde uygulanmıştır. Araştırmaya katılacak kişilerin seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket formu 18 ve 18 yaş üzeri kişilere uygulanmıştır. Bu kişilere öncelikle pazar kurdu kavramı hakkında kısa bilgi aktarılmış, yapılan açıklama sonucu kendilerini pazar kurdu olarak gören kişilere anket formu uygulanmıştır. Araştırmada, kolayda örnekleme yönteminin kullanılması, örneklemin sınırlı sayıda olması ve sadece İzmir ilinde gerçekleştirilmesi araştırmanın kısıtlarını oluşturmaktadır. Bu nedenle, araştırmadan elde edilen sonuçlar sadece örnekleme temsil etmekte olup, genellenememektedir.

Araştırma kapsamında aşağıda yer alan hipotezler oluşturulmuştur;

H1: Pazar kurtlarında cinsiyete göre anlamlı bir fark vardır.

H2: Pazar kurtlarında yaşa göre anlamlı bir fark vardır.

H3: Pazar kurtlarında gelire göre anlamlı bir fark vardır.

H4: Pazar kurtlarında mesleğe göre anlamlı bir fark vardır.

H5: Pazar kurtlarında eğitime göre anlamlı bir fark vardır.

#### 4.3. Araştırmanın Bulguları

Araştırmaya dahil edilen pazar kurtları ölçeğine ait değişkenlerin güvenilirlik analizi yapıldığında, cronbach alfa katsayısı 0,803 olarak bulunmuştur.

Alfa katsayısına göre, ölçeğin güvenilirliği,  $0,60 \leq \alpha < 0,80$  ise ölçek güvenilir,  $0,80 \leq \alpha < 1$  ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir (Kalaycı, 2008:405). Bu bilgiye göre, pazar kurdu ölçeği yüksek derecede güvenilirdir.

Anketi cevaplayan kişilerin demografik özellikleri frekans tablosu ile belirlendiğinde, cevaplayıcıların %54'ü kadın, %46'sı erkektir. Bu bulgu, katılımcıların kadın ağırlıklı olduğunu göstermektedir. Cevaplayıcıların %23'ü 18-25 yaş aralığında, %14'ü 26-35 yaş aralığında, %25'si 36-45 yaş aralığında, %22'si 46-55 yaş aralığında, %10'i 56-65 yaş aralığında ve %6'sı 66 ve üzeri yaş aralığındaki kişilerdir. Bu bulgu, cevaplayıcıların 36-45 yaş aralığında olduğunu göstermektedir. Meslek durumları açısından; %10'i iş adamı/yönetici, %11'si kamu sektörü çalışanı, %37'ü özel sektör çalışanı, %5'i ev hanımı, %8'i emekli, %9'i öğrenci, %13'ü serbest meslek, %7'si esnaf/zanaatkardır. Elde edilen

bulguya göre katılımcıların çoğu özel sektör çalışanı kişilerdir. Eğitim durumları açısından, %9'u ilköğretim, %20'i lise, %15'si ön lisans, %48'i lisans ve %8'u lisansüstü düzeyindeki kişilerdir. Bu durum, cevaplayıcıların yarıya yakın bir kısmının lisans mezunu kişiler olduğunu göstermektedir. Gelir durumları bakımından, cevaplayıcıların %19'si 750-1500 gelir aralığında, %22'ü 1501-2250, %17'i 2251-3000, %28'si 3001-3750, %14'i 3751 ve üzeri gelire sahip kişilerdir. Bu bulguya göre, cevaplayıcılar 3001-3750 gelir aralığındaki kişilerdir.

Araştırmada, pazar kurtları ölçeğindeki ifadeler hakkında katılımcıların düşüncelerini belirlemek için tanımlayıcı istatistik yapıldığında, tablo 2'deki sonuçlara ulaşılmıştır;

**Tablo 2:** Tanımlayıcı İstatistikler

Pazar Kurdu Ölçeği	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Standart Sapma
Yeni marka ve ürünler hakkında arkadaşlarıma bilgi vermeyi severim	1,00	5,00	3,8299	,93746
İnsanlara birçok ürün hakkında bilgi vererek onlara yardımcı olmayı severim	1,00	5,00	3,7310	,89485
İnsanlar ürünler ve alışveriş yapılacak yerler hakkında danışirlar	1,00	5,00	3,7356	,89365
Eğer biri ürünü nereden alacağımı sorarsa, ona söylerim	1,00	5,00	3,9563	,96502
Arkadaşlarım, yeni ürün hakkında en iyi bilgiyi benden alabileceklerini düşünürler	1,00	5,00	2,9287	,97289
Kendimi birçok ürün, indirimler, mağazalar hakkında bilgi sahibi olarak tanımlayabilirim	1,00	5,00	3,0598	1,02103
N=435 Genel Ortalama: 3,5402				

Tablo 2'de görüldüğü gibi katılımcılar en çok "Eğer biri en iyi ürünlerin nereden alınabileceğini sorarsa, ona alışveriş yapacağı yeri söylerim" ifadesine katılmaktadırlar. Daha sonra "Yeni marka ve ürünler hakkında arkadaşlarıma bilgi vermeyi severim" ifadesi gelmekte, ardından sırayla "İnsanlar ürünler ve alışveriş yapılacak yerler hakkında danışirlar", "İnsanlara birçok ürün hakkında bilgi vererek onlara yardımcı olmayı severim", "Kendimi birçok ürün çeşidi, yeni ürünler, indirimler, mağazalar vb. konular hakkında bilgi sahibi olan biri olarak tanımlayabilirim", en az düzeyde ise "Arkadaşlarım, yeni ürünler hakkında en iyi bilgiyi benden



alabileceklerini düşünürler” ifadesine katılmaktadırlar. Elde edilen bulguya göre, katılımcılar, ürünleri satın aldıkları mağazaları paylaşmayı sevmekte, kendilerinden yardım isteyenlere destek olma istekli oldukları söylenebilir.

Pazar kurtları değişkeni ile cinsiyet, yaş, gelir, meslek ve eğitim arasındaki ilişkinin belirlenmesinde, cinsiyet, meslek ve eğitim değişkenleri nominal ölçek olduğu için ilişkiyi ortaya koymada ki-kare testi, gelir ve yaş değişkenleri ise nominal ölçek olduğundan ANOVA analizi yapılmıştır.

Pazar kurtları ile cinsiyet arasındaki anlamlı farklılığın sorgulandığı H1 hipotezini test etmek için yapılan ki-kare testi sonucunda X2 değeri 28,198 çıkmıştır. P değeri 0,208 olarak bulunmuştur. P değeri %95 güven aralığında 0,05 değerinden büyük olması (P=0,208) hipotezin red edileceğini göstermektedir. Elde edilen bulguya göre, pazar kurtları cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Pazar kurtları yaş arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını ortaya koymaya yönelik H2 hipotezi ANOVA analizi ile test edildiğinde, p değeri 0,386 çıkmıştır. 0,05 değerinden büyük olduğu için H2 hipotezi red edilmektedir. Elde edilen bulguya göre pazar kurtları yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. H3 hipotezi, pazar kurtları ile gelirin anlamlı farklılığını test etmeye yönelik olarak oluşturulan hipotez, ANOVA analizi ile test edilmiş olup, p değeri 0,247 olarak bulunmuştur (P>0,05). Bu nedenle H3 hipotezi red edilmektedir. H4 hipotezi ile pazar kurtları ile meslek arasındaki anlamlı farklılık ki-kare analizi ile belirlendiğinde, p değeri 0,000 (p<0,05) bulunmuştur. Bu durumda H4 kabul edilmektedir. Son hipotez olan pazar kurtlarında eğitim değişkeninin anlamlı farklılık gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik H5 hipotezi ki-kare testi ile analiz edildiğinde p değer, 0,000 (p<0,05) olarak bulunmuştur. H5 hipotezi kabul edilmektedir.

Analiz sonuçlarına göre; pazar kurtları ile eğitim ve meslek değişkenleri arasında anlamlı bir farklılık vardır. Pazar kurtlarında eğitim düzeyi olarak lisans mezunu kişiler ve meslek açısından ise özel sektör çalışanı kişiler anlamlı farklılık göstermektedir. Buna karşın, pazar kurtları ile cinsiyet, yaş ve gelir arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Pazar kurtları ile demografik özellikler arasındaki ilişkiyi korelasyon analizi ile analiz edildiğinde tablo 3 elde edilmektedir.

**Tablo 3:** Korelasyon Analiz Bulguları

		Pazar Kurtları
CİNSİYET	Kendall Korelasyon Katsayısı	-,088
	Anlamlılık Değeri	,086
YAŞ	Kendall Korelasyon Katsayısı	-,012
	Anlamlılık Değeri	,542
GELİR	Kendall Korelasyon Katsayısı	,050
	Anlamlılık Değeri	,203
MESLEK	Kendall Korelasyon Katsayısı	,115
	Anlamlılık Değeri	,009
EĞİTİM	Kendall Korelasyon Katsayısı	,143
	Anlamlılık Değeri	,001
N=435		

Tablo 3’de görüldüğü gibi, yapılan korelasyon analizi sonucu daha önceki hipotez testlerinde kullanılan analizlerle aynı sonuçlar elde edilmiştir. Korelasyon analizi sonucunda da pazar kurtları ile meslek ve eğitim arasında ilişki bulunmuş, ancak cinsiyet, gelir ve yaş arasında ilişki bulunamamıştır.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Pazar kurtları, tüketicilerin satın alma sırasında algıladıkları riskler azaltan, etrafındaki ya da bilgisine başvuran kişileri doğru bir şekilde yönlendirmek amacıyla önerilerde bulunan, kalite-fiyat ilişkisini iyi kuran kişilerdir. Tüketiciler, alışveriş öncesinde çeşitli gruplardan bilgi almaktadırlar. Bu bilgi kaynakları; fikir liderleri, pazar kurtları ve yenilikçilerdir. Pazar kurtlarını bu kaynaklardan ayıran temel nokta, pazar kurdu olan tüketicilerin bilgi paylaşımı konusunda istekli olmalarıdır.

Araştırma, pazar kurdu tüketicilerin demografik özelliklerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırmaya katılan tüketiciler, kadın, 36-45 yaş aralığında, lisans mezunu, özel sektör çalışanı ve 3001-3750 gelir aralığındaki kişilerdir. Araştırma sonuçlarına göre, pazar kurdu tüketicilerin eğitim ve meslek değişkenleri ile farklılık göstermekte ancak cinsiyet, yaş ve gelir değişkenleri ile farklılık tespit edilememiştir. Elde edilen bulgular, Goodey ve East, (2008), Yener (2012) ve Brancalone ve Gountas, (2007) çalışmalarını destekler niteliktedir.

Pazar kurdu tüketiciler, demografik özellikleri açısından incelendiğinde, cinsiyet bakımından anlamlı bir farklılıkları bulunmamaktadır. Hem kadınlar hem de erkekler kendilerini pazar kurdu olabilmektedirler. Sonuçta bu iki cinsiyetinde tercih ettikleri, uzman olabilecekleri ürün türleri farklılık göstermektedir. Pazar kurdu olmak gelir düzeyleri ile ilişkili değildir. Farklı gelir düzeylerindeki kişilerde pazar kurdu olabilmektedir. Yaş açısından her bir yaş grubu pazar kurdu olabilmektedir. Ancak eğitim düzeyleri ve meslekler bakımından Pazar kurdu olan tüketiciler farklı özelliktedirler. Bu kişilerin eğitim düzeyleri lisans mezunu olup, özel sektör çalışanıdır. Belirli bir eğitim düzeyinde yer alan kişiler araştırmaya, okumaya ve denemeye daha fazla önem verdikleri için anlamlı sonuç çıkması olağandır. Meslek açısından özel sektörde çalışanlar iş gereği kendilerini geliştirmek ve pazarı daha yakından takip etmek zorundadırlar.

Bu çalışmada sadece pazar kurtlarının demografik özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Gelecek çalışmalarda pazar kurtları, kişilik ve psikolojik özellikleri açısından da değerlendirilebilir.

## Kaynakça

- Akın M., Yoldaş A. (2010) “Tüketicilerin Psikografik Özelliklerinin Market Markalı Ürün Satın Alma Eğilimlerine Etkisi”, *Akademik Bakış Dergisi Say 22, Ekim-Kasım-Aralık, Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, ss.1-21
- Avcılar, M. Y. (2005), “Kişisel Etki Kaynakları ve Ağızdan Ağıza İletişim Ağı”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:19, Sayı: 2 ss. 333-347
- Brancalone, V., Gountas, J. (2007), “Personality Characteristics of Market Mavens”, *Advances in Consumer Research*, Vol.34, pp. 522-527

- Chelminski, P., Coulter, R. (2002), "Examining Polish Market Mavens and Their Attitudes Toward Advertising", *Journal of East-West Business*, Vol.8(1) pp.77-90
- Çalık Nuri (2003), *Pazarlama Yönetimi*, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları No:791, Editör: Prof. Dr. Birol Tenekecioğlu, Eskişehir
- Çaylak P., Tolon M., "Ağızdan Ağza Pazarlama Ve Tüketicilerin Ağızdan Ağza Pazarlamayı Kullanımları Üzerine Bir Araştırma", *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 15/3 (2013) ss.1-30
- Feick, L. F., Price, L. L. (1987) "The Market Maven: A Diffuser Of Marketplace Information" *Journal Of Marketing*, 51(1), 83-98.
- Goldsmith, R. E., Leisa R. F., Elizabeth B. G. (2003), "Innovative Consumers and Market Mavens", *Journal of Marketing Teory and Practice*, Vol.: 11, Issue: 4, pp. 54-64
- Goldsmith, R.E., Clark, R. A., Goldsmith, E. B. (2006), "Extending the Psychological Profile of Market Mavenism", *Journal of Consumer Behaviour*, 5 pp.411-419
- Goodey, C., East R. (2008), "Testing the Market Maven Concept", *Journal of Marketing Management*, Vol.24, No.3-4, pp. 265-282
- John C. M., Michael M. (1998), *Consumer Behavior*, Prentice-Hall, Inc., Fifth Edition, New Jersey, s.495
- İnanç, Y. B. ve Yerlikaya, E. E. (2012), *Kişilik Kuramları*. Ankara: Pegem Akademi
- Kalaycı Ş., (2008), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım, 3. Baskı, , Ankara
- Lundberg, M.Christine (2008), "A Word of Mouth Approach to Informal Information Sharing Among Part-Time and Short-Term Employed Front-Line Workers in Tourism", *Journal of Vocation Marketing*, Vol:18 No:23, pp. 23-39
- Martens, M. (2010), "The Effect of Market Mavens on Trial Probability: Does Marketing Communication Affect Market Mavens", *Bachelor Thesis Marketing*, Supervisor: Ms. N. Raassens, pp.1-27
- Marangoz Mehmet, Coşkun Taha, Türkoğlu Türkay (2015), *Pazar kurtları ve tüketicilerin satın alma kararlarındaki rolü*, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* ,Cilt:4 , Sayı:1,ss.158-173
- McCrae, R. R. ve Costa, P.T. (2003), *Personality in Adulthood*, New York: Guilford Press
- Odabaşı, Y., Gülfidan B. (2002), *Tüketici Davranışı*, 2. Baskı, MediaCat Kitapları, Kapital Medya A.Ş., İstanbul
- Puspa J. ve Rahardja C. T. (2009), "Market Mavenism Its Contribution in Building Consumer's Trust" *Gadjah Mada International Journal of Business*, Vol (11), No (1), pp. 21-35
- Ruvio A. ve Aviv S. (2007), "Innovativeness, Exploratory Behavior, Market Mavenship, and Opinion Leadership An Empirical Examination", *Psychology & Marketing*, Vol. 24 (8) pp. 703-722
- Slama, M. E., Terrell G. W. (1990) "Generalization Of The MarketMaven's Information Provision Tendency Across Product Categories" *Advances in Consumer Research*, 17, pp..48-52
- Yener D. (2012), "Türkiye'deki Pazar eksperlerinin Profil Özellikleri ve Alışverişe Yönelik Tutumları", *Electronic Journal of Vocational Collages*, Vol.2, No:2, ss.118-130
- Yıldız Said (2013) *Marketing is Everthing, everthing is marketing*, <http://www.hakankiraci.com/?p=1611> Erişim Tarihi:28.11.2015



## Devlet Planlama Teşkilatı'na Sosyalist Planlama Açısından Bir Bakış\*

Selime Yıldırım

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Karaman

### Özet

Planlama sosyal, ekonomik ve politik unsurları barındıran bir süreç olarak ele alınabilir. Bu kapsam, planlamanın yönetsel yanlarını, yani teknik unsurlarını yadsımamaktadır. Planlamaya ilişkin karar verme ve uygulama aşamaları, bu unsurların etkileşimine dayanmaktadır. Planlamanın Türkiye’de örgütlü hale gelişi 1960’lı yıllarda Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)’nin kuruluşuyla gerçekleşmiştir. Çalışma, planlama kavramının dünyada yaygınlaşmasını sağlayan SSCB deneyimi ile Türkiye deneyimini karşılaştırma hedefindedir. Bu karşılaştırma, sosyalist planlamanın temel ilkeleri üzerinden yapılacaktır. Çalışma, iki ülkede planlamanın ortaya çıkışı ve uygulanması aşamasını incelerken, planlamanın felsefesi üzerinden betimsel bir analiz yapmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Planlama, Sosyalist Planlama, Kalkınma Planlaması, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

## A View of The State Planning Organization in Terms of Socialist Planning

### Abstract

Planning can be taken as a process that includes social, economic and political issues. This context does not ignore administrative and technical sides of planning. Phases of implementation and decisionmaking of planning depend on these issues. Institutionalization of planning in Turkey occurred during the 1960’s by foundation of the State Planning Organization (SPO). This study aims at comparing planning experiences of the USSR and Turkey. This comparison will be based on basic principles of socialist planning. The study makes a descriptive analysis on philosophy of planning while examining rise and implementation of planning in USSR and Turkey.

**Keywords:** Planning, Socialist Planning, Development Planning, the USSR

\*Bu makale, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Yönetim Bilimleri Anabilim Dalı Birleşik Doktora programı kapsamında verilen “Planlama Yönetimi” dersi için hazırlanmış dönem sonu ödevinden türetilmiştir. Çalışma konusu belirlemedeki önerileri ve çalışmaya katkıları dolayısıyla Doç. Dr. Barış Övgün’e teşekkür ederim.

### 1. Giriş

Planlama kavramı, yönetim ilkeleri olarak kabul edilen Planlama, Örgütlenme, Personel, Yönlendirme, Eşgüdüm, Denetim, Bütçeleme ilkelerinin ilki olması nedeniyle önemlidir. Yönetim bilimi alanında planlama hem bu alanı toparlamak hem de sistemin sürdürülebilirliğini sağlamak gibi önemli rollerin sahibidir.

Planlamanın bu çok işlevli hali onun ülkeye, ekonomik sisteme ve coğrafi konuma göre çeşitlilik göstermesine sebep olmaktadır. Çalışma, planlama çeşitliliği konusunda basit ayrımlara gitme iddiasındadır. Planlama kavramı, bu kesişimleri bir arada bulundurmakla beraber, “bir kısım” ideolojinin taşıyıcısı olarak görülmektedir. Planlama tartışmalarını ele aldığımızda, bu yaklaşımın ilkel bir düzeyde kaldığı tespit edilmektedir. Zira planlamanın Fayol’un ortaya koyduğu evrensel yönetim ilkelerinin ilki olması, bunun aksini ispat etmektedir. Bilimsel Yönetim Okulu’nun önemli temsilcilerinden olan Fayol ve devamında bu ilkelerin belirginleşmesini sağlayan Urwick ve Gulick’in temel amaçlarının verimlilik olduğu kendi eserlerinde de pek

çok bilim insanı tarafından da tespit edilmiştir. Planlamanın niteliği, “neyi” planladığımızla yakından ilişkilidir.

Türkiye ekonomik, siyasi ve toplumsal bakımdan kemale erememiş gelişmeler yaşayan bir ülkedir. Metaforik olarak hacıyatmazın gitgellerine benzetebileceğimiz bu durum tüm alanlara sirayet etmiştir. Liberal ekonomi modeli benimseyerek kurulan Cumhuriyet, 1929 Krizi ve Osmanlı dış borçları nedeniyle “zorunlu devletçilik” dönemine girmiştir. Bu dönemin en önemli özelliklerinden biri de planlama çabalarıdır. 1933 yılında Sovyet planlamanın desteği ile hazırlanan 1. Beş Yıllık Sanayileşme Planı ile Türkiye’nin planlama macerası başlamıştır.<sup>1</sup> Sovyetler Birliği’nin

<sup>1</sup> Bu konuda İlkin ve Tekeli’nin” planlamanın tarihinin 1920’lerin sonu ile başlatılmasında rasyonel akılla değil, devletin ekonomik bir aktör olarak ortaya çıkması” vurgusu planlamanın niteliği ile ilgili zihin açıdır. Beş Yıllık Sanayi Planları ile başlatılan planlama tarihinin esasen Osmanlı Devleti döneminden birtakım miraslara sahip olduğuna ilişkin tespitler önemlidir. Konuya ilişkin bkz: İlhan Tekeli ve Selim İlkin (2010), “Planlama Tarihi Açısından Umur- u Nafia Programları ve Cumhuriyet’ in 1929 Yılında Uygulanmaya Başlayan İkinci Umur-u Nafia Programı”, E. Türkcan (Ed.), *Atilla*

planlama deneyimi ve başarısı, Türkiye'nin bu adımı atmasına neden olmuştur. Planlama konusunun kurumsal hale gelişi ve anayasaya girişi 1960'lı yıllara tekabül eder. Önceki planlama girişimleriyle ele alınması gereken bu dönem, hem yeni kurum ve anlayış hem de yeni tartışmaları beraberinde getirmiştir.

Çalışmanın tezi, Türkiye'deki planlama deneyiminin kapitalizmin planlanmasının bir kesitini oluşturduğudur. Kapitalist sistemin kırılma ve bunalımlarından planlama serüveni de etkilenmiş; planlama anlayışındaki dönüşümler bu nedenle gerçekleşmiştir. Planlama kavramının sosyalist sisteminin niteliğine uygun ve sistemi geliştiren araçlardan biri olması ise planlama alanındaki tartışmalarda yön gösterecek önemli bir ayrımdır. Bu sebeple, sosyalizm deneyiminin en önemli temsilcisi olan ve dünyada plancılığın yayılmasında büyük paya sahip olan Sovyetler Birliği'nin planlama deneyimini karşılaştırmak, "kapitalizmin planlanması" tespitini ortaya koymanın yöntemlerinden biri olarak kabul edilmiştir. Çalışmanın önemi ise DPT ile Sovyetler Birliği'nin merkezi planlama teşkilatı olan GOSPLAN arasında bir karşılaştırmaya yer vermesinden ileri gelmektedir. Bu analiz yapılırken salt teknik konular incelenmemiş, dönemin politik ve toplumsal gelişmeleri de ele alınmıştır. Kişisel niyetler dışında, DPT'nin kuruluşunun arkasında yatan sebepler ile bunun sosyalist toplumun inşa edecek bir parça olup olmayacağı da cevabı aranan sorular arasında yer almaktadır. Çalışma, sayısal analizlerin üzerinden durmayarak betimsel bir yöntem izlemiştir. Çalışmanın kısıtları arasında DPT'nin tasfiyesi ve sonrasında Kalkınma Bakanlığı'na geçiş sürecinin incelememesinden ileri gelmektedir. İncelenen dar dönem, aynı zamanda DPT'nin kuruluşunun toplumsal ve siyasal yansımalarıyla beslenirken, Türkiye'deki planlamanın temel felsefesi gösterilmeye çalışılmıştır. Türkiye planlama deneyiminin en önemli aktörlerinden olan DPT'nin kapitalizmin planlanmasının önemli aktörlerden oluşunun tespitinin yanında, bu kurum değişen planlama politikalarıyla yerini yeni bir yapılanmaya bırakmıştır.

## 2. Planlamaya nereden bakmalıyız?

Planlama kavramı toplumsal, siyasi ve ekonomik unsurları barındıran bir kavramdır. Bu sebeple planlama, sosyal bilimlere ait pek çok kavramda olduğu üzere uzlaşılan bir kavram olamamıştır. Sosyal bilimlerin bir diğer kısıtı ise benzer soru setlerine benzer cevaplar alışımda yatmaktadır. Diğer bir deyişle, alana yeni iddialarla girmek ya da benzer varsayımlar üzerinden hareket etmek mümkün ve aynı zamanda tercih işidir. Planlama alanında bu çalışmada söylenecekler ve incelenen kurum olan DPT'nin "öncü kadrolarının" niyetleri de aslında bu noktaya temas etmektedir. Yeni bir kadro ile ortaya çıkan DPT'nin özel bir yeri olmasında, kurucu ekibin hem teknik hem de insani niteliklerinin gelişkin olması pay sahibidir (Küçük, 1978: 90). Çalışma, aslında klasik planlama anlayışını reddeden diğer bir deyişle, planlamayı "devletin, iktisadi yaşama basit bir müdahalesi demek değildir." (Tanilli, 1981: 525) vurgusuyla ele alan bir anlayışı esas alan ve başlangıcı itibarıyla kadrolarında bu niyeti taşıyan kişileri barındıran DPT'nin kuruluş macerasını ele almaktadır. Bütün bu nitelikleri

taşıması ile birlikte planlama kavramına nereden baktığı ve neyi hedeflediğini ortaya koymak için Sovyet deneyimine başvurulacaktır.

Belirtildiği üzere, planlama kavramının salt teknik boyutu dışında, diğer unsurlarla ilişkisini ele almak planlamaya nereden bakacağımız konusunu beslerken, aynı zamanda işimizi çetrefil hale getirmektedir. Peki, şunu düşünmek işimizi kolaylaştırır mı: Kapitalist sistemden önce planlama var mıydı? Planlama neyi planlar? Üretim ilişkilerini mi bölüşüm ilişkilerini mi yoksa tümünü birden mi? Daha da ileri giderek planlamayı "sosyal bilimlerin teknolojisi" (Yılmaz, 1999: 86) mı görmeliyiz, yoksa insanoğlunun ihtiyaçlarına cevap veren ve bunu yaparken onun arzu ve çıkarlarını taşıyan bir araç mı?

Planlama konusunda bu kafa karışıklığı yaşanırken, belki bir planlama tanımı getirmek sakıncalı bulunabilir. Yalçın Küçük'ün de (1978:15) belirttiği gibi bu "yöntemsel sakınca" ya karşın yine de bir tanım ortaya koymak gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu sebepten, inceleme alanımızı genel hatlarıyla belirlemek maksadıyla böyle bir işe kalkışılacaktır.

Planlama kavramının yirminci yüzyıla ait olduğu, özellikle kapitalist sisteme müdahale etmenin yöntemlerinden biri olduğu söylenmektedir (Ekiz ve Somel, 2005: 2). Alışıldık planlama tanımı ise "belirli bir amacı gerçekleştirmek için düzenlenen önlemler bütünü" olarak belirtilmektedir (Küçük, 1978: 15-16). Bu noktada belirleyici olan amaç ve önlemlerdir. Genelgeçer bir anlayışı belirten bu yaklaşım, bizim açımızdan amacın niteliği ve önlemin aracı olmak üzere iki önemli noktaya ortaya çıkarır. Bu noktaların aydınlatılması ise planlamanın neden ve nasıl yapıldığı soruları cevaplanarak sağlanacaktır.

Planlamayı daha geniş ölçekte ele almak ve çeşitli bileşenleri barındıran bir süreç olarak görmek mümkündür. Tanilli çalışmada öngördüğümüz planlama anlayışına uygun bir tanım getirmektedir: "Planlama, en geniş anlamıyla, iktisadi, sosyal ve kültürel faaliyetlerin belli bir zaman çerçevesi içinde, önceden düşünülmesi, hesaplanması ve eşgüdümü demektir." (Tanilli, 1981: 525).

Planlama alanında, daha doğru ifadeyle kapitalizmin planlanmasında oldukça önemli çalışmaları olan Tinbergen ise ekonomik temelden hareketle, üretim faaliyetinin gerçekleştirilmesinde gerekli kaynakların ve bu üretimin sonucunda elde edilenlerin dağılımının eşit şekilde gerçekleşmesinin planlama ile sağlanabileceğini varsaymaktadır (Akçay, 2007' den akt: Şimşek, 2012: 3).

Aktardığımız sınırlı sayıda planlama tanımında vurgulanan noktanın planlamanın hem üretim hem de bölüşüm ilişkilerini düzenlemeye çalıştığı, aynı zamanda bunun ekonomik, toplumsal ve siyasal karşılıklarını da önemsedğini görüyoruz. Tüm bu tanımlardan hareketle, planlamanın müdahaleci, toplumsal örüntüler barındıran bir faaliyet olduğunu söylenebilmektedir.

Yirminci yüzyılın aklından devam edersek, bu yüzyıl insana, akla ve aydınlanmaya inancı sebebiyle bütüncül bir ilerleme anlayışını temsil ederken, yirmibirinci yüzyıl bizi parçalı, görelî bir anlayışına götürmüştür. Planlamanın "yönetsel süreç" (Övgün, 2010: 162) olduğu kabulünden hareketle, planlama anlayışının etkilediği tespit edilmektedir. Planlama anlayışında yaşanan değişim, salt teknik bir farklılaşma sürecini anlatmamaktadır. Bu süreç, devletin

ekonomik, toplumsal ve siyasal yaşamda yeni bir yerde bulunacağını ve bu konumuna bağlı olarak yeni işlevler üstleneceğini göstermektedir ( Övgün, 2010: 162). Değişimi ise şu ifadelerle açıklamak mümkündür: “ 21. yüzyılın dünyası ortalamaların değil, en iyilerin yüzyılı olacaktır.” (Kuruç, 2013).

Yirmibirinci yüzyıla dair bu iddia ve beklenti ekonomik alana yansımış, siyasal ve toplumsal alanda da karşılık bulmuştur. Bu yüzyılın hiçbir sınır tanımaksızın küresel sermaye akışını sağlama ve bunun devamlılığını önemseyen misyonu, bu tercihten vazgeçilmediği sürece devam edecektir. Çalışma, planlama kavramı ve DPT ilişkisini ele aldığından, bu alana yakından bakmayı deneyeceğiz.

Planlamanın incelendiği düzeye göre pek çok türü bulunmaktadır. Çalışmanın niteliği gereği, ekonomik sistemler içinde planlama anlayışı incelenecektir. Bu ayırım içinden de sosyalist planlama ile kalkınma planlaması için bir çerçeve çizilip, arasındaki farklar gösterilmeye çalışılacaktır.

## 2.1. Sosyalist Planlama

Planlama genel olarak sosyalist sistemi çağrıştıran bir kavram olagelmıştır. Gerçekte de sosyalizmin bir bütün olarak toplumu dönüştürme ve daha da önemlisi “yeni insan” ortaya koyması iddiası için planlama uygun bir araç olarak düşünülmektedir. Nitekim sosyalist ülkelerde tecrübeler farklılık gösterse de toplumu dönüştürmek üzere planlamayı kullanmışlardır. Küçük’ ün de Engels’ ten alıntılıdığı üzere, “ İhtiyaç icadın anasıdır.” (Küçük, 1978: 63) söylemini esas aldığımızda, sosyalist toplumda planlamanın ortaya çıkışının daha farklı açılımları olduğunu varsayabilmekteyiz. Sosyalist sistemden komünizme geçişte planlama ile toplumun önemli bir rolü olduğu belirtilmektedir. Bu sebepten ötürü sosyalizmde planlama salt ekonomik değil, toplumsal tüm alanları kapsar şekilde düzenlenmektedir.

Marxist literatürdeki planlama kavramı ile reel sosyalizm deneyimindeki planlama anlayışı paralel midir peki? Burada Marx’ ın ekonomiler arasındaki geçişe ya da dönüşüme ilişkin tüm sorunları formüle etmediği ve düşünüldüğü gibi tüm kullanılacak araçları konusunda teşvik edici olmadığı ancak teorik olarak bunları çözebildiği belirtilmelidir (Bettelheim,1975: 14). Diğer bir deyişle, dinamik bir yapıya sahip sosyalist teori, koşullara uygun seçimler yaparak sistemi dönüştürecek. Bununla birlikte, piyasanın ve kapitalist sistemin karmaşık yapısının bir plan içine sığdırılamayacağı konusunda Marxist düşünürlerin fikir birliği vardır:

Çünkü kapitalist ülkelerin egemen güçleri, gerçek planlamadan, sosyalizmden korktukları gibi korkarlar. Ve kapitalistler bilirler ki bilim adamlarının tüm kandırma çabalarına karşın, planlama ve sosyalizm birlikte gider. (Küçük, 1978: 62).

Reel sosyalizm deneyiminde ise hem ülkeler hem de ülkeler içindeki dönemsel farklılaşmalardan kaynaklı sapmalar gerçekleşmiştir. Hamitoğulları (1980: 101) Nisan Tezleri’ nde planlama kavramının geçmediğini belirtmekle birlikte, Lenin’ in rehber edindiği Marx ve Engels’ in eserlerinde geçtiğini ve özellikle “ Anti- Dühring ” te yedi kere planlama kelimesinin geçtiğini tespit etmektedir. Buradan planlamanın Marxist temel eserlerde geçtiği tespiti yapılabilmektedir.

Sosyalist planlamanın iki niteliği vardır: Merkezi ve emredici olması (Tanilli, 1981: 527). Bu uygulamaya

Sovyetik ülkelerde rastlamak mümkün olmuştur: Planlamayı düzenleyen bir kurum, planlamanın her alanda uygulanması. Dönemsel ve ülkesel farklılıklarla beraber sosyalist planlamanın temel karakteristiği budur. Bunun yanında, “uyum ve rasyonelitenin ölçülmesinin ve istikrara kavuşulmasının biricik aracı, ‘denetlenmiş’ değer yasası değildir.” (Okuyan, 2013: 52-53). Sosyalist ekonomide toplumsallaştırılan üretim araçları bu ihtiyacı ortadan kaldırır. Bu tek düze ve hiçbir verimlilik arayışının olmadığı bir sistemi akla getirmemelidir. Liberal düşünürlerin ele aldığı şekilde, kişisel çıkar için en iyi aracın rekabet olduğu düşüncesindeki rekabet anlayışı bu sistem tarafından sahiplenilmemektedir (Hayek, 2010: 67).

Geleneksel planlamanın özellikleri Ellman (2014: 23) tarafından sıralanmaktadır:

Üretimde devletin sahipliği,

Politik diktatörlük<sup>2</sup>

Tek ve hiyerarşik sistem

Emredici planlama

Para, kar, ücret ve bankaların tali rolü

Sosyalist ekonomi düzeninde üretim araçları toplumun ortak malı olduğundan dolayı, üretim sürecinden artakalanlar kapitalizmin kalıntıları ortadan kaldırmak üzere kullanılmaktadır ( Ekiz ve Somel, 2005: 4). Yine bu ekonomide planlamanın yapısı ve yöntemi Marx’ ın deyişle üretimin toplumsal ilişkileri ile yakından ilişkilidir (Dobb,1970: 7). Sosyalist toplumda karşımıza çıkan “kapitalizm için” değil, “kapitalizme rağmen” planlamadır. Burada planlama ve programlama arasındaki fark da somutlaşmaktadır. Kapitalist toplumlarda planlamanın varolmadığı, bunun olsa programlama olduğuna ilişkin ısrar<sup>3</sup> (Çelebican,1974: 589), bu farkı vurgulamaya yöneliktir:

Sosyalist planlamanın amacı, “ülke ekonomisinin gelişmesi için gerekli oranları” oluşturmak, halkın yaşama düzeyini yükseltmek üzere üretimde en yüksek etkinliği sağlamaktır. Oysa programlama, sermayeci sınıfın çıkarlarını sağlamaya yöneliktir (Çelebican, 1974:593).

Boratav (1973: 22) planlama türleri arasındaki temel ayrımın perspektif planlar ile operasyonel planlar arasında yapılması gerektiğini belirtirken, zaman ölçütünün bağlayıcı olmadığından bahseder. Planlamanın işlevine vurgu yapan bu yaklaşımı Boratav sosyalist planlama örneğinden hareketle açıklar:

Gelişme stratejisini somutlaştıran ancak hukuken ve fiilen bağlayıcı olmayan, yani yasama organlarından geçmeyen; endüstri veya işletmeler düzeyindeki iktisadi birimlerden herhangi birisine bağlayıcı hedefler göstermeyen perspektif planlarla; kural olarak iktisadi birimlerden hiç olmazsa bazılarına bağlayıcı hedefler gösteren, stratejik kararları

<sup>2</sup> Yazar bu özellikleri Brus (1972), Grossman (1963) ve Kornai (1992)’ nin tespitlerinden hareketle belirlemiştir. Üç yazar da politik baskınlıktan bahsedilmekle birlikte, diktatörlük ya da benzeri bir açıklama getirilmemiştir. Burada yazarın proletarya diktatörlüğüne atf yapması olasıdır. Nitekim yazarın bu başlığı açıklarken (s. 26-29), diktatörlükten bahsedip proletarya diktatörlüğüne ilişkin açıklamalar yapması iddiamızı destekler niteliktedir.

<sup>3</sup> Yine bu tartışma için bkz: Erden Öney (1983), *İktisadi Planlama*, 3. Baskı, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara, s. 23-24.

ayrıntılı kantitatif hedeflere bölerek uygulayan; yani plan stratejisini uygulama araçları olan operasyonel planlar. (Boratav, 1973: 22-23).

Sovyet deneyiminin kurumsal yapısını ise daha sonraki bölümlerde incelenecektir.

## 2.2. Kalkınma Planlaması

Kalkınma planlaması az gelişmiş ülkelerin hızla gelişmiş ülkelerin seviyesine ulaşmasını hedefleyen kapitalist planlamanın bir türüdür (Övgün, 2010: 130). Kalkınma planları, özellikle İkinci Dünya Savaşı ertesinde geri kalmış dünyayı kapitalist ülkelerin ihtiyaçlarına göre biçimlendirmekte önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda, kalkınma yaklaşımının “yeni sömürgecilik” olarak da adlandırıldığı görülmektedir. Diğer bir deyişle, “Sömürgeciliğin bıraktığı yerden kalkınma görevi devraldı.” (Kothari, 1989’ dan akt: Başkaya, 1994: 31). Az gelişmiş ülkeler bütünlüklü bir kalkınma gerçekleştirmek, diğer bir deyişle salt ekonomik ya da kültürel bakımdan değil, tüm alanlarda planlamaya başvurmaktadır ( Tanilli, 1981: 529). Kalkınma planları ne tamamen piyasa ile ilişkiyi kesmeyi öngörmektedir ne de toptan bir merkezizetçiliği. Bu sebepten kalkınma planlılığını karma bir model olarak görmek mümkündür.

Kalkınma planları yaklaşık olarak şu özellikleri taşır:

- güncel ekonomik koşulların bir haritasını çıkarmak,
- önerilen kamu harcamalarının listesi,
- özel sektörde olası gelişmelerin tartışması,
- ekonominin makroekonomik görünüşü,
- hükümet politikalarının eleştirisi ( Lewis, 1970: 13).

Tüm bunların yanında, kalkınma planlamasının sınırlılıkları vardır. Kalkınma planlamasının uygulandığı bir ülkede, kalkınmanın “kimin” olduğu sorusu önemlidir. Varolan sistem dahilinde bir düzenleme hedefleyen bu planlama, birtakım yenilikleri beraberinde getirirse de bu her alanda olmamaktadır. “*Bir kalkınma planının geliştirilmesiyle, planlama yani bu planın gerçekleştirilmesi ve ekonomik ve sosyal hayatın kontrol altına alınması birbirine karıştırılmamalıdır.*” (Albertini, 1972: 190). Kalkınma planlaması ile sosyalist planlama arasında müdahalenin gelişkinliği ve araçlar konusunda da farklılıklar bulunmaktadır. Sosyalist planlama ile bir toplumun gelişimi arasında kuvvetli bağlar vardır. En önemli ayrımlardan biri planlı kapitalizmin de kar amacı güttüğüdür (Huberman, 2005: 331). Kuşkusuz salt planlama aracılığıyla sisteme ilişkin müdahale ya da yeni bir toplum tasarlamak olası değildir. 1960’lı yıllarda Türkiye’de DPT’de danışmanlık yapan Nobel ödüllü iktisatçı Jan Tinbergen bu savı şu şekilde ifade etmektedir: “*Planlılar sihirbaz değildirler, yapabildikleri yegâne şey, sistematik olarak çalışmak ve gerek istatistik, gerekse teknik incelemelerden elde edilen deneyimlerden yararlanmaktır.*” (Çilingiroğlu, 2010: 129)

Planlamayı bu müdahalelerin aracı olarak nitelemek, planlama tartışmasına akılcı bir katkıda bulunmamızı sağlayacaktır.

## 3. Planlamaya Türkiye’den bakmak

Osmanlı Devleti’nin son dönemine saymazsak yeni kurulan Cumhuriyet’ in planlamaya ilişkin bir birikimi yoktur (Yenal, 2010: 518). Bu alan, hem inşa edilen hem de tecrübe edilerek ortaya çıkan bir alan olmuştur. Bunun yanında, Türkiye’nin Sovyetler Birliği ile olan etkileşimi

yadsınmamaktadır. Planlama Türkiye’de özellikle 1930’lu yıllarda aktarma yoluyla oluşturulurken, 1960’ lı yıllarda yabancı uzman ve uluslararası kuruluşların etkisinin yanında, yerleşmeye yönelik çabalar gözlemlenmektedir.

### 3.1. 1923-1960 Dönemi

Planlama kavramının Cumhuriyet döneminde gündeme gelişi, belirli kırılmalara işaret etmektedir. Cumhuriyet’in kuruluşundan itibaren egemen kadro, Batı kapitalizmi ile temas etmiştir. Bunun simgeleştiği olay ise İzmir İktisat Kongresi olmuştur. Kongre sırasında, yabancı sermayenin ülkenin bağımsızlığına müdahale etmediği sürece herhangi bir önyargı ile karşılaşmayacağı açık şekilde belirtilmiştir.

Boratav (1982: 111)’in deyişiyle, “*Sovyetler Birliği’nden sonra, dünyada ilk planlama denemesine girişmiş olmak şerefinin Türkiye’ye ait olduğu söylenebilir.*” Bu denemeye yöneliş ise belirli nedenlere dayanmaktadır. Türkiye bu tercihi 1929 Krizi ve etkileri sebebiyle yapmıştır. Dönemin koşulları yani Türkiye’nin Osmanlı borçlarını ödeme zorunluluğuyla beraber, Türk lirasının değerinin düşüşü, Lozan Anlaşması sırasında gümrüklere ilişkin karar korumacılığa işaret etmektedir. Lozan Anlaşması’nın ekini oluşturan Ticaret Sözleşmesi de Türkiye’nin uygulayacağı korumacı politikalarına beş yıllığına kısıt koymakta, gümrüklere ilişkin düzenlemelerin değiştirilmemesini öngörmektedir (Boratav, 2003: 44). 1929 yılı bu olayların keşiştiği yıl olma özelliğini taşımaktadır. Devletçilik ve bunun aracı olarak görebileceğimiz planlama “zorunlu tercih” olmuştur.

1930’lu yıllarda hazırlanan “İktisadi Vaziyetimize Dair Rapor” Sovyetler Birliği’nden gelen uzmanların katkılarıyla 1933 yılında tamamlanmış ve hükümete sunulmuştur ( Ekiz ve Somel, 2005: 6). Hazırlanan plan, Sovyetler Birliği’ne öykünerek yapılan bir planlama anlayışını yansıtmaktadır. Bununla birlikte, Sovyetler Birliği’nin planlı döneme geçişi bir anda ve basit bir şekilde gerçekleşmemiştir. Sovyetler Birliği’nde toptan bir planlama dönemine giriş aşamalı şekilde gerçekleşmiştir. Bunun sistemi dönüştürmede yaşanan güçlüklerle ( İç Savaş, uygulanmaya çalışılan yeni politikalar gibi) yakından ilişkisi vardır. Sektörel planlama deneyimlerini bir yana bırakırsak, tam anlamıyla planlama faaliyeti, 1929 yılında Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nın hazırlanması ile ortaya çıkmıştır (Boratav, 1973: 14- 15). Bu dönemden önce elektrik sektörü gibi hayati bir sektörden başlanarak planlama deneyimleri uygulanmaya çalışılmıştır. Bu plan, Goelro Planı olarak adlandırılmıştır. Goelro Planı, Sovyetler Birliği’nde uygulamaya konan ilk plandır (Şimşek, 2012: 16). Sektörel planlama deneyiminden uzun dönemli planlamaya geçiş hem ekonomik yapıdaki hem de ülkenin iç yapısal sorunlarıyla bağlantılıdır:

Rus planlaması, bir yandan kesimsel (sectoriel) planlardan genel kapsamlı planlara, öte yandan da kısa dönemli planlardan uzun dönemli planlara yönelmiştir. Ayrıca, Rus ekonomisinin gittikçe daha karmaşık bir nitelik kazanması, planlamanın tek merkezden yapılmasını gün geçtikçe daha güçleştirmiştir. ( Çelebican, 1973: 247).

Bütün bu kısıtlara rağmen, Büyük Bunalım döneminde planlı ekonomiye geçmiş olan Sovyetler Birliği büyük başarı sağlamıştır. Kapitalist ekonomiler tarihin en büyük bunalımlarından biri ile savaşıyor büyük hasar görmüştür. Sovyetler Birliği ise bu dönemde kuruluşundan bu yana ortaya çıkan problemleri en aza indirmiş; diğer yandan da sosyalizmin en büyük araçlarından olan planlamayı her

alandaki kullanımıdır. Dünyada planlamanın bir “araç” olarak kullanılması fikrinin kabulü, bu başarının ürünüdür.

Cumhuriyet’in kurucu kadroları yeni inşa edilen bir ülke ve toplum tasarısını, planlama yoluyla gerçekleştirebileceğini düşünmüş ve planlama faaliyetlerine başlamıştır. Birinci Beş Yıllık Sanayileşme Planı, yukarıda bahsedildiği üzere Sovyetlere öykünme ve bazı gereklilikler sonucu ortaya çıkmıştır. Bu Plan, bir dönemi açarken, bir süreklilik arayışı da göze çarpmaktadır. Bunun en somut örneklerinden biri Birinci Beş Yıllık Sanayileşme Planı’nın hemen ardından Plan’a dahil olmayan konuların Sanayi Kongresi’nde tartışılarak bir rapor halinde sunulmuş olmasıdır ( Ekiz ve Somel, 2005: 6). 1938 yılında yürürlüğe girecek olan İkinci Beş Yıllık Sanayileşme Planı bu iradenin devamı olarak nitelendirilebilse de kısa süre içerisinde planlamaya ilişkin değişikliklerin gerçekleştiğini görmek mümkündür:

İkinci planın birincisinden daha belirgin özelliği, ilk plandaki Sovyet işbirliğinin ortadan kalkması. Bunun yerini İngiliz teknik yardımı ve bir ölçüde de sermayesi aldı ( Küçük, 1978: 248).

Planlamaya geçiş ise politika yapım süreci ve dönemin kendine özgü koşullarının bir sonucu olarak karşımıza çıkmıştır: “ İlk planlama girişimi olarak kabul edilen 1933 tarihli birinci beş yıllık sanayileşme planı 1930’lu yıllara damgasını vuran devletçilik politikalarıyla yakından ilişkilidir.” ( Övgün, 2010: 167). Bu dönemin etkilerini çeşitli kurumların ve kanunların ortaya çıkışı ile de tespit edebiliriz. Çalışmanın niteliği bakımından, Sovyet etkisine ve bilgisine rastlanması daha muhtemel olan Birinci Plan’ın üzerinde duracağız.

Birinci Beş Yıllık Sanayileşme Planı’na giden süreçte 1929 Krizi’nin etkisini üzerinde taşıyan Cumhuriyet’in çıkış yolu arama çabaları görülmektedir. Bu konuda adres Sovyetler Birliği’ni göstermektedir. 1930 yılında toplanan Sanayi Kongresi’nde, Türkiye’nin sanayileşmek zorunda olduğu vurgulanmış ve “ulusal kurtuluş” için sanayileşme hedefi konmuştur. Sanayileşebilmek için gerekli yatırımı yapmak zorunda olan burjuvazi bu yetiden yoksundur. Bu meseleyi şansa bırakmayacak kadar önemli bulan kurucu kadrolar, sanayileşmenin devlet eliyle gerçekleşmesi için bir çözüm yolu buldular ki adı devletçilik idi. Devletçilik politikası önce fiili olarak uygulanmaya çalışılmış ve Mustafa Kemal ile kadroları söylem düzeyinde devletçiliği ortaya koymuştur. Sonrasında, 1931 yılında toplanan Cumhuriyet Halk Fırkası Kurultayı’nda devletçilik parti programında da yer aldı ancak dönem itibarıyla “devletçilik”, bu ilkeyi bir devlet politikası haline getirmek isteyen partinin temsilcileri tarafından karşılık bulamamıştır ( Boratav, 1982: 59- 60). Bu adımlar Türkiye tarihi için önemli gelişmelere vesile olmuştur. 1930 yılı ve sonrası dönem iktisadi bakımdan yeni politikaların ortaya çıktığı yıllar olurken, bu durum kendini çeşitli alanlarda göstermiştir. Devlet ekonomiyi müdahale etmede bir sakinçe görmemiş, birtakım iktisadi kuruluşlar kurulmuş, ülke içinde üretilmeye başlanmış ve planlama bu politikaların bir tezahürü olarak açığa çıkmıştır ( Sezen, 1999: 149).

Bu süreçte Sümerbank, Devlet Sanayi Ofisi, Reji İdaresi, Demiryolları kurularak ya da satın alınarak bir devlet sektörü yaratılmaya çalışılmıştır. Devletçilik politikasının simgeleri niteliğindeki bu girişim ve kuruluşlar, Türkiye ekonomisinde önemli bir yer teşkil etmiştir.

Kadroculara 2. Dünya Savaşı sonrasında plan yapma görevi verilmiş; bunun sonucunda İvedili Plan ortaya çıkmıştır (Ekiz ve Somel, 2005: 8). İvedili Kalkınma Planı, klasik kalkınmacı havayı yansıtır. Bu planlamada hala “sanayi” sektörü ön plandadır. Plan’ın bu havayı yansıtmaması, ekonomik ve siyasal tercihlerin değiştiği gerçeğini ortadan kaldırmamaktadır. Bu plan uygulamaya geçmeden yeni bir plan, 1947 Türkiye İktisadi Kalkınma Planı uygulamaya geçmiştir. 1947 Türkiye İktisadi Kalkınma Planı, Marshall Planı’ndan yararlanmanın bir aygıtı olarak kullanılmıştır. Bu dönemin ardından, Brettonwoods Konferansı’nın toplandığı, ulusüstü birtakım yapıların kurulduğu ve aynı zamanda, İkinci Dünya Savaşı sonrası dönem olduğunu düşünürsek hem planların hem de izlenen yöntemin nitelik ve nedenini anlamış oluruz. Vaner Planı olarak da adlandırılan Türkiye İktisadi Kalkınma Planı, 1933’ten beri ileri gelen ve tüm itirazlara rağmen Sovyet modelinden etkilendiği belli olan planlama anlayışını bir tarafa iterek Marshall Planı ve Truman Doktrini’ nin ilkelerini esas almıştır. Bu ilkesel değişim ise kendini planlama faaliyetinin kapsadığı alanlarda göstermiştir. Yeni anlayışın örneklerinden biri olan 1951 yılında hazırlanan Barker Raporu’nda, bu faaliyetleri düzenleme amacıyla bir planlama örgütünün kurulmasına ilişkin görüşler yer almaktadır ( Övgün, 2010: 174).

1950’li yıllar, Demokrat Parti (DP)’ nin Türkiye dış politikası ve ekonomik yapısı bakımından şiddetli değişimleri arzu ettiği yıllardır. Aynı zamanda, Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ile yaşanan tartışmalarının devletçilik üzerinden gerçekleştiği söylenmektedir. “Küçük Amerika” elbette devlet eliyle kumaş dokumayacak, şeker üretmeyecektir. “Küreselleşen dünyamız” böyle bir ilişkiye izin vermemiş, dönemsiz kırılmalarından birini yaşayan dünya kapitalizmi az gelişmiş ülkeleri gelişmiş ülkelerin ihtiyaçlarına cevap vermek için zorlamıştır. Bu sebepten, DP onca kötülediği müdahaleci anlayışa geri dönmüştür. Bu kalkınmanın temel kavramı “kurtuluş için kalkınma” değil, “kapitalizm için kalkınma” olacaktır. Bununla birlikte, yapılan yardımları takip etmek isteyen ABD ve finans kuruluşları Türkiye’nin planlama çalışmaları yapması şartını koymuştur. 2. Dünya Savaşı’ndan sonra hem uluslararası kuruluşların hem de merkez ülkelerin çevre ülkelere kalkınma ve bu bağlamda kalkınma planlarını hazırlamaları konusunda özel önem göstermesinin nedeni egemen birikim rejimidir.

Planlamaya geçiş süreci ise birtakım ön hazırlıkları gerektirmiştir. Hükümet buna ilişkin bir Koordinasyon Bakanlığı kurma kararı almış ve Tinbergen ile ekibi çalışmalara başlamak üzere Türkiye’ ye gelmiştir (Soyak, 2006: 131). Bunu izleyen süreç ise merkezi planlama örgütünün kuruluşu ve bunun getirdiği gelişmeleri gösterecektir.

1930’lu yıllarda sanayileşmeyi ön plana çıkaran SSCB’de Beş Yıllık Planların stratejisinin temel dayanakları Boratav’ın (1973: 25) işaret ettiği gibi, “bir yandan Batıya yetişmek, öte yandan Batıya muhtaç olmadan kendi kendine ayakta durabilmek gibi birbiriyle yakından ilgili iki siyasi hedef” tir. Yeniden yapılanmaya çalışan, dahası dünyaya hakim olan bir rejime kafa tutan bir ülkede bu hedefleri gerçekleştirmenin teorik bir karşılığı bulunmaktaydı. Lenin’le başlayan süreç, Stalin’in Lenin’in ortaya koyduğu teorik çerçeve ve siyasi amaçların sıkı bir uygulayıcısı olmasıyla devam etmiştir. NEP ve savaş komünizmine de direnen süreç, sonraki yıllarda “piyasa sosyalizmi” anlayışına öykünerek reforme edilmiştir.

Bu dönemde planlamanın halka yayılması gerekçe gösterilerek sosyalist ekonominin merkezci yapısı kırılmaya çalışılmıştır (Okuyan, 2013: 18). Türkiye'deki planlama anlayışında da benzer politika değişimleri yaşandığı görülmektedir. Kalkınma planlamasının sosyalist planlamadan ekonomik ve siyasi bakımdan farkını açıklamış ve kalkınma planlamasının kapitalist sistemi var etmeye yarayan bir araç olduğunu tespit etmiştik. Buradan hareketle, 1946'da hazırlanan ve sanayileşerek kalkınma ilkesi üzerine kurulan plan yerine uygulamaya sokulan planın yeni dünya düzenine uygun olduğu ve bu dönüşüme bir cevap niteliği söylenebilmektedir.

### 3.2. 1960'lı Yıllar

Dönemlendirme yaparken 1960 öncesi ve sonrası ayrımının en temel sebeplerinden biri kuşkusuz Eylül 1960'da DPT'nin kurulmuş olmasıdır. Merkezi bir planlama kurulacağına ipuçları 1950'li yılların başında görülmüştür. Bu aynı zamanda, 1960 Mayıs'ında iktidara gelen iktidarın konulan kurallara riayet edeceğinin de göstermektedir. Çalışma aslında tam da bu noktada "DPT'nin kuruluşu, yapısı ve dönemin özellikleri bir sosyalist planlama örgütlenmesini andırmaktadır?" ve "ne derece etkilenmiştir?" in cevabını aramaktadır. Bu sorunun cevaplanması zannedildiği kadar kolay değildir. Dönem tartışmalarını izlediğimizde bu sorunun cevabının ciddi şekilde aradığımızı görülebilmektedir. Planlamanın bir efsane haline gelişi de bu arayışın sonucunda gündeme gelmiştir: "Planlama ideolojisi, siyasetten bağımsız bir bilimcilik, bilimden bağımsız bir toplumsuluk, toplumdan bağımsız bir devletçilik sacayağı üzerinde yükselmiştir." (Somel, 2009: 325). Çalışmanın savlarından olan planlamanın toplumsal süreçlerden beslenen yapısı ve çıktıları, kuruluş dönemi ve sonrasında bir kurtuluş yolu ile özdeşleştirilmiştir. Bu ise Planlama Teşkilatı ve kadrosundan beklentileri yükseltmiş, planların bir anda tüm sorunları ortadan kaldıracacağı inancını beraberinde getirmiştir. Gerçekten de kurucu kadrolar bu şevkle çalışmışlardır.

DPT'nin kuruluşu, planlama tartışmalarını ülke gündemine taşımıştır. Bu kuruluş, sadece yeni bir örgütün ortaya çıkmasından daha önemli bir yerdedir. DPT'nin kuruluşundan önceki dönemde, 1958 yılında Koordinasyon Bakanlığı'nın kuruluşu, bu sürecin bir parçası olarak ele alınabilmektedir. DP döneminin temel ilkelerinden farklılık gösteren bu yaklaşım, uluslararası kuruluşlarla temasın bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Sezen, 1999: 70). Nitekim Koordinasyon Bakanlığı ve kadroları kamuoyunda çok az gündeme gelmiştir (Keyder, 1995'ten akt: Akçay, 2007: 69). Bu Bakanlık'ın kuruluşu, yeni bir döneme işaret etmektedir. OECD, Türkiye'ye yapılan yardımların belirli bir program içinde gerçekleştirilmesini istemekte ve dönemin hükümetine bu konuda baskı yapmaktaydı. Tinbergen ve ekibinin Türkiye'ye çalışmalarına başlaması böyle bir baskının sonucudur (Erder ve ark.,2003: 12).

DP için bu aşamaya gelmek ve bu faaliyetleri yürütmek bir riski göze almak anlamına gelmektedir. Planlama bu hükümetin anlayışından apayrı bir yerde durmaktadır. Tüm bu sebeplerden ötürü, heyet çalışmalarını bir süre için kamuoyundan uzak şekilde gerçekleştirmiştir (Ekiz ve Somel, 2005: 12). Bu çalışmalardan, "başka bir kalkınma mümkündür" şiarıyla hareket eden DP'nin planlı kalkınma ile ilgili temel çalışmaları yaptığı görülmektedir.

DPT, 30 Eylül 1960 yılında Başbakanlığa bağlı bir örgüt olarak 91 sayılı ve 24 maddeden oluşan bir kanunla (Soyak, 2006: 132) ile kurulmuştur. Yeni kurum özerklik içindedir. Bu özerklik salt yönetsel düzeyde değildir, bunu uzmanların hem mesleki konularından hem de toplum nezdindeki algılarından çıkarsayabilmek mümkündür. DPT'nin kuruluşu, Türkiye planlama tarihi açısından bir milat olarak kabul edilmiştir. Kuruluş niteliği tartışılrsa da kamuoyunda yeni tartışmalar yaratan ve "planlı dönem" olarak anılan bir dönemden söz edebilmek mümkündür.

91 sayılı Kanun' a göre DPT aşağıdaki görevleri üstlenmektedir:

Memleketin tabii, beşeri ve iktisadi her türlü kaynak dağılımlarını, tam bir şekilde tespit ederek takip edilecek iktisadi ve sosyal politika ve hedefleri tayininde Hükümete yardımcı olmak;

Muhtelif Bakanlıkların iktisadi politikayı ilgilendiren faaliyetlerinde koordinasyonu temin etmek için tavsiyelerde bulunmak ve bu hususlarda müşavirlik yapmak;

Hükümetçe kabul edilen hedefleri gerçekleştirecek uzun ve kısa vadeli planlar hazırlamak;

Planların başarı ile uygulanması için ilgili daire ve müesseselerle mahalli idarelerin kuruluş ve işleyişlerinin ıslahı hususunda tavsiyelerde bulunmak;

Planın uygulanmasını takip etmek; değerlendirmek ve gerekli hallerde planda değişiklikler yapmak;

Özel sektörün faaliyetlerini planın hedef ve gayelerine uygun bir şekilde teşvik ve tanzim edecek tedbirleri tavsiye etmek ( md. 2).

Bunun yanında, DPT Başbakanlığa bağlı bir örgüt olarak yapılandırılmıştır. Örgüt iki yapıya ayrılmaktadır: Yüksek Planlama Kurulu ve Merkez Teşkilatı. Yüksek Planlama Kurulu bürokrat ve siyasilerin eşit temsilini göstermektedir. Başbakan, Bakanlar Kurulunca seçilen üç bakan, Planlama Müsteşarı, İktisadi Planlama Dairesi Başkanı, Sosyal Planlama Dairesi Başkanı'ndan oluşmaktadır. Kurulun iki görevi vardır: Birincisi, planları Bakanlar Kurulu'na sunulmadan önce incelemek. İkincisi ise iktisadi ve sosyal politikaların belirlenmesinde Bakanlar Kurulu'na yardım etmek.

Merkez teşkilatı ise İktisadi Planlama, Sosyal Planlama ve Koordinasyon Dairesi Başkanlığı'ndan oluşmaktadır. Bu daire başkanlıklarının görevleri tek tek anlatılmayacak ancak ana hatlarıyla belirtmekle yetinilecektir. İktisadi Planlama Dairesi Başkanlığı uzun ve kısa vadeli planlar yapmak yanında, bölge planı yapmak gibi görev üstlenmiştir (md. 7). Sosyal Planlama Dairesi Başkanlığı sosyal problemlere ilişkin planlamalar yapmakla yükümlüdür (md. 8). Koordinasyon Dairesi ise kamu sektörü ve özel sektörde aksaklıkları tespit etmek ve faaliyet raporlarını inceleyerek genel uyum sağlamayı hedeflemektedir (md. 9).

DPT planların hazırlanmasında Devlet İstatistik Genel Müdürlüğü ile her türlü ve özel kişiden bilgi almak konusunda geniş bir yetkiye sahiptir (md. 10).

Uzun vadeli, kısa vadeli ve yıllık planların hazırlanmasında ise bazı ayrımlar vardır: Uzun vadeli plan, Başbakan ya da yardımcısının öngördüğü bazı usuller çerçevesinde Planlama Müsteşarlığı'na direktif verilerek yaptırılmaktadır. Öncelikle uzun vadeli plan hazırlanmakta (md. 13); bu planların kabulü ise planın Başbakanlığa



sunulmasından itibaren bir hafta içinde Yüksek Planlama Kurulu'nun toplanması ve Kurul'da ana hedeflere uygunluk çerçevesinde incelenen planın Bakanlar Kurulu'na bildirildikten sonra yasama organının sunulması ile gerçekleşmektedir (md. 14).

Yıllık programların hazırlanması ve kabulündeki yöntem ise şu şekildedir: Merkez teşkilatınca hazırlanan planlar, Yüksek Planlama Kurulu'na gönderilir. Yüksek Planlama Kurulu incelemeyi Bakanlar Kurulu'na sunmaktadır. Bakanlar Kurulu'nda incelenen yıllık programlar kesinleşir (md. 15).

Görev ve yapılanması oldukça sade olan DPT' nin personel sayısı ve yapısı tartışmalara neden olmuştur. Aslında DPT' nin kuruluşunda gelişen bazı olaylar bu kuruma ve planlamanın niteliğine ilişkin yol göstericidir:

Milli Birlik Hükümeti Programı ilan edildiği zaman bu programda planlı bir kalkınma yapılacağı ifade ediliyordu. Planlı bir kalkınma yapılacağı ifadesi üzerine Siyasal Bilgiler Fakültesi'nden Prof. Sadun Aren, Doç. Nejat Bengül, Doç. Besim Üstünel, Dr. Mehmet Senlik ve ben (Attila Karaosmanoğlu), "Türkiye'de planlamanın yapılmasıyla ilgili olarak hükümete nasıl bir katkıda bulunabiliriz?" diye bir konuşma yaptık ve bir not hazırlayarak hükümette bu konulardaki hazırlıkları sorumlu Ekonomi Bakanı Prof. Şefik İnan'a vermeye karar verdik. Doç. Nejat Bengül karma ekonomide planlama yapmanın güçlükleriyle ilgili bir not hazırladı. Ona ek olarak bir de kurulması gerekli Planlama Teşkilatının nasıl bir yapısı olması gerekir konusunu ele alan bir not hazırladık ve Ekonomi Bakanı Prof. Şefik İnan'a götürdük. Şefik İnan'a gittiğimizde kendisinin düşünceleriyle bizimkiler arasında ciddi kolay çözülemeyecek farklar olduğunu gördük. Prof. İnan, Türkiye'de bulunan Ford Vakfı'nın bir temsilci ile konuşarak plan yapma görevini esas itibarıyla o sıralarda Pakistan'da planlama yapmakta olan Harvard grubuna vermeyi düşünüyordu." (Erder ve ark., 2003: 13).

Planlama ve kalkınma anlayışının başka kaynaklardan ortaya çıktığına dair somut veriler varken, Türkiye'de planlama ve DPT'nin sosyalizmi getirecek bir unsur olarak görülmesi ne kadar rasyoneldir? DPT' nin kuruluş kadrosunun sahip olduğu inanç ve büyük iyi niyet hem onların hem de kurumun sosyalist olarak anılmasına neden olmuştur. "İlk planlar ile hükümet ve diğer egemenlerin arasında tartışmalara yol açan, vergi reformu, KİT'lerin yeniden organizasyonu ve gelir dağılımı gibi öneriler hazırlanan plana, planın muhaliflerince sosyalist damgasının vurulmasında etkili oldu." (Karatepe, 2009: 65). Yine planlama konusunda deneyimlerinden yararlanan, Türkiye'de DPT' nin kuruluşunda büyük katkıları olan Tinbergen' in sosyalist olarak bilinmesi bu tetikleyen etmenlerden biridir (Yenal, 2005: 94). Bunun yanında, örgütün yapılışındaki birtakım benzerlikler ve önceki sektör planlamaları deneyimi yakınlık kurulmasına neden olmuştur.

#### 4. Planlama, Türkiye ve Sovyetler Birliği

Türkiye'de planlı döneme geçiş ve onu önceleyen dönemdeki planlama faaliyetleri salt teknik bir süreç olarak görülmemiştir. Bu denemeler her defasında politik tartışmalara ve toplumsal birtakım değişmelerin başlangıcı olmuştur. Sovyetler Birliği ve diğer sosyalist ülkelerde planlama faaliyeti merkezi bir planlama aygıtı ile gerçekleşirken, parti ve halkın taleplerinin çeşitli aşamalardan

geçerek bu politikaları yönlendirmesi hedeflenmiştir. Sovyetler Birliği dünyada planlama faaliyetini örgütlemekteki başarısı ve yeni bir sistem kurmak için bir araç olarak kullanması ile dikkat çekmiştir. Yakın dönemlerde savaştan çıkan ve yeni bir ülke yaratmaya çalışan Türkiye ise arayış içindedir. Politik ve pratik koşullar olarak adlandırabileceğimiz, aynı savaşın parçası olmaları, teknik koşullar ve belirli ilişkiler sebebiyle Türkiye bu tercihi yapmıştır. Uygulama safhası ise tüm alanların planlanması biçiminde gerçekleşmemiştir. Sovyet deneyimini andırır biçimde sektör planlaması modeli uygulanmıştır. Bunun yanında, yabancı uzmanların etkileri de gittikçe güçlenerek planlamanın temel temasını etkileyecek denli baskın hale gelmiştir. Sovyet modelinde sisteme ilişkin değişiklikler planlama örgütünün teşkilat yapısı ve planlamanın etki alanını biçimsel olsa da etkilememiştir. Türkiye deneyimine döndüğümüzde ise çarpıcı dönüşümlerle karşılaşmamız mümkündür. Tam da bu noktada planlı yaşama geçiş ve planlamaya ilişkin stratejilerin Türkiye'de nereye oturduğu tespit edilmektedir.

Sovyetler Birliği'nde planlama faaliyetleri 1917 yılının hemen ardından başlamakla birlikte, genel ve kapsayıcı planlar dönemine 1929 yılında geçilmiştir. Devrim gerçekleşir gerçekleşmez planlamaya ilişkin adımlar atılmasında kuşkusuz Marxist literatürde sosyalist ekonominin temelini piyasa yerine plan üzerinden geliştireceğine yapılan vurgudur (Boratav, 1973: 14). "Sektörel" planların yapıldığı bu dönemde elektrik sektörünün düzenlenmesine ilişkin hazırlanan ve planlamanın temelini oluşturan "Goelro" planı önemli bir yerde durmaktadır. Lenin de planın önemi nedeniyle bu çalışmalardan uzak durmamıştır (Küçük, 1978: 172). Bütün Sovyet iktidarı ve ülkenin elektrifikasyonun toplamını komünizmle eşitleyen slogan dönemin ilkesi olurken, planın uzun süreye yayılması ve tüm ülkeyi kapsamı başlıca özelliklerdendir (Çelebican, 1973: 254).

Sovyetler Birliği'nin ekonomik örgütlenmesinde planın önemli bir yerde durması, bu faaliyetin kırılsız bir süreçle ilerlediği anlamına gelmemektedir. Beş yıllık planlar öncesi dönem, 1929 yılında beş yıllık planlamanın başladığı dönem ve reform dönemi olarak adlandırılan 1957 yılı ile başlayan dönem içerisinde planlamaya ilişkin birtakım yeni uygulamalar gerçekleştiği görülmektedir. Merkezi planlama örgütü olan GOSPLAN' ın kuruluşu ise planlamanın örgütlenmesinde yeni bir dönemin habercisi olmuştur. 1921 yılında kurulan GOSPLAN' ın zaman içinde görevleri ve örgütlenmesi de dönüşmüştür. Merkezi planlama örgütü olmanın tüm özelliklerini üzerinde taşımakla birlikte, zaman içinde artan ve genişleyen bir görev tanımına sahip olmuştur.

GOSPLAN' ın yapılanmasında parti ile olan yakın ilişkiler dikkat çekmektedir. GOSPLAN' ın teknik yapılanması yanında, Parti'nin örgüt içerisindeki etkinliği, yeni bir toplum yaratmak ve yönlendirmede bir araç olduğunun göstergesidir. Temel kararları siyasal organ yani Komünist Parti vermektedir (Küçük, 1978: 221). Komünist Parti ile organik bağın gerçekliğinin teorik düzeyde değerlendirildiğinde tek belirleyen olmadığı görülmektedir. Planlar GOSPLAN, Parti ve halkın katkı sağladığı bir karaktere sahiptir. Bu çok boyutlu katılımın ekonomik ve ideolojik baskın unsurlarının olduğu görülse de planlamanın paylaşımcı karakterini ortadan kaldıramamaktadır.

Planlamanın bu niteliği, “demokratik merkezîyetçilik” kavramı ile anılmaktadır (Çelebican, 1974: 598).

GOSPLAN’ ın görevleri arasında ülkedeki genel faaliyetlerin neler olduğu, bunların nerede olduğunu tespit etmek, plan öncesi bu hazırlıklar ile ortaya çıkan taslağın en alt kademeye sunarak tartışmaya açmak ve hükümet ile plan üzerinde son düzenlemeleri gerçekleştirmek vardır (Huberman, 2005: 310- 313). Hayli detaylı olan ve örgütlenmesi oldukça güç olan bu görevleri üstlenecek bir mekanizma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Zira sosyalist ekonomi sadece merkezi bir otoriteye ihtiyaç duymamakta, bu üretim ve dağıtım ilişkini detaylı planlar yapan, bunların toplumsal karşılıklarını ortaya koyan, tüm bu alanların hesabını tutan bir yaklaşım geliştirmektedir (Bettelheim, 1975: 32). Sosyalist ekonominin temelini oluşturan bu yaklaşım ve görevlerini üstlenen GOSPLAN’ ın planlamada önemli bir yere sahip olmasının yanında, sistemin ana unsurlarından biri olduğu da belirtilmelidir.

Türkiye’ nin planlama girişi ile Sovyetler Birliği’ndeki planlamanın başlangıcı itibarıyla birbirine yakınlık kurmak söz konusudur. İki ülkede de planlama sanayileşme ve kalkınma hedefi güdülmüş, sektör bazlı planlama yapılmaya başlanmıştır. Türkiye’ de bütüncül plan yapma ise “planlı dönem” olarak anılan 1960’ lı yıllarda gerçekleşmiştir. Sovyetler Birliği ise NEP dönemin sonlandığı 1929 yılı itibarıyla genel planlar yapacaktır. GOSPLAN ilk kurulduğu dönemde bilgi toplama, araştırma yapma gibi dar kapsamlı görevler üstlenirken, DPT ilk olarak 1961 yılı bütçesini incelemek görevini üstlenecektir. Bunu takiben 1962 yılında bir Yıllık Program hazırlamıştır.

DPT ile GOSPLAN’ ın görevlerini karşılaştırdığımızda;

-Genel planlar yapma,

-Planlar ve birimler arasında koordinasyon sağlama,

-Planın uygulamasına ilişkin çeşitli önerilerde bulunma gibi noktalarda uyum sağladığını görmekteyiz. Bunun yanında, DPT’ nin özel sektöre ilişkin düzenleme ve uyumlulaştırma görevi 4 ile GOSPLAN’ ın yapısında tümüyle ayrılmaktadır:

Başka bir deyişle, 1960’lı yıllarda planlamanın varolan sosyoekonomik sistemi değiştireceğini sanarak çekingen davranan özel sektör, ilerleyen süreçte hiç de böyle bir sonucun ortaya çıkmadığını, aksine planlamanın varolan sistemi pekiştirerek, 1970’lerin sonlarında şiddetlenen krize kadar planlama uygulamalarını benimsemiştir (Akçay, 2007: 186).

GOSPLAN’ ın yapısı ise yönetim kurulu, merkezi örgüt ve bağlı kuruluşlardan oluşmaktadır (Çelebican, 1973: 280). DPT’ nin Yüksek Planlama Kurulu ve Merkez Teşkilatı’ndan oluşan yapısıyla bu yapıyı benzetmek mümkündür. GOSPLAN’ ın merkez teşkilatında ve ona bağlı birimlerde pek çok sektöre ilişkin birimler bulunmakla birlikte, DPT’ nin temel olarak ekonomik ve toplumsal alanda bir ayrım yaptığını, bu alanların uyumunu sağlamak üzere bir koordinasyon birimi oluşturduğu da dikkati çekmektedir.

Planlama faaliyetinin başlaması konusu her iki ülkede değişen kanallarla gerçekleşse de salt teknik bir süreç olarak ortaya çıkmaması ile ortaklaşmaktadır. Sovyetler Birliği’ nde

Komünist Parti’ nin verdiği karar ile başlayan planlama faaliyeti, SSCB Bakanlar Kurulu’ nun onayı ve SSCB Yüksek Sovyeti’ nin kabulü ile tamamlanmaktadır (Çelebican, 1973: 278). DPT’ nin hazırladığı planlar ise Yüksek Planlama Kurulu’ nda incelenerek ve Bakanlar Kurulu’nda onaylanarak Meclis gündemine gelmektedir. Burada da plan hazırlanması direktifini Başbakan’ ın vermesi nedeniyle (md. 13), salt teknik bir süreçten bahsetmek mümkün olmamaktadır. Siyasal mekanizmaların sürece dahil olmaları, planlamanın niteliği ve gelişimine etkide bulunmaktadır. Planlamayı mal ve hizmetlerin üretim ve dağılımını sistemli bir hale getirilmesi olarak ele alan yaklaşımın teknik yanına karşın, hangi mal ve hizmetlere dair bu düzenleme kararının verildiği ise siyasi bir karardır. Huberman’ın “Sovyetler Birliği’nde planlama tüketiciler için tüketiciler tarafından yapılır; kapitalist ülkelerde planlama, üreticiler tarafından üreticiler için yapılır.” (2005: 329-330) tespiti, planlamanın ideolojik yanını ortaya koymaktadır.

Planlamanın merkezi teşkilat tarafından yapılması ile birlikte Sovyetler Birliği’nde sektörel ve toplumsal katılımı sağlamak üzere bir örgütlenme geliştirilmiştir. Komünist Parti kararı ve ilkeleri çerçevesinde başlanan planlama faaliyeti, aşama aşama en alt kademeye inerek tüm toplumun katılımının sağlanacağı ve meşruyeti bu biçimde sağlanacak biçimde düzenlenmiştir. Türkiye’de ise birtakım sektörel ve üst düzeyde etkileşimler gerçekleşirken, bunun toplum geneline yayılması mümkün olmamıştır. Planlamanın Türkiye’ de içselleştirilememesinin sebeplerinden biri de bu yöntemle hazırlanmasının tercih edilmesidir:

Biz planı da herkesin katılımıyla yapmak istiyorduk; yani plan Türkiye’de herkesin katılımıyla yapmak istiyorduk; yani plan Türkiye’deki herkesin katılımıyla yapılmalı ve topluma mal edilmelidir ki toplum onu uygulayabilsin.(Erder ve ark., 2003: 33).

Bunun yanında, planlamanın ana bir çerçeve içinde ve belirli bir yol izlenerek gerçekleşmektedir. Sovyetler Birliği’nin politik karakteri hayatın her alanına yansımıştır. Planlama faaliyeti bundan bağımsız olmamakla birlikte, Sovyetler Birliği’nde temel esaslar üzerinden örgütlenmiştir. Sosyalist toplum ve ekonomiyi gerçekleştirmenin araçlarından biri de planlama olarak görülmüştür. Bu sebepten ötürü planlama, Marxist ekonomi ilkeleri ile Lenin’le başlamak üzere Sovyetler’ in temel ideolojisini oluşturan birtakım politikalar çerçevesinde gerçekleşmiştir. Türkiye’deki planlama deneyimi ise deneme yanılma yöntemine dayanan bir öğrenme faaliyeti şeklinde gelişmiştir (Erder ve ark., 2003: 35). Bu eksikliğin sebep olduğu savrulmalar ise hem teknik hem de toplumsal sonuçlara sahiptir.

GOSPLAN’ ın görevleri ve teşkilatlanması ile DPT’ yi karşılaştırdığımızda temel ayrımın piyasanın yani özel sektörün varlığı olduğunu görmekteyiz. İki örgütün de bir merkezîyetçilik simgesine dönüşmesinin temel sebebi salt iktisadi değil, kapsayıcı planlar yapmasından kaynaklanmaktadır. Tanilli’nin de tartıştığı gibi Sovyet planlamasında “bütün iktisadi kararlar, tek bir kumanda merkezinden verilmiş böylece ortaya çıkan plan siyasi otoritenin sürekli gözetimi altında bir disiplin içinde yürütülmüştür.” (Tanilli, 1981: 173). Bu noktada planlama ile planın farklı şeyler olduğu, zira planlama faaliyeti içinde bir karar verme ya da vermeme durumu olduğu belirtilmelidir. Türkiye’de Başbakanlık’ a bağlı bir örgüt olarak ortaya çıkan

<sup>4</sup> “Madde 2

f) Özel sektörün faaliyetlerini planın hedef ve gayelerine uygun bir şekilde teşvik ve tanzim edecek tedbirleri tavsiye etmek.”

DPT' nin tüm rasyonellik iddialarına rağmen, ilk andan itibaren siyasi unsurlar taşıdığı söylemek mümkündür. İlk planlamacıların istifası bunun gerçekliğini gözler önüne serer.<sup>5</sup> Bu siyasi unsurlar planlamayı yeni bir ekonomik yapıya götürmemiş, aksine varolan yapının kurumsallaşmasına ve giderek toplumla bağımlı zayıflatmıştır.

## 5. Sonuç

Türkiye ve Sovyetler Birliği, yirminci yüzyıl büyük bir dönüşüm yaşayarak ve çevrelerini etkileyerek girmiştir. Sovyetler Birliği bir tarım toplumundan sosyalist bir toplumu kurmak gibi büyük dönüşümü hedeflemektedir. Bu ise sanayileşerek kalkınma yöntemi ile gerçekleştirilecektir. Planlama hem sanayi ile tarım arasındaki çelişkileri ortadan kaldırmak hem de sistemi dönüştürmek için bir araç olarak görülmektedir. Türkiye ise kuruluşundan itibaren birtakım çatışmalarla birlikte kapitalist ekonomik sistemi kabul etmiş ve eklemlemeye çalışmıştır. Bu süreçte sıklıkla Türkiye'nin Sovyetler Birliği' ne yakın olduğu, Cumhuriyet'in sosyalizm için bir aşama olduğu, Mustafa Kemal'in Bolşeviklerle bağlantısı tartışılmalara neden olmuştur. Yeni bir toplum kurma çabasındaki iki ülke arasında bu benzerliklerin kurulmaya çalışılması olağandır.

Ekonomik alanda Sovyetler' in kamulaştırmalara başlaması, üretimin toplumsallaştırılması gibi temel ilkeler sonraki dönemlerde İç Savaş ve başka sebeplerle sekteye uğramış, sınırlı olsa da piyasanın varlığı kabul edilmiştir. İlerleyen süreçte ise merkezi planlama teşkilatı GOSPLAN ile kapsayıcı ve emredici planlama anlayışına geçilmiştir.

Türkiye' de ise kapitalist sisteme eklemleme çabaları, olgun bir burjuvazinin yokluğundan gelişmemiştir. Bu sebeple milli burjuvazi yaratma çabasının bir uğrağı da planlama olmuştur. Bu dönem içinde Türkiye ve Sovyetler Birliği'nin yakınlaştığı anlar olmuştur. İlk Sanayileşme Programı'nda Sovyet Birliği'nden alınan teknik yardım Türkiye için anlamlıdır. Bu yakınlığın sürekliliği ve niteliği ise tartışmalıdır.

Planlama konusunda da bu iki ülkenin kendi içinde ve çevreleri ile yaşadıkları kırımları ekonomik, sosyal ve siyasi karşılıkları vardır. Planlama kavramını bu karşılıklardan ayırmadan düşünmek gerekmektedir. Diğer yandan, planlamanın neyin aracı olduğunu tespit etmek, yapılacak analiz ve yüklenecik misyonları belirleyecektir. Planlama siyasi bir kararın sonucudur ancak planlama bir sistemin aracı olmak için zayıf bir araçtır. Kullanıldığı sisteme göre belli görevler biçilebilen planlama tamamlayıcı bir görev üstlenebilmektedir. Benzer şekilde, Türkiye'de DPT'nin kaldırılması ve bunu izleyen dönemde Kalkınma Bakanlığı' nın kurulması, planlamadan beklenenler ile planlamanın niteliğine ilişkin bir dönüşüme işaret etmektedir.

DPT ve GOSPLAN şekli benzerlikler göstermekle birlikte kuruluş amaçları ve faaliyet gösterdikleri alanlar nedeniyle ayrılmaktadır. DPT kapitalist sisteminin gelişiminin "kalkınma" üzerinden gerçekleşeceğine karar

verildiği için kullanılmış; GOSPLAN ise sosyalist toplumun kurucusu ve taşıyıcısı olması niteliği ile kurulmuştur. DPT'nin kuruluş döneminde ve sonraları da gerek planlılar gerek devlet yöneticileri planlamanın sistem gereği hazırlandığı belirtmişlerdir. Bu konuda son noktayı koyacak olan ilk planlılardan Necat Erder' in anlattıklarıdır:

Atilla Sönmez hatırlar mı bilmiyorum; Halkevi'nde bir konuşma yapmıştı, "Bu plan niye sosyalist?" diye soruyorlardı. "Kapitalist bir ülkede sosyalist bir plan hazırlanır mı?" yanıtını verdi. Dinleyenler için şaşırtıcı bir yanıtı. Oysa kapitalist cephede yer almış bir ülkede hazırlanan planın kapitalist olması doğaldı. Önemli olan, planın o sistem içinde ülke kaynaklarını rasyonel kullanmayı öngörmektir. (Erder ve ark., 2003: 12).

## Kaynakça

AKÇAY, Ü. (2007), Kapitalizmi Planlamak Türkiye' de Planlama ve DPT'nin Dönüşümü, 1. Baskı, Sosyal Araştırmalar Vakfı, İstanbul.

ALBERTINI, J.M.(1972), Azgelişmişliğin Mekanizması, çev: M. Sencer- M. Kum, Geçiş Yayınları, İstanbul.

BAŞKAYA, F. (1994), Kalkınma İktisadının Yükselişi ve Düşüşü, 1. Baskı, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.

BETTELHEIM, C. (1975), The Translation to Socialist Economy, çev: Brian Pearce, Harvester Press.

<http://digamo.free.fr/bettransi.pdf> ( Erişim Tarihi:25.09.2014).

BORATAV, K.(1973), Sosyalist Planlamada Gelişmeler, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları No:347, Ankara.

BORATAV, K. (1982), Türkiye'de Devletçilik, Savaş Yayınları, Ankara.

BORATAV, K.(2003),Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002, İmge Kitabevi, Ankara.

ÇELEBİCAN, G. (1973), "Sovyet Rusya'da İktisadi Planlamanın Gelişimi", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi 31-1,247-286.

ÇELEBİCAN, G. (1974), "Sosyalist Planlama Kavramı", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 31- 1-4,587 -601.

ÇİLİNGİROĞLU, A. (2010), "Ayhan Çilingiroğlu'nun Hatıralarında Planlama' nın Kuruluşu", E. Türkcan (Ed.), Atilla Sönmez'e Armağan Türkiye'de planlamanın yükselişi ve çöküşü 1960-1980, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, s.113-151.

DOBB, M. (1970), Socialist Planning: Some Problems, Lawrence & Wishart, London.

EKİZ, C. ve A. Somel (2005),Türkiye'de Planlama ve Planlama Anlayışının Değişimi, A.Ü. SBF- GETA Tartışma Metinleri, No.81, Ocak 2005.

ELLMAN, M.(2014), Socialist Planning, Third Edition, Cambridge University Press.

ERDER, N., A. Karaosmanoğlu, A. Çilingiroğlu ve A. Sönmez(2003),Planlı Kalkınma Serüveni, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

HAMİTOĞULLARI, B.(1980), "İktisaden Az Gelişmiş Ülkeler İçin Nasıl Bir Plan Gereklidir", Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 21 -3, 91-124.

HAYEK, F. V. (2010), Kölelik Yolu, çev: T. Feyzioğlu, Y. Arsan, A. Yayla,4. Baskı, Liberte Yayıncılık, Ankara.

<sup>5</sup>"Bizi Planlamada istifa noktasına getiren spesifik meselelere gelince pek çok örnek verilebilir. Plan taslağının uzun bir süre konuşulup tartışıldığı Yüksek Planlama Kurulu toplantılarında bizleri ümitsizliğe düşüren pek çok olay oldu. Mesela biz gelir dağılımının düzeltilmesi hedefinin kabul edilmiş olacağını beklerken, Plan taslağındaki gelir dağılımıyla ilgili bölümün çıkartılma kararı bizi çok üzdü ." akt. Atilla Karaosmanoğlu( Erder ve ark.,2003: 68).

- HUBERMAN, L. (2005), Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla, çev: Murat Belge, 5. Baskı, İletişim Yayınevi, İstanbul.
- KARATEPE, İ. D.(2009), Türkiye’de Planlamanın Arka Planı, Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- KURUÇ, B. (2013), “Halk iradesi oluştuktan sonra planlama değer kazanır.”, soLportal, 26.02.2013( Erişim Tarihi:26.12.2013).
- KÜÇÜK, Y.(1978), Planlama, Kalkınma ve Türkiye, Tekin Yayınevi, İstanbul.
- LEWIS, W.A. (1970), Development Planning The Essentials of Economic Policy, Fourth Edition, Unwin University Books, London.
- OKUYAN, K. (2013), Stalin’i Anlamak, 4. Baskı, Yazılama Yayınevi, İstanbul.
- ÖVGÜN, B.(2010), Devlet ve Planlama, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- TANİLLİ, S.(1981), Devlet ve Demokrasi Anayasa Hukukuna Giriş, 2. Bası, Say Kitap Pazarlama, İstanbul.
- TEKELİ, İ. ve İlkin, S. (2010),“Planlama tarihi bakımından umur-u Nafia programları ve Cumhuriyet’in 1929 yılında uygulanmaya başlayan ikinci umur-u Nafia programı”, E. Türkcan (Ed.), Attila Sönmez’e Armağan Türkiye’de planlamanın yükselişi ve çöküşü 1960-1980, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, s. 475-493.
- SEZEN, S. (1999), Devletçilikten Özelleştirmeye Türkiye’de Planlama, TODAİE, Ankara.
- SOMEL, A. (2009), “Türkiye’de Planlama Efsanesi” , Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce 9: Dönemler ve Zihniyetler, ed. Ö. Laçiner, 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.
- SOYAK, A.(2006), Ulusalardan Ulusalüstüne İktisadi Planlama ve Türkiye Deneyimi, Der Yayınları, İstanbul.
- ŞİMŞEK, O.(2012), Planlamayı Yeniden Düşünmek, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bolu.
- TUNCER, B.(1962), “ Sosyalist Ekonomilerde Plan”, Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 17 -3,39-53.
- YENAL, O. (2010), “Planlama’ ya Dair Dünyada ve Türkiye’de İktisadi Planlama Kuram ve Uygulamaları”, E. Türkcan (Ed.), Attila Sönmez’e Armağan Türkiye’de planlamanın yükselişi ve çöküşü 1960-1980, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, s. 511-523.
- YILMAZ, C.(1999), “Piyasa Ekonomilerinde Planlama ve Çeşitli Planlama Yaklaşımları”, Amme İdaresi Dergisi, 32-1,85-101.
- DPT’nin Kurulması Hakkında 91 Sayılı Kanun,  
RGT:05.10.1960 (Erişim Tarihi: 12.08.2014).



## Bilgi Toplumunda İnternetin Önemi ve Sağlık Üzerindeki Etkileri

Oya ERYİĞİT GÜNLER

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, KARAMAN

### Özet

Toplumlar geçmişten günümüze sürekli bir değişim içerisindeyler. Tüm toplumlar için geçerli olmasa da toplumların ilkel, tarım, sanayi ve bilgi toplumu aşamalarından geçtikleri söylenebilir. Bilgi toplumunda internet kullanımının giderek yaygın hale gelmesi pek çok sosyal olguda olduğu gibi sağlık ve hastalık olgusunda da bir takım değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur. İnternetin sağlık alanındaki yaygın kullanımı, sağlık ve hastalık davranışlarının değişmesine, sağlık bilgisinin hekimlerin tekelinden çıkıp küreselleşmesine, hekim otoritesinin azalmasına, yeni sosyal destek ağlarının ortaya çıkmasına, hastalıkların ya da hastaların özel alandan kamusal alana geçmesine, hekim ve hasta arasındaki ilişki ve iletişim şeklinin değişmesine neden olmuştur. Bilgi toplumunda internet kullanımının giderek yaygınlaşması sağlık ve hastalık üzerinde bir yandan olumlu, diğer yandan olumsuz sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmanın amacı bilgi toplumunda önemi giderek artan internet kullanımının sağlık üzerindeki söz konusu etkilerini ortaya koymaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Bilgi Toplumu, Sağlık, Hastalık, İnternet

## Internet's Importance and Its Effect on Health in the Information Society

### Abstract:

Societies have been in continuous change from past to present. Not for all of them but generally it could be said that societies have gone through traditional, agricultural, industrial and informational phases. In information society, the proliferation of using internet gradually caused several alterations on the facts of health and illness as on many other social facts. Extensive use of internet in the health sphere has raised the dissolution of doctors' monopoly on knowledge of health and its globalisation; decrease of doctoral authority; appearance of new social support mechanisms; switching of illnesses or patients from private sphere to public sphere; change of the relationship and style of communication between doctor and patient. Hence, proliferation of using internet in information society reveals both positive and negative outcomes

**Key Words:** Information Society, Health, Illness, Internet

### 1. Giriş

Toplumlar geçmişten günümüze birçok değişim yaşamışlardır. Bu değişim içerisinde tüm toplumlar için geçerli olmasa da toplumların ilkel, tarım, sanayi ve bilgi toplumu aşamalarından geçtikleri söylenebilir. Yaşanan her toplumsal değişimin etkisi pek çok toplumsal olgunun yanı sıra sağlık ve hastalık olgusunda, sağlığa yönelik davranışlarda, sağlık ve hastalığa verilen anlamlarda, hasta ve hekimin konumunda, hasta ve hekim arasındaki ilişki ve iletişiminde de değişimler yaşanmasına neden olmuştur.

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte kitle iletişim araçları ve özellikle internet toplumsal yaşamda büyük değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Modern tıbbın ortaya çıkması ve gelişmesi ile birlikte sadece hekimin tekelinde olan tıbbi bilgi, artık diğer insanların da kolaylıkla ulaşabilecekleri bir boyut kazanmıştır. İnternet aracılığıyla sağlık ve hastalık ile ilgili konular ve farklı tedavi yöntemleri hakkında bilgi edinen bireyler kendi sağlık durumları üzerinde söz hakkına sahip olmaya başlamışlardır. Kişilerin hastalıklar hakkında daha fazla bilgiye sahip olmaları, hekimlerin tıbbi bilgi konusundaki otoritelerinin azalmasını da beraberinde getirmiştir. Yine internet, bilgiye erişim olanaklarının artmasıyla tıbbi bilginin küreselleşmesine ve

yeni sosyal destek ağlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Böylelikle günümüze kadar özel alana hapsolmuş hastalıklar ya da hastalar sosyal medyada yer almaya başlamışlardır.

Bu makalede genel olarak bilgi toplumunun temel özellikleri ve bu özelliklerin sağlık ve hastalık üzerine yapmış olduğu etkiler konu edilecektir. Bu bağlamda özellikle internetin sağlık ve hastalık davranışlarına etkileri, hekim-hasta ilişkisinde meydana getirdiği değişiklikler, yeni sosyal destek ağlarının ortaya çıkması, tıbbi bilginin küreselleşmesi ve hekim otoritesinde meydana gelen değişiklikler ele alınacaktır. Sonuç olarak da söz konusu değişikliklerin sağlık ve hastalık üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri ortaya konulmaya çalışılacaktır.

### 2. Bilgi Toplumu

Toplumlar ilk ortaya çıkışlarından bugüne kadar sürekli bir değişim içerisindeyler. Genel olarak toplumların ilkel toplum, tarım toplumu, sanayi toplumu ve bilgi toplumu aşamalarından geçtikleri ifade edilebilir. Ancak bu geçiş aşamalarında hiç şüphesiz ki bölgesel bir eşitlik söz konusu değildir. Dünyanın farklı bölgelerindeki toplumlar aynı dönem içerisinde birbirinden farklı özellikler gösterebilmiş

ve farklı toplum biçimi aşamalarında olmuşlardır. Yine bu farklılıklar toplumsal düzeyde olduğu gibi bireysel düzeyde de yaşanmıştır.

Sanayi toplumunu ortaya çıkaran teknolojik gelişmeler, insanların kapasitelerini adeta kaslarının bir uzantısı şeklinde geliştirmiştir. Bilgi toplumunda ise insanların kapasitelerinin beyinlerinin uzantısında geliştiği söylenebilir. Sanayi öncesi toplumlarda insanlar yaşamlarını çok az enerji kullanarak düzenlemişlerdir. Sanayi toplumunda insanların yaşamlarını enerji sağlamak için kullandıkları fosil yakıtlar ve geliştirdikleri makineler düzenlemeye başlamışlardır. Bu süreç kişi başına düşen enerji miktarını büyük oranda artırmıştır. Günümüz bilgi toplumunda ise insanların yapabileceği kapasiteleri bilgisayar teknolojisi ile yeni bir alanda gelişmeye başlamıştır. Henüz başlangıç aşamasında olursa da bilgisayar, insan beyni gibi karmaşık süreçlerle sembollerini işleme kapasitesini geliştirmekte, bu yolla bilgi stokları oluşturularak bilgilere ve yeni bilgi akımlarına dayalı kararlar üretilebilmektedir. Bu nedenle bilgi toplumunda insanların kendi buluşlarıyla kendi yapabilirlik düzeylerini geliştirme süreci içerisine girdikleri söylenebilir (Tekeli, 2005: 16).

Günümüzde insanlar teknolojik gelişmelerin sağladıkları imkânlarla geçmişe oranla çok daha yüksek bir etkinlik sergileyerek yaşamlarını sürdürebilmektedirler. Giderek artan ve yayılan teknolojik gelişmeler toplum örgütlenmesinde, üretimin niteliklerinin değişmesinde, yaşam kalıplarının tanımlanmasında çeşitli değişikliklerin yaşanmasına yol açmış, böylelikle bilginin anlamı, işlevi ve yorumlanış biçiminde de birtakım farklılıklar ortaya çıkmıştır (Tekeli, 2005: 16).

Bilgi toplumunda toplumsal hayatın en önemli özellikleri hızlı bilgi akışı, hızlı gelişme ve hızlı değişimdir. Hızla artan bilgi birikimi, bilgide seçiciliğin ortaya çıkmasını beraberinde getirmiştir (Arklan ve Taşdemir, 2008: 72). Çünkü bilgi toplumunda her yeni gün ve her an yeni bilgiler ortaya çıkmakta ve bilginin küreselleşmesiyle hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Bilgilerin bu denli çok olması ve farklılıklar içermesi, insanların ortaya konulan bilgilerden kendilerine uygun olanları seçmesini beraberinde getirmektedir.

Bilgi toplumunda eğitim ve öğretimde bir devamlılık söz konusudur. Bu toplum biçiminde insanlar yaşamlarının başlangıcından bitimine kadar aktif bir öğrenme süreci içerisinde bulunmaktadırlar. Çok işlevli ve gelişmiş bilgisayarlar, çeşitli yayın olanakları, bilgi iletimi ve haberleşmeyi daha da kolaylaştırmakta ve dünya bu anlamda gerçekten küçülmektedir (Arklan ve Taşdemir, 2008: 72). Çünkü bilginin küreselleşmesiyle farklı coğrafyalarda birbirini tanıma ihtimalleri çok düşük olan kişiler karşılıklı iletişim kurma imkânına kavuşarak, hiç elde edemeyecekleri bilgilere ulaşabilmektedirler.

Bilgi toplumunda bilgi edinmek için herhangi bir yere gitmeye gerek yoktur. Bilgiye evden ya da iş yerinden kolaylıkla ulaşılabilir. Herkes, her yerde ve istendiği anda açık olan dünya çapındaki elektronik kütüphanelere, arşivlere ve veri bankalarına ulaşabilmektedir (Kumar, 2010: 23). Bu nedenle bilgi toplumunda bilgiye erişimin geçmişe oranla oldukça kolay ve rahat olduğu söylenebilir.

### 3. İnternet

Bilgi toplumunda kitle iletişim araçları büyük bir öneme sahiptir. Bilgi, kitle iletişim araçları vasıtasıyla yayılarak toplumsal hale gelmektedir. Kitle iletişim araçlarından olan internet de günümüzde giderek yaygınlaşarak bilginin kolay ve ucuz bir şekilde küreselleşmesine neden olmaktadır.

Bilgisayar ve internet bilgi toplumunun temelini oluşturan yapı taşlarındandır. Bilgisayar ve internet daha önce görülmemiş düzeyde bilgi depolanmasına ve bilgi akışına neden olmuştur (Arklan ve Taşdemir, 2008: 71). İnternet evrenselliğiyle, esnekliğiyle, aktarım biçimlerinin ve kullanım masraflarının az olması nedeniyle geleceğin tek medyası olarak gösterilmektedir. Hem istenileni bulmak, hem de kişisel bilgi paylaşımı için elverişli bir ortam sağlayan internet, diğer medya organlarına oranla kullanıcılarına daha fazla özgürlük sunmaktadır (Maigret, 2012: 329). Çünkü genel olarak insanlar internet vasıtasıyla istedikleri anda istedikleri bilgilere rahatlıkla ulaşabilme imkânına sahiptirler.

İnternet, iletişim ve bilgiye işlevsel başvuru gereçlerini oluşturmaktadır. Elektronik posta aracılığıyla kişilerarası iletişim kurulmakta, tartışma forumlarında ise hem toplu tartışma ortamı hem de ortak çalışma ortamı sağlanmaktadır. İnternet, web kitle medyasının ya da uzmanlaşmış medyanın içeriklerini aktarma rolüne sahiptir. İnternette bilgi veren ve eğlendirici siteler televizyona benzer işlev görmektedir. Ticari sitelerde ise ürün tanıtımı ve satın alma işlevleri bulunmaktadır (Maigret, 2012: 331-332). İnternet ağında bireyler bilgi aramakta, belirli sitelere girmekte, daha sonra başvurmak üzere bu sayfaları işaretleyebilmektedirler. Ağ aracılığı ile pek çok belgeye, virüsten korunma programlarına, bilgisayar oyunlarına ulaşabilmektedir. Web siteleri duyulara grafiklerle, fotoğraflarla, çeşitli görüntü ve seslerle hitap etmektedir (Giddens, 2012: 641).

İnternet toplumsal, ailesel, etnik grupların yanı sıra çıkar grupları, beğeni ve kültür toplulukları arasındaki ilişkileri de kolaylaştırmaktadır (Maigret, 2012: 343). İnternet hem telefon ve telgraf gibi bireyler arası etkileşimi sağlamakta hem de radyo ve televizyon gibi belirli bir içeriği büyük gruplara ulaştırmaktadır (Ercan ve Çok, 2007: 38). Bu nedenle internetin kullanılması ve yaygınlaşması sonucunda iletişimin de giderek geliştiği söylenebilir.

Diğer kitle iletişim araçlarına göre internet kullanıcıları çok daha aktif konumdadırlar. Bir başka deyişle, sadece kendilerine sunulan bilgilere değil, kendi istedikleri bilgilere de ulaşabilmektedirler. İnternet vasıtasıyla kişiler arama motorunu kullanarak ya da çeşitli web sitelerine giriş yaparak farklı konularla ilgili bilgiler elde edebilmektedirler.

İnternet küresel ve yerel olan arasındaki sınırları belirsizleştirerek iletişim ve etkileşime yeni boyutlar kazandırmaktadır. İnternet vasıtasıyla insanlar gündelik işlerini online olarak yapabilmektedirler. Yine internet toplumsal dünyayı keşfetmeye dair yeni ve heyecanlı fırsatlar sunmaktadır. Ancak internet insanlar üzerinde her zaman olumlu etkiye sahip değildir. İnternet kimi zaman insanlar arasındaki ilişkilere ve topluluklara zarar da verebilmekte; birtakım problemlerin yaşanmasına yol açabilmektedir (Giddens, 2012: 643). Kimilerine göre internet bireysellik sorununu ortaya çıkarmaktadır. Çünkü insanlar internette sörf yaparak ya da alışveriş yaparak tatmin olmakta, tüm toplumsal alanlarda yakınlık duyulan küçük gruplara kapanma ve evrensel açılım isteği arasında sıkışıp

kalabilmektedirler. Ayrıca internet bilgi alanında yorucu ve yanlışa sürükleyici olabilmektedir (Maigret, 2012: 343). Kimi zaman da kişiler internette sahte kimliklere sahip olabilmektedir. Bu nedenle internet kullanımının bireysel ve toplumsal düzeyde olumlu ya da olumsuz sonuçlar doğurabildiği söylenebilir.

#### 4. Bilgi Toplumunda İnternetin Sağlık Üzerindeki Etkileri

Bilgi toplumunda kitle iletişim araçları oldukça önemli bir konuma sahiptir. Hızla gelişen televizyon, gazete, internet gibi kitle iletişim araçları bilginin paylaşılması ve yayılması konusunda oldukça etkin bir rol oynamaktadır.

Bilgi toplumunda internet kullanımının giderek artması kişilerin kendi sağlıkları ya da hastalıkları konusunda bilgi sahibi olmalarını beraberinde getirmektedir. Bu nedenle tıbbi bilginin tek sahibi olarak görülen doktorların otoritesinde bir takım değişiklikler yaşanabilmekte, bu değişiklikler hekim-hasta ilişkisine de yansımaktadır. İnternet kullanımı ile bireyler kendi sağlıklarından sorumlu hale gelebilmektedirler. Aynı zamanda internet, coğrafi olarak farklı bölgelerde yaşayan, birbirini tanımayan, ancak ortak sağlık sorunlarına sahip olan kişiler için sosyal destek ağları sağlayarak, hastalıkları nedeniyle toplumsal olarak etiketlenmiş kişilerin sağlık sorunlarını ve yaşadıkları diğer problemleri rahatlıkla başkalarına aktarmalarına ve çeşitli çözüm yolları aramalarına neden olabilmektedir. Yine internet, kişilerin modern tıp dışında alternatif tıp uygulamaları konusunda bilgi edinerek, hastalıklarını tedavi etmek ya da sağlıklarını korumak için çeşitli eylemlere girişmelerine yol açabilmektedir.

Genel olarak söylemek gerekirse internet kişilere sağlık ve hastalık konusunda bilgi vermekte, hasta ve hekim arasındaki ilişkinin boyutunu ve şeklini değiştirmekte, yeni sosyal destek ağlarının ortaya çıkmasına neden olmakta, tıbbi bilginin küreselleşmesine ve doktor otoritesinde çeşitli değişikliklerin yaşanmasına neden olmaktadır. Bu nedenle internet vasıtasıyla kişilerin kendi sağlıkları hakkında daha çok söz hakkına sahip olduklarını, sağlık ya da hastalıklarını eskiye oranla daha çok yönlendirebildiklerini söyleyebiliriz. Ancak bütün bunlar kişilerin sağlığını ya da hastalıklarını her zaman olumlu yönde etkilememektedir. Çünkü hastalıkların belirtileri, tedavi şekilleri gibi pek çok durum kişilere göre değişiklik gösterebilmektedir. Dolayısıyla internetten elde edilen bilgilere göre kişilerin kendi kendilerine teşhis koymaları yanıltıcı olabilmektedir. Yine internetten elde edilen bilgiler her zaman güvenilir değildir. Bu nedenle kişilerin internetten elde ettikleri bilgilere göre kendilerini tedavi etme yoluna gitmeleri kimi zaman sağlıklarını kaybetmelerine neden olabilmektedir.

##### 4.1. İnternetin “Sağlık ve Hastalık Bilgisi Verici” Rolü

Günümüzde daha uzun süre ve sağlıklı yaşamak hemen bütün insanların ideali haline gelmiştir. Bu nedenle internet siteleri üzerinden sağlıkla ilgili bilgi edinme davranışı giderek yaygınlaşmaktadır. Sağlığına dikkat eden eğitilmiş tüketicilerin bulunduğu ABD ve Batı Avrupa ülkelerinde sağlık web siteleri hastalıklar, tedavi yöntemleri ve ilaçlarla ilgili bilgi sahibi olmak isteyenlerin hedefi konumundadırlar (Saygılı ve Erdal, 2001).

Bugün ABD’de yaklaşık 100 milyon kişi düzenli olarak internete girmektedir. Bu kullanıcıların %66’sı, yetişkinlerince %80’i sağlık bilgisi edinmek için internete

başvurmaktadırlar. Her geçen gün sağlıkla ilgili yeni web siteleri oluşturulmakta ve bu siteler birçok insan tarafından kullanılmaktadır (Conrad ve Stults, 2010: 180). ABD’de PEW İnternet ve American Life projesinin verilerine göre kronik hastalığa sahip olan kişilerin %75’i internetten öğrendikleri tedavi yöntemlerini uygulamaktadırlar. İspanya’da Miguel Hernandez Üniversitesi’nin yaptığı bir araştırmaya göre ise hastaların %90’ı sağlık kuruluşuna başvurmadan önce gidecekleri doktorla ilgili bilgilere internet vasıtasıyla ulaşmaktadırlar (Kayabalı, 2011: 17).

Türkiye’de 2013 tarihinde Doktorsitesi.com ve Social Touch tarafından 8 bin kişi üzerinde yapılan çalışmada katılımcılara sağlıkla ilgili herhangi bir konuda bilgiye ihtiyaç duyduklarında hangi kaynaklara başvurdukları sorulmuş, birden fazla seçeneği işaretleyebilecekleri ifade edilmiştir. Sonuç olarak araştırmaya katılanların %78,77’si internete girerek, %60,29’u doğrudan hastaneye/muayeneye giderek, %22,41’i yakınları aracılığıyla bilgi edindiklerini, %1,55’i ise sağlıkla ilgili bilgiye ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir. Çalışmada katılımcılara internette sağlıkla ilgili konulara ne sıklıkta girdikleri sorulmuştur. Ankete katılanların %27,37’si ayda 2-3 kez, %21,98’i ayda bir kezden daha az, %19,49’u haftada 3 kezden daha fazla, %17,22’si haftada 1-2 kez, %13,94’ü ayda bir kez sağlıkla ilgili konularda internete girdiklerini ifade etmişlerdir. Araştırmada katılımcılara internetten sağlık alanında hangi konu ve/veya hizmetlerle ilgili bilgi aldıkları sorulmuş, bu soruda birden fazla seçeneği işaretleyebilecekleri söylenmiştir. Buna göre katılımcıların %89,73’ü ihtiyaç duyduğu sağlık konularında veya hastalıklarla ilgili, %55,92’si ilaçlarla ilgili, %47,99’u sağlık hizmetleriyle ilgili, %44,12’si doktor ve sağlık görevlileriyle ilgili, %42,03’ü doktorlarından randevu almak için interneti kullandıklarını ifade etmişlerdir. Araştırmada katılımcılara internetin hastane ve doktor seçiminde ne ölçüde önemli olduğu sorulmuştur. Katılımcıların %44,64’ü internetin önemli olduğunu, %28,73’ü ne önemli ne de önemsiz olduğunu, %14,95’i çok önemli olduğunu, %6,89’u önemli olmadığını, %4,79’u hiç önemli olmadığını ifade etmişlerdir (www.socialtouch.com.tr). Bu araştırma sonucuna bakıldığında, tıpkı Batı Avrupa ve ABD’de olduğu gibi ülkemizde de internetin sağlık konusunda bilgi edinmek için oldukça önemli kaynak niteliği taşıdığı söylenebilir.

İnternet yolu ile insanlar devlet tarafından desteklenen web sitelerinden, hastanelerden, diğer bireylerden, kurumsal web sitelerinin dışındaki web sitelerinden, bloglardan, online chat odalarından, ilan panolarından, bireysel tartışma sitelerinden sağlık ya da hastalığa ilişkin bilgi edinebilmektedirler. Bu sitelerden pek çoğu kişilerin kendi görüş ve fikirlerini beyan etmelerine izin vermektedir. Bu nedenle internet sitelerine giren kişiler başkalarının bireysel gözlemleri ve deneyimleriyle ilgili de bilgi alabilmektedirler (Conrad ve Stults, 2010: 182).

İnternet üzerinde yer alan web siteleri, kullanıcıların talepleri doğrultusunda hareket etmekte, hastalıklar, klinik deneyler, ilaçlar, tedavi yöntemleri, kişisel bakım, gıdalar ve beslenme, formda kalma ve spor, şifalı bitkiler, sağlık kütüphanesi, alternatif tıp yöntemleri gibi genel düzeyde bilgiler vermektedirler. Web siteleri sağlık eğitimi ile ilgili bilgiler ve sağlık web sitesi üye hizmetleri de sunmaktadır. Sağlık web sitelerinin aynı zamanda ticari özellikleri de bulunabilmektedir. Bu anlamda kişisel bakım ürünlerinden

doğal ilaçlara kadar geniş bir yelpazede ürünler sergilenmekte, zayıflama, formda kalmaya yarayan ürünler pazarlanmakta, her türlü tıbbi ürünün satışı yapılabilmektedir (Saygılı ve Erdal, 2001; Kassirer, 2000).

Birçok yönden sağlık bilgisi edinmek için uygun bir yol olarak kabul edilen internet, bireysel olarak bilgi edinme konusunda gizlilik sağlayabilmektedir (Cotten, 2001). Bu nedenle çevresinden gizledikleri bir hastalığa sahip kişiler hastalıklarıyla ilgili belirtileri, tedavi yöntemlerini, risk faktörlerini veya başvuracakları doktorları internet vasıtasıyla öğrenebilmektedirler.

İnternet kullanımı sadece hastalar ya da sağlıkla ilgili bilgi edinmek isteyen kişilerle sınırlı değildir. Günümüzde hekimler de interneti yaygın olarak kullanmaktadırlar. Kişilerin internet üzerinden bilgilere ulaşmaları tedavileri ve durumları hakkında daha fazla bilinçli hale gelmelerine neden olmuştur. Bu nedenle sağlık alanında çalışan kişilerin de internette bulunan sağlık bilgilerinden haberdar olmaları bir zorunluluk haline gelmiştir (Saygılı ve Erdal, 2001). Bunun dışında doktorlar interneti daha çok laboratuvar sonuçlarına bakmak, diğer doktorlara fikir alışverişinde bulunmak, randevularını planlamak, yeni tanı ve tedavi yöntemleri hakkında hastalarına bilgi vermek amacıyla kullanmaktadırlar. İnternetin kullanılması doktorların ofis maliyetlerini azaltabilmekte ve verimliliklerini artırabilmektedir. Yine web siteleri sayesinde doktorlar çeşitli hekim örgütlerine katılabilmekte, kendi reklamlarını yapabilmektedirler (Kassirer, 2000).

İnternet, kullanıcılara sağlık konusunda oldukça fazla bilgi vermektedir. Ancak internet üzerinden sağlık bilgisi edinme sürecinde teknik dil ve tıbbi dil ile ilgili problemler yaşanabilmektedir. Kişiler tıbbi terimleri anlama hususunda zorluklarla karşılaşabilmektedirler (Cline ve Haynes, 2001). Sağlık bilgilerinin eksik ya da yanlış anlaşılması sonucunda kimi zaman yanlış uygulamalar ya da davranışlar sergilenabilmektedir. Bütün bunlar ise sağlığı olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

İnternet kontrol edilemeyen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle doğru olmayan, yanıltıcı ya da tehlikeli bilgiler barındırabilmektedir. Dolayısıyla internette doğru kaynağı seçmekle ilgili problemler yaşanabilmektedir (Cline ve Haynes, 2001; Hardey, 2001). İnternette bulunan sağlık bilgilerinin güvenilir olduğuna ilişkin bir veri olmadığından, kimi zaman internette bulunan bilgilerin fazlalığı kişilerin kafasını karıştırmakta, yanlış ve eksik bilgilendirilmelerine, kişilerin kendi kendilerine hastalık tanıları koymalarına ve kimi zaman da yanlış tedaviler uygulamalarına neden olabilmektedir (Tekin ve ark., 2009: 33).

İnternette bulunan bilgiler çeşitli riskler de taşıyabilmektedir. Örneğin internet vasıtasıyla kişiler intihar yöntemleri gibi çeşitli bilgilere rahatlıkla ulaşabilmektedirler (Cline ve Haynes, 2001). İnternet aracılığıyla riskli davranışlar edinilenler sağlıklarını kötü yönde etkileyecek uygulamalarda bulunabilmektedirler.

İnternet kullanımı ile birçok sağlık bilgisi edinilebilmektedir. Ancak hiç kuşkusuz hastalar arasında bireysel farklılıklar mevcuttur. Yine her hastalık bulgusu her insan için farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Bu nedenle az sayıda kaynaktan elde edilen bilgiler kişileri yanı sıra sürükleyebilmekte, sonuç olarak da sağlıklarından olabilmektedirler.

Kişilerin internet üzerinden birçok hastalık bilgilerine ulaşabilmeleri kimi zaman kişilerin hastalık hastası olmalarına neden olabilmektedir. Çünkü kişiler çeşitli belirtileri okuduklarında gerçekte olmamasına rağmen bu belirtileri hissederek, kendilerini hasta olarak nitelendirebilmektedirler.

İnternet vasıtasıyla başkalarından elde edilen sağlık ve hastalık bilgileri kişileri çeşitli yanılgılara sürükleyebilmektedir. Örneğin herhangi bir hastalığa sahip olan kişi benzer sağlık problemi yaşayan kişiden elde ettiği bilgilere göre tedavisini yönlendirmeye çalışabilmekte, kimi zaman da kendisi için doktoru tarafından önerilen tedaviyi sonlandırabilmektedir.

İnternet güncel ya da güncelliğini yitiren tüm sağlık bilgilerine yer verebilmektedir. Kişiler geçmişte doğru olan, ancak günümüzde geçerliliğini yitiren sağlık bilgilerine güvenerek çeşitli sağlık davranışları sergileyebilmekte, dolayısıyla da sağlıklarını kötü yönde etkileyebilmektedirler.

Sonuç olarak hastaların, hasta yakınlarının ve sağlıklı kişilerin sağlık bilgisi edinmek, yeni tedavi biçimlerini öğrenmek, risk faktörleri hakkında bilgi sahibi olmak, sağlıklı yaşam biçimlerini öğrenmek, gidecekleri hekim hakkında bilgi sahibi olmak, sağlıkla ilgili çeşitli alışverişlerde bulunmak gibi pek çok konuda interneti kullandıklarını söyleyebiliriz. Yine hekimlerde farklı nedenlerden dolayı interneti kullanıp, daha verimli bir şekilde çalışma yaşamlarını sürdürebilmektedirler. Ancak internet yolu ile edinilen bilgilerin doğruluğu her zaman mümkün değildir. Yanlış ya da eksik bilgi edinilmesi, kişilerin sağlıklarını kaybetmelerine neden olabilmektedir. Yine internet üzerinde tıbbi dilin kullanılması, güncel olmayan birtakım sağlık bilgilerinin yer alması yanlış sağlık uygulamalarına ve kişilerin internet vasıtasıyla sürekli yeni hastalıklar hakkında bilgi edinmeleri hastalık hastalığına maruz kalmalarına neden olabilmektedir. Bu nedenle internetin bilgi verici özelliğinin sağlık düzeyini olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebildiği söylenebilir.

#### 4.2. İnternetin Hasta-Hekim İlişkisi ve İletişimi Üzerindeki Etkisi

Bilgi toplumunun en belirgin özelliklerinden biri olan internet kullanımı, kişiler arasındaki ilişki ve iletişim biçimini değiştirdiği gibi, hekim ve hasta arasındaki ilişkiyi ve iletişim biçimini de değişikliğe uğratmıştır.

Sağlık üzerine internet üzerinden iletişim hekim ve hasta, hekim ve hekim, hasta ve hasta arasında gerçekleşebilmektedir (Yellowlees, 2008). Bu anlamda bilgi toplumunda internetin kullanımının yaygınlaşması sonucunda hekimlerin hastalarıyla, hekimlerin hekimlerle ve hastaların diğer hastalarla geleneksel yüz yüze iletişim şekline sanal bir iletişim biçimine geçtikleri söylenebilir.

Geleneksel olarak sağlık hizmetlerinin sunumu, hekimin aktif, hastanın pasif olduğu bir süreç olarak nitelendirilmektedir. Örneğin sağlık sosyolojisi alanında önemli bir yere sahip olan Parsons "hasta rolü" kavramından söz eder. Ona göre sosyal sistemin devam etmesi için hasta olan kişi ve hekimin kendilerinden beklenen rolleri sergilemesi gerekmektedir. Hastanın, hasta olduğunu kabul edip hekime başvurması, hekiminse hasta kişinin tekrar eski rollerine kavuşması için tedavi uygulaması gerekmektedir. Parsons'ın hasta rolü kavramında hasta pasif, hekimse aktif durumdadır (Turner, 2011: 51).



Bu bakış açısından sağlık hizmetlerinin sunumu paternalistik olarak nitelendirilebilir. Paternalistik hasta-hekim ilişkisinde aktif olan ve hastayı yönlendiren kişi hekimdir, hasta ise pasif durumdadır ve hekime tabidir. Ancak bu durum günümüzde hızla değişmektedir. Televizyon, gazete, dergi, internet gibi pek çok kitle iletişim aracı sağlık sorunları hakkında insanlara her geçen gün yeni bilgiler sunmaktadır (Lee, 2008). İnsanlar hızlı bir biçimde sağlık bilgilerine ulaşabilmekte ve sağlık profesyonelleri ile halk arasında bulunan sağlık bilgisi boşluğu giderek daralmaktadır. Geçmişte sadece hekimler tarafından bilinen tıbbi bilgilere sıradan kişilerin de ulaşabilmesi, hasta ve hekim arasındaki ilişki şeklini de değişikliğe uğratmaktadır.

İnternet, kişilerin kendi sağlıklarını kontrol etme düzeyini artırmıştır. İnternet vasıtasıyla hastalar kendi sağlıklarına ilişkin karar alma sürecinde aktif bir rol üstlenebilmekte, tedavi süreçlerinde çeşitli seçimler yapabilmektedirler (Tekin ve ark., 2009: 33). Kişiler internet ve diğer kitle iletişim araçları yoluyla edindikleri tıp bilgileri ile adeta kendi kendilerine teşhis koyabilmektedirler. Geçmişte kendisinde çeşitli hastalık belirtisi gören kişiler doktora gidip hangi hastalığa maruz kaldığını öğrenip, doktorların önerdiği tedavi yöntemini uygulamışlardır. Ancak günümüzde hastalık belirtisi gösteren kişiler öncelikle internette bir ön araştırma yapıp kendisinde hangi hastalığın olduğuna ilişkin akıl yürütmekte, sonrasında tedavi için doktora başvurabilmektedir. Hatta böyle bir durumda doktora başvurmayıp, internetten elde ettikleri bilgilerle kendilerini tedavi etmeye çalışan kişiler de bulunabilmektedir.

Geleneksel hasta-hekim ilişkisi yüz yüze gerçekleşmektedir. Bir başka deyişle kişiler hastalık belirtisi gösterdiklerinde hekimlere giderek yüz yüze görüşmektedirler. Yine hekimler de bu görüşmeden elde ettikleri bilgiler, muayene sonrası bulgular ve tetkik sonuçlarını birleştirerek teşhis koymakta ardından tedavi sürecine geçmektedirler.

Günümüzde ise uluslararası düzeyde elektronik konsültasyonlar (görüş alışverişi) yapılabilmektedir. Elektronik konsültasyonlar insanların daha çok tatilde oldukları ya da yolda oldukları zamanlarda tercih edilmektedir (Yellowlees, 2008). Bu bakımdan günümüzde geçmişten farklı olarak yüz yüze iletişim kurmadan da hasta-hekim ilişkisinin gerçekleştiği söylenebilir. Yine birbirinden farklı coğrafi bölgelerde bulunan hasta ve hekim arasında bilgisayar üzerinden ameliyat gibi tedavi yöntemleri de uygulanabilmektedir.

Manhattan Araştırma Merkezi verilerine göre ABD’de doktorların % 39’u yüz yüze ve muayene gerektirmeyen hastalarla internet üzerinden görüşmektedirler (Kayabalı, 2011: 17). Bu durum hasta ve hekim açısından çeşitli yönlerden avantaj sağlayabilmektedir. İlk olarak internetle iletişim, hasta ve hekimin vakit kaybına engel olabilmektedir. İkinci olarak ise bu uygulama ekonomik fayda sağlayabilmektedir, çünkü internetle iletişimin masrafı oldukça azdır. Bu nedenle özellikle birbirinden çok uzak coğrafi bölgelerde yaşayan hekim ve hasta için internet zaman ve para tasarrufuna neden olabilmektedir. Yine yüz yüze olmayan bu iletişim tarzında hastalar kendilerini daha iyi ifade edebilmektedirler.

İnternet bir taraftan hasta ve hekim arasındaki ilişki biçimini değiştirirken, diğer yandan iletişim şeklini de

değiştirebilmektedir. Bu anlamda bloglar oldukça önemli bir yere sahiptir. Bloglar sağlık alanında hastane başhekimleri, uzman doktorlar ve hastaneler tarafından kullanılmaktadır. Bu bloglarda hastalar, hastane ya da doktorlarla ilgili görüşlerini beyan edebilmektedirler. Jama’da yayınlanan bir araştırmanın sonucuna göre twitter kullanan doktorların %48’i bloglarına link vermektedirler. Yine twitter sosyal medyanın sağlık açısından en etkili araçlarından biri olarak kabul edilmektedir (Kayabalı, 2011: 17).

Wendy Levinson internetin yaygın kullanımıyla birlikte gelecekte hekim-hasta ilişkisinin bir hayli değişeceğini dile getirmiştir. Ona göre gelecekte hekim hasta ilişkisinde üç model gündeme gelecektir. Bu modellerden ilki vatandaş (citizen) modelidir. Bu modelde hasta ve hekim arasında bir sorumluluk ortaklığı var olacaktır. Hekim ve hasta arasında, hastanın sağlıklı bir yaşam stiline sahip olacağına ve buna uyum göstereceğine dair, makul bir maliyete dayalı anlaşma yapılacaktır. İkinci model ise yol gösterici ya da navigatör doktor modeli olarak nitelendirilebilir. Bu modele göre hekimin rolü devrim niteliğinde değişecektir. Hekimler internet yolu ele elde edilen bilgileri kontrol edecekler ve kişiler için rehberlik rolü üstleneceklerdir. Üçüncü model ise iş modelidir. Bu modele göre hekimler sağlık bilgisi arayan müşterilere bilgi sağlamak için istihdam edileceklerdir (Akt. Macdonald: 2004: 180).

İnternetin hasta hekim ilişkisinde değişime neden olduğu açıktır. Ancak bu değişim kimi zaman faydalı olurken, kimi zaman zararlı olabilmektedir. Örneğin internet vasıtasıyla kurulan iletişimde yüz yüze bir ilişki söz konusu olmadığından kimi zaman yeterli iletişim gelişmemektedir. Bu nedenle yanlış teşhis ve tedavi sürecinin yaşanması kaçınılmaz olabilmektedir.

Kişilerin internet vasıtasıyla sağlık bilgilerine ulaşabilmeleri hekimlerine olan güvenlerini azaltabilmektedir. Çünkü kimi hastalar hekimlerinin kendilerinde uyguladıkları tedavi yöntemlerini, internetten elde ettikleri bilgilere göre kontrol edebilmekte, kimi zaman kendileri için yanlış kararlar verildiğini düşünebilmektedirler. Dolayısıyla hem hekimlerine olan güvenlerini kaybetmekte, hem de tedavilerini kötü yönde etkileyebilecek birtakım davranışlar sergileyebilmektedirler.

Sonuç olarak internetin hekim ve hasta arasındaki ilişki ve iletişim biçimini değiştirdiğini söyleyebiliriz. İnternet kullanımının artışı ile birlikte kişiler, tıbbi bilgilere geçmişe oranla çok daha fazla ulaşmakta, bu nedenle hasta-hekim ilişkisinde hastalar geçmişe oranla çok daha aktif bir rol sergileyebilmektedirler. İnternet vasıtasıyla birbirinden uzak bölgelerde yaşayan hasta ve hekimler arasında da iletişim kurulabilmekte, kurulan yeni iletişim biçimiyle çeşitli tedavi yöntemleri uygulanabilmektedir. Ancak değişen bu iletişim ve ilişki şekli kimi zaman kişilerin sağlıkları üzerinde olumsuz etkilerin ortaya çıkmasına da neden olabilmektedir.

### 4.3. İnternetin Yeni Sosyal Destek Ağları Ortaya Çıkarması

Sosyologlar son kırk yıldır hastalık ve sağlığın sosyal boyutlarını ele alan çalışmalar yapmaktadırlar. Özellikle ilk dönemlerde “hasta rolü” ve “hastalık deneyimi” konularında yapılan çalışmalar, öncü çalışmalar olarak kabul edilebilir. Bu çalışmalarda genellikle nitel araştırma teknikleri kullanılarak hastalık deneyimi ile ilgili konular işlenmiştir. Söz konusu çalışmalarda özellikle AIDS, epilepsi gibi

damgalanmaya (stigma) neden olan hastalıklar ele alınmıştır. Yakın zamanlara kadar hastalar ya da hastalıkların iletişim ile bağlantısı genel olarak doktor, aile ya da birkaç yakın arkadaşla açıklanmaya çalışılmıştır. Ancak son 20 yılda internet kullanımının giderek yaygın hale gelmesi bu durumu değiştirmiştir. Çünkü yüzlerce ya da binlerce kişi hastalık deneyimlerini iç dünyalarında yaşamak yerine internet vasıtasıyla diğer insanlarla ya da hastalarla paylaşabilmekteydiler (Conrad ve Stults, 2010: 179-180).

Yeni milenyumda sağlık konusunda bir devrim yaşanmıştır. Özellikle son on yıldır hastalar ve doktorlar interneti yaygın olarak kullanmaktadırlar. Yine geçtiğimiz on yılda kendi kendine tedavi olma ve yardım gruplarının sayısı giderek artış göstermiştir. Artık kendi sağlıklarından sorumlu olduklarına inanılan ve bu yolda faaliyet gösteren pek çok kişi ortaya çıkmıştır. Bu inanışa sahip olan kişiler de internet vasıtasıyla birbirleriyle iletişim kurmaktadırlar (Yellowlees, 2008; Cotten, 2001).

Bilgisayar destekli iletişimin gelişmesi elektronik maillerle, yeni gruplarla ve sohbet odaları gibi uygulamalarla sağlanmaktadır. Ortak sorunları olan bireylerin sanal topluluklar oluşturmasına olanak sağlayan internet, çeşitli tartışma gruplarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Böylelikle farklı coğrafyalarda yaşayan ve farklı sosyal statülere sahip olan kişiler karşılıklı iletişim kurarak bilgi alışverişinde bulunabilmektedirler (Cotten, 2001). Bununla birlikte söz konusu ilişkiler bu kişilerde aidiyet hissi oluşmasına, dolayısıyla sosyal yalıtım düzeylerinin azalmasına ortam hazırlayabilmektedir.

Yapılan bazı araştırmalara göre bilgisayar destekli iletişim insanların sosyal açıdan yalıtılmasına neden olurken bazılarında göre tam tersine, sosyal katılımı arttırmaktadır. Bu çalışmalara göre özellikle toplum tarafından damgalanmaya yol açtığı için gündelik yaşamda dile getirilemeyen sıkıntılar, özellikle kimliğin belirsizliği (anonimite) sayesinde, internet ortamında rahatlıkla ifade edilebilmektedir (Cotten, 2001).

Damgalanma toplumda ayrımcılığa, dışlanmaya ve utanç duygusunun yaşanmasına neden olabilmektedir. Bu nedenle damgalanmış hastalıklara sahip olanlar hastalıklarını çevrelerinden saklayabilmektedirler. Öyle ki damgalanmaya neden olabilecek hastalıklara maruz kalanlar, sağlık hizmetleri ve sağlık eğitimi gibi uygulamalardan da kaçınabilmektedirler. Söz konusu hastalıklara çeşitli fiziksel engellere neden olan rahatsızlıklar, psikolojik rahatsızlıklar, işitme engeli gibi sosyal yalıtıma neden olabilen çeşitli duyu organı rahatsızlıkları, cinsel yolla bulaşan enfeksiyonlar ya da idrar kaçırma gibi utanca yol açabilecek belirtilere sahip rahatsızlıklar örnek verilebilir. Bu gibi hastalıkları olanlar için internet vasıtasıyla sağlıklarına ilişkin konularda uzmanlara soru sormak ve tedavi yöntemlerini öğrenebilmek son derece önemlidir (Berger ve ark., 2005).

Özellikle fiziksel engeli olan hastalar için de internet büyük bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Çünkü bu kişiler engellerinden dolayı zaman zaman sağlık hizmetlerinden yararlanmada sorun yaşayabilmektedirler (Conrad ve Stults, 2010: 183). İnternet, yürüme gibi engele sahip olan kişilerin evlerinden internet aracılığıyla doktorlarına ya da sosyal destek ağlarına ulaşmalarına olanak sağlayabilmektedir.

Fiziksel hastalıklara sahip kişilerin yanı sıra psikolojik hastalıkları olan kişiler de internetten faydalanmaktadır. Akıl hastalığı olan pek çok kişi, damgalanma kaygısı nedeniyle

gizli olarak psikiyatriklere ve akıl sağlığı kliniklerine başvurmaktadır. Onlara göre hastalıklarına yönelik online bilgi edinme psikiyatriste gitmekten daha az korkutucudur. Bu tür durumlarda da psikoterapi ve çeşitli tedavi hizmetleri online olarak sunulabilmekte ve hastalar bu yöntemlerle tedavi olabilmektedirler (Berger ve ark., 2005). Yine çeşitli psikolojik hastalıkları bulunan kişiler kendilerine benzer sağlık problemi yaşayanlarla ya da sağlıklı kişilerle yaşadığı sorunlar hakkında konuşarak kendilerini rahatlatılabilmektedirler.

İşitme engeli gibi sosyal yalıtıma neden olan kimi durumlarda da internet üzerinden iletişim kurmak ve sosyal destek sağlamak oldukça büyük bir önem taşımaktadır. Çünkü işitme engeline sahip kişiler sözlü olarak iletişim kurma yeteneğinden yoksunlardır. Dünyada yaygın olarak görülen afazi, yani konuşamama hastalığına maruz kalanlar için de internet oldukça fayda sağlamaktadır. Bu kişiler uzak mesafelerde de olsa arkadaşlarıyla, diğer işitme engeli olanlarla ya da doktorlarıyla internet vasıtasıyla iletişim kurabilmektedirler (Yellowlees, 2008).

Cinsel yolla bulaşan hastalıklara sahip olanlar toplumsal damgalanmaya maruz kalabilmektedirler. Bu nedenle kişiler hastalıklarını başkalarından gizleyebilmektedirler. Cinsel yolla bulaşan hastalığa maruz kalanlar için de internet büyük bir önem taşıyabilmektedir. Bu tür hastalıklara maruz kalanlar, internet vasıtasıyla hastalıkları hakkında çeşitli bilgiler elde ederek, tedavi süreçlerini yönlendirebilmekte, yeni sosyal destek ağları edinebilmektedirler.

İnternet kullanımı kronik hastalığa sahip olan kişilere de büyük fırsatlar sağlayabilmektedir. Kronik hastalığa sahip olan kişiler de hastalıklarıyla sürekli olarak mücadele etmek durumundadırlar. Bu hastalar kendilerine benzer sağlık problemleri yaşayanlarla iletişim kurmak, sosyal destek sağlamak ve hastalık deneyimlerini paylaşmak için internet kullanmaktadırlar (Kayabalı, 2011: 17).

İnternetteki sosyal destek gruplarında genellikle oldukça az negatif, kötü niyetli ve düşmanca tavırlar sergilenmektedir. Ancak bu tür gruplarda üyeler arasında yanlış bilgilendirmeler de olabilmektedir. Yine bu tür gruplar üyelerinde bağımlılık etkisi yaratabilmektedirler (Cotten, 2001). Bu nedenle kişilerin bu tür gruplara bilinçli olarak katılmaları ve kendi sağlıklarını olumsuz yönde etkileyecek olan sosyal destek ağlarından uzak durmaları gerekmektedir.

#### 4.4. Tıbbi Bilginin Küreselleşmesi ve Hekim Otoritesinin Azalması

Modern dönemde hastalık üzerinde büyük bir korkunun olması, modern tıbbın uygulayıcılarına, yani hekimlere büyük bir güç vermiştir. Bu sayede hekimler yeni hastalıklar icat etmeye başlamış ve icat ettikleri hastalıklara yönelik olarak geliştirdikleri yeni tedavi yöntemlerini satmışlardır. Bir başka deyişle modern tıp beden ve sağlık üretmeye başlamış, insanları sadece organ ve bedene indirgemmiştir (Fox, 1998: 30; Man ve Balcı, 2006). Zola'ya (1994) göre modern tıp gündelik yaşamın önemli bir kısmını kendi alanına çekip sağlık ve hastalık kavramlarını insan varlığının en önemli parçaları gibi göstererek iktidarını güçlendirmiştir.

Bilgi çağından önce sağlık bilgisinin tek sahibi hekimlerdir. Bu dönemde hastanın rolü doktoru dinleyip, dediklerini yerine getirmesidir. Ancak internet kullanımıyla birlikte hekim ve hastanın rolü asla geri dönmeyecek şekilde değişime uğramıştır. Artık sayısız internet sitesi

hastalıkların tüm detayları ile ilgili bilgiler vermektedir. Bu durum sadece temel bilgiler için geçerli değildir. Hastalıkla ilgili son gelişmeler, farklı tedavi yöntemleri konusunda bilgi edinmek oldukça kolay hale gelmiştir (Akerkan ve Bichile, 2004; Lee, 2008). Bu nedenle geçmişte ilk olarak hekimlere başvuran hastalar, bilgi çağıyla birlikte günümüzde ilk olarak internete başvurabilmektedirler.

Sağlık bilgisinin internet vasıtasıyla yayılması çoğulcu, demokratik ve küresel bağlamda sonuçlar doğurmuştur. İnternet sağlık bilgisinin küreselleşmesine neden olmuştur. Aynı zamanda da sağlık bilgisi tüketilir hale gelmiştir. Bu sayede sadece tıbbi bilgi değil, diğer alternatif tıp bilgileri de yaygınlaşmıştır (Hardey, 2001). İnternet vasıtasıyla kullanıcılara pek çok tıbbi bilginin verilmesi, bireylerin kendi sağlıkları üzerinde kontrol sağlamalarına neden olmuştur (Conrad ve Stults, 2010: 182).

Günümüzde hastalıklara tanı koyan bilgisayar programları bile ortaya çıkmaya başlamıştır. Bunların doktorların yerini almaları söz konusu değildir, ancak bilgisayarların tanı koyma bakımından oldukça önemli bir konuma sahip olduğu ifade edilebilir. “kendi kendinin doktoru ol” testlerinde hamilelik, şeker hastalığı, yüksek tansiyon, kolesterol gibi sağlık sorunlarına yönelik testler yapılabilmektedir (Ritzer, 2011: 162). Böylece insanlar ne tür hastalıklara yatkın olabilecekleri konusunda bilgi edinebilmektedirler.

Bilgi çağında internet kullanımıyla birlikte kişiler kolaylıkla sağlık bilgisine ulaşabilmekte, kendi kendilerine ön tanı koyabilmekte, doktor dışında diğer kişiler ya da hastalarla görüşerek tedavilerine yönelik çeşitli kararlar alabilmektedirler. Geçmişe oranla kişilerin hastalıklar konusunda bu denli bilgiye sahip olmaları, kendi kendilerinin doktoru olmaları ve doktor dışındaki diğer kişilerin hasta kişiyi yönlendirebilmesi, hekimlerin otoritesinin azalması anlamına gelebilmektedir. Çünkü geçmişte bir kişinin hasta olup olmadığı konusunda karar veren ve hasta kişinin tedavisini tek başına üstlenen hekimin yerini hasta kişilerin kendisi ve internet vasıtasıyla edindikleri sosyal destek ağları almıştır. Bu anlamda bilgi çağına geçiş ve internetin yaygın olarak kullanılması sonucunda doktor otoritesinin sarsıldığı söylenebilir.

İnternet kullanımının doktor otoritesini sarsması çeşitli problemleri de beraberinde getirebilmektedir. Sağlık profesyonelleri sağlıkla ilgili bilgilere sahiptir. Dolayısıyla ilk olarak insanlara hastalıkları önleyici tavsiyelerde bulunarak, kendilerine ifade edilen hastalık belirtilerine göre hastalığın gidişatına yönelik bilgiler vermektedirler. İkinci olarak da fiziksel muayene, kan testleri, reçeteler, tedaviler gibi bir dizi etkinliklerde bulunmaktadır. Ancak internet sadece ilk kategorideki hizmetleri sunabilmekte, ikinci kategorideki hizmetleri ise nadiren sağlayabilmektedir (Lee, 2008). İnternet aracılığıyla gerçekleştirilen teşhis ve tedavinin, çoğu zaman fiziksel muayene ve tetkik gibi uygulamalardan yoksun olduğu için tam olarak güvenli olduğu söylenemez. Bu nedenle Blumenthal’a göre (Akt. Conrad ve Stults, 2010: 186) sağlıkla ilgili internet üzerindeki etkileşim hekimin hasta üzerindeki otoritesini azaltacaktır. Ancak bu durum uzman hekimin fonksiyonunun ve gücünün tamamen yok olmasına izin vermeyecektir.

## 5. Sonuç ve Tartışma

Tüm toplumlar için geçerli olmasa da genel olarak toplumların ilkel, tarım, sanayi ve bilgi toplumu aşamalarından geçtikleri söylenebilir. Ancak bu geçişlerde toplumlar arasında bir eşitlik söz konusu değildir. Bu eşitsizlikler bölgesel düzlemde olabildiği gibi bireysel düzlemde de yaşanabilmektedir.

Toplum biçimlerinin değişmesi pek çok toplumsal olgunun da değişmesini beraberinde getirmiştir. Bu olgulardan biri de sağlık olgusudur. Özellikle sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte sağlık ve hastalığa verilen anlamlar, sağlık ve hastalık davranışları, hekim- hasta ve hasta- hasta arasındaki ilişkiler ve iletişim şekilleri değişmiş, modern tıpla birlikte giderek güçlü hale gelen hekim otoritesi sarsılmış, yeni sosyal destek ağları ortaya çıkmış, tıbbi bilgi küreselleşmiştir.

Sanayi toplumunda modern tıp oldukça gelişmiş ve doktorlar büyük bir güce sahip olmuşlardır. Ancak bilgi toplumu aşamasına geçilmesi ve özellikle internet kullanımının hızla yaygınlaşması ile birlikte sağlık bilgisi sağlık profesyonelleri dışındaki kişilerin de kolayca ulaşabilecekleri bir hal almıştır. Ancak bu bilgilere erişmenin sağlığı olumlu ve olumsuz olarak etkilediğini ifade etmek gerekmektedir. Çünkü internet aracılığıyla edinilen bilgilerin her zaman güvenilir olduğu söylenemez. Yine her hastalık bulgusu her insan için aynı anlamı taşımayabilmektedir.

Bilgi toplumuna geçiş ve internet kullanımının giderek yaygınlaşmasıyla birlikte hekim ve hasta arasındaki ilişki, hekimin aktif, hastanın pasif olduğu süreçten, hastanın da aktif olduğu bir sürece girmiştir. Çünkü artık hekim dışındaki kişiler de sağlık bilgilerine kolayca erişebilmektedirler. Yine bu dönemde hem hastaların hem de hekimlerin yüz yüze iletişim şekline internet yoluyla iletişim şekline geçebilmektedirler. Bu nedenle internet kullanımının birbirine uzak coğrafi bölgelerde yaşayan hekim ve hastalar arasında iletişim kurulmasına ortam sağladığı söylenebilir.

Bilgi toplumunun ortaya çıkışı ve internetin yaygınlaşması ile yeni sosyal destek ağları da ortaya çıkmıştır. Böylece fiziksel, ruhsal ve sosyal anlamda hastalık sahibi olanlar sanal bir ortamda iletişim kurarak bu yolla edindikleri bilgilere göre tedavi süreçlerini sürdürmeye başlamışlardır. Bu çağda ortaya çıkan sosyal destek ağlarının son derece önemli olduğu söylenebilir. Çünkü internet vasıtasıyla hasta ve hastalıklar özel alandan kamusal alana geçmiştir.

Bilgi toplumunda internetin önemi tartışılmazdır. İnternet aracılığıyla kişiler kendi sağlıklarına ya da yakınlarının sağlıklarına yön verebilmektedirler. Bu anlamda internetin sağlık düzeyini artırma yönünde önemli katkılar yaptığı söylenebilir. Ancak internet kimi zaman sağlık üzerinde olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına da neden olabilmektedir. Sağlık bilgisine ulaşmak ve tedavileri yönlendirmek için internet oldukça önemli bir konuma gelmiştir, ancak yine de internetin ya da diğer kitle iletişim araçlarının tamamen hekimlerin yerine geçeceğini söylemek mümkün değildir.

## Kaynakça

- Akerkar, S. M., Bichile, L. S. (2004), "Doctor Patient Relationship: Changing Dynamics In The Information Age", *Journal of Postgrad Medicine*, 50: 2, s. 120-122.
- Arklan, Ü., Taşdemir, E. (2008), "Bilgi Toplumu ve İletişim: Bilginin Yayılması Sürecinde Kitle İletişim Araçları ve İnternet", *Selçuk İletişim*, 5: 3, s. 67-80.
- Berger, M., Wagner, T. H., Baker, L. C. (2005), "Internet Use and Stigmatized Illness", *Social Science and Medicine*, 61, s. 1821-1827.
- Cline, R. J. W., Haynes, K. M. (2001), "Consumer Health Information Seeking on The Intenet: The State Of The Art", *Health Education Research*, 16: 6, s. 671-692.
- Conrad, P., Stults, C. (2010), "The Internet and The Experience of Illness", *Handbook Of Medical Sociology*, Ed. Chloe E. Bird, Peter Conrad, Allen M. Fremont and Stefan Timmermans, Tennessee: Vanderbilt University Press. Sixth Edition. S. 179-191.
- Cotten, S. R. (2001), "Implications of Internet Technology for Medical Sociology in the New Millennium", *Sociological Spectrum: Mid- South Sociological Association*, 21: 3, s. 319-340.
- Ercan H. ve Çok, F. (2007). "Gençlerin İnternet Ortamında kurdukları İlişkiler", *Popüler Kültür ve Çocuk*, Ed. N. Ahioglu ve N. Güney, Ankara: Dipnot Yayınları, s. 37-70.
- Fox, N. (1998), "The Promise of Postmodernism for he Sociology of Health and Medicine", Ed. Graham Scambler and Paul Higgs, *Modernity, Medicine and Health*, London: Routledge. S. 29-45.
- Giddens, A. (2012), *Sosyoloji*, Çev. Muttalip Özcan, Yay. Haz. Cemal Güzel, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Hardey, M. (2001), "E- health: The Internet and The Transformation of Patients Into Consumers and Producers of Health Knowledge", *Communication & Society*, 4:3, s. 388-405.
- Kassirer, J. P. (2000), "Patients, Physicians, and The Internet", *Health Affairs*, 19, No: 6, s. 115-123.
- Kayabalı, K. (2011), "İnternet ve Sosyal Medya Evreninde Sağlık", *İstanbul Kültür Üniversitesi Dergisi*, Sayı: 25. S. 14-20.
- Kumar, K. (2010), *Sanayi Sonrası Toplumdan Post-modern Topluma Çağdaş Dünyanın Yeni Kuramları*, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Lee, C. J. (2008), "Does The Internet Displace Health Professionals ?", *Journal of Health Communication*, 13: 450-464.
- Macdonald, E. (2004), "Conclusion and Future Directions", *Difficult Conversations in Medicine*, Ed. Elisabeth Macdonald, New York: Oxford University Press. s. 178-182.
- Maigret, E. (2012), *Medya ve İletişim Sosyolojisi*, (Çev. Halime Yücel), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Man, F., Balcı, A. (2006), "Postmodern Dönemde Modern Bir Pratik Olarak Sağlık", *Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Kocaeli Üniversitesi, 3-5 Kasım 2006.
- Ritzer, G. (2011), *Toplumun McDonaldlaştırılması*, Çev. Şen Sürer Kaya, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Saygılı, S., Erdal, M. (2001), "Yeni Teknolojilerin Sağlık Sektöründeki Etkileri ve İnternet Kullanımı", *Güncel Eczacılık*, Sayı:98, s.15-18.
- Tekeli, İ. (2005), "Bilgi Toplumuna Geçerken Farklılaşan Bilgiye İlişkin Kavram Alanı Üzerinde Bazı Saptamalar", *Bilgi Toplumuna Geçiş Sorunsallar/ Görüşler/, Yorumlar/Eleştiriler ve Tartışmalar*, Der. İ. Tekeli, S. Ç. Özoğlu, B. Akşit, G. Irzık, A. İnam, Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları. 2. Baskı. S. 15-46.
- Tekin, A., Kaya, E., Demirel, M., Ö. Yazıcı, S. (2009), "Güçlendirme Bağlamında İnternetin Hasta-Hekim İlişkilerine Etkisi", *Selçuk İletişim*, 6:1, s. 23-36.
- Turner, B. (2011), *Tıbbi Güç ve Toplumsal Bilgi*, Çev. Ümit Tatlıcan, Bursa: Sentez Yayınları.
- Yellowlees, P. (2008), *Your Health İn The Information Age-How You And Your Doctors Can Use The Internet To Work Together*, Bloomington: iUNIVERSE.
- Zola, Irving I. K. (1994), "Sağlık ve Köreltici Tıp", İllich, I., Mcknight, J., Caplan, J., Shaiken, H., Profesyoneller İktidarı, Çev. Cevdet Cerit, İstanbul. Pınar Yayınları.
- <http://www.socialtouch.com.tr/%E2%9E%A8-turkiyede-internetin-saglik-amacli-kullanimi/> Son erişim tarihi 03.04.2015.



## Türkiye’de Çok Partili Hayata Geçişte Etkili Olan İç Faktörlerin Analizi

Abdulahap AKINCI<sup>1</sup>, Sefa USTA<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Kocaeli Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

<sup>2</sup> Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü

### Özet

Osmanlı Devleti’nde özellikle Tanzimat Fermanı sonrasında başlayan süreçte ülkede demokratikleşme çabaları dikkati çekmektedir. Bu dönemde, toplumun farklı kesimlerini yönetime katma yoluyla, toplumsal birlik ve yönetimin meşruiyeti temin edilmeye çalışılmıştır. Gerek Osmanlı Devleti döneminde gerekse Cumhuriyet döneminde çok partili hayata geçiş denemeleri yapılmış olsa da, bu süreç istikrarlı bir şekilde yürütülmemiştir. Toplumun yönetimin uygulamalarına karşı olan tepkisi, ülkenin içine girdiği ekonomik darboğaz başta olmak üzere birçok iç ve dış faktör çok partili demokratik hayata geçişi zorunlu kılmıştır. Bu çalışmada 1946 yılında, Türkiye’de çok partili hayata geçişi zorunlu kılan iç nedenler analiz edilmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Türk Siyasal Hayatı, Çok Partili Hayat, Demokratikleşme, Türk Demokrasisi

## Analysis of Internal Factors to Transition of Multi-Party Life in Turkey

### Abstract

It was observed in the management of Ottoman Empire that some steps towards democracy were taken during the process starting after the period of “Imperial Edict of Gülhane”. By adding different sections of society, the government tried to ensure social union and the legitimacy of government. Even though some attempts were made from both the Ottoman Empire and Republican period in order to transit to multi-party, this process couldn’t be carried out in consistent manner. With the reactions against the government’s applications coming from inside and outside of the country and the country’s deepened economic problems forced to transition to multi-party democracy. In this work the inner factor that forced the government in 1946 has been tried to analyze.

**Keywords:** Turkish Political Life, Multi-Party System, Democratization, Turkish Democracy

### 1. Giriş

Osmanlı Devleti’nde 19. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar geçen dönemde önemli değişim ve dönüşümler yaşanmıştır. Osmanlı kimliğini inşa etmek ve ülkenin bölünmesini engellemek için atılan en önemli adımlardan birisi de halkın temsilcilerinin de içinde olduğu meclisler oluşturmaktır. Yerelde farklı kesimlerin temsilcilerini içine alan meclislerin açılması demokrasiye giden yolda atılmış ilk adımlardan ve özellikle Tanzimat ve Meşrutiyet dönemi siyasal kültürün oluşması açısından önemli dönüm noktalarından birisi olarak değerlendirilebilir.

Türkiye’de çok partili hayata geçiş denemelerinin ilk örneklerinin, özellikle II. Meşrutiyet sonrasında görülmesi mümkündür. II. Meşrutiyet sonrası dönemde, farklı fikirleri savunan partiler kurulmuş ve faaliyetlerini sürdürmüştür. Fakat bu dönem fazla uzun sürmemiş ve İttihat ve Terakki Cemiyeti’nin baskıcı uygulamaları ile sona ermiştir.

Cumhuriyet sonrası dönem incelendiğinde, Erken Cumhuriyet döneminde de çok partili siyasal hayata geçiş denemeleri olmuştur. Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ve Serbest Cumhuriyet Fırkası bu dönemde kurulup, daha sonra kapatılan partilerdir. 1925 yılında kurulan Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ve 1930 yılında kurulan Serbest

Cumhuriyet Fırkası, dönemin toplumsal koşulları içinde meydana gelen olaylar ve halkın bu sürece hazır olmadığı ileri sürülerek kapatılmıştır. Bu şekilde, muhalefet oluşturma girişimleri başarısız olmuş, demokratik hayata geçiş sonraki yıllara ertelenmiştir. 1940’lı yıllara gelindiğinde, Türkiye’nin içinde bulunduğu ortam, çok partili siyasi hayata geçişi ve bir muhalefet partisinin oluşturulmasını elzem hale getirmiştir.

Bu dönemde Türkiye’nin içinde bulunduğu ekonomik ve siyasi durum, ikinci dünya savaşından sonra meydana gelen dış gelişmeler çok partili demokratik süreci hazırlamıştır. Bu durum, 1945 yılında Cumhuriyet Halk Partisi’nin (CHP) içinden ayrılan 4 milletvekilinin (Dörtlü Takrir) Demokrat Parti’yi (DP) kurmasıyla sonuçlanmıştır. 1946 yılında gerçekleştirilen demokratik olmayan seçimlerde, ilk kez bir muhalif siyasi parti, mecliste temsil imkânı bulmuştur. Herhangi bir engelin olmadığı 1950 seçimlerinde ise DP yüksek bir oy alarak iktidara gelmiştir. DP’nin iktidara gelişi, tek parti iktidarını sona erdirmiş ve böylece çok partili hayata geçilmiştir.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de çok partili hayata geçişte etkili olan iç faktörlerin neler olduğunun tespit edilerek, çok partili hayata geçişte iç faktörlerin etkisinin analizinin yapılmasıdır. Çalışmada öncelikle, 1945 yılından

önce Türkiye'nin demokratikleşme süreci ele alınmakta, daha sonra 1945 öncesi dönemde ülkenin içinde bulunduğu durumun genel bir değerlendirmesi yapılmaktadır. Bu bağlamda, dönemin Türkiye'sinde yaşanan siyasal, toplumsal ve ekonomik gelişmeler ışığında, çok partili hayata geçişte etkili olan iç etmenlerin neler olduğu belirlenip, bunların bu sürece etkileri analiz edilmeye çalışılmaktadır. Son olarak, çok partili hayata geçişin sonuçlarının genel bir değerlendirmesi yapılmaktadır

## 2. 1945 Öncesi Dönemde Türkiye'de Demokratikleşme Süreci

Türkiye'de demokrasiyi kurma çabaları, yaklaşık iki asırlık bir tarihi geçmişe sahiptir (Dursun, 2001: 24). Demokrasinin oluşturulabilmesi amacıyla, yerel ve ulusal düzeyde temsili kurumlar oluşturulmuş, iktidarın sınırlandırılması girişimlerinde bulunulmuştur. İktidarın serbest ve adil seçimlerle belirlenmesi ve aynı şekilde iktidarın barışçı yollarla el değiştirmesi, muhalefet hareketlerinin başlangıcı ve diğer demokratikleşme gelişmeleri belli bir süre içinde gelişmiştir (Dursun, 2006: 197). Demokratikleşme sürecinin başlangıcı için, Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunu başlangıç olarak alan yaklaşımların gerçekçi bir yaklaşım olmadığı ifade edilebilir. Toplumsal gelişmeler uzun yıllara dayanan bir süreçte olgunlaşırlar. Osmanlı Devleti ile Cumhuriyet döneminin uygulamaları ve bu bağlamda demokrasi yolunda atılan adımlar birlikte ele alındığında daha anlamlı sonuçların elde edilebileceği söylenilebilir.

### 2.1. Cumhuriyet Öncesi Dönemde Türkiye'de Siyasal Hayat ve Demokratikleşme Çabaları

Türkiye'de modernleşme ve demokratikleşme çabaları ekseninde, değişim ve dönüşüm süreci hareketleri 19. yüzyılın başlarında başlamış, Tanzimat dönemi ve Meşrutiyet projeleriyle devam etmiştir (Dursun, 2007: 21-22). Osmanlı Devleti'ndeki değişim ve dönüşüm sürecinde özellikle Sened-i İttifak, Tanzimat Fermanı ve I-II. Meşrutiyet dönemleri önemli bir yer tutmaktadır.

Sened-i İttifak 24 Eylül 1808 tarihinde ayanlarla imzalanan ve karşılıklı taahhütleri içeren önemli bir siyasi belgedir. Sened-i İttifak ile Osmanlı devletinde, siyasi gücü elinde toplayan padişahın mutlak otoritesinin sınırlandırılması istenmiştir (Karatepe, 1999: 48-50). Padişah bu senedi imzalamıştır fakat uygulamamıştır. İngilizlerin Manga Carta'sına benzetilen Sened-i İttifak, Türkiye'de anayasacılığın gelişmesinde önemli bir dönüm noktasıdır ve meşrutiyeti hazırlayan ortamın başlangıcı olarak kabul edilebilir (Erdoğan, 2003: 1-4). Fakat bu senedi Magna Carta ile farklı kılan çok önemli ayrıntılar varlığının da göz ardı edilmemesi gerekmektedir.

1839 ve 1871 yılları arası dönem, Tanzimat Dönemi olarak anılmaktadır. Bu döneme damgasını vuran Sadrazam Mustafa Reşit Paşa olmuştur. 3 Kasım 1839 yılında hazırlanan Gülhane Hattı Hümayunu; padişah, yabancı devlet sefirleri ve halkın huzurunda, padişah adına Mustafa Reşit Paşa tarafından okunmuştur (Karatepe, 1999: 58). Tanzimat Fermanı olarak adlandırılan ferman, içeriği itibarıyla bir temel haklar belgesi olarak kabul edilmektedir (Türköne, 2003: 210). 22 Aralık 1839'da Gülhane Hattı Hümayun'un metni Takvim-i Vekayi gazetesinde yayınlanmış ve yabancı devletlerin Osmanlı'daki temsilciliklerine metnin Fransızca

tercümesi gönderilmiştir (Akıncı, 2011: 70). Tanzimat reformlarıyla birlikte, geleneksel kurumları değişen Osmanlı Devleti, merkezi bir yapılanma sürecine girmiştir (Karatepe, 1999: 68). Tanzimat döneminde hazırlanan İslahat Fermanı ise gayrimüslimlere getirilen bütün eşitsizlikleri kaldırarak, din ve mezheplere bakılmaksızın tüm Osmanlı tebaasının kanun önünde her alanda eşit olmasını sağlamak amacıyla hazırlanmış ve 18 Şubat 1856 yılında ilan edilmiştir (Engelhardt, 1999: 137-138; Akıncı, 2011: 79-80).

1876-1918 yılları arasındaki dönem Meşrutiyet Dönemi olarak adlandırılmaktadır. Osmanlı'dan günümüze, ilk parlamento ve Anayasa tecrübesi olarak değerlendirilen I. Meşrutiyet Döneminde, Meclis-i Mebusan açılmış ve padişahın haklarını sınırlandıran ve temel hakları güvence altına alan bir Anayasa ilan edilmiştir. 23 Aralık 1876 yılında padişah II. Abdülhamit'in ilan ettiği Kanun-i Esasi ile resmen anayasal bir rejime geçilmiştir. Osmanlı döneminin ilk anayasası olarak kabul edilen Kanun-i Esasi, Erdoğan (2003:15-16)'a göre, gerçekte padişahı tam anlamıyla kısıtlamayan bir niteliğe sahip olduğu için toplumsal sözleşmenin resmi ifadesi niteliğinde olmayıp, padişahın tek taraflı bağışının bir ürünüdür (Erdoğan, 2003: 15-16). Kanun-i Esasi'yi ilan ederek Batılıların hayranlığını kazanmayı düşünen Sultan, bu hamle ile Avrupa devletlerine Osmanlı Devleti'nin artık tıpkı onlar gibi parlamenter bir devlet olduğunu göstererek, olası Rus savaşında onların desteğini elde etmeyi amaçladığı da söylenilmektedir (Kohn, 1928: 182-183).

Bu dönemde, 1876 Anayasası ile halkın seçtiği temsilcilerden oluşan bir meclis, padişahın bir kısım yetkilerine ortak olacaktı. Ancak devleti yöneten üstün iktidar yine padişahta kalmıştır. Bu anayasa ile kuvvetler ayrılığı ilkesi benimsenmediğinden, padişahın yetkilerinin daraltılması mümkün olmamıştır (Karatepe, 1999: 90-91). Meclise girenler, yasalara değil, padişaha sadakat yemini edeceklerdi (Berkes, 2008: 333-334). İki meclisten oluşan parlamentoda (Meclis-i Ayan ve Meclis-i Mebusan) Meclis-i Ayan üyelerini padişah atamaktaydı. Diğer taraftan, I. Meşrutiyet döneminde, siyasi partiler ile ilgili hiçbir düzenleme yapılmamış, siyasi partilerin faaliyetleri serbest olmadığı için siyasi partilerin kurulabilmelerine imkân tanınmamıştır (Küçük, 2005: 438).

İlk siyasi partiler, II Meşrutiyet döneminde kurulmuş olsalar da, siyasi partilerin ilk belirtileri I. Meşrutiyet döneminde Meclis-i Mebusan'da gözlemlenmiştir. Meclise seçilenler hükümet karşısında bir muhalefet oluşturuyorlardı. Karpaz (2009: 7-8)'a göre, mecliste farklı fikirlerin dile getirildiği bir yapı olması sebebiyle, bu oluşumların şekli olarak değil fiili olarak belli bir siyasi muhalefet partisi olarak değerlendirilmesi mümkündür.

Osmanlı'da ilk örgütlü muhalefet anlayışı 1889 yılında kurulan İttihad-i Osmanî Cemiyeti'dir. Bu cemiyet aynı yıl "Osmanlı İttihat ve Terakki Cemiyeti" adını almıştır. 1905'de ise "Osmanlı Terakki ve İttihat Cemiyeti" ismini almış ve bu durum 1908 İhtilalinin ilk günlerine kadar devam etmiştir. 1908'de yeniden "Osmanlı İttihat ve Terakki Cemiyeti" adını kullanmaya başlamıştır (Hanioglu, 2009: 249). Anayasanın tekrar yürürlüğe konulmasını isteyen cemiyet, 1908 yılında padişaha baskı yapmış 23 Temmuz 1908'de padişah Kanuni Esasi'yi yeniden yürürlüğe koymuştur (Erdoğan, 2003: 22-23).



Kanuni Esasi'nin yeniden yürürlüğe konulmasıyla, 1908 yılında başlayan II. Meşrutiyet Dönemi, Türk demokrasi tarihi açısından önemli bir dönüm noktası olmuştur (Türköne, 2003: 213). Bu dönemde, parlamenter rejimin tesisini sağlayabilmek amacıyla, egemenlik yetkileri Meclis-i Mebusan'a verilmiş ve halife/sultanın yetkileri kısıtlanmıştır (Dursun, 2007: 23). Bu dönemde siyasal örgütlenme alanında ve özgürlük alanında da gelişmeler yaşanmıştır.

Bu arada, 8 Ağustos 1909 tarihinde tam olarak meşruti bir rejim kurmak amacıyla, Kanun-i Esasi'de değişikliklere gidilmiştir. Yeni anayasal durum "1909 Anayasası" olarak da anılmaktadır (Erdoğan, 2003: 28). Bu değişikliklerle, örgütlenme ve basın özgürlüklerinin çerçevesi genişlemiştir. Ayrıca, Osmanlı vatandaşlarına cemiyet kurma hakkı tanınmış, aynı tarihte çıkarılan Cemiyetler Kanunu ile cemiyetler hukuki bir statüye kavuşturulmuştur (Küçük, 2005: 438). Özgürlük alanının genişlemesiyle birlikte birçok siyasi parti kurularak iktidar mücadelesinde bulunmuşlardır (Dursun, 2007: 23). Bu bağlamda, 1908 ve 1912 yılları arasındaki dönemin, çoğulcu demokratik siyasete sahne olduğu söylenebilir (Erdoğan, 1998: 299).

Osmanlı Devleti'nde ilk kurulan partilerden biri, ismi çok fazla bilinmemekle beraber "Osmanlı Demokrat Partisi" veya Fırka-i İbad'dır. Osmanlı Demokrat Partisi'nin kökleri 1908 hareketinden birkaç yıl önce çoğu hukuk öğrencisi tarafından kurulan "Selamet-i Umumiye Kulübü"ne kadar gitmektedir. 1908 hareketi sonrasında "Fırka-i İbad" isimli bir fırka kurmak için hükümetten izin almışlardır. Cemiyetler Kanunu'ndan sonra ancak "Osmanlı Demokrat Fırkası" ismi ile kurulabilmiştir. Dr. İbrahim Temo ve Dr. Abdullah Cevdet liderliğinde kurulmuş olan partinin, irticaya karşı mücadele etmeyi, Osmanlı kardeşliğini, Osmanlı hakimiyetinin devamını sağlamak, tahakkümü engellemek, çiftçi, esnaf, köylü, işçi ve benzerlerinin hukukunu korumak amacı ile hareket ettiği belirtilmekteydi (Tunaya, 2003: 286-290).

1908'de kurulmuş olan Ahrar Fırkası, liberal görüşü savunmakta, genellikle zengin ve muhafazakar kişilerden oluşmaktaydı. İttihat ve Terakki Cemiyeti'nden daha üst bir sosyal tabakaya dayanan Ahrar Fırkası, ademi merkezîyetçiliği ve etnik grupların millet sisteminde olduğu gibi fiili özerkliği savunuyordu. Gayrimüslimlerin de desteğini alan fırka, devletin ekonomiye oldukça az müdahalesini savunuyordu (Ahmad, 1999: 9-10). 1908 yılında yapılan seçimlerde İttihat ve Terakki mecliste çoğunluğu elde etmiş, muhalif olan Ahrar Fırkası meclise milletvekili sokabilmiştir (Erdoğan, 2003: 25). İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin, İstanbul'daki seçimlere Rumların aleyhinde olacak şekilde bir müdahalede bulunduğu iddia edilmiştir. Diğer yerlerde de aynı durumun olduğu olma ihtimali dikkate alınmaktaydı. Özellikle Arap nüfusun yoğun olduğu bölgelerde karışıklıklar çıkarılmış ve seçimleri İttihatçılar kazanmıştır (Kayalı, 1998: 73-75).

1908-1913 arasındaki 5 yıllık süreçte İkinci Meşrutiyet'in çok partili rejimi sürmüştür. İttihat ve Terakki Partisi karşısında Ahrar Fırkası dışında başka fırka ve cemiyetler de kurulmuş olmakla birlikte, pek etkili olamamışlardır. Bu partiler şunlardır: Fedakaran-ı Millet Cemiyeti, Islahat-ı Esasiye-i Osmaniye Fırkası, İttihad-ı Muhammedi Fırkası, Osmanlı Sosyalist Fırkası, Heyet-i Müttefika-i Osmaniye, Mutedil Hürriyetperveran Fırkası (Mutedil Liberaller), Ahali Fırkası, Halaskar Zabitan Grubu, Milli Meşrutiyet Fırkası'dır (Tunaya, 1998: 165-392).

Özellikle 1909 yılında yapılan anayasa değişiklikleri ile hak ve özgürlüklerin sınırları genişletilmiş, padişahın mutlak otoritesi sınırlandırılmıştır. Meclis'e padişahın izin almadan kanun çıkarma yetkisi tanınmıştır (Karatepe, 1999: 118-119). 1908'de ilk seçimler sonucunda Meclis-i Mebusan yeniden faaliyete başlamıştır (Erdoğan, 1998: 299). Daha sonraki süreçte muhalefet özellikle basın yoluyla eleştirilerini yoğunlaştırmış, İttihat ve Terakki bu duruma şiddetle karşılık vermiştir. Bu olaylar üzerine 12 Nisan 1909 yılında -tarihe 31 Mart Vakası olarak geçen- bir ayaklanma çıkmış, bunun üzerine 1912 yılına kadar sürecek bir sıkıyönetim ilan edilmiş bu durum muhalefetin sindirilmesini kolaylaştırmıştır (Erdoğan, 2003: 26-27). Demokratik yönetim sürecine geçişi ertelemek ve demokratik yönetimin önünü kesmek amacıyla, bazı karışıklıkları bahane etme uygulamasının kökenleri İttihat ve Terakki Cemiyeti yönetimine kadar uzandığı söylenilebilir.

İttihat ve Terakki Cemiyeti'ne (İTC) karşı büyüyen muhalefetin temsilcisi olarak 1911'de kurulan Hürriyet ve İtilaf Fırkası, kurulduktan bir ay sonra yapılan ara seçimi bir oy farkla kazanınca, İTC bunu hazmedemeyerek meclisi feshetmiştir. Milli Meşrutiyet Fırkası olarak kurulan parti de olayların gelişimi içinde ortadan kalkmıştır. Balkan Savaşları'ndan yenilgi sonrasında iktidara tekrar geçen İTC'ye misilleme olarak Mahmut Şevket Paşa'ya suikast düzenlendikten sonra, İTC hükümeti doğrudan doğruya kurma yoluna gitmiş ve çok partili hayata son vermiştir (Tunaya, 1998: 45).

İttihat ve Terakki bazı kısa dönemler hariç, Birinci Dünya Savaşının sonuna kadar ülkeyi tek parti gibi yönetmiştir. Osmanlı Devleti'nin Savaşın yenik ayrılması sonucunda, 30 Ekim 1918'de Mondros Mütarekesi imzalanmış, Türkiye'nin savaşa girmesinden sorumlu olan İttihat ve Terakki liderleri, ülkeyi terk etmiş ve parti dağılmıştır. Ancak, yine de mecliste İttihatçıların ağırlıkları devam etmiştir. Savaş sonrası dönemde Hürriyet ve İtilaf Fırkası siyasete hakim olmuştur (Küçük, 2005: 438; Erdoğan, 2003: 41).

1919 yılında son Osmanlı Mebusan seçimleri yapılmış ve 12 Ocak 1920 tarihinde meclis toplanmış, İstanbul'un işgali sonrasında 11 Nisan 1920 tarihinde padişah Meclis-i Mebusan'ı feshetmiştir (Erdoğan, 2003: 45; Dursun, 2006: 368). İngilizler, işgal sonrasında bazı Meclis-i Mebusan üyelerini tutuklayarak Malta'ya sürgüne göndermişlerdir (Jaeschke, 1932: 15-16).

## 2.2. Erken Cumhuriyet Döneminde Türkiye'de Siyasal Hayat

I. Dünya Savaşı sonrasında bir çok cemiyet ve fırka kurulmuştur. Bu dönemin önde gelen fırka ve cemiyetleri şunlardır: Osmanlı Hürriyetperver Avam Fırkası, Radikal Avam Fırkası, Selamet-i Amme Heyeti, Teceddüt Fırkası, Osmanlı Sulh ve Selamet Cemiyeti, Milli Türk Cemiyeti, Milli Kongre, Ahali İktisat Fırkası, Selamet-i Osmaniye Fırkası, Kürdistan Teali Cemiyeti, Sosyal Demokrat Fırkası, Sulh ve Selamet-i Osmaniye Fırkası, Wilson Prensipleri Cemiyeti, Hürriyet ve İtilaf Fırkası, Osmanlı Mesai Fırkası, Nigeşban Cemiyet-i Askeriyesi, Trabzon ve Havalisi Adem-i Merkeziyet Cemiyeti, Osmanlı Çiftçiler Derneği, Mağdurin-i Siyasiye Teavün Cemiyeti, Teali İslam Cemiyeti, Türkiye Sosyalist Fırkası, Vahdet-i Milliye Heyeti, Türkiye'de Arnavut Teavün Cemiyeti, Laz Tekamül-i Milli Cemiyeti, Milli Ahrar Fırkası, İngiliz Muhipler Cemiyeti, Türkiye İşçi

ve Çiftçi Sosyalist Fırkası, Türk Teali Cemiyeti, Osmanlı Musevileri İntihap Cemiyeti, Osmanlı İla-yı Vatan Cemiyeti, Milli Türk Fırkası, Türk-Fransız Muhipleri Cemiyeti, Makedonyalılar Cemiyeti, Piyer Loti Cemiyeti, Hukuki Osmanlı Nıgehban Cemiyeti, Müsalem İttifakı, Amele Fırkası, Tarikat-ı Salahiye Cemiyeti, Türkiye Zürra Fırkası, İnkışaf-ı İctimai Cemiyeti, Şark-ı Krib Çerkesleri Temin-i Hukuk Cemiyeti, Cemiyet-i Akvam'a Müzaheret Cemiyeti ve Müstakil Sosyalist Fırkası (Tunaya, 1999: 91-615). Türk siyasal hayatının hemen her renginin kendine yer bulduğu bu dönem, siyasi çeşitlilik bağlamında en renkli dönem olarak addedilebilir.

23 Nisan 1920 günü Anadolu'da yapılan seçimlerle belirlenen 232 temsilci ve Meclis-i Mebusan'dan gelen 106 mebus'un katılımı ile Ankara'da Birinci Büyük Millet Meclisi açılmıştır (Dursun, 2006: 368-369). Birinci meclis, toplumun değişik kesimlerinin temsil edildiği, nispeten demokratik ve çoğulcu bir yapıya sahipti (Karatepe, 2001: 25). Birinci meclisin, demokratik sürecin işlemesi bağlamında çok başarılı olduğu söylenilebilir. Mecliste sivil inisiyatif belirleyici olmuş ve en kritik kararlar bile müzakereler sonucunda alınmıştır (Beriş, 2008: 432).

Bugünkü anlamda siyasi parti grupları olmasa da, farklı görüş ve düşünceleri temsil eden birçok grup bulunmaktaydı. Mustafa Kemal, 10 Mayıs 1921'de Anadolu Rumeli Müdafai Hukuk grubunu kurmuş ve bu grup "Birinci Grup" olarak anılmıştır. 1 yıl sonra muhalif olarak "İkinci Grup" oluşturulmuştur. Toplumsal ve siyasal görüşleri açısından farklılıklar olan gruplar arasında görüş ayrılıkları ön plana çıkmıştır. Birinci grup Lozan Görüşmelerinde barış şartlarının Mustafa Kemal ve hükümet tarafından onaylanması gerektiğini vurgulamış, ikinci grup ise kararın meclis tarafından verilmesinin uygun olduğu yönünde görüş beyan etmiştir (Erdoğan, 2003: 50-52).

Bu arada, Birinci meclis tarafından, ülkenin olağanüstü koşulları dikkate alınarak 1921 yılında 24 maddelik Anayasa metni hazırlanmıştır. 1921 Anayasası (Teşkilat-ı Esasiye) millet egemenliğini yansıtan ilk siyasi belge olması açısından önem taşımaktadır (Karatepe, 1999: 151). 1921 Anayasası döneminde yasal düzenlemelere ve köklü değişimlere gidilmiştir. 3 Kasım 1922'de Saltanat kaldırılmış (Erdoğan, 2003: 49), 29 Ekim 1923 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti ilan edilmiştir. Cumhuriyet döneminin ilk Cumhurbaşkanı Mustafa Kemal ve ilk başbakanı İsmet İnönü olmuştur (Zürcher, 2007: 243).

1 Nisan 1923 tarihinde, Mustafa Kemal mecliste seçimlerin yenilenmesi kararını almıştır. Birinci Grup, bir bildiri yayınlarak, Müdafaa-i Hukuk Grubunu, Halk Fırkasına dönüştüreceğini açıklamıştır (Karatepe, 2001: 26). Mustafa Kemal istediği reformları yapabilmek için Halk Fırkası'nı kurmuştur (Fernau, 1966: 345). Bu dönemde ayrıca, Hıyaneti Vatanıye Kanununda değişikliklere gidilmiş ve yeni düzenleme çerçevesinde yeni devlet şekline karşı gelenler vatan haini olarak ilan edilmişlerdir. Bu şekilde, Rejim aleyhinde yapılabilecek propagandanın önüne geçilmek amaçlanmıştı (Aydemir, 2007: 85). Bu dönemde, Birinci Grup, devlet imkanlarından faydalanmaktaydı. Seçimler iki aşamalıydı. Bürokrasi bu süreçte çok önemli bir rol elde etmişti (Öz, 1992: 80). Seçim öncesinde muhalefetin engellenmesine dönük adımlar atıldığı ve bu şekilde seçime hile karıştırıldığı Paulmier (1923: 1161) tarafından iddia edilmiştir. Sandığa giden seçmenlere içinde Halk Partisine

verilmiş bir oyun bulunduğu zarf verildiği ve seçmenlerin bu zarfları seçim bürosu görevlilerinin gözetimi altında sandığa atmalarının sağlandığı da ifade edilmektedir.

İki dereceli seçimlere tek parti döneminde hep itiraz edilmiştir. Çünkü ikinci seçmenlerin seçiminde de özgür bir ortam sağlanmamaktaydı. Halk Fırkası (sonra CHP'ye dönüştü), ikinci seçmenlerin listesini kendisi belirleyerek ilan etmekte ve halka zorunlu olarak bunlar onaylatılmaktaydı (Öz, 1992: 155). Mebuslar merkez tarafından belirlenmekteydi. Hiç görmedikleri şehirlerden milletvekili seçilenler vardı. Baskının yoğunluğundan, mebuslara fazla hareket alanı kalmıyordu. Hükümet yasama inisiyatifine ihtiyaç duymamakta ve meclise karşı sorumluluk taşımamaktaydı. Çok kısa çalışma sürelerine ihtiyaç duyuyorlardı. Bir kanunun kabul edilmesi on-onbeş dakika almaktaydı (Keyder, 2008: 110).

11 Ağustos 1923'de toplanılan ikinci (II.) mecliste, Birinci Grup büyük çoğunluğu elde etmişti (Akıncı, 2011: 205). II. Meclis, muhalefetsiz bir ortamda, Lozan Antlaşmasını onaylamış, Cumhuriyeti ilan etmiş ve hilafeti kaldırmıştır. II. Meclis'te muhalefetin olmaması tek parti yönetiminin başlangıcı olmuştur. CHP, çok partili hayata geçiş sürecine kadar Türkiye'yi tek başına idare etmiştir (Erdoğan, 2003: 53). 9 Eylül 1923 günü kurulan Halk Fırkası, 1924'de Cumhuriyet Halk Fırkası, 1931'de Cumhuriyet Halk Partisi adını almıştır (Sarıbay, 2001: 43).

II. Meclis döneminde, yeni anayasa kabul edilerek yürürlüğe girmiştir (Erdoğan, 2003: 55). 1924 Anayasası ile birlikte, meclis hükümet sistemi ile parlamenter hükümet sisteminin ilkeleri birleştirilmiş ve egemenlik yetkisinin millet adına TBMM'de olduğu vurgulanmıştır (Karatepe, 1999: 163). Anayasanın yürürlüğe girmesinden sonraki siyasi sistemin, tek parti yönetimi olarak şekillenmeye başladığı ifade edilmektedir (Erdoğan, 2003: 60-61).

### 2.3. Cumhuriyet Dönemi İlk Muhalefet Girişimi: Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası

1924 yılında Halk Fırkası içinde muhalefet güçlenmiş ve başta Kazım Karabekir, Ali Fuat Cebesoy, Refet Bey, Rauf Orbay ve Adnan Adıvar olmak üzere 32 milletvekili partiden istifa ederek, 17 Kasım 1924'de Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası'nı (TCF) kurmuşlardır (Erdoğan, 2008: 1). TCF'nin kuruluşunda İnönü (1987: 206)'nün ifadeleriyle "Mustafa Kemal tarafından yapılmak istenen reformların neleri kapsayacağını bilinememesi, onun otoritesinin kapsamının kestirilememesi ve onunla (Mustafa Kemal ile) çalışmanın imkansızlığının görülmesi etkili olmuştur".

Liberal bir parti görünümünde olan Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası, merkezîyetçi otoriter eğilimlere karşı çıkarak, adem-i merkezîyetçiliği ve güçler ayrımı ilkesini benimsediğini ve liberal ekonomiye vurgu yaptığını parti beyannamesinde ve programında belirtmiştir. Fırkayı kuranlar, ekonomik alanda liberal politikalarla yana, toplumsal ve siyasal politika alanında ise muhafazakâr bir düşünceye sahiptiler (Zürcher, 2007: 246; Sarıbay, 2001: 48-49). TCF kurucuları her ne kadar Mustafa Kemal ile aynı kuşaktan gelmekte ve "mektepli" subaylardan oluşmuş olsalar da, aralarında ciddi farklılıklar vardı. TCF, saltanata bağlılık gösteren, batılılaşma ve çağdaşlaşma konusunda atılacak adımlarda kökten değil evrimci bir anlayışla gerçekleştirilmesi gerektiğini savunuyordu (Yeşil, 2002: 50-

51). Partinin kendisini Kemalist kadronun otoriter yönelişine karşı çıkan bir oluşum olarak takdim ettiği de vurgulanmaktadır (Erdoğan, 2008: 2).

Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası (TCF), yapılan ara seçimlere örgütlenmesini tamamlamadığı için katılmadığı halde, bağımsız olarak adaylığını koyanları desteklemiş ve Bursa ve Kırıkkale gibi bazı bölgelerde TCF'nin desteğini alan bağımsızlar seçilmişlerdir. Cumhuriyet Halk Fırkası'nın (CHF), kırsal kesimde ve ilçelerde jandarmanın zorlaması ile başarılı olduğu, büyük şehirlerde baskıyı tam uygulayamadığı için başarısız olduğu da iddia edilmektedir. Diğer taraftan, kazanan bağımsızlara dönük olumsuz tavır konularak hareket edildiği de söylenilmektedir. Nurettin Paşa'nın Bursa'da seçimleri bağımsız aday olarak kazandığı halde seçim mazbatasını verilmemesi bu durumun örneği olarak gösterilebilir. Ordudan istifasından sonra gerekli sürenin geçmemiş olduğu gerekçe olarak ileri sürülmüş ve yenilenen seçimleri tekrar Nurettin Paşa kazanmıştır. Nurettin Paşa'nın TCF'ye katılacağı tahmin edildiğinden, ona sert yaklaşmadığı ifade edilebilir (Tunçay, 2005: 124-126).

İlk kurulduğu günden itibaren iktidar ile muhalefet arasında ilişkinin gerilimli olduğu söylenebilir. TCF ile Halk Fırkası arasındaki ilişkiyi belirleyen, iktidarın muhalif bir partinin varlığına yaklaşım tarzıyla ilintiliydi. Halk Fırkası'nın muhalefete olan yaklaşımını belirleyen tek kişiydi; o zaman cumhurbaşkanı olan Mustafa Kemal idi. Mustafa Kemal, partilere karşı eşit mesafede durmamış ve Tek Parti Cumhuriyeti modeline göre hareket ederek, böyle bir yönetim istemiştir. O, farklı firkalardan oluşan bir meclis arzu etmemek bir yana, bunun zararlı olacağını düşünmekteydi (Yeşil, 2002: 259).

Fethi Bey ılımlı politikalar gütmekteydi ve sorunları konuşarak aşmayı tercih etmekteydi. Fakat CHF içindeki İsmet Paşa'nın önderliğindeki sertlik yanlıları Atatürk'ün Mustafa Kemal'in desteğini alarak Fethi Bey Hükümetinin istifasını sağladı ve İsmet Paşa hükümeti kurdu (Yeşil, 2002: 259).

TCF'nin kısa zamanda geniş toplumsal destek bulması Halk Fırkası yöneticilerini endişelendirmiştir. 13 Şubat 1925'te meydana gelen Şeyh Sait İsyanı gerekçe gösterilerek, Doğu Anadolu'da sıkıyönetim ilan edilmiştir. Bununla birlikte Takrir-i Sükûn Kanunu çıkarılarak, İzmir ve Ankara'da iki İstiklal Mahkemesi kurulmuştur. Şeyh Sait İsyanı ile bağlantısı olduğu ve siyasi amaçlar uğruna dini istismar ettiği gerekçesiyle, Terakkiperver Fırkasının merkez ve taşra örgütlerinin kapatılmasına karar verilmiş ve parti 3 Haziran 1925'de kapatılmıştır (Mikusch, 1929: 315-317). Şeyh Sait isyanı olmamış olsa da benzer bir sürecin işlemesi ve muhalif partinin sesi kısılarak amaçlanan politikaların hayata geçirilmesi muhtemeldir (Yeşil, 2002: 259). Partinin üyeleri İstiklal Mahkemelerinde yargılanmış, 6'sı idam edilmiştir (Karatepe, 2001: 251).

Daha sonra Takrir-i Sükûn Kanununa dayanarak, hükümete muhalif yayın organları kapatılmıştır (Karatepe, 2001: 29-30). Bu dönemde, Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası'nı destekleyen, Tevhid-i Efkar, Son Telgraf ve İstiklal gazeteleri kapatılmıştır. Presse du Soir, İslamcı dergi Sebülreşat ve komünistlerin yayın organları olan Aydınlık ve Orak-Çekiç gibi yayınlar kaldırılmıştır. Adana'da çıkan Tok Söz ve Sayha, İzmir'de çıkan Sada-yı Hak, Trabzon'da çıkan İstikbal gazeteleri kapatılmıştır. Hükümetin yayın

organları gibi hareket eden, Hakimiyet-i Milliye ve Cumhuriyet ile İttihat ve Terakki'nin yayın organı olan Tanin yayın hayatına devam edebilmiştir. Bu düzenlemelerle, siyasal sistem, iklim ve kültür 20 yıl boyunca aynı kalmaya mahkum edilmiştir (Zürcher, 1992: 114-115). Daha net bir ifadeyle, bu şekilde 1920'lerin ikinci yarısında suskun bir toplum ve otoriter bir siyasi yapının doğmasına yol açılmıştır (Akandere, 1998: 22).

Siyasi alanda muhalefetsiz kalan Halk Fırkası, ülkede tek parti yönetimi ve otoriter bir yönetim anlayışını benimsemiştir. Yeni şartlar, hükümetin laikleşme ve modernleşme doğrultusundaki reformlarını rahat bir ortamda gerçekleştirmesine imkân sağlamış, 1928 yılına gelindiğinde İnkılap Kanunları'nın çoğu tamamlanmıştır. Bu dönemde, sivil özgürlüklerin kullanılmasına ve muhalefet partilerinin kurulmasına izin verilmemiş, 1930'lu yıllara gelindiğinde tek parti döneminin baskıcı politikaları her alanda toplumsal tepkilere yol açmıştır (Erdoğan, 2003: 63-64).

İzmir Suikastı gerekçe gösterilerek siyasi muhalefete büyük bir darbe daha vurulmuştur. 1926'da İzmir'de Mustafa Kemal'e karşı bir suikast girişimi tespit edilmiştir. Bundan dolayı çok sayıda kişi İstiklal Mahkemeleri tarafından tutuklanmıştır. Sadece suikastı planlayan ve uygulamak isteyenler değil, aynı zamanda İttihad ve Terakki Cemiyeti'nin, İkinci Grubun ve Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası'nın önde gelenleri (TCF'li 27 milletvekili) de tutuklanmış ve bunlardan altısı idam edilmiştir (İnönü, 1987: 213).

Yeni dönemde halkın yönetim üzerinde çok tesiri kalmamıştı. TBMM'de kimlerin milletvekili olarak bulunacağına Mustafa Kemal karar vermekteydi. Mustafa Kemal'in, halkın iyi bir yönetimi seçecek bir seviyede olmadığını ve ülkenin modernleştirilmesinin ancak tepeden mümkün olabileceği düşüncesini taşıdığı da iddia edilmektedir (Shaw, 1971: 155; Mikusch, 1929: 322).

#### 2.4. Güdümlü Muhalefet Deneyimi: Serbest Cumhuriyet Fırkası

Zürcher, Serbest Fırka'nın ortaya çıkış sebepleri olarak; kayırmacılık ve yolsuzluklar, bireysel özgürlüklerin kısıtlanması, hükümetin reform politikası, 1929 Dünya Ekonomik Bunalımını göstermiştir (Zürcher, 2007: 5). Bu bunalım Türkiye'nin toplumsal, siyasi ve ekonomik yapısında derin etkiler bırakmış, toplumun bütün kesimlerinde hoşnutsuzluğa sebep olmuştur. Ülkenin ekonomik gelişme olanaklarını sarsmıştır. Devletçiliğin, çeşitli uygulama biçimlerinin ortamını hazırlamıştır. Ayrıca, bu dönemde rejimin, otoriter niteliğini pekiştirici önlemlere başvurulmuştur. Bu dönemde, Avrupa'da kurulan faşist rejimlerin, ırkçı ideolojileri ve antiparlamenter uygulamaları, rejimin otoriter niteliğini pekiştirmede etkili olmuştur (Timur, 2003: 11-12).

Ülkenin içinde bulunduğu bu durum karşısında Atatürk hem bunalımın aşılması hem de İnönü'nün karşısında iktidarını güçlendirmek amacıyla Fethi Okyar Bey'e bir muhalif parti kurmasını teklif etmiştir (Erdoğan, 2003: 64). Fethi Bey tarafından 12 Ağustos 1930 tarihinde kurulan Serbest Cumhuriyet Fırkası (SCF) (Küçük, 2005: 441), uluslararası kapitalizm bunalımının Türkiye'de etkisinin hissedilmeye başladığı dönemde ortaya çıkmış (Timur, 2003: 12) bir güdümlü muhalefet partisidir.

Zürcher'e göre "vesayet demokrasisi" anlayışı ile kurulan, Serbest Fırka, liberal ekonomi politikasını, ifade özgürlüğünü, tek dereceli seçim sistemini, yabancı yatırımcıların teşvikini savunduğunu beyannameinde belirtmiştir (Zürcher, 2007: 261).

Mustafa Kemal, siyasi partilerin her hangi bir çıkar grubunun temsilcisi olarak hareket etmelerini istemiyordu. Ona göre CHF ve SCF, TBMM'de bir tartışma platformu oluşturmalı ve ulusun çıkarlarına uygun kararlar almalıydılar. Söz konusu tartışmalar bir hakemin, yani kendisinin gözetimi altında yapılmalıydı. Ortamı yönlendirecek olan hakem, anlaşma sağlanamadığında tarafların gerekçelerini dinleyecek ve son kararı kendisi verecekti (Heper, 2006: 100-101). Son kararın tek kişi tarafından verilmesinin, demokrasinin işleyişi noktasında bir eksiklik doğuracağını söylemek mümkündür.

Partinin kuruluşu özellikle Ege, Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgelerinde geniş destek bulmuştur (Sarıbay, 2001: 50). Fethi Bey'in İzmir Seyahatinde halktan gördüğü ilgi güçlü bir muhalefet partisinin olacağı sinyallerini vermiştir (Aydemir, 2007: 372-374; Karatepe, 2001: 34). Parti, kurulmasından kısa bir süre sonra 1930 yılının Ekim ayında yapılan yerel seçimlere katılarak azımsanmayacak bir başarı elde etmiş, askeri-sivil bürokrasinin halka yaptıkları baskıya rağmen 502 belediyeden 22'sini kazanmıştır. Fırka'ya gösterilen ilgi iktidar çevrelerinde kuşkuya sebep olmuş, Halk Fırkası seçkinleri Atatürk'ü Serbest Fırka aleyhine yönlendirmiştir (Öz, 1992: 105-107; Erdoğan, 2003: 64-65). Ayrıca, bu seçimlerde Serbest Fırka, CHF'yi seçimlere hile karıştırmakla suçlamış, CHF'de muhalefet partisini vatana ihanetle itham etmiştir. Partinin rejimi tehdit ettiği, tabanda gericilerin eline geçtiği eleştirileri başlayınca, bu ortamda tarafsız kalamayacağını vurgulayan Mustafa Kemal CHF lehine tavır koymuştur. Fethi Bey bu gelişmeler üzerine 16 Kasım 1930 tarihinde partiyi feshetmiştir (Zürcher, 2007: 261). Muhalif bir partinin, daha doğrusu farklı bir sesin çıkması rejim tarafından tehdit olarak algılanmıştır.

Bu dönemde, Serbest Fırka'nın kapatılmasını haklı göstermek isteyen bazı yazarlar, Menemen olayı ile parti arasında bağ kurmuşlardır, hâlbuki Menemen olayı partinin kapatılmasından 6 hafta sonra meydana gelmiştir (Erdoğan, 2008: 2).

1930 ve 1931 yıllarında kurulan Türkiye Cumhuriyetçi Amele ve Çiftçi Fırkası, Ahali Cumhuriyet Fırkası, Layık Cumhuriyet İşçi ve Çiftçi Fırkası, Sosyalist Demokrasi Fırkası gibi muhalefet girişimleri neticelenmeden sonlanmıştı (Küçük, 2005: 441; Erdoğan, 2003: 66-67).

Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası ve Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın kapatılması, diğer muhalefet partilerine izin verilmemesi çoğulcu demokrasiye gerçekte geçilmek istenmediğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Erdoğan, 2008: 2). Görünürde bir meclis ve seçimler olmakla birlikte, uygulamada baskıcı bir yönetim anlayışının hakim olduğu bu durumun, ülkede demokratikleşme ve çok partili hayata geçişin önünde bir engel olarak değerlendirilebileceği sonucu ortaya konulabilir.

Toplumun yeniden yapılandırıldığı bir ortamda, Avrupa'daki otoriter rejimleri örnek alan tek parti hükümeti (Dursun, 2007: 28), İkinci Dünya Savaşı sonuna kadar meşru muhalefete izin vermemiştir (Erdoğan, 2003: 67). CHP, baskıcı ve otoriter bir anlayışla uygulamalarına devam etmiş ve bu dönemde, Türk Ocakları, Türk Kadınlar Birliği, Mason

Derneği gibi bağımsız ve toplumsal örgütler kapatılarak yasaklanmıştır (Zürcher, 2007: 262-265). 1932 yılında kapatılan Türk Ocaklarının yerine kentlerde Halkevleri kurulmuş, 1939 yılında kırsal kesimde faaliyet gösterecek Halk Odaları açılmıştır. Bu dönemde muhalefet çizgisinde olan gazetelere izin verilmemiş, 1933'te Darülfünun kapatılarak, yerine İstanbul Üniversitesi kurulmuştur. (Başaran, 1999: 107). Bütün bu girişimlerin arka planında resmi ideolojinin yayılması ve yeni bir kimlik oluşturma projesinin var olduğu söylenilebilir.

1931'de yapılan CHF Üçüncü Büyük Kongresi'nde partinin ilk resmi programı kabul edilmiştir. Bu kongrede CHF'nin "cumhuriyetçi, milliyetçi, halkçı, devletçi, laik ve inkılâpçı" olduğu kabul edilmiştir. Böylece Kemalizm'in altı oku CHF'nin ilkeleri haline gelmiştir (Öz, 1992: 116; Parla, 1992: 39). Bu altı ok aslında yeni bir şey değildi. Bu ilkeler 1910'dan itibaren Ziya Gökalp tarafından yazılmış ve Mustafa Kemal tarafından 1920'den itibaren dile getirilmiş görüşlerin son ifadeleri durumundaydı (Parla, 1992: 39-40). Bu Kongrede Türkiye'nin siyasal sisteminin bir tek parti sistemi olduğu ilan edilmiştir (Zürcher, 2007: 257). 1935'de yapılan CHF IV. Büyük Kongresi'nde bu ilkeler biraz daha işlenir ve parti tarafından güdülen bu amaçlar "Kemalizm" olarak tanımlanmıştır. Ayrıca Fırka kelimesi yerine Parti kelimesi kullanılmaya başlanmıştır. Bu kongrede İçişleri Bakanlığı ile parti genel sekreterliği birleştirilmiş, illerde parti başkanlığını valilerin yapacağı vurgulanmıştır (Öz, 1992: 118). "Geminin dümeni devletin, fakat pusulası Parti'nin elindedir" (Alp, 1998: 253). Hükümet ve partinin işleri bölge müfettişleri tarafından denetlenecekti. Ayrıca milletin tamamı CHP üyesi olarak kabul edildi. Yapılan bu düzenleme sonucunda idare ile siyaset iç içe girmiş ve siyaset ile bürokrasi arasındaki fonksiyonel ayırım ortadan kaldırılmıştır (Eryılmaz, 2004: 139).

CHP'nin dördüncü büyük kongresinde, Recep Peker, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk parti-devleti olduğunu açıklamıştır. Bu durumun göstergesi olarak, parti genel sekreterinin İçişleri Bakanı, il başkanlarının vali olarak görev yapması örnek gösterilebilir (Karatepe, 2001: 39-40). Bu kongrede ayrıca, partinin temel ilkelerinin yeni Türk devletinin ilkeleri olacağı ilan edilmiştir (Ahmad, 1994: 17-20).

CHP'nin ve Kemalist devlet ideolojisinin temel ilkelerini oluşturan "cumhuriyetçilik, halkçılık, devletçilik, milliyetçilik, laiklik ve inkılâpçılık" 5 Şubat 1937 tarihinde Anayasa'ya girmiş (Dursun, 2007: 28) bu ilkeler temel ve değişmez bir hale gelmiştir (Ahmad, 1994: 17). Ersanlı'ya göre bütün ulusal güçlerin tek elde toplanmasında ve rejimin gittikçe sertleşmesinde Batı'da ortaya çıkan faşist akımların etkisi yadsınamaz bir gerçektir (Ersanlı, 2006: 114).

10 Kasım 1938'de Atatürk'ün ölümüyle, İsmet İnönü Cumhurbaşkanı seçilmiştir (Ayata, 1992: 74). II. Dünya Savaşı sonuna kadar "Milli Şef" olarak kalacak İnönü, partinin "Değişmez Genel Başkanı" olarak ilan edilmiştir. Milli Şef dönemi, Türk siyasetinde en otoriter yönetim anlayışının yaşandığı bir dönem olmuş, bu dönemde CHP'de Recep Peker etkinliğini artırarak, devrimci ve şiddete dayanan bir siyaset anlayışı uygulamıştır. Bu baskıcı politikaya bir de İkinci Dünya Savaşı yıllarının zor şartları eklenince, Türkiye zorlu bir dönemece girmiştir (Erdoğan, 2003: 70-71). DP'nin ortaya çıkışını hazırlayan etkenler II.

Dünya Savaşı sırasında etkisini hissettirmeye başlamıştır (Timur, 2003: 11-12).

İkinci Dünya savaşını faşist-totaliter tek parti yönetimine dayalı ülkelerin kaybederek, demokrasi cephesinin kazanması, Batılı ülkelerin yanında kendine yer bulmak isteyen Türkiye'yi de etkilemiş, Türkiye yönünü batıya dönerek, demokratik siyasal hayata geçmek istediğini ortaya koymuştur (Akandere, 1998: 266).

İngiltere, ABD, Fransa gibi müttefik devletler savaşı kazanarak, mihver devletler olarak nitelendirilen, Japonya, Almanya, İtalya gibi ülkeler savaşı kaybetmişlerdir. Tek parti diktatörlüklerinin değer kaybetmeye başlaması ve demokratik cepheyi oluşturan ülkelerin önem kazanması ile birlikte yeni dünya düzeni kurulmuştur. Bu hususlar çok partili demokratik ortama geçişte etkili olan dış faktörlerdir. Bu dış faktörlerin yanında, ABD'nin dünyada demokrasiyi yaygınlaştırma çabası; Savaş sonrası dönemde çok güçlü bir devlet haline gelen Sovyetler Birliği'nin tehdidinden dönemin idarecilerinin ve siyaset adamlarının endişe duymaları; Sovyetler Birliği'nin Türkiye'yi tehdit ederek, Türkiye'den toprak ve boğazlardan üs talep etmesi; Türkiye'nin Birleşmiş Milletlere (BM) kurucu üye olarak katılma isteği gibi hususlar Türkiye'nin batı dünyasına yönelmesine ve çok partili demokratik hayata geçmesine zemin hazırlayan dış faktörlerdir (Dursun, 2005: 382; Çufalı, 2005: 402; Karatepe, 2001: 94).

Kuşkusuz demokratik siyasal hayata geçişte dış faktörler önemli rol oynamıştır. Bununla birlikte, çok partili hayata geçişte dış faktörler kadar iç faktörler de etkili olmuştur. Çalışmanın bundan sonraki kısmında öncelikle o dönem Türkiye'sinin içinde bulunduğu sosyal, siyasal ve ekonomik durumun değerlendirmesi yapıp, demokratik siyasal hayata geçişte etkili olan iç faktörler irdelenmektedir.

### 3. Türkiye'de Çok Partili Hayata Geçişte Etkili Olan İç Faktörler

İsmet İnönü, Falih Rıfkı Atay'a, Türkiye'ye demokrasinin getirilmesiyle ilgili olarak, "Amerikalılar değil memleket istiyor. Dışarının arzusuna karşı koyarsak bize bir şey etmezler, ancak isteyen memlekettir" (Çufalı, 2005: 405) diyerek Türkiye'de çok partili hayata geçişte, dış etkenlerden ziyade, iç etkenlerin daha fazla etkili olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda Türkiye'de demokrasiye geçişte etkili olan iç faktörlerin ele alınmasının önemli bir gereklilik olduğu ortaya çıkmaktadır. Çok partili hayata geçişte etkili olan iç faktörler genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Akandere, 1998: 145-146; Çufalı, 2005: 405):

Savaş boyunca uygulanan, katı ekonomi politikalarının halk üzerindeki yıkıcı etkisi,

Toprak Mahsulleri Vergisi, Varlık Vergisi, Yol Vergisi gibi uygulanan vergi politikalarının, toplumun üzerindeki etkileri,

CHP'nin Anayasaya aykırı kanunlar çıkararak ve uygulamaya koyarak, toplum üzerinde oluşturduğu baskı,

Yönetim kadrolarında keyfi uygulamalara gidilmesi ve işe alımların suiistimale açık olması,

Türkiye'de savaş döneminde uygulanan ekonomi politikası ve dış politikaya yönelik basın eleştirileri,

Bazı uygulamaların halkın yönetime yabancılaşmasına sebep olması,

Askeri bürokrat seçkinlerle, zengin toprak sahipleri arasındaki işbirliğinin azalması (Bu durum merkez ve çevrenin çatışması olarak okunabilir)

Parti içerisindeki iki ayrı grubun ekonomi anlayışlarının çatışması, (CHP'nin içindeki zengin toprak sahibi sınıf, artık iktidara gelmenin yollarını arıyor ve özel sektörün önünün açılmasını savunuyordu. Recep Peker'in başını çektiği diğer grup ise devletçilik politikasının katı bir şekilde sürdürülmesini savunuyordu.)

Türkiye'de çok partili hayata geçişte politik ve sosyo-ekonomik iç faktörlerin etkili olduğu hususu vurgulanabilir. Anayasaya aykırı düzenlemeler ve uygulamalar, ülkenin içinde bulunduğu ekonomik durum, yaşanan ekonomik sorunlar ve uygulanan vergi politikalarının toplum üzerindeki etkilerinin sosyo-ekonomik ve politik faktörler içerisinde değerlendirilmesi mümkündür.

### 3.1. Uygulanan Ekonomi Politikaları ve Toplumsal Yapı Üzerindeki Etkisi

Türkiye'de Cumhuriyet dönemi, ekonomi politikaları incelendiğinde, Ekonomik açıdan var olma mücadelesi verilen 1923-1930 arası dönemin en önemli olayları, 1923 yılında gerçekleştirilen 1. Türkiye İktisat Kongresi; 1927'de Teşvik-i Sanayi Kanunu'nun çıkarılması ve 1928'de Sanayii ve Maadin Bankası'nın kurulmasıdır. Bu dönem, genel olarak liberal iktisat politikalarının uygulandığı dönem olarak nitelendirilmektedir. Bu dönemdeki ekonomi politikalarının, özel teşebbüsün gücüne inanmışlığın bir sonucu olmadığı, böyle bir millî teşebbüs sınıfının yeterince bulunmayışının ve devletin ekonomik kaynaklarının bazı işleri fiilen üstlenmeye yetmemesinin sonucu olarak değerlendirilmesi mümkündür. 1929 yılı Dünya Ekonomik Bunalımı sonrası dönemde, Türkiye'de de büyük bir ekonomik buhran yaşanmış ve bu durum ülkede müdahaleci ve himayeci ekonomi politikasına zemin hazırlamıştır. 1933 sonrası dönemde ekonomide özellikle, korumacı ve devletçi politikalara başvurulmuştur. Devletçilik, 1933'de Cumhuriyet Halk Fırkası programına, 1936 yılında ise, Anayasa'ya dahil edilmiştir. 1940-1950 arası dönem, Savaş ekonomisi dönemi ve devletçiliğe karşı tepkilerin ortaya çıktığı dönem olarak değerlendirilmektedir. Türkiye 2. Dünya Savaşı'na bilfiil girmemesine rağmen, savaştan çok etkilenmiş ve o dönemde savaş ekonomisi kuralları ile idare edilmiştir (Buluş, 2004: 40-47).

Savaş döneminde, Türkiye'nin büyük bir orduyu beslemek durumunda kalması, zaten iyi durumda olmayan ülke ekonomisini daha da kötü duruma getirmiştir (Akandere, 1998: 151). Diğer taraftan ortaya çıkan hayat pahalılığı geniş halk kitlelerinin yaşamını daha da zorlaştırmıştır.

Bununla birlikte, askeri-sivil bürokrasi ile zengin toprak sahipleri arasında o zamana kadar mevcut olan işbirliği (Akıncı, 2014: 57) azalmıştı. Recep Peker'in de içinde bulunduğu bir grup, devletçilik politikasının daha katı bir şekilde uygulanmasını isterken, cumhuriyet dönemiyle yeni yeni oluşmaya başlayan burjuvazi ise artık iktidara gelmeye çalışıyor ve özel sektörün yolunun açılmasını talep ediyordu. Savaş döneminde izlenen ekonomi politikası ile halkın geniş bir bölümü daha da yoksullaşmıştı. Bu kesimlerin CHP'ye olumsuz bir bakışı vardı. Dolayısıyla kurulacak bir parti rahat bir şekilde bu tabanın oyunu alabilirdi (Çufalı, 2005: 405-406; Tuncel, 2005: 723).

Tek parti iktidarının varlığı dolayısıyla, bütün olumsuzlukların tek sorumlusu olarak CHP gösteriliyordu. Bu dönemde, İnönü'nün istediği şey, gerçek bir muhalefet hareketi değildi. CHP'nin hegemonyası altında, görünüşte çok partili bir yapı oluşturmaktı (İncioğlu, 2007: 268-269). Heper'e göre, İnönü çok partili hayata geçmeden önce orduda danışmış ve onları yeni süreçte de Atatürk ilkelerinin tehlikeye düşmeyeceği ve ordunun sistemin koruyucusu olma işlevini sürdürmeye devam edeceğini belirterek ikna etmiştir. Bu tarihten itibaren ordu kendini Atatürk'ün gerçekleştirdiği reformlar ve ilkeler ile özdeşleştirmeye başlamıştır (Heper, 2006: 102). Her ne kadar ordu siyasete o zamana kadar karışmamış olsa da, sisteme müdahale edebilme potansiyeline sahipti. Ordunun onayı olmadan çok partili düzene geçmek pek kolay olmayacaktı (Akıncı, 2014: 58).

### 3.2. Savaş Döneminde Türkiye'nin İçinde Bulunduğu Ekonomik Durum

Savaş nedeniyle Türkiye'nin ekonomik durumu gittikçe kötüye gitmekteydi. Rusya ve Almanya'nın işgalinden çekinen İnönü, Türk ordusunu seferberliğe sokmuştu. Bir milyonun üzerinde asker silahlandırılmış ve bütçede ordunun giderleri için ayrılan pay iki katına çıkarılmıştı. Başlangıçta, güçlü olmayan ekonomi, seferberlik ile iyice çökmüş durumdaydı. Bu dönemde binlerce insan işsiz kalmış, tarım ve sanayi üretimi düşmüş, ihracat önemli ölçüde azalmıştı (Shaw ve Shaw, 1994: 470-471).

Askeri giderler arttıkça üretim, dış ticaret ve devlet gelirleri düşmeye başlamış, hükümetin savaş giderleri sürekli açık vermeye başlamıştı. Bu bunalımı gidermek için para basılması ve iç borçlanma yoluna gidilmiş, bu durum enflasyonu iyice körüklemişti. Sonuç olarak, enflasyon yükselmeye başlamış; 1939'da İstanbul'da % 101,4 olan genel fiyat endeksi, 1942'de % 232,5'e, 1945 de ise % 354,4'e çıkmıştı (Koçak, 2003: 434).

Savaş sırasında milli hâsıla 7.690.300 Türk lirasından, 5.941.600 Türk Lirasına düşmüş, kişi başına düşen milli gelir, 431,53 liradan, 316,22 liraya düşmüştü (Shaw ve Shaw, 1994: 471). Bütün bu yaşananlar ve göstergeler, halkın içine düştüğü ekonomik bunalımı göstermeye yetmektedir. Savaş Türk halkını çok derinden etkilemiş ve yoksulluk büyük boyutlara ulaşmıştır.

### 3.3. Ekonomik Sıkıntılar ve Hayat Pahalılığı Karşısında Halkın Durumu

Birinci Dünya Savaşı yıllarında karşılaştığı, açlık ve sefaleti göz önüne alan halk, II. Dünya Savaşının başlarından itibaren her türlü malı alıp, bunları stoklamaya çalışmıştır. Bu durum piyasadaki mala olan talebin artmasına yol açmış, dolayısıyla fiyatların yükselmesine sebep olmuştur. Savaş yıllarında uygulanan katı devletçilik politikaları hayat pahalılığının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Hayat pahalılığı, vurgunculuğu ve suiistimalleri incelemek için CHP içinde bir komisyon oluşturulmuştur. Komisyon, "savaş içinde olan ülkelerde bile hayat pahalılığı % 25'lerde iken Türkiye'de bu oran % 500'leri bulmuştur" tespitini yaparak, durumun vahametini göstermiştir. Savaş yıllarında hayat şartlarının zorlaşmasında, karaborsa ve stokçuluğun büyük payı olmuştur. Hükümet bunları önleyebilmek için polisiye tedbirlere ve sıkı denetimlere başvurmuş, ancak yine de bu durum önlenememiştir. Savaş yıllarında köylünün, işçinin ve memurun içine düştüğü güç durum, CHP'ye karşı

memnuniyetsizliğe ve tepkiye yol açmıştır (Akandere, 1998: 151-166).

İkinci Dünya Savaşı yıllarında, savaş şartları bir yandan özgürlüklerin kısıtlanması sonucunu doğururken, diğer yandan iktisadi bunalım halkı bezdirmiştir. Mal kıtlığı, fiyat artışları, yeni vergiler ve bunların sonucu olarak yeni savaş zenginleri zümresi türemiştir (Erdoğan, 2008: 3). Toplumun geniş kesimleri savaştan olumsuz etkilenirken, küçük bir kesim ise kısa zamanda çok büyük mal varlığına kavuşmuştur.

### 3.4. Savaş Zenginleri Sınıfının Oluşması

Savaş yıllarının iki hükümeti, Refik Saydam ve Şükrü Saraçoğlu hükümetleridir. Her iki hükümetin temel sorunu, azalan üretim ve ithalat koşullarında meydana gelen darlıkları ve enflasyonist baskıyı önlemektir. Refik Saydam Hükümeti Ocak 1940'da Milli Korunma Kanunu'nu çıkararak, hükümete mesai saatleri dışında ücretli iş yükümlülüğü (angarya), ücret sınırlaması, özel sınıai tesislerine gerekli görülürse el konulması ve 500 hektardan büyük arazileri istimlak edebilme gibi geniş yetkiler vermiştir. Bu ekonomik politika karaborsa ve rüşveti engelleyememiş fakat karneli dağıtım ve piyasa fiyatından ucuz ekmek ve kömür satışı gibi düzenlemeler ile kitlesel bir açlık görülmemiştir (Buluş, 2004: 48).

Saraçoğlu Hükümeti iki farklı iktisat politikası izlemiş, ilk dönemde piyasa üzerindeki denetimi kaldırma ve gevşetme yolunda gidilmiştir (Buluş, 2004: 49). 1942 yılına kadar uygulanan fiyat kontrolü, Saraçoğlu Hükümetinin başa gelmesiyle birlikte serbest bırakılmıştır. Fiyatların serbest bırakılması çok yüksek fiyat artışlarına sebep olmuş, genel fiyat endeksi çok yükselmiştir (Timur, 2003: 25). Bu durum sonucunda, bazı mallar piyasadaki çekilmiş, geniş bir karaborsa oluşmuş ve bu durumdan haksız kazanç elde eden bir grup ortaya çıkmıştır (Toker, 1990: 23-26). Karaborsa yolu ile ülkede savaş zenginleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Toplumsal yapıda savaş zenginleri olarak nitelenen kesimlerin ortaya çıkması, toplumsal barışı zedelemeye başlamıştır (Buluş, 2004: 47). Bu, savaş zenginleri olarak isimlendirilen grup, büyükşehirlerin önemli tüccarları ve yüksek memurlar arasından çıkmıştır. Bu dönemde, 1941 ve 1942 yıllarında yaklaşık olarak 2000 yeni firmanın İstanbul Ticaret Odasına kayıt olması, savaş zenginleri sınıfının artışının bir göstergesidir (Timur, 2003: 26-28).

Saraçoğlu Hükümeti'nin ilk izlediği politika sonuç vermeyince, 1942 yılında Varlık Vergisi, 1944 yılında ise Toprak Mahsulleri Vergisi gibi iki olağanüstü vergi çıkararak tepkisel bir politika ortaya koyulmuştur (Buluş, 2004: 49). Topluma maliyeti çok yüksek vergiler koyularak, haksız kazançları, hazineye aktarma yoluna gidilmek istendiği de söylenilebilir.

### 3.5. Uygulanan Vergi Politikaları ve Toplumsal Yapı Üzerindeki Etkisi

Türkiye II. Dünya Savaşı sonuna kadar savaşa girmemiş, ancak savaşın getirdiği seferberlik ortamı, ekonomik bunalıma ve halkın geçiminin zorlaşmasına sebep olmuştur. Bu dönemde yaşanan mal kıtlığı, fiyat artışları ve müsadereler beraberinde Varlık Vergisi, Toprak Mahsulleri Vergisi ve Yol Vergisi gibi yeni vergileri getirmiştir (Erdoğan, 2003: 71).

### 3.5.1. Varlık Vergisi

11 Kasım 1942'de çıkarılan "Varlık Vergisi", savaş sırasında servet biriktiren işadamlarını –özellikle gayrimüslim işadamlarını- vergilendirmek için tasarlanmıştır (Ahmad, 1994: 22). Bu vergi ile daha önceden vergilendirilmiş olan ticari serveti tekrar vergilendirmek ile birlikte enflasyonun önlenmesi amaçlanmıştır (Shaw ve Shaw, 1994: 471). Bu amaçla çıkarılan Varlık Vergisi Kanunu'na göre, vergi miktarını takdir komisyonları ve yükümlüleri saptayacak, vergiler hükümetin mali uzmanları ve belediyeler tarafından atanan ve yerel mülk sahiplerinden oluşan yerel komisyonlar tarafından toplanacak ve bunların kararlarına itiraz edilemeyecekti (Tunçay, 1989: 331).

Uygulamalar karşısında, vergilerini ödeyemeyenler para cezalarına çarptırılmış, bunu ödemedikleri takdirde mallarına el konulup, tutuklanarak ve çalışma kamplarına gönderilmişlerdir (Shaw ve Shaw, 1994: 471; Yumul, 2005: 87-88). Milli Şef Döneminde, kendisine otoriter ve tek parti yönetimlerini örnek alan Türk hükümetinin, gayrimüslimlere karşı yapmış olduğu bu uygulama, Almanya'dan ve özellikle Nazi kamplarından örnek alınarak uygulamaya konulduğu iddialarının ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Akandere, 1998: 182). Uygulamada bu verginin gayrimüslimlere dönük olduğu çok rahat görülmüştür. Bu yolla gayrimüslimlerin ekonomik gücünün kırılması amaçlanmıştır.

Sonuçta, İstanbul ticaretinin çoğunluğu azınlıklar tarafından yürütüldüğü için, verginin % 53'ünü gayrimüslim azınlıklar, % 36,5'ini Müslümanlar ve % 10,5'ini ise yabancı uyruklular ödemişlerdir. Varlık vergisinin uzun vadede etkisi, gayrimüslimlerin yatırım ve ticari faaliyetlerini savaştan sonra başka ülkelere kaydırmaları şeklinde olmuştur (Shaw ve Shaw, 1994: 472).

Varlık vergisi, Türk burjuvazisinin genelinde huzursuzluğa neden olmuştur. Bu vergi, bürokratların ve ordunun hakim olduğu Kemalist rejimin, Türk burjuvazisinin çıkarlarının tam olarak destekleyicisi olmadığını belli etmiştir (Zürcher, 2007: 301). Gayrimüslimler ve burjuva, İttihat ve Terakki Cemiyeti'ne karşı Ahrar Fırkası'nı desteklediği gibi CHP'ye olan desteğini çekmiştir.

Daha çok, gayrimüslim işadamlarına uygulanan Varlık Vergisi bütün işadamlarını tedirgin etmiştir (Timur, 2003: 26). İşadamlarına karşı uygulanmış olan politikalar tek parti rejiminin meşruluğunun, gerilemesine neden olmuştur (Dursun, 1999: 42). Varlık vergisi uygulaması, olumsuz ekonomik, siyasi ve sosyal sonuçlara sebep olmuş, her kesimin tepkisini alan CHP'nin gayrimüslim ve ticaret çevrelerinin ve Müslüman çevrelerin de desteğini kaybetmesine zemin hazırlamıştır. Bu vergi, CHP ve ona dayanan tek parti yönetimini ve dolayısıyla Türkiye'yi dış kamuoyunda zor duruma sokmuş, büyük tepkilere yol açmıştır (Akandere, 1998: 182).

### 3.5.2. Toprak Mahsulleri Vergisi

4 Haziran 1943'de kanunlaşan Toprak Mahsulleri Vergisi Kanunu ile (Akandere, 1998: 168) yüksek kazanç sahibi olanlardan vergi alınabilmesi amacıyla, kırsal kesimdeki savaş zenginlerinden Toprak Mahsulleri Vergisi alınması amaçlanmıştır. Kırsal alanda biriken servetin yeniden geri alınması için düşünülen bu vergi, büyük ölçüde eski aşar vergisinin bir benzeri olarak uygulamaya konulmuştur (Tunçay, 1989: 330-331). Hükümet savaş sırasında,

enflasyonla mücadele etmek için, toprak ürünlerini suni şekilde düşük fiyatlandırma siyaseti izlemiş, Toprak Mahsulleri Vergisiyle bunu hayata geçirmek istemiştir (Zürcher, 2007: 301).

Bu vergi, Varlık Vergisinin tamamlayıcısı olarak ortaya çıkmıştır. Varlık vergisinin aksine bu vergi, büyük ve küçük çiftçi arasında fark gözetmemiş, verginin esas yükünü küçük çiftçi ve köylüler çekmiştir. Vergi, köylünün ürünü tarladayken görevli memurlar tarafından tahsil edilerek belirleniyordu, bazı görevliler keyfi uygulamalara gidiyor, bazıları da rüşvet istiyorlardı (Akandere, 1998: 168-169). Bu durum yönetimde keyfiliğe ve yozlaşmaya sebep olmuştur. Kötü yönetim uygulamaları, özellikle köylü kesimin CHP'ye karşı olumsuz tavır takınmalarına neden olmuştur.

### 3.5.3. Yol Vergisi ve Ayniyat Vergisi

Türkiye'de 1929 yılından sonra, belirli yaş sınırları arasındaki bütün erkeklerden, "Yol Mükellefiyeti" ve "Yol Parası" olarak bir vergi alınmaktaydı. Bu uygulama ile yol mükellefiyetine tabi olan erkekler, her yıl 10 gün süreyle bedeni olarak çalışacaklar ve çalışmayanlar da vergi ödeyeceklerdi. Hiçbir ülkede görülmeyen uygulamayla devlet vatandaşlarına bir angarya yükü getirmiştir. Bu verginin zengin fakir ayrımı yapılmadan, herkesten aynı alınması, adalet ve eşitlik esasına dayanmamaktaydı. Tek parti yönetiminin halka yönelik vergi uygulaması köylü, işçi ve sabit gelirli için ağır bir yük olmuştur. Bu verginin uygulanmasından, halk kesimleri hoşnut olmadıkları için, tek parti yönetimine ve CHP'ye olan tepki artmıştır (Akandere, 1998: 183-187).

1925 yılında kaldırılmış olan Aşar vergisi, 1943 yılında Ayniyat Vergisi adıyla yeniden alınmaya başlamıştır (Ahmad, 1994: 22). Bu dönemde ortaya çıkan, Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu büyük toprak sahiplerince olumsuz karşılanmıştır (Timur, 2003: 26). Aslında rejim hem topraksız çiftçileri hem de büyük toprak sahiplerini memnun edememiştir.

Sonuçta, merkezi yönetimin kırsal kesim üzerinde denetim yetkisini jandarma ve vergi tahsildarları yüklenmiştir. Bu durum bu kişilerden nefret edilmesine ve korkulmasına sebep olmuştur (Zürcher, 2007: 300). İkinci dünya savaşı yıllarında tek parti yönetimi tarafından takip edilen ve uygulanan vergi politikaları, toplumun her kesimine ağır bir yük getirmiştir. Vergi politikaları, geniş halk kesimlerinin CHP'den ve ona dayanan tek parti yönetiminden uzaklaşmasına ve tepki duymasına ve çıkış yolu beklemesine neden olmuştur.

### 3.6. Anayasaya Aykırı Kanunlar ve Uygulamaların Toplumsal Yapıya Etkisi

Tek parti yönetimi tarafından, İkinci Dünya Savaşı yıllarında anayasaya aykırı uygulamalar ve kanunlar çıkarılmıştır. Bu uygulamalar, toplum üzerinde olumsuz sonuçlar doğurmuştur (Akandere, 1998: 187). Söz konusu kanunların en başta geleni "Milli Korunma Kanunu"dur.

Savaş süresince büyük bir orduyu beslemek zorunda kalan devletin ihtiyaçları, enflasyona sebep olmuş, ihtiyaçlarını normal vergiyle karşılayamayan hazine, Merkez Bankası emisyonlarına başvurmuştur (Timur, 2003: 24). İkinci Dünya Savaşı sırasında bir yandan enflasyonist bir politika izlenirken, diğer yandan izlenen bu politikanın



sonuçları olan fiyat artışları baskı ve zabıta yöntemleri ile önlenmek istenmiştir. Milli Korunma Kanunu bu politikanın bir uygulanış biçimi olarak ortaya çıkmıştır (Timur, 2003: 24).

18 Haziran 1940 tarihinde çıkarılan Milli Korunma Kanunu, hükümete fiyatları kontrol ve piyasaya mal temininde üretimi devam ettirmek için özellikle madenlerde çalıştırma gibi olağanüstü yetkiler tanıyarak (Yeşil, 1985: 25; Ahmad, 1994: 21-22), bir kısım halka buralarda çalışma yükümlülüğü getirmiştir (Erdoğan, 2008: 3).

Bu kanunla, hükümet ekonomiyi düzenlemek amacıyla geniş yetkilerle donatılmış, özel girişim tamamen devletin vesayeti altına girmiştir (Tunçay, 1989: 130). Bu dönemde, anayasaya aykırı, temel hak ve hürriyetleri sınırlandırıcı nitelikte kararlar alınarak uygulamaya sokulmuştur (Akandere, 1998: 208). Milli Korunma Kanunu müdahaleci bir kanun niteliğini taşımaktadır. Kanun sınıfsal açıdan işçiler ve köylülerin aleyhine sonuçlar doğurmuştur (Timur, 1997: 178). Köylüler, tarımsal ürünlerine el koyan devletin ödediği düşük fiyatlarla yetinmek zorunda kalmışlar, işçiler ise, düşük ücretlerle çalışma, fazla mesai yapma ve ayrıca iş yükümlülüğüne tutularak, zor durumda bırakılmıştır. Bu dönemde, karne uygulamasına geçilmiştir. Devlet, Fiyat Murakebe Komisyonları, Petrol Ofisi, Toprak Mahsulleri Ofisi ve Ticaret Ofisi gibi örgütlenmelerle devletin ekonomi üzerindeki müdahaleleri sıklaşmıştır (Koçak, 2003: 398). Bütün bu uygulamalar geniş halk kitlelerinin ezilmesine ve bunun sonucu olarak da bu kesimlerin CHP'ye karşı büyük bir memnuniyetsizliklerinin doğmasına yol açmıştır.

Hükümetin bazı mallara el koyma kararları vermesi, çalışanlara getirilen fazla mesai uygulamaları ve mecburi hizmet zorunlulukları anayasaya aykırı uygulamalar olarak göze çarpmaktadır. Ayrıca, basın özgürlüklerinin kısıtlanması, cemiyetler kanununda yapılan düzenlemeler, vicdan ve inanç özgürlüklerinin sınırlandırılması da toplum üzerinde olumsuz etkiler bırakan yasal uygulamalar olarak dikkati çekmektedir (Akandere, 1998: 187-238). Halkın özgürlük alanı tamamen sınırlandırılmış, bireyler inançlarının gereğini yerine getiremez olmuşlardı. Maddi sıkıntıların yanında manevi alandaki baskıcı ve kısıtlayıcı yöntemler toplumun geniş kesimlerini yönetime yabancılaştırmıştır.

Haziran 1945'e kadar, işçi sendikaları ve grevler Türkiye'de yasaklanmıştır. Savaş sırasında, ücretli maaşlılar gibi işçilerin satın alma güçleri geçim masraflarının artmasıyla daha da zorlaşmıştır (Zürcher, 2007: 300). İş Kanununda yapılan değişiklikler ve İş Kanunu'na aykırı yapılan uygulamalar, tek parti yönetiminin işçi kesimi üzerinde baskı kurmasına ve keyfi uygulamalara girişmesine sebep olmuştur. Dolayısıyla, işçi kesimi CHP'ye ve uygulamalarına tepki göstererek, partiden uzaklaşmıştır (Akandere, 1998: 210).

İkinci Dünya Savaşı yılları, Türkiye'de yönetim ve siyasi kadroların siyaseti ticarete alet etmeleri, suiistimallere yol açmış ve keyfi tutumlar ön plana çıkmıştır. Şahsi ve parti menfaatlerinin milletin menfaatlerinden üstün tutulduğu bir dönem olmuştur. Bu dönemde bürokrasi, polis devleti ve jandarma devleti anlayışının temsilcisi olmuştur (Akandere, 1998: 243).

Bu bağlamda, Demokrat Parti'nin (DP) toplumsal sınıf ve zümrelerin ortak taleplerinin bir eseri olarak doğduğu söylenebilir. Timur'a göre, "DP, ticaret burjuvazisi ve toprak

ağalarının birlikte hareket edip, kapıkulu bürokratlarını yaktığı bir girişim" olarak görülebilir (Timur, 2003: 26).

Sonuçta, iç ve dış faktörler birbirini hem etkilemiş, hem de tamamlamıştır. CHP içinde dönüşümü ve değişimi iyi kullanan bir muhalefet ortaya çıkmış, bunun sonucu olarak Demokrat Parti kurulmuştur (Çufalı, 2005: 406). Celal Bayar, Refik Koraltan, Adnan Menderes ve Fuat Köprülü'nün 29 Mayıs 1945'de bütçe için red oyu kullanmalarının ardından CHP meclis grubuna "Anayasaya uygun olarak çoğulcu demokratik bir sisteme geçilmesini öneren" bir önerge vermişlerdir (Erdoğan, 2003: 73). 7 Haziran 1945'de verilen, Türk Demokrasisi tarihine, "Dörtlü Takrir" olarak geçen bu önergede, milli egemenlik ilkesinin uygulanması, parti işleyişinin demokrasinin temel ilkelerine göre yürütülmesi istenmiştir. Bu önerge meclis grubu tarafından, önerinin grubun yetkisi dışında olduğu gerekçesiyle reddedilmişti (Ahmad, 1994: 26). Süreç, 7 Ocak 1946'da Bayar'ın liderliğinde DP'nin resmen kurulmasıyla sonuçlanmıştır (Erdoğan, 2003: 73). Demokrat partinin kurulması, çok partili demokratik hayata geçiş için önemli bir dönüm noktasıdır.

#### 4. Sonuç ve Değerlendirme

Osmanlı'da asıl olarak Tanzimat'la birlikte başladığı söylenebilecek olan değişim ve dönüşüm süreci, Cumhuriyet dönemine kadar devam etmiş, Cumhuriyetle birlikte daha köklü bir değişim projesi uygulanmaya başlanmıştır. Bu dönemde, geleneksel yapı ve kurumların kaldırılarak, yerine batı tarzı yapı ve kurumların yerleştirilmesi daha devrimci bir tarzda olmuştur. Çok partili demokratik hayatın kurumsallaşması da inişli-çıkışlı ve toplumsal gelişmenin gidişatına paralel bir şekilde gerçekleşmiştir.

Cumhuriyet döneminde, milli egemenlik ilkesinin her ne kadar siyasal sistemin temelini yerleştirilmesi radikal bir değişiklik olsa da, çok partili bir siyasal hayatın uygulanması uzun yıllar pek mümkün olmamıştır. Ülkede köklü değişiklikler gerçekleştirmeyi kendine amaç edinmiş tek parti yönetiminin, istediği değişiklikleri "halk için, halka rağmen" anlayışı ile gerçekleştirdiği söylenilebilir. Toplumsal desteği olmayan reformların demokratik bir ortamda gerçekleşmesi mümkün gözükmemekteydi.

II. Meşrutiyet döneminde bir müddet devam eden çok partili siyasi hayat süreci, Cumhuriyetin kurulmasına müteakip, 1945 yılına kadar 2 muhalefet partisi girişimi ile yeniden oluşturulmak istenmiş, ancak dönemin siyasi koşulları bu teşebbüslerin kalıcı olmasına izin vermemiştir. Bunlardan, Cumhuriyet dönemindeki ilk çok partili hayat girişimi olan Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası, Şeyh Sait İsyanı bahane edilerek kapatılmıştır. İkinci çok partili hayat denemesi olan Serbest Fırka deneyimi de kısa süreli olmuş ve partinin kurucusu Fethi Okyar partiyi feshetmiştir. Bu muhalefet girişiminden sonra, ülke 1945 yılına gelene kadar tek partinin yönetiminde idare edilmiştir.

CHP'nin yapmış olduğu uygulama ve düzenlemelerden hoşnutsuzluğunun özellikle II Dünya Savaşı yıllarında had safhaya çıktığı görülmektedir. Genel bir ifadeyle savaş boyunca uygulanan, katı ekonomi ve vergi politikaları toplumu olumsuz yönde etkilemiştir. Bunlara, anayasaya aykırı olan birtakım kanunların (Milli Korunma Kanunu gibi) çıkarılması ve keyfi bir şekilde uygulanması da eklendiğinde, halkın giderek hükümetten uzaklaştığı ve siyasal sisteme yabancılaşmaya başladığı söylenilebilir. Tüm bunlar, önemli

birer meşruiyet aşınması göstergeleri olarak değerlendirilebilir ve dönemin siyasi kadrolarını daha demokratik bir idareye doğru iten önemli bir iç faktör konumunda olmuşlardır.

İç ve dış faktörlerin etkisiyle Türkiye’de çok partili siyasi hayatın yolu açılmıştır. CHP içinden çıkan bir muhalif grup tarihe “Dörtlü Takrir” olarak geçecek olan bir önergeyi parti grubuna vererek, partiden ipleri koparmış, önergeyi veren milletvekilleri partiden ihraç edilmiştir. Bu gelişme, 7 Ocak 1946’da Demokrat Parti’nin (DP) kurulmasıyla sonuçlanmıştır. Demokrat Partinin kurulmasından önce Milli Kalkınma Partisi (5 Eylül 1945) kurulmuştu ve siyasal süreçte yer almasına dönemin yönetimince izin verilmişti. Ancak, Demokrat Parti kalıcı, kurumsallaşan ve etki gücü yüksek bir muhalefet partisi olduğu için, Türk siyasi literatüründe gerçek anlamda çok partili hayata geçiş, bu partinin siyasi hayata girmesiyle başlatılmaktadır.

1946 yılında çok partili demokratik hayata geçilmesi ve 1950 yılındaki seçimlerde iktidarın, halkın oyuyla el değiştirmesiyle başlayan süreç, çevrenin de siyasal iktidara ortak olmaya başlaması süreci olarak değerlendirilebilir.

Ancak bu olumlu gelişmenin, Türk demokrasisinin önündeki engelleri tam anlamıyla ortadan kaldırdığı söylenemez. Çok partili hayata geçildikten sonra, demokrasisinin bir türlü kurumsallaşamaması, Türk siyasi hayatının en önemli sorunu olarak öne çıkmaktadır. Bu durumun en önde gelen faktörü olarak, demokratik gelişmede, içeriden gelen demokratik taleplerin değil, dış koşulların büyük oranda etkili olması gösterilebilir.

Türk siyasal kültüründe, muhalefete karşı hoşgörüsüzlük, ülkenin sürekli tehdit edildiği inancı, halkın kendisini yönetmekten çok, yönetilmeye ihtiyacı olduğu düşünceleri ve vizyon sahibi liderlerin pek yetişmemesi gibi hususlar hakim olan özellik ve eğilimlerdir. Demokrasinin kurumsallaşamamasında bu özellik ve eğilimlerin de etkisi olduğu belirtilebilir. Demokrasinin kurumsallaşamaması sebebiyle, belli periyotlarla demokrasiye müdahaleler gerçekleştirilmiş, yapılan her bir müdahale Türkiye’de demokrasisinin kurumsallaşması ve pekişmesini olumsuz yönde etkilemiştir. Bu değerlendirmeye dayanacak olan ilk örnek şüphesiz ki, 1946–50 periyodunda DP ve CHP arasında yaşanan muhalefet ve iktidar ilişkileridir. 1946–50 ve ardından 1950–60 periyotları da göz önüne alındığında, 1946’da çok partili hayata geçişle ülkede başlayan demokrasi sürecinin Türk siyasi kültürüne ait yukarıda belirtilen hususların etkisiyle çok tatsız hadiselerle dolu bir seyir izleyerek günümüze kadar ulaşması çok da şaşırtıcı olmamaktadır.

Demokrasinin içselleştirilememesi ve kurumsallaştırılmaması sorununun, katılımcı demokrasi anlayışının tam anlamıyla hayata geçirilmesi, sivil toplum ve sivil toplum kuruluşlarına gereken önem verilerek, halkın yönetim sürecine aktif katılımının sağlanmasıyla çözülebileceği veya en azından olumlu yönde bir siyasal gelişme sağlayabileceği söylenebilir.

Bununla birlikte, farklılıkların bir çatışma unsuru olarak değil, bir uzlaşma unsuru olarak kabul edilmesi önemli bir gerekliliktir. Ayrıca, halkın seçtiği temsilcilerden oluşan yasama organının güçlendirilerek, yetkilerinin artırılması, demokrasiye yapılan müdahaleleri önlemede büyük rol oynayabilir. Tüm bunlarca biçimlendirilen, bir siyasal

kültürün oluşmasıyla, Türk demokrasisinin kurumsallaşma ve pekiştirme noktalarında, önemli mesafeler kat edeceği söylenebilir. Esas olarak, Avrupa Birliği sürecinin son on beş yılındaki hamlelerle mevzuat anlamında, demokratik standartların oldukça yükseldiği söylenilebilecek olan Türkiye’nin böyle bir siyasal kültür oluşumuyla, başta Ortadoğu ve Orta Asya ülkelerine örnek olmak üzere, önemli bir demokrasi modeli de olabileceği ifade edilebilir.

## Kaynaklar

Ahmad, Feroz (1994), *Demokrasi Sürecinde Türkiye*, Hil Yayınları, İstanbul.

Ahmad, Feroz (1999), *İttihatçılıktan Kemalizme*, Çev.: Fatmagül Berktaş (Baltalı), 4. Baskı, Kaynak Yayınları: 62, İstanbul.

Akandere, Osman (1998), *Milli Şef Dönemi, Çok Partili Hayata Geçişte Rol Oynayan İç ve Dış Tesirler, 1938-1945*, İz Yayıncılık, İstanbul.

Akıncı, Abdulvahap (2011), *Milli Kimlik İnşa Stratejileri (Türkiye Örneği 1839-1946)*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya.

Akıncı, Abdulvahap (2014), “Türkiye’nin Darbe Geleneği: 1960 ve 1971 Müdahaleleri”, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt: 9, Sayı: 1, 55- 72.

Alp, Tekin (1998), *Kemalizm*, Çev.: Çetin Yetkin, *Toplumsal Dönüşüm Yayınları* 81, İstanbul.

Ayata, Ayşe Günay (1992) *CHP Örgüt ve İdeoloji*, Gündoğan Yayınları, Ankara.

Aydemir, Şevket Süreyya (2007), *Tek Adam*, Cilt: III, 22. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Başaran, İbrahim Ethem (1999), “Türkiye’de Eğitim Sisteminin Evrimi”, Derleyen: Fatma Gök, *75 Yılda Eğitim, Tarih Vakfı Yayınları*, İstanbul, 91-110

Beriş, Hamit Emrah (2008), “Ordu ve Siyaset”, *Siyaset*, Ed.: Mümtaz’er Türköne, Lotus Yayınevi, 8. Baskı, Ankara, 483-521.

Berkes, Niyazi (2008), *Türkiye’de Çağdaşlaşma*, 12. Baskı, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Buluş, Abdulkadir (2004), *Türk İktisat Politikalarının Tarihi Temelleri*, Tablet Kitabevi, Konya.

Çufalı, Mustafa (2005), “Çok Partili Hayata Geçiş Dönemi: 1945–1950”, Adnan Küçük, Selahaddin Bakan ve Ahmet Karadağ (Ed.), *21. Yüzyılın Eşiğinde Türkiye’de Siyasal Hayat*, I. Cilt, Aktüel Yayınları, İstanbul.

Dursun, Davut (1999), *Demokratikleşmeyen Türkiye*, İşaret Yayınları, İstanbul.

Dursun, Davut (2001), “Demokrasi Sorunu ve Türkiye” Davut Dursun (Der.), *Demokrasi Sorunu ve Türk Demokrasisi*, Şehir Yayınları, İstanbul.

Dursun, Davut (2006), *Siyaset Bilimi*, Beta Yayınevi, İstanbul.

Dursun, Davut (2007), “Türkiye’nin Dönüşüm Süreci, Dinamikleri ve Genel Özellikleri”, Davut Dursun, Burhanettin Duran, Hamza Al (Ed.), *Dönüşüm Sürecindeki Türkiye*, Aktörler, Alanlar, Sorunlar, Alfa Yayınları, İstanbul.

Engelhardt, Edouard Philippe (1999), *Tanzimat ve Türkiye*, Çev.: Ali Reşad, 1. Baskı, Kaküs yayınları, İstanbul.

Erdoğan, Mustafa (2003), *Türkiye’de Anayasalar ve Siyaset*, Liberte Yayınları, Ankara.

Erdoğan, Mustafa (1998), *Liberal Toplum, Liberal Siyaset, Siyasal Kitabevi*, Ankara.

Erdoğan, Mustafa (2008), “Türkiye’de Demokrasiye Geçiş Deneyimi (1945-1950)”, [http://www.liberal.org.tr/index.php\\*lang=tr&message=me&art=344](http://www.liberal.org.tr/index.php*lang=tr&message=me&art=344), (10.03.2008).

Ersanlı, Büşra (2006), *İktidar ve Tarih, Türkiye’de “Resmi Tarih” Tezinin Oluşumu (1929-1937)*, 2. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.

Eryılmaz, Bilal (2004), *Bürokrasi ve Siyaset; Bürokratik Devletten Etkin Yönetime*, Alfa yayınları, 2. Baskı, İstanbul.

Fernau, Friedrich-Wilhelm (1966), “Die Entwicklung der Mehrparteienendemokratie in der Türkei”, in: *Europa-Archiv, Folge: 9*, 343-356.

Hanioglu, M. Şükrü (2009), “İttihatçılık”, *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce*, Cilt: 9, *Dönemler Ve Zihniyetler*, Ed.Bora Tanıl ve Ahmet Çiğdem, 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul, 249-258.

Heper, Metin (2006), *Türkiye’de Devlet Geleneği*, Çev.: Nalan Soyarık, Doğu Batı Yayınları.

İnönü, İsmet (1987), *Hatıralar*, 2. Kitap, Bilgi Yayınevi, Ankara.

Jaeschke, Gotthard (1932), “Der Freiheitskampf des türkischen Volkes”, in: *Die Welt des Islams*, Band: 14, 4-21.

Karatepe, Şükrü (1999), *Darbeler, Anayasalar ve Modernleşme, İz Yayıncılık*, İstanbul.

Karatepe, Şükrü (2001), *Tek Parti Dönemi*, İz Yayıncılık, İstanbul.

Karpat, Kemal H. (2009), *Osmanlı’dan Günümüze Kimlik ve İdeoloji*, 2. Baskı, Timaş Yayınları, İstanbul.

Kayalı, Hasan (1998), *Jön Türkler ve Araplar: Osmanlılık, Erken Arap Milliyetçiliği ve İslamcılık (1908-1918)*, Çev.: Türkan Yöney, 2. Baskı, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.

Keyder, Çağlar (2008), *Türkiye’de Devlet ve Sınıflar, İletişim Yayınları*, İstanbul.

Koçak, Cemil (2003), *Türkiye’de Milli Şef Dönemi, (1938-1945)*, Cilt:2, İletişim Yayınları, İstanbul.

Kohn, Hans (1928), *Geschichte der Nationalen Bewegung im Orient*, Kurt Vowinckel Verlag, Berlin-Grunewald.

Küçük, Adnan (2005), “Türkiye’de Siyasi Partilerin Yasaklanması Meselesi ve Türkiye’de Siyasi Partilere İlişkin Yasaklamalar Rejimi”, Adnan Küçük, Selahaddin Bakan ve Ahmet Karadağ (Ed.), *Türkiye’de Siyasal Hayat*, Cilt:2, Aktüel Yayınları, İstanbul.

Mikusch, Dagobert Von (1929), *Gazi Mustafa Kemal; zwischen Europa und Asien*, Paul List Verlag, Leipzig.

Öz, Esat (1992), *Tek Parti Yönetimi ve Siyasal Katılım*, Gündoğan Yayınları, Ankara.

Parla, Taha (1992), *Türkiye’de Siyasal Kültürün Resmi Kaynakları Cilt 3 Kemalist Tek-Parti İdeolojisi ve CHP’nin Altı Ok’u*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Paulmier, Henri (1923), “Die Juli-Ereignisse in der Türkei”, in: *Internationale-Presse-Korrespondenz*, Nr. 133.

Sarıbay, Ali Yaşar (2001), *Türkiye’de Demokrasi ve Politik Partiler*, Alfa Yayınları, İstanbul.

Shaw, Stanford J. (1971), “Das Osmanische Reich und die Moderne Türkei”, in: *der İslam II*, Hrsg.: G.E. Grunebaum, Fischer Weltgeschichte, Band: 15, Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main, 24-159

Shaw, Stanford J. ve Ezel Kural Shaw (1994), *Osmanlı İmparatorluğu ve Modern Türkiye*, Mehmet Harmancı (Çev.), E Yayınları, İstanbul.

Timur, Taner (1997), *Türk Devrimi ve Sonrası*, İmge Yayınevi, Ankara.

Timur, Taner (2003), *Türkiye’de Çok Partili Hayata Geçiş*, İmge Yayınevi, Ankara.

Toker, Metin (1990), *Tek Partiden Çok Partiye*, Bilgi Yayınevi, İstanbul.

Tunaya, Tarık Zafer (1998), *Türkiye’de Siyasal Partiler*, Cilt 1: *İkinci Meşrutiyet Dönemi, 1908-1918*, 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.

Tunaya, Tarık Zafer (1999), *Türkiye’de Siyasal Partiler*, Cilt 2: *Mütareke Dönemi, 1918-1922*, 1. Baskı, İletişim Yayınları, İstanbul.

Tunaya, Tarık Zafer (2003), *Türkiye’de Siyasal Gelişmeler (1876-1938)*, Birinci Kitap: *Kanun-ı Esasi ve Meşrutiyet Dönemi (1876-1918)*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Tuncel, Gökhan (2005), “Türkiye’de Sivil Toplum Kuruluşlarının Tarihsel Gelişimi”, Adnan Küçük ve diğerleri (der.), *21. Yüzyılın Eşiğinde Türkiye’de Siyasal Hayat*, Cilt: 2, Aktüel Yayınları, Bursa, 709-736.

Tunçay, Mete (1989), *Türkiye Tarihi-4-Çağdaş Türkiye 1908-1980*, Cem Yayınevi, İstanbul.

Tunçay, Mete (2005), *Türkiye Cumhuriyeti’nde Tek-Parti Yönetimi’nin Kurulması (1923-1931)*, 4. Baskı, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul

Türküne, Mümtaz’er (2003), “Demokrasi”, *Mümtaz’er Türküne, Siyaset*, Lotus Yayınevi, Ankara.

Yeşil, Ahmet (1985), *Türkiye’de Çok Partili Hayata Geçiş, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları*, Ankara.

Yeşil, Ahmet (2002), *Türkiye Cumhuriyeti’nde İlk Teşkilatlı Muhalefet Hareketi Terakki Perver Cumhuriyet Fırkası*, Cedit Neşriyet, Ankara.

Yumul, Arus (2005), “Azınlık mı Vatandaş mı?”, *Türkiye’de Çoğunluk ve Azınlık Politikaları: AB Sürecinde Yurttaşlık Tartışmaları içinde*, Derleyen: Ayhan Kaya/Turgut Tarhanlı, TESEV Yayınları, İstanbul, 87-100.

Zürcher, Erik Jan (1992), *Terakiperver Cumhuriyet Fırkası*, (Çev. Güven, Gül Çağalı) Bağlam Yayıncılık, İstanbul

Zürcher, Erik Jan (2007), *Modernleşen Türkiye’nin Tarihi*, Yasemin Saner Gönen (Çev.), İletişim Yayınları, İstanbul



## Belediye Hizmetlerinde Gönüllü Katılım: Konya Örneği

Belgin Uçar Kocaoğlu<sup>1</sup>, Ezgi Seçkiner Bingöl<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Konya

<sup>2</sup> Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, Ankara

### Özet

Bu çalışmanın temel amacı, Konya’da vatandaşların belediye hizmetlerine gönüllü katılımına ilişkin çalışmaların kapsamını araştırmak, bu çerçevede belediye hizmetlerine gönüllü katılımın belediyeler açısından ne tür avantajlar ve dezavantajlar ortaya çıkaracağını tespit etmek ve belediyelerin gönüllü katılım uygulamalarını artıracak bazı öneriler sunmaktır. Nüfus artışı, kente göçün artışı gibi birçok sosyal, ekonomik ve siyasal sorunlar yerel yönetimlere olan ihtiyacı artırmıştır. Yerel yönetimlerin görev alanlarında meydana gelen artışla doğru orantılı olarak yerel yönetimlerin ve özellikle belediyelerin bu görev ve sorumlulukları karşılayabilecek yeterli gelirlerinin var olup olmadığı ise geçmişten günümüze ülkemizde hep tartışılan konular arasında yer almıştır. Ülkemizde özellikle 6360 sayılı yasa ile büyükşehir belediyelerinin sınırlarının il sınırı olarak belirlenmesi de büyükşehirlerin hizmet sunumunda önemli mali sıkıntılar yaşamasına neden olmaktadır. Bu noktada belediye hizmetlerine gönüllü katılım konusu daha çok gündeme gelen bir konu olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır.

Çalışmanın kapsamını Konya’da yer alan Karatay, Selçuk ve Meram olmak üzere 3 merkez ilçe ve Konya Büyükşehir belediyesi oluşturmaktadır. İlgili belediyelerde daire başkanı ve birim müdürleri ile mülakatlar gerçekleştirilerek öncelikle belediye hizmetlerinde hangi alanlarda gönüllü katılım uygulamasına yer verildiği belirlenmiş daha sonra gönüllü katılım uygulamasının belediyeler açısından ne tür avantajlar ve dezavantajlar ortaya çıkardığı tespit edilmiş, son olarak; ilgili belediyelere gönüllü katılımın artırılması için çeşitli öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Belediyeler, Gönüllü Katılım, Gönüllülük, Konya Büyükşehir Belediyesi, Meram Belediyesi, Selçuk Belediyesi, Karatay Belediyesi.

## Voluntary Participation in Municipal Services: Case of Konya

### Abstract

The main aim of this study is to investigate the scope of researches on citizens’voluntary participation to municipal services in the city of Konya, in this context; to understand for municipalities the advantages and disadvantages of voluntary participation and to make suggestions about how to increase voluntary participation to local services. There has been several social and economic dynamics such as population increase which increase the need of local governments. Throughout this, it has been questioned whether local governments have enough financial resources to afford these ascending needs, duties and responsibilities. In Turkey, The Law Number 6360 has expanded the borders of Metropolitan Municipalities towards the province borders. This brought some financial problems for metropolitan municipalities while providing services. At this point, voluntary participation to municipal services has become an important issue and has come to the agenda as a new service approach.

The scope of this study covers 3 province municipality; Karatay, Selçuk and Meram which locate in Konya; and 1 metropolitan municipality; Konya Metropolitan Municipality. Relevant personnel in these municipalities have been interviewed. Firstly, areas for voluntary participation applications are determined in municipal services, then it was determined that what kind of advantages and disadvantages of the voluntary participation practices bring for the subject municipal administrations. Finally various proposals submitted to the subject municipalities to increase voluntary participation.

**Key words:** Municipalities, Voluntary Participation, Voluntarism, Konya Metropolitan Municipality, Karatay Municipality, Selçuk Municipality, Meram Municipality

### 1. Giriş

Yerel yönetimlerin, birtakım hizmetleri gönüllü inisiyatiflerden yardım alarak gerçekleştirmesi, yönetim biriminin sivil toplumla etkileşimi, demokratik katılımı artırması ve demokratik yönetişimin gerçekleşmesi bakımından olumlu katkı olarak görülebilir. Bu bağlamda yerel birimlerin, bulunduğu bölgede gönüllü insan potansiyelini araştırması ve bu potansiyeli; kendi sosyal sermaye ve kaynakları arasında görecelik olarak etkinleştirmeye çalışması, yerel birimin hizmet sunma etkinliğini artıracak bir faktör olarak değerlendirilebilir. Nitekim; batıda birçok ülkede yerel hizmetlerin sunumunda gönüllü birliklerin

önemli rol oynadığı bilinmektedir. Örneğin İspanya’da; Gönüllülük esasına göre kurulan birlikler, kendi yetki alanı içinde olan ortak bir hizmetin ya da bayındırlık işinin görülmesi amacıyla ekonomik gerekçelerle bir araya gelmiş birliklerdir (Ökmen ve Parlak, 2008: 81). Gönüllü çalışan oranının en yüksek olduğu ülke olan Amerika Birleşik Devletleri’nde de gönüllülük ekonomide önemli bir paya sahip olmakta ve özel gönüllü kuruluşlar yerel kamu hizmetlerinin yürütülmesinde ekili olmaktadır. İngiltere’de en çok bilinen 13 resmi gönüllü kuruluş ve 20’den fazla tanınan yaygın hayırsever kuruluş bulunmaktadır. Bunlar; gençler, öğrenciler, çocuklar, araştırmacılar, çevre gibi konular için ve gönüllülüğün ülke çapında yayılması ve

gelişmesi için faaliyetlerde bulunmaktadır (www.thebigproject.co.uk)<sup>1</sup>. İngiltere’de 2011’de 723.000 insan gönüllü sektörde istihdam edilmiştir. Gönüllü sektörün %39’u sosyal hizmetlerde, %32’si gezici sağlık hizmetlerinde, %15’i evde bakım hizmetlerinde istihdam edilmiştir (www.3rdsectorworkforce.org). Almanya’da kırsal alanda itfaiye hizmetlerinin önemli bir bölümü gönüllü birlikler tarafından gerçekleştirilmektedir. Fransa’da ise itfaiyecilerin %80’i gönüllü itfaiyecidir ve kendi meslekleri ile itfaiyeciliği bir arada götürmektedir (Konya Büyükşehir Belediyesi, 2014 ).

Türkiye’de gönüllülük faaliyetlerinin geçmişi Osmanlı’ya kadar dayanmaktadır. Aslan’a göre (2010: 267), Osmanlı’da sivil toplum olgusu özel mülkiyete ve serbest piyasaya dayalı bir ekonomik alanın varlığından ziyade, devlet dışı gönüllü kuruluşlardan oluşmaktadır. Osmanlı’da vakıflar, loncalar, tarikatlar ve dini cemaatler devlet dışı gönüllü kuruluşlar olarak sayılabilir. Cumhuriyet Dönemi’nde ise gönüllü kuruluşların ortaya çıkması çok partili dönemle birlikte 1950’lerden itibaren başlamıştır ( Zaim: 2007). Bu dönemde, “İlmi Yayma”, “Türk Talebeler Birliği”, “Aydınlar Ocağı” gibi gönüllü sivil toplum kuruluşları oluşmuştur. 1991’de Türkiye Gönüllü Teşekkülleri istişare toplantısı yapılmış ve 1994’te Türkiye Gönüllü Teşekkülleri Vakfı kurulmuştur (Zaim: 2007). Muhafazakâr ve sağ siyasette olan derneklerin kurduğu bu vakıf günümüzde varlığını sürdürmektedir. Türkiye’de gönüllülük faaliyetlerinin 1990’lardan sonra hız kazandığı söylenebilir. Bu süreci başlatan önemli olaylardan biri 1999 İstanbul Depremi’nde AKUT ve benzeri gönüllü kuruluşların gerçekleştirdikleri gönüllü faaliyetlerin sosyal medyada duyulmasıdır (İpek, 2011: 17). Öte yandan 1990’lardan itibaren yönetim paradigmasında etkin olan yönetim yaklaşımlarının gönüllülük faaliyetlerinin önemini artırdığı söylenebilir. 1990’larda kamu yönetiminde “yönetişim” yaklaşımının öne çıkması; devletin düzenleyici görevini artırmıştır. Yönetişimle birlikte özel sektör ve üçüncü sektörün yönetime katılımının önemi vurgulanmıştır. İyi yönetim ve yerel yönetim yaklaşımları, hizmetlerin daha etkin, daha hızlı sunumunu sağlamak ve halkın yönetime karılmasını güçlendirmek amacı ile sivil toplum kuruluşlarının yerel hizmetlere aktif katılımını öngörmüştür (Ökmen ve Parlak, 2008: 65). Bu süreçten itibaren gönüllü kuruluşların özellikle afet yönetimi, çevre koruma, kadın çalışmaları, turizm, yerel hizmetlerin sunulması gibi konularda etkinlikleri artmıştır. Türkiye’de toplam sivil toplum kuruluşu sayısı, vakıf ve derneklerin toplamı, Nisan 2013 itibarıyla 100,000 olarak belirtilmiştir. Toplumun yaklaşık yüzde 12’si sivil girişimlere katılmaktadır (Betil,

2013: 16). Bunların 87.000’i gönüllü ve faal olarak çalışmaktadır. ABD’de aktif gönüllü kuruluş sayısı 1.514.000, Almanya’da 604.000, Fransa’da 800.000 olarak belirtilmiştir (Yeğen ve Diğerleri, 2010: 33).

Türkiye’de gönüllü kuruluşların sivil toplum alanında varlığını sürdürmesinin yanında yerel yönetimlerde ve yerel hizmetlerin sunumunda rollerinin ve önemlerinin arttığı görülmektedir. Yerel hizmetlerin giderek öneminin artması günümüzde yerel yönetimlerde demokrasi ve katılım konularını gündeme getirmiştir. Görmez’e göre (1997: 54), yerel yönetimlerin siyasal açıdan önemi ve onları demokratik toplum oluşumunda vazgeçilmez kılan, yerel yönetimlerin katılımı artırıcı etkileridir. Yerel yönetimlerde ve özellikle belediyelerde yönetime katılımın geniş bir anlamı olarak değerlendirilen gönüllü katılımın, demokratikleşmeye olumlu katkısının yanında, hizmet maliyetlerini düşürmesi, hemşehrilik ve kentlilik bilincini artırması gibi yönleri de öngörülmektedir (Palabıyık: 2011). Literatürde yerel hizmetlere katılımı ilgili birçok çalışma mevcutken (Zeren ve Özmen: 2010, Pektaş ve Akın: 2010, Önder: 2013, Görücü: 2010, Çukurçayır ve Gökçe: 2002), gönüllü katılım ile ilgili çalışmalar sınırlıdır. Yerel hizmetlere gönüllü katılımın incelenmesi kuşkusuz mevcut durum ve yapılması gerekenlerle ilgili önemli veriler sunabilir.

Türkiye’de yerel yönetimlerde gönüllü katılım konusu en önemli yerel yönetim birimi olarak sayabileceğimiz belediyelerde bazı kanun ve yönetmeliklerle düzenlenmiştir. Bunlar arasında en önemlileri 2005 tarihli 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 2005 yılında yürürlüğe giren ‘İl Özel İdaresi ve Belediye Hizmetlerine Gönüllü Katılım Yönetmeliği’ sayılabilir. Bu çerçevede belediyelerin özellikle 2005 yılından itibaren yasal olarak gönüllü çalışan kavramı ile tanıştıkları söylenebilir. Bu yönetmeliğin yayımlanmasını izleyen dönemden itibaren Türkiye’de kimi belediyelerde gönüllü katılım çalışmalarının başladığı görülmektedir. Örneğin; Kocaeli Belediyesi’nde “Kent Gönüllüsü Projesi” kapsamında yerel yönetim hizmetlerine katılmak isteyen gerçek ve tüzel kişilerin yerel hizmetlere katılımı artırılmaya çalışılmaktadır (Şengül ve Çetinkaya: 2013). Kırklareli Belediyesi’nde “gönüllü zabıtalık” uygulaması ile zabıta mesleğinde gönüllüler yaratarak, Belediye ve yerel yönetim hizmetlerinde halkın katkısı sağlanmaya çalışılmaktadır (Kırklareli Belediyesi Gönüllü Zabıta Yönergesi, md.1). Benzer şekilde Kadıköy Belediyesi, “Kadıköy Gönüllüleri” isimli bir grupla Kadıköy’ü güzelleştirme ve kentlilik bilincini artırma faaliyetleri yürütmektedir (<http://www.gazetekadikoy.com.tr/koseyazisidetay.aspx?koseyazisiID=623>). Fatih Belediyesi “Gönüllü Turizm Elçileri” projesi ile genç gönüllülerle bölgedeki turizm faaliyetlerini harekete geçiren bir gönüllülük projesi yürütmektedir (<http://www.haberler.com/fatih-in-gonullu-turizm-elcileri-yeniden-is-7373582-haberi/>). Ankara’da Keçiören Belediyesi’nin desteği ile 2009 senesinde kurulan bir “Gönüllü Akademisi” bulunmakta, burada gönüllü olarak çalışmak isteyen genç, yaşlı, çocuk her kesimden insanın katılımıyla, eğitmenlerle gönüllülük ve toplumsal farkındalık oluşturma faaliyetleri gerçekleştirilmektedir (<http://www.gonulluakademisi.com/hakkimizda.php>).

12.11.2012 tarihli 6360 Sayılı ‘On dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun’ ile ise ülkemizde gönüllü katılıma olan ihtiyacın

<sup>1</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz: [www.volunteering.org.uk](http://www.volunteering.org.uk) Gönüllü kuruluşlar: Gençler için gönüllülük firstaları; Reach-Online.org.uk REACH, Tecrübeli yöneticiler ve profesyoneller için gönüllülük; Volunteering England; StudentVol.org.uk, Gönüllü öğrenciler ulusal ağı; Do-it.org.uk, Birleşik Krallık gönüllü örgütleri için veri merkezi; NAVB.org.uk The National Association of Volunteer Bureaux ; Volunteer.org.nz Gönüllü çalışanları eğitim çevre ve sosyal yardım kuruluşları ile birleştiren; NCVO-Vol.org.uk The National Council for Voluntary Organisations (NCVO) İngiltere’de gönüllü sektörün semsiye kuruluşu; Greenvol.com Green Volunteers dünya çevre koruma gönüllüleri; VolResource.org.uk Birleşik Krallık gönüllüler iletişim ve bilgi; NICVA.org Northern Ireland Council for Voluntary Action, NICVA); WCVA.org.uk Wales Council for Voluntary Action, WCVA); SCVO.org.uk Scotland (Scottish Council for Voluntary Organisations, SCVO

biraz daha arttığı söylenebilir. Bu yasanın yürürlüğe girmesinden önce büyükşehir belediyelerinin sınırları tüm il sınırını kapsamazken bu yasa ile birlikte Büyükşehir Belediyelerinin sınırları il sınırı haline almıştır. Bu çerçevede büyükşehir belediyelerinin hizmet verdikleri alanların kapsamı artmış ve belediyelerde gönüllü katılım daha önemli hale gelmiştir. Hizmet alanı genişleyen ve yönetsel kapasitesi aynı kalan belediyelerin uzak köylere hizmet götürme konusunda; kimi hizmetlerde, sivil toplum yardımına ihtiyaç duyacağı öngörülebilir. İtfaiyecilik alanı bu hizmetlere örnek olarak verilebilir. Bir köyde yangın çıkması halinde, merkezin yangına müdahale etmesi artık güçleşmiştir. Öte yandan köyde bir itfaiye teşkilatı kurmak da personelin sürekli istihdamı düşünüldüğünde etkin bir tercih değildir. Bu durumda köydeki vatandaşların gönüllü desteğine ihtiyaç duyulabilir.

Bu çalışmada Konya'da yer alan Karatay, Selçuk ve Meram olmak üzere 3 merkez ilçe ve Konya Büyükşehir Belediyesi olmak üzere 1 büyükşehir belediyesinde, daire başkanı ve birim müdürleri ve proje sorumluları ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Bu çerçevede ilgili belediyelerde belediye hizmetlerinde gönüllü katılımın kapsamı, gönüllü katılımın belediye açısından ne tür avantajlar ve dezavantajlar ortaya çıkaracağı tespit edilmiş ve ilgili belediyelere gönüllü katılımın artırılması için çeşitli öneriler sunulmuştur.

## 2. Gönüllü Katılım: Kavramsal Çerçeve

Gönüllülük, günümüzde kimi kamu hizmetlerinin yürütülmesinde bir hizmet sunma ve hizmetlere katılma biçimi olarak kullanılmaktadır. Birçok ülkede bazı kamu hizmetleri gönüllü kişi ve kuruluşlarca üstlenilmiştir ve yürütülmektedir. Tüm dünyada toplumsal fayda amaçlı ortaya çıkan gönüllülük birçok alanda kendini göstermektedir; “Yoksulluğu yok etmek, temel sağlık ve eğitim hizmetlerini iyileştirmek, insanlara güvenli su kaynağı ve sağlıklı koşullar sağlamak, çevre sorunlarından ve iklim değişimlerinden kaynaklanan sorunlarla başa çıkmak, afet riskini azaltmak, sosyal dışlanmayla ve şiddete meydan veren ihtilaflarla mücadele etmek” gibi (Birleşmiş Milletler Gönüllüleri, 2011: 20).

Gönüllülük; bir işi yapmaya hiçbir yükümlülüğü yokken bu işi isteyerek üstlenme durumu olarak tanımlanmaktadır (TDK: 2014). Gönüllülük, kurumsal ve kurumsal olmayan yapılar içerisinde gerçekleşebilir. Bu kapsamda bireyler formal ya da informal yapılar içinde gönüllülük faaliyetlerinde bulunabilirler. Gönüllülük ve gönüllü katılım faaliyetleri bir sosyal sermaye olarak kabul edilmekte, kimi yazarlar tarafından devletin sahip olduğu bu sosyal sermayenin değerlendirilmesi önerilmektedir (Palabıyık: 2011).

“Gönüllülük; bireylerin toplumsal sorumluluk anlayışıyla, çıkar gözetmeksizin bilgi, zaman, beceri, deneyim ve kaynaklarını –kendi özgür iradeleriyle- bir sivil toplum kuruluşunun amacı doğrultusunda kullanmalarınıdır.” (Argüden ve Ilgaz, 2006: 87). Palabıyık (2011: 91), gönüllülüğü, “bireyin maddi karşılık beklemeden ya da başka bir çıkar beklentisi olmadan insanların genel anlamda yaşam kalitesini artırmak, kamu yararı amacına ulaşmak için doğru olduğuna ve yapması gerektiğine olan inançla bir toplumsal girişime, bir sivil toplum kuruluşu ya da gönüllü katılıma olanak sağlayan hukuki, kurumsal yapılar bünyesinde

etkinliklere destek olması” şeklinde tanımlamıştır. Ateş ve Nohutçu (2006: 249) gönüllü kuruluşları “hiçbir maddi menfaat beklentisi olmayan gönüllü insanların, önemli gördükleri toplumsal amaçlara hizmet etmek ve toplumsal ihtiyaçlara cevap vermek için oluşturdukları örgütlerdir” şeklinde tanımlamışlardır.

Bie ve Roose (2014), gönüllü faaliyetlerin hak temelli vatandaşlık ya da sorumluluk temelli vatandaşlık olmak üzere iki vatandaşlık ekseninde tartışmışlardır. Hak temelli vatandaşlık, gönüllü katılıma eşit ulaşım üzerine odaklanırken, sorumluluk temelli vatandaşlık gönüllülüğü bir eğitim stratejisi ya da profesyonel bir sosyal hizmet olarak görme eğilimindedir. Yazarlar; gönüllülüğü alternatif bir şekilde değerlendirmiş; gönüllülüğü demokrasinin öğrenilmesinde bir araç ve bir sosyal görev olarak yorumlamışlardır.

Gönüllü katılım literatürde en geniş anlamıyla, toplum yaşamını etkilemek amacıyla girişilen bireysel ya da toplu hareketler olarak tanımlanmaktadır. Considine (2004: 4), gönüllü katılımı, bağlılığı, aktif katılımı, toplum üyeleri arasındaki işbirliğini, toplumsal grupları ve örgütleri kapsayan; sosyal, ekonomik ve çevresel amaçları gerçekleştirmek amacıyla yapılan eylemler olarak tanımlamıştır. Gönüllü katılım, toplum yararına, zorlama olmadan, hiçbir parasal ödül olmadan yapılan eylemleri içermektedir. Çoğu tanımda gönüllü katılımın öne çıkan başlıca dört özelliği: Zorunlu olmaması; bedel karşılığı olmaması; kurumsal yapı içinde gerçekleşmesi ve kamu yararı amacıyla kamuya yönelmiş olmasıdır (Palabıyık, 2011: 90).

Gönüllü katılım yerel demokrasinin geliştirilmesinde önemli bir unsur olarak görülmektedir. Bu şekilde yerel demokrasinin güçlendirilmesine yönelik ilgi, yerel katılımın da önemini artırmıştır. Demokrasilerde gönüllü katılımın, bir grubun isteklerini, bir örgütsel bağla, yasa yapıcılara iletebilmesi bağlamında, katılımcı demokrasinin vazgeçilmez bir unsuru olduğu söylenebilir. Demokrasi içerisinde birliklerin ve örgütlerin öneminin altı Toquveille gibi yazarlarca çizilmektedir (Türkbağ: 2002). Bu bağlamda, gönüllü katılımın uygulanabilmesinde sivil toplum kuruluşlarının önemi ortaya çıkmaktadır. Sivil toplum örgütlerinin yönetime aktif katılımının azalması, büyük ölçüde demokratik katılımın azalması ve yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalmasıdır ki bu da demokrasinin işlerliğine tehdit oluşturmaktadır.

Batı ülkelerinin birçoğunda özel sektörün gönüllü faaliyetleri desteklenmektedir ve gönüllü faaliyetler kâr getirmeyen birçok faaliyetin topluma sunulmasına yardımcı olmuşlardır. Bu faaliyetlerin yeni iş çevreleri yarattığı da bilinmektedir. Ancak gönüllü faaliyetlerin başarısı için toplumda istek olmalı, desteklenmelidir. Bugün; yerel yönetimlerin kaynaklarının kullanılması büyük ölçüde merkezi idarenin takdir yetkisine bağlı olduğu için ayrıca merkezin koşullu bağışlarının özerkliği zedelediği düşünülürse, kamu hizmetlerinin paylaşımında gönüllü kuruluşların önem kazandığı görülmektedir (Toprak, 1990: 54- 67).

Avrupa Kentsel Şartı'nda katılım hakkı, bir kentli hakkı olarak kabul edilmiştir ve Avrupa Yerel Yönetim Şartı, yerel yönetimlerin halk katılımını, yerel demokrasiye yaklaşımlarında temel kaynak olarak göstermiştir. Yerel



politik yaşamda etkin bir katılım için; halkın yerel, politik ve idari yapılarda belirleyici olması gereği, Bu bağlamda yerel gönüllü kuruluşların varlığının tanınması öngörülmüştür (Pektaş ve Akın, 2010: 30).

### 3. Türkiye’de Belediye Hizmetlerine Gönüllü Katılım ve Hukuki Çerçeve

Belediyeler, gönüllü katılım faaliyetlerinin yürütülmesi açısından elverişli olan yasal kurumlardır. Resmi gönüllülük, örgütsel bir bağlanmayı da gerektirir ve tayin edilmiş gönüllü pozisyonlar içerisinde vuku bulur. Bu çerçevede belediyelerin gönüllü katılım eylemleri, resmi gönüllülük olarak kabul edilebilir (Kenny ve Diğerleri, 2008: 46). Belediyeler, gönüllü katılım politikaları geliştirmeden önce, gönüllü katılım eylemlerinin nasıl yapıldığı, gönüllülüğün anlamı ve gönüllü katılım faaliyetlerine yönelik fırsatları ve tehditleri bilmek durumundadır. Kenny ve Diğerleri (2008), gönüllü katılımı yerel yönetimler için önemli konuları: insanların farklı ihtiyaçları ve motivasyonlarının nasıl dengeleneceği, insanların çıkarlarını nasıl çevreleyeceği, aralıksız bir gönüllü faaliyetin nasıl üstesinden gelineceği ve aynı zamanda toplumsal kaynakları da kullanarak, sosyal ve ekonomik networkleri geliştirerek-işbirlikçi ve pozitif bir sosyal değişimin sağlanması olarak belirtmişlerdir.

Türkiye’de belediye hizmetlerine gönüllü katılımın yasal dayanağını bazı kanun ve yönetmelikler oluşturmaktadır. 2005 tarihli 5393 sayılı Belediye Kanunu ve 2005 yılında yürürlüğe giren ‘İl Özel İdaresi ve Belediye Hizmetlerine Gönüllü Katılım Yönetmeliği’ gönüllü katılıma yer veren en önemli yasal düzenlemeler arasında yer almaktadır.

Türkiye’de 5393 Sayılı Belediye Kanunu’nun 77. Maddesinde yer alan ‘Belediye; sağlık, eğitim, spor, çevre, sosyal hizmet ve yardım, kütüphane, park, trafik ve kültür hizmetleriyle yaşlılara, kadın ve çocuklara, özürllülere, yoksul ve düşkünlere yönelik hizmetlerin yapılmasında belde de dayanışma ve katılımı sağlamak, hizmetlerde etkinlik, tasarruf ve verimliliği artırmak amacıyla gönüllü kişilerin katılımına yönelik programlar uygulayarak’ hükmü ile vatandaşların belediye hizmetlerine gönüllü katılımına imkân sağlanmaktadır.

Belediye Kanunu’nda yer alan ilgili maddeye ek olarak 2005 yılında ‘İl Özel İdaresi ve Belediye Hizmetlerine Gönüllü Katılım Yönetmeliği’ yürürlüğe girmiştir. İlgili yönetmelikte gönüllü kavramı 4. maddede ‘bilgi, beceri ve yeteneğini, her türlü ortak çalışma, imkân ve zamanını ortaya koyarak çalışma alanı konusunda maddi bir kazanç beklemezsizin yerel yönetim hizmetlerine katılan gerçek ve tüzel kişiler’ olarak tanımlanmış, 5. maddede ise gönüllülerin faaliyet alanları belirlenmiştir. Bu alanlar aşağıda yer almaktadır:

- Özürllülere, çocuklara, kadınlara, gençlere, yaşlılara, yoksullara, kimsesizlere ve düşkünlere yönelik eğitim, kültür, sağlık ve sosyal hizmetleri,
- Kütüphane, tiyatro, sinema gibi kültür hizmetleri,
- Bilişim, meslek edindirme kursları, kreş gibi eğitim hizmetleri,
- Park, bahçe, kent estetiği, çevre düzenlemeleri ile katkı gibi çevre kirlenmesinin önlenmesine yönelik hizmetleri,
- Başboş ve sahihsiz hayvanlara yönelik hizmetleri,

- Trafik, itfaiye, arama-kurtarma gibi denetim ve acil yardım hizmetleri,
- Tüm yaş gruplarını içine alan her türlü spor hizmetleri,
- Tarihi, kültürel mirasın ve tabiat varlıklarının yaşatılarak korunması hizmetleri.’

Belediye Kanunu’nun 9. maddesi ise mahalle yönetiminde muhtarın görevlerini sayarken, mahallelinin ortak ihtiyaçlarının belirlenmesinde mahallede oturanların gönüllü katılımını öngörmüştür.

2006 yılında İçişleri Bakanlığı ‘‘Büyükşehir Belediyeleri Özürlü Hizmet Birimleri Yönetmeliği’’ni çıkarmıştır. Bu yönetmelik, özürllü hizmet birimlerinde çalıştırılacak sosyal çalışmacıların gönüllüler ile işbirliği yapabilmesine imkân vermiştir. 2007 yılında İçişleri Bakanlığınca çıkarılan Belediye Zabıta Yönetmeliği’nin 49. maddesi ‘‘gönüllü zabıta’’ düzenlemiştir. 2006’da çıkarılan ‘‘Kent Konseyi Yönetmeliği’’ ise kadın ve gençlik meclisleri ile diğer çalışma gruplarını, gönüllülük esasına göre oluşmuş yapılar olarak tanımlamıştır (Sezer ve Önder, 2012: 265).

### 4. Belediye Hizmetlerine Gönüllü Katılım: Konya Örneği

Konya örneğinde belediye hizmetlerine gönüllü katılım çalışmalarına ilişkin öncelikle çalışmanın kapsamı ve yöntemi ile ilgili bilgiler verilmiş daha sonra ise ilgili belediyelerin gönüllü katılım uygulamalarına (projelerine) yer verilmiştir.

#### 4.1. Çalışmanın Kapsamı ve Yöntemi

Konya Büyükşehir Belediyesi 20.06.1987 tarih 3399 sayılı Kanun ile Meram, Selçuklu ve Karatay olmak üzere 3 ilçeden oluşan Büyükşehir Belediyesi halini almıştır. Bu çerçevede çalışmamızın kapsamını Konya Büyükşehir Belediyesi ve Meram, Selçuklu ve Karatay’dan oluşan merkez ilçe belediyeleri oluşturmaktadır. Çalışmamızda ilgili belediyelerin hangi hizmet alanlarında gönüllü katılıma yer verdikleri araştırılmıştır. Belediyelerde gönüllü katılım dediğimiz zaman ise belediyelerde çalışanlar bizi Kültür ve Sosyal İşler Daire başkanlığına yönlendirmişler ve bu tür hizmetlerin genellikle bu birim tarafından yapıldığını ifade etmişlerdir. Buradan hareketle öncelikle Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Daire Başkanı ile daha sonra Selçuklu, Meram, Karatay Belediyeleri Kültür ve Sosyal İşler Müdürleri ve belediyelerde gönüllü katılım projeleri gerçekleştirilen farklı birimlerin daire başkanları, müdürleri ve proje sorumluları ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir. İlgililere ilk etapta gönüllü katılıma ilişkin sorular aşağıda yer almaktadır:

Belediyenizde Belediye Kanunu’nun 77. Maddesi çerçevesinde belediye hizmetlerine gönüllü katılanlar var mıdır?

Belediye hizmetlerine gönüllü katılanların sayısı, eğitim ve cinsiyetine ilişkin bilgilerini edinebilir miyiz?

Gönüllü katılımın gerçekleştiği temel hizmet alanlarınız hangileridir? En çok hangi alanlarda gönüllü katılıma ihtiyaç duyuyorsunuz?

Günümüze kadar uygulanan belediye hizmetlerine gönüllü katılım konusunda ne gibi avantajlar ve dezavantajlarla karşılaştınız?

Gönüllü Katılım faaliyetlerinden sorumlu kişiler kimlerdir? Kurumsal yapıdaki yerleri neresidir?



Gönüllü katılım için afiş, reklam ya da internetten çağrı vb. yöntemlerden hangisini kullanıyorsunuz?

Bu sorular kapsamında gerçekleştirilen mülakatlardan elde edilen veriler Konya Büyükşehir, Selçuklu, Meram, Konya ve Karatay olmak üzere dört başlıkta incelenmiştir.

## 4.2. Konya Örneğinde Gönüllü Katılım Uygulamaları

Konya örneğinde gönüllü katılım uygulamalarına Konya Büyükşehir Belediyesi, Selçuklu Belediyesi, Meram Belediyesi ve Karatay Belediyesi olmak üzere dört başlıkta yer verilmiştir.

### 4.2.1. Konya Büyükşehir Belediyesi

Konya Büyükşehir Belediyesi'nde 5393 Sayılı Belediye Kanunu'nun yürürlüğe girdiği 2005 yılından itibaren temel olarak iki birimde gönüllü hizmetlere katılım gözlemlenmiştir<sup>2</sup>: Kültür ve Sosyal İşler Daire Başkanlığı ve İtfaiye Dairesi Başkanlığı. Kültür ve Sosyal Daire Başkanlığı'nın gönüllü katılım faaliyetleri genel itibarıyla öksüz, yetim ya da çeşitli problemleri olan ilköğretim ve lise öğrencilerinin eğitim faaliyetlerini kapsamaktadır<sup>3</sup>. Bu öğrencilere eğitim, herhangi bir maddi beklentisi olmayan özellikle eğitim fakültesinde okuyan öğrenciler tarafından verilmiştir. Eğitimin öğretmen adayları tarafından verilmesi ise ön eğitim gibi bir faaliyeti gerektirmemiştir. Eğitimin temel konusunu matematik, Türkçe ve fen bilimleri oluştururken psikolojik olarak tedaviye ihtiyacı olan bazı öğrenciler için ise eğitim fakültelerinin psikolojik danışmanlık ve rehberlik birimlerinden gönüllülerden de yararlanılmıştır. Eğitim verilen öğrenci sayısı Tablo 1'de yer almaktadır. 2006 yılından itibaren her yıl gerçekleştirilen proje çerçevesinde 721 kişiye gönüllüler tarafından eğitim faaliyeti verilmiştir.

Bu faaliyetlerin belediye hizmetlerine gönüllü katılım çerçevesinde değerlendirilip değerlendirilmeyeceği ise tartışma konusu olabilir. Çünkü belediyenin temel hizmetleri arasında eğitim faaliyetleri yer almamaktadır. Ancak yapılan hizmetler sosyal yardım kapsamında değerlendirildiğinde belediye hizmetleri içerisine girebilir ya da bu tür hizmetleri belediye, kendi kaynaklarını kullanarak verecekse bu hizmetler gönüllü hizmetler kapsamında değerlendirilebilir. Gönüllü eğitime ilişkin gerçekleştirilen projenin sorumlusu verilen hizmet sonucunda eğitim verilen öğrencilerin performanslarını takip ettiklerini ve eğitim sonucunda öğrencilerin performanslarında önemli bir artış gözlemlendiğini dile getirmiştir. Gönüllü eğitim veren kişilerin hemen hemen hepsi üniversite öğrencisi iken gönüllülerin 17-24 yaş aralığındaki kişilerden oluştuğu görülmektedir. Kadınların oran olarak fazla olması da dikkat çekici gözükmektedir.

Proje sorumlusu gönüllülerin daha çok ihtiyacı olanlara yardım etmek amacıyla olduklarını belirtmiştir. Buradan yola çıkarak gönüllü eğitim konusunda yapılan faaliyetlerden aslında öğrenciler tarafından verilen eğitimin temel amacının belediyenin hizmet yükümlülüğünü paylaşma bilincinden ziyade ihtiyacı olan insanlara yardım etmek noktasından ileri

geldiği ileri sürülebilir. Bu noktada belediyedeki gönüllü hizmetlerin sosyal yardım amaçlı olduğu söylenebilir

Mülakat gerçekleştirdiğimiz kişilerden biri gönüllü katılım çerçevesinde yapılan başvuruların çoğunun sonunda belediyeden bir şey isteme ya da çıkar sağlama (kendini ya da yakın akrabasını işe aldırma vb.) amacıyla yapıldığını dile getirmiştir ve vatandaşların Konya'da çıkar gözetmeksizin gönüllü hizmet yapmalarının çok da mümkün olmadığını ifade ederek bunun en önemli gerekçesini ise yeterli gelirleri olmayışına bağlamıştır. Gelişmiş ülkelerde gönüllü katılım uygulamalarının Türkiye'ye oranla daha çok olması da bu düşünceyi destekler niteliktedir. Bu noktada Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi kuramını hatırlamak daha faydalı olabilir. Maslow insan ihtiyaçlarını belli kategorilere ayırmıştır. Bu ihtiyaçlar temel olarak 5 kategoriden oluşmaktadır: 1- Fizyolojik İhtiyaçlar (Yeme, içme vb.) 2- Güvenlik İhtiyaçları 3- Ait olma ihtiyaçları 4- Saygınlık İhtiyacı 5- Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı. Bu kategorilerden biri karşılanmadan alt kategoriye geçmenin çok da mümkün olmadığını insanları genelde bir üst kategorideki ihtiyaçları giderdikten sonra bir alt kategori ihtiyacının güdüleyeceğini dile getirmiştir. Belediye hizmetlerine gönüllü katılım konusu bu açıdan değerlendirildiğinde hizmetlere katılımın daha çok yeme, içme ve barınma gibi temel ihtiyaçları karşılayabilen insanlar tarafından yerine getirilmesi beklenir. Konya'da vatandaşın hizmetlere gönüllü katılımı ile ilgili olarak belediyelerde mülakat yapılan yöneticilerin daha çok emekli, çalışmayan kesimi akıllarına getirdikleri yönetici vb. pozisyonda olan kişilerin katılımını hiç akla getirmediği gözlemlenmiştir. Elbette gelir düzeyi iyi olmayan, temel gereksinimlerini karşılayamayan kesimden gönüllü katılım beklenmek zor olabilir. Ancak Konya'da gelir düzeyi iyi olan bir kesim de bulunmaktadır.

Konya Büyükşehir Belediyesi'nde gönüllü hizmetlere katılım alanında örnek gösterilebilecek önemli bir proje de İtfaiye Dairesi Başkanlığı tarafından gerçekleştirilmiştir 4. Belediyenin ilgili alanda yaptığı çalışmalar diğer belediyelere de örnek gösterilebilecek niteliktedir. Büyükşehir Belediyesi tarafından itfaiye alanında gönüllü itfaiyecilik yönetmeliği çıkarılarak gönüllü itfaiyecilikle ilgili usul ve esaslar belirlenmiştir.

İlgili Yönetmeliğin birinci bölümünde gönüllü itfaiyeciliğin amacı, kapsamı ve yasal dayanağı belirtilmiştir. Birinci bölümde belirtildiği gibi yönetmelik, 442 sayılı Köy Kanunu'nun 36. maddesinin 2. Bendi, 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nun 7. Maddesi, 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 15, 52, 53, 75, 77. Maddeleri, İl Özel İdaresi ve Belediye Hizmetlerine Gönüllü Katılım Yönetmeliği, Belediye İtfaiye Yönetmeliğinin 45. Maddesi, Orman Kanunu ve Orman Yangınlarını Söndürme Çalışmaları Esnasında Ölenlere ve Sakatlananlara Ödenecek Tazminata İlişkin yönetmeliğin ilgili maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır.

<sup>2</sup> İlgili bilgiler, Kültür ve Sosyal İşler Daire Başkanı Mücahit Sami Küçüktığı ile 28.01.2015 tarihinde gerçekleştirilen mülakattan elde edilmiştir.

<sup>3</sup> Proje ile ilgili bilgiler 30.01.2015 tarihinde proje sorumlusu Sacide Karasoy ile gerçekleştirilen mülakattan elde edilmiştir.

<sup>4</sup> Bu projeye ilişkin bilgi ve belgeler İtfaiye Daire Başkanı Cevdet İşbitirici ve proje uzmanı Hüseyin Temiz ile gerçekleştirilen mülakatlardan elde edilmiştir.

**Tablo 1.** Gönüllü Eğitim Verilen Öğrenci Sayısı

Faaliyet Yılı	Öğrenci Sayısı	Faaliyet Yılı	Öğrenci Sayısı	Faaliyet Yılı	Öğrenci Sayısı
2006	17 Lise	2009	65 İlköğretim	2012	63 İlköğretim
2007	55 İlköğretim 20 Lise	2010	72 İlköğretim	2013	145 İlköğretim
2008	120 İlköğretim	2011	97 İlköğretim	2014	67 İlköğretim

Gönüllü İtfaiyecilik Yönetmeliğinin ikinci bölümünde ise kuruluş ve çeşitli tanımlara yer verilmiştir. Bu çerçevede A Tipi Gönüllü İtfaiyeci, B Tipi Gönüllü İtfaiyeci, profesyonel itfaiyeci, Gönüllü İtfaiye Amiri, Yangın Mükellefi, Gönüllü İtfaiye İstasyonu ve Karma İtfaiye İstasyonu gibi kavramların yer aldığı çeşitli kavramlar tanımlanmıştır. İlgili Yönetmelikte A Tipi Gönüllü İtfaiyeci ve B Tipi Gönüllü İtfaiyeci kavramları şu şekilde açıklanmıştır:

A Tipi İtfaiyecilik ‘Profesyonel itfaiyecilerin istihdam edilmesinin makul olmadığı nüfusun az, itfai olay çıkma sıklığının düşük olduğu yerleşim yerlerinde kamu adına görevlendirilen, eğitim, beceri ve donanım olarak standart itfaiyeci imkân ve kabiliyetlerine sahip olan, itfai olay vukuunda meşguliyetini bırakıp, emir komuta zinciri içinde olaylara müdahale eden ve olay sonrası kendi meşguliyetine dönen itfaiyeciyi’, B Tipi İtfaiyeci ise ‘Doğal afet ve olağanüstü durumlarla ilgili gerekli eğitimleri alarak afette hareket tarzını öğrenmiş itfaiyecileri’ kapsamaktadır (Yönetmelik, 2).

A tipi gönüllü itfaiyecilerin kırsal alanlarda meydana gelen yangınlara müdahalesi amaçlanırken, B tipi gönüllü itfaiyecilerin ise bilinçlendirme, acil durumlarda kendilerini ve ailelerini korumaları amaçlanmaktadır (Kişisel İletişim: Temiz)

Konya Büyükşehir Belediyesi Gönüllü İtfaiyecilik Yönetmeliğinin üçüncü bölümünde ise gönüllü itfaiyeci olabilmek için aranan şartları da kapsayan görevlendirme süreci, çalışma düzeni ve gönüllü itfaiyecilerin eğitimi gibi konular belirlenmiştir. Bu çerçevede Konya Büyükşehir Belediyesi’nde A tipi ve B tipi gönüllü itfaiyeci olabilmek için:

‘A Tipi Gönüllü İtfaiyeci olabilmek için: T.C. vatandaşı olmak, 18 yaşını bitirmiş olmak, okuryazar olmak, iyi hal kâğıdının ibrazı, nüfus cüzdanı sureti ve ikametgâh, kamu personeli olanlarının kurum amirlerinden muvafakat yazısı, itfaiye başkanlığınca verilecek eğitim sonucunda yapılacak sınavda başarılı olmak, itfaiye teşkilatının çalışma şartlarına sahip olduklarını doktor raporu ile her yıl belgelemek ve itfaiyeciliği sevmek, sevdirmek ve gönüllülük ilkesini benimsemiş olmak şartı aranırken B Tipi Gönüllü İtfaiyeci olabilmek için: T.C. vatandaşı olmak, nüfus cüzdanı sureti ve ikametgâh belgelerinin ibrazı, itfaiyeciliği sevmek, sevdirmek ve gönüllülük ilkesini benimsemiş olmak şartı aranmaktadır (Yönetmelik, 2-3).’

Bu şartları taşıyan kişilerin başvurusu üzerine şartları uyan A tipi gönüllülere 2 hafta süre ile teorik ve pratik olmak üzere 64 saat eğitim verilmektedir. Eğitim sonucunda 60 puan ve üzeri puan alanlara A Tipi Gönüllü İtfaiyeci Kimlik Kartı verilmektedir. B tipi gönüllülere ise belli bir eğitim

sonucunda B Tipi Gönüllü İtfaiyeci kartı verilmektedir (Yönetmelik, 5). B tipi gönüllülere verilecek eğitim saati ise yönetmelikte yer almamaktadır.

İlgili yönetmeliğin dördüncü bölümünde ise mali hükümlere yer verilmiştir. A tipi gönüllü itfaiyeciler için sayılan mali hükümler arasında ‘gönüllü itfaiyecilere ferdi kaza sigortaları belediye başkanlığınca alınması, karargâhtaki görevleri esnasında yatak ve yemek ihtiyaçları daire başkanlığınca karşılanması; çalışma süreleri içinde karargâhtan çalışma eğitim ve görev yerlerine gidiş gelişleri daire başkanlığı tarafından karşılanması; gönüllü itfaiyecilerin iş kıyafetleri vb. daire başkanlığı tarafından temin edilmesi’ gibi maddeler yer alırken B Tipi Gönüllü İtfaiyecilerin mali yükümlülükleri arasında ise ‘karargâhtaki görevleri esnasında yatak ve yemek ihtiyaçları daire başkanlığınca karşılanması; çalışma süreleri içinde karargâhtan çalışma eğitim ve görev yerlerine gidiş gelişleri daire başkanlığı tarafından karşılanması’ gibi maddeler yer almaktadır (Yönetmelik, 7-8).

Konya Büyükşehir Belediyesi’nde yaklaşık olarak 1000 kişi gönüllü itfaiyeci olarak çalışmaktadır<sup>5</sup>. Belediyeyi gönüllü itfaiyecilik projesini oluşturmaya iten temel sebeplerden birisi de 6360 Sayılı yasa ile büyükşehir belediyelerinin sınırlarının il sınırları olarak değiştirilmesidir (İşbiririci, 2015). Daha önce aynı personelle sadece büyükşehir sınırlarına hizmet veren itfaiye daire başkanlığı, görev alanının tüm il sınırını kapsamaya ile birlikte hizmet vereceği alan artmıştır. Bu sorun ise Konya gibi yüzölçümü bakımından büyük olan bir il için itfaiyecilik alanında önemli bir sorun olabilecek niteliktedir. Belediye sınırları içerisinde örneğin köylerden birinde acil bir yangın olması durumunda belediyede çalışan profesyonel itfaiyeciler yangına yetişemeyebilirler. Bu sorun ise en iyi şekilde o köyde yaşayan gönüllülerin yangına zamanında müdahalesi ile mümkün gözükmektedir. Konya Büyükşehir Belediyesi kırsal alanda gönüllü olarak çalışanlara su tankı, itfaiyecilere özgü kıyafetler vb. imkânları sağlayarak birçok kırsal bölgede gönüllü itfaiyecilik uygulamasını başlatmıştır. Ancak şehir merkezinde gönüllü itfaiyecilik uygulamasına henüz geçememiştir. Şehir merkezinde gönüllü itfaiyecilik kapsamında çalışanlar mevcut olmakla birlikte bu gönüllülerden sadece kendini, ailesini ya da yakın çevresini koruması beklenmektedir. Bu çerçevede merkezde yer alan gönüllülerin yangınlara müdahale etme gibi bir durumları şimdilik söz konusu olmamaktadır. Bunun en büyük gerekçesi ise merkezdeki yangınlara kısa sürede yetişebilecek

<sup>5</sup> İlgili bilgi İtfaiye Dairesi Başkanlığı’nda çalışan proje sorumlularından Hüseyin Temiz’den elde edilmiştir.

belediye bünyesinde çalışan yani profesyonel itfaiyecilerin yeterli olmasıdır (Gönüllü İtfaiyecilik Çalışması).

#### 4.2.2. Selçuklu Belediyesi

Selçuklu Belediyesinde Afet Acil Yardım biriminde 15 gönüllü çalışan görev yapmaktadır<sup>6</sup>. Selçuklu Belediyesi'nin çeşitli birimlerinde görev yapan 15 kişi Afet Acil Yardım Birimi'nde gönüllü olarak hizmetlere katılmak istediklerini müdürlerine iletmışler ve müdür de gerekli tatbikatların ve eğitimlerin yapılmasını sağlayarak bunu mümkün kılmıştır. Gönüllülerin hepsinin cinsiyeti erkektir. Bu alanda kadınların gönüllü olmamalarının çeşitli sebepleri olabilir. Öncelikle bu birimde çalışmak güç gerektirebilir. Zorlu şartlarda bir yere ulaşmak noktasında erkeklerin kadınlara oranla daha güçlü ve kuvvetli oldukları söylenebilir. Bunun yanında genellikle ev sorumluluğunu kendi üzerinde hisseden kadın, gönüllü katılıma vakit bulamayabilir. Ancak daha önce Büyükşehir Belediyesinin gönüllü eğitim projesinde ise kadınların daha fazla olduğu görülmüştü. Bu çerçevede Afet Acil Yardım biriminin daha fazla güç ve kuvvet gerektirmesi nedeniyle kadınların fazla yer almadığı söylenebilir.

Selçuklu Belediyesi'nde Afet Birimi yanında ağaç dikme konusunda da gönüllülerden faydalanılmaktadır. Yılın belli vakitlerinde belediyeye yardım etmek üzere gelen gönüllüler, ağaç dikme konusunda küçük bir eğitim verildikten sonra belediyenin tespit ettiği alanlarda ağaç dikme hizmetini gerçekleştirmektedirler. İlgili birim müdürü gönüllülerin dikmiş olduğu ağaçların yaklaşık % 40'ının tuttuğunu buna karşın % 60'ının tutmadığını; belediyenin ilgili görevlileri tarafından dikilen ağaçların ise yaklaşık % 90'ının tuttuğunu dile getirmiştir. Bu noktada ise gönüllü hizmetlere katılımın belediyenin işlerini daha verimli kılacağı noktasında bazı soru işaretleri ortaya çıkardığı söylenebilir. Bu sorun ağaç dikme eğitiminin tam olarak verilmemesinden kaynaklanabileceği gibi ağaç dikenlerin bu hizmete ilişkin tecrübelerinin olmayışından da kaynaklanabilir. Sürekli bir işi yapan ile bir saat eğitim aralar yapan kişi aynı değildir. Bu sorun gönüllülerin bir hizmete ilişkin sürekliliğini sağlayarak giderilebilir. Mülakat yapılan yöneticilerin büyük kısmı gönüllü katılımın sürekli olmayışının önemli bir sorun teşkil ettiğini ifade etmişlerdir.

Selçuklu Belediyesi Kültür ve Sosyal İşler Müdürlüğü, yaşlılara evinde bakılması gibi bir hizmet sunmaktadır. Kimsesi olmayan ve bakıma muhtaç yaşlılara tecrübeli, deneyimli kişiler tarafından evlerinde bakım hizmeti verilmektedir. Selçuklu Belediyesi'ne bu alanda 3 kadın tarafından gönüllü olarak bu hizmeti vermek istedikleri yönünde talepler olmuş ve gönüllüler 2 gün yaşlıların evine gidip yaşlılara gerekli bakımı yaptıktan sonra bu hizmetten vazgeçmişlerdir. Bu durum belediye için maliyet tasarrufundan ziyade o kişileri eğitim için harcadıkları zaman vb. yüzünden zarara uğratmış olabilir. Bu çerçevede ilgili birim müdürü Türkiye'de gönüllü kavramına uygun çalışacak kişilerin zor bulunacağını bunun ise kültürle ilişkili olduğunu dile getirmiştir.

#### 4.2.3. Karatay Belediyesi

Karatay Belediyesi'nde gönüllü katılım çalışmalarına ilişkin Sosyal Yardım İşleri Müdürü<sup>7</sup> ve Kültür ve Sosyal İşler Müdürü<sup>8</sup> ile görüşmeler yapılmış ve belediyelerinde bazı dönemlere gerçekleştirilen ağaç dikimi dışında şu ana kadar herhangi bir gönüllü katılım çalışmalarına yer verilmediği tespit edilmiştir. İlgili birim müdürleri gönüllüler ile yapılan çalışmaların çokta profesyonel olmayacağını ve belediye açısından bazı faydalarının yanında bazı olumsuzluklarının da olacağını ifade etmişlerdir. Aynı zamanda gerçekleştirilen mülakatta belediyede çalışan müdürlerden birinin 'gönüllü katılıma ilişkin halktan talep olursa neden değerlendirmeyelim?' şeklinde ifadesi olduğu gözlemlenmiştir ancak belediyelerinde vatandaşların gönüllü olarak çalışmalarına ilişkin herhangi bir ilan, afiş, poster vb. olmadığı da gözlemlenmiştir.

#### 4.2.4. Meram Belediyesi

Meram Belediyesi'nde ise gönüllü katılım çalışmaları kapsamında her yıl en az 50-60 kişi, 65 yaş ve üzeri yaşlıların bakımı ve ev temizliği, ihtiyacı olanlara gıda dağıtımı ve yemek servisi hizmetine gönüllü olarak katılmaktadır<sup>9</sup>. Gönüllü çalışanların genel itibarıyla üniversitede okuyan öğrencilerden oluştuğu ve bir ders kapsamında yapmak zorunda oldukları bir yükümlülük olarak gönüllü hizmetlere katıldıkları bilgisi dikkate alındığında ise çalışanların ne oranda gönüllü kavramı kapsamına girdiği konusu tartışılabilir. Burada iki temel nokta dikkat çekmektedir. Bunlardan birincisi, gönüllü öğrenciler, ilgili hizmetleri dersi geçme için bir zorunluluk olarak algıladıkları zaman bu çalışmanın gönüllü kapsama girmesi beklenemez. İkinci nokta ise gönüllü öğrencilerin ilgili hizmetleri sadece dersi geçmek amacıyla değil belediye hizmetlerine yardım amacıyla yaptıkları zaman gönüllü kapsamına girip girmemesi ise tartışılabilir. Burada ilgili müdür öğrencilerin bu işi zorunluluk olmasa da yapmak istediklerini ancak bu şekilde devamlılık sağlandığını ifade etmiştir. Meram Belediyesi sınırları içerisinde Necmettin Erbakan Üniversitesi'nin yer almasının belediye için önemli bir avantaj olduğu söylenebilir.

Belediyelerden elde edilen veriler çerçevesinde Konya Büyükşehir ve merkez ilçe belediyelerinde 2005-2015 tarihleri arasında gönüllü katılıma yer verilen hizmet alanları Tablo 2'de yer almaktadır. Görüldüğü gibi Konya Büyükşehir Belediyesi'nde gönüllülük kapsamında uygulamalara eğitim ve itfaiye alanlarında yer verilirken Selçuklu Belediyesi'nde ağaç dikme, kısa sürede olsa yaşlılara bakım, acil durum- arama kurtarma alanlarında; Karatay Belediyesi'nde ağaç dikme alanında son olarak Meram Belediyesi'nde ise yardım dağıtımı ve yemekhanede bazı hizmetlerin yerine getirilmesinde yer verilmektedir.

<sup>7</sup> Sosyal Yardım İşleri Müdürü Zeki Yener ile 04.02.2015 tarihinde mülakat gerçekleştirilmiştir.

<sup>8</sup> Kültür ve Sosyal İşler Müdürü Ayşe Gündoğar Şenyiğit ile 04.02.2015 tarihinde mülakat gerçekleştirilmiştir.

<sup>9</sup> İlgili bilgiler Meram Kültür ve Sosyal İşler Müdürü İsa Özkan ile 06.02.2015 tarihinde gerçekleştirilen mülakattan elde edilmiştir.

<sup>6</sup> İlgili bilgiler Kültür ve Sosyal İşler Müdürü Muharrem BAŞALTUN ile 09.02.2015 tarihinde gerçekleştirilen mülakattan elde edilmiştir.

**Tablo 2.** Konya Büyükşehir ve Merkez Belediyelerin Gönüllü Katılıma İlişkin Hizmet Alanları

	Konya Büyükşehir Belediyesi	Selçuklu Belediyesi	Karatay Belediyesi	Meram Belediyesi
İtfaiye	X	-	-	-
Eğitim	X			
Ağaç Dikme		X	X	
Yaşlılara Bakım		X		
Acil Durumlar, Arama Kurtarma		X		
Yardım dağıtımı vb.				X

## 5. Sonuç ve Öneriler

‘İl Özel İdaresi ve Belediye Hizmetlerine Gönüllü Katılım Yönetmeliği’nde gönüllü kavramı 4. maddede ‘bilgi, beceri ve yeteneğini, her türlü ortak çalışma, imkân ve zamanını ortaya koyarak çalışma alanı konusunda maddi bir kazanç beklemeक्सizin yerel yönetim hizmetlerine katılan gerçek ve tüzel kişiler’ olarak tanımlanmıştır. Bu tanımdan yola çıkarak gönüllü çalışanların bazı temel özellikleri belirtilebilir. Bunlar: maddi bir kazanç beklemeden bazı hizmetleri yerine getirmesi ve tüm yeteneğini, bilgisini, yeteneğini kısaca elinden gelen her şeyi ortaya koymasındır.

Bu çalışmada, Konya Büyükşehir Belediyesi, Meram, Karatay ve Selçuklu merkez ilçe belediyelerinde hizmetlere gönüllü katılımın kapsamı incelenmiştir. Konya Büyükşehir Belediyesinin diğer belediyelere oranla gönüllü çalışanlara ilişkin projelerinin diğer ilçe belediyelerine oranla ölçek ekonomisi vb. nedenlerle daha kapsamlı ve daha profesyonel olduğu söylenebilir. Büyükşehir Belediyesinin gönüllü itfaiyeciliğe ilişkin projesi Türkiye’de birçok büyükşehir belediyesinde bulunmamaktadır. İlgili başkanlık bünyesinde yönetmelik çıkarılarak gönüllü itfaiyeciliğe ilişkin bir çerçeve belirlenmiştir. Proje kapsamında kırsal kesimde yaklaşık 1000 gönüllü çalışan bulunmaktadır. İtfaiyecilik yanında sosyal yardım kapsamında ihtiyacı olanlara gönüllü eğitmenler tarafından kurslar verilmiştir: Matematik, Türkçe, Fizik vb. Merkez ilçe belediyelerinde gönüllü çalışanların yer aldığı projeler ise ağaç dikme, koli dağıtma, yemek servisi, arama kurtarma gibi hizmet alanlarını kapsamaktadır.

Çalışma kapsamında yer alan belediyelerde gerçekleştirilen mülakatlar neticesinde gönüllü hizmetlere katılım konusunun belediyeler açısından bazı avantaj ve dezavantajları barındırdığı söylenebilir. Avantajlar arasında ilk sırada mali tasarruf sayılabilir. Belediyelerin bazı alanlarda hizmet sunacak yeterli personeli olmayabilir. Bu durumda gönüllü çalışanlar belediyenin personel sıkıntısına önemli bir çözüm olabilir. İkinci olarak, gönüllü katılım vatandaş ile belediye arasında karşılıklı güveni artırabilir. Vatandaşlar hem hizmet sunan hem hizmet alan durumunda oldukları zaman belediye ile aralarındaki güven ilişkisi daha sağlıklı bir hal alır. Gönüllü hizmetler katılım konusunun ortaya çıkarabileceği üçüncü önemli avantaj ise özellikle kırsal alanda yangın, patlama vb. durumlarında o yerde yaşayan eğitim almış gönüllülerin ilgili alana daha hızlı müdahale edebilmesidir. Son avantaj ise kent hizmetlerine katılım, bireylerin kendilerini daha mutlu ve kentin bir parçası hissetmelerini sağlayabilir. Dezavantajlar arasında ise

ilk olarak süreklilik olmaması konusu gelmektedir. Gönüllü olarak çalışanlara, belediyeler tarafından belli aralıklarla eğitim verilerek o hizmeti en iyi şekilde yapmaları için çaba harcanmaktadır. Ancak henüz ilk gönüllü hizmetinde bu işi yapamayıp bırakanlar olduğu gibi tayin vb. durumlardan ötürü bırakmak zorunda kalanlar nedeniyle hizmetlerin yerine getirilmesinde bir süreklilik olmayabilmektedir. Bu durum hem belediye açısından hem gönüllülerden hizmeti alan vatandaşlar açısından bazı sıkıntılar ortaya çıkarabilir. İkinci önemli dezavantaj ise çalışmanın gerçekleştirildiği belediyelerde tüm yöneticiler tarafından dile getirilen bir konudur. Konya’da gönüllü çalışan ya da gönüllülük kültürünün olmamasıdır. Yöneticiler, belediyede gönüllü çalışmak isteyenlerin büyük çoğunluğunun belediyeden iş, aş vb. maddi bazı beklentilerinin olduğunu dile getirmişlerdir. Dezavantajlar arasında sayılabilecek son konu ise gönüllü çalışanlara eğitimin sürekli verilmediği taktirde gönüllü çalışanlar belediye açısından tasarruf değil maliyet kaynağı olabilirler. Buna ilişkin ise Selçuklu Belediyesi’nin kendi çalışanları tarafından dikilen ağaçların büyük çoğunluğu tutarken gönüllüler tarafından dikilen ağaçların çoğunluğunun tutmaması örneği verilebilir.

Belediye hizmetlerine gönüllü katılım konusunda önemli uygulamalarına yer verdiğimiz Konya örneği çerçevesinde ilgili belediyelerin gönüllü çalışan uygulamalarını artırılabilmeleri ve geliştirebilmeleri için aşağıdaki öneriler verilebilir:

Belediye hizmetlerine gönüllü katılıma ilişkin vatandaşlar bilgilendirilmelidir. Vatandaşların belediye hizmetlerine gönüllü katılım konusunda bilgileri olmayabilir. Bilgileri olanlar ise gönüllü katılım için nereye başvurmak zorunda olduklarını bilmeyebilirler. Belediyelerin ‘gönüllü olarak belediye hizmetlerine katılmak isteyenler gelirler ve bizi bulurlar’ gibi bir düşünceden ziyade vatandaşları teşvik için belediyelerin ya da diğer kurum ve kuruluşların kapılarına gönüllü katılıma ilişkin afişler asmaları gönüllü katılımı artırabilir. Afişler, belediye hizmetlerine yardım konusunu düşünmeyenleri bile bu konuda cesaretlendirebilir. Bunun yanında facebook, tweeter gibi çeşitli sosyal medya iletişim araçlarıyla bilgilendirme ve katılım artırabilir. Araştırma kapsamımızda yer alan belediyelerin hiçbirinin girişinde ya da herhangi bir yerinde gönüllü katılıma ilişkin bilgilendirmeler yer almamaktadır. Kent hizmetlerinin yerine getirilmesinde gönüllü vatandaşlara ihtiyaçları olduğunu ve bunun belediyenin gelişmesine önemli katkı sağlayacağına yönelik bilgilerin yer aldığı posterlerin olması bireyleri katılım konusunda motive edecektir.

Gönüllü katılım konusunda birçok yöneticinin yakındığı konu sürekliliğin olmamasıdır. Süreklilik ise gönüllü çalışanlara maddi olmasa da manevi açıdan bazı ödüller verilerek sağlanabilir. Gönüllü çalışanların temel amacı belediyeden maddi kazanç sağlamak değildir ancak yaptığı işin belediye açısından çok önemli olduğunun vurgulanması kişinin mutluluğunu artırır ve bu durum da sürekliliği sağlar.

Gönüllülere verilecek eğitimin sürekliliğini sağlamak önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Belediye hizmetlerine gönüllü katılanların yapmış oldukları hizmetlere ilişkin hem teorik hem pratik eğitimlerinin belli aralıklarla verilmesi, o hizmeti veren profesyoneller kadar verimli hizmet sunmalarını sağlayacaktır. Gönüllülere bir sefere mahsus eğitim verdikten sonra profesyoneller kadar başarılı olmalarını beklemek mantıklı gözükmemektedir.

Gönüllü katılım çalışmalarının başarısını ve kapsamını artırılması için vatandaşlarda gönüllü katılım kültürü oluşturulmaya çalışılmalıdır. Türkiye'deki kent kültüründe gönüllü katılım yeterince yaygın olmayabilir ancak bunun değiştirilebilir bir durumdur. Mümkün olduğu kadar halka bu kültürü yerleştirmek için belediyelerin halkı bilgilendirmesi ve teşvik etmesi gerekmektedir. Gelir düzeyi düşük olan gruplar için bunu yapmak zor olabilir ancak gelir düzeyi yüksek olan herhangi bir maddi sıkıntısı olmayan kişiler için bunu sağlamak mümkün olabilir.

Konya örneğinde incelenen belediyelerde gönüllü katılım uygulamalarının Türkiye'de yer alan diğer belediyelerde de benzer olduğu düşünüldüğünde yukarıda sunulmuş olan önerilerin tüm belediyeler için geçerli olduğu söylenebilir. Öte yandan genel olarak kamu yönetimi sisteminin adem-i merkeziyetçi yapıya kavuşturulmasının halkın katılım bilincini artırması konusunda önemli olduğu vurgulanabilir.

Bu çalışmada Konya örneğinde gönüllü katılım uygulamalarına yer verilmiştir. Bazı projelerin diğer belediyeler için örnek alınabileceği göz önüne alındığında Türkiye'de yer alan diğer belediyelerin gönüllü katılım projelerinin araştırılması ülkemizde gönüllü katılım uygulamalarının kısa sürede yaygınlaşmasında önemli bir aracı olabilir gözükmemektedir.

## Kaynakça

6360 Sayılı On Dört İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6360.doc. (Erişim Tarihi: 10.01.2015).

Argüden, Y. ve Ilgaz, P. (2006), Gönüllü Kuruluşların Yönetimi. ARGE Danışmanlık, İstanbul.

Aslan, S. (2010), "Sivil Toplum ve Demokrasi", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15 (2), 357-374.

Ateş, H. ve Nohutçu, A. (2006), "Kamu Hizmeti Sunmada Gönüllü Kuruluşlar ve Devlet", *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 6 (11), 245-276.

Bie, M. D. ve Roose. R. (2014), "Voluntarism and Citizenship: A Response to Lena Dominelli", Springer

Science Business Media Dordrecht Online Basım: SciDOI 10.1007/s10699-014-9400-0.

Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (2011), "Dünyada Gönüllülüğün Durumu Raporu: Küresel Refah İçin Evrensel Değerler", Birleşmiş Milletler Gönüllüleri, Art Press, Türkiye.

Çukurçayır, A ve Gökçe, G. (2002), "Yerel Siyaset ve Katılma Davranışı: Konya'da Katılım Eğilimleri", Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2 (3), 127-146.

Gökbunar, R., Erdal, A. (2008), "Kamu Sektörünün Yeniden yapılandırılmasında Üçüncü sektörün Rolü", [http://www.canaktan.org/politika/anti\\_leviathan/diger.yazilar/gokbun-ar-ucuncusektor.pdf](http://www.canaktan.org/politika/anti_leviathan/diger.yazilar/gokbun-ar-ucuncusektor.pdf) (Erişim Tarihi: 22.03.2008).

Görmez, K. (1997), Yerel Demokrasi ve Türkiye. Vadi Yayınları, Ankara.

Görücü, Veysel (2010), Yerel Yönetimlerde Katılım ve Demokrasi. Arya Yayıncılık, İstanbul.

<http://www.3rdsectorworkforce.org.uk/how-many-people-work-in-the-voluntary-sector/>.(Erişim Tarihi: 10.01.2015).

[http://www.thebigproject.co.uk/links\\_charities.htm](http://www.thebigproject.co.uk/links_charities.htm), (Erişim Tarihi: 15.02.2015).

İpek, Y. (2011), "Görevimiz Gönüllülük: 1990'lar Gönüllü Kuruluşlar Gönüllü Vatandaşlar", *Amargi Dergi*, (3), 17-21.

Kenny, S., McNevin, A. ve Hogan, L. (2008), "Voluntary Activity and Local Government:Managing Volunteers or Facilitating Active citizenship?", *Social Alternatives*, (27) 2, 45-49.

Kırklareli Belediyesi (2012), Gönüllü Zabıta Yönergesi 13.03.2012, Kırklareli Belediyesi, Kırklareli.

Konya Büyükşehir Belediyesi (2014), Gönüllü İtfaiyecilik Çalışması.

Konya Büyükşehir Belediyesi (2014), Gönüllü İtfaiyecilik Yönetmeliği.

Ökmen, M. (2005), Küresel Sistem, Demokratikleşme-Yerelleşme Dinamikleri ve Yerel Demokrasi. Küreselleşme ve Yerelleşme. Edit. Kemal Görmez. Odak Yayınları, 21-63.

Ökmen, M. ve Parlak, B. (2008), Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler. Alfa Aktüel Yayınları, İstanbul.

Önder, Ö. (2013), "Yerelleşme ve Yerel Demokrasinin Güçlendirilmesi Bağlamında Yerel Katılım", *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, (9)18, 311-326.

Özgür Ö. ve Sezer,Ö. (2008), Yerel Yönetim Reformunda Katılma Yeni Bir Yaklaşım: Yerel Hizmetlere Gönüllü Katılım. 1. Ulusal Yerel Yönetimler Sempozyumu Bildiri Kitabı. Edit. Lütfi Özcan v.d., Erkam Matbaa, 280-293.

Palabıyık, H. (2011), "Gönüllülük ve Yerel Hizmetlere Gönüllü Katılım Üzerine Açıklamalar", *Yönetim Bilimleri Dergisi*, (9)1, 87-114.

Pektaş, E. ve Fehmi A. (2010), "Avrupa Kentsel Şartları Perspektifinde Bir Kentli Hakkı Olarak Katılım Hakkı ve

Türkiye”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, (XII) II., 23-49.

Şengül, R. ve Çetinkaya, I. (2013). “Belediye Hizmetlerine Gönüllü Katılım: Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Örneği”, Kuramdan Uygulamaya Yerel Yönetimler ve Kentsel Politikalar, 7. Kamu Yönetimi Sempozyumu, Hatay.

Toprak, Z. (1990), “Yerel Hizmetlere Gönüllü Katılım”, Amme İdaresi Dergisi, (23)1, 49-68.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü, [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts), (Erişim Tarihi: 12.12. 2014).

Türkbağ, A. U. (2002), “Bir demokrasi Klasığı: Alexis de Tocqueville’de Demokrasi Kültürünün Temel Kurumları Olarak Yerel Yönetimler”, Doğu Batı, (6 )21, 61-69.

Yeğen, M. ve Diğerleri (2010), Türkiye’de Gönüllü Kuruluşlarda Sivil Toplum Kültürü. Yaşama Dair Vakıf (YADA), İstanbul.

Zaim, Sabahattin, Türkiye’de Gönüllü Teşekküller Vakfı Tarihçesi, <http://www.tgtv.org/tgtv-tarihcedile.html>, Erişim: 06.07.2015.



## Bedelli Sermaye Artırımı Duyurularının Halka Açık İşletmelerin Hisse Senedi Performanslarına Etkisi: Borsa İstanbul'da Bir Araştırma

Engin KÜÇÜKSİLLE, Rozi MİZRAHİ

İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, İzmir  
İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, İzmir

### Özet

Bu çalışmanın amacı; 2010-2014 yılları arasında yapılan bedelli sermaye artırımı duyurularının Borsa İstanbul Hisse Senetleri Piyasası'nda (BIST) aşırı getiriye neden olup olmadığını inceleyerek, ilgili dönemde piyasanın yarı güçlü formda etkin bir piyasa olup olmadığını belirlemektir. Bu araştırma doğrultusunda Borsa İstanbul Hisse Senetleri Piyasası'nda hisse senetleri işlem gören ve 2010-2014 yılları arasında bedelli sermaye artırımı duyurusu yapan işletmelerin, bedelli sermaye artırımı duyurularının şirketlerin hisse senetlerinin performanslarına olan etkisi "olay çalışması" yöntemiyle analiz edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre; bedelli sermaye artırımı duyurusunun yapıldığı tarihte ( $t=0$ ), duyurudan bir gün sonra ( $t=+1$ ), dört gün ( $t=+4$ ) ve dokuz gün ( $t=+9$ ) sonra istatistiksel olarak anlamlı ortalama negatif anormal getiriler elde etmek mümkündür. Sonuç olarak, BIST Hisse Senetleri Piyasası'nın ilgili dönemde kamuya açıklanan bilgilerden etkilendiği ve yarı güçlü formda etkin bir piyasa olmadığı söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Borsa İstanbul, Olay Çalışması, Bedelli Sermaye Artırımı

**Jel Kodları:** G11, G14

## The Effect Of Right Issues Announcements On Public Companies' Stock Performances : Evidence From Istanbul Stock Exchange

### Abstract

The aim of this study is to define if the Istanbul Stock Exchange has a semi-strong market efficiency or not by analyzing the right issues announcements in Istanbul Stock Exchange whether they yield to abnormal returns in the period of 201-2014. So, the effect of right issue announcements in Istanbul Stock Exchange in the period of 2010-2014 to the stock performances has been analyzed by "event study" method.

According to the findings; it is possible to have statistically mean abnormal negative returns on the date of right issue announcements ( $t=0$ ), the following day ( $t=+1$ ), the day after four (+4) and nine (+9) days. As a result, Istanbul Stock Exchange has been affected by the public announcements and it was not a semi-strong form effective market in the examined period.

**Key Words:** Istanbul Stock Exchange, Event Study, Right Issue

**Jel Codes:** G11, G14

### 1. Giriş

Firmaların temel amaçlarından biri piyasada varlıklarını sürdürmektir. Bu amacı gerçekleştirmek üzere firmalar rekabet güçlerini korumayı ve büyümeyi sağlayacak yeni yatırımlar yapmak zorundadırlar. Yatırım kavramı, gelecekte daha yüksek olacağı tahmin edilen bir değeri elde edebilmek için bugün elde olan bir değerden vazgeçmek olarak tanımlanabilir (Karan, 2001, 3). Bu anlamda, yapılan yatırımlar gerçek sermaye yatırımları olup mevcut sermayenin artırılmasını gerektirir. 6102 sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu (YTTK), anonim ve limited şirketlerin sermaye ihtiyaçlarının hızlı ve kolay bir şekilde karşılanabilmesi için sermaye artırımı yöntemlerini yeniden düzenlemiştir. Bu bağlamda, işletmeler sermayelerini üç farklı yöntemle artırabilirler. Bu artırımı yöntemleri, "şarta bağlı sermaye artırımı", "bedelsiz sermaye artırımı" (iç

kaynaklardan sermaye artırımı) ve "bedelli sermaye artırımı"dır.

Şarta bağlı sermaye artırımı, şirketlerin ihraç edecekleri borçlanma senetlerinin (tahvil, bono vb.) alacaklılarının, işletmenin pay sahiplerine dönüşmelerini sağlayarak, işletmelere fon girişi sağlayan bir sermaye artırımı yöntemidir.

Bedelsiz sermaye artırımı, işletmeye işletme dışından fon girişi sağlamayan ve şirketlerin iç kaynaklarından (yedek akçe veya fonlar) sermayeye aktardıkları tutar karşılığında ihraç ettikleri payların bedelsiz olarak şirket hissedarlarına dağıtılmasıdır.

Bedelli sermaye artırımı, şirketlerin yeni fon kaynağı temin etmek amacıyla çıkardıkları "bedelli" paylarını, nominal değerinden veya daha yüksek bir fiyattan mevcut ortaklara ya da diğer yatırımcılara satmalarıdır. (Bedelsiz ve



Bedelli Paylar, <http://www.borsaistanbul.com/urunler-ve-piyasalar/urunler/paylar/hisse-senedi-cesitleri> (08.02.2015)

Hisseleri borsada işlem gören firmalar ile ilgili tüm haberler kamuoyuna duyurulur. Kamuoyuna duyurulan bu haberlerden biri olan bedelli sermaye artırımı duyuruları firmaların gelecekte daha yüksek kazanç elde etmek üzere yeni yatırımlar yaptığı ve büyümeyi hedeflediği öngörüsü yaratması bakımından piyasada olumlu bir haber olarak algılanır. Ancak bedelli sermaye artırımı, mevcut yatırımcılardan yeni fon çıkışına neden olacağı için bu duyuruların olumsuz haber olarak algılanma ihtimali de mevcuttur.

Eugene Fama (1970) tarafından geliştirilen Etkin Piyasalar Hipotezi (EPH)'ne göre menkul kıymet fiyatları, menkul kıymetlere ilişkin tüm bilgiyi yansıtmakta ve piyasada hiçbir yatırımcı aşırı getiri elde edememektedir. Fama, piyasaları etkinliklerine göre zayıf, yarı güçlü formda ve güçlü formda etkin etkin piyasalar olarak üç başlıkta sınıflandırmıştır. Zayıf formda etkin piyasalarda geçmiş fiyat bilgileriyle, yarı güçlü formda etkin piyasalarda geçmiş fiyat bilgileriyle birlikte kamuya duyurulan bilgilerle, güçlü formda etkin piyasalarda ise geçmiş fiyatlar, kamuya yapılan duyurular ve işletme içerisinden sağlanan bilgilerle aşırı getiri elde edilmesi mümkün değildir (Dimaand Miloş, 2009: 403). Ancak yapılan çok sayıda araştırmada EPH'nin ortaya koyduğu varsayım ile çelişen bulgular elde edilmiştir. Bu bulgular, normalden sapma anlamına gelen 'anomali' terimi kullanılarak ifade edilirken, hisse senedi piyasalarında fiyat anomalileri gözlemlenebildiği ortaya koymuştur (Erdoğan ve Elmas, 2010:2). Bir başka deyişle; etkin olmayan piyasalarda yatırımcıların anormal getiri elde etmesi mümkündür. Firmaların kamuoyuna duyurdukları haberlerin olumlu ya da olumsuz haber olarak algılanması durumuna bağlı olarak pozitif veya negatif anormal getiriler elde edilebilmektedir. Pozitif anormal getiriler, şirketlerin hisse senetlerinin aynı dönemde hisse senetleri piyasasından daha fazla pozitif getiri sağladığını, negatif anormal getiriler ise aynı dönemde hisse senetleri piyasasından daha düşük getiri sağladığını ifade etmektedir. Bu bağlamda; yatırımcılar, etkin olmayan hisse senedi piyasasında pozitif anormal getiri elde edebilmek için finansal piyasalar ve şirketlerle ilgili tüm gelişmeleri takip etmektedirler.

Bu çalışmada öncelikle bedelli sermaye artırımları ile ilgili duyurularının bireysel yatırımcıların kararlarını yönlendirerek şirketlerin piyasa değerlerinde yarattığı etkilerle ilgili literatürde yapılmış olan çalışmalar hakkında bilgi verilmektedir. Daha sonra ise, ülkemizdeki şirketlerin bedelli sermaye artırımı duyurularının hisse senetleri piyasasına etkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Bu kapsamda; 2010-2014 yılları arasında Borsa İstanbul Hisse Senedi Piyasasında bedelli sermaye artırımı duyurusu yapan şirketlerin hisse senetlerinin bu duyurulardan etkilenip etkilenmediği "olay çalışması" (eventstudy) yöntemi kullanılarak analiz edilmiş ve sonuçlar yorumlanmıştır.

Bu çalışmanın amacı, Borsa İstanbul'da hisseleri işlem gören firmaların incelenen dönemde bedelli sermaye artırımı duyurularının hisse senetlerinin getirilerine etkisi olup olmadığının olay çalışması yöntemi ile ortaya konulmasıdır. Bu yolla, Borsa İstanbul'un yarı güçlü formda etkin bir piyasa olup olmadığı da test edilecektir.

## 2. Literatür Araştırması

Halka açık anonim şirketlerle ilgili kamuya yapılan duyuruların hisse senetlerinin piyasa değerine olan etkileri finans literatüründe araştırmacıların ilgisini çeken bir konu olmuştur. Kamuya yapılan duyurulardan biri olan bedelli sermaye artırımı duyurularının hisse senetlerinin piyasa değerine olan etkisi üzerine yapılmış olan ve finans literatüründe yer alan çalışmalardan bazılarında aşağıda değinilmiştir.

Tsangarakis (1994) Yunanistan Hisse Senetleri Piyasasında 1981-1990 yılları arasında kamuoyuna duyurulan 34 bedelli sermaye artırımı duyurusunun şirketlerin hisse senedi getirilerine olan etkisini araştırmıştır. Olay çalışması yöntemini kullandığı ve tahmin penceresini ( $t=-200$ ,  $t=-51$ ) gün aldığı araştırmasında duyuru tarihinin anormal getirisinin '0' olduğunu bulmuştur. Duyuru tarihini takip eden günlerde de istatistiksel olarak anlamlı anormal getiri olmadığını tespit ederek Yunanistan hisse senetleri piyasasının yarı etkin bir piyasa olduğunu ve bedelli sermaye artırımı duyurusunun yapıldığı günün şirketlerin hisse senetleri fiyatlarına bir etkisi olmadığını savunmuştur. Ancak bu çalışmada pozitif ya da negatif getiriye yol açan hisse senetlerinin hangileri olduğu hakkında bilgi verilmemiştir.

Muradoğlu ve Aydoğan (1999), 1988-1994 yılları arasında İstanbul Hisse Senetleri Borsasında işlem gören hisselerle ait kâr payı ve bedelli sermaye artırımı duyurularının, hisse fiyatlarına etkisini inceledikleri çalışmalarında 1993-1994 yılları arasındaki duyuruların (-30, +30 işgünü) olay penceresinde pozitif anormal getiri sağladığını ortaya koymuşlardır.

Özer ve Yücel (2001), 1990- 1996 yılları arasında hisseleri İMKB'de işlem gören firmaların yaptığı 686 bedelli, bedelsiz ve bedelli bedelsiz sermaye artırımı duyurusunun hisse fiyatlarına etkisini araştırdıkları çalışmalarında olay çalışması yöntemini kullanarak olay tarihi etrafındaki günlerde istatistiksel olarak anlamlı pozitif anormal getiriler olduğunu bulmuşlardır. Ancak sermaye artırımı türlerine göre yatırımcıların tepkilerinin farklılaşmadığı sonucuna varmışlardır.

Ginglinger ve Gajewski (2002), Fransız hisse senetleri piyasasında 1986-1996 yılları arasında bedelli sermaye artırımı ve halka arz duyurularının hisse senedi fiyatlarına olan etkilerini araştırmışlar ve bedelli sermaye artırımı duyurularının istatistiksel olarak anlamlı negatif getiriye, halka arz duyurularının ise anlamlı olmayan negatif getiriye neden olduğunu ortaya koymuşlardır. Bedelli sermaye artırımı duyurularının negatif getirisinin daha yüksek olması nedeniyle büyümekte olan firmaların halka arz yöntemini tercih ettiklerini vurgulamıştır.

Kabir ve Roosenboom(2002), Amsterdam hisse senetleri piyasasında 1984-1995 yılları arasındaki bedelli sermaye artırımı duyurularının hisse senedi getirilerine olan etkisini araştırdıkları çalışmalarında duyuruların istatistiksel olarak anlamlı negatif anormal getiriye neden olduğunu aynı zamanda bu firmaların duyurudan sonraki 1 yıldan 5 yıla kadar borsada işlem hacimlerinin düştüğünü ortaya koymuşlardır.

Marisetty ve arkadaşları (2008), 1997-2005 yılları arasında Hindistan'da Bombay Hisse Senetleri Piyasasında halka açık şirketlerin bedelli sermaye artırımı duyurularının hisse fiyatlarına olası etkisini araştırdıkları çalışmalarında

istatistiksel olarak anlamlı olmayan pozitif anormal getiri elde edildiğini bulmuşlardır.

Cotterell (2011), 2001-2010 yılları arasında Johannesburg Hisse Senetleri Piyasasında(JSE) bedelli sermaye artırım duyurularının şirketlerin hisse senedi fiyatlarına olan etkisini araştırmıştır. Duyuru yapıldığı gün ortalama %3 negatif anormal getiri elde edildiğini, duyurudan sonraki 5 günlük süreçte de %5- %6 arası negatif kümülatif anormal getiri elde edildiğini bulmuştur. Bir başka ifade ile duyurunun yapıldığı tarihten sonraki ilk beş günde ortalama %2-%3 arasında ilave negatif getiri elde edilmiştir. İncelenen dönemde finansal pozisyonu düşük olan firmalar için negatif getirinin daha fazla olduğu anlaşılmıştır.

Agarwal ve Mohanty (2012), Hindistan'da Nisan 2000-Mart 2011 periyotları arasında hisse senetleri piyasasında 205 bedelli sermaye artırım duyurusunun hisselerin piyasa değerine etkisini araştırdıkları çalışmalarında, duyurunun istatistiksel olarak anlamlı olmayan pozitif anormal getiri sağladığını ortaya koymuşlardır.

Rissanen (2014) Helsinki Hisse Senetleri Piyasasında 2003-2013 tarihleri arasındaki 45 bedelli sermaye artırım duyurusunun hisse senedi fiyatlarına olan etkisini araştırdığı çalışmada, duyurunun yapıldığı gün ortalama %1,3 negatif anormal getiri elde edildiğini ortaya koymuştur.

### 3. Veri ve Yöntem

#### 3.1. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı 2010-2014 yılları arasında Borsa İstanbul Hisse Senetleri Piyasasında işlem gören şirketlerin hisse senedi fiyatlarının bedelli sermaye artırım duyurularından etkilenip etkilenmediğini inceleyerek, piyasanın etkin olup olmadığını araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda 2010-2014 yılları arasında sadece bedelli sermaye artışı duyurusu yapan firmalar araştırma kapsamına alınmıştır (Ekler: Tablo 1). Bedelli sermaye artışı duyuruları ile birlikte aynı tarihte bedelsiz sermaye artırım, kar payı dağıtımı ve sermaye azaltımı duyuruları yapan firmalar çalışmanın amacını etkilememesi için incelemeden çıkarılmıştır. İlgili dönemde bedelli sermaye artışı yapan firmalara ve Borsa İstanbul 100 endeksine ait ilgili fiyat verileri isyatirim.com.tr web sitesinden, bedelli sermaye artışı duyurularının tarihleri ise kap.gov.tr web sitesinden elde edilmiştir.

#### 3.2. Çalışmanın Yöntemi

Bu çalışmada "olay çalışması" yönteminden faydalanılmış ve piyasanın yarı güçlü formda etkin olduğu varsayılmıştır. Bir başka ifade ile kamuya açıklanan bilgiler kullanılarak anormal getiriler elde edilmesi mümkün değildir. Olay çalışması yöntemi Dolley (1933) tarafından geliştirilmiştir ve bir olayın hisse senedi fiyatlarına olan etkisini ölçmeye yarayan bir yöntemdir. Olay çalışması yöntemini uygulayabilmek için olay tarihinin, olay penceresinin ve tahmin penceresinin tanımlanması gerekir (Mishra, 2005; 10).

Bu çalışmada olay tarihi, şirket tarafından piyasaya ilk kez bedelli sermaye artırım yapılacağı duyurulduğu tarihtir. Olay çalışmasında ilk aşama, olay tarihi etrafında belirli bir zaman (olay penceresi) oluşturmaktır. Olay penceresi araştırma konusuna göre olay tarihinden 1, 5, 20, 30 ve daha fazla gün sonrası ve öncesi olabilir. Bu çalışmada olay penceresi olay tarihinden 10 gün öncesi ve 10 gün

sonrası olarak belirlenmiştir (-10,+10). Çalışmada olay penceresinin (-10,+10) gün tutulmasının, bir başka deyişle çok uzun ya da kısa alınmamasının nedeni; bedelli sermaye artırım duyurusunun etkisinin birkaç günden uzun sürme ihtimalinin olması ve uzun dönemde piyasaya şirketin fiyatını etkileyebilecek yeni haberlerin gelme ihtimalidir. Tahmin penceresi ise işletmenin hisse senedi getirisinin, piyasanın getirisine olan duyarlılığını belirlemek ve bunun sonucunda beklenen getiriyi elde etmek için kullanılır. Bu çalışmada tahmin penceresi bedelli sermaye artırım duyurusu tarihinden önce -150 günden -11 güne kadar olan zamandır (-150,-11).

i hisse senedinin t zamanındaki getirisi (Campbell, Lo, MacKinlay, 1996; 9);

$$R_{i,t} = P_{i,t}/P_{i,t-1} \quad (1)$$

formülüyle hesaplanmıştır.

Bu formülde  $P_{i,t}$ , i hisse senedinin t zamanındaki kapanış fiyatını,  $P_{i,t-1}$  i hisse senedinin t-1 zamanındaki kapanış fiyatını ve  $R_{i,t}$ , i hisse senedinin t zamanındaki getirisini ifade etmektedir.

İkinci aşamada belirlenen olay penceresi içerisinde hisse senedinin anormal getirileri hesaplanır ve anormal getirilerin ortalaması bulunur. Anormal getiri aşağıdaki şekilde hesaplanır:

$$AR_{it} = R_{it} - E(R_{it}) \quad (2)$$

$AR_{it}$  = i hisse senedinin t günündeki anormal getiri oranını,

$R_{it}$  = i hisse senedinin t günündeki gerçekleşmiş getiri oranını,

$E(R_{it})$  = olayın duyurulmaması durumunda i hisse senedinden t gününde beklenen getiri oranını ifade etmektedir.

Hisse senedinden beklenen getiri oranının hesaplanmasında piyasa modeli kullanılmıştır (MacKinlay, 1997). Bu modelde piyasa, ortalama getiriler ve risk arasında doğrusal bir ilişki olduğu varsayılır. Piyasa modeline göre hisse senedinden beklenen tahmini getiri aşağıdaki şekilde hesaplanır:

$$E(R_{it}) = \alpha + \beta_i R_{mt} + e_{i,t} \quad (3)$$

$\alpha$ =sabit katsayı,

$\beta_i$  = i hisse senedinin olmayan riskini (beta katsayısı),

$R_{mt}$ = t gününde piyasanın (BIST 100 Endeksi) getirisi,

$e_{i,t}$  = t gününde i hisse senedinin hata terimini,  $E(e_{i,t})=0$  ve  $var(e_{i,t}) = \sigma^2 e_i$

ifade etmektedir.

Sistemik olmayan risk, tahmin penceresi dönemindeki gerçekleşen getiriler kullanılarak hesaplanmıştır.

Ortalama Anormal Getiriler;

$$AR_t = 1/N \sum_{i=1}^N e_{it} \quad (4)$$

formülüyle hesaplanmıştır. Formülde yer alan N, olay çalışmasına dahil edilen bedelli sermaye artırım duyurusu sayısını, t ise olay çalışmasında kullanılan olay penceresidir.

Kümülatif ortalama anormal getiriler ise aşağıdaki formül yardımıyla hesaplanmıştır:

$$CAR(t1, t2) = \sum_{t=t1}^{t2} AR_{it} \quad (5)$$

Bu denklemde  $AR_{it}$  i hisse senedinin t zamanındaki anormal getirisini,  $CAR(t1, t2)$  ise t1 ve t2 günlerinde kümülatif ortalama anormal getiriyi göstermektedir.

### 3.3. Çalışmanın Hipotezi

H0= Şirketlerin piyasaya bedelli sermaye artırım yapacaklarını duyurdukları tarih etrafındaki günlerde hisse senetlerinin ortalama anormal getirileri 0'a eşittir.

$$AR_t = 0$$

H1 = Şirketlerin piyasaya bedelli sermaye artırım yapacaklarını duyurdukları tarih etrafındaki günlerde hisse senetlerinin ortalama anormal getirileri 0'dan farklıdır.

$$AR_t \neq 0$$

### 3.4. Araştırma Bulguları

Araştırma bulgularına göre (Tablo 3) BIST'te işlem gören şirketlerin bedelli sermaye artırım duyurusu yaptıkları tarihten önceki 10 günün 4 gününde negatif ortalama anormal getiriler elde edilirken, duyurudan sonraki 10 günde bu sayı 7'ye çıkmıştır. Bedelli sermaye artırım duyurusundan sonra sadece 2., 5. ve 10. günler pozitif ortalama anormal getiriler elde edilebilmektedir. Ancak bu getiriler istatistiksel olarak anlamlı değildir. Olay penceresi içinde bedelli sermaye artırım duyurusunun yapıldığı tarih ve diğer günlerde negatif ortalama anormal getiriler elde edilmektedir. Bu günler içerisinde duyurunun yapıldığı tarihte (t=0) 0,01, duyurunun yapıldığı tarihten sonraki gün (t=+1) 0,01, dört gün sonra (t=+4) 0,05 ve dokuz gün sonra (t=+9) 0,05 anlamlılık düzeyinde negatif ortalama anormal getiriler elde edilmektedir. Bu negatif ortalama anormal getiriler duyurunun yapıldığı tarihte -%2,30, duyurunun yapıldığı tarihten bir gün sonra -%3,61, dört gün sonra -%0,84 ve dokuz gün sonra -%0,95 olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla 2010/2014 yılları arasında bedelli sermaye artırım duyurusu yapan halka açık firmaların bu duyurulardan etkilendiği ve piyasanın yarı güçlü formda etkin bir piyasa olmadığı söylenebilir. Sonuç olarak H0 hipotezi reddedilerek, H1 hipotezi kabul edilmektedir.

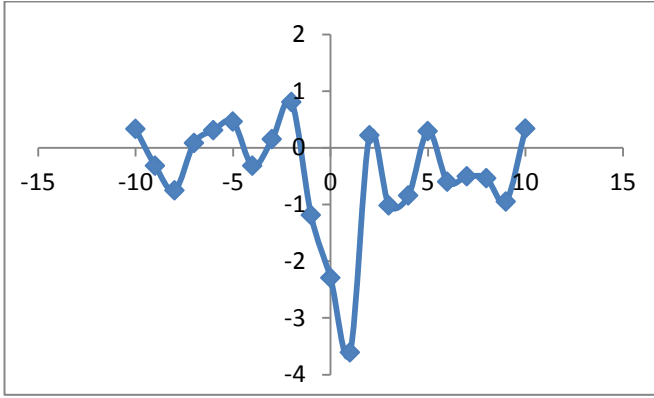
**Tablo 2:** Olay Penceresi İçinde Ortalama Anormal Getiriler, Kümülatif Ortalama Anormal Getiriler, t değerleri ve Önem Dereceleleri

Günler		Ortalama Anormal Getiri	Kümülatif Ortalama Anormal Getiri	t	Sig. (2-tailed)
10	5	0,00336	-0,09952	0,83	0,41
9	5	-0,00948	-0,10287	-2,314	0,024**
8	5	-0,00538	-0,09339	-1,035	0,305
7	5	-0,00505	-0,08801	-1,597	0,116
6	5	-0,00598	-0,08296	-0,976	0,333
5	5	0,00292	-0,07698	0,613	0,542
4	5	-0,00843	-0,0799	-2,012	0,049**
3	5	-0,01018	-0,07147	-1,982	0,053
2	5	0,00215	-0,06129	0,414	0,681
1	5	-0,03607	-0,06345	-4,904	0,000*
0	5	-0,02297	-0,02737	-3,51	0,001*
-1	5	-0,01188	-0,0044	-2,885	0,006*
-2	5	0,00804	0,007478	2,05	0,045**
-3	5	0,00149	-0,00057	0,325	0,747
-4	5	-0,0032	-0,00205	-1,195	0,237
-5	5	0,00458	0,001144	0,895	0,375
-6	5	0,0031	-0,00344	0,8	0,427
-7	5	0,00085	-0,00654	0,219	0,828
-8	5	-0,00754	-0,00739	-2,497	0,016**
-9	5	-0,00316	0,000152	-0,807	0,423
-10	5	0,00331	0,003311	0,784	0,436

\*0,05 düzeyinde istatistiksel anlamlılık

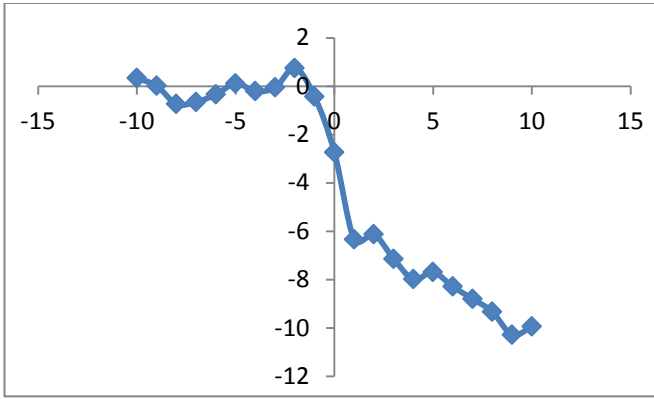
\*\*0,01 düzeyinde istatistiksel anlamlılık

Anormal getirilerin grafiği Şekil 1'de verilmiştir. Grafik incelendiğinde bedelli sermaye artırım duyurusunun yapıldığı tarihe kadar ortalama anormal getiriler dalgalı bir seyir izlemekte, duyurunun yapıldığı tarih (t=0) ve sonraki günde (t=+1) en düşük seviyeye gerilemektedir. Daha sonraki günlerde ise tekrar yatay bir bant içerisinde dalgalanmaktadır. Bu durum bize bedelli sermaye artırım duyurusunun şirketlerin hisse senetleri fiyatlarına olumsuz etkisinin, duyurunun yapıldığı tarih ve sonraki günde olduğunu göstermektedir.



Şekil 1: Olay Penceresi İçinde Ortalama Anormal Getiriler

Kümülatif ortalama anormal getirilerin grafiği Şekil 2’de verilmiştir. Ortalama anormal getirilerin grafiğinde olduğu gibi bedelli sermaye artırımını duyurularının yapıldığı tarihe kadar kümülatif ortalama anormal getiriler yatay bir bantta dalgalanma göstermekte, ancak duyurunun yapıldığı tarihten itibaren hızlı bir şekilde negatif kümülatif ortalama anormal getiriler oluşmaktadır. Duyurunun yapıldığı tarihten 9 gün sonra ( $t=+9$ ) ise kümülatif ortalama anormal getiriler en düşük seviyesine gerilemektedir.



Şekil 2: Olay Penceresi İçinde Kümülatif Ortalama Anormal Getiriler

#### 4. Sonuç

İşletmeler gerek varlıklarını finanse etmek, gerekse diğer finansal amaçları doğrultusunda farklı finansman yollarını tercih etmektedirler. Bu finansman yollarından bir tanesi de bedelli sermaye artırımındır. Bedelli sermaye artırımını; işletmelerin ortaklarından yeni fonlar temin etmek suretiyle sermayelerini artırmalarını ifade etmektedir. Bir başka ifade ile işletmeler bedelli sermaye artırımını yoluyla kendilerine dışarıdan ek kaynak sağlamaktadırlar. Bu durum ilk bakışta işletmeye dışarıdan yeni kaynak sağlaması açısından olumlu görünse de şirket ortakları kendilerinden bir fon çıkışı olacağı nedeniyle ve işletmeye aktaracakları yeni fonların nereye aktarılacağı konusunda bilgi sahibi olmadıkları için farklı tepkiler verebilmektedirler. Bu çalışmada Borsa İstanbul Hisse Senedi piyasasında 2010-2014 döneminde işlem gören şirketlerin bedelli sermaye artırımını duyurularının şirketlerin hisse senedi performansına etkisi olay çalışması yöntemiyle araştırılmıştır. Çalışmada olay penceresi (-10,+10), tahmin penceresi ise (-150,-11) gün alınmıştır.

Elde edilen bulgulara göre; 2010/2014 yılları arasında bedelli sermaye artırımını duyurusu yapıldığı günde ( $t=0$ ), yapıldıktan bir gün ( $t=+1$ ), dört gün ( $t=+4$ ) ve dokuz gün

( $t=+9$ ) sonra istatistiksel olarak anlamlı negatif ortalama anormal getiriler elde etmek mümkündür. Bu sonuçlara göre ilgili dönemde BIST Hisse Senetleri piyasasının yarı güçlü formda etkin bir piyasa olmadığı ve kamuya açıklanan bedelli sermaye artırımını duyurularından etkilendiği söylenebilir.

Olay penceresi içinde ortalama anormal getirilerle kümülatif anormal getiriler incelendiğinde; bedelli sermaye artırımını duyurusunun yapıldığı tarihten önceki 10 gün içinde (-10,0) getirilerde önemli bir değişiklik görülmezken, duyurunun yapılmasıyla birlikte kümülatif ortalama anormal getirilerde hızlı bir düşüş görülmekte ve kümülatif ortalama anormal getiriler duyurunun yapıldığı tarihten dokuz gün sonra ( $t=+9$ ) en düşük seviyeye ulaşmaktadır.

Çalışmanın bulguları Ginglinger ve Gajewski (2002), Kabir ve Roosenboom (2002), Cotterell (2011) ve Rissanen (2014)’in çalışmalarının bulgularıyla benzer sonuçlar içermektedir. Bu çalışmalarda da bedelli sermaye artırımını duyurularının negatif ortalama anormal getiriye neden oldukları savunulmuştur.

Öte yandan Tsangarakis (1994) çalışmasında bedelli sermaye artırımını duyurularının etkisini bulamazken, Muradoğlu ve Aydoğan (1999) ve Özer ve Yücel (2001), Türkiye hisse senedi piyasalarında yaptıkları çalışmalarda bedelli sermaye artırımını duyurularının pozitif anormal getirilere neden olduğunu belirtmişlerdir. Türkiye’de hisse senedi piyasalarında yapılan araştırma sonuçlarının bu çalışmanın sonuçlarından farklı çıkmasının nedeni farklı periyotlar kullanılmasından kaynaklanabilir.

#### Kaynakça

AGARWAL, Akshita, PitabasMohanty(2012), “The Impact of Rights Issue on Stock Returns in India”, Asia-Pasific Finance and Accounting Rewiev,Vol:1, No:1, p.5-16.

CAMPBELL, John Y., Lo, Andrew W., MacKinlay, A. Craig (1996), “The Econometrics of Financial Markets”, Princeton University Press.

COTTERELL, P.J.M(2011), “The Impact of Rights Issues Announcements on Share Price Performance in South Africa”, Master Thesis, Gordon Institute of Business Science, University of Pretoria.

DIMA, Bogdan, MILOS, L. Raisa (2009), “Testing The Efficiency Market Hypothesis For The Romanian Stock Market”, Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica, 11 (1) , pp.402-415.

DOLLEY J.(1933), “Characteristics and Procedure of Common Stock Split-Ups”, Harvard Business Review, p. 316-326.

DUTTA Anupam (2014),“Parametricand Nonparametric Event Study Tests: A Review”, International Business Research, Vol. 7, No. 12, p. 136-142.

ERDOĞAN, Muammer ve Bakir Elmas( 2010), “Hisse Senedi Piyasalarında Görülen Anomaliler ve Bireysel Yatırımcı Üzerine Bir Araştırma”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:14, s.1-22.

FAMA, Eugene(1970), ‘Efficient Capital Markets: A Review Theory and Empirical Work’,Journal of Finance,25(2),p. 383-417.

GINGLINGER, Edith, Jean-François Gajewski(2002), “Seasoned EquityIssues in a Closely Held Market: Evidence From France”, European Finance Rewiev, 6(3), p.291-319.

HIRT,Geofferey A.,StanleyB.Block( 2006): Fundamentals of Investment Management, McGraw- Hill, Irwin Publishing, Newyork

KABİR, Rezaul ve Peter Roosenboom(2002), ‘Can the Stock Market Anticipate Future Operating Performance’, Erasmus Research Institute of Management, Report Series : <http://erim.eur.nl>

KARAN, M.Baha(2001) : Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi, Gazi Kitabevi, Ankara.

MACKINLAY, A. Craig (1997), ‘Event Studies in Economics and Finance’, Journal of Economic Literature, Vol 35(1). p. 12-39.

MARISSETTY, Vijaya, B., Alastair Marsden, Madhu Veeraraghavan (2008), ‘Price Reaction to Rights Issues in The Indian Capital Market’, Pasific- Basin Finance Journal, Vol.16, p.316-340.

MISHRA Asim. K. (2005), ‘An Empirical Analysis of Market Reaction Around the Bonus Issues in India’, Indian Institute of Management Working Paper, No. 10, p. 1-29.

MURADOĞLU, Gülnur ve Kürşad Aydoğan(1999), ‘Are There Trends in Market Reactions?: Stock Dividends and Rights Offerings at Istanbul Stock Exchange’, Warwick Business School, Accounting and Finance Group Work, United Kingdom

RISSANEN Ville(2014), ‘Pricing Errors in Finnish Rights Offerings? Implications for Market Efficiency in Nasdaq OMX Helsinki’, Master’s Thesis, Aalto University School of Business .

TSANGARAKIS, Nickolaos V.(1994), ‘Seasoned Equity Issues in the Greek Stock Market- Stock Price Reaction on the Ex-Rights Day: A Test of Semi-Strong Form Market Efficiency’, Spoudai, Vo:43, No.2, University of Piraeus, Greece.

T.C. YASALAR (14.02.2011). 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu. Ankara: Resmi Gazete (27846 sayılı).

Bedelsiz ve Bedelli Paylar, <http://www.borsaistanbul.com/urunler-ve-piyasalar/urunler/paylar/hisse-senedi-cesitleri> (08.02.2015)

ÖZER, Gökhan ve Rahmi Yücel(2001), ‘İMKB’de Hisse Senedi İhraç Tarihi Etrafındaki Anormal Fiyat Hareketleri : 1990-1996 Dönemini Kapsayan Deneysel Bir Araştırma’, Active Dergisi Ocak/Şubat Sayısı.

## **EK 1**

**Tablo 1:** 2012/2014 Yılları Arasında Bedelli Sermaye Artırımı Yapan Şirketler, Bedelli Sermaye Artırımı Açıklama Tarihleri ve Bedelli Sermaye Artırım Oranları

Kaynak : <http://isyatirim.com.tr> ve <http://kap.gov.tr> (08.02.2015)

Şirketin Adı	Şirketin BIST Kodu	Bedelli Sermaye Artırımı Açıklama Tarihi	Bedelli Sermaye Artırım Oranı (%)
Akenerji Elektrik Üretim A.Ş.	AKENR	28.08.2012	94,02
Alternatifbank A.Ş.	ALNTF	02.12.2013	47,62
Altınyayğ Kombinaları A.Ş.	ALYAG	03.05.2012	117,08
Ansa Yatırım Holding A.Ş.	ANSA	15.11.2010	100
Artı Yatırım Holding A.Ş.	ARTI	01.11.2011	85,19
Aslan Çimento A.Ş.	ASLAN	23.11.2010	1.036,07
ATLAS Yatırım Ortaklığı A.Ş.	ATLAS	04.10.2012	191,38
Avrasya Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş.	AVGYO	25.01.2011	200
Aviva Sigorta A.Ş.	AVIVA	26.04.2012	100
Bağfaş Bandırma Gübre Fabrikaları A.Ş.	BAGFS	18.11.2013	400
Bağfaş Bandırma Gübre Fabrikaları A.Ş.	BAGFS	26.03.2012	200
Bisas Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş.	BISAS	12.03.2012	83,33
Beşiktaş Futbol Yatırımları Sanayi ve Ticaret A.Ş.	BJKAS	29.01.2013	500
Burçelik Vana Sanayi ve Ticaret A.Ş.	BURVA	12.04.2013	20
ÇEMAŞ Döküm Sanayi A.Ş.	CEMAS	12.09.2011	222,58
Deva Holding A.Ş.	DEVA	21.03.2011	11,07
Edip Gayrimenkul Yatırım Sanayi ve Ticaret A.Ş.	EDIP	14.03.2013	30
Egeli&Co Yatırım Holding A.Ş.	EGCYH	24.12.2010	121,56
Ege Gübre Sanayii A.Ş.	EGGUB	16.05.2012	397,81
Eminiş Ambalaj Sanayi ve Ticaret A.Ş.	EMNIS	15.08.2012	50
Euro Menkul Kıymet Yatırım Ortaklığı A.Ş.	EUYO	12.10.2010	200
Frijo-Pak Gıda Maddeleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.	FRIGO	27.10.2010	100
Gen Yatırım Holding A.Ş.	GENYH	04.11.2011	900
Gersan Elektrik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	GEREL	02.05.2012	25
Gersan Elektrik Sanayi ve Ticaret A.Ş.	GEREL	14.12.2010	78,02
Genpower Holding A.Ş.	GNPWR	26.05.2011	100
Gözde Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş.	GOZDE	18.02.2011	278,49
Gözde Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş.	GOZDE	13.01.2014	186,3
Galatasaray Sportif Sınai ve Ticari Yatırımlar A.Ş.	GSRAY	02.05.2012	400
İhlas Holding A.Ş.	IHLAS	18.04.2011	100
İpek Doğal Enerji Kaynakları Araştırma ve Üretim A.Ş.	IPEKE	29.11.2011	100
Karsan Otomotiv Sanayii ve Ticaret A.Ş.	KARSN	28.12.2012	76,92
Karsan Otomotiv Sanayii ve Ticaret A.Ş.	KARSN	23.05.2011	32,96
Kervansaray Yatırım Holding A.Ş.	KERVN	16.02.2012	172,73
TescoKipa A.Ş.	KIPA	25.05.2011	56,23
TescoKipa A.Ş.	KIPA	10.12.2013	662,92
Koza Anadolu Metal Madencilik İşletmeleri A.Ş.	KOZAA	29.11.2011	100
Makine Takım Endüstrisi A.Ş.	MAKTK	20.06.2013	100
Metro Ticari ve Mali Yatırımlar Holding	METRO	30.09.2010	100
Milpa Ticari ve Sınai Ürünler Paz. San. Ve Tic. A.Ş.	MIPAZ	23.05.2013	40
Mert Gıda Giyim Sanayi ve Ticaret A.Ş.	MRTGG	07.09.2010	41,67
Net Holding A.Ş.	NTHOL	07.01.2011	75
Osmanlı Menkul Değerler A.Ş.	OSMEN	21.05.2013	100
Pimaş Plastik İnşaat Malzemeleri A.Ş.	PIMAS	14.05.2013	100
Ray Sigorta A.Ş.	RAYSG	23.03.2011	18,97
Şekerbank T.A.Ş.	SKBNK	30.01.2014	12,5
T.Tuborg Bira ve Malt Sanayi A.Ş.	TBORG	04.05.2012	222,6
Tukaş Gıda Sanayi VE Ticaret A.Ş.	TUKAS	26.08.2014	172,65
Uşak Seramik Sanayii A.Ş.	USAK	18.01.2012	200
Vanet Gıda Sanayi İç ve Dış Ticaret A.Ş.	VANGD	26.05.2014	25
Vakıf Menkul Kıymet Yatırım Ortaklığı A.Ş.	VKFYO	19.08.2014	33,33
Vakıf Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş.	VKGYO	19.08.2011	354,55
Vakıf Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı A.Ş.	VKGYO	13.03.2014	91,45
Yataş Yatak ve Yorgan Sanayi Ticaret A.Ş.	YATAS	12.05.2011	150
Zorlu Enerji Elektrik Üretim A.Ş.	ZOREN	01.02.2012	77,52





## Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin Problem Çözme Becerileri \*

Veysel TEMEL<sup>1</sup> Vedat AYAN<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, KARAMAN.

<sup>2</sup> Karadeniz Teknik Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu, TRABZON

### Özet

Bu araştırma; beden eğitimi öğretmenlerinin problem çözme becerilerinin çeşitli değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Araştırma modeli olarak nicel araştırma yöntemlerinden betimsel yöntem benimsenmiştir. Araştırma grubunu Konya il merkezinde görev yapan 86'sı kadın, 150'si erkek olmak üzere toplam 236 beden eğitimi öğretmeni oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak "Problem Çözme Envanteri" ve beden eğitimi öğretmenlerinin kişisel özelliklerini belirlemek için araştırmacı tarafından geliştirilen "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır. Ölçümlerin, Normal dağılıma uygun olup olmadığını belirlemek için tek örneklem Kolmogorov Smirnov Testi uygulanmıştır. Normal dağılımlar için T-Testi, tek yönlü varyans analizi (ANOVA), testi gruplar arası farkı belirleyebilmek için de Tukey Testi kullanılmıştır. Normal olmayan dağılımlar için Kruskal Wallis-H, Mann Whitney-U testi kullanılmıştır. Araştırmaya katılan öğretmenlerin orta seviyede problem çözme becerilerine sahip oldukları tespit edilmiştir. Kişisel özelliklere göre gerek problem çözme becerisi bazı değişkenlere göre anlamlı farklılık bulunurken bazılarında ise anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Problem Çözme, Beden Eğitimi Öğretmeni

## A Study about Problem Solving Skills of Physical Education and Sports Teachers\*

### Abstract

This study was done with the aim of setting forth whether physical education teachers' problem solving skills differentiate due to different variables. Descriptive method, one of the quantitative research methods, was seized as research model. Research group consists of totally 236 physical education teachers, 86 women and 150 men, who work at Konya province center. "Problem Solving Inventory" was used for data gathering device and "Personal Information Form" was used for deciding personal characteristics of physical education teachers which was developed by researcher. The unique sample Kolmogorov Smirnov Test was used in order to determine whether measurements are suitable for normal dispersion. T-test and one way variance analysis test (ANOVA) were used for normal dispersions and Tukey Test was used for determine the differences between groups. Kruskal Wallis-H and Mann Whitney-U test were used for non-normal dispersions. It is determined that teachers, participated in the search, have mid-level problem solving skills. In terms of personality features, while there is a meaningful difference in problem solving skills, there isn't meaningful difference on some of them.

**Key Words:** Problem Solving Skills, Physical Education and Sports Teachers

\* Bu makale, Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalında Kabul edilen doktora tezinden alınmıştır.

## 1. Giriş

### 1.1. Problem Nedir?

İncelendiğinde Problem kavramı çok geniş bir kapsama alanına sahiptir. Bir öğrenci için derslerinde başarısız olması problem oluştururken bir bilim adamı için hali hazırda bulunan ve araştırılacak olan konular, gelecek için yapılacak birçok buluş birer problem olarak ortaya çıkmakta ve çözüm gerektirmektedir (Heppner ve Krauskopf, 1987). Bu durum beden eğitimi öğretmenleri için, sporcusunun veya öğrencisinin sakatlanması, zorlu bir müsabaka ve sporcunun yenilmesi gibi durumlarda problem oluşturmaktadır.

Sorun, çözülmesi, öğrenilmesi, bir sonuca varılması anlamlarına gelen engelli ve sıkıntılı bir durumu ifade eder (Kalaycı, 2001). Problem, insan zihnini karıştıran, ona meydan okuyan ve inancı belirsizleştiren her şeydir. Bir kişinin istenilen hedefe ulaşmak amacıyla topladığı mevcut güçlerinin karşısına çıkan engel bir problemdir. Problem,

bireyin bir hedefe ulaşmada engellenme ile karşılaştığı bir çatışma durumu olarak ifade edilmektedir (Güçlü, 2003).

### 1.2. Problem Çözme Nedir?

Problem çözme farklı alanlarda farklı anlamlar içermektedir. Problem çözme her aşamasında farklı yetenek ve beceriler gerektirdiğinden, en yüksek düzeydeki zihinsel süreçlerden birisidir. İnsanın gelişimi ve refahı bu becerinin geliştirilmesine bağlıdır. Çünkü insan çevresi ve sorunları ile kendi gücü çerçevesinde uğraşmak zorundadır (Fidan, 1985). Bir başka deyişle, problem çözme; bir amaca erişmek için uygun eylemi seçme, amaca ulaşırken karşılaşılan güçlüklerle çözüm seçenekleri oluşturma, değerlendirme ve aralarında seçim yapma, istenmeyen durumlara müdahalenin sistematik süreci olarak tanımlanabilir (Evans, 1991; Aksu, 1988).



Bir başka deyişle, problem çözmeye; belli bir amaca ulaşmak için karşılaşılan güçlüklerin ortadan kaldırılmasına yönelik bilişsel ve psikolojik boyutları olan bir dizi çabayı içeren süreç olarak tanımlanmaktadır (Oğuzkan, 1989). Diğer yandan ise problem çözmeye; sorunlu bir durumla başa çıkabilmek için etkili tepki seçenekleri oluşturma ve bunların en uygun olanından birini tercih etmeyi içeren bilişsel ve davranışsal süreç olarak tanımlanmıştır (D'Zurilla ve Goldfried, 1971).

Günümüzde başarılı öğrencinin kazanması gerekli olan beceriler tanımlanmasında; iletişim kurabilme, bilimsel, akılcı ve mantıklı düşünme becerisine sahip olma, teknolojiyi kullanabilme, araştırmacı ve üretken olabilme, bilgiyi paylaşabilme, insanlık değerlerine sahip çıkmanın yanı sıra problem çözmeye becerisinin de yer aldığı görülmektedir. Problem çözmeye becerisi kazanılması gereken bir beceri olarak ele alınmaktadır (Söylemez, 2002).

### 1.3. Problem Çözme Becerisi Nedir?

Problem çözmeye becerisi; bilgiyi kullanarak ve buna orijinallik, yaratıcılık ya da hayal gücünü ekleyerek çözüme ulaşma süreci olarak açıklanabilir. Problem çözmeye becerisi, bireyin sağlıklı bir yaşam sürdürebilmesi ve ruh sağlığını koruması için zorunludur (Basmacı, 1998). Birçok insan için hayat, günlük tartışma ve stres verici olaylarla doludur. Bu stres verici olayların tümü, önemli olan ve olmayan olaylarla yakından ilgilidir. Stres yaratan olayların hem önemli olanları hem de önemsiz gibi görünenleri, bireylerin fiziksel ve psikolojik olarak iyi olup, olmayacağını etkileyebilmektedir (Selye, 1983).

### 1.4. Problem Çözme Sürecinin Aşamaları

Problemlere bakıldığında çok değişik özelliklerde olabilmektedir. Bingham'a göre problemlerin üç temel özelliği vardır. Bu özellikleri bireyin belirlediği amaç, amaca giden yolda bireyin karşısına çıkan bir engel ve bireyi amacına ulaşmaya iten içsel bir gerginlik olarak belirtmiştir. Öğülmüş (2001) ise problem içeren durumun özelliklerini şöyle özetlemiştir:

1. Mevcut durumla olması gereken durum arasında bir farkın olması,
2. Kişinin bu farkı algılaması,
3. Kişinin gerginliği ortadan kaldırmak amacıyla girişimde bulunması,
4. Kişinin gerginliği ortadan kaldırmaya yönelik girişimlerinin engellenmesi

Problem çözmeye sürecinde başarı, problemin doğru biçimde tanımlanmasına (Kuzgun, 1992), kişinin problemleri durumlarla baş edebilme yeteneğine, probleme yoğunlaşmasına (Heppner ve Baker, 1997), probleme nasıl yaklaştığına ve bireyin kişisel, gerçek problemleri ile başa çıkabilme konusunda kendini nasıl değerlendirdiğine (Heppner ve Petersen; 1982) bağlıdır.

### 1.5. Problem Çözmeyi Etkileyen Faktörler

#### 1.5.1. Özgüven

Problem çözmeye derinlemesine incelendiğinde, öz güven ile bir döngü ilişkisi içinde olduğu görülür. Öz güveni yüksek olan çocuklar problemleri tanımaya, kabul etmeye ve problemlerle uğraşmak için girişimde bulunmaya daha yatkındırlar. Problemleri daha kolay çözerken, problem

çözme sürecine katıldıkları için kendilerine güvenleri de gelişir (Sonmaz, 2002).

#### 1.5.2. Yaş

Yaş her alanda önemli olduğu gibi problem çözmeye de önem arz etmektedir. Buna göre yaşın, problem çözmeye becerisi üzerindeki etkisini, deneyimler ve geçmiş yaşantılarla değerlendirmek doğru bir yaklaşım olacaktır (Sonmaz, 2002). Ancak yapılan araştırmalar, problem çözmeye ile yaş arasındaki ilişkiyi farklı şekillerde değerlendirmektedir. Şahin (1999)'ün yaptığı araştırmaya göre, çocukların yaşı psiko-sosyal temelli problem çözmeye becerisi üzerinde etkili değildir. Ulupınar (1997)'in yaptığı araştırmaya göre ise, yaş ilerledikçe problem çözmeye başarısı artmaktadır ancak, bu durum 35 yaşından sonra olumsuz yönde değişmektedir.

#### 1.5.3. Bireysel Farklılıklar

Bireysel farklılığın her alandaki önemi göz ardı edilemez. Bireysel farklılık, problem çözmeye üzerinde etkili olabilmektedir (Chris ve Leith, 2006). Bu durum, aynı problemi farklı şekillerde çözen ya da çözemeyen bireyler olduğunu ifade etmektedir. Bu farklılıklar içine, cinsiyet, yerleşim yerleri, ekonomik durum, kültürel yapı, bireylerin kişilik yapıları alınabilir. Aynı zamanda kişileri diğerlerinden farklı bir konuma getiren ortamları, kendilerine sağlanan fırsatlar, doğduklarından itibaren kurdukları farklı etkileşimler gibi özellikleri de problem çözmeye becerilerini etkileyebilir (Sönmez, 2002).

#### 1.5.4. Sorumluluk Duygusu

Sorumluluk duygusu, bireyi problemleri daha çabuk anlar ve bu problemleri çözmeye ihtiyacını daha şiddetli hisseder duruma getirir. Özellikle sosyal ve kişiler arası problemlerin çözümünü çok defa başkalarına karşı sorumlu olmayı kabul etmeye ve anlamaya bağlıdır. Bir kişiye ya da gruba yönelen duygu akımı, problemi büyütür ya da küçültür. Bir kimsenin, başka birini etkilemek için kendi davranışını düşünmesi, ileri düzeyde bir olgunluğa işaret eder ve sosyal problemlerin çözümünün en hassas yönüdür (Bingham, 1998).

#### 1.5.5. Problemler Hakkında Bilgi Düzeyi

Kişi zor durum karşısında, yeteneği ve bilgisi doğrultusunda daha hızlı çözüme ulaşabilir. Bu, kişinin ne çeşit sorunları çözmeye yetenekli olduğuna bağlıdır. Kişi bir yerden başlar ve deneyimleri ile birlikte her çeşit sorunu çözer hale gelir. Kişi ne kadar bilgiye sahipse, problemleri çözmeye ya da yeni bir şeyi düzenleme o kadar kolaylaşır (Thornton, 1998).

#### 1.5.6. Duyguların Etkisi

Kişi, duygularını bilinçaltında gizleyebilir ve zihninde depo edebilir. Yönlendirebilir veya serbest bırakabilir ve bu nedenle güçlü bir enerji taşıyabilirler. Bu enerjiyi fark etmek ve yönlendirmek gerekmektedir. Aksi takdirde gelişigüzel ortaya çıkar ve günlük problemlerin çözümünü etkilerler. Duyguların altında yatan şeyler inançtır ve duyguların ortaya çıkmasını da sağlar. İnançlar, tutumları, kararları ve seçimleri de oluşturarak, geniş kapsamlı ve çok güçlü bir etkiye sahiptirler. Problemin kaynağı inançlarda bulunabilir (Mountrose, 2000).

#### 1.5.7. Geçmiş Yaşantı ve Deneyimler

Bir problem çeşidinde deneyimli olan biri, bu alanda ortalama bir bilgiden daha fazlasına ihtiyaç duymaz. Deneyimli bir kişinin deneyimsiz birinden farkı, ustası

oldukları alanda daha çeşitli ve geniş bir deneyime sahip olmalarıdır. Örneğin; satrançta usta olan biri, aceminin göremeyeceği hamle biçimlerini görebilir, oyunun gidişatını tahmin edebilir. Genel bir kabiliyetten ya da üstün zekadan daha çok, bilgi ve deneyim, ustalar yaratır ve problem çözümünü kolaylaştırır (Thornton, 1998).

### 1.5.8. Kültür

Bazı kültürlerde, çocuklara problem çözümünü kavramaları için, çok farklı fırsatlar sağlanabilir. Problem çözmeye kişinin kültürel birikimlerinin etkileri, soruna bakış açısında daha belirgindir. Bazı toplumlarda problem olarak algılanabilen olgular, bazı toplumlarda problem olarak algılanmadığı için çözüm için harekete geçilmeyebilir (Thornton, 1998).

### 1.5.9. Kişiler Arası Etkileşimler

Her bireyin, çevresindeki kişilerle olumlu ilişki kurması ve birbirleriyle olan etkileşimi, kişinin gelişim sürecine katkıda bulunur. Bu katkı kişinin bir çok becerisinin gelişmesi yanında problem çözme becerisine de katkı sağlamaktadır (Saygılı, 2000).

### 1.5.10. Kişilik

Kişiler, her zaman karşılaştıkları problemleri çözmeye başarılı olamazlar. Karşılaşılan problemlerin çözümünde bazı olumlu kişilik özellikleri etkili olabilmektedir (Saygılı, 2000).

Bu kişilik özellikleri;

1. Özgüven duygusuna sahip olma,
2. Nesnel bir bakış açısı,
3. Yaratıcı düşünebilme,
4. Olaylar karşısında fazla kaygılanmama,
5. Atılgan olabilmedir

## 2. Materyal ve Yöntem

Bu bölümde; araştırmanın modeli, araştırma grubu, verilerin toplanması, veri toplama araçları ve verilerin analizi sürecinde yapılan işlemler hakkında bilgiler yer almaktadır.

### 2.1. Araştırma Modeli

Araştırma, betimsel biçimde bir çalışmadır. Betimsel istatistik, bir değişkene ilişkin sayısal değerlerin toplanması, betimlenmesi ve sunulmasına olanak sağlayan istatistiksel işlemlerdir (Büyüköztürk, 2010).

### 2.2. Araştırma Grubu

Araştırma grubunu; 2012-2013 eğitim öğretim yılında Konya il merkezinde 161'i ilköğretim okulunda ve 75'i ise lisede çalışan öğretmenlerden oluşmaktadır.

**Tablo 1:** Araştırmaya Katılan Örneklem Grubunun (Beden Eğitimi Öğretmenleri) Cinsiyet, Yaş, Medeni Durum Ve Eğitim Durumu Dağılımı

		n	%
Cinsiyet	Kadın	86	36,4
	Erkek	150	63,6
Yaş	20-25 Yaş Arası	21	8,9
	26-30 Yaş Arası	37	15,7
	31-35 Yaş Arası	73	30,9
	36-40 Yaş Arası	67	28,4
	41-45 Yaş Arası	22	9,3
	46-50 Yaş ve Üzeri	16	6,8
Medeni durum	Bekar	57	24,2
	Evli	179	75,8
Eğitim durumu	Lisans	203	86,0
	Yüksek Lisans	33	14,0

## 2.3. Veri Toplama Aracı

### 2.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Konya ili Milli Eğitim Müdürlüğü'ne bağlı merkez okullarda görev yapan Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin kişisel özellikleri hakkında bilgi toplamak ve araştırmada inceleme konusunun bağımsız değişkenlerini oluşturmak amacıyla araştırmacı tarafından 15 sorudan oluşan bilgi formu hazırlanmıştır.

### 2.3.2. Problem Çözme Envanteri (PÇE)

Orijinal adı Problem Solving Inventory, Form-A (PSI-A) olan Problem Çözme Envanteri (PÇE), Heppner ve Petersen (1982) tarafından çeşitli araştırmalar sonucu ortaya çıkan "genel yönelim", "problemin tanımı", "alternatif üretme", "karar verme" ve "değerlendirme" gibi problem çözme aşamaları göz önünde bulundurularak, kişinin problemlerini çözebilme yeterliliği konusunda kendisini nasıl algıladığının yanı sıra, problem çözme yönteminin boyutlarını da belirlemek amacıyla geliştirilmiştir (Savaşır ve Şahin, 1997). Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışmaları çerçevesinde çeviri çalışmaları, sırasıyla Akkoyun ve Öztan (1988) (Akt: Ferah, 2000), Taylan (1990), Şahin, Şahin ve P.P. Heppner (1993); geçerlilik güvenilirlik çalışmaları ise Taylan (1990), Şahin, Şahin ve P.P. Heppner (1993) ve Çam (1995) tarafından yapılmıştır.

Şahin ve Heppner (1993), tarafından yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin;

1. Aceleci Yaklaşım: 13, 14, 15, 17, 21, 25, 26, 30 ve 32. maddeler,  $\alpha = 0.78$ ,
2. Düşünen Yaklaşım: 18, 20, 31, 33 ve 35. maddeler,  $\alpha = 0.76$ ,
3. Kaçınan Yaklaşım: 1, 2, 3 ve 4. maddeler,  $\alpha = 0.74$ ,
4. Değerlendirici Yaklaşım: 6, 7 ve 8. maddeler,  $\alpha = 0.69$ ,
5. Kendine Güvenli Yaklaşım: 5, 11, 23, 24, 27, 28 ve 34. maddeler,  $\alpha = 0.64$ ,

Planlı Yaklaşım: 10, 12, 16 ve 19. maddeler,  $\alpha = 0.59$  olmak üzere 6 faktörden oluştuğu belirtilmektedir.

Verilen cevaplara 1 ile 6 arasında değişen puanlar verilir. Puanlamada 9, 22 ve 29. maddeler puanlama dışı tutulur. Puanlama 32 madde üzerinden yapılır. 1, 2, 3, 4, 11, 13, 14, 15, 17, 21, 25, 26, 30 ve 34. maddeler ters olarak puanlanan maddelerdir. Envanterden alınabilecek puan ranjı, 32-192 arasındadır. Ölçekten alınan toplam puanların yüksekliği, bireyin problem çözme becerileri konusunda kendini yetersiz olarak algıladığını gösterir. Ölçekten alınan toplam puanların azalmasında ise kişinin problem çözme beceri algısının olumlu olduğu kabul edilir. Alt ölçeklerin puanlanmasında da olumlu-istendik olarak nitelendirilebilecek problem çözme yaklaşım biçimlerini ölçen alt ölçeklerden (aceleci yaklaşım ve kaçınan yaklaşım) alınan puanlar azaldıkça ilgili yaklaşım biçimlerinin daha az kullanıldığı düşünülür (Ferah, 2000).

Ölçek beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin problem çözme becerilerini ölçebilmeyi amaçlamaktadır. İç tutarlılık (Cronbach Alpha) güvenilirlik katsayısı 0.72 olarak bulunmuştur.

## 3. BULGULAR

### 3.1. Araştırma Grubunun Kişisel Özellikleri

Araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik özelliklerine ilişkin veriler ve yorumları aşağıda verilmiştir.

Öğretmenlerin % 17,8'i 1-5 yıl arası, % 28,0'ı 6-10 yıl arası, % 28,8'i 11-15 yıl arası, % 16,9'u 16-20 yıl arası ve % 8,5'i 21-25 yıl ve üzeri şeklindedir. Öğretmenlerin % 36,4'ü büyükşehir'de, % 35,2'si şehirde ve % 28,4'ü ise ilçede yaşamlarının büyük bir kısmını geçirdikleri görülmektedir. Öğretmenler haftada %11,9'u 0 -18 saat arası, % 30,1'i 19-22 saat arası, % 40,7'si 23-26 saat arası ve %17,4'ü ise 27 saat ve üzeri derse girmektedirler. Öğretmenlerin % 19,1'i ilkökulda, % 49,2'si ortaokulda ve % 31,7'si ise lisede görev yapmaktadırlar. Öğretmenlerin baba meslekleri, %17,4'ü memur, % 11,4'ü işçi, % 11,0'ı esnaf, %6,4'ü çiftçi, %44,1'i emekli ve % 9,7'si ise serbest meslek şeklindedir. Öğretmenlerin anne meslek grubunun, %8,1'i çalışıyor ve % 91,9' u ise çalışan şeklindedir. Öğretmenlerin baba eğitim durumları, %39,8'si ilkökul mezunu, % 19,5'i ortaokul mezunu, %25,3'ü lise mezunu ve %15,3'ü ise lisans mezunu şeklindedir. Öğretmenlerin annelerinin %7,2'si okuryazar değil, %10,6'sı okuryazar, %50,4'ü ilkökul mezunu, % 14,4'ü ortaokul mezunu ve % 17,4'ü lise mezunu şeklindedir. Öğretmenlerin %75,8'i aktif olarak spor yaparken, % 24,2'si ise aktif olarak spor yapmamaktadırlar. Aktif olarak spor yapan öğretmenlerin %40,8'i bireysel sporlar yaparken, %59,2'si ise takım sporları ile uğraşmaktadırlar. Öğretmenlerin %66,1'i ulusal şampiyonaya ve % 9,7'si uluslararası şampiyonaya katılmışlardır.

**Tablo 3:** Öğretmenlerin Genel Olarak Problem Çözme Alt Boyutlarına ve Toplam Puanına Ait Ortalama ve Standart Sapma Değerlerine İlişkin Sonuçları

Problem Çözme Envanteri Alt Boyutları	n	Ort.	Ss	Min	Max.	Envanterden Alınabilecek En Düşük ve En Yüksek Puan
Acelecı Yaklaşım	236	39.96	9.16	.00	83.00	9-54
Düşünen Yaklaşım	236	11.59	4.70	.00	29.00	5-30
Kaçınan Yaklaşım	236	18.50	4.31	.00	24.00	4-24
Değerlendirici Yaklaşım	236	6.94	2.93	.00	18.00	3-18
Kendine Güvenli Yaklaşım	236	15.88	4.18	.00	28.00	7-42
Planlı Yaklaşım	236	8.80	3.54	.00	21.00	4-24
Toplam Puan	236	101.70	14.89	.00	147.00	32-192

Tablo 3'de öğretmenlerin geneline ait, problem çözme alt boyutları ve problem çözme toplam puan ortalamaları incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda; araştırma kapsamına alınan öğretmenlerin problem çözme toplam puanından almış oldukları Ort.=101,70 puan ortalaması, envanterin toplam puanından alınabilecek (Min.32–Max.192) değerler göz önüne alındığında öğretmenlerin orta seviyede problem çözme becerisine sahip oldukları söylenebilir. Problem çözme envanteri alt boyutlarından ise; acelecı yaklaşım (Ort.=39,96(Min.9–Max.54) ve kaçınan yaklaşım

(Ort.=18,50(Min.4–Max.24) puanlarında düşük, düşünen yaklaşım (Ort.=11,59(Min.5–Max.30), değerlendirici yaklaşım (Ort.=6,94(Min.3–Max.18)), kendine güvenli yaklaşım (Ort.=15.88(Min.7–Max.42) ve planlı yaklaşım (Ort.=8.80(Min.4–Max.24) puanlarında ise yüksek olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4:** Öğretmenlerin Cinsiyet ve Medeni Durum Değişkenine Göre Problem Çözme Becerisi Alt Boyutlarından Acelecı Yaklaşım Puanına İlişkin t-testi sonuçları

			n	Ort.	Ss	Sd	t	P- değeri
Cinsiyet	Acelecı Yaklaşım	Kadın	86	39,94	8,61	234	-	0,02
		Erkek	150	39,97	9,49			
Medeni Durum	Acelecı Yaklaşım	Bekar	57	37,85	10,23	234	-	2,00
		Evli	179	40,63	8,72			

\*p<.05

Tablo 4'de öğretmenlerin problem çözme alt boyutları ve toplamına ait puan ortalamalarının medeni durum değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı t testi ile incelenmiştir. Acelecı yaklaşım puanları medeni durum değişkenine göre anlamlı bir fark bulunmuştur(t:-2.00 P=0.047 p<0.05).

Tablo 5'de öğretmenlerin problem çözme alt boyutları ve toplamına ait puan ortalamalarının yaş ve hizmet yılı değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı Kruskal Wallis testi sonuçları ile incelenmiştir. İnceleme sonucunda; hizmet yılı değişkenine göre değerlendirici yaklaşım puanları açısından anlamlı bir fark bulunmuştur ( $X^2$  değeri =10, 15 P=0,038<0.05). Hizmet yılı değişkenine göre kendine güvenli yaklaşım puanları açısından anlamlı bir fark bulunmuştur( $X^2$  değeri =10, 81 P=0,029<0.05)

Tablo 6'da öğretmenlerin problem çözme alt boyutları ve toplamına ait puan ortalamalarının haftada girmiş olduğu ders saati değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı Kruskal-Wallis testi ile incelenmiştir. İnceleme sonucunda; düşünen yaklaşım puanları açısından haftada girmiş oldukları ders saati değişkenine göre anlamlı bir fark bulunmuştur( $X^2$  değeri =9,86 P=0,020<0.05] ve kaçınan yaklaşım puanları açısından haftada girmiş oldukları ders saati değişkenine göre anlamlı bir fark bulunmuştur( $X^2$  değeri =19,33 P=0,000<0.05).

Tablo 7'de öğretmenlerin problem çözme alt boyutları ve toplamına ait puan ortalamalarının yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirdiği yer ve çalışmış olduğu eğitim kurumu değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığı F testi ile incelenmiştir. İnceleme sonucunda; acelecı yaklaşım puanları açısından çalışmış olduğu eğitim kurumu değişkenine göre anlamlı bir fark bulunmuştur (F: 4,08 P=0,018<0,05).

**Tablo 5:** Öğretmenlerin Meslekteki Hizmet Yılı Değişkenine Göre Problem Çözme Becerisi Alt Boyutları ve Toplam Puanına İlişkin Kruskal-Wallis Testi Sonuçları

		n	Sıra ortalaması	Sd	Ort.	p	Anlamlı fark	
Meslekteki Hizmet Yılı	Düşünen Yaklaşım	1-5 yıl arası	42	108,18	4	8,386	,078	Yok
		6-10 yıl arası	66	132,09				
		11-15 yıl arası	68	121,63				
		16-20 yıl arası	40	96,45				
		21 yıl ve üzeri	20	128,78				
	Kaçıngan Yaklaşım	1-5 yıl arası	42	127,75	4	8,008	,091	Yok
		6-10 yıl arası	66	98,48				
		11-15 yıl arası	68	125,67				
		16-20 yıl arası	40	127,10				
		21 yıl ve üzeri	20	123,58				
	Değerlendirici Yaklaşım	1-5 yıl arası	42	96,18	4	10,155	,038	1-2 1-3
		6-10 yıl arası	66	133,65				
		11-15 yıl arası	68	126,53				
		16-20 yıl arası	40	107,84				
		21 yıl ve üzeri	20	109,40				
	Kendine Güvenli Yaklaşım	1-5 yıl arası	42	100,32	4	10,817	,029	1-2 2-4 3-4
		6-10 yıl arası	66	133,36				
		11-15 yıl arası	68	126,62				
		16-20 yıl arası	40	97,90				
		21 yıl ve üzeri	20	121,25				
Planlı yaklaşım	1-5 yıl arası	42	111,46	4	5,690	,223	Yok	
	6-10 yıl arası	66	123,96					
	11-15 yıl arası	68	126,04					
	16-20 yıl arası	40	98,55					
	21 yıl ve üzeri	20	129,53					
Problem çözme toplam puan	1-5 yıl arası	42	101,45	4	5,923	,205	Yok	
	6-10 yıl arası	66	121,11					
	11-15 yıl arası	68	132,07					
	16-20 yıl arası	40	112,50					
	21 yıl ve üzeri	20	111,58					

\*p&lt;.05

**Tablo 6:** Öğretmenlerin Haftada Girmiş Olduğu Ders Saati Değişkenine Göre Problem Çözme Becerisi Alt Boyutları ve Toplam Puanına İlişkin Kruskal Wallis Testi Sonuçları

Problem Çözme Envanteri Alt Boyutları	Haftada Girmiş Olduğu Ders Saati	n	Sıra ortalaması	Sd	X <sup>2</sup>	p	Anlamlı fark
Düşünen Yaklaşım	0-18 Saat Arası	28	119,09	3	9,866	,020	2-4 3-4
	19-22	71	131,68				
	23-26	96	120,69				
	27 ve üzeri	41	90,15				
Kaçıngan Yaklaşım	0-18 Saat Arası	28	83,34	3	19,330	,000	1-3 1-4 2-4 3-4
	19-22	71	107,76				
	23-26	96	122,55				
	27 ve üzeri	41	151,62				
Değerlendirici Yaklaşım	0-18 Saat Arası	28	103,73	3	7,200	,066	Yok
	19-22	71	134,90				
	23-26	96	116,44				
	27 ve üzeri	41	105,00				
Kendine Güvenli Yaklaşım	0-18 Saat Arası	28	108,66	3	1,599	,660	Yok
	19-22	71	124,78				
	23-26	96	119,54				
	27 ve üzeri	41	111,90				
Planlı Yaklaşım	0-18 Saat Arası	28	129,16	3	6,573	,087	Yok
	19-22	71	131,22				
	23-26	96	113,73				
	27 ve üzeri	41	100,37				
Problem Çözme Toplam Puan	0-18 Saat Arası	28	100,48	3	2,371	,499	Yok
	19-22	71	122,27				
	23-26	96	121,51				
	27 ve üzeri	41	117,23				

\*p&lt;.05

**Tablo 7:** Öğretmenlerin Yaşamlarının Büyük Bir Bölümünü Geçirdiği Yer ve Görev Yaptıkları Eğitim Kurumu Değişkenine Göre Problem Çözme Becerisi Alt Boyutlarından Aceleci Yaklaşım Puanına İlişkin F-Testi Sonuçları

			n	Ort.	Ss	Sd	F	p-Değeri	Anlamlı farklılık tukey testi
Yaşamlarının Büyük Bir Bölümünü Geçirdiği Yer	Aceleci Yaklaşım	Büyükşehir	86	41,69	11,4	232	1,94	.120	Yok
		Şehir	83	38,67	7,84				
		İlçe	60	39,65	7,03				
		Köy-Kasaba	7	36,57	6,02				
Görev Yaptıkları Eğitim Kurumu	Aceleci Yaklaşım	İlkokul	45	38,22	8,92	233	4,08	.018*	2-3
		Ortaokul	116	41,67	9,54				
		Lise	75	38,36	8,29				

\*p&lt;.05

#### 4. SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Araştırmanın bu bölümünde Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenlerinin problem çözme becerileri incelenmesi sonucunda elde edilen sonuçlara yer verilmiştir.

##### 4.1. Sonuçlar

Bu araştırma; Konya ilinde Milli Eğitim bakanlığında çalışan beden eğitimi ve spor öğretmenlerin, problem çözme becerisi, karar verme stilleri ve sürekli öfke düzeylerini tespit ederek kişisel özelliklere göre bunların farklılaşp farklılaşmadığını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır.

Araştırmada elde edilen sonuçlar şunlardır;

a. Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin problem çözme beceri düzeylerinde;

1- Araştırmaya katılan öğretmenlerin orta seviyede problem çözme becerisine sahip oldukları söylenebilir (Envanterden alınabilecek en düşük değer 32, en yüksek değer 192 olması dolayısıyla yapılan çalışmada ise öğretmenlerin problem çözme toplam puanı 101,7034 olarak bulunmuştur).

2- Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin problem çözme beceri düzeylerinde; cinsiyet değişkenine, yaş değişkenine, medeni durum değişkenine, eğitim durumu değişkenine, meslekteki hizmet yılı değişkenine, yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirdiği yer değişkenine, haftada girmiş oldukları ders saati değişkenine, görev yaptıkları eğitim kurumu değişkenine, baba meslek değişkenine, anne mesleği değişkenine, baba eğitim durumu değişkenine, anne eğitim durumu değişkenine, aktif olarak spor yappı yapmama değişkenine, aktif olarak spor yapan öğretmenlerin yaptıkları spor branşı değişkenine ve aktif olarak spor yapanların en üst düzeyde katıldıkları şampiyona değişkenine göre anlamlı düzeyde farklılaşmadığı tespit edilmiştir.

3- Medeni durum değişkenine göre; bekar öğretmenlerin evli olan öğretmenlere göre aceleci yaklaşım düzeyleri düşük çıkmıştır,

4- Meslekteki hizmet yılı değişkenine göre; 6-10 yıl ve 11-15 yıl arasında olan öğretmenlerin 1-5 yıl arasında olanlara göre değerlendirici yaklaşım düzeyleri düşük çıkmıştır. 16-20 yıl arasında olan öğretmenlerin 1-5 yıl, 6-10 yıl ve 11-15 yıl arasında olanlara göre kendine güvenli yaklaşım düzeyleri yüksek çıkmıştır,

5- Yaşamlarının büyük bir bölümünü geçirdiği yer değişkenine göre; büyükşehirde yaşayan öğretmenlerin ilçede yaşayan öğretmenlere göre düşünen yaklaşım düzeyi yüksek çıkmıştır ve Şehirde yaşayanlar

öğretmenlerin büyükşehirde ve ilçede yaşayanlara göre kaçınan yaklaşım düzeyleri yüksek çıkmıştır. Büyükşehirde yaşayan öğretmenlerin ilçe ve şehirde yaşayan öğretmenlere göre değerlendirici yaklaşım düzeyleri yüksektir. Büyükşehirde yaşayan öğretmenlerin ilçe ve şehirde yaşayan öğretmenlere göre planlı yaklaşım düzeyleri yüksek çıkmıştır,

6- Haftada Girmiş Oldukları Ders Saati değişkenine göre; 27 saat ve üzeri derse giren öğretmenlerin, 19-22 saat ile 23-26 saat derse girenlere göre düşünen yaklaşım düzeyleri yüksek çıkmıştır. Ayrıca, 27 saat ve üzeri derse giren öğretmenlerin, 0-18 saat, 19-27 saat ve 23-26 saat derse girenlere göre kaçınan yaklaşım düzeyleri düşük çıkarmıştır. Bununla birlikte, 0-18 saat derse giren öğretmenlerin 23-26 saat derse girenlere göre kaçınan yaklaşım düzeyleri yüksek çıkmıştır,

7- Baba meslek düzeyi değişkenine göre; baba mesleği memur olanların, işçi, esnaf olanlardan daha yüksek çıkmıştır. Baba mesleği işçi olanların, emekli, işçi, esnaf ve serbest meslek olanlardan yüksek çıkmıştır. Ayrıca, baba mesleği emekli olanların serbest meslek sahibi olanlara göre kendine güvenli yaklaşım düzeyleri yüksek çıkmıştır. Baba mesleği memur olanların, işçi ve serbest meslek olanlardan daha yüksektir. Emekli olanların, işçi olanlardan ve esnaf olanların, serbest meslek sahibi olanlara göre planlı yaklaşım düzeyleri yüksek çıkmıştır. Baba mesleği memur olanların, işçi ve serbest meslek olanlardan, baba mesleği emekli olanların, işçi olanlardan ve baba mesleği esnaf olanların serbest meslek sahibi olanlara göre planlı yaklaşım düzeyleri yüksek çıkmıştır,

8- Baba eğitim durumu değişkenine göre; babası ortaokul mezunu olan öğretmenlerin lise ve lisans mezunu olanlara göre kendine güvenli yaklaşım düzeyleri düşük çıkmıştır. Baba eğitim düzeyi ortaokul olan öğretmenlerin lise ve lisans mezunu olanlara göre problem çözme toplam puanları düşük çıkmıştır,

9- Aktif olarak spor yapan öğretmenlerin en üst düzeyde katıldığı şampiyona değişkenine göre; ulusal şampiyonaya katılan öğretmenlerin kaçınan yaklaşım düzeyleri yüksek çıkmıştır.

#### Kaynakça

- Aksu, M. (1988). Problem çözme becerilerinin geliştirilmesi ve problem çözme yöntemleri el kitabı. Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Basmacı, S. (1998). Üniversite öğrencilerinin problem çözme becerilerini algılamalarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Bingham, A.(1998). Çocuklarda problem çözme yeteneklerinin geliştirilmesi. Oğuzhan AF (Çev). İstanbul: M.E. Basımevi.
- Büyüköztürk, Ş. (2010). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Chris, J.G. and Leith, L.M. (2006). Aggressive behavior in professional ice hockey a cross-cultural comparison of north american and european Bbrn NHL players. Department of Exercise Sciences, University of Toronto, Toronto.
- D' Zurilla, T. J. and Goldfried, M. R. (1971). Problem solving and behaviour modification. *Journal of Abnormal Psychology*, 18, 407-426.
- Evans, J. R. (1991). Creative thinking: In the decision and management sciences. Ohio: Sought-Western Publishing Company.
- Ferah, D. (2000). Kara harp okulu öğrencilerinin problem çözme becerilerini algılamalarının ve problem çözme yaklaşım biçimlerinin cinsiyet, sınıf, akademik başarı ve liderlik yapma açısından incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Hacettepe Üniversitesi. Ankara.
- Fidan, N. (1985). Okulda öğrenme ve öğretme. Ankara: Kadioğlu Matbaası.
- Güçlü, N. (2003). Lise müdürlerinin problem çözme becerileri. *Milli Eğitim Dergisi*, (160), 273-279.
- Heppner, P. P. and Baker, C. E. (1997). Applications of the problem solving inventory. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 29, 229-241.
- Heppner, P.P. and Peterson, C.H. (1982). The development and implications of a personal problem-solving inventory. *Journal of Counseling Psychology*, 29, 66- 75.
- Heppner, P. P., & Krauskopf, C. J. (1987). An information-processing approach to personal problem solving. *The Counseling Psychologist*, 15, 371-447
- Kalaycı, N. (2001). Sosyal bilgilerde problem çözme ve uygulamalar. Ankara: Gazi Kitapevi.
- Mountrose, P. (2000). 6 ile 8 yaş çocuklarıyla sorunları çözmeye 5 aşama. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- Oğuzkan, F. (1989). Orta dereceli okullarda öğretim. (2. Baskı). Ankara: Emel Matbaacılık.
- Öğülmüş, S. (2001). Kişilerarası sorun çözme becerileri ve eğitimi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım
- Savaşır, I. ve Şahin, N. H. (1997). Bilişsel ve davranışçı terapilerde değerlendirme: Sık kullanılan ölçekler. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Saygılı, H. (2000). Problem çözme becerisi ile sosyal ve kişisel uyum arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Saygılı, H. (2000). Problem çözme becerisi ile sosyal ve kişisel uyum arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Selye, H. (1983). The stres concept: Past, present and future. *Stres Research: Issues For the Eighties*, New York: 1-22.
- Sönmez, S. (2002). Problem çözme becerisi ile yaratıcılık ve zekâ arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Söylemez, S. (2002). Ergenlerde problem çözme becerisini geliştirmeye yönelik bir grup çalışması programının etkisinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Şahin, Z. (1999). Çocukların psiko-sosyal temelli problem çözme becerisinin çeşitli değişkenler açısından karşılaştırmalı olarak incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Taylan, S. (1990). Heppner 'in problem çözme envanterinin uygulama, güvenlik ve geçerlilik çalışmaları. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Thornton, S. (1998). Çocuklar Problem Çözüyor. İstanbul: Gendaş Yayınları, 82-118-149-51.
- Ulupınar, S. (1997). Hemşirelik eğitiminin öğrencilerin sorun çözme becerilerine etkisi. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Kuzgun, Y. (1992). Karar stratejileri ölçeği: geliştirilmesi ve standardizasyonu, vii. ulusal psikoloji kongresi bilimsel çalışmaları. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.



## Kongre Delegeleri ile Yerli Turizm İşletmecilerinin Bakış Açısından İstanbul ve Rakip Şehirlerin Kongre Turizmine İlişkin Rekabet Güçlerinin Karşılaştırılması

Fatma ÖZÇELİK HEPER<sup>1</sup>, Mehmet SARIİŞİK<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

<sup>2</sup> Sakarya Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü

### Özet

İstanbul 2010 yılından bu yana kongre turizminde genel dünya sıralamasında ilk 10'daki yerini korurken 500 ve üstü delegeli kongreler sıralamasında dünya birinciliğini 2011 yılından beri sürdürmektedir. ICCA (Uluslararası Kongre ve Konvansiyonlar Derneği) tarafından yayınlanan 2010 yılı uluslararası kongre istatistiklerinde 109 kongre ile dünya sıralamasında 7. sırada yer alırken, 2011 yılı istatistiklerinde 113 kongre sayısına ulaşan İstanbul Dünya 9.'su olmuştur. 2012 yılında da 9. sıradaki yerini korumakla birlikte 15 kongre artışı ile seneyi 128 kongreyle kapatmıştır. 2013 yılında ise 146 kongre ile Dünyada 8. Avrupa'da ise 7. sırada yer almıştır.

İstanbul'un bu bağlamda son on yıl içinde geldiği nokta çok önemli olup kongre turizminde ICCA verilerine göre üst sıralarda yer alan Berlin, Paris, Viyana, Barselona, Singapur gibi şehirler ile rekabet edebilir duruma gelmiştir. Kongre turizminin şehirlere sağladığı fayda yadsınmaz. İstanbul'un kongre turizminde daha iyi bir noktaya gelebilmesi için kongre delegelerinin ve İstanbul'daki yerli işletmecilerin İstanbul'un ve rakip kongre şehirlerinin genel durumu ile ilgili algılarını bilmek önemlidir. İstanbul'a kongre amaçlı gelen turistlerin ve yerli işletmecilerin İstanbul algılarının bilinmesi ile başta turizm işletmeleri olmak üzere, kongre turizmi alanında çalışan yerel ve kamu kuruluşları da İstanbul'un eksiklerini daha somut verilerle görebileceklerdir.

Araştırma sonucunda kongre delegelerinin İstanbul'un rekabet gücünü yerli işletmecilere oranla daha yüksek buldukları görülmüştür. İstanbul'un rekabet gücünü düşük bulan yerli turizm işletmecileri Viyana, Barselona ve Paris'in rekabet gücünü delegelere göre daha yüksek bulmuşlardır. İstatistiksel olarak göze çarpan tek fark, Berlin-İstanbul kıyaslamasına ait verilerdir; delegeler, Berlin destinasyonuna sadece iki kriterde işletmecilerden daha yüksek puan vermiş, buna karşın işletmeciler diğer tüm kriterlerde Berlin'ini daha güçlü bulmuşlardır. Tüm bu bilgiler ışığında yerli işletmecilerin, yerli ve yabancı kongre delegelerine göre İstanbul'a karşı bir önyargılarının olduğu buna karşı kongre delegelerinin İstanbul'un rekabet gücünü yüksek; diğer rakip şehirlerin rekabet güçlerini yerli turizm işletmecilerinden daha düşük buldukları söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Kongre Turizmi, İstanbul, Turizmde Rekabet, Destinasyon Rekabeti

## Comparison of Competition Powers of İstanbul and Competitor Cities Concerning Convention Tourism According to Perspective of Convention Delegates and Local Tourism Operators

### Abstract

Istanbul, while maintaining its place in the top 10 in the world ranking of congress tourism since 2010, and over 500 delegates to the congress continues in the ranking since the world championship in 2011. 109 Congress ranks 7th in the world ranking in the international congress statistics 2010 published by ICCA (International Congress and Convention Association), the year 2011 was the İstanbul World 9th reaching the number of 113 congressional statistics. In 2012 it maintained its place in the ranks 9th, at the same time realized 128 convention in the year increasing the number of congress 15. While performing 146 congress in 2013 was ranked the 8th in the world and the 7th in Europe.

Point reached in this regard over the past decade in İstanbul is very important, so it can compete with cities like Berlin, Paris, Vienna, Barcelona, Singapore located in top spots in congress tourism according to the ICCA data has become the case. The benefits of convention tourism to the cities is undeniable. In order to come to a better spot in congress tourism in İstanbul it is important to know the perceptions of convention delegates and local operators in İstanbul regarding general situation of İstanbul and competing convention cities. Especially tourism businesses, local and public institutions working in the field of conference tourism will be able to see the shortcomings of İstanbul with more concrete data through knowledge of İstanbul perception of tourists coming to İstanbul for the conference and local operators.

At research result, the congress delegates find İstanbul's competition power higher than in domestic enterprises has been observed. Local tourism operators have found low competition power of İstanbul, notwithstanding, they have found the competition power of Vienna, Barcelona and Paris is higher than delegates. The only noticeable difference statistically, are the data of the Berlin-Istanbul comparison; delegates just gave higher scores in two criteria in Berlin destination than operators, against it operators have found stronger the city of Berlin in all other criteria. In the light of all of this information can be said that indigenous operators prejudice against İstanbul according to domestic and international congress delegates, against it the delegates of the congress found İstanbul's competition power high, the competition power of the other competing cities is lower than indigenous tourism operators.

**KeyWords:** Congress Tourism, İstanbul, Tourism Competition, Destination Competition



## 1. Giriş

Dünyada kongre turizminde yeni eğilimler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu bağlamda insanlar artık uzak yerlere gitmeyiip ulaşım açısından daha yakın yerleri tercih etmeye başlamışlardır. Ayrıca teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı yerler daha çok tercih edilmektedir. Bu bağlamda İstanbul 3-4 saatlik uçuş mesafesinde, 50'den fazla ülke ve 25 trilyon \$'lık bir pazara yakındır. Dünya'ya İstanbul'da bir atıl kapasitenin mevcut olduğunu ve şehrin kongre turizmi için hazır olduğunu göstermek gerekmektedir. İstanbul bugün sadece kongre turizminde değil turizmin diğer tüm alanlarında da başa oynamaktadır. 2000'li yıllarda 2 milyon turist ağırlayan İstanbul bugün 8 milyon kişiyi ağırlamakta olup 2023 yılında 20 milyon ziyaretçiye ulaşmayı hedeflemektedir. Bu hedefleri sağlayabilmek için kongre turizminde elde ettiği başarının sürdürülebilir olması çok önemlidir.

ICCA datasına göre İstanbul'a gelme potansiyeli olan 7.000'in üzerinde kongre bulunmaktadır. Diğer yandan son yıllarda ülkemizin ekonomik ve bilimsel olarak lider ülkelerden biri olması ile bu kuruluşların üyesi oldukları örgütlerde daha aktif roller üstlenmeleri bugüne kadar İstanbul'a gelme ihtimali olmayan kongrelerinde birer potansiyel haline dönüşmesine neden olmaktadır. Gün geçtikçe kongre sektörünün bölge ve ulus ekonomisine katkısı artmakta olup bunun farkına varan destinasyonlar bir yarış içerisine girmişlerdir. İstanbul 2010 yılından bu yana genel dünya sıralamasında ilk 10'daki yerini korurken 500 delege üstü kongreler sıralamasında dünya birinciliğini 2011 yılından beri sürdürmektedir.

Kongre turizminin şehirlere sağladığı fayda yadsınmaz. Dolayısıyla İstanbul'un kongre turizminde daha iyi bir noktaya gelebilmesi için kongre amaçlı İstanbul'a gelen yerli ve yabancı turistlerle, İstanbul'daki turizm işletmelerinin İstanbul ve en yakın rakiplerine ilişkin rekabet algılarının bilinmesi önemlidir. Bu şekilde başta turizm işletmeleri olmak üzere, kongre turizmi alanında çalışan yerel ve kamu kuruluşları da İstanbul'un eksiklerini daha somut verilerle görebileceklerdir.

## 2. Turizmde Destinasyon Rekabeti ile İlgili Kavramsal Çerçeve

Araştırmacılar destinasyon rekabeti için farklı farklı tanımlar önermişlerdir. Destinasyon rekabeti turizmin kutsal kasesi olup destinasyonun pazar payını koruması ve/veya geliştirmesi olarak tanımlanabilir (CrouchveRitchie,2000:5; d'Hauteserre,2000:23; Pansiri,2014:219). Buhalis (2000) ve Crouch - Ritchie (1999) destinasyon rekabetine destinasyon sakinlerinin ekonomik refahları açısından yaklaşmışlardır. Rekabeti uluslararası düzeyde düşünmüş olup Dünya Ekonomik Formu'nun verilerini kullanmışlardır. Destinasyonların uluslararası rekabetin içine girmeleri bölge sakinlerinin ekonomik refahlarının yanı sıra ülkenin yaşam standartlarını, ticaret, yatırım, iş yapma vb. etkinliklerini de artırmaktadır (Dwyer ve Kim,2003:370).

Turizm destinasyonlarının dünya çapındaki başarısı onun rekabetiyle ilgilidir (Enright ve Newton,2004). Küreselleşmeyle birlikte uluslararası destinasyonlar arasındaki rekabet artmıştır çünkü küreselleşme sınırları ve engelleri ortadan kaldırmıştır (Pansiri,2014:219). Bahar ve Kozak'a göre turizm arzı, çevresel ve kültürel değerler değiştikçe yeni yeni destinasyonlar pazarda var olacaklardır (Bahar ve Kozak,2007:62).

Turizm destinasyonlarında karşılaştırmalı avantaj ve rekabet avantajı Ritchie ve Crouch (1999) ile Dwyer ve Kim (2003) tarafından incelenmiştir. Bir turizm destinasyonu için karşılaştırmalı avantaj kalıtsal ve bahşedilen kaynaklarla ilgiliyken (iklim, manzara, flora- fauna vb.) rekabet avantajı turizm altyapısı, çekicilikler, ulaşım, festivaller ve etkinlikler, yönetim kalitesi, çalışanların becerileri, hükümet politikaları vb. gibi yaratılan kaynaklarla ilgilidir. Karşılaştırmalı avantajda bir destinasyonun bir kaynağa sahip olduğu düşünülürken; rekabet avantajında ise destinasyonun kaynağı etkin bir biçimde kullanıp kullanmadığıyla ilgilenilir ( Meng,2006:35).

Destinasyon rekabeti, tüketicilerin gözünde ürün ve hizmetlerin rakiplere göre daha iyi iletilmesidir (Dwyer Forsyth, ve Rao,2000:10). Rekabet destinasyonun pazar pozisyonunu koruması ve zamanla onu geliştirmesidir (Hassan,2000). Hassan'a göre katma değeri yüksek ürünlerin pazar paylarını rakiplerine göre sürekli yüksek tutmak rekabetin ta kendisidir ( Hassan,2000:239).

Turizm kentsel gelişimi desteklemekle birlikte rekabet bu sektörde de kaçınılmazdır. Turizm hizmeti turistlerin beklentilerine yanıt vermekle birlikte bölge ve şehirlerin gelişimine olumlu etki etmesi yurttaşların genel refah seviyesi için şarttır. Rekabet hızla büyüyen pazar payını artırmak için önem arz etmektedir. Bu durum turizme bağımlı ülkelerde daha da önemlidir çünkü bu ülkelerde turizm-seyahat sektörüne güven oldukça fazladır (Navickas ve Malakauskaite, 2009: 37).

Rekabet turizm destinasyonları için hayati öneme sahip olup onu korumak ve geliştirmek misafirperverlik, paranın satın alma değeri, emniyet ve güvenlik, yerel ulaşım ve doğal çevre ile olmaktadır (Kozak ve Rimmington,1999:275). Rekabet yüksek değerli ürün üretmek ve rakip destinasyonlara karşı daha iyi entegre olmakla mümkündür. Ayrıca rekabet ülkenin piyasa ve pazar koşulları, sosyal gelişmişlik düzeyi, çevre kalitesi, insan kaynakları kalitesi, altyapı, teknolojik ilerleme ve diğer alanların gelişim düzeyleriyle ilgilidir (Navickas ve Malakauskaite, 2009:40; Gooroochurn ve Sugiyarto,2005:30; Wondowossen ve Nakagoshi,2014: 75).

Destinasyonda satın alma kararı onu ziyaret etmeden önce mevcut kullanılabilir bilgilere göre verilmektedir. Turistler turistik destinasyonun zenginliğini web sitelerini ziyaret ederek öğrenmektedirler ki bu birincil bir kaynaktır. Web yeni ideal bir pazarlama ve küresel promosyon kanalı olmuştur (Rita,2000:16; Çetinkaya,2009:2).

## 3. Araştırmanın Yöntemi ve Kısıtları

Yöntem bir araştırmadaki zihinsel süreçlerin tümünü ifade eder. Bilimsel araştırma yöntemi ise araştırmanın amacı ve problemini tanımlama, problemi çözecek modeli kurma, modelle ilgili olarak gerekli hipotezleri formüle etme gibi birbiri ile ilişkili süreçleri formüle eder (İslamoğlu,2003:18). Bu çalışma nicel bir araştırmadır. Verileri elde etmek için oluşturulan anket formu, yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak dağıtılmıştır. Bu şekilde derinlemesine inilerek, anket formunda yer alan konulardan çok daha fazlasına ulaşılabilmektedir.

Bu araştırmanın ilk kısıtı İstanbul'un 2013 yılı 300 ve üstü delege sayısında ilk beş sırada yer alan şehirler ile karşılaştırılmasıdır. Bu şehirler; Paris, Singapur, Barselona, Viyana ve Berlin'dir. Singapur değerlendiren katılımcı

sayısının azlığı sebebiyle araştırmadan çıkarılmıştır. Araştırma kapsamı içerisinde İstanbul'a kongre amaçlı gelen yerli ve yabancı delegeler ile İstanbul'da faaliyet gösteren turizm işletmelerinin alınması bir diğer sınırlamadır. Zaman, maliyet, personel ve bütçe olanakların sınırlı olması araştırmayı sınırlandırmayı zorunlu kılmaktadır.

**Tablo 1:** 300 ve Üstü Katılımcı Sayılı Kongreler Açısından Şehir Sıralaması

Sıralama	Şehir	Kongre Sayısı
1	İstanbul	80
2	Paris	73
3	Singapur	70
4	Barselona	65
5	Viyana	65
6	Berlin	64
7	Londra	63
8	Seul	60
9	Prag	39
10	Madrid	38

**Kaynak:** ICCA 2014 Yılı Kongre Raporu

#### 4. Anketlerin Hazırlanışı ve Uygulanışı

Çalışmada veri elde edebilmek amacıyla iki anket oluşturulmuştur. Yerli kongre delegelerine yönelik Türkçe, yabancı kongre delegelerine yönelik ise İngilizce müşteri anketi, yerli işletmeler içinse Türkçe işletmeciler anketi hazırlanmıştır. Anket formu hazırlanırken (Kozak ve

Rimington-1999, Bahar ve Kozak-2004, Kayar ve Kozak-2007 ve Kozak, Baloğlu ve Bahar-2010 ) eserlerinden yararlanılmıştır.

Araştırma'ya İstanbul'a gelen yerli ve yabancı kongre delegeleri ile İstanbul'daki yerli turizm işletmecileri katılmıştır. Katılımcılara rekabeti etkilediği düşünülen 36 faktör ile İstanbul ve en yakın rakipleri (ICCA 2014 yılı raporlarına göre) olan şehirleri değerlendirmeleri istenmiştir. Araştırmada 5'li likert ölçeği kullanılmış olup; 5, Kesinlikle katılıyorum, 4; Katılıyorum 3; Kararsızım, 2; Katılmıyorum, 1; Kesinlikle katılmıyorum anlamına gelmektedir. Araştırma sonucunda elde edilen veriler toplanıp ayıklanarak SPSS 16.0'ya girilmiş frekans dağılımları oluşturulup, T testine tabii tutulmuştur. Rekabet analizinde kullanılan 36 farklı değişken güvenilirlik analizine tabii tutulmuştur. Aşağıda bu analizin ayrıntıları görülmektedir. Buna göre araştırmada kullanılan faktörlerin güvenilirliği  $\alpha = 0,901$  ile oldukça yüksektir.

**Tablo 2:** Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha	N of Items
,901	36

**Tablo 3:** Güvenilirlik Analizinde Toplam İstatistiksel Değerler

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Genel anlamda hizmet kalitesi	126,15	267,242	,430	,898
Ürün çeşitliliği	125,91	273,893	,260	,900
Konukseverlik	125,87	271,294	,273	,900
Doğal çevrenin güzelliği	125,87	272,065	,274	,900
Müşterinin ödediği paranın karşılığını alması	126,40	267,426	,436	,898
Genel olarak fiyatların uygunluğu	126,61	268,799	,342	,899
Tesislerde hijyen ve temizliğin kalitesi	126,39	266,845	,455	,898
Yiyecek içecek kalitesi	126,12	268,779	,349	,899
Konaklama tesislerinin yeterliliği	126,21	269,072	,431	,898
Kongre merkezlerinin yeterliliği	126,24	266,515	,493	,897
Turizm altyapısının yeterliliği	126,32	265,816	,538	,897
Genel altyapının yeterliliği	126,80	265,124	,407	,898
Gece yaşantısı ve eğlence olanakları	126,04	270,912	,302	,900
Sportif faaliyetler	126,36	265,263	,500	,897
İnsan kaynaklarının yeterliliği	126,24	265,082	,510	,897
Alışveriş imkânı	125,76	271,672	,329	,899
Sağlık hizmetlerinin kalitesi	126,78	263,471	,482	,897
Çocuklara sağlanan hizmetin kalitesi	126,77	261,809	,576	,896
Deniz ve kumsalların kalitesi	127,31	259,131	,463	,898
Yerel ulaşım ağı ve hizmetindeki kalite	127,20	257,636	,514	,897
Telekomünikasyon ağının kalitesi	126,37	264,451	,547	,896
Bankacılık hizmetinin kalitesi	126,35	266,706	,491	,897
Havaalanlarının yeterliliği	126,29	267,670	,415	,898
Kültürel zenginliğin çeşitliliği	125,85	273,197	,272	,900
Tarihi zenginliğin çekiciliği	125,80	273,978	,231	,901
Erişilebilirlik	126,40	264,380	,532	,896
Genel anlamda çekiciliği	125,97	270,286	,394	,899
Tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği	126,62	269,129	,350	,899
Kongre turizmi teşvik politikaları yeterlidir	126,78	265,648	,454	,898

Tablo 3: Güvenilirlik Analizinde Toplam İstatistiksel Değerler

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Turizm işletmelerinin rekabet stratejileri yeterlidir	126,83	265,191	,486	,897
Turizm işletmelerinin pazarlama stratejileri yeterlidir	126,85	265,754	,479	,897
Genel olarak ekonomik durum iyidir	126,78	262,367	,556	,896
Politik yapı istikrarlıdır	127,02	261,624	,502	,897
Doğal afetler zararsızdır	127,55	261,000	,465	,897
Savaş ve terör olayları yoktur	127,37	259,481	,449	,898
Devlet güçlü bürokrasi engelsizdir	127,06	263,566	,402	,899

## 5. Bulgular

Çalışma kapsamında öncelikle katılımcıların demografik özellikleri araştırılmıştır. 410 kişiden oluşan araştırma grubunun 174'i yerli işletmeci ve çalışanlar, 236'sı İstanbul'a kongre amaçlı gelen yerli ve yabancı delegelerden oluşmaktadır. Katılımcıların 217'si erkek, 193'ü ise kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların uluslarına göre dağılımlarına bakıldığında ağırlığın 179 kişi ile Türklerden oluştuğu görülmektedir. İkinci sırada 33 kişi ile Almanlar, üçüncü sırada 22'ser kişi ile İtalyan ve Uzakdoğulular, dördüncü sırada 20'ser kişi ile Rus ve Ukraynalılar, beşinci sırada ise 19 kişi ile İngilizler gelmektedir. Eğitim düzeylerine bakıldığında katılımcıların büyük çoğunluğunun 196 kişi ile üniversite mezunları ve 173 kişi ile lisansüstü eğitim seviyesindekilerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu 3001-5000\$ gelir seviyesindekilerden oluşmaktadır. İkinci çoğunluğu 5001-7000\$ gelir seviyesindekiler üçüncü çoğunluğu ise 7001\$ ve üzerinde gelirleri olanlar oluşmaktadır.

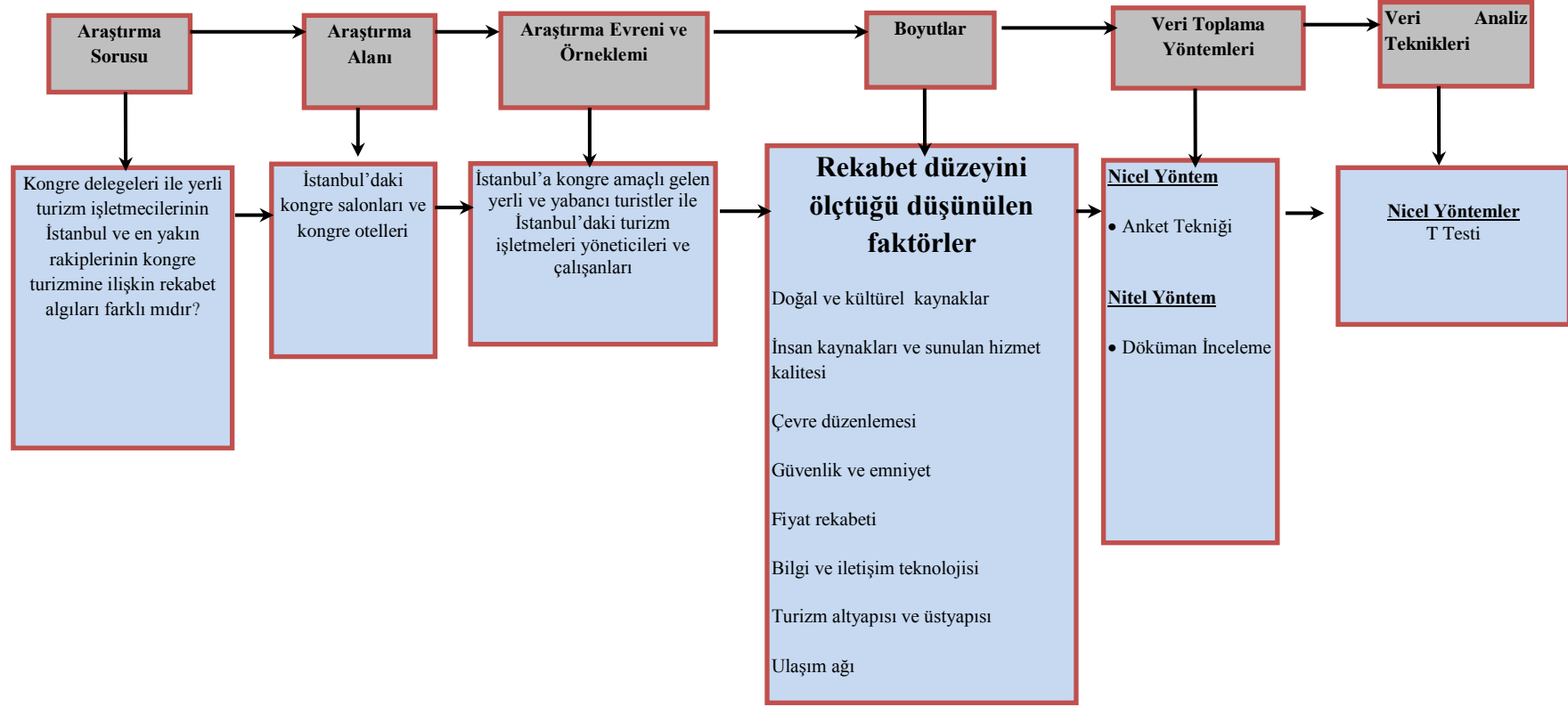
Tablo 5'de İstanbul ve rakip şehirlerin rekabet güçlerinin oranlaması görülmektedir. Buna göre ilk faktör olan hizmet kalitesi kriterinde en iyi şehir 4,33 ortalama ile Berlin, ardından Singapur (4,20) ve Barselona (4,19) gelmektedir. Hizmet kalitesi en düşük şehir 3,98 ortalama ile İstanbul olmuştur. Ürün çeşitliliğinde de yine hizmet kalitesinde olduğu gibi Berlin 4,28 ortalama ile ilk sıradadır. İkinci sırada 4,22 ortalama ile Singapur, üçüncü sırada 4,19 ortalama ile İstanbul gelmektedir. Ürün çeşitliliği konusunda en zayıf şehir 4,00 ortalama ile Barselona'dır. Konukseverlik faktöründe en yüksek ortalama 4,21 ile İstanbul'undur. İstanbul'dan sonra ikinci sırada 4,05 ortalama ile Singapur, üçüncü sırada ise 4,02 ortalama ile Barselona gelmektedir. Konukseverlik faktöründe en düşük ortalama 3,59 ile Viyana'da kalmıştır. Konukseverlik kriterinin aksine doğal çevrenin güzelliği

hususunda Viyana 4,25 ortalama ile başı çekerken ardından 4,23 ortalama ile Barselona ve 4,18 ile İstanbul izlemektedir. Singapur doğal çevrenin güzelliği kriterinden en düşük ortalamayı almıştır ( 3,92).

Müşterinin ödediği paranın karşılığını alması faktöründe Viyana 4,02 ortalama ile ilk sırada yer alırken, Berlin (3,89) ikinci, İstanbul üçüncü sırada yer almıştır (3,72 ). Bu faktörde en düşük ortalama Paris'te olup (3,50), araştırmaya katılanların diğer şehirlere nazaran Paris'te ödedikleri paranın karşılığını alamadıklarını düşündükleri söylenebilir. Fiyatların uygunluğu konusunda en yüksek ortalama Singapur'dadır ( 3,69). Singapur'u Barselona (3,67) ve Berlin (3,60) takip etmiştir. İstanbul 3,54 ortalama ile fiyatları uygun olan dördüncü şehirdir. Paris rakip şehirler içerisinde en pahalı şehir bulunmuştur (2,93).

Tesislerdeki hijyen ve temizlik faktöründe en yüksek değer Barselona'dadır (4,25). Ardından Berlin (4,05) ve Singapur gelmektedir (3,98). Temizlik ve hijyen konusunda en yetersiz şehir İstanbul bulunmuştur (3,69). Yiyecek içecek kalitesi en çok beğenilen şehir Barselona'dır (4,25) ikinci sırada İstanbul (4,00), üçüncü sırada Paris (3,95) gelmiştir. Yiyecek ve içeceği beğenilmeyen şehir 3,77 ortalama ile Singapur olmuştur. Konaklama tesislerinin yeterliliği konusunda en yüksek ortalama Barselona'dadır (4,31). Sonrasında Berlin gelirken (4,21), üçüncü sırayı Paris ve Singapur aynı ortalama ile paylaşmaktadır (4,02). En düşük ortalama 3,93 ile İstanbul'dadır. Kongre merkezlerinin yeterliliği kriterindeki sıralama bir önceki faktör olan konaklama tesislerinin yeterliliği kriterinin oranı ile benzeşmektedir. Bu faktörde de Barselona 4,35 ortalama ile ilk sırada yer alırken, Berlin ikinci (4,25), Paris üçüncü sıradadır (4,03). İstanbul 3,81 ile rakip şehirler arasında kongre merkezleri en yetersiz şehir bulunmuştur.

Tablo 4: Araştırmanın Tasarımı



**Tablo 5:** İstanbul ve Rakip Şehirlerin Rekabet Güçlerinin Oranlaması

Değişkenler	Viyana		Paris		Barselona		Berlin		Singapur		İstanbul	
	ort	s.s	ort	s.s	ort	s.s	ort	s.s	ort	s.s	ort	s.s
Genel anlamda hizmet kalitesi	4,17	0,699	4,06	0,908	4,19	0,726	4,33	0,750	4,20	0,723	3,98	0,927
Ürün çeşitliliği	4,02	0,900	4,15	0,830	4,00	0,806	4,28	0,680	4,22	0,698	4,19	0,783
Konukseverlik	3,59	0,985	3,63	1,107	4,02	0,758	3,60	0,970	4,05	0,793	4,21	0,977
Doğal çevrenin güzelliği	4,25	0,756	4,05	0,881	4,23	0,810	4,06	0,929	3,92	0,764	4,18	0,954
Müşterinin ödediği paranın karşılığını alması	4,02	0,861	3,50	1,053	3,79	1,045	3,89	1,079	3,69	1,004	3,72	0,929
Genel olarak fiyatların uygunluğu	3,31	1,103	2,93	1,190	3,67	1,118	3,60	1,047	3,69	1,195	3,54	1,022
Tesislerdeki hijyen ve temizliğin kalitesi	3,86	0,973	3,74	1,103	4,25	0,830	4,05	0,889	3,98	1,074	3,69	0,979
Yiyecek ve içecek kalitesi	3,86	0,860	3,95	1,117	4,25	0,759	3,93	0,902	3,77	1,074	4,00	0,981
Konaklama tesislerinin yeterliliği	3,96	0,852	4,02	0,896	4,31	0,765	4,21	1,013	4,02	0,862	3,93	0,839
Kongre merkezlerinin yeterliliği	3,91	1,032	4,03	0,912	4,35	0,757	4,25	0,945	3,95	1,050	3,81	0,929
Turizm altyapısının yeterliliği	3,92	0,988	4,28	0,892	4,29	0,715	4,33	0,917	4,05	0,959	3,77	0,883
Genel altyapının yeterliliği	4,25	0,993	4,21	0,863	4,31	0,704	4,31	0,917	4,08	0,929	3,27	1,164
Gece yaşantısı ve eğlence olanakları	4,09	0,745	4,25	0,876	4,50	0,616	4,14	0,862	3,87	1,056	4,05	0,990
Sportif faaliyetler	3,86	1,017	4,15	0,850	4,16	0,883	4,08	1,100	4,23	0,931	3,70	1,004
İnsan kaynaklarının yeterliliği	3,77	1,099	3,97	0,917	3,99	0,802	4,11	0,683	4,28	0,686	3,79	1,022
Alışveriş imkanı	3,70	0,886	4,38	0,888	4,37	0,865	4,05	0,767	4,28	0,759	4,28	0,921
Sağlık hizmetlerinin kalitesi	3,74	0,965	3,91	0,933	4,13	0,938	4,02	0,866	3,97	0,941	3,29	1,125
Çocuklara sağlanan hizmetin kalitesi	3,74	0,992	3,99	0,895	4,03	0,897	3,96	0,912	3,86	1,134	3,32	1,045
Deniz ve kumsalların kalitesi	3,76	1,159	3,91	1,013	4,19	0,943	3,15	1,528	4,05	1,053	2,77	1,387
Yerel ulaşım ağı ve hizmetindeki kalite	4,05	1,209	4,21	0,879	4,38	0,717	4,23	1,014	4,03	0,897	2,95	1,329
Telekomünikasyon ağının kalitesi	4,09	0,864	4,09	0,955	4,26	0,667	4,26	0,949	3,95	0,911	3,71	0,937
Bankacılık hizmetinin kalitesi	3,93	0,821	3,99	0,808	4,05	0,864	4,25	0,914	4,11	0,758	3,74	0,912
Havaalanlarının yeterliliği	3,79	0,977	4,18	0,814	4,00	0,920	4,23	1,013	4,21	0,741	3,80	0,984
Kültürel zenginliğin çekiciliği	4,16	0,702	4,25	0,829	4,31	0,996	4,03	0,881	4,21	0,704	4,24	0,853
Tarihi zenginliğin çekiciliği	4,20	0,805	4,33	0,804	4,25	0,981	3,98	0,795	3,95	0,837	4,29	0,860
Erişilebilirlik	4,07	0,868	3,80	0,920	4,06	0,972	3,71	1,109	3,67	1,023	3,68	0,966
Genel anlamda çekiciliği	4,12	0,803	4,13	0,943	4,33	0,758	4,13	0,837	3,72	1,025	4,12	0,837
Tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği	4,11	0,994	4,13	0,959	4,17	0,719	4,22	0,802	3,63	0,970	3,45	1,032
Kongre turizmi teşvik politikaları yeterlidir	3,93	0,968	4,01	0,876	4,14	0,790	4,14	0,878	3,53	0,971	3,27	1,034
Turizm işletmelerinin rekabet stratejileri yeterlidir	3,52	1,165	3,95	0,939	4,11	0,826	4,03	0,841	3,63	1,031	3,25	0,982
Turizm işletmelerinin pazarlama stratejileri yeterlidir	3,58	1,108	3,99	1,022	4,07	0,775	3,99	0,885	3,49	0,951	3,23	0,967
Genel olarak ekonomik durum iyidir	3,90	1,140	3,90	0,950	3,72	1,164	4,10	1,075	3,67	1,177	3,29	1,026
Politik yapı istikrarlıdır	4,04	0,963	3,84	0,983	4,03	0,843	4,00	1,057	3,44	1,054	3,01	1,180
Doğal afetler zararsızdır	3,54	0,990	3,65	1,083	3,90	1,046	3,53	1,198	3,44	1,050	2,43	1,258
Güvenlik kaygısı yoktur	4,10	1,012	3,63	1,187	4,03	1,069	3,64	1,182	3,71	0,987	2,61	1,377
Devlet güçlü ve bürokrasi engelsizdir	4,21	0,818	3,75	1,063	3,93	0,905	3,71	1,224	3,94	1,153	2,90	1,274

Tablo 5'e göre birçok kriterde olduğu gibi çocuklara sağlanan hizmetin kalitesinde de Barselona 4,03 ortalama ile en üst sıradadır. Ardından ikinci sırada Paris (3,99) ve Berlin (3,96) gelmektedir. İstanbul bu kriterde de 3,32 ile en düşük ortalamaya sahiptir. Deniz ve kumsalların kalitesine bakıldığında 4,19 ortalama ile Barselona ilk sırada, 4,05 ortalama ile Singapur ikinci, 3,91 ortalama ile Paris üçüncü sıradadır. İstanbul bu faktörde de 2,77 ile en az ortalamayı almıştır. Yerel ulaşım ağının kalitesi faktöründe Barselona 4,38 ortalama ile en üst seviyede iken 4,23 ortalama ile Berlin ikinci sıradadır. İstanbul birçok kriterde olduğu gibi bu kriterde de en zayıf şehirdir (2,95). Telekomünikasyon ağının kalitesinde en iyi olan şehir Berlin ile Barselona'dır (4,26). 3,71 ile İstanbul en alt seviyededir. Bankacılık sistemlerinin kalitesinde en iyi

olan şehir 4,25 ile Berlin olmuştur. Yine bu kriterde de en zayıf şehir 3,74 ortalama ile İstanbul olmuştur.

Havaalanları en iyi olan şehir Berlin olup bu faktörde İstanbul 3,80 ile en alt sırada yer alan Viyana'yı çok az bir farkla geçmiştir (3,79). Kültürel zenginlik konusunda birinci sırada Barselona yer almıştır (4,31). İstanbul bu faktörde üçüncü seviyede olup (4,24), Berlin 4,03 ortalama ile kültürel seviyesi en düşük şehir bulunmuştur.

Tarihi zenginlik faktöründe Paris 4,33 ortalama ile ilk sırada, İstanbul 4,29 ortalama ile ikinci sıradadır. Tarihi zenginliği en zayıf şehir Singapur olarak bulunmuştur. Erişilebilirlik kriterinde Viyana 4,07 ortalama ile 4,06 ortalaması olan Barselona'yı çok az bir farkla geçmiştir. Erişilebilirlik konusuna 3,68 ortalama ile İstanbul sadece

3,67 ortalama ile en düşük seviyede yer alan Singapur'u geçebilmiştir.

Genel olarak en çekici şehir 4,33 ile Barselona olup 4,12 ortalama ile İstanbul en çekici üçüncü şehir seçilmiştir. Singapur çekiciliği en düşük şehir seçilmiştir (3,72). Tanıtım ve reklam faaliyetlerinde en etkin şehir Berlin (4,22 ), tanıtım ve pazarlama çalışmalarına en az önem veren şehir İstanbul seçilmiştir ( 3,45).

Kongre turizmi teşvik politikalarının etkinliği faktöründe Barselona ve Berlin aynı ortalamayla ilk sıradadırlar. İstanbul ise 3,27 ortalama ile en alt sırada yer almaktadır. Rekabet stratejilerinin etkinliği konusunda yine Barselona ve Berlin 4,11 ortalama ile birinci sıradayken, İstanbul bu faktörde de en zayıf şehir seçilmiştir (3,25). Pazarlama stratejilerinde Barselona yine en iyi şehir seçilirken, Paris ve Berlin aynı ortalama

kalmıştır (3,99). İstanbul önceki birçok faktörde olduğu gibi bu faktörde de en alt kademedeki kalmıştır. Genel olarak ekonomik durumu en iyi şehir aynı ortalamayı paylaşan Berlin ve Viyana olurken, İstanbul 3,29 ile ekonomik durumu en kötü şehir seçilmiştir.

Viyana 4,04 ortalama ile politik yapısı en istikrarlı şehir olurken İstanbul 3,01 ortalama ile politik yapısı en karışık şehir olarak bulunmuştur. Doğal afetlerin en zararsız olduğu şehir Barselona olurken (3,90), İstanbul bu faktörde de en düşük ortalamayı alarak en alt sırada yer almıştır (2,43). Güvenlik kaygısının en fazla olduğu şehir İstanbul seçilirken (2,61), bu konuda en sakin şehir Viyana seçilmiştir (4,10). Son olarak devlet güçlü bürokrasi engelsizdir faktörü için en yüksek ortalamayı Viyana (4,21), ardından da Singapur almıştır. Bu soruda en düşük ortalama İstanbul'undur (2,90).

**Tablo 6:** Kongre Delegeleri ve İşletmecilerin İstanbul'un Rekabet Gücüne İlişkin Görüşlerinin Dağılımı

İSTANBUL	Kongre delegeleri			İşletmeciler			T testi	
	Ort.	S.	Std.S.	Ort.	S.	Std.S	t	Sig
Genel anlamda hizmet kalitesi	4,03	10	,880	3,92	9	,988	1,084	,012
Ürün çeşitliliği	4,23	5	,714	4,13	4	,867	1,236	,114
Konukseverlik	4,34	1	,870	4,02	7	1,080	3,333	,012
Doğal çevrenin güzelliği	4,22	6	,919	4,13	5	1,000	,915	,614
Müşterinin ödediği paranın karşılığını alması	3,74	20	,936	3,68	15	,920	,627	,933
Genel olarak fiyatların uygunluğu	3,57	22	1,045	3,50	23	,992	,620	,647
Tesislerdeki hijyen ve temizliğin kalitesi	3,78	18	,917	3,57	20	1,047	2,207	,031
Yiyecek ve içecek kalitesi	4,09	9	,952	3,88	10	1,011	2,054	,361
Konaklama tesislerinin yeterliliği	4,01	11	,753	3,82	11	,934	2,313	,000
Kongre merkezlerinin yeterliliği	3,88	13	,823	3,71	14	1,049	1,794	,000
Turizm altyapısının yeterliliği	3,81	17	,843	3,72	12	,934	1,062	,038
Genel altyapının yeterliliği	3,33	27	1,214	3,19	27	1,216	1,148	,200
Gece yaşantısı ve eğlence olanakları	4,10	8	,925	3,98	8	1,070	1,209	,026
Sportif faaliyetler	3,78	19	,962	3,58	19	1,050	1,924	,035
İnsan kaynaklarının yeterliliği	3,90	12	,948	3,63	17	1,097	2,646	,003
Alışveriş imkanı	4,33	2	,897	4,22	2	,950	1,154	,509
Sağlık hizmetlerinin kalitesi	3,22	30	1,123	3,25	24	1,131	,586	,751
Çocuklara sağlanan hizmetin kalitesi	3,41	23	1,007	3,19	26	1,087	1,987	,503
Deniz ve kumsalların kalitesi	2,75	34	1,388	2,78	33	1,391	-,224	,891
Yerel ulaşım ağı ve hizmetindeki kalite	3,00	33	1,351	2,87	32	1,298	1,034	,536
Telekomünikasyon ağının kalitesi	3,82	16	,869	3,56	21	1,004	2,860	,029
Bankacılık hizmetinin kalitesi	3,83	15	,825	3,62	18	1,007	2,199	,001
Havaalanlarının yeterliliği	3,85	14	,906	3,72	13	1,078	1,385	,003
Kültürel zenginliğin çekiciliği	4,32	3	,796	4,14	3	,917	2,148	,514
Tarihi zenginliğin çekiciliği	4,32	4	,861	4,25	1	,859	,802	,976
Erişilebilirlik	3,68	21	,983	3,67	16	,945	,100	,597
Genel anlamda çekiciliği	4,13	7	,856	4,10	6	,812	,322	,794
Tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği	3,40	24	1,023	3,52	22	1,044	-,176	,593
Kongre turizmi teşvik politikaları yeterlidir	3,38	26	,970	3,11	30	1,102	2,543	,328
Turizm işletmelerinin rekabet stratejileri yeterlidir	3,25	29	,974	3,24	25	,905	,170	,995
Turizm işletmelerinin pazarlama stratejileri yeterlidir	3,27	28	,990	3,18	28	,937	,973	,134
Genel olarak ekonomik durum iyidir	3,39	25	1,027	3,16	29	1,014	2,181	,611
Politik yapı istikrarlıdır	3,11	31	1,163	2,87	31	1,192	1,989	,498
Doğal afetler zararsızdır	2,56	36	1,288	2,24	36	1,195	2,479	,129
Savaş ve terör olayları yoktur	2,70	35	1,439	2,48	35	1,282	1,644	,017
Devlet güçlü ve bürokrasi engelsizdir	3,03	32	1,297	2,73	34	1,225	2,262	,890

Tablo 6'da kongre delegeleri ve işletmecilerin İstanbul'un rekabet gücü ile ilgili düşüncelerinin karşılaştırılması görülmektedir. Kongre delegeleri genel anlamda hizmet kalitesinde işletmecilere oranla İstanbul'un daha iyi olduğunu düşünmüşlerdir. Konukseverlik faktöründe de iki grubun ortalamalarında fark vardır. Bu kriterde de delegeler 4,34 ortalama ile işletmecilerden (4,02) daha olumlu yaklaşmışlardır. Kongre delegeleri tesislerdeki hijyen ve temizliğin kalitesi

faktöründe 3,78 ortalama ile 3,57 ortalaması olan işletmecilere göre İstanbul'un daha iyi olduğunu düşünmektedirler. Konaklama tesislerinin ve kongre merkezlerinin yeterliliği konusunda da iki grubun düşüncelerinde farklılık bulunmuştur. Konaklama tesislerinin yeterliliği kriterinde İstanbul, delegelerden (4,01) işletmecilere oranla daha yüksek puan almıştır (3,82). Kongre merkezlerinin yeterliliği kriterinde de

delegeler İstanbul'un daha iyi olduğunu düşünmektedirler (3,88>3,71).

Delegeler aynı şekilde turizm altyapısının yeterliliği (3,81>3,72), gece yaşantısı ve eğlence olanakları (4,10>3,98), sportif faaliyetler (3,78>3,58), insan kaynaklarının yeterliliği (3,90>3,63), telekomünikasyon ağının kalitesi (3,82>3,56), bankacılık hizmetlerinin kalitesi (3,83>3,62), havaalanlarının yeterliliği (3,85>3,72), savaş ve terör olaylarının yokluğu faktörlerine (2,70>2,48) daha yüksek puanlar vererek yerli işletmecilere oranla İstanbul'u rekabet açısından daha güçlü gördüklerini söylemişlerdir.

Kongre delegelerine göre İstanbul'un en iyi olduğu kriterin başında konukseverlik, alışveriş imkânı ve kültürel zenginlik gelirken, en düşük puan aldığı kriterler doğal afetlerin zararsızlığı, savaş ve terör olaylarının yokluğu ve deniz-kumsalların kalitesi iken işletmecilere göre İstanbul'un en güçlü olduğu alanlar tarihi zenginlik, alışveriş imkânı ve kültürel zenginliktir. İşletmecilere göre İstanbul'un en zayıf olduğu alanlar doğal afetlerin zararsızlığı, savaş ve terör olaylarının yokluğu ve güçlü devlet engelsiz bürokrasi kriterleridir.

Tablo 7'de Viyana'nın rekabet gücüne ilişkin kongre delegeleri ve yerli işletmecilerin görüşlerinin karşılaştırılmasına yer verilmiştir. İki grup arasında sadece altı faktörde anlamlı bir farklılık görülmektedir. Bu altı faktörün hepsinde işletmeciler kongre delegelerine göre Viyana'nın rekabet gücünü daha yüksek bulmuşlardır. Bu kriterler şunlardır; genel olarak fiyatların uygunluğu (3,43>3,13), genel altyapının yeterliliği (4,46>4,03), insan kaynaklarının yeterliliği (3,89>3,59), alışveriş imkânı (4,00>3,36), erişilebilirlik (4,25>3,87), tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği (4,41>3,78).

Kongre delegelerine göre Viyana'nın rekabet gücünün en yüksek olduğu kriterler yerel ulaşım ağı, genel hizmet kalitesi ve doğal çevrenin güzelliği, en zayıf olduğu faktörler ise fiyatların uygunluğu, alışveriş imkânı ve turizm işletmelerinin pazarlama stratejileridir. İşletmecilere göre ise Viyana'nın en güçlü olduğu alanlar doğal çevre, genel altyapı ve tarihi zenginlik iken en zayıf olduğu faktörler ise fiyatların uygunluğu, turizm işletmelerinin rekabet stratejileri ve doğal afetlerin zararsızlığı kriterleridir.

**Tablo 7:** Kongre Delegeleri ve İşletmecilerin Viyana'nın Rekabet Gücüne İlişkin Görüşlerinin Dağılımı

VİYANA	Kongre delegeleri			İşletmeciler			T testi	
	Ort.	S.	Std.S.	Ort.	S.	Std.S.	t	sig
Genel anlamda hizmet kalitesi	4,13	2	,776	4,21	11	,630	-,434	,304
Ürün çeşitliliği	3,90	13	,845	4,14	15	,970	-1,018	,647
Konukseverlik	3,57	28	,898	3,61	33	1,100	-,154	,209
Doğal çevrenin güzelliği	4,07	3	,691	4,46	1	,793	-2,039	,099
Müşterinin ödediği paranın karşılığını alması	3,80	19	,847	4,21	12	,833	-1,877	,295
Genel olarak fiyatların uygunluğu	3,13	36	,860	3,43	36	1,289	-1,032	,005
Tesislerdeki hijyen ve temizliğin kalitesi	3,70	24	1,055	4,04	21	,881	-1,310	,121
Yiyecek ve içecek kalitesi	3,87	15	,900	3,82	30	,819	,200	,104
Konaklama tesislerinin yeterliliği	3,89	14	,847	4,04	20	,881	-,630	,466
Kongre merkezlerinin yeterliliği	3,74	21	,903	4,04	19	1,138	-1,062	,827
Turizm altyapısının yeterliliği	3,60	26	1,102	4,25	10	,752	-2,606	,069
Genel altyapının yeterliliği	4,03	8	1,189	4,46	2	,693	-1,671	,013
Gece yaşantısı ve eğlence olanakları	3,93	12	,730	4,25	9	,752	-1,621	,411
Sportif faaliyetler	3,52	31	1,122	4,14	14	,803	-2,379	,061
İnsan kaynaklarının yeterliliği	3,59	27	1,217	3,89	28	,737	-1,111	,004
Alışveriş imkânı	3,36	35	,911	4,00	22	,720	-2,929	,028
Sağlık hizmetlerinin kalitesi	3,52	30	1,056	3,93	26	,813	-1,643	,067
Çocuklara sağlanan hizmetin kalitesi	3,45	33	1,088	4,00	25	,784	-2,162	,057
Deniz ve kumsalların kalitesi	3,72	23	1,208	3,76	32	1,128	-,121	,783
Yerel ulaşım ağı ve hizmetindeki kalite	4,23	1	,935	3,82	29	1,442	1,300	,093
Telekomünikasyon ağının kalitesi	4,07	5	,740	4,11	16	1,013	-,191	,116
Bankacılık hizmetinin kalitesi	3,86	17	,789	4,00	23	,877	-,619	,657
Havaalanlarının yeterliliği	3,64	25	,870	3,93	27	1,086	-1,086	,713
Kültürel zenginliğin çekiciliği	4,04	6	,744	4,29	7	,659	-1,331	,927
Tarihi zenginliğin çekiciliği	4,00	10	,910	4,43	3	,634	-2,067	,834
Erişilebilirlik	3,87	16	1,042	4,25	8	,585	-1,711	,006
Genel anlamda çekiciliği	3,93	11	,940	4,29	6	,600	-1,695	,211
Tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği	3,78	20	1,155	4,41	4	,694	-2,429	,002
Kongre turizmi teşvik politikaları yeterlidir	3,81	18	,981	4,00	24	,961	-,721	,475
Turizm işletmelerinin rekabet stratejileri yeterlidir	3,46	32	1,104	3,52	35	1,238	-,180	,714
Turizm işletmelerinin pazarlama stratejileri yeterlidir	3,38	34	1,061	3,78	31	1,166	-1,251	,942
Genel olarak ekonomik durum iyidir	3,73	22	1,202	4,07	18	1,086	-1,121	,399
Politik yapı istikrarlıdır	4,00	9	1,017	4,08	17	,935	-,293	,351
Doğal afetler zararsızdır	3,54	29	,922	3,52	34	1,081	,063	,456
Savaş ve terör olayları yoktur	4,03	7	1,098	4,18	13	,945	-,538	,648
Devlet güçlü ve bürokrasi engelsizdir	4,07	4	,979	4,36	5	,621	-1,304	,177

Barcelona'nın rekabet gücüne ilişkin kongre delegeleri ve yerli işletmecilerin görüşlerinin yer aldığı Tablo 8'de iki grup arasındaki farka bakıldığında sadece dört kriterde anlamlı bir farklılık görülmektedir (p<0,05). Yerli işletmecilere göre müşterinin ödediği paranın karşılığını

alması faktöründe Barcelona daha güçlüdür (4,03>4,60). Aynı şekilde genel olarak fiyatların uygunluğu (4,11>3,31), yerel ulaşım ağı ve hizmetindeki kalite (4,53>4,27), genel olarak ekonomik durum (4,08>3,42)



faktörlerinde işletmeciler delegelere göre Barcelona'ya daha olumlu yaklaşmışlardır.

Kongre delegelerine göre Barcelona'nın en iyi olduğu rekabet kriterlerinin başında gece yaşantısı, alışveriş imkânı ve genel altyapının yeterliliği; en zayıf olduğu noktalar ise genel olarak fiyatların uygunluğu, ekonomik

durum ve müşterinin ödediği paranın karşılığını alması kriterlerindedir. Buna karşın işletmecilere göre Barcelona'nın en iyi olduğu faktörler genel anlamda çekiciliği, yerel ulaşım ağı ve kültürel zenginlik iken en zayıf olduğu faktörler ise güçlü devlet engelsiz bürokrasi, doğal afetlerin zararsızlığı ve müşterinin ödediği paranın karşılığını almasıdır.

**Tablo 8:** Kongre Delegeleri ve İşletmecilerin Barcelona'nın Rekabet Gücüne İlişkin Görüşlerinin Dağılımı

BARCELONA	Kongre delegeleri			İşletmeciler			T testi	
	Ort.	S.	Std.S	Ort.	S.	Std.S.	t	Sig.
Genel anlamda hizmet kalitesi	4,04	19	,824	4,36	10	,543	-1,985	,603
Ürün çeşitliliği	3,89	27	,804	4,14	26	,798	-1,395	,533
Konukseverlik	3,82	30	,806	4,28	19	,615	-2,801	,220
Doğal çevrenin güzelliği	4,04	18	,928	4,47	4	,560	-2,432	,581
Müşterinin ödediği paranın karşılığını alması	3,60	34	1,214	4,03	34	,736	-1,858	,002
Genel olarak fiyatların uygunluğu	3,31	36	1,258	4,11	29	,708	-3,405	,002
Tesislerdeki hijyen ve temizliğin kalitesi	4,11	17	,935	4,42	6	,649	-1,665	,237
Yiyecek ve içecek kalitesi	4,18	10	,860	4,35	11	,597	-1,016	,088
Konaklama tesislerinin yeterliliği	4,24	7	,773	4,41	7	,756	-9,13	,516
Kongre merkezlerinin yeterliliği	4,40	4	,760	4,29	16	,760	,580	,838
Turizm altyapısının yeterliliği	4,29	5	,695	4,29	17	,750	,020	,635
Genel altyapının yeterliliği	4,44	3	,624	4,14	27	,772	1,933	,363
Gece yaşantısı ve eğlence olanakları	4,53	1	,694	4,46	5	,505	,546	,184
Sportif faaliyetler	4,23	9	,841	4,08	31	,937	,746	,581
İnsan kaynaklarının yeterliliği	3,93	26	,856	4,06	33	,727	-,708	,179
Alışveriş imkânı	4,44	2	,918	4,26	20	,790	914	,833
Sağlık hizmetlerinin kalitesi	3,98	23	1,050	4,34	12	,721	-1,636	,718
Çocuklara sağlanan hizmetin kalitesi	3,95	24	,986	4,14	25	,756	-,871	,691
Deniz ve kumsalların kalitesi	4,11	16	,885	4,29	14	1,017	-,820	,655
Yerel ulaşım ağı ve hizmetindeki kalite	4,27	6	,809	4,53	2	,560	-1,646	,004
Telekomünikasyon ağının kalitesi	4,24	8	,609	4,28	18	,741	-,222	,075
Bankacılık hizmetinin kalitesi	3,88	27	,981	4,30	13	,596	-2,070	,337
Havaalanlarının yeterliliği	3,79	31	1,013	4,25	22	,732	-2,268	,289
Kültürel zenginliğin çekiciliği	4,13	13	1,140	4,53	3	,736	-1,796	,349
Tarihi zenginliğin çekiciliği	4,13	12	1,100	4,39	9	,803	-1,167	,473
Erişilebilirlik	3,79	32	,989	4,40	8	,847	-2,883	,828
Genel anlamda çekiciliği	4,16	11	,737	4,56	1	,735	-2,430	,576
Tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği	4,11	14	,689	4,25	21	,762	-,814	,171
Kongre turizmi teşvik politikaları yeterlidir	4,11	15	,841	4,18	24	,727	-,373	,386
Turizm işletmelerinin rekabet stratejileri yeterlidir.	3,98	22	,841	4,29	15	,783	-1,624	,925
Turizm işletmelerinin pazarlama stratejileri yeterlidir	4,02	20	,811	4,13	28	,730	-,588	,823
Genel olarak ekonomik durum iyidir	3,42	35	1,288	4,08	30	,874	-2,631	,012
Politik yapı istikrarlıdır	3,85	28	,853	4,22	23	,797	-1,950	,985
Doğal afetler zararsızdır	3,83	29	,972	3,97	35	1,134	-,596	,925
Savaş ve terör olayları yoktur	4,00	21	1,036	4,06	32	1,120	-,227	,631
Devlet güçlü ve bürokrasi engelsizdir	3,95	25	,749	3,91	36	1,067	,169	,090

Tablo 9'da kongre delegeleri ve işletmecilerin Paris'in rekabet gücüne ilişkin görüşlerinin karşılaştırılması görülmektedir. Buna göre iki grup arasında sadece iki faktörde farklılık görülmektedir. Gece yaşantısı ve eğlence olanakları ile (4,30> 4,22) kongre turizmi teşvik politikalarının yeterliliği (4,09>3,96) konusunda işletmeciler kongre delegelerine göre Paris'in rekabet gücünü daha yüksek bulmuşlardır.

Paris, kongre delegelerine göre alışveriş imkânı, turizm altyapısı ve tarihi zenginliği en güçlü kriterleriyken; fiyatların uygunluğu, ödenen paranın karşılığının alınması ve konukseverlik kriterlerinde en kötüdür. İşletmecilere göre ise Paris; alışveriş imkânı, tarihi zenginlik ve gece yaşantısı faktörlerinde en iyi; fiyatların uygunluğu, savaş ve terör olayları kriterleri en zayıftır.

**Tablo 9:** Kongre Delegeleri ve İşletmecilerin Paris'in Rekabet Gücüne İlişkin Görüşlerinin Dağılımı

PARİS	Kongre delegeleri			İşletmeciler			T testi	
	Ort.	S.	Std.S.	Ort.	S.	Std.S.	t	Sig.
Genel anlamda hizmet kalitesi	4,12	10	,936	3,98	18	,871	,864	,405
Ürün çeşitliliği	4,11	12	,853	4,20	8	,803	-,620	,492
Konukseverlik	3,73	34	1,158	3,51	33	1,034	1,098	,745
Doğal çevrenin güzelliği	3,99	22	,890	4,13	11	,870	-,906	,960
Müşterinin ödediği paranın karşılığını alması	3,42	35	,985	3,59	32	1,141	-,888	,084
Genel olarak fiyatların uygunluğu	3,08	36	1,152	2,72	36	1,220	1,698	,206
Tesislerdeki hijyen ve temizliğin kalitesi	3,77	33	1,048	3,71	30	1,181	,294	,455
Yiyecek ve içecek kalitesi	4,07	15	1,011	3,80	27	1,238	1,350	,123
Konaklama tesislerinin yeterliliği	4,01	18	,785	4,02	16	1,037	-,031	,101

PARİS	Kongre delegeleri			İşletmeciler			T testi	
	Ort.	S.	Std.S.	Ort.	S.	Std.S.	t	Sig.
Kongre merkezlerinin yeterliliği	4,10	13	,915	3,94	23	,908	,926	,799
Turizm altyapısının yeterliliği	4,34	2	,832	4,20	9	,970	,867	,231
Genel altyapının yeterliliği	4,24	5	,888	4,16	10	,834	,517	,792
Gece yaşantısı ve eğlence olanakları	4,22	6	,786	4,30	3	,992	-,522	<b>,020</b>
Sportif faaliyetler	4,18	7	,762	4,10	14	,964	,544	,084
İnsan kaynaklarının yeterliliği	4,00	20	,866	3,93	24	,988	,449	,114
Alışveriş imkanı	4,35	1	,818	4,43	1	,983	-,468	,688
Sağlık hizmetlerinin kalitesi	3,96	23	,943	3,84	26	,925	,683	,510
Çocuklara sağlanan hizmetin kalitesi	4,00	19	,793	3,98	19	1,029	,119	,062
Deniz ve kumsalların kalitesi	3,83	30	,992	4,02	17	1,041	-,013	,649
Yerel ulaşım ağı ve hizmetindeki kalite	4,18	8	,897	4,26	4	,858	-,558	,675
Telekomünikasyon ağının kalitesi	4,08	14	,918	4,10	13	1,015	-,087	,455
Bankacılık hizmetinin kalitesi	4,00	21	,764	3,98	20	,874	,131	,070
Havaalanlarının yeterliliği	4,15	9	,855	4,22	6	,762	-,478	,631
Kültürel zenginliğin çekiciliği	4,27	4	,782	4,22	7	,896	,352	,280
Tarihi zenginliğin çekiciliği	4,34	3	,759	4,33	2	,818	,074	,771
Erişilebilirlik	3,85	29	,923	3,72	29	,920	,768	,599
Genel anlamda çekiciliği	4,03	16	1,054	4,26	5	,757	-,375	,442
Tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği	4,12	11	,934	4,13	12	1,001	-,041	,939
Kongre turizmi teşvik politikaları yeterlidir	3,96	24	,956	4,09	15	,733	-,783	<b>,002</b>
Turizm işletmelerinin rekabet stratejileri yeterlidir	3,94	25	,906	3,96	21	,999	-,075	,831
Turizm işletmelerinin pazarlama stratejileri yeterlidir	4,02	17	1,000	3,96	22	1,065	,300	,901
Genel olarak ekonomik durum iyidir	3,93	26	,871	3,87	25	1,057	,370	,587
Politik yapı istikrarlıdır	3,92	27	,937	3,74	28	1,046	,966	,945
Doğal afetler zararsızdır	3,80	31	,995	3,43	34	1,171	1,889	,139
Savaş ve terör olayları yoktur	3,80	32	1,098	3,40	35	1,272	1,841	,111
Devlet güçlü ve bürokrasi engelsizdir	3,87	28	,977	3,60	31	1,159	1,421	,322

Tablo 10'da kongre delegeleri ve yerli işletmecilerin Berlin'in rekabet gücüne ilişkin görüşlerinin dağılımı görülmektedir. Buna göre doğal çevrenin güzelliği (4,12>3,98) ve müşterinin ödediği paranın karşılığını alması (3,98>3,76) kriterlerinde delegeler işletmecilere göre Berlin'in rekabet gücünü daha yüksek bulmuşlardır. Havaalanlarının yeterliliği hususunda yukarıdaki faktörlerin aksine işletmeciler delegelere göre Berlin'in daha iyi olduğunu düşünmüşlerdir (4,61>3,96) Ayrıca tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği (4,29>4,18) ile

kongre turizmi teşvik politikalarının yeterliliği (4,20>4,09) faktörlerinde de işletmeciler delegelere göre şehrin daha yeterli olduğunu düşünmüşlerdir.

Kongre delegelerinin bakış açısına göre Berlin'in en güçlü olduğu faktörler turizm altyapısı, kongre merkezleri ve genel hizmet kalitesi iken en zayıf olduğu kriterler ise deniz ve kumsalları, genel olarak fiyatların uygunluğu ve erişilebilirliktir. İşletmecilere göre ise Berlin havaalanları, ürün çeşitliliği ve bankacılık hizmetlerinde en iyi; deniz ve kumsalları, fiyatları ve konukseverlik anlayışı en zayıf noktalarındandır.

**Tablo 10:** Kongre Delegeleri ve İşletmecilerin Berlin'in Rekabet Gücü'ne İlişkin Görüşlerinin Dağılımı

BERLİN	Kongre delegeleri			İşletmeciler			T testi	
	Ort.	S.	Std.S.	Ort.	S.	Std.S.	t	Sig
Genel anlamda hizmet kalitesi	4,29	3	,726	4,37	5	,787	-,522	,690
Ürün çeşitliliği	4,09	15	,732	4,53	2	,505	-3,453	,615
Konukseverlik	3,66	32	,909	3,53	34	1,054	,614	,243
Doğal çevrenin güzelliği	4,12	12	,847	3,98	22	1,037	,733	<b>,024</b>
Müşterinin ödediği paranın karşılığını alması	3,98	24	,944	3,76	29	1,241	1,020	<b>,046</b>
Genel olarak fiyatların uygunluğu	3,52	35	1,112	3,71	35	,955	-,879	,249
Tesislerdeki hijyen ve temizliğin kalitesi	4,02	21	,946	4,10	17	,810	-,451	,653
Yiyecek ve içecek kalitesi	4,00	23	,918	3,83	28	,881	,911	,720
Konaklama tesislerinin yeterliliği	4,25	4	,950	4,17	13	1,102	,382	,843
Kongre merkezlerinin yeterliliği	4,33	2	,747	4,15	14	1,167	,902	,083
Turizm altyapısının yeterliliği	4,41	1	,869	4,22	11	,822	1,055	,753
Genel altyapının yeterliliği	4,25	5	,919	4,39	4	,919	-,742	,972
Gece yaşantısı ve eğlence olanakları	4,05	19	,854	4,27	9	,867	-1,226	,312
Sportif faaliyetler	3,91	28	1,214	4,32	7	,879	-1,818	,100
İnsan kaynaklarının yeterliliği	4,09	14	,635	4,14	15	,751	-,395	,191
Alışveriş imkanı	4,07	18	,697	4,02	18	,859	,295	,093
Sağlık hizmetlerinin kalitesi	4,04	20	,894	4,00	19	,837	,200	,216
Çocuklara sağlanan hizmetin kalitesi	3,95	27	,931	3,98	23	,897	-,164	,201
Deniz ve kumsalların kalitesi	3,15	36	1,583	3,15	36	,831	1,003	,492
Yerel ulaşım ağı ve hizmetindeki kalite	4,14	9	1,017	4,36	6	,628	-1,068	,562
Telekomünikasyon ağının kalitesi	4,22	7	,992	4,31	8	,718	-,442	,862
Bankacılık hizmetinin kalitesi	4,12	11	,957	4,43	3	,756	-1,677	,854
Havaalanlarının yeterliliği	3,96	26	1,149	4,61	1	1,005	-3,258	<b>,003</b>
Kültürel zenginliğin çekiciliği	3,88	29	,965	4,23	10	,756	-2,027	,253
Tarihi zenginliğin çekiciliği	3,96	25	,830	4,00	20	1,005	-,220	,320

Erişilebilirlik	3,57	34	1,173	3,88	26	,931	-1,396	,414
Genel anlamda çekiciliği	4,14	10	,766	4,12	16	,708	,142	,119
Tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği	4,18	8	,869	4,29	8	,648	-,674	,041
Kongre turizmi teşvik politikaları yeterlidir	4,09	16	1,014	4,20	12	,916	-,607	,023
Turizm işletmelerinin rekabet stratejileri yeterlidir	4,10	13	,781	3,95	24	,991	,834	,745
Turizm işletmelerinin pazarlama stratejileri yeterlidir	4,08	17	,796	3,87	27	1,149	1,108	,472
Genel olarak ekonomik durum iyidir	4,23	6	1,009	3,93	25	1,025	1,388	,491
Politik yapı istikrarlıdır	4,02	22	1,090	3,98	21	1,259	,196	,815
Doğal afetler zararsızdır	3,68	31	1,136	3,31	31	1,195	1,549	,626
Savaş ve terör olayları yoktur	3,58	33	1,179	3,71	32	1,355	-,561	,972
Devlet güçlü ve bürokrasi engelsizdir	3,79	30	1,130	3,60	33	,991	,749	,074

## 6. Sonuç ve Öneriler

Kongre delegeleri ile yerli turizm işletmecilerinin İstanbul'un rekabet gücüne ilişkin düşüncelerinin karşılaştırılmasına bakıldığında istatistiksel olarak anlamlı farklılığın olduğu ve tüm kriterlerde kongre delegelerin yerli işletmecilere göre İstanbul'un rekabet gücünü daha yüksek buldukları görülmüştür.

Kongre delegelerine göre İstanbul'un en iyi olduğu kriterin başında konukseverlik, alışveriş imkânı ve kültürel zenginlik gelirken, en düşük puan aldığı kriterler doğal

afetlerin zararsızlığı, savaş ve terör olaylarının yokluğu ve deniz-kumsalların kalitesi iken işletmecilere göre İstanbul'un en güçlü olduğu alanlar tarihi zenginlik, alışveriş imkânı ve kültürel zenginliktir. İşletmecilere göre İstanbul'un en zayıf olduğu alanlar doğal afetlerin zararsızlığı, savaş ve terör olaylarının yokluğu ve güçlü devlet engelsiz bürokrasi kriterleridir.

Viyana'nın rekabet gücüne ilişkin kongre delegeleri ve yerli işletmecilerin görüşlerinin karşılaştırılmasına bakıldığında iki grup arasında sadece altı faktörde anlamlı bir farklılık görülmektedir. Bu altı faktörün hepsinde işletmeciler (İstanbul'la ilgili görüşlerinin aksine) kongre delegelerine göre Viyana'nın rekabet gücünü daha yüksek bulmuşlardır. Bu kriterler şunlardır; genel olarak fiyatların uygunluğu (3,43>3,13), genel altyapının yeterliliği (4,46> 4,03), insan kaynaklarının yeterliliği (3,89>3,59), alışveriş imkânı (4,00>3,36), erişilebilirlik (4,25>3,87), tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği (4,41> 3,78).

Barselona'nın rekabet gücüne ilişkin kongre delegeleri ve yerli işletmecilerin görüşleri karşılaştırıldığında iki grup arasında sadece dört kriterde anlamlı bir farklılık görülmüştür (p<0,05). Tüm bu kriterlerde işletmeciler delegelere göre Barselona'yı daha güçlü bulmuşlardır. Bu kriterler şu şöyledir; müşterinin ödediği paranın karşılığını alması (4,03>4,60), genel olarak fiyatların uygunluğu (4,11>3,31), yerel ulaşım ağı ve hizmetindeki kalite (4,53>4,27), genel olarak ekonomik durum (4,08>3,42) faktörlerinde işletmeciler delegelere göre Barselona'ya daha olumlu yaklaşmışlardır.

Kongre delegeleri ve işletmecilerin Paris'in rekabet gücüne ilişkin görüşlerinin karşılaştırılmasına bakıldığında sadece iki faktörde farklılık görülmektedir. Gece yaşantısı ve eğlence olanakları ile (4,30> 4,22) kongre turizmi teşvik politikalarının yeterliliği (4,09>3,96) faktörlerinde işletmeciler kongre delegelerine göre Paris'in rekabet gücünü daha yüksek bulmuşlardır.

Kongre delegeleri ve yerli işletmecilerin Berlin'in rekabet gücüne ilişkin görüşlerine bakıldığında doğal çevrenin güzelliği (4,12>3,98) ve müşterinin ödediği paranın

karşılığını alması (3,98>3,76) kriterlerinde delegeler işletmecilere göre Berlin'in rekabet gücünü daha yüksek bulmuşlardır. Havaalanlarının yeterliliği hususunda yukarıdaki faktörlerin aksine işletmeciler delegelere göre Berlin'in daha iyi olduğunu düşünmüşlerdir (4,61>3,96) Ayrıca tanıtım ve reklam politikalarının etkinliği (4,29>4,18) ile kongre turizmi teşvik politikalarının yeterliliği (4,20>4,09) faktörlerinde de işletmeciler delegelere göre şehrin daha yeterli olduğunu düşünmüşlerdir.

Sonucu kısaca özetlemek gerekirse şunlar söylenebilir; Kongre delegelerinin İstanbul'un rekabet gücünü yerli işletmecilere oranla daha yüksek buldukları görülmüştür. İstanbul'un rekabet gücünü düşük bulan yerli turizm işletmecileri Viyana, Barselona ve Paris'in rekabet gücünü delegelere göre daha yüksek bulmuşlardır. Berlin'in rekabet gücünde istatistiksel olarak farklı olan sadece iki kriterde delegeler daha yüksek puanlarken farklı olan diğer tüm kriterlerde işletmeciler şehri daha güçlü bulmuşlardır. Tüm bu bilgiler ışığında yerli işletmecilerin yerli ve yabancı kongre delegelerine göre İstanbul'a karşı bir önyargılarının olduğu buna karşı kongre delegelerinin İstanbul'un rekabet gücünü yüksek; diğer rakip şehirlerinin rekabet güçlerini yerli turizm işletmecilerinden daha düşük buldukları söylenebilir.

Yerli işletmecilerin kendi yaşadıkları şehre karşı olan bu önyargılarının kırılması, şehre ve turizme dört elle sarılmaları, turizme ve turiste gereken değeri verebilmeleri bakımından önemlidir. İstanbul'un kongre turizminde hak ettiği yere gelebilmesi herşeyden önce halkın kültürel, tarihi ve doğal güzelliklerine sahip çıkabilmeleri dolayısıyla yaşadıkları şehri sevmeleriyle mümkündür. Şehri yerli halkına ve işletmecilerine sevdirmek için daha yaşanılır bir hale getirmek adına yerel yönetimlere büyük görev düşmektedir. İstanbul'da kongre turizminin gelişebilmesi ve yerli halk için daha yaşanılabilir bir şehrin oluşumu için tüm kamu - yerel yönetimlere ve turizmcilere bir takım somut öneriler getirilmiştir. Bunları listelemek yerinde olacaktır;

- Sektörde kalifiye eleman sıkıntısı yaşanmaktadır. Bunun önüne geçmek için kalifiye personele sektörde çalışmak daha çekici hale getirilmelidir.
- Kongre tesislerinin kapasite yetersizliklerinin yanı sıra havalandırma, aydınlatma, ısıtma vb. konularda eksiklikler giderilmelidir. Kongre tesislerinin anlaşılabilir olduğu teknik hizmet birimleri olmalıdır.
- Kongreye katılanların kongre dışında çeşitli sosyal ve kültürel etkinliklere katılmalarına imkan sağlayan tesislerin yeterli olması gerekmektedir. Bu bağlamda kültürel varlıklar restore edilerek işlevlik kazandırılmalıdır

- İstanbul tam olarak keşfedilmemiş yeni bir destinasyondur. Dolayısıyla bu durum avantaja dönüştürülebilir.
- Şehir içi ve toplu ulaşım imkânları iyileştirilerek bilgilendirme levhaları yeniden düzenlenmelidir. Kongre merkezine ve şehir içine ulaşımın kolay olması önemlidir.
- Kent silueti iyileştirilmeli ve kentin simgesi haline gelebilecek kültürel ve tarihi değerler oluşturulmalıdır. Kentsel dönüşüm çalışmalarına gereken hızla devam edilmelidir.
- Paket programlar oluşturularak İstanbul'a kongre amaçlı gelen katılımcıların İstanbul'da dahil olmak üzere yakın illeri de gezebilmelerine imkan tanınmalıdır. İstanbul'a gelen kongre delegesinin kalış süresini uzatabilecek sosyo- kültürel etkinliklerle birlikte çeşitli çevre gezileri organizasyonlarının yapılabilmesi için kamu kuruluşları birlikte hareket ederek engelleri ortadan hep birlikte kaldırmalıdır.
- Engellileri de gözetecek uygulamaların yapılması gerekmektedir.
- İyi bir medya planlaması yapılarak medyanında bölge tanıtımına katkıda bulunması sağlanabilir. Özellikle dizi ve sinema filmleri bu amaçla kullanılabilir.
- Şehrin tarih, kültür ve turizm envanteri çıkarılarak bu envanter üzerinden bir eylem planı oluşturulmalıdır.
- Hükümet ve kamu kongre turizmi sektörünün sorunlarından çok uzaktır. Tüm yerel yönetimlerin girişimcilerin birbirleriyle sinerji oluşturacak şekilde işbirliği içerisinde olmaları gerekmektedir. Hükümet kongre turizmine yönelik planlama çalışmaları yaparak girişimcileri teşvik edici politikalar geliştirmelidir.
- Farklı ulaşım türleri arasında entegrasyonun sağlanarak ulaşım altyapısı geliştirilmelidir. Raylı sistem ağırlıklı bir toplu taşıma sisteminin geliştirilmesi İstanbul'un trafik sorununa çözüm gibi görünmektedir. Toplu taşımada güvenlik ve konforun geliştirilmesi gereklidir.
- Trafik yoğunluğu olan bölgelerde bireysel araçlarla seyahatin ücretlendirilerek toplu taşımanın teşvik edilmesi. Ulaşımın çevreye etkileri konusunda bilinç artırılmalıdır.
- Çevre kirliliğinin önlenmesi açısından yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesi. Çevre kirliliğinin yanı sıra diğer önemli bir sorun olan gürültü kirliliğini azaltabilecek önlemler hızla harekete geçirilmelidir.
- Şehrin düzensiz, karmaşık ve bakımsız bir görüntü sergilemesi turistik değerleri gölgelemektedir. Bu duruma yol açan trafik ve park sorunu, seyyar satıcı sorunu, yer altına girmesi gereken enerji ve iletişim hatları, temiz olmayan kirliliği bir deniz vb. gibi sorunlar ivedilikle ele alınmalıdır.
- Şehir içindeki yeşil alanların artırılması yol, elektrik, temiz su, telekomünikasyon, kanalizasyon gibi altyapı problemlerinin tekrar gözden geçirilerek gerekli düzenlemeler yapılmalıdır.
- Çocuklar ve gençler için yeni oyun ve spor sahaları, yürüme yolları, yeşil sahalara öngörülmelidir.
- Çevre ile uyumlu dikey konutlar, yollar ve oto park alanları geliştirilmelidir
- Mevcut havaalanlarının yerel ulaşım ağlarına entegre edilmesi gerekmektedir.
- Yerel halka kent kültürü, sorumluluk düşüncesi, iş ve meslek ahlaki eğitimi verilmelidir.
- Kişi başına gelir düzeyi yüksek bölgeler ile gelir düzeyi düşük bölgelerin teknolojileri ve teknikleri arasındaki farklılık ve uyumluluk bir bütünlük oluşturmalıdır
- Yeni iş, meslek eğitimi, kültür ve sanat merkezleri açılmalıdır.
- KOBİ'lerin acil sorunlarını çözmeye, üretim olanaklarını artırmaya yönelik eğitim ve sistem çalışmaları yapılmalıdır.
- İstanbul'daki farklı kültürleri birbirleriyle entegre ederek bir İstanbul kültürü oluşturmak yerli halkın kentine sahip çıkması bakımından önemlidir.
- Hizmet için kuyrukta, sırada bekleme ahlaki değerleri geliştirilmelidir.
- İstanbul'un bir metropol olarak marka haline gelebilmesi için turizmde pazar payı yüksek olan şehirler model olarak alınmalıdır.

#### Kaynakça

Bahar ,O ve M.Kozak (2004), Türkiye'de Turizm Sektörünün Rekabet Gücü analizi Üzerine Bir Alan Araştırması: Muğla Örneği, Muğla Üniversitesi SBE İktisat Ana Bilim Dalı doktora Tezi

Bahar, O. ve Kozak, M. (2007), Advancing Destination Competitiveness Research. Journal of Travel & Tourism Marketing, 22(2), 61–71

Buhalis, D. (2000), Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management, 21, 97–116.

Crouch,G.I.ve Ritchie J.R.B.(1999), Tourism, competitiveness, and societal prosperity.Journal of Business Research 44:137–152

Crouch, G.I.ve Ritchie, J.R.B.(2000), Tourism, competitiveness and societal prosperity. Journal of Business Research, 44., pp. 137-152.

Çetinkaya, A.Ş.(2009), Destination Competitiveness Through The Use of Information and Communication Technologies, European and Mediterranean Conference on Information Systems

D'hauteserre, A.M. (2000), Lessons In Managed Destination Competitiveness: The Case of Foxwoods Casino Resort. Tourism Management. 21(1). 23–32

Dwyer L., Forsyth,P. ve Rao,P. (2000), .The Price Competitiveness of Travel and Tourism: A Comparison of 19 Destinations., Tourism Management,21(1) 9-22

Dwyer, L.,ve Kim,C. (2003), Destination competitiveness: determinants and indicators. Current Issues in Tourism, 6(5), 369-414

Enright, J.M ve Newton, J.(2004),Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach, School of

Business, University of Hong Kong, Pokfulam Road, Hong Kong, *Tourism Management* 25 (2004) 777–788

Gooroochurn, N. ve G. Sugiyarto. (2005), Competitiveness Indicators in the Travel and Tourism Industry. *Tourism Economics*, 25-43.

Hassan, S. S. (2000), Determinants of market competitiveness in an Environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38, 239–245

Kayar, Ç.H ve N. Kozak (2007), Measuring Destination Competitiveness: An Application of the Travel and Tourism Competitiveness Index, *Journal of Hospitality Marketing & Management*,19:203-216,2010

Kozak, M. ve M. Rimmington.(1999),Measuring Tourist Destination Competitiveness: Conceptual Considerations and Empirical Findings. *Hospitality Management*. 273-283

Kozak, M. Ve M.Rimmington (1999), Measuring Tourist Destination Competitiveness: Conceptual Considerations and Empirical Findings, *Hospitality Management* 18 (1999) 273-283

Kozak,M.,Ş. Baloğlu ve O.Bahar (2010). Measuring Destination Competitiveness: Multiple Destinations Versus Multiple Nationalities, *Journal of Hospitality Marketing & Management*,19:56-71

İslamoğlu, A.H. (2003). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Beta Basım Yayın Dağıtım. İstanbul

Meng, F.(2006), An Examination of Destination Competitiveness from the Tourists' Perspective: The Relationship between Quality of Tourism Experience and Perceived Destination Competitiveness, Blacksburg, Virginia

Navickas, V. ve A. Malakauskaite. (2009), The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors. *Engineering Economics*, 37 - 44.

Pansiri, J. (2014), Tourist Motives and Destination Competitiveness: A Gap Analysis Perspective. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 15:3, 217-247,

Rita P.(2000), Web Marketing Tourism Destinations. ECIS Proceedings. Paper 120.<http://aisel.aisnet.org/ecis2000/120>

Wondowossen, T.A., Nakagoshi,N. ve dig. (2014),Competitiveness as an Indicator of Sustainable Development of Tourism: Applying Destination Competitiveness Indicators to Ethiopia, *Journal of Sustainable Development Studies* ISSN 2201-4268 Volume 6, Number 1, 2014, 71-95.



## Termal Otel İşletmelerinde Deneysel Pazarlama Yaklaşımı

Şule ARDIÇ YETİŞ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, Nevşehir

### Özet

Günümüzde termal oteller için sadece işlevsel (sağlık, dinlence, canlılık, tedavi) hizmet boyutları yeterli olmamakta, farklılaşmak için çaba harcamak gerekmektedir. Bu çaba sunulan ürün ve hizmetlerin duygusal (hedonik) ve fonksiyonel (akılcı) boyutlarının ortaya çıkarılması ile oluşan deneyimlerdir. Deneysel pazarlama yeni bir kavramdır ve turizm işletmeleri pazarlama stratejilerinde deneyimlerin kullanılabileceği en önemli hizmet sektörlerinden biridir. Deneysel pazarlama ile termal otel işletmeleri müşteri memnuniyeti ve sadakati sağlamayı amaçlamaktadırlar. Bu nedenle, termal otel işletmelerinin gelecekteki başarısının termal otel misafirlerine istediği tüketici deneyimini yaratabilmesindeki gücüne bağlı olduğunu belirtmek yanlış bir ifade olmayacaktır. Bu çalışmada deneyim ve deneysel pazarlama kavramlarına ilişkin yapılan detaylı literatür taraması ile termal otellerdeki deneysel pazarlamaya yönelik yaklaşımlarına değinmek amaçlanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Deneyim, Deneyim Ekonomisi, Deneysel Pazarlama, Termal Oteller, Termal Otel Deneyimleri.

## Experiential Marketing Approach In Thermal Hotels

### Abstract

Nowadays, only the functional dimension of service (health, leisure, vitality, and treatment) is not sufficient for thermal hotels and efforts have been made to differentiate. These efforts are experiences which have been uncovered products and services offered hedonic and rational dimensions. Experiential marketing is a new concept and experience of marketing strategies used for tourism management is one of the most important service sectors. Thermal hotels with experience marketing are aimed to provide customer satisfaction and loyalty. Therefore, it is not wrong expression that the future success of thermal hotels is depend on power of creating the experience which customer experience of thermal hotels wanted. In this study is aimed that a detailed literature search about experience and experience marketing is referred to perspective of experience marketing in thermal hotels.

**KeyWords:** Experience, Experience Economy, Experiential Marketing, Thermal Hotels, Experiences in Thermal Hotels.

### 1. Giriş

Günümüzde ekonomik faaliyetlerin gelişmesi, küreselleşen rekabet ve tüketicilerin tüketim konusundaki görüşlerindeki değişiklikler işletmelerin pazarlama eğilimlerinde farklılaşma yoluna gitmelerine neden olmuştur. Artık eski müşteri eski müşteri değil, eski pazar eski pazar değil; tüketiciler eskisi gibi kolay ikna olmamakta ve kolay tercih yapamamaktadırlar (Torlak ve Altunışık, 2009: 123). Böyle bir durumda, işletmeler pazarlama stratejilerinde gelenekselden uzaklaşıp tüketicilerin isteklerine cevap verebilecek pazarlama stratejilerine ağırlık vermeye başlamışlardır.

Deneysel pazarlamada tüketici odak noktası olarak düşünüldüğü için, artık tüketicilerin duygularına hitap edecek, şaşırtacak, hayat tarzlarını yansıttak ve kendilerine deneyim sağlayacak ürün ve hizmetleri satın almayı arzulamaktadırlar. Bu anlamda ürün ve hizmet satın alınırken; sadece fonksiyonel fayda değil, yaşanacak duygusal deneyimler de önem kazanmaktadır. Sürekli yaşadığı yerden farklı bir yer görmek, eğlenceli zaman geçirmek, farklı kültürleri tanımak gibi birçok nedenle

seyahat eden turistik tüketici, gittiği yerde sıradan olmayan, eğlenceli, zevkli, unutulmaz deneyimler yaşama isteğindedir. Bu nedenle, farklı tüketim eğilimlerine sahip tüketici kitlesi bulunan turizm ve otelcilik sektöründe, geleneksel pazarlama uygulamalarının yerine deneysel pazarlama uygulamalarına ağırlık verilebilmektedir. Günümüz postmodern turistik tüketicisi, otel işletmelerini basit konaklama yeri olarak görmek yerine unutulmaz ve benzersiz anlar yaşayacağı deneyimleri sunacak mekanlar olarak görmektedir. Bu noktada, otel işletmelerinde somut ve soyut hizmet unsurları yoluyla anılmaya değer duygusal deneyimler yaratılarak, misafir bağlılığı oluşturabilmek ve kendini farklılaştırabilmek önemini giderek artırmaktadır (Uygur ve Doğan, 2013; Oral ve Yetim, 2013; Lin, 2006; Pullman ve Gross, 2004).

İşletmeler sundukları ürün veya hizmetler sonucunda müşteri deneyimlerinin üstünlüğü ile varlıklarını sürdürebilme imkanı bulabilmektedirler. Termal otel işletmeleri gelen misafirlerine sağlık, dinlence ve rekreasyon gibi çeşitli alanlarda hizmet vermektedir. Termal otel işletmeleri misafirlerine diğer otel işletmelerinden farklı

olarak bir mekan içerisinde duygusal, duygusal, eğitici deneyimler sunmaktadır. Bu nedenle termal otel işletmelerinde yaşanan deneyimler çalışma konusu seçilmiştir. Deneyimsel pazarlama ile termal otel işletmeleri müşteri tatmini ve bağlılığı sağlayarak termal otel deneyimlerini çevrelerindeki anlatmalarını sağlamayı amaçlamaktadırlar. Bu nedenle, termal otel işletmelerinin gelecekteki başarısının misafirlerine istediği dinlenme deneyimini yaratabilmesindeki gücüne bağlı olduğunu belirtmek yanlış bir ifade olmayacaktır. Bu çalışmada, pazarlama literatüründe yeni bir konu olan deneyim ve deneyimsel pazarlama kavramından bahsederek, termal otel işletmelerinde deneyimsel pazarlama boyutlarından bahsedilecektir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Deneyim Kavramı

İngilizce literatürde “experience” olarak adlandırılan deneyim, anlaşılması karmaşık bir kavramdır. Pine ve Gilmore (1999) ve Schmitt (1999a), hizmet ekonomisinin ileri bir boyutu olan “deneyim” kavramını yazında ilk kullananlar arasında bulunmaktadır. Pine ve Gilmore ünlü kitapları Deneyim Ekonomisi’nde deneyim sunmak bir işletme için tüketicisine boş zaman geçirebileceği daha kişisel bir tiyatral alan sağlama yolu olarak tanımlamaktadır. Pazarlama açısından deneyim, tüketiciye tüm duyuları ile yararlanma olanağı sunan, fiziksel ve sosyal etkileşimle sahnelenen, anılmaya değer bir yaşayış olarak da ifade edilebilmektedir (Caru ve Cova, 2006; Arnould et al., 2002;

Gupta ve Vajic, 2000; Pine ve Gilmore, 1999; Schmitt, 1999b).

Deneyimin oluşması psikoloji, sosyoloji ve tüketici davranışları gibi birçok alana konu olmaktadır. Pazarlama açısından deneyim, bir çeşit mal ya da hizmetin katma değerli olarak satışa sunulması sonucunda ortaya çıkan bir kavram olarak bilinirken; tüketici davranışı veya sosyolojik açıdan ise; tüketicinin duygusal, sembolik ve dönüşümsel öneme sahip olması şeklinde tanımlanabilmektedir (Caru ve Cova, 2003: 268). Deneyimler, doğal olarak duygusal ve kişiseldir, bu nedenle deneyimlerin arka planında kişisel olarak olayları yorumlama etkisi, kültürel değerler, eski deneyimler, ruh hali ve birçok diğer faktör etkili olmaktadır (Holbrook ve Hirschman, 1982: 133). Deneyim, sıradan bir ürün ve ya hizmet satın almak değil, duygusal olarak toplumun ihtiyaçlarının karşılanması olarak ifade edilmektedir (Berridge, 2007: 120). Deneyim, ürün ve hizmetler kullandıkça ve tüketildikçe ortaya çıkmaktadır. Tüketim deneyimi çok boyutludur; duygular, fanteziler ve mutluluk gibi hedonik boyutları ve tüketim esnasında ortaya çıkan ürün ve hizmet ile ilgili akılcı boyutları içermektedir (Brakus et al, 2009: 53).

Birçok araştırmacı tüketicilerin davranışlarının çevreden etkilendiğini öne sürmektedir (Holbrook ve Hirschman, 1982; Mowen, 1988) ve fiziksel çevre ile tüketicilerin satın alma hareketlerini davranışsal, deneyimsel ve karar verme bakış açıları olarak gruplandırmak mümkün hale gelmektedir. Tablo 1’de bu üç yaklaşımın özelliklerinden bahsedilmektedir.

**Tablo 1.** Tüketici Davranışlarına Üç Bakış

Perspektif	Çevresel Girdiler	Ara Cevap Sistemi	Davranış
<b>Karar Verme</b>	-Karar için bilgi girdileri -Sözlü ve yazılı bilgiler -Maddi yararlar -Ekonomik yararlar	-Bilişimsel odaklanma -Düşüncelerde oluşma -Hafıza aşamaları -Bilişsel cevaplar -Bilgi aşamaları -Yüksek/düşük katılım aşamaları	-Faydalı ürün/hizmet satın alma
<b>Deneyimsel</b>	-Duygusal girdiler -Semboller -Görsel bilgiler -Etkili temalar(korku, sevinç, cinsel gibi ) -Müzik, dokunma, koku	-Duygusal odaklanma -Duyguların oluşması -Duygusal cevaplar -Hayal/Keşif aşamaları -Optimal uyarı ihtiyacı -Karşı durma aşamaları (Tepki)	Duygusal/Deneyimsel ürün/hizmet satın alma -Ani satın alma -Çeşitlilik arama
<b>Davranışsal</b>	-Çevre desteklemesi -Çevrenin fiziksel durumu -Koşulsuz durumlar(para, müzik) -Kültürel değerler ve normlar -Durumsal faktörler	-Ara cevap sistemi tartışmayı reddetme -Farklı tüketicilerin pekiştiricilere farklı cevaplar vermesine izin verme	-Çoğu satın almanın güçlü inanç veya duygu olmadan yapıldığı düşünme -Tüketicilerde çevre etkisi -İlkel tüketim davranışları

(Mowen, 1988: 17)

Yaşadığımız iyi ve ya kötü her şey bizler için deneyim olduğu gibi; tüketicinin de bir marka/ürün/hizmet ve mağaza ile her teması tüketici için bir deneyimdir (Yalçın ve ark., 2008: 83). Tüketiciler, yaşadıkları farklı deneyimlerden, deneyimsel değer elde etmektedirler. Bu değer tüketici memnuniyetini de beraberinde getirmektedir. Bu anlamda tüketicilere deneyimsel değer sunarak tüketici memnuniyeti yaratmak ve bunu tüketici sadakatine dönüştürmek iş dünyasında başarı elde etmek için çok önemli bir faktördür (Yuan et al, 2008: 392).

Tüketicilerin karar verme bakış açısı daha çok faydacı bir yol izlerken, deneyimsel bakış açısı hedonik fayda gözetmektedir. Deneyimsel bakış açısında; sunulan

ürün veya hizmetler duygusal özellikler taşıyarak tüketicilere sunulmaktadır ve burada tüketicinin ürün veya hizmeti kullanırken hissettiği duygular önem taşımaktadır. Çoğu pazarlamacı günümüz postmodern tüketicisinin daha az sadık ve daha talepkar olduğunu ve satın almalar ile kimliğini ortaya çıkardığını belirtmektedirler. Postmodern tüketici tüketimi, kendini ifade eden, yaşam tarzını ortaya koyan ve imajını oluşturan bir üretim süreci olarak düşünmektedir (Azizağaoğlu ve Altunışık, 2012: 37; Şahin, 2007: 364-365; Odabaşı, 2004; Fırat ve Dholakia, 1998: 96). Bu anlamda, pazarlamanın temel misyonunun tüketici deneyimini yönetmek olduğu ve bunu yöneten işletmelerin tüketicilerle uzun süreli bir ilişki yaşayacağı konusunda hemfikir olunmuştur (Kuo ve Lin, 2007: 1).



**Tablo 2.** Ekonomik Ayrımlar

Ekonomik Sunu	Metallar	Mallar	Hizmetler	Denemler
Ekonomi	Tarım	Sanayi	Hizmet	Deneyim
Ekonomi İşlev	Elde Etmek	İmal Etme	Sağlama	Sahneleme
Sunum Niteliği	Geri Ödenebilir	Dokunulabilir	Dokunulamaz	Hatırlanabilir
Ana Özellik	Doğal	Standart	Özelleştirilmiş	Kişisel
Arz Yöntemi	Yığınlar Halinde Depolama	Üretim Sonrası Envanter	Talep Üzerine Sağlama	Belirli Bir Sürede Gösterme
Satıcı	Tüccar	Üretici	Sağlayıcı	Sahneyeleyen
Alıcı	Pazar	Kullanıcı	Müşteri	Konuk
Talep Faktörleri	Nitelikler	Özellikler	Yararlar	Duyumlar

(Pine ve Gilmore, 1999: 6; Pine ve Gilmore, 1998: 98).

Pine ve Gilmore (1999: 2), deneyimin önceden beri var olan bir kavram olduğunu ama daha önce dile getirilmeyen bir sonuç olduğunu, deneyimin sonuç olarak görülmesi işletmeler için ileride büyüme ve rakipsiz hale gelmekte bir anahtar olarak kullanılacağını belirtmektedirler. Yoğun rekabet ortamında ürünleri sadece hizmetlerle desteklemek ya da farklı bir hizmet sunmak yetersiz kalmaktadır. İşletmelerin ekonomik bir değer ya da tüketici değeri yaratabilmesi için “eşsiz, unutulmaz bir deneyim” yaratarak farklılık sağlaması ve tüketici sadakatini yaratması kaçınılmaz olmuştur (Günay, 2008: 182). Bu anlamda deneyim sahneye çıkmış bir kahraman, iş dünyası ise bir sahne olarak betimlenmiştir. Bu oyunda şirketlerin görevi tüketicilerin aklında rakiplerine göre daha fazla kalabilmek için onlara unutamayacakları bir deneyim yaşatmaktır.

Tüketiciler gittikleri bir mağazada bilinçaltılarında davranışlarını etkileyen birçok satın alma yapmaktadır. Tüketicilerin satın alma öncesinde daha önce yaşadıkları deneyimler, aileden gelen alışkanlıklar, alacağı ürün hakkında duyduğu olumlu veya olumsuz söylemler etkili olmaktadır. Satın alma öncesinde tüketiciler ayrıca ürün veya hizmetin özelliklerine dikkat etmektedir. Satın alma bittikten sonra o ürün hakkında geri dönüş önemlidir. Deneyimin büyük bir kısmını satın alma sonrası dönem oluşturmaktadır. Tüketicinin ürün ya da hizmeti satın alırken bir beklentisi vardır ve yaşanan deneyimler beklentilerini olumlu şekilde karşılamış ise; tüketici tekrar aynı deneyimi yaşamak isteyecektir.

Tüketici davranışında giderek tüketim deneyiminin, ürün anlamlarının ve tüketim sembolizminin önemi artmaktadır. Örneğin; tüketicilerin Starbucks'a olan ilgisi sadece kahvesinin lezzetli olmasına değil; aynı zamanda orada hoş zaman geçirebilmesi, evinde gibi internete girip işlerini halledebilmesi, ayrıca arkadaşları ile sosyal sohbetleri burada gerçekleştirip unutamadığı anlar yaşayabilmesi olarak gösterilebilmektedir. Benzer şekilde Kahveci Mehmet Efendi Eminönü'nde sokaktan girer girmez bir kahve kokusu tüm duyarlarımızı uyarmaktadır. Mağazaya gittiğimizde bir yanda nostaljik fincanlarda kahve servisi yapan kahveci güzeli; diğer yanda kahve değirmeninin müzik gibi sesiyle kahveyi öğütmesi mağazanın önünden geçenleri bile potansiyel müşteri haline getirebilmektedir. Bu durum mağazaya giren tüketicilere kendilerini birden belki çocukluk zamanlarını, belki de yaşamadığı fakat büyüklerinden dinlediği anıları hatırlatmaktadır. Kahveci Mehmet Efendi, duyulara ve duygulara yönelik deneyimlerini ön plana çıkarmaktadır.

### 1.1. Deneysel Pazarlama

Ekonomi ve teknoloji her geçen gün bir adım daha ilerlerken; ürün ve hizmetler bu ilerleyiş içerisinde yerlerini deneyimlere bırakmaktadır. Tüketiciler aldıkları ürün ve hizmetlerle birlikte heyecan, mutluluk, zevk yaşamak istemektedirler. Pazarlamacıların tüketicilerin bu isteklerini yerine getirebilmek ve kendi ürün ve hizmetlerini satılabilmek için tüketicileri ürüne çekecek şekilde stratejilerini değiştirmesi gerekmektedir.

Dilimize Deneysel Pazarlama olarak çevrilen “Experiential Marketing” şirketin tüketicilerinin deneyimlerinden yararlanması esasına dayanmaktadır. Pazarlamacılar yıllardır tüketiciye odaklanma konusunu işlemektedir. Ancak, mevcut pazarlama kavramlarına bakıldığında çoğunun ürün ve üretim odaklı oldukları görülür. Deneysel pazarlama, ürünün fonksiyonel özellikleri ve faydaları yerine, tüketicinin deneyimlerini anlamaya odaklıdır. Deneyimler tüketicilerin hangi özelliklerden hoşlandığını ortaya koymaktadır (Tenekecioğlu ve ark., 2009: 265). Deneysel pazarlamada tüketicinin zevk aldığı faaliyetleri, estetik ve güzellik arayışı, sembolik anlamları, farklı olma, haz alma, hayal kurma, yaratıcılığı ve duygusal ihtiyaçları karşılanabilmektedir (Holbrook ve Hirschman, 1982: 138). Deneysel pazarlama, işletmeleri pazar içerisinde deneyim oluşturmalarına teşvik etmektedir ve gerçek ya da hayali ortamlar hazırlayarak tüketicilerin isteklerini açığa çıkarmasına yardımcı olmaktadır. Bu noktada deneysel pazarlama tüketici odaklı olduğu ve aynı olayda her bir tüketicinin farklı bir deneyim yaşadığı söylenebilmektedir (Günay, 2008: 183). Böylece tüketiciler istediği deneyimi işletmelerin sunduğu mal veya hizmetlerde elde edebilecektir (Gilmore ve Pine, 2002: 5).

Deneyimler tüketicileri dışarıdan etkileyen uyarıcılardır, bu yüzden pazarlamacılar tüketicileri etkilemek için bu uyarıcılara ihtiyaç duymaktadır (Kao et al, 2008: 164). İşletmelerden tüketicilerin unutulmaz, eşsiz bir deneyim yaşamasını sağlayarak ortaya paha biçilmez bir değer sunulması beklenmektedir. Bu değer olumlu olması tüketicinin işletmede yaşadığı deneyimin akılda kalıcı; olumsuz olması ise işletmenin tüketicinin zihninde kalıcı olmayacağını ifade etmektedir.

Schmitt (1999b), pazarlamada değişen koşullardan ve tüketicilerin satın alma sürecindeki davranışlarından yola çıkarak; geleneksel pazarlamadan deneysel bir pazarlama anlayışına doğru bir geçişin söz konusu olduğundan bahsetmiştir. Deneysel pazarlamada asıl önemli olan tüketici deneyimleridir. Bu noktada Schmitt (1999a; 1999b), deneysel pazarlamayı ilk olarak; bireysel tüketici, sonra olayı araştıran veya katılan, motive edilen ve tanımlayıcı

fikirler ya da tüketim davranışları oluşturan şekilde tanımlanmaktadır (Wang ve Lin, 2010: 110). Deneyimler, fonksiyonel faydalar kullanmak yerine, duysal, duygusal, bilişsel, davranışsal ve ilişkisel değerler sunmaktadır (Schmitt, 1999a: 26). Deneyimler aynı zamanda işletmeler ve tüketicilerin hayat tarzı ve bireysel tüketim durumları ile ilişki kurmaktadır. Tüketim bütünsel bir deneyim olarak kabul edilmektedir. Deneyimsel pazarlama anlayışında tüketiciler rasyonel ve duygusal kişiler olarak görülmektedir. Bunun sebebi ise; tüketim deneyimi çoğunlukla fantezi, hisler ve eğlence amaçlıdır. Deneyimsel pazarlamada kullanılan materyaller ve metotlar eklektiktir (Schmitt, 1999b: 59). Deneyimsel pazarlamanın amacı, aslında bayatlamış deyiş geçilecek şeylere heyecan ve eğlence katmaktır (Kotler, 2005: 29).

**Tablo 3.** Geleneksel Pazarlama ve Deneyimsel Pazarlamaya Doğru Değişim

Geleneksel Pazarlama	Deneyimsel Pazarlama
Fonksiyonel özelliklere önem	Deneyimlere önem
Tüketici analitik	Tüketici duygusal
Ürün kategorisi ve rekabet dar	Rekabet yoğun bütünsel deneyimler
Satın alma karar süreci rasyonel	Satın alma karar süreci değişken materyal seçici

(Schmitt, 1999a: 26; Schmitt, 1999b: 58)

Deneyimsel pazarlama, pazarlamanın satın alma öncesi ve sonrası tasarladığı uyarılar ile meydana getirdiği (bireylik ve bütünlük içeren) özel durumlar ile gerçekleşmektedir (Aykaç ve Kervenoael, 2008: 75). Deneyimsel pazarlamada tüketicilerin deneyimi en önemli yöntem olarak kullanılmaktadır. Tüketicinin yaşadığı deneyimler onların; duyguları, yaşam tarzları, tüketim niyetleri hakkında bilgi vermektedir. (Nagasawa, 2008: 314). Deneyimsel pazarlamanın temellerini stratejik deneyimsel boyutlar ve deneyim sağlayıcılar oluşturmaktadır (Ming, 2010: 191). Örneğin; tüketici pahalı bir şampanya içtiğinde duysal bir deneyim, arkadaşlarıyla sohbet ederek şampanya içtiğinde sosyal bir deneyim yaşamaktadır. Şampanyanın tadıyla eski günleri düşünmek tüketicilere duygusal bir deneyim yaşatırken; tüketici önceki deneyimleri ile şampanyanın aroması ve yapımı ile ilgili bilgiler verirse ilişkisel ve davranışsal bir deneyim elde etmektedir. Tüm bunlar tüketici holistik deneyimleri ile ilgilidir. (Tsai, 2005: 438). Deneyimsel pazarlamanın amacı, bütünlük holistik bir deneyim yaratmaktır, aynı zamanda; duysal, duygusal, bilişsel, davranışsal ve ilişkisel bir özelliğe sahip deneyimleri yaşamaktır (Tsaur et al., 2006: 50) ve bunlar Tablo 4'te belirtilmektedir:

**Tablo 4.** Deneyimsel Pazarlamanın Boyutları

Modüller	Deneyim Etkileri
<b>Duysal Deneyim (Sense)</b>	Beş duyuya hitap eden deneyimler
<b>Duygusal Deneyim (Feel)</b>	Hisler ve ruh haline hitap eden deneyimler
<b>Bilişsel Deneyim (Think)</b>	Yaratıcılığa hitap eden deneyimler
<b>Davranışsal Deneyim (Act)</b>	Yaşam tarzına ve davranışlarına hitap eden deneyimler
<b>İlişkisel Deneyim (Relate)</b>	Sosyal yaşamımızla ve kültürlerle ilgili deneyimler

Schmitt, 1999b: 60'dan uyarlanmıştır.

Deneyimsel pazarlamanın boyutlarından ilki duysal deneyimdir. Schmitt (1999a; 1999b; 2008), duysal deneyim yaratmak amacıyla; görme, tatma, koklama, duyma ve dokunma duyularına başvurulduğunu ifade

etmektedir. Duysal deneyimler, duyulara odaklanmaktadır. Ayrıca; duysal deneyimler duyularımız aracılığıyla zevk sağlamayı, heyecanı ve estetik doyumunu uyarmaktadır (Yang, 2009: 249). Örneğin; Starbucks kahve kokusunun olduğu, her damağa hitap eden farklı kahvelerin tadılabileceği, dekorasyon estetiği ile göz oksayacağı, farklı ve dinlendirici müziklerle duyulara hitap eden bir mekan tasarlayarak duysal deneyime en güzel örnek olarak verilmektedir. Tüketici Starbucks'a giderek tüm duyularına hitap eden bir deneyim yaşamaktadır. Duysal deneyimde, tüketicilere kimi zaman estetik unsurlar sunarak kimi zaman heyecan ve zevk uyandırarak eşsiz ve memnuniyet yaratacak deneyimler sunulmaktadır.

Deneyimsel pazarlamanın boyutlarından bir diğeri duygusal deneyimlerdir. Tüketicilerin satın alma davranışlarının kaynağına gidildiğinde o ürün veya hizmete karşı beslediği duygular ortaya çıkmaktadır. En gizli benlik duyguları tüketim sırasında ortaya çıkmaktadır. Duygusal pazarlama, marka ile ilgili; gurur, sevinç gibi duyguları güçlendiren ve pozitif duygusal deneyimler yaratmak için müşterilerin gizli kalmış his ve duygularına başvuran bir deneyim yaşatmaktadır (Tsaur et al., 2006: 50). Başka bir deyişle; duygusal pazarlama, duygusal deneyimler yaratmak amacıyla müşterilerin gizli duygu ve hislerine odaklanmaktadır. Ülkemizde bayramlar önemini korumaktadır ve akrabalığın, dostluğun ortaya çıktığı günler olarak düşünülmektedir. Kent şekerlerinin bayram öncesinde hazırladığı reklamlar tüketicileri duygusal olarak etkilemektedir. Ayrıca, erkek ürünlerinin çoğunluğunda bayan oyuncuların kullanılması bu ürünü almak için duyguları tetikleyerek tüketicilerin ruh halini değiştirmektedir. Duygusal deneyimler tüketicilerin kişisel hayallerine hitap etmektedir. Hizmet işletmelerinde yüz-yüze etkileşim güçlü duygular nedeniyle en önemli tüketim olayıdır (Schmitt, 1999a: 128). Kişiler arasında güçlü duygular iletişim ve empatiler ile sağlanmaktadır. Birçok hizmet yüz yüze verilmektedir ve bu hizmetler verilirken tüketicilerin yaşadığı duygular deneyimlerini etkilemektedir. Örneğin; danışma hizmeti veren bir işletmede sorularına profesyonel ve yeterli cevap alan tüketici duygusal bir deneyim yaşamaktadır.

Bilişsel deneyimlerde deneyimsel pazarlama boyutları arasında yer almaktadır. Bilişsel pazarlama, problem çözücü deneyimler yaratmak için tüketicileri entelektüel ve yaratıcı düşünmeye teşvik etmektedir (Schmitt ve Rogers, 2008: 117). Bir başka deyişle bilişsel pazarlamanın amacı, tüketicileri yeniden düşünmeye itmek ve onlara yaratıcılık kazandırmaktır (Yang, 2009: 249). Bilişsel pazarlama; tüketicilerin birleşen ve farklılaşan düşüncelerinin aracılığıyla sürprizlerle onları şaşırtmayı, gizemle ilgilerini çekmeyi, kışkırtarak harekete geçirmeyi amaçlamaktadır. Örneğin; bilim müzesi ziyaretçiyi; sürpriz, merak, ilgi ve heyecan gibi duygularla uyarak yaratıcılığa teşvik etmektedir (Tsaur et al., 2006: 51). Bilişsel pazarlama, geniş ürün ve hizmet çeşitliliğine uygundur. Örneğin; Apple ve Genesis Elder Care farklı sektörlerde faaliyette bulunmalarına rağmen, her ikisi de yaratıcı deneyimler ortaya koymaktadır (Schmitt ve Rogers, 2008: 142). Moda ve kozmetik sektöründe bile bilişsel kampanyalar düzenlenmektedir. Örneğin; Eddie Bauer, bayan ve erkek rahat giyim firması, mağazalarında ilham verici bilişsel konseptler kullanmaktadır. Arka planda; göl, dağ, çiçek gibi sakin bir manzarada "ilham verici", hayal et", "sezgilerini

kullan” gibi kelimelerle mağazalarını süsleyerek tüketicilerin hayal güçlerini kullanmalarını istemektedir (Schmitt ve Rogers, 2008: 143).

Davranışsal deneyimlerde pazarlamacılar, müşterilerin davranışlarını, yaşam tarzlarını ve ilişkilerini etkilemeyi amaçlamaktadır. Davranışsal deneyim, tüketicilerin fiziksel hareketleri, davranışlarında uzun vadeli modeller ve yaşam tarzları ile ilgili deneyimler yaratmaktadır (Yuan et al., 2008: 394). Örneğin; İpod’un üreticileri Apple ve Mini Cooper’in yaratıcıları BMW, tüketicilerin yaşam tarzlarının bir parçasından dolayı oluşan öz kimlik ihtiyaçlarını tatmin etmektedirler. Hizmet işletmelerinde de davranışsal deneyimlerden yararlanılmaktadır. Örneğin; Starbucks, mağazalarına gelen tüketicilerin aile ve arkadaşları ile güzel vakit geçirebileceği, aynı zamanda çalışabilmek için uygun bir yer olduğunu düşünmelerini istemektedir (Yang, 2009: 250). Zaman zaman işletmelerin alanında ünlü kişileri sosyal içerikli reklamlarda kullanması ile tüketicilerin yaşamlarını değiştirmeleri ve davranışsal deneyimler yaşamaları hedeflenmektedirler.

İlişkisel pazarlama; duyuşsal, duygusal, bilişsel ve davranışsal deneyimleri içermektedir (Schmitt, 1999a: 62). İlişkisel deneyimler ile tüketici ideal kimliğine ulaşmayı amaçlamaktadır. Tüketicilerin kullandığı ürünlerle bir sembol, simge oluşturduğu artık pazarlamacılar tarafından bilinmektedir. Kozmetik, kişisel bakım ve iç giyim endüstrisinde imaj geliştirme programlarında ilişkisel deneyimler öne çıkmaktadır. Bir ürünü alırken tüketici onunla kendini gerçekleştirmeyi hedeflemektedir. İlişkisel deneyimler kişi ile markanın sosyal anlamını ilişkilendirmek istemektedir. Örneğin; Harley Davidson kullanmak özgür ruhun sembolüdür ve bir yaşam tarzıdır. Harley Davidson kullanıcıları arasında sıkı ilişkiler kurulmaktadır ve marka üzerinde kurulan deneyimin sosyal boyutlarını göstermektedir (Schmitt ve Rogers, 2008: 119). Harley’in reklamlarında “Eğer Harley sürüyorsan, kardeşliğin bir üyesisindir ve eğer sürmüyorsan; değilsindir” sloganı kullanılmaktadır (Schmitt, 1999a: 173). Sosyal kimlik ihtiyacı, bir yere ait olma isteği, ilişkisel deneyimleri tüketicilere yaşatmaktadır. Tüketici ait olmak istediği kimliğe karar vererek deneyimlerini yaşayabilmektedir.

Hizmet işletmelerinde de deneyimler sık kullanılmaktadır. Örneğin; Tchibo, bir kahve markası olarak bilinmesinin yanında mağazanın içerisinde teşhiri yapılan moda ile ilgili ve ya mutfakta kullanılabilecek ürünler hakkında eğitim verilmekte hem de müşterilerin işletme ürünleri hakkında bilgi sahibi olması sağlanmaktadır. Ayrıca mağazada bazı günler hobi başlığı altında ürünlerin sunumu ve workshop çalışmaları yapılmaktadır. Tchibo, bir mekan oluşturarak müşterilerinin duyuşsal, duygusal olarak da olay içerisinde etkileşim halinde olmasını ve deneyimlerini ürünlerinin pazarlanmasına yansıtmayı amaçlamaktadır.

Özetle, deneyimsel pazarlamanın temel bileşeni deneyimdir ve işletmeler tüketiciler için özel alanlar, atmosferler, yeni yerleşim düzenleri gibi farklı uyarıcılar yaratarak, tüketicilerin bu uyarılara karşılık vermelerini amaçlamaktadır. Ayrıca tüketimleri sonucunda deneyim elde ederek zevk, eğlence gibi farklı duygular, farklı anlayışlar kazanmaları hedeflenmektedir (Yuan et al, 2008: 388).

### 3. Termal Otel İşletmelerinde Deneyimsel Pazarlama Yaklaşımı

Günümüzde tüketicilerin çalışma hayatında yoğun zaman harcaması, zamanla sağlık sorunlarının artması, çalışma zamanlarının dışında kısa süreli tatil yapma isteği, boş zamanları değerlendirme gibi istekler termal otellerin kapılarını çalma nedeni olarak gösterilmektedir. Bu bakımdan tüketicilerin termal otellere taleplerinin artması ve termal otel sayısının giderek çoğalması; ürün ve hizmetlerden farklı rakiplerin taklit edemeyeceği benzersiz deneyimler sunma gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Termalizm, yalnızca hasta insanlara değil, sağlıklı insanlara da hitap etmekte; zinde olmak, güzelleşmek, rahatlamak amaçlarıyla da kullanılmaktadır (Türksoy ve Türksoy, 2010: 704). Bu amaçla tüketicilerin sürekli konutlarının bulunduğu yerlerin dışına seyahat etmeleri ve konaklamaları termal turizmi oluşturmaktadır ve termal otel kavramını gündeme getirmektedir. Ülker’e göre (1986: 207), termal turizm işletmeleri; “kaplıca, içme, deniz suları, çamur vb. maddeler ya da solunum yolu ile veya elektrikli ve diğer mekanik gereçlerle, masaj ve beden eğitimi şeklinde veya iklimden yararlanılarak insan sağlığını korumak amacı ile doktor denetiminde yapılan kür uygulama türlerinden birinin veya birkaçının birlikte yapıldığı tesisler” şeklinde tanımlanmaktadır.

Bir termal otel işletmesi, klasik turizm tesis ve işletmelerine göre %30 farklılık göstermektedir (Çevirgen, 1996: 40). Termal otel işletmelerinin diğer işletmelerden farklılık göstermesi; onlara diğer işletmelerden farklı olarak şu özellikleri kazandırmıştır:

- İlk olarak; termal otel işletmeleri, değişik yaş gruplarında olan misafirlerine 21 gün gibi uzun bir süre tedavi amaçlı hizmetin yanı sıra eğlence, dinlenme gibi rekreasyon faaliyetleri de sunmaktadır. Diğer otellerden farklı olarak yeme-içme, eğlence, konaklama gibi hizmetlerin dışında termal sular ile çok çeşitli kürlerden oluşan bir kür merkezini bünyesinde bulundurması en önemli özelliğidir.

- 12 ay kür uygulamalarının sürdürüldüğü ve turizm hareketlerinin görüldüğü termal otel işletmeleri, bu özellikleriyle birer dinlenme ve eğlenme merkezi niteliği taşımaktadır.

- Sağlık ve rekreasyon hizmeti veren işletmeler kendi başlarına başarıya ulaşamazlar. Bu yüzden; termal otel işletmeleri personel ve turistler arasında sürekli iletişim kurma niteliği taşımaktadır (Kozak, 1992: 36). Ayrıca bölümler arası koordinasyon termal otellerde ayrı bir niteliktedir. Gelen misafirlerin katıldıkları faaliyetlere göre bir menü hazırlayabilmelidir.

Tüketici; ürün ve hizmetleri tamamen kişisel veya ailesel gereksinimleri için kullanan ya da tüketen kişi olarak belirtilmektedir (Tayfun ve Yıldırım, 2010: 46). Turistik tüketici ise turistik ürünleri ihtiyacını tatmin edebilmek amacıyla kullanan kişidir. Turistik tüketici tatil seçimini bütçe ve zaman kısıtlarına göre gerçekleştirmektedir. Karar verme sürecinde turistik tüketicinin yaşadığı duyuşsal, duygusal, bilişsel ilişkisel ve davranışsal deneyimler etkili olabilmektedir. Deneyimlerin kalınacak yer seçiminde önemli rol oynadığını gösteren çalışmalar bulunmaktadır (Holbrook ve Hirschman, 1982; MacInnis ve Price, 1987; Goosens, 2000; Demir, 2010a; Demir 2010b; Demir ve Kozak, 2011). Turistik tüketici için konaklayacağı yerin

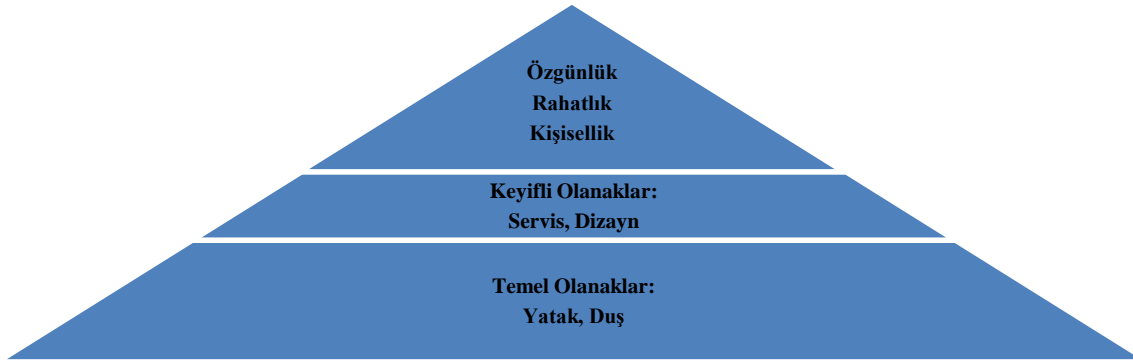
seçimi önem taşımaktadır. Çünkü konaklama işletmesinin seçimi için fazlaca harcama yapılmaktadır ve belirsizlik içermektedir. Bu noktada deneyimler belirsizliği azaltarak konaklama işletmesi seçiminde önemli etkiye sahiptir.

Fiziksel, duygusal ve bilişsel aktivitelere katılımın bir sonucu olan deneyimler, tüketicilerin kişisel ve zihinsel özelliklerinde olduğu kadar, deneyimi yaşadıkları mekâna göre de farklılaşmaktadır. Tüketiciler bir işletme ile etkileşimde bulduklarında her zaman bir deneyime sahip olurlar. Bir tüketicinin bir mekân ya da deneyim alanı ile ilişkili bütüncül deneyimi, kronolojik bir olaylar dizisi ya da süreçlerinin aksine, orayla etkileşimde bulunduğu anlarda sağladığı hislerle ya da duygularla ilgili olmaktadır (Uygun, 2009: 14-15).

Holbrook ve Hirschman (1982), tüketicilerin ürün ve hizmetleri sadece problemleri çözmek ya da üretim yapmak için satın almadıklarını, aynı zamanda deneyimlerinden eğlenmekte, hoş zaman geçirebildiklerini dile getirmektedirler. Bu davranış şekli turizm ve hizmet işletmeleri için önemlidir ( Lee ve Chang, 2012: 105). Turizm alanında turistler katıldıkları faaliyetlerden zevk almak ve unutulmaz, akılda kalıcı deneyimler yaşamak istemektedir. Turist memnuniyeti turizm faaliyetleri boyunca deneyimlerinin bilinmesinde önemli bir göstergedir (Lee ve Chang, 2012: 105).

Boş zamanlarını, dinlenmek, eğlenmek, sağlık bulmak ve farklı deneyimler yaşamak için değerlendirme isteğinde olan turistik tüketiciler, bu isteklerini gerçekleştirebilmek için gittiği termal otel işletmesinde konaklamaktadır. Dolayısıyla, turistik tüketiciler için özel bir mekân olan termal otel işletmeleri bir deneyim alanıdır. Bu açıdan bakıldığında termal otel işletmesinin deneyim alanındaki turist, bireysel tüketicidir ve bir olay onun deneyimini tetikler ya da keyifli kılar. Turistlerin bu termal oteldeki deneyimlerinden çıkardıkları kişisel anlar, turistler açısından değer belirleyicisi olan şeylerdir.

Otel işletmeleri açısından turistik tüketici ihtiyaçları üç basamakta değerlendirilmekte ve bu ihtiyaçlar doğrultusunda misafire çeşitli olanaklar sunulmaktadır. Şekil 1’de belirtildiği üzere; basamaklardan ilki, misafirin temel ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olan yatak ve duş olanaklarıdır. Bunlar oldukça kişisel aktivitelerdir. İkinci basamak misafirin keyifli zaman geçirmesini sağlamaya yönelik servis ve dizayn olanaklarıdır. Bunlar da fonksiyonelliğin yanı sıra duygusal ve duygusal uyarı düzeyi yüksek olan faaliyetlerdir. Piramidin üçüncü ve son basamağı ise, misafire özgü, ona rahatlık sağlayacak ve kendini özel hissettirecek uyarı düzeyi çok yüksek olan olanaklardır.



Şekil 1. Otel Misafirlerinin Genel İhtiyaç Değerlendirmesi (Freund de Klumbis, 2003: 1)

Üç basamaktan oluşan turistik tüketici ihtiyaçlarını değerlendirmede her otel işletmesi farklı düzeydedir. Piramidin birinci ve ikinci basamağını tüm otel işletmeleri sağlarken termal otel işletmeleri temel olanaklarda duşun yanı sıra termal küp, banyo ve tedavi imkanı sunmaktadır. Ayrıca ikinci basamakta, termal otel işletmelerinin diğer otel işletmelerinden farklı olarak personelin daha deneyimli olması gerekmektedir. Son basamakta ise, termal otel işletmelerine gelen misafirlerin rahatlığı ve birebir iletişim ağır basmaktadır.

Turistler açısından modern bir otel “sadece uyumak için bir yer değil ayrıca dizaynı, görünüşü ve rahatlığı ile romantik bir deneyimdir” (Freund de Klumbis, 2003: 1). Termal oteller diğer otel türlerinden farklı olarak tüketicilerine eşsiz bir deneyim sunmaktadırlar. Bunu başarma nedenleri ise; termal oteller diğer otellerden farklı olarak tüketicilerini çok iyi tanımakta ve onların ihtiyaçlarına ve tercihlerine uygun hizmetler sunmaktadırlar (Aliukeviciute, 2011: 1).

Günümüz tüketicileri bir otelde teknolojik donanım ya da son model eşyalar gibi rasyonel unsurları önemsemekle birlikte, duyularına ve duygularına hitap edecek üst düzey

unsurları da fazlasıyla önemsemektedirler. Bu anlamda termal otel deneyimleri akılcı ve hedonik olarak ikiye ayrılmaktadır. Akılcı deneyim; üründe bulunması gereken fiziksel özellikler olup, hedonik deneyim; koku, ses, görünüş, tat ve dokunma ile ilgili özelliklerdir (Berry et al, 2002: 86). Bu noktadan hareketle, termal otel işletmeleri turistik tüketicilerin beş duyusuna farklı şekillerde hitap edebilmektedir. Örneğin; bir termal otel işletmesinin bulunduğu konum veya otelin binası, kullanılan mobilyalar gibi fiziksel unsurlar dokusal uyarı; aydınlatma ve dekorasyon görsel uyarı; temizlik ve etrafa yayılan aromatik kokular kokusal uyarı; hoş bir müzik ya da sessiz bir atmosfer işitsel uyarı; sunulan farklı ve yöresel lezzetler ise tatsal uyarı düzeylerini harekete geçirmektedir. Önemli olan tüm bu uyarıcı faktörlerin doğru bir şekilde düzenlenmesi ve tüketicinin tam bir otel deneyimi yaşamasını sağlayacak güce sahip olmasıdır (Freund de Klumbis, 2003: 3-4). Termal otel işletmelerinde otelin tasarımı, havuzların ve küp merkezlerinin konumu gibi estetik unsurlar deneyimin bir parçasıdır. Termal otele gelen misafirlerin estetik deneyim anlamında tek istedikleri sadece orada olmaktır.

Termal otel işletmelerinde çeşitli deneyimler bir arada yaşanmaktadır. Termal otellere gelerek günlük hayatın koşurmasından kurtulmayı amaçlayan otel misafirleri unutulmaz bir kaçış deneyimi yaşamayı arzulamaktadırlar. Otelin fark yaratıcı hizmeti olan termal aktivitelerde misafirlere eğitim deneyimi sunulmaktadır. Bu anlamda eğitim deneyimi, misafirlere bilgi ve beceri kazandırıldığı bunun yanı sıra, yeni bilgileri için imkan veren ortamı oluşturmaktadır. Tüketiciler eğlenceli ve eğitici buldukları hoş zaman geçirdikleri işletmelere karşı sempati kurabilmektedirler ve tüketicilerin buraları tekrar ziyaret etme istekleri artmaktadır. Termal oteller turizm sektöründe yer almaları nedeniyle, her şeyden önce eğlence sektörü içerisinde yer almaktadırlar. Tüketici termal otelleri sadece dinlenmek ve sağlık için değil, aynı zamanda da güzel vakit geçirmek ve hoş bir deneyim yaşamak için tercih edebilmektedir. Termal otel kapsamında eğlence deneyimi, termal havuzlar, yiyecek-içecek alanları, terapi salonları ve masaj bölümleri gibi unsurları içeren tüketim deneyimini içermektedir. Tatillerde aile bireyleri bir araya gelebilmektedir. Sosyal deneyim kapsamında ailecek yapılan bir otel deneyimi yıllar geçse dahi ailecek yapılabilecek bir sohbet konusu yaşanılmış unutulmaz bir anı olarak kalabilmektedir. Bu anlamda termal otellerde sosyal deneyimler, genel oturma alanları olan lobilerde, genel kullanıma açık alanlarda diğer misafirlerle etkileşimde bulunarak, personelle yaşanan etkileşimlerle yaşanabilmektedir.

Rekabetin her geçen gün arttığı hizmet işletmelerinde tüketicilerin termal otel işletmesi için olumlu duygulara sahip olması rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Akılcı ve hedonik deneyimlerin dengeli bir şekilde bulunduğu termal otel işletmelerinde tüketiciler işletmeye karşı olumlu duygularla ayrılacaktır. Termal otel deneyimi için hedonik deneyimin yanında akılcı deneyimlerde önem taşımaktadır. Termal otel işletmelerinde sunulan hizmetin ekonomik değeri, tüketici ile ilgilenen personelin hizmet becerisi, misafirperverliği, dış görünümü, ihtiyaçları anlama ve misafire bireysel ilgi gösterme özellikleri, otelin genel alanlarının ve odalarının temiz, hijyenik, hoş kokulu ve havalanmış olması dengeli bir akılcı deneyim oluşturmaktadır. Sonuç olarak, termal oteller, hizmet kalitesi ve rahatlığı, değişik bir ambiyans yaratması ve unutulmaz deneyimler yaşatması ile hem duygusal (hedonik) hem de rasyonel (akılcı) hizmet deneyimleri sunmaktadırlar.

#### 4. Sonuç

Günümüzde ekonomik faaliyetlerin değişmesi, rekabetin küreselleşmesi ve tüketicilerin bakış açılarının giderek zenginleşmesi işletmelerin pazarlama eğilimlerinde farklılaşma yoluna gitmelerine neden olmuştur. Değişen tüketici istekleri işletmelerin pazarlama stratejilerinde değişiklik yapmasını gündeme getirmiştir. Bu çalışmada sadece termal otel işletmeleri kapsamında deneyimsel pazarlama ve tüketicilere unutulmaz bir termal otel deneyimi yaşatma konularına ilişkin kavramsal bir çerçeve çizmek amaçlanmıştır. Termal otel işletmeleri misafirlerine diğer otel işletmelerinden farklı olarak bir mekan içerisinde duygusal, duygusal, eğitici, sosyal deneyimler sunmaktadır. Bu nedenle termal otel işletmelerinde yaşanan deneyimler çalışma konusu seçilmiştir. Araştırmanın genellenebilirliğinin bu durum dikkate alınarak ele alınması yararlı olacaktır. Bu sınırlılıkları aşmak için başka hizmet

işletmelerinde benzer veya uygulamalı araştırmalar yürütmek faydalı sonuçlar sağlayabilir.

Her bir tüketicinin işletme için önem taşıdığı anlayışını getiren postmodern pazarlama çerçevesinde ortaya çıkan pazarlama kavramlarından birisi de deneyimsel pazarlamadır (Varinli, 2008: 17-18). Deneyimsel pazarlama geleneksel pazarlamanın aksine, tüketim olgusunu rasyonel olduğu kadar çeşitli hedonik boyutları da olan bir deneyim olarak ele almaktadır. Tüketiciler artık sadece mal ya da hizmet satın almamakta, bunun yanı sıra deneyimler de satın almaktadırlar. Aldıkları ürünlerin kendi hayatlarına neler katacağını iyi düşünmekte ve bu nedenle de tercihlerinde oldukça hassas davranmaktadırlar (Torlak ve Altunışık, 2009: 124). Bu doğrultuda, artık tüketiciler standart hale gelmiş ürün ve hizmetlerin fonksiyonelliği yerine kendine vereceği benzersiz ve unutulmaz deneyimlere odaklanmaktadır.

Sürekli yaşadığı yerden farklı bir yer görmek, eğlenceli zaman geçirmek, dinlenmek ve sağlık bulmak gibi birçok nedenle termal otel işletmelerine gelen misafirler, konaklaması boyunca sıradan olmayan, eğlenceli, zevkli, unutulmaz ve benzersiz deneyimler yaşama isteğindedir. Postmodern bakış açısıyla hareket eden günümüz termal otel tüketicileri, otelleri sıradan bir yer değil, görünüşü, rahatlığı ile kendisine benzersiz bir deneyim yaşatacak mekanlar olarak görmektedir. Bu nedenle, farklı tüketim eğilimlerine sahip termal otellerde geleneksel pazarlama uygulamalarının yerine deneyimsel pazarlama uygulamalarına odaklanılmalıdır.

Otel misafirlerinin tatmini, işletmeye bağlılığı ve sunulan hizmet sonunda yaşadıklarını çevresindeki insanlara bahsetmesi, termal otel işletmelerinin rekabet politikaları açısından önemlidir. Pazarlama anlayışı giderek deneyim odaklı bir yol izlemektedir. Bu anlamda, yöneticilerin işletmeleri için deneyimsel pazarlama stratejileri geliştirmeleri ve deneyimi işletme içerisine entegre etmeleri önemlidir. Termal otel yöneticilerinin özellikle otelin estetik görünümüne (otelin konumu, otelin ve odaların mobilya tasarımı), hijyenik bir ortam yaratılması gereken havuz, lavabo gibi mekanlarda temizliğe dikkat etmeleri tüketicilere eşsiz bir deneyim yaşatma konusunda faydalı sonuçlar sağlayabilir. Bununla birlikte hizmet işletmelerinde personel seçimi tüketicilerin deneyiminde önemli bir unsurdur. Personelin güler yüzlü ve iletişimi kuvvetli kişilerden tercih edilmesi tüketicilerin deneyimlerinde önem kazanmaktadır. Termal otel işletmeleri unutulmaz bir deneyim sunabilmek için öncelikle misafirlerinin beklentilerini öğrenmesi gerekmektedir. Bu beklentilere uygun farklı hizmetler sunulması yararlı olacaktır. Son zamanlarda turistik tüketiciler konaklama işletmesi tercih sürecinde öncelikle tanıtım sitelerini ve otel yorumlarını incelemektedirler. Bu noktada daha önce termal otel gelen misafirlerin deneyimlerini anlattığı bir ortamın oluşturulmasının yararlı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca geçmiş deneyimlerin termal otel seçimindeki önemini anlaşılması ve buna uygun deneyimler sunulmasının turistik tüketicinin gelecekteki davranışlarını da etkileyeceğini ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte, termal otellere gelen misafirlerin yeme-içme ihtiyaçları da karşılanmaktadır. Dolayısıyla farklı konseptler sunan duygusal deneyimlere de hitap edecek ala carte restoranlarında hizmet vermesi termal otel deneyimine artı bir avantaj sağlayacaktır.

Termal otel işletmelerinde sunulan ürün ve hizmetler soyut olması nedeniyle tüketicilerin beklentilerini karşılamak için yöneticilerin deneyim kavramının farkında olmaları önem taşımaktadır. Termal otel misafirleri otel yöneticilerinden temiz/hijyenik, mekansal estetik, eğlence ve sosyal olanaklar, personellerin misafirlere yardımsever ve hoşgörülü olmasını, rahatlık ve konfor beklemektedirler. Yöneticiler misafirlerin hizmet deneyimlerine ilişkin beklentilerini iyi anlamak, bu beklentileri etkin bir şekilde karşılamak ihtiyacındadırlar. Akılcı ve hedonik deneyimler açısından tüketicilerin beklentilerini karşılamaya ilişkin gerekli yatırımların yapılarak, bu anlamda rakiplerden farklılaşmak, hizmet işletmelerine önemli getiriler sağlayacaktır.

### Kaynakça

- Aliukeviciute, M. (2011). Boutique Hotels' Evolution, Geriausi Kauno Kolegijos Studentų Tiriameji / Kūrybiniai Darbai, Vol 3, No: 1, <https://ojs.kauko.lt/index.php/stmd/article/download/233/229>, Erişim Tarihi: 2015.
- Altunışık, R. (2009). Turizm İşletmelerinde Pazarlamanın Temelleri ve İki Farklı Pencerden Pazarlama Yönetimi: Üretici ve Tüketici Bakış Açısı, Cevdet Avcıkurt, Şehnaz Demirkol ve Burhanettin Zengin (Ed.). Turizm İşletmelerinin Pazarlanmasında 7P ve 7C içinde (s.7-47). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Arnould, E.J., Price, L. ve Zinkhan, G. (2002). Consumers, New York: McGraw-Hill, NY.
- Aykaç, S., Ö ve Kervenoael, de R. (2008). Türkiye'de E-Bankacılık: Tüketici Deneyimleri, 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Nevşehir Üniversitesi İ.İ.B.F., 25-29 Ekim 2008, Nevşehir: 73-81.
- Azizağaoğlu, A. ve Altunışık, R. (2012). Postmodernizm, Sembolik Tüketim ve Marka, Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 4(2): 33-50.
- Berridge, G. (2007). Events Design and Experience, Event Management Series, Elsevier.
- Berry, L. L., Carbone, L. P., Haeckel, S. H., (2002). Managing The Total Customer Experience. MIT Sloan Management Review, 43 (3): 85-89.
- Brakus, J., J., Schmitt, B., H. ve Zarantonella, L. (2009). Brand Experience: What Is It? How Is It Measured? Does It Affect Loyalty?, Journal of Marketing, 73: 52-68.
- Caru, A. ve Cova, B. (2006). How to Facilitate Immersion in a Consumption Experience: Appropriation Operations and Service Elements, Journal of Consumer Behaviour, 5(1): 4-14.
- Caru, A. ve Cova, B. (2003). Revisiting Consumption Experience: A More Humble but Complete View of the Concept, 3(2): 267-286.
- Çevirgen, A. (1996). Termal Kür Merkezlerinin Rekreatif Amaçlı Gelişimi ve Örnek Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Demir, Ş. Ş. ve Kozak, M., (2011). Turizmde Tüketici Davranışları Modelini Oluşturan Aşamalar Arasındaki İlişki, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 22(1): 19-34.
- Demir, Ş.Ş. (2010a). Tatil Satın Alma Sürecinde İçsel Bilginin Alternatiflerin Değerlendirilmesine Etkisi, 11. Ulusal Turizm Kongresi, 2-5 Kasım 2010, Kuşadası: 590-601.
- Demir, Ş. Ş. (2010b). Tatil Satın Alma Sürecinde İtici Faktörler, Bilgi Arama ve Memnuniyet İlişkisi: Yerli turistler Üzerine Bir Araştırma, İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 1(4): 119-132.
- Firat, A.F. ve Dholakia, N. (1998). Consuming People, From Political Economy To Theaters Of Consumption, Routledge.
- Freund De Klumbis, D. (2003). Seeking The Ultimate Hotel Experience. <http://www.esade.edu/Cedit2003/Pdfs/Danielafreund.Pdf>, Erişim Tarihi, 2015.
- Gilmore, H., J. ve Pine, B., J. II. (2002). Customer Experience Places: The New Offering Frontier, Strategy & Leadership, 30(4): 4-11.
- Goosens, C. (2000). Tourism Information and Pleasure Motivation, Annals of tourism Research, 27(2): 301-321.
- Gupta, S. ve Vajic, M. (2000). The Contextual and Dialectical Nature of Experience, New Service Development. Creating Memorable Experiences, Ed.: J.A. Fitzsimmons ve M. J. Fitzsimmons, Thousand Oaks, CA: Sage: 33-51.
- Günay, N. (2008). Deneyimsel Pazarlama: Süpermarketler Nasıl Deneyim Yaratabilir?, Muhan Sosyal İşletmecilik Kongresi Bildiriler Kitabı, 3-6 Eylül, Kıbrıs: ODTÜ Kuzey Kıbrıs Kampüsü: 181- 192.
- Holbrook, M., B ve Hirschman, E., C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun, Journal of Consumer Research, 9(2): 132-140.
- Kao, Y.F., Huang, L.S. ve Wu, C.H. (2008). Effects of Theatrical Elements on Experiential Quality and Loyalty Intentions on Theme Parks, Asia Pacific Journal of Tourism Research, 13(2): 163-174.
- Kotler, P. (2005). A'dan Z'ye Pazarlama, Pazarlamayla İlgilenen Herkesin Bilmesi Gereken 80 Kavram, Marka Yayınları, İstanbul.
- Kozak, N. (1992). Termal Turizm İşletmeciliği ve Önemi, Anatolia Dergisi, Ankara, 3(3): 33-38.
- Kuo, N.-W. ve Lin, Y.-C. (2007). The Experiential Marketing Framework Under Internet Environment, IEEE, <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=4427783>, Erişim Tarihi, 2015.
- Lee, T. H. ve Chang, Y. S. (2012). The Influence of Experiential Marketing and Activity Involvement on The Loyalty of Wine Tourist in Taiwan, Leisure Studies, 31(1): 103-121.
- Lin, K. M. (2006). An Examination Of The Relationship Between Experiential Marketing Strategy And Guests'



Leisure Behaviour In Taiwan Hot-Spring Hotels, Unpublished of Doctor Sport Academy, United States Sports Academy, Daphne, Alabama.

MacInnis, D.J. ve Price, L.L. (1987). The Role of Imagery in Information Processing: Review and Extensions, *Journal of Consumer Research*, 13(4): 473-491.

Ming, C.Y. (2010). Study On The Impacts of Experiential Marketing and Customers' Satisfaction Based on Relationship Quality, *The International Journal of Organizational Innovation*, 3, (1): 189-210.

Mowen, C, J. (1988). Beyond Consumer Decision Making, *The Journal of Consumer Marketing*, 5(1): 15-25.

Nagasawa, S. (2008). Customer Experience Management: Influencing on Human Kansei yo Management of Technology, *The TQM Journal*, 20, (4): 312-323.

Odabaşı, Y., (2004). Postmodern Pazarlama, Mediacat Yayıncılık, İstanbul.

Oral, S. ve Yetim Çelik, A. (2014). Deneyimsel Değer, Tüketici Tatmini Ve Tüketici Sadakati Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3): 469-497.

Pine, B. J. ve II, Gilmore, H. J. (1999). *The Experience Economy Work Is Theatre Every Business a Stage*, Harvard Business School Press, Boston Massachusetts.

Pine, B., J. ve II, Gilmore, H., J. (1998). Welcome to Experience Economy, *Harvard Business Review*, 76(4): 97-106.

Pullman, E., M. ve Gross, A., M. (2004). Ability of Experience Design Elements to Elicit Emotions and Loyalty Behaviour, *Decision Sciences*, 35(3), USA.

Schmitt, B. ve Rogers, D. 2008. *Handbooks on Brand and Experience Mangement*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Publishing Limited.

Schmitt, B. (1999a). *Experiential Marketing: How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act and Relate to Your Company and Brands*, New York, The Free Press.

Schmitt, B. (1999b). *Experiential Marketing*, *Journal of Marketing Management*, 15(1): 53-67.

Şahin, A. (2007). Postmodern Pazarlama Tüketim ve Tüketici, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Enstitüsü, 12(2): 359-366.

Tayfun, A. ve Yıldırım, M. (2010). Turistlerin Tüketim Davranışları Kültüre/Milliyete Göre Farklılık Gösterir Mi? Alman ve Rus Turistler Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 43-64.

Tenekecioğlu, B., Editör, Tokol, T., Çalık, N., Öztürk, A., Timur, N., Karalar, R., Ersoy, N., F., (2009). *Pazarlama Yönetimi, Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları No: 791, Mart, Eskişehir.*

Tsai, S., P. (2005). Integrated Marketing as Management of Holistic Consumer Experience, *Business Horizons*, 48, (5): 431-441.

Tsaur, H., C. ve Yi-Ti, W., C., H. (2006). The Visitor Behavioral Consequences Of Experiential Marketing: An Empirical Study on Tapei Zoo, *Journal of Travel&Tourism Marketing*, 21, (1): 47-64.

Türksöy, A. ve Türksöy, S., S. (2010). Termal Turizmin Geliştirilmesi Kapsamında Çeşme İlçesi Termal Kaynaklarının Değerlendirilmesi, *Ege Akademik Bakış*, İzmir, 10(2): 701-726.

Uygur Meydan, S. ve Doğan, S. (2013). Deneyimsel Pazarlamanın Müşteri Memnuniyeti Üzerine Etkisi: Restoranlar Üzerine Bir Araştırma, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 37: 33-48.

Uygun, M. (2009). Alışveriş Merkezlerindeki Tüketici Deneyimlerinin "Fotoğraflara Dayalı Öykülemeler" Yoluyla İncelenmesi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim ve Pazarlama Anabilim Dalı, Eskişehir.

Ülker, İ. (1986). Türkiye'de Sağlık Turizmi ve Kaplıca Planlaması, Ankara, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, 1006: (129).

Varinli, İ. (2008). *Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Wang, C., Y. ve Lin, C., H. (2010). A Study Of The Effect Of Tv Drama On Relationships Among Tourists' Experiential Marketing, Experiential Value And Satisfaction, *International Journal of Organizational Innovation*, 2, (3): 107-124.

Yalçın, M., Çobanoğlu, E. ve Erdoğan, İ. (2008). Deneyimsel Perakendecilik: İstanbul'daki Yapı Market/Ev Gelişim Perakendelerinde Bir Uygulama, 13. Ulusal Pazarlama Kongresi, Nevşehir Üniversitesi İ.İ.B.F, Nevşehir: 82-89.

Yang, C., Y. (2009). The Study of Repurchase Intentions in Experiential Marketing -An Empirical Study of the Franchise Restaurant, *International Journal of Organizational Innovation*, 2, (2): 245-261.

Yuan, Y., H., Erin, W. ve Chihkang, K. (2008). Relationships Among Experiential Marketing, Experiential Value and Customer Satisfaction, *Journal of Hospitality&Tourism Research*, 32(3): 387-410.





## Türkiye’de Anonim Şirketlerde Elektronik Genel Kurul Sisteminin Pay Sahiplerinin Yönetime Katılımına Etkileri: BİST 100 Şirketlerinde Bir Araştırma

Mete KARAYEL<sup>1</sup>, Mehmet Alaaddin KOÇAK<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İngilizce İşletme Bölümü, Afyonkarahisar.

<sup>2</sup> Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Uzmanı, Afyonkarahisar.

### Özet

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de anonim şirketlerde son yıllarda uygulanmaya başlanan Elektronik Genel Kurul Sistemi (e-GKS)’nin pay sahiplerinin yönetime katılımına etkilerini ortaya koymaktır. Bu amaçla, Borsa İstanbul 100 (BİST-100) Endeksi’nde yer alan işletmelere ikincil kaynak taraması, anket ve gözlem teknikleri yoluyla veri temin edilmiştir. Elde edilen veriler ışığında e-GKS uygulamasının pay sahiplerinin yıllık genel kurula ve dolayısıyla yönetime katılımına pozitif etki yaptığı belirlenmiştir. Bu durumun ilerleyen yıllarda kurumsal yönetim uygulamalarında yer alan güç boşluğu sorununa çözüm olacağı ve pay sahiplerinin yönetime katılımına önemli katkılar yapacağı öngörülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Elektronik Genel Kurul, Kurumsal Yönetim, Güç Boşluğu Sorunu, Pay Sahiplerinin Yönetime Katılımı.

## The Effects of Virtual Shareholder Meeting on the Participation of Shareholders to Management in Joint Stock Companies in Turkey: A Research on BIST-100 Companies

### Abstract

The aim of this study is to show the effects of Virtual Shareholder Meeting (e-GKS), applied in the recent years by joint stock companies in Turkey, for the participation of shareholders to firm management. With this purpose, data gathered from companies listed in the Borsa İstanbul 100 Index by secondary literature review, survey and direct observation techniques. It was found that e-GKS has a positive effect on the participation of shareholders in general annual meeting and thereby to the management of the firm. This situation will be a solution to the power gap problem in corporate governance practices and will make a great contribution to the participation of shareholders to the firm management.

**KeyWords:** Virtual Shareholder Meeting, Corporate Governance, Power Gap Problem, Shareholder Participation to Management.

### 1. Giriş<sup>1</sup>

18. yüzyılda Endüstri Devrimi sonrasında ortaya çıkan yeni üretim şekilleri, işletmelerin yönetim açısından yeniden yapılanma zorunluluğunu ortaya çıkarmış ve bu değişen üretim anlayışı ile birlikte çok daha fazla sermaye ihtiyacı doğmuştur. Berle ve Means 1932 yılında yayınladıkları ve klasik haline gelen Modern Şirket ve Özel Mülkiyet (The Modern Corporation and Private Property) isimli kitaplarında sermaye sahipliğinin dağınık halde bulunan küçük yatırımcılarda fakat kontrolün yöneticilerin elinde toplandığı şirketlere dikkat çekmişlerdir (Porta vd. 1999:471). İşletmeler, artan sermaye ihtiyacını karşılamak için halka açılma yolunu seçmiş ve sermaye bu yolla tabana yayılmıştır. Böyle bir ortamda, halka açılarak sermayesini büyüten

işletmelerin, faaliyet gösterdiği ülke sınırlarını aşacak kadar büyümesi, yeni yönetim modellerinin ortaya çıkmasına da neden olmuştur.

Küçük yatırımcıların işletme ortağı olmasıyla birlikte, işletme yönetimlerinde temsil sorunları da yaşanmaya başlamıştır. Küçük pay sahiplerinin yıllık genel kurula katılım düzeyi düşüktür. Bunun nedeni genel kurulun yapılacağı şirket merkezine yapacakları seyahatin parasal olarak ve zaman olarak maliyetini üstlenmek istememeleri ve katılsalar dahi alınacak kararlarda etkili olmayacaklarını düşünmeleridir. Bu nedenle genel kurullarda genelde büyük pay sahipleri ve kurumsal yatırımcılar yer almaktadır (Birmhak, 2003:423). Bu durumda yaşanan bir diğer sorun da kurumsal yönetimin asıl konusu olan ve yöneticiler ile pay sahipleri arasındaki çıkar çatışmasını işleyen vekalet problemidir (Jensen ve Meckling, 1976).

Teknolojik gelişmeler özellikle internet teknolojisi sayesinde belge ve görüntü transferi, kolay, ucuz ve yaygın bir duruma gelmiştir. Bilgisayar donanımlarının ve internet hızının yeterli seviyeye gelmesi ile birlikte, bu uygulamalar için gerekli yasal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi ihtiyacı

<sup>1</sup> Bu makale, danışmanlığımı yaptığım 29.12.2014 tarihinde sunulan Afyon Kocatepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince kabul edilen 13.SOS.BİL.13 nolu proje kapsamında desteklenen “Anonim Şirketlerde Elektronik Genel Kurulun Pay Sahiplerinin Katılımına Etkileri: BİST-100 İşletmeleri Üzerine Bir Çalışma” adlı Yüksek Lisans tezinden uyarlanmıştır.

da ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaçlar doğrultusunda, küçük pay sahiplerine de temsil imkânı sağlayan katılım yüksek olduğu genel kurulların gerçekleştirilmesi için bazı düzenlemeler yapılmıştır. Kurumsal yönetimin gereği olan yüksek katımlı yönetim anlayışı ve etkin denetim mekanizmalarının oluşmasına katkı sağlayacağı inancıyla oluşturulan elektronik genel kurul sistemi (e-GKS) bu düzenlemelerin başında yer almaktadır. Bu düzenleme sayesinde pay sahiplerinin coğrafi uzaklık ve genel kurula katılım maliyetleri sorunu ortadan kalkmış ve pay sahiplerine ortağı oldukları işletmelerin genel kurullarında fikirlerini ifade etme şansını sağlanmıştır. Böylece pay sahipleri işletme yönetimine etki etme şansına sahip olmuş ve işletme, organize olmuş küçük grupların etkisiyle belirlenen politikalar, aynı etki doğrultusunda oluşturulan yönetim kurullarının belirlediği stratejiler ve finansal politikalar yerine, çok sesli bir yönetim ile belirlenen stratejilere ve politikalara kavuşma şansına sahip olmuştur. Kuşkusuz yüksek katılım ile birlikte ortaya çıkabilecek yeni görüşler ve ortaya konulacak yeni vizyon da yönetim kurulları için bir zenginlik yaratarak finansal başarıları sağlayabilecek politikalar için sağlam bir zemin oluşturabilmektedir.

Türkiye’de 6102 sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu’nun (YTTK) yürürlüğe girmesiyle birlikte gündeme gelen e-GKS’nin, pay sahiplerinin genel kurullara katılımı üzerindeki etkilerinin incelendiği bu çalışmanın, tüm pay sahipleri için genel kurullardaki temsil hakları ve bu hakların kullanılmasına engel teşkil eden durumlar hakkında farkındalık yaratması ve pay sahiplerinin bu sorunlara yönelik çözüm yöntemleri ile bunların etkileri hakkında bilgi sahibi olması da beklenmektedir.

Bu çalışmada, esas itibarıyla kurumsal yönetim anlayışının önemle üzerinde durduğu temel pay sahipliği haklarından olan “genel kurula katılma ve oy verme hakkının” kullanılması açısından önemli olduğuna inanılan e-GKS ve bu sistemin pay sahiplerinin genel kurullarda temsili açısından ortaya koyduğu performans üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın literatür kısmında kurumsal yönetim kavramından bahsedilmiş, daha sonra elektronik genel kurul kavramı açıklanarak, elektronik genel kurulun pay sahiplerinin yönetime katılımına etkileri anlatılmıştır. Araştırma kısmında ise, BİST 100 Endeksi’nden işlem görmekte işletmeler üzerinde bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada bu uygulamanın pay sahiplerinin yönetime katılımına olan etkisi ikincil kaynaklardan elde edilen verilerle ve birincil kaynaklardan anket ve gözlem yoluyla elde edilen bilgiler ışığında yapılan analizlerle değerlendirilerek sonuç kısmına bu uygulamanın ilerleyen yıllarda daha etkin işlemesi için gerekli öneriler sıralanmıştır.

## 2. Kurumsal Yönetim Kavramı

İngilizce yazında “corporate governance” olarak karşımıza çıkan kavram, Türkçe yazında “kurumsal yönetim” ve “kurumsal yönetişim” olarak karşılık bulmuş ve her iki şekilde de sıklıkla kullanılmaktadır. İlk kez kullanıldığı varsayılan Cadbury Raporu’nda kurumsal yönetim kavramı; şirketlerin yönetildiği ve kontrol edildiği bir sistem olarak tanımlanmaktadır (Cadbury Raporu, 1992).

Shleifer ve Vishny (1997) kurumsal yönetimi benzer şekilde şirketlerin finansal kaynak sağlayıcılarının yatırımlarından bir getiri sağlamak için geliştirdikleri yollarla ilgili bir kavram olarak tanımlamışlardır.

Enron, WorldCom, Parmalat gibi tanınmış şirketlerde yaşanan skandallar sonrasında üst yönetimin etik dışı davranışları basının, kamuoyunun ve siyasilerin dikkatini kurumsal yönetim konusuna çekmiştir (Robins, 2006:35). Sonrasında ise uluslararası alanda OECD öncülüğünde kurumsal yönetim ilkeleri geliştirilmiş ve ülkemizde Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) gibi bir takım kuruluşlar da kurumsal yönetim ilkelerinin yerel piyasalarda hâkim kılınması amacıyla çalışmalar ve düzenlemeler yapmıştır.

27-28 Nisan 1998 tarihlerinde Bakanlar düzeyinde toplanan OECD Konseyi, ulusal hükümetler, ilgili diğer uluslararası kuruluşlar ve özel sektör ile birlikte, OECD’den kurumsal yönetim ile ilgili bir dizi standart ve yol gösterici ilke geliştirmesini talep etmiştir. Bu amaçla, OECD üye ülkelerin konu ile ilgili görüşlerinden hareketle bağlayıcı olmayacak ilkeleri geliştirmek üzere, Kurumsal Yönetim Geçici Özel Çalışma Grubu’nu (Ad-Hoc Task Force on Corporate Governance) oluşturmuştur. OECD tarafından açıklanan Kurumsal Yönetim İlkeleri, “hisseleri menkul kıymetler piyasalarında işlem gören şirketler üzerine yoğunlaşmıştır. Ancak hisseleri menkul kıymetler piyasalarında işlem görmeyen işletmeler için de tavsiye edilmiştir”.

OECD Kurumsal Yönetim İlkeleri, ortakların şirket yönetimine katılmalarını, ortaklık haklarını etkin bir şekilde kullanarak şirket hakkında bilgi edinme ve şirketi denetleme fırsatlarını elde etmesi yönünde oluşturulmuş olan genel kabul görmüş ilkeler olarak değerlendirilebilir. Yukarıda başlıklar halinde belirtilen ilkeler, piyasaların hakkaniyetli bir şekilde işleyişi açısından temel olarak kabul edilmiş olan başlıklar: Sorumluluk, Kamuyu Aydınlatma ve Şeffaflık, Hesap Verme Yükümlülüğü ve Adalet ve Eşitlik.

“Sunulan en iyi uygulamaya yönelik düzenlemelerde ilkelerin birbirini tamamlayıcı olmasına ve tavsiye niteliği taşımasına dikkat edilmesine karşın, yatırımcıların bakış açısıyla cazip bir konumda görünmek isteyen şirketler bu ilkeleri benimsemektedirler.” (Gürbüz ve Ergincan, 2004:18)

Dünya’da genel kabul görmüş olan dört temel ölçüt SPK (2005) tarafından şu şekilde tanımlanmıştır:

*“Eşitlik; şirket yönetiminin tüm faaliyetlerinde, pay ve menfaat sahiplerine eşit davranmasını ve olası çıkar çatışmalarının önüne geçilmesini ifade eder. Şeffaflık; ticari sır niteliğindeki ve henüz kamuya açıklanmamış bilgiler hariç olmak üzere, şirket ile ilgili finansal ve finansal olmayan bilgilerin, zamanında, doğru, eksiksiz, anlaşılabilir, yorumlanabilir, düşük maliyetle kolay erişilebilir bir şekilde kamuya duyurulması yaklaşımıdır. Hesap verebilirlik; yönetim kurulu üyelerinin esas itibarıyla anonim şirket tüzel kişiliğine ve dolayısıyla pay sahiplerine karşı olan hesap verme zorunluluğunu, sorumluluk ise; şirket yönetiminin anonim şirket adına yaptığı tüm faaliyetlerinin mevzuata, esas sözleşmeye ve şirket içi düzenlemelere uygunluğunu ve bunun denetlenmesini ifade eder.”*

Yıllık genel kurul pay sahiplerinin yönetim kurulu üyelerini denetleyebildiği ve yöneticiler tarafından pay sahipleri aleyhine yaşanabilecek suiistimallerin engellenmesinde en önemli kurumsal yönetim araçlarından birisidir (Stratling, 2003:74).

Tüm kurumsal yönetim kodları İngiltere (Higgs), Fransa (Vienot), Belçika (Lippens), ve Hollanda (Tabaksblat) genel kurula pay sahiplerinin haklarını savunabilecekleri bir forum

olarak özel önem göstermektedirler. Bu açıdan ülkemizde yayınlanan SPK Kurumsal Yönetim Kodu da genel kurulun işleyişine özel önem göstermektedir (Jong vd., 2006:354).

Kurumsal Yönetim İlkeleri içerisinde yer alan Pay Sahipleri bölümü, çalışmaya da konu olan, işletmelerde pay sahiplerinin temsil ve denetim haklarını etkin bir şekilde kullanılmasının sağlanmasını içermektedir. Bu hakların kullanılmasındaki yöntem ise pay sahiplerinin en temel hakkı olan “Genel Kurullarda Temsil Edilme ve Oy Kullanma Hakkı” ile ilgili düzenlemelerden geçmektedir.

### 3. Elektronik Genel Kurul

Ülkelerin iç ve dış ticari faaliyetlerinde büyük önemi olan anonim şirketlerin iktisadi fonksiyonları birçok çalışmada ele alınmıştır. Pulaşlı (2013) anonim ortaklığın önemini, ekonomik ve sosyal düzeni kurmak ve işletmek için insanlık tarafından icat edilmiş sanki sihirli bir değnek olarak ortaya koymuştur. Bununla birlikte son yıllarda tüm dünyada yaşanan ekonomik krizin ve daha önceki krizlerin, başta bir takım muhasebe hileleri ve diğer yolsuzluklar neticesinde anonim şirketlerden kaynaklandığını ve bu nedenle kurumsal yönetim ilkelerinin hızlı bir şekilde uygulanmaya başlandığının da unutulmaması gerektiğini ayrıca vurgulamıştır. Üçışık ve Çelik (2013) bu sihirli değneğin en büyük önem ve yararını, “toplumun genelinin yararına sunulamayan, özellikle küçük çaptaki tasarruflara etkili ve verimli bir şekilde ülke ekonomisine katılma imkânı tanınması” olarak açıklamıştır. Bilgili ve Demirkapı (2013) ise anonim şirketlerin iktisadi fonksiyonlarını; “küçük tasarrufların bir araya gelmesini sağlayarak, büyük sermayeler oluşturmak ve bu sermayeleri ekonominin hizmetine sunarak büyük yatırımlar yapılmasına ve önemli projelerin hayata geçirilmesine katkı sağlamak” olarak nitelemiştir. Yapılan çalışmalarda ortaya konulduğu şekilde anonim şirketler ülke ekonomisi açısından mikro ve makro öneme sahiptirler.

Anonim şirketlerde iki zorunlu organ vardır, bunlar yönetim kurulu ve genel kuruldur. Anonim şirkete yatırım yapması beklenen küçük pay sahiplerinin, şirket iradesine etkili olabilecekleri tek imkân olarak genel kurul toplantıları kabul edilmektedir (Üçışık ve Çelik, 2013:217). Genel kurul anonim şirketin karar ve irade organı olup icra yetkisine sahip değildir. Genel kurulun hiçbir organa ya da kişiye devredemeyeceği bazı yetkileri ve görevleri vardır (Bilgili ve Demirkapı:2013). Bu yetki ve görevler, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 408. Maddesinde:

- Yönetim kurulu üyelerinin seçimi, süreleri, ücretleri ile huzur hakkı, ikramiye ve prim gibi haklarının belirlenmesi, ibraları hakkında karar verilmesi ve görevden alınmaları,
- Kanunda öngörülen istisnalar dışında denetçinin seçimi ile görevden alınması,
- Finansal tablolara, yönetim kurulunun yıllık raporuna, yıllık kâr üzerinde tasarrufa, kâr payları ile kazanç paylarının belirlenmesine, yedek akçenin sermayeye veya dağıtılacak kâra katılması dâhil, kullanılmasına dair kararların alınması,
- Ana Sözleşmenin değiştirilmesi, olarak belirtilmektedir.

Yıllık genel kurul bir örgütteki tüm paydaşların (yönetim kurulu başkanı, yönetim kurulu üyeleri, pay sahipleri,

yatırımcılar, denetçiler, şirket yöneticileri, çalışanlar, lobi grupları, analistler, medya, düzenleyiciler ve diğer paydaşlar) aynı yerde bir araya gelmesi ve medya önünde kamuya söylemek istediklerini paylaşma fırsatı sunmaktadır (Apostolides, 2010:140). Aynı zamanda genel kurullar şirketin yönetim kurulu üyelerinin pay sahiplerine yaptıklarıyla ilgili hesap verme imkanı sunmaktadır. Kurumsal yönetimin bir aracı olarak genel kurullar üst yönetimin kontrolünü de sağlamaktadır (Jong vd., 2006:353).

Türkiye'nin gerek İstanbul'un finans merkezi olma hedefleri doğrultusunda, gerekse de Avrupa Birliği Hukuku'na uyum gereklilikleri karşısında yapmış olduğu çalışmalar neticesinde, 6102 sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu 13 Ocak 2011'de kabul edilmiş ve 1 Temmuz 2012 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kanun koyucu, 6102 sayılı TTK'da, pay sahiplerinin genel kurullarda temsil edilme ve oy verme haklarının kullanılması önündeki en büyük engellerden biri olan güç boşluğu sorununa çözüm amacıyla, bazı yenilikler getirmiştir. Bunlardan en önemlisi de şüphesiz ki e-GKS'dir.

e-GKS, şirket ortaklarının, paylarını bloke etmeden elektronik ortamda işlem yapmalarına, temsilci tayin edip oy talimatı vermelerine, görüntü ve ses aktarımı sayesinde fiziken genelde katılmaksızın internet erişimi olan her yerden genel kurulu canlı olarak izlemelerine, görüşülen gündeme ilişkin görüş ve önerilerini eş zamanlı olarak göndermelerine, oylarını toplantıya fiziken katılanlarla eş zamanlı olarak kullanmalarına ve tüm süreçlere ilişkin bilgi ve bildirimleri anlık olarak almalarına olanak sağlayan bir bilişim sistemidir (Merkezi Kayıt Kuruluşu [MKK]:2012).

### 4. Elektronik Genel Kurulun Pay Sahiplerinin Yönetime Katılımı Açısından Önemi

Anonim ortaklıklarda ortak sayısının artmasıyla birlikte, pay sahiplerinin şirket yönetiminde etkili olabilme olanağı azalmaktadır. Bu durum, pay sahiplerinin şirkete yabancılaşmasına ve bu arada şirket yönetiminin herhangi bir kontrol mekanizması olmaksızın faaliyetlerini sürdürmesine neden olmaktadır (Çeker, 2004:1).

Ülkemizde Sermaye Piyasaları Kanunu'nun yürürlüğe girmesi ile birlikte halka açılabilen işletmelerde sermaye kısmen de olsa tabana yayılabilmektedir. Halka açık şirketlerde halka ait olan sermaye miktarında artış olmasına rağmen, yeni pay sahiplerinin genel kurullara olan ilgisizliği “Güç Boşluğu” sorununun ortaya çıkmasına neden olmuştur (Tekinalp:1979).

Halka açık anonim şirketlerde pay sahibinin çok olması ve buna karşılık genel kurullara katılımın çeşitli sebeplerle (genel kurul toplantı yerinin uzaklığı, katılım masrafları, küçük pay sahiplerinin etkili olamayacakları düşünceleri, pay sahiplerinin şirket işlerinden anlamamaları ve ilgi duymamaları vb.) çok düşük düzeyde kalması, anonim şirketlerde "Güç Boşluğu" sorununu gündeme getirmektedir (Can:1999, Kirtil, 2005:91).

Coğrafi uzaklık, birçok şirketin aynı gün ya da saatte genel kurul yapması, genel kurullara katılım için yapılacak olan yol ve konaklama masraflarının yüksek olması ve bu masrafların karşılığını alamayacağını düşünmesi gibi nedenler, pay sahiplerinin genel kurullara katılımının önündeki en büyük engeller olarak görülmektedir. Özellikle uluslararası yatırımcılar için ise hem vekâleten temsil süreci hem de genel kurullara katılmak için hisse senetlerini bloke

ettirme zorunluluğu, sermaye piyasalarımıza yatırımın önündeki diğer engellerdir. Bu durum ise anonim şirketlerin organize olmuş küçük gruplar tarafından kontrol edilmesine yol açmaktadır (Tekinalp:1979). “Hâlbuki özellikle hissedar sayısı binleri bulan büyük Anonim ortaklıklarda modern iletişim tekniklerinin, özellikle de internetin, kullanılmasının gelişen çağın şartlarının bir gereği olduğu açıktır” (Kaya, 2003:212).

Can (1999) çalışmasında, Ansay (1971)’in “anonim şirket (A.Ş.)’lerin olağan genel kurul toplantılarında temsil edilen sermaye oranları” üzerine yaptığı bir araştırmayı aktarmıştır. Bu araştırma sonuçlarına göre; anonim şirketlerin olağan genel kurul toplantısında %80’den fazla sermayenin temsil edildiği haller:

5 ortaklı A.Ş.	:	%75
51-100 ortaklı A.Ş.	:	%41
100’den fazla ortaklı A.Ş.	:	%20

Bu sonuçlarda pay sahibi sayısı arttıkça genel kurulda temsil edilen sermayenin oranında bir azalma göze çarpmaktadır.

1001 ve daha çok ortaklı anonim şirket genel kurullarında:	
%71-80 sermayenin temsil edildiği haller:	%30
%61-70 sermayenin temsil edildiği haller:	%10
%41-60 sermayenin temsil edildiği haller	%25

olarak gerçekleşmiştir ve Ansay (1971) bu istatistiki rakamlar ile şu sonuca varmıştır: “Çok ortaklı anonim şirketlerin genel kurul toplantılarında daha az, az ortaklı anonim şirket genel kurullarında daha fazla sermaye temsil edilmektedir.” Bu araştırmanın sonuçları göz önüne alındığında, araştırmaya da konu olan borsaya kote olmuş çok ortaklı işletmelerin güç boşluğu sorununu en fazla yaşayan işletmeler olması beklenmektedir.

Mesafeler pay sahipleri ile şirketlerin yönetim kurulu üyeleri arasındaki uzaklığı artırarak onları birbirinden ayırmaktadır (Tudway ve Pascal, 2006:307). Bu nedenle elektronik genel kurul mesafeleri ortadan kaldırarak pay sahiplerin yönetimde katılmaları için önemli bir araç olarak görülebilir.

Dünyada kurumsal yönetim üzerine yapılan düzenlemeler özellikle tüm pay sahiplerinin yönetime etkin bir şekilde katılmasını sağlamaya yöneliktir. Bu bağlamda elektronik genel kurul sisteminin en önemli katkısı küçük pay sahiplerinin de yönetime katılmasının sağlanmasıdır.

Elektronik iletişim, düşük maliyetli ve coğrafik olarak sınırsız araçlar sunarak daha fazla pay sahibinin genel kurula katılması açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyel sanal toplantılar yoluyla sağlanabilir. Bu toplantılarda fiziksel olarak bir araya gelenlerin internetten canlı sunulması ve uzaktan katılan gözlemcilerin de sorularını mesaj atmaları ve tam zamanlı olarak elektronik oy kullanmalarıyla sağlanabilir (Boros, 2004:15).

Genel kurul kararlarının bütün pay sahiplerinin menfaatleri açısından isabetli ve yerinde olması, önemli ölçüde katılımın oranıyla bağlantılı ve ilgilidir. Bu nedenle, genel kurul toplantılarının internet destekli yapılmasının pay sahiplerinin menfaatlerinin optimum düzeyde gerçekleştirilmesine yardımcı olacağı açıktır (Pulaşlı:2011).

Bununla birlikte batılı ülkelerin çoğunda pay sahiplerinin video konferans sistemiyle genel kurula katılmalarını ve

oylarını e-posta yoluyla göndermelerini sağlayan sistemler mevcuttur. Fakat genel kurulun amacı pay sahipleriyle yönetim kurulu üyelerinin bir araya gelip tartışabileceği bir ortam sağlamaktır. Bu nedenle elektronik genel kurul uygulaması pay sahiplerinin eş zamanlı olarak tartışmalarda fikir sunma ve yönetimle sorunları tartışma imkanı tanınmasıyla video konferans sistemi ve e-postayla oy kullanma sistemine göre daha da etkin bir yönetime katılma aracı olarak kabul edilebilir (Van der Krans, 2007:32).

Düşük maliyetli ve coğrafi olarak sınırsız bir alanda pay sahiplerine hizmet ediyor olması yanında e-GKS pay sahiplerine genel kurulda oy kullanma sürecini izleme ve takip etme imkanı da vermektedir (Eisenhofer ve Barry, 2013:47).

Pay sahiplerinin, ortaklık haklarını kullanmasını sağlayarak, işletmenin alacağı kararlardaki etkinliğini artırması amacıyla yapılan düzenlemeler arasında en fazla etkiyi sağlaması umulan e-GKS, yaygın ve ucuz iletişim sayesinde, küçük yatırımcıların, sahip oldukları hisselerin piyasa fiyatlarındaki hareketlerinden kazanç sağlamaya çalışan piyasa oyuncusu konumundan kurtarabilecek bir düzenleme olarak da göze çarpmaktadır. Dünyadaki benzerleri ile karşılaştırıldığında üstün bir yapıya sahip olduğu görülen e-GKS ülkemizdeki küçük yatırımcıların ortaklık haklarını kullanmada etkin bir konuma gelmelerini sağlayabilecek bir ortam yaratmıştır. Bu ortamda, işletmelerin, yönetimde çok sesli bir yapıya kavuşarak daha katılımcı bir karar alma sürecine sahip olması beklenmektedir.

Görüldüğü üzere e-GKS pay sahiplerinin araya herhangi bir aracı koymadan, düşük maliyetli bir şekilde yönetimde temsil edilmeleri için büyük bir fırsat sunmaktadır. Ülkemizde uygulanmaya yeni başlanan bu sistemin etkisi araştırma kısmında ortaya konulmuştur.

## 5. Araştırma

### 5.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, anonim şirketlerde e-GKS'nin pay sahiplerinin yönetime katılımına etkilerini BİST-100 işletmelerinde yapılan bir araştırmayla ortaya koymaktır. Çalışma e-GKS'nin işletme açısından etkinliğini ortaya koymanın yanı sıra yöneticilerin e-GKS'nin işletmenin kurumsal yönetim anlayışı üzerindeki olası etkileri ile ilgili beklentilerini de kapsamaktadır. Ayrıca anonim şirketlerin genel kurullarında pay sahiplerinin temsil haklarının kullanımının önündeki engellere dikkat çekilerek, pay sahiplerinin anonim şirket genel kurullarında temsil haklarının kullanımının sağlanması açısından elektronik genel kurul sisteminin etkinliği de araştırma kapsamında değerlendirilmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda sistemin uygulamasında görülen eksiklikler ve işleyişte yaşanan sorunlar ortaya konularak, bunların giderilmesi ile ilgili önerilerde bulunulmuştur.

### 5.2. Araştırmanın Kapsamı

e-GKS'nin kullanıldığı genel kurul sonuçları üzerinde yapılan araştırma, sistemin uygulama zorunluluğunun bulunduğu Borsa İstanbul’a kote işletmelerde gerçekleştirilmiştir. Borsa İstanbul’a kote işletmelerin yöneticilerine ve genel kurul bilgilerine ulaşmada yaşanacak

zorluklar göz önüne alındığında gerek sermaye büyüklükleri gerekse de halka açıklık oranları bakımından en uygun kitle olarak BİST-100 işletmeleri belirlenmiştir.

Pay sahiplerinin katılım oranları ile ilgili veriler, BİST-100'de yer alan işletmelerin Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) aracılığı ile yayınladığı hazırlanmış cetvelleri ve toplantı tutanakları incelenerek elde edilmiştir. Ayrıca e-GKS'nin işletmenin kurumsal yönetim politikaları üzerindeki etkinliğini belirlemek amacıyla işletmelerin sorumlu yöneticilerini kapsayan bir de anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda hazırlanan anketin birinci bölümü, yöneticinin demografik nitelikleri; ikinci bölümü, e-GKS'nin etkinliğini; üçüncü bölümü, e-GKS'den sorumlu yöneticinin e-GKS'nin işletmenin kurumsal yönetim anlayışına mevcut ve olası etkileri ile ilgili görüşlerini ortaya koyacak sorulardan oluşmaktadır.

Anket çalışmasında BİST-100 endeksinde yer alan işletmelerden 62 tanesine ulaşılmış ve tamamından geri dönüş sağlanmıştır. Sorular e-GKS'nin etkinliğini ortaya koyma amacını taşıdığı için, soruların sistemin işleyişinden sorumlu olan ve sistem bilgisi olan yöneticiler tarafından cevaplanması istenmiştir.

### 5.3. Araştırmanın Kısıtları

e-GKS'nin etkinliğini incelediğimiz çalışmada karşılaşılan en büyük sorun, Borsa İstanbul'a kote olmayan işletmelerin henüz bu uygulamayı kullanmaya başlamamalarıdır. Çok yeni olan bu sistem borsaya kote olmamış halka açık işletmelerde uygulama zorunluluğu bulunmadığından henüz rağbet görmemektedir. Dolayısıyla çalışma sadece Borsa İstanbul 100 Endeksi'nde işlem gören işletmelerle sınırlı tutulmuştur. Bu durum ülkemizde belli başlı büyüklüğe ulaşmış bu işletmelere ve çalışmayı gerçekleştireceğimiz şirket yetkililerine ulaşmada zorluklara neden olmuştur.

### 5.4. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmanın araştırma bölümü e-GKS'nin pay sahiplerinin genel kurullardaki temsil oranlarına ve yönetime katılımlarına olan etkisini ele alan ampirik bir araştırma çerçevesinde hazırlanmıştır. Araştırma, üç farklı aşamada gerçekleştirilmiştir.

Araştırmanın birinci aşamasında BİST-100 endeksinde yer alan şirketlerin Kamuyu Aydınlatma Platformu (KAP) aracılığı ile yayınlamış olduğu son dört yıla ait genel kurul sonuçları incelenerek, sistemin pay sahiplerinin katılımına olan etkileri rakamsal olarak ortaya konmuştur. Daha sonra bu rakamsal büyüklükler, tablolar ve şekiller yardımıyla analitik olarak incelenmiştir. Bu sonuçlardan 01.10.2012 öncesindeki genel kurullara ait olan temsil rakamları ayrıca değerlendirilmiş ve pay sahiplerinin bu tarihten önceki eğilimleri ortaya konulmuştur. Ardından e-GKS uygulamasının yürürlüğe girdiği 01.10.2012 tarihinden itibaren gerçekleştirilen genel kurullara ait veriler incelenerek, e-GKS'nin pay sahipleri tarafından rağbet görüp görmediği araştırılmış ve genel kurul temsil oranlarında meydana gelen değişimler ortaya konulmuştur. Araştırmanın bu kısmında sisteme karşı adaptasyonun Türkiye'deki yatırımcıları arasındaki seviyesini ölçmek amacıyla e-GKS'yi kullanan yatırımcıların yerli- yabancı ayrımı üzerinde de

durulmuştur. Araştırmada kullandığımız bu verilerin tamamı işletmelerin KAP aracılığı ile yayınladıkları genel kurul hazırlanmış cetvelleri ve toplantı tutanaklarından elde edilmiştir.

Araştırmanın ikinci aşamasında, rakamsal olarak ortaya konulan verilerin dışında uygulamayı gerçekleştiren işletmelerin genel kurullar sırasında sistemin işleyişi ile ilgili olarak karşılaştıkları sorunları, sistemde yapılması gerektiğine inandıkları değişiklikleri ve sistemin geleceği ile ilgili düşüncelerini öğrenmek amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır. İşletmenin e-GKS'den sorumlu yöneticileri tarafından cevaplanması talebiyle hazırlanan anket 3 bölümden ve 29 sorudan oluşmaktadır.

Araştırmanın üçüncü aşamasında ise e-GKS'nin işleyişi hakkında kendi gözlemlerimiz aracılığıyla veri elde edebilmek amacıyla Borsa İstanbul 100 Endeksi'ne kote olmuş bazı işletmelerin sembolik miktarlarda hisse senetleri satın alınmış ve pay sahibi sıfatıyla e-GKS'yi kullanarak genel kurullara katılım gerçekleştirilmiştir.

Yapılan bu çalışmalar sonucunda sistemin işleyişi, işletmelerin sisteme olan yaklaşımları ve genel kurullar üzerindeki etkileri açısından oldukça önemli sayılabilecek tecrübeler edinilmiş ve bu sayede işletme yöneticilerinin sistem ile ilgili görüşleri hakkında değerlendirmelerde bulunma şansı da elde edilmiştir.

### 5.5. Bulgular

Araştırma kapsamında, işletmelerin KAP aracılığı ile yayınladığı genel kurul hazırlanmış cetvelleri ve toplantı tutanakları incelenerek elde edilen sayısal veriler, araştırma amaçları doğrultusunda çeşitli istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Elde edilen veriler, genel kurullarda gerçekleştirilen gözlemler ışığında değerlendirilerek analiz edilmiştir.

Araştırma, BİST-100 endeksinde yer alan işletmelerin geçmiş beş yılda yapılan olağan genel kurullarını kapsamaktadır. Ancak bazı işletmeler BİST'e son birkaç yıl içinde kote oldukları için, bu işletmelerin kote oldukları tarihten sonra yapmış oldukları genel kurullar dikkate alınmıştır. Bu nedenle işletmelerin tamamı geçmiş beş yıla ait genel kurul sonuçları ile değerlendirilememiştir. İşletmeler ile ilgili verilerin analizinde, işletmelerin toplam sermayeleri, bu sermayelerin genel kurullardaki temsil miktarları, temsil edilen sermaye miktarlarının fiziki ve elektronik ortamda yapılan genel kurullar bakımından ayrımları da gerçekleştirilmiş ve analizlerde dikkate alınmıştır. Ayrıca 2010-2014 yılları arasında, hem fiziki ortamda hem de elektronik ortamda gerçekleştirilen genel kurullar açısından, sermaye sahipliği (yerli-yabancı) ve temsil şekillerine dair (asil-vekil) ayrımları da gerçekleştirilerek, yeni sisteme karşı adaptasyonlarındaki farklılıklar da ortaya konulmuştur.

#### 5.5.1. BİST-100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin Genel Kurul Verileriyle İlgili Bulgular

Borsa İstanbul 100 endeksinde yer alan işletmelerin sermaye miktarları ve temsil oranlarında yıllar itibarıyla yaşadığı değişimler Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1.** BİST-100 İşletmelerinin Sermaye Temsil Miktarları

YIL	Toplam Sermaye (TL)	Toplam Temsil (TL)	Fiziki Temsil (TL)	Elektronik Temsil (TL)
2010	59.015.295.788,54	40.307.692.338,71	40.307.692.338,71	0,00
2011	67.148.783.818,54	47.070.584.681,76	47.070.584.681,76	0,00
2012	68.150.438.192,85	48.498.173.584,11	48.498.173.584,11	0,00
2013	66.068.154.112,85	51.515.194.121,85	44.588.376.172,04	6.926.817.949,81
2014	73.186.205.166,50	57.222.397.723,45	48.596.725.334,93	8.625.672.388,51

2010 sonrasında gerçekleşen genel kurullarda, toplam sermayeye oranla temsil miktarlarındaki değişimlerin ortaya konulduğu Tablo-1'de göze çarpan en önemli veri; toplam sermaye miktarlarındaki ve bu sermayenin temsil rakamlarındaki düzenli artıştır.

Türkiye'nin ilgili yıllardaki ekonomik büyüme performansı da göz önüne alındığında, toplam sermaye sütununda yer alan verilerin sadece e-GKS'nin uygulamalarından etkilenen veriler olmadığını söyleyebiliriz. Tablo-1'de yer alan farklı yıllara ait sermaye miktarları, ülkemizin ekonomik büyümesinin yanında işletme sayılarına bağlı olarak da değişmektedir. BIST-100 işletmeleri arasında yaptığımız araştırmalarda, endeksi oluşturan 100 şirket arasından 2011 yılında 98, 2012 yılında 98, 2013 yılında 96, 2014 yılında ise 89 işletmenin verilerine ulaşılabilmektedir. Ulaşabildiğimiz veriler, araştırmaya konu olan BIST-100 endeksinde yer alan firmaların yaklaşık %96'sına aittir. Tablo 1'de toplam sermaye sütununda yer alan 2013 yılı rakamlarının 2012 yılı rakamlarından daha yüksek olması beklenirken, 2013 yılı toplam sermayesi daha düşük gerçekleşmiştir. Bu durumun nedeni; 2010 yılında verilerine ulaşılamayan işletme sayısının 7 ve bu işletmelerin sermaye büyüklüğünün 1.348.529.030 TL olmasının yanında, 2013 yılında verilerine ulaşılamayan işletme sayısı 4 olmasına rağmen bu 4 işletmenin toplam sermaye büyüklüğünün 9.000.000.000 TL gibi BIST için küçümsenemeyecek bir rakam olmasından kaynaklanmaktadır. Bu gibi farklılıklar göz önüne alındığında toplam sermayenin temsilini oransal büyüklükler bazında gösteren tablo aşağıdaki gibi oluşmaktadır.

**Tablo 2.** BİST-100 İşletmelerinde Temsil Türlerinin Toplam Sermaye İçindeki Oranları

YIL	TOPLAM TEMSİL (Toplam Temsil / Toplam Sermaye) %	FİZİKİ TEMSİL (Fiziki Temsil / Toplam Sermaye) %	ELEKTRONİK TEMSİL (Elektronik Temsil / Toplam Sermaye) %
2010	68,30	68,30	0,00
2011	70,10	70,10	0,00
2012	71,16	71,16	0,00
2013	77,97	67,49	10,48
2014	78,19	66,40	11,79

Tablo-2'de yer alan oranlar incelendiğinde, 2010-2014 yılları arasında işletmelerin sermaye temsilindeki artışları açık bir şekilde görülebilmektedir. Bu tabloda göze çarpan en önemli değer, e-GKS'nin uygulanmaya başlandığı 2013 yılında, toplam temsil oranlarında gerçekleşen 6 puanlık artıştır. 2013 yılına kadar periyodik olarak 1-2 puanlık artışlar gözlenen toplam temsil oranlarında, 2013 yılında fiziki temsil oranlarındaki 4 puanlık düşüşe rağmen, elektronik temsilin yaklaşık 10 puanlık katkısının devreye girmesiyle birlikte, toplam temsil oranlarında oluşan 6 puanlık artış, e-GKS'nin pay sahiplerinin temsiline yaptığı pozitif katkı ile açıklanabilmektedir. Yapılan incelemelerde elde edilen rakamlar e-GKS'nin sermayenin temsil miktarına önemli katkılar sağladığını göstermektedir. Bu katkı, temsil edilen toplam sermaye miktarında artış olarak tablolara yansımaktadır. Pay sahiplerinin temsilinde birçok kolaylıklar sağlayan e-GKS ile gerçekleşen elektronik temsil yöntemi, bazı pay sahiplerinin genel kurullarda ilk olarak temsil edilmesini sağlarken, daha önce fiziki ortamda temsil edilmiş olan birçok pay sahibinin de fiziki temsil yerine, elektronik temsil yöntemini tercih etmesini sağlamıştır. Bu durum, Tablo-1'de görüldüğü üzere 2013 yılı toplam temsil miktarlarının 2012 yılına göre 3.017.020.537,74 TL tutarındaki artışı karşısında, 2013 yılında gerçekleşen 6.926.817.949,81 TL tutarındaki elektronik temsil miktarı ile anlaşılabilir. Böylece 3.909.797.412,07 TL tutarındaki sermayeyi kontrol etmekte olan pay sahibinin bu yönde bir eğilim gösterdiği ortaya çıkmaktadır. 2014 yılı rakamları açısından, şu ana kadar 11 işletmenin rakamlarına ulaşılamamasına rağmen, mevcut rakamlar, bu eğilimin 2014 yılında da devam ettiğini göstermeye yeterlidir.

e-GKS'nin pay sahiplerinin katılımına olan etkilerini tespite yarayan göstergeler sonrasında, bu sistemi kullanmayı tercih eden sermayenin sahipliğini temsil eden rakamları paylaşmak, tespit edilen eğilimin niteliğini ortaya koymak açısından önemlidir. Tablo-3'de İstanbul'un dünya finans merkezi olması amacıyla yönelik olarak, küresel sermayenin sermaye piyasalarımıza olan ilgisinin artırılması amacıyla da hizmet etmesi beklenen e-GKS'yi kullanan yatırımcı profili konu edilmiş ve e-GKS'nin bu yöndeki performansı ortaya konmuştur.

**Tablo 3.** Temsil Çeşitlerine Göre Pay Sahiplerinin Yerli- Yabancı Ayrımı

Temsil Yılı	FİZİKİ TEMSİL			ELEKTRONİK TEMSİL		
	TOPLAM (TL)	YERLİ (TL)	YABANCI (TL)	TOPLAM (TL)	YERLİ (TL)	YABANCI (TL)
2010	40.307.692.338,71	37.019.410.386,72	3.288.281.951,99	0,00	0,00	0,00
2011	47.070.584.681,76	44.052.567.557,76	3.288.281.951,99	0,00	0,00	0,00
2012	48.498.173.584,11	45.551.703.610,01	2.946.469.974,10	0,00	0,00	0,00
2013	44.588.376.172,04	40.791.181.420,04	3.797.194.752,00	6.926.817.949,81	61.905,73	6.926.756.044,08
2014	48.596.725.334,93	44.749.174.758,67	3.847.550.576,27	8.625.672.388,51	70.972,90	8.625.601.415,61

Tablo-3 bu açıdan incelendiğinde, 2010-2012 yılları arasında, yabancı sermaye açısından yatırımcıların temsil miktarının, önceki tablolarda ortaya konulmuş olan toplam sermayedeki artış eğilimine rağmen, reel olarak azaldığı görülmektedir. Diğer bir deyişle; bu yıllar arasında Borsa İstanbul'da temsil miktarlarında gerçekleşen artışın yerli yatırımcılardan kaynaklandığı anlaşılmaktadır. e-GKS'nin ilk olarak kullanıldığı 2013 yılında ise, toplam temsil miktarındaki azalmaya rağmen, yabancı yatırımcıların toplam temsil miktarının (Elektronik Temsil + Fiziki Temsil) 10.723.950.796,08 TL olarak gerçekleştiği görülmektedir. Hem fiziki ortamda hem de elektronik ortamda gerçekleşen temsillerde gerçekleşen artış göze çarpmaktadır, ancak elektronik ortamda gerçekleşen temsillere olan talep, küresel sermayenin e-GKS aracılığıyla sermaye piyasalarımıza karşı ilgisinin arttığını göstermektedir. Yabancı sermayenin sermaye piyasalarımıza karşı gösterdiği bu ilgi, 2014 yılında da devam etmiş ve yabancı yatırımcıların toplam temsil miktarları 12.473.151.991,88 TL olarak gerçekleşmiştir. Tablo 3 'te e-GKS aracılığı ile genel kurullarda temsil edilen yatırımcıların neredeyse tamamının yabancı yatırımcı olduğu görülmektedir. Yerli yatırımcılar ise e-GKS yerine fiziki temsili tercih etmektedirler. Bu durumun nedeni işletmelerin sermaye yapılarından kaynaklanmaktadır. Genelde bir aile ya da gruba ait olan çoğunluk hisseleri, genel kurullarda fiziki olarak temsil edildiğinden, sermayenin büyük çoğunluğu da fiziki ortamda temsil edilmiş olmaktadır.

### 5.5.2. Anketle İlgili Bulgular

Anketin ilk bölümünde sorulan demografik sorulara verilen cevaplar neticesinde, yöneticilerin e-GKS'nin işleyişinden sorumlu olan bir birimde çalışacak eğitim düzeyine, tecrübeye ve uzmanlığa sahip olup olmadığının tespiti amaçlanmıştır.

Anketi cevaplayan yöneticilerin işletmedeki toplama çalışma süreleri bakımından dağılımları, işletmenin genel işleyişi hakkında bilgi sahibi olabilecek kadar uzun bir süredir aynı işletmede çalıştıklarını ortaya koymasının yanında, yöneticilerin %72,5'ine karşılık gelen 45'inin sistem ile ilgili yeterli tecrübeye sahip olacak kadar uzun bir süredir mevcut görevinde çalışmakta olduğu tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, demografik özelliklerin tespitine yönelik hazırlanan birinci bölüm soruları 62 yönetici tarafından cevaplandırılmıştır ve yöneticilerin araştırma konusu ile ilgili sorulara cevap verebilecek niteliklere sahip olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 4:** Ankete Katılan Yöneticilere Ait Demografik Özellikler

İşletmedeki Konumu	Frekans	Yüzde
Muhasebe Müdürü	2	3,2
Bilgi İşlem Müdürü	38	61,3
Yatırımcı İlişkileri Müdürü	11	17,8
Mali İşler Müdürü	7	11,3
Kurumsal Yönetim Müdürü	1	1,6
Alt Yapı ve Proje Müdürü	1	1,6
Uzman Yardımcısı	1	1,6
Raporlama Sorumlusu	1	1,6
İşletmedeki Toplam Çalışma Süresi	Frekans	Yüzde
1-3 Yıl	9	14,4
4-6 Yıl	13	21
7-10 Yıl	12	19,4
10-15 Yıl	13	21
15 Yıl'dan Fazla	15	24,2
Son Görevindeki Çalışma Süresi	Frekans	Yüzde
1-6 Ay	13	21
6-12 Ay	4	6,5
13-24 Ay	9	14,5
25-60 Ay	17	27,4
61 Ay'dan Fazla	19	30,6
Eğitim Düzeyi	Frekans	Yüzde
Lisans	38	61,3
Yüksek Lisans	23	37,1
Diğer	1	1,6
Uzmanlık Alanınız	Frekans	Yüzde
Bilgi İşlem Uzmanı	36	58,1
Fon Yöneticiliği ve e-GKS Sorumlusu	1	1,6
Kamuyu Aydınlatma Yöneticisi	1	1,6
Kurumsal Yönetim Uzmanı	1	1,6
Raporlama Uzmanı	1	1,6
Yatırım Finansman Uzmanı	16	25,8
Yatırımcı İlişkileri Uzmanı	6	9,7
TOPLAM	62	100

Anketin ikinci bölümü "A" ve "B" olmak üzere iki ayrı kısma ayrılmış olup "A" kısmında e-GKS'nin işleyiş etkinliğinin belirlenmesi amacıyla, genel kurul öncesi hazırlık süreci, genel kurul sırasındaki işleyiş ve genel kurul sonrasında tescil süreci ile ilgili olarak hazırlanan toplam 11 soru bulunmaktadır. İkinci bölümün "B" kısmında ise anketi cevaplayan yöneticilerin, e-GKS'nin işletmenin kurumsal yönetim anlayışı üzerindeki olası etkileri ile ilgili beklentilerini belirlemek amacı taşıyan 8 soru yer almaktadır.

Anketin A kısmında verilen cevaplarda, yöneticiler, e-GKS aracılığı ile gerçekleştirilen genel kurul hazırlıklarının, fiziki genel kurul hazırlıklarına oranla çok daha basit olduğunu ve sürecin sorunsuz olarak işlediğini belirtmişlerdir. Genel kurul sırasında oluşan teknik sorunlar ile ilgili olarak MKK'den gerekli desteği aldıklarını ve genel



kurulda pay sahiplerinin haklarını kullanmalarını engelleyecek düzeyde bir teknik sorunla karşılaşmadığı ve işletme tarafından görevlendirilen sertifikalı personelin ortaya çıkan teknik sorunları çözebilecek nitelikte olduğu da ifade edilmiştir. Anketin bu bölümünde, e-GKS aracılığıyla katılımda bulunan pay sahiplerinin oy verme süresine yönelik düşüncelerini öğrenmek amacıyla sorulan soruda, yöneticilerin 25'i oy verme süresinin uzun olduğunu, 25'i uzun olmadığını belirtirken 12'si ise kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Sonuçlardan da anlaşılacağı gibi, bu konuda çoğunluğu temsil edecek oranda öne çıkan bir görüş bulunmamaktadır. Ancak gözlemler bölümünde de belirtileceği üzere genel kurul sırasında genel kurul yöneticilerinin ya da e-GKS kullanıcısının pay sahiplerinin oy verme sürelerine karşı olan tahammülsüzlüklerini ortaya koyan birçok olay ile karşılaşmıştır. Bu tercihler çerçevesinde, pay sahiplerinin haklarını kullanabilmesi açısından yöneticilerin hassas bir tutum takındıklarını söyleyebilmek imkânı yoktur. Pay sahiplerinin genel kurul sırasında gündem maddelerinin görüşülmesi sırasında 600 kelimelik görüş bildirme hakkının kullanımına yönelik olarak, uygulamanın olumlu olduğu ancak genel kurulları gereksiz yere uzattığı görüşünde olan yöneticilerin sayısının da azımsanmayacak kadar çok olduğunu ayrıca belirtmek gerekir. Genel kurul sonrasındaki evrakların tescil sürecinin fiziki ortamda yapılan genel kurullardaki sürece oranla çok daha basit ve kullanışlı olduğunu beyan eden yöneticilerin oranı ise %67,7 iken %19,4'ü kararsız kalmış %12,9'u ise bu görüşe katılmadığını belirtmiştir. Genel kurul sırasında hazır bulunması gereken teknik alt yapının firmaların masraflarını arttırmadığını belirten yöneticiler, alt yapı yeterliliklerinin ise firmalar için gereksiz bir yük oluşturmadığı yönünde cevaplar vermişlerdir. Çalışmalar sonucunda yapılan değerlendirmeler de aynı yönde olmuştur.

Anketin ikinci bölümünün B kısmında yer alan sorular ile e-GKS'nin işletmenin kurumsal yönetim anlayışı üzerindeki olası etkileri ile ilgili yöneticilerin görüşleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Pay sahiplerinin temsilindeki eksikliklerin giderilmesinin kurumsal yönetim anlayışının gelişimine olumlu katkıda bulunacağını düşünen yöneticiler, işletme yönetiminin, sorumluluk ilkesiyle hareket eden, daha adil, daha şeffaf ve hesap verebilirlik ilkesini benimsemiş bir yönetim anlayışına sahip olmasına katkıda bulunacağına inandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca e-GKS'nin pay sahiplerinin temsiline olumlu katkı sağladığını ve genel kurullara katılım için payların blokaj zorunluluğunun kaldırılmasının, özellikle yabancı yatırımcıların, işletmelerine olan ilgisini arttıracığını da belirtmişlerdir. Özellikle yabancı yatırımcıların e-GKS aracılığı ile gerçekleşen temsil miktarlarındaki artışlar göz önüne alındığında blokaj zorunluluğunun kaldırılmasının yabancı yatırımcıların katılımına olan etkileriyle ilgili elde edilen sonuçlarla aynı paralelde olduğu söylenebilir.

Anketin üçüncü bölümünde, yöneticilerin e-GKS ile ilgili olarak belirttikleri özel durumlar için dört adet açık uçlu soru hazırlanmıştır. Bu yöntem ile anketi cevaplayan yöneticilerin, e-GKS ile ilgili olarak herhangi bir kısıtlamayla karşılaşmadan, geniş kapsamlı bir değerlendirme yapmaları hedeflenmiştir. Ancak cevaplar incelendiğinde, anketi cevaplayan yöneticilerin beklentilerimizin dışında davranarak, genelde çok kısa (evet, hayır vb. şekilde) cevaplar verdiği görülmektedir. Genel kapsayan bu

cevapların dışında, az sayıda da olsa bazı yöneticilerin, yeni öneriler ortaya koymaya çalıştığı göze çarpmaktadır.

### 5.5.3. Gözlemlere Ait Bulgular

Genel kurul sürecine, o işletmenin hisselerini bulunduran bir pay sahibi olarak dâhil olmanın, e-GKS'nin etkilerini değerlendirebilmesi açısından daha sağlıklı sonuçlar ortaya koyabileceği düşüncesiyle, araştırmanın gerçekleştirildiği BIST-100 endeksinde yer alan bazı işletmelerin hisselerini simgesel miktarlarda satın alarak, bu işletmelerin genel kurullarına e-GKS aracılığı ile bizzat katılım gerçekleştirilmiştir. Bu bölümde, genel kurullardaki gözlemlerden elde edilen bulgulardan, çalışma için önemli görülenler aktarılmıştır.

e-GKS'yi kullanmak isteyen bir pay sahibinin araştırmanın yapıldığı tarihte öncelikli olarak yapması gereken işlem, MKK'nın internet sitesi aracılığı ile sisteme kaydını yapmaktır. Kayıt sonrasında ise genel kurullara katılım için e-GKS'ye giriş yapılmasını sağlayacak bir şifre elde edilmesi gerekiyor. Bu aşama sonrasında, pay sahiplerinin sistemde yer alan yatırım bilgileri dolayısıyla, hissesine sahip oldukları işletmelerin genel kurul ilan sürecinden otomatik olarak haberdar olmasını sağlayan bir aşamaya geliniyor. Bu yeni aşamada, pay sahipleri, bilanço, genel kurul gündemi vb. genel kurul ile ilgili evraklar işletme çalışanları tarafından e-GKS'ne eklendiği anda, gerek mobil telefona gelen mesajlar ile gerekse de elektronik posta yoluyla haberdar ediliyor. Belgeler üzerinde gerçekleştirilecek bir değişiklik halinde evrakların yeni halinin de sisteme eklenmesi sonrasında pay sahiplerinin son durumdan haberdar edilmesi de oldukça önemli bir uygulama olarak göze çarpıyor. e-GKS'de belgelerin içeriğinden haberdar olabilmek ve belgeleri inceleme açısından kullanışlı bir süreç hazırlanmış olduğu görülüyor ve ankette verilen cevaplar ile de bu sürecin fiziki ortamda yapılan ilan sürecine oranla çok daha basit ve kullanışlı olduğu da ortaya çıkmaktadır.

Bu bilgilendirmeler sonrasında pay sahibinin, e-GKS'ye giriş yaparak katılmayı düşündüğü genel kurul için bildirimde bulunması gerekiyor. Pay sahibi, e-GKS'de genel kurul toplantısı için giriş kaydı yaptırdığında (ki bu kayıt elektronik ortamda genel kurula katılım beyanı anlamına gelmektedir), genel kurul gündemiyle ilgili oy kayıtlarını girebileceği bir forma ulaşıyor. Bu form aracılığı ile gündem maddeleri hakkında yapılacak incelemeler sonrasında belirlenen oylar önceden kayıt altına alınıyor. Diğer bir deyişle, genel kurulda oy verme sırasında manuel olarak oy kullanamama ihtimaline karşılık, gündem maddeleri ile ilgili oylar bu aşamada önceden belirlenebiliyor. Daha sonra bu kayıtların genel kurul sırasında gündem maddesi ile ilgili oylama başladığı anda divan kuruluna otomatik olarak iletilip iletilmemesine dair bildirimde de bulunulması gerekiyor. Bu aşamada eğer "otomatik ilet" seçeneği işaretlenirse, daha önce yapılan oy kaydı, genel kurul sırasında gündem maddesi ile ilgili oylama başladığı anda divan kuruluna otomatik olarak iletiliyor. Oldukça pratik olarak görülen bu süreçte pay sahibi, genel kurula katılım beyanı sırasında "otomatik ilet" seçeneğini işaretleyerek oylarını kaydetmektedir. Pay sahibi, genel kurul görüşmeleri sırasında oy kaydında değişiklik yapmak, ya da gündem maddesi görüşüldüğü sırada verilecek olan bir önergeyle gündem maddesi için daha önce kaydettiği oyu değiştirmek isterse, öncelikle daha önce yapmış olduğu "otomatik ilet" talimatını iptal etmesi gerekiyor. Bunun için

ise yukarıda bahsedilen o forma ulaşmak, değişikliği gerçekleştirmek ve daha sonra da tekrar canlı yayına bağlanıp yeni oyu kullanmak gerekiyor. Ancak tecrübelerimize göre bu durum, genel kurulun olağan akışı içerisinde pek de mümkün olmamaktadır.

Genel kurul sırasında e-GKS aracılığıyla katılım sağlayan pay sahiplerinin gündem maddeleri ile ilgili görüşlerini bildirme ve oy kullanma haklarını kullanabilmesi, e-GKS'nin asli unsuru olarak değerlendirilmektedir. Bu hakların kullanılabilmesi açısından geliştirilen uygulamalardan birisi, pay sahiplerinin gündem maddeleri ile ilgili olarak görüş bildirebilecekleri ve 600 kelime ile sınırlı olan bir platformdur. Bu platformun kullanılması oldukça kolay ve bağlantılarda kesilme olmadığı takdirde son derece pratiktir. Divan kurulu da genel kurul toplantısını, gündem hakkında sorulan soruları ve belirtilen görüşleri dikkate alarak sürdürüyor. Kısacası bu platform ile ilgili olarak iletilen herhangi bir şikâyet olmadığı gibi katılımlarımız sırasında da her hangi bir aksaklık yaşanmamıştır. Ancak gündem maddelerinin oylanması sırasında, anlık oy verme hakkını kullanacak pay sahiplerinin bu hakkına karşı gösterilen sabırsızlık dikkat çekici düzeydedir. Genel kurulların çoğunda gözlemlenen bu durum, pay sahiplerinin elektronik ortamda kullanacakları oyların formalite olarak görülmesinden kaynaklandığı intibai bırakmaktadır. Çünkü gündem maddesinin kabulü için gerekli olan oy miktarı zaten sermayenin büyük çoğunluğunu elinde bulunduran aile/grup tarafından fiziki ortamda sağlanmış gözükmekte ve diğer formalite niteliğindeki görülen oylar için beklenmesi gereken iki dakikalık sürenin tamamlanmasına tahammül gösterilmediği gözlemlenmektedir.

e-GKS'nin yürürlüğe girdiği 01.10.2012 tarihindeki düzenlemeye göre çok uzun olarak değerlendirilen elektronik ortamda katılım gerçekleştiren pay sahiplerinin sahip olduğu beş dakikalık oy verme süresi, iki dakika gibi makul bir süreye indirilmiştir. Ancak genel kurul divan üyelerinin ya da görevli e-GKS kullanıcısının sabırsızlığı ve bakanlık temsilcilerinin de ortam hâkimiyetlerinin tam olmaması dolayısıyla, iki dakikalık sürenin dahi birçok defa ihlal edildiği gözlemlenmiştir. Örneğin; katılım gösterilen bir olağan genel kurulda, gündem maddelerinin oylanması sırasında gerçekleştirilen fiziki oylamanın ardından, e-GKS aracılığı ile katılımda bulunan pay sahiplerine tanınması gereken iki dakikalık oy verme süresinin tamamlanması beklenmeden oylamanın kapatılması nedeniyle birçok madde ile ilgili olarak oy kullanmak mümkün olmamıştır. Olayın ardından, MKK Hukuk İşleri Müdürlüğü ile görüşülerek olay aktarılmış ve genel kurul kayıtlarının incelenmesi talep edilmiştir. e-GKS kayıtlarında yapılan incelemeler sonrasında (bu süre bir-iki gün civarındadır) oylamanın, genel kurulda görevli olan e-GKS kullanıcısı tarafından erken sonlandırıldığı tespit edilmiştir. Ancak gündem maddeleri ile ilgili olarak yapılan oylamalarda kullanılan kabul ve ret oyları arasındaki farka bakıldığında, yapılacak itirazın herhangi bir anlam taşımayacağı da belirtilmelidir. Çünkü kullanılmadığından bahsedilen oy miktarı hesaba katılsa da alınmış olan kararı etkileyecek çoğunluğa sahip değildir. Bu gerçeğe rağmen dahi güç boşluğu olarak tanımlanan bir yönetim sorununun çözümünde, pay sahiplerinin genel kurullara katılımını sağlamak amacıyla hazırlandığı iddiasındaki bir sistemin, bu tip kullanıcı hatalarına yol açmaması gerekmektedir. Elbette bu sorununun doğuracağı

hukuki sonuçlar hakkındaki değerlendirmeleri bu alanda çalışacak olan hukuk araştırmacıları yapacaktır. İşletme bilimi açısından yapılacak olan değerlendirme ise, nedeni her ne olursa olsun, pay sahiplerinin haklarının kullanılmasını engelleyen ortamların varlığının yönetime katılma noktasında pay sahiplerini ikna edemeyeceği ve yönetim sorunu olarak adlandırılan sorunların çözümüne beklenen katkıyı sağlayamayacağıdır. e-GKS aracılığıyla yapılan oylamaların süresinin takibiyle ilgili sorunlar, söz konusu programın yapısından ziyade ortam yöneticilerinin, pay sahiplerinin bu hakkına karşı yeterince hassas davranmamasından kaynaklandığı gözlemlenmektedir. Bu olayın, genel kurulu ilgili mevzuat hükümleri doğrultusunda gerçekleştirmekle görevli olan birimlerin, süreç üzerindeki kontrol ve denetimlerinin yeterli olmadığını gösteren tipik olaylardan birisidir.

Genel kurulların yapıldığı sırada yaşanan teknik aksaklıklar noktasında, anketi cevaplayan yöneticiler tarafından "az sayıda da olsa" eleştiriye maruz kalan, sistemin ses ve görüntü aktarımında meydana gelen kesintiler ile ilgili gözlemler ise şöyledir: Genel kurullarda sayısı çok olmasa da görüntü ve ses aktarımı çeşitli defalar kesintiye uğramıştır. Bunların bazıları kısa süreli ve pay sahipleri açısından herhangi bir kayba yol açmayan kesintiler iken, bazıları da daha uzun süreli ve pay sahipleri açısından hak kayıplarına yol açabilen kesintilerdir. Özellikle katılım sağlanan bir başka olağan genel kurulda, üçüncü gündem maddesi ile ilgili görüşmeler sırasında gerçekleşen kesinti, e-GKS'yi kullanan pay sahiplerinin oylamalara katılımını engellemiştir. Sistem, kesinti sonrasında tekrar kullanıma açıldığında ise genel kurul sona ermiş olduğundan oy vermek mümkün olmamıştır. Böyle bir durum karşısında ise maalesef genel kurula e-GKS aracılığıyla katılım gerçekleştiren pay sahipleri açısından belli bir dereceye kadar yapılabilecek pek bir şey bulunmamaktadır. Çünkü mevzuatta bu tip olaylara yönelik olarak bir düzenlemeye rastlanmamıştır.

## 6. Sonuç ve Öneriler

BIST-100 işletmelerinin yıllar itibariyle yapılan genel kurul sonuçları üzerinde gerçekleştirilen incelemelerde elde edilen sayısal veriler e-GKS'nin pay sahiplerinin temsil oranlarında önemli artışlar sağladığını ortaya koymaktadır. Tablo-1'de verilen rakamlar, temsil miktarlarında özellikle 2013 ve 2014 yıllarında gerçekleşen artışların e-GKS vasıtasıyla gerçekleştiğini göstermektedir. Tablo-2'de de temsil türlerine ait rakamların toplam sermayeye oranla yapılan karşılaştırmaları sonucunda, temsil türlerinin gerçekleşen temsil oranları üzerindeki etkilerini ortaya koymuştur. Bu tablo ile birlikte e-GKS'nin temsil türleri üzerindeki etkisi de daha net olarak ortaya çıkmıştır. BIST-100 işletmelerine ait genel kurul evraklarından elde edilen verilerin niteliksel olarak incelenmesi sonucunda, e-GKS aracılığıyla genel kurullarda temsil edilen pay sahiplerinin neredeyse tamamının yabancı sermayeden oluştuğu görülmektedir.

Sonuç olarak BIST-100 işletmelerinin genel kurul verileri üzerinde yapılan araştırmada e-GKS'nin pay sahiplerinin genel kurullarda temsil miktarlarına pozitif katkı sağlamıştır. Temsil oranlarında gerçekleşen artışlar yabancı pay sahiplerini temsilen, aracı kuruluşlar eliyle gerçekleşmiştir. Niteliksel olarak bireysel katılımların asgari seviyede kaldığı ve yerli pay sahiplerini de pek cezbetmediği görülen e-

GKS'nin ileriki yıllarda oluşacak uygulama sonuçları takip edilerek yerli pay sahiplerinin temsil oranları açısından mevcut durumun devamı halinde temsil noktasındaki isteksizliklerinin nedenleri üzerinde ayrıntılı bir araştırma yapılması uygun olacaktır.

Son olarak genel kurullardaki gözlemlerimiz sonucunda tespit edebildiğimiz sorunlara yönelik görüş ve çözüm önerilerimiz ise şöyledir:

- Genel kurul sırasında pay sahipleri açısından yaşanabilecek sorunlardan birisi gündem ile ilgili otomatik oy iletme seçeneğinin işaretlenmesiyle birlikte ortaya çıkabilecek sorunlardır. Gözlemler bölümünde belirtilen bu tip sorunların oluşması ihtimali karşısında ya pay sahiplerinin oylarını otomatik iletme seçeneğini iptal sürecinde bir değişiklik yapılmalıdır ya da pay sahibine, ilk aşamada oyların otomatik iletilmesi talimatı vermiş olsa dahi, genel kurul sırasında tek tuşla manuel oy verme kolaylığı sağlanmalıdır. Bu konudaki değerlendirmemiz otomatik oy verme seçeneğinin sadece pay sahibinin genel kurula anlık olarak katılamaması durumu karşısında tedbir olarak değerlendirilmesi ve pay sahibinin fiilen e-GKS'de bulunmadığı takdirde devreye girmesi gerektiği yönündedir. Genel kurula anlık katılım gerçekleştiğinde pay sahibinin bu hakkını da anlık olarak kullanmasını sağlayacak süreçlerin oluşturulması, muhtemel sorunların önüne geçebilecektir. Mevcut uygulamaların devamı halinde pay sahipleri açısından ortaya çıkması muhtemel sorunları engelleyebilmek için genel kurula elektronik ortamda katılım beyanı sırasında oyların otomatik iletilmesi seçeneğinin işaretlenmemesi tek yol gibi görünmektedir. Aksi takdirde e-GKS aracılığıyla katılımda bulunan pay sahipleri, oy değişikliği hakkındaki iradelerini genel kurula yansıtamama gibi bir durumla karşı karşıya kalabileceklerdir.

- Eksikliği görülen konulardan birisi de, sistemin ses ve görüntü aktarımı ile ilgili gerçekleşen aksaklıklar karşısında ne yapılması gerektiğine dair hukuki boşluktur. Teknolojinin doğası gereği her koşulda ortaya çıkabilecek nitelikte olan bu tür teknik sorunların kesin şekilde engellenebilmesi mümkün görünmemektedir. Genel kurulların güvenli bir şekilde gerçekleşebilmesi için, mevzuatta yer alan asgari sistem yapılanmasının sağlanmasının genel kurulun yapılmasından sorumlu olan işletmeler için gerekli ve yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir deyişle, iletişimin sağlanması için ilgili yönetmelikte belirtilen standart tedbirlerin alınmış olması, genel kurul yöneticilerinin sorumluluğunu ortadan kaldıracaktır. Ancak, elektronik iletişimin doğasında var olan "iletişimin kesintiye uğraması" riskinin gerçekleşmesi ihtimali karşısında, yaşanabilecek sorunlara yönelik olarak, kanun koyucu tarafından gerekli düzenlemelerin yapılmış/yapılacak olması da beklenmektedir. Bu aşamada belirtmek istediğimiz konu, pay sahiplerinin haklarını kısıtlayacak derecede gerçekleşen ve daha önce karşılaşılmamış olan bu tip olayların çözümüne yönelik olarak (hiçbir teamülün de oluşmadığı gerçeği karşısında) ne kanunda ne de ikincil mevzuatta bir düzenlemenin yer almasıdır. Bu bağlamda, yaşanabilecek esaslı teknik aksaklıklar sonucunda doğabilecek hukuki sorunlara yönelik düzenlemelerin, ilgili kanunda ve ikincil mevzuatta yer alacak şekilde acilen hazırlanması gerektiği değerlendirilmektedir.

İlgili mevzuatta, e-GKS katılımcılarının oy verme süresi olarak belirlenmiş olan iki dakikalık sürenin kullanımına

yönelik olarak gerçekleşen ihlallerin olası nedenleri ve bu sorunun çözümüne yönelik öneriler ise şöyledir:

- Daha önce de belirtilen e-GKS katılımcılarının oy verme süresine yönelik olan sabırsızlığın ve ihlalin öncelikli nedeni, bu işletmelerin sermaye yapılarının ağırlıklı olarak belli bir aileye veya gruba ait olması sonucunda, bu grubun desteklemediği görüşlerin kazanım sağlayamayacağı beklentisinden kaynaklanmaktadır. Böyle bir ortamda gerçekleşen genel kurullarda, sermayenin büyük kısmını elinde bulunduran grubun talepleri doğrultusunda oluşması beklenen oylamalar karşısında teferruat niteliğinde görülen e-GKS oylarının genel kurulun gecikmesine neden olduğuna dair yaygın bir kanaat bulunmaktadır. Nedeni her ne olursa olsun, sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi beklenen bu oy verme sürecinin güvenliğinden bakanlık temsilcilerinin sorumlu olduğu da bir gerçektir. Ancak gözlemler bölümünde bahsedilen olaylarda da görüldüğü gibi sistemin bu aşamasında hassas ve etkin bir denetim gerçekleşmemektedir. Gerek genel kurul öncesi, gerekse de genel kurul anı ve sonrası için bakanlık temsilcilerinin dâhil olduğu kontrol ve denetim sistemlerinin, etkin bir şekilde uygulanabilmesi için gerekli kontrol ve düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Tüm kontrol ve denetimlere rağmen gerçekleşmesi muhtemel aksaklıklara yönelik hazırlanmış olması gereken yasal düzenlemeler bulunmaktadır. Bu düzenlemelerin hedefi ise; temel görevi toplantının kanun, ilgili yönetmelik ve mevzuat ile esas sözleşme hükümlerine uygun olarak yürütülmesini gözetmek olan bakanlık temsilcilerinin etkinliğini ve denetimini arttırmak olmalıdır.

- Genel kurullarda eksikliği hissedilen bir diğer konu da elektronik katılımı gerçekleştiren pay sahiplerinin genel kurul öncesinde görüşlerini paylaşabileceği bir platformun yokluğudur. Bu platformu, genel kurul sırasında gündem maddeleri hakkında görüş bildirmek amacıyla oluşturulan ve 600 kelime ile kısıtlanan bölüm ile karıştırmamak gerekir. Önerimiz, genel kurul sırasında gündem maddeleri ile ilgili fikirlerin ifade edilmesi değildir. Pay sahiplerinin genel kurul öncesinde gündem maddeleri ile ilgili görüş alışverişinde bulunabilecekleri ve hatta aralarında organize olmalarını sağlayabilecek nitelikte bir platformdur. Böyle bir platformun, pay sahiplerinin genel kurullara elektronik ortamda katılım oranlarına da pozitif katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Özellikle yerli kullanıcıların katılım oranlarının düşük olması nedenleri arasında, pay sahiplerinin genel kurul gündem maddelerine etki edemeyeceği düşüncesi ve yönetim ile ilgili bazı teknik konularda yeterli bilgi sahibi olmaması gerçeğinden hareketle, platformun pay sahipleri arasında görüş alışverişi olanağı sağlaması sayesinde, bu tip düşünceler asgariye incek ve temsil oranlarında artış sağlanabilecektir.

- Genel kurullardaki bir diğer tespit ise mevcut imkânlar çerçevesinde bu sistemin koordinasyonu ile görevlendirilmiş olan MKK çalışanlarının ortaya çıkan sorunlar ile ilgili yetkinlikleri ve çözüme yönelik pozitif yaklaşımlarıdır. Hiçbir sistemin mükemmel ve sorunsuz olamayacağı gerçeği karşısında sistemde ortaya çıkabilecek sorunların çözümünde görevli organizasyonun da en az kullanılan sistem kadar önemli olduğunu kabul etmek gerekir. MKK'de gerek genel kurulların takibinden sorumlu personellerin, gerekse de idari kadroların yetkinlikleri dolayısıyla genel kurullarda karşılaşılan sorunlar hakkında iletişime geçildiği takdirde gerekli bilgilendirme yapılabilen ve sorunların çözümü de

imkânlar çerçevesinde gerçekleşmektedir. Nitekim e-GKS'nin ilk olarak kullanılmaya başlandığı dönemde katılım sağlanan genel kurullarda kullanım hatalarından kaynaklanan sorunlar hakkında görüşülen MKK çalışanları sistemin en iyi ve en sorunsuz işleyen bölümü durumundadırlar.

Araştırmanın tüm safhaları sonucunda elde edilen verilerin analizi sonrasında, e-GKS'nin pay sahiplerinin genel kurullara katılımının sağlanması amacıyla yönelik olarak çok olumlu sonuçlar elde ettiği anlaşılmaktadır. Düzenlemenin ilk hedefi olarak görülen pay sahiplerinin genel kurullara katılımının artırılması hedefine ulaşıldığı anlaşılmaktadır. Gerek anket çalışması gerekse de genel kurullara katılım yoluyla elde edilen veriler sonucunda tespit edilen olumsuzluklar ise sunulan öneriler doğrultusunda ortadan kalkabilecektir. Pay sahiplerinin e-GKS sırasında karşılaştığı hak kayıplarının, genel durum içinde değişiklik yaratma potansiyeline bakarak değerlendirilmesi yerine bu hak kayıplarının her ne surette olursa olsun yaşanmasını engelleyecek ya da telafi edebilecek düzenlemelerin gerçekleştirilmesi gerekir. Çünkü e-GKS fiziki ortamlarda gerçekleştirilemeyen katılımların ve kullanılmayan hakların elektronik ortamda sağlanan kolaylıklar ile güvence altına alınması amacıyla da taşınması gereken bir proje niteliğindedir.

Son olarak da pay sahiplerinin genel kurullara katılım oranlarında gerçekleşen artış sonucunda, e-GKS'nin diğer hedefleri arasında yer alan "Güç Boşluğu sorununun ortadan kaldırılması" hedefinin gerçekleşip gerçekleşmediği konusunda ise daha geniş çaplı bir araştırmanın gerektiği değerlendirilmektedir.

#### Kaynakça

Apostolides, N. (2007) "Directors Versus Shareholders: Evaluating Corporate Governance in the UK Using the AGM Scorecard." *Journal of Corporate Governance: An International Review* 15.6: 1277-1287.

Apostolides, N., Boden, R. (2005) "Cedric the Pig: Annual General Meetings and Corporate Governance in the UK." *Social Responsibility Journal*, 1.1/2: 53-62.

Apostolides, N. (2010) "Exercising Corporate Governance at the Annual General Meeting." *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society* 10.2: 140-149.

Berle, A. A., & Means, G. G. C. (1991). *The Modern Corporation and Private Property*. Transaction Publishers.

Bilgili, F. ve Demirkapı, E. (2013) *Şirketler Hukuku*. (9.Basım). Bursa: Dora Basım

Birnhak, D. A. (2003), "Online Shareholder Meetings: Corporate Law Anomalies or The Future Of Governance", *Rutgers Computer & Tech. LJ*, 29, 423.

Boros, E. (2004) "Virtual Shareholder Meetings." *Duke L. & Tech. Rev.*, s.8-15.

Cadbury Raporu: Kurumsal Yönetimin Finansal Yönleri, (2012). (Son Erişim Tarihi: 10.06.2015), <<http://www.yenittk.com/tr/guncel-yayinlar-raporlar-cadbury-report-kurumsal-yonetimin-finansal-yonleri.html>>.

Can, M. (1999), Anonim Şirketlerin Genel Kurul Toplantılarında Oluşan Güç Boşluğu Ve Giderilmesi Yollarından Vekaleten Oy Kullanma (Proxy) Sistemi, (Son

Erişim Tarihi: 10.01.2014)

<<http://www.ekitapyayin.com/id/050/>>

Çeker, M. (2004) "Anonim Ortaklıklarda Pay Sahiplerinin Yönetime Katılması", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C. 13, S.1, s. 37

Eisenhofer, J. W., Barry, M. J. (2005), *Shareholder Activism Handbook*, Aspen Publishers.

Gürbüz, A. O. ve Ergincan, Y. (2004), Kurumsal Yönetim Türkiye'deki Durumu Ve Geliştirilmesine Yönelik Öneriler, (1.Basım).

Jensen, M. C., Meckling, W. H. (1976), "Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure", *Journal of Financial Economics*, Cilt 3(4), s.305-360.

Jong, A., Mertens, G., Roosenboom, P., (2006), "Shareholders' Voting At General Meetings: Evidence from the Netherlands" *Journal of Management & Governance* 10.4 s.353-380.

Kirtıl, N., (2005), "İmtiyazlı Pay Sahipleri Genel Kurulu Toplantısının Yapılması", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt 7, Özel Sayı, s.79-98.

OECD Principles of Corporate Governance (1999-2004).

Pulaşlı, H. (13.12.2011). "Elektronik Ortamda Anonim Şirket Genel Kuruluna İlişkin düzenlemelerin Evrimi ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunundaki Durum" <http://arslanlibilimarsivi.com/sites/default/files/makale/HasanPulasli-internetOrtamindaGenelKurul.pdf>

Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. (1999), "Corporate Ownership Around The World", *The Journal Of Finance*, 54(2), s.471-517.

Robins, F. (2006) "Corporate Governance After Sarbanes-Oxley: An Australian Perspective" *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, Cilt 6.1 s.34-48.

Sermaye Piyasası Kurulu Kurumsal Yönetim İlkeleri (2003-2005).

Shleifer, A., Vishny, R. W. (1997) "A Survey Of Corporate Governance" *The Journal of Finance*, 52.2, s.737-783.

Strätling, R. (2003) "General Meetings: A Dispensable Tool For Corporate Governance Of Listed Companies?", *Corporate Governance: An International Review*, 11(1), s.74-82.

Tekinalp, Ü. (1979). Halka Açık Anonim Ortaklıklarda Yönetime Katılma Sorunları, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Tudway, R., Pascal, A. (2006) "Corporate Governance, Shareholder Value and Societal Expectations." *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society* 6.3: s.305-316.

Üçışık, G., Çelik, A., (2013). Anonim Ortaklıklar Hukuku. (3. Basım), Ankara: Adalet Yayınları

Van der Krans, A. (2007). "Virtual Shareholders Meeting: How to Make it Work", *The. J. Int'l Com. L. & Tech.*, 2, 32.



## Rekabet, Finansman ve Pazarlama Perspektifinden Karaman'da Elmacılık Sektörünün Durumu<sup>1</sup>

Osman ÇEVİK, Murat BAY, Mustafa MORTAŞ, Murat ÖZ, Namık Kemal ERDEMİR

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, KARAMAN

### Özet

Çalışmanın amacı, Karaman ilinde elma üretiminde faaliyet gösteren gerçek ve tüzel kişilerin, elma üretim faaliyetinde karşılaştıkları sorunları belirli bir perspektiften bakarak tespit etmektir.

Çalışmada öncelikli olarak elma üretiminin ekonomideki yeri ve önemi, ülkemiz ve dünya açısından ele alınarak genel bir değerlendirme yapılmış daha sonra Karaman açısından değerlendirilmiştir. Çalışmanın bu aşamasında, elma üretimi için gerekli doğal koşullarda ele alınmıştır. Daha sonra, elma üretimi için gerekli alt yapı ile rekabet, üretim ve pazarlama konuları ele alınmıştır. Üreticinin temel maliyet faktörlerini oluşturan unsurlar ile elma üretiminde karşılaşılan finansman sorunu ve imkanları yapılan literatür taraması ile incelenmiştir.

Çalışmanın uygulama safhasında ise, Karaman ilinde elma üretimi faaliyetinde bulunan gerçek ve tüzel 391 tarım işletmesine; genel olarak, finansman, pazarlama, başlıklarında toplanabilen, genişletilmiş olarak; maliyet, üretim, insan kaynakları, hukuk, yönetim, pazarlama, finansman şeklinde başlıklardan oluşan anket uygulanmıştır. Uygulanan anket çalışması, daha önce yapılan anketlerden esinlenerek hazırlanmış ve güvenilirlik analizinden sonra uygulamaya konulmuştur. Uygulama sonucunda, üreticilerin üretim faaliyetleri sırasında karşılaştıkları; finansman, pazarlama ve üretim problemleri, üretilen ürünün rekabet edebilirliği hakkında durum analizi yapılmaya çalışılmıştır.

Karaman son yıllarda, elma üretiminde ülkemizde ikinci sırada, ağaç başına veriminde ise Türkiye ortalamasının üzerinde yer alan, elma üretim faaliyetinde güçlü bir piyasa yapısına sahiptir. Şuan itibari ile meyve vermeyen ağaç sayısı da oldukça yüksek olmasından dolayı gelecek yıllarda üretim miktarı ile ilk sıraya yerleşebileceği tahmin edilmektedir. Çalışmanın tartışma ve sonuç kısmında, elde edilen bulgular özellikle bu açıdan ele alınarak değerlendirilmiş ve bir takım tespitlerde bulunulmuştur. Bu bağlamda, belirlenen sorunlara çözüm önerileri getirilmiştir. Ayrıca rekabet edebilirliğinin güçlendirilmesi için yapılabilecek çalışmalar belirlenmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Elmacılık Faaliyeti, Elma Üretimi, Karaman'da Elma Üretimi, elmacılı sektörü, elma üretim sorunları,

### The Condition of Apple Industry in Karaman Province From The Perspective of Competition, Financing, And Marketing

#### Abstract

The purpose of the study is to determine the problems that the natural and legal entities that operate in the apple production of Karaman Province face in the activity of apple production from a particular perspective.

Under the study, a general assessment is made for the place and importance of apple production in the economy in terms of our Country and the world in priority and then evaluated for Karaman Province. At this stage of the study, it is also treated the natural conditions that are necessary for apple production. In addition, it is discussed the issues of infrastructure, competition, production, and marketing necessary for apple production. With these elements that are the basic cost factors of manufacturer, the financing problem and its possibilities, which are met in the apple production, are determined by the method of literature review.

With regards to the implementation phase of the study, a questionnaire is applied on 391 natural and legal entities, which operate in the activity of apple production in Karaman Province, with three titles that can be grouped as "financing", "marketing", and "production" in a general sense, or as "costs", "production", "human resources", "law", "management", "marketing", and "financing" in an extended sense. The questionnaire implemented is prepared inspired by the earlier questionnaires and put into practice after the reliability analysis. At the end of the implementation, it is tried to analyze the problems of financing, marketing, and production and the competitiveness condition of the product manufactured that manufacturers face in the activities of production.

<sup>1</sup> Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi Komisyonunca Kabul Edilen 07-M-14 No'lu Projeden Hazırlanmıştır.

Karaman Province, with its strong market structure in the activity of apple production, already ranks in second degree for the apple production of our Country in recent years, and it is located over the average of Turkey in per yield of tree. Because the number of trees that do not bear fruit is quite high as of now, it is expected that it can be placed in the first order with its amount of production in future years. The findings obtained in the study are assessed especially in this point of view in the chapter of "Discussion and Conclusion", and several determinations are evaluated. In this context, it is brought solution offers in the problems determined. Moreover, it is tried to fix the studies that can be carried out for the consolidation of competitiveness.

**Keywords:** Activity of Apple Production, Apple Production, Apple Production in Karaman Province

## 1. Giriş

Yapılan kazılarda tarihi geçmişi M. Ö. 8000 yıllarına kadar inen Karaman ili, coğrafi konumu sebebi ile geçmişten bugüne uzanan tarihi ve stratejik bir öneme sahiptir. Anadolu'dan Akdeniz kıyısına, özellikle Çukurova'ya bağlanan en önemli yolların geçtiği 36° 26' ve 33° 39' kuzey enlemleri ile 32° 27' ve 34° 09' doğu boylamları arasındadır.

Karaman topraklarının büyük bölümü Konya kapalı havzasının dalgalı güney kesiminde yer almaktadır. Toros Dağları ilin güneyini engemelendirir. İç Anadolu'yu Akdeniz'e bağlayarak Mersin limanına ulaşım, Karaman üzerinden Sertavul Beli (Sertavul Geçidi) ile sağlanır.

Karaman'da tipik bir kara iklimi hüküm sürer. Kışları soğuk ve sert, yazları sıcak ve kurak geçer. Ancak, Göksu Çay'ının geçtiği düzlüklerde Akdeniz ikliminin özellikleri görülür. Sıcaklık kış aylarında -17°C'ye kadar düşer. Yaz aylarında ortalama sıcaklık 30°C'dir.

Elma üretimi bakımından Karaman, kış aylarının soğuk/soğuk ılıman iklimi ile 0°C'nin altında kaldığı süreleri açısından elma yetiştirmede uygun iklimsel özelliğe sahiptir. Ayrıca elma yaz mevsiminin yüksek yaz sıcaklıklarında zarar gören bir meyve olması bakımından yine ilin yaz mevsimi sıcaklıkları da elma üretimi için uygunluk göstermektedir.

Yumuşak çekirdekli meyvelerden olan elma, Karaman ilinde önemli bir yere sahiptir. Karaman, elma ağacı sayısı bakımından Türkiye'de birinci sırada (meyve veren ağaçlar ve yeni dikilen fidanlar dahil), elma üretimi açısından ise ikinci sırada yer almaktadır. Karaman elma üretiminde, doğru tarım uygulaması, uygun iklim ve toprak yapısından dolayı yüksek verim elde etmektedir. 2011 yılında Karaman Gıda Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü elma yetiştiriciliği yapan üreticileri, Entegre ve Kontrollü Ürün Yönetimi, İyi Tarım Uygulamaları, Tarımsal Yayım ve Danışmanlık Destekleri konularında bilgilendirmiştir. Buna bağlı olarak sert çekirdekli ve yumuşak çekirdekli meyvelere ait ekili alanın büyüklüğü ile birlikte verim açısından da artış kaydedilmiştir.

## 2. Tarımsal Üretim

Tarımın halkın beslenmesi, kendine yeterlilik, sanayiye hammadde temini, gelir dağılımındaki dengesizliğin giderilmesi ve ekonomik değer yaratılmasının yanında toplumsal yapının, kırsal mirasın ve çevrenin korunması, kaliteli üretim aracılığıyla yaşam kalitesinin artırılması gibi işlevleri de vardır.

Türkiye'de uzun yıllardan beri kentleşme alanında kaydedilen gelişmelere karşın, nüfusun halen yaklaşık %35'i kırsal alanda yaşamaktadır. Tarım sektörünün en önemli özelliği, kırsal alanın birincil ekonomik faaliyet kaynağı olmasıdır. Bu nedenle tarım sektörü, genel anlamda ülke kalkınmasının önemli bir unsuru olmasının yanında, kırsal kalkınma çabalarının ana sürükleyicisi konumundadır.

Dört mevsimin yaşandığı ülkemizde her çeşit tarımsal üretim yapılabilir. Bu durum ise, tarım sektöründeki faaliyetlerin çeşitliliğini ve devamını sağlamaktadır. Geleneksel tarımdan modern tarıma doğru yönelimle birlikte verim ve dolayısıyla üreticilerin tarıma ilgisi artmaktadır. Bu durum da istihdam ve karlılığı artırmakta ve bununla orantılı olarak sermaye gereksinimi de artmaktadır.

### 2.1. Tarım Alanları

Toplam 882.193,37 ha olan Karaman ili arazisinin %30,03'nü tarım arazisi, %32,88'ni çayır-mera, %18,25'ni orman fundalık ve %18,84'ünü de tarım dışı arazi oluşturmaktadır.

Karaman ilinde toplam 264.880,60 ha tarım arazisinin %74,76'sını tarla arazisi, %8,84'ünü nadas, %4,58'ini sebze, %10,10'unu meyve ve %1,72'sini ise bağ alanları oluşturmaktadır.

### 2.2. Tarım Sektörünün Yapısı ve Önemli Tarım Ürünleri

Türkiye'de 2002 yılı toplam meyve üretimi 13,3 milyon ton iken, 2011 yılında 17,1 milyon tona ulaşarak %28,7 artmıştır. 2002 yılı ihracatımız 1 milyon ton ve 392 milyon dolar, 2011 yılı ihracatımız ise 2,5 milyon ton ve 3,4 milyar dolar olmuştur. 2012 yılı Ocak- Ekim döneminde 1,7 milyon ton ve 2,8 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (fındık, kuru üzüm, kuru incir ve kuru kayısı dahil). 2002-2011 döneminde ihracat miktar olarak %216, değer olarak %579 artmıştır. Türkiye'de tarım alanının ortalama %7,7'si meyve alanı (1.829.000 ha, zeytin ve bağ hariç) olup yılda yaklaşık 17 milyon ton meyve üretilmektedir. Bu üretimin %18,9'unu (3,2 milyon ton) yumuşak çekirdekli meyveler, **yumuşak çekirdekli meyve üretiminin ise %83,47'sini elma oluşturmaktadır** (toplam meyve üretiminin de %15,77'si elma üretimidir)(1.Ulusal Elma Çalıştay, Ulusal Elma Strateji Planı,2012).

Ülkemizde 1900'lü yılların başlarında kurulan kapama bahçeler yerli çeşitlerle oluşturulurken, 20. yüzyılın ikinci yarısından sonra yurt dışında ıslah edilmiş kaliteli standart çeşitlerin getirilmesiyle birlikte bu çeşitlere ağırlık verilmiştir. Bu nedenle birçok yerli elma çeşidi kaybolma tehlikesi ile karşılaşmış, bir kısmı da kaybolmuştur. Kapama elma bahçelerinde kültürel uygulamalar başlangıçta geleneksel yöntemlerle yapılırsa da günümüzde elmacılık kültürü gelişme noktasındadır. Yeni çeşitler, bodur anaç kullanımı, yeni terbiye sistemleri üreticiler tarafından son yıllarda benimsenmeye başlanmıştır. Ayrıca bitki besleme, sulama, hastalık ve zararlılarla mücadele konusunda da çağın gerektirdiği bilimsel teknikler elma tarımının yoğun bir şekilde yapıldığı bölgelerimiz de uygulanmaya başlanmıştır. Bu durum Türkiye'de elma üretiminin artması ve kalite artışlarını beraberinde getirmiştir(Bolat, Platin Elma, Ekim 2013). 1990 yılında 105.345 hektar alanda yaklaşık 2 milyon ton elma üretimimiz varken 2012 yılında elma üretim

alanımız yaklaşık 150 bin hektara ulaşmıştır. Üretim Miktarımız ise yaklaşık 2.900 bin tona ulaşarak Dünya'da 3. sıraya yükselmiştir.

2013 yılı itibari ile, dünyada toplam elma üretimi 80.822.520 ton, Türkiye'de ise bu miktar 3.128.450 ton olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla dünya elma üretiminin yaklaşık %4'ü Türkiye'de üretilmektedir.

Türkiye'de elma üretimi özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Ülkenin değişik yörelerinde çok sayıda üretici, işletme arazisinin bir kısmını elma üretimine tahsis etmektedir. Üreticilerin dağılık yapısı, eğitim düzeyinin düşüklüğü ve örgütlenme konusundaki çekingen tutumları elma yetiştiricilerinin bir araya gelip örgütlenmelerine engel teşkil etmektedir.

Ülkemizde elma fidanı üretimi ise, kamu ve özel sektör tarafından yapılmaktadır. Fidan üretimi yapan kamu kuruluşları Meyvecilik Üretim İstasyonları ve Araştırma Enstitüleri, Ziraat Fakülteleri, Tarım İl Müdürlükleri, Tarım İşletmeleri(TİGEM) ve İl Özel İdare Fidanlıklarıdır(www.ito.org.tr).

### 2.3. Meyve Üretimi

Meyvecilik, Türkiye'nin tarımsal ekonomisi içinde, gün geçtikçe daha da artan bir öneme sahip olmaktadır. Meyve üretimi, yurt içi meyve talebinin, yine yurt içi üretimle karşılanmasını sağlamasının yanı sıra, tarıma dayalı sanayiye de hammadde sağlayan bir üretim alanıdır. Ayrıca meyvelerin ihraç edilmesi ile ülkemize döviz girdisi sağlanması bakımından da önemli olduğu belirtilmelidir(Niyaz ve Demirbaş, 2011: 38).

Elma, armut ve ayva gibi en önemli yumuşak çekirdekli meyvelerin anavatan bölgelerinden birisi olması nedeni ile Türkiye'de bu türlere ait büyük bir çeşit zenginliği mevcuttur. Aynı zamanda bu meyveleri yüksek kaliteli, birim alana bol ürün verebilecek şekilde yetiştirecek ekolojik alanlar da bol miktarda vardır. Günümüzde Türkiye'de yetiştirilen çeşit sayıları elmada 500 ve armutta 600'ün üzerindedir. Bu sayı, gerek yurt içinde seleksiyonlarla yeni bulunan, gerek melezlemelerle elde edilen ve gerekse yurtdışından getirilen çeşitlerle daha da artmaktadır (Kaşka ve Güleriyüz, 2005: 519).

Bazı meyve türlerinin Türkiye ve Karaman'da üretim miktarları karşılaştırma yapmak amacıyla aşağıdaki tabloda verilmiştir. Tablo incelendiğinde Karaman'ın tabloda yer alan meyve türleri bakımından Türkiye üretiminin %8,10'unu karşıladığı görülmektedir. Ancak Karaman, 2013 yılında Türkiye elma üretiminin %18,3'ünü üretmiştir. 2013 yılı

istatistik verilerine göre 571.479 ton elma üretimiyle Karaman, Isparta'dan sonra en fazla elma üretimi yapan ildir. Karaman'da henüz meyve vermeyen yaşta elma ağacı sayısı, 2013 rakamlarıyla, 2,4 milyon üzerindedir. Bu da yakın gelecekte Karaman'ın çok daha önemli bir elma üretim merkezi olacağını göstermektedir.

**Tablo 1.** Bazı Meyve Türlerinin Türkiye ve Karaman'da Üretim Miktarları ve Karaman'ın Türkiye Üretimindeki Payına İlişkin 2013 Yılı Değerleri

Meyve Türleri	Karaman (Ton)	Türkiye (Ton)	Karaman'ın payı (%)
Elma	571.479	3.128.450	18,3
Armut	11.196	461.826	2,42
Kiraz	11.994	494.325	2,42
Erik	6.189	305.393	2,02
Şeftali	3.908	637.543	0,61
Kayısı	9.420	780.000	1,20
Vişne	2.235	179.752	1,24
Zeytin*	5.000	1.676.000	0,29
<b>Toplam</b>	<b>621.421</b>	<b>7.663.289</b>	<b>8,10</b>

**Kaynak:** TÜİK 2013, \*Karaman Gıda Tarım Hayvancılık İl Müdürlüğü

### 2.4. Elma Üretimi

Türkiye elmanın anavatanı olarak bilinen bölge içerisinde yer almaktadır. Bu durum Türkiye'ye üretim açısından avantaj sağlamaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda Türkiye'de en fazla yetiştirilen meyve türlerinden biri olan elmanın sağlık ve beslenme açısından faydalarının ortaya konulmuş olması, elma tüketimini teşvik etmektedir (Özçatalbaş, Turhanogulları ve Kutlar, 2009: 139). İnsanlık tarihinin ilk meyvesi sayılan elmanın bileşiminde %85 su, %12 şeker olmak üzere pektin, organik asitler, soda, fosfor, tanen, potasyum ile bol miktarda vitamin (A, B1, B2, C ve E) bulunmaktadır (İTO Sektör Raporu).

Taze olarak tüketilebilen elma, kurutulmuş elma, meyve suyu, sirke, marmelat, tatlı, şarap, esans, kozmetik gibi pek çok ürünün üretimi sürecinde de kullanılmaktadır.

Elma üretimi açısından Türkiye, Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü'nün verilerine göre, dünya elma üretiminde 3. sırada yer almaktadır. Türkiye de 2002'de 2.200.000 ton olan elma üretim miktarı 2013 yılında 3.128.450 ton olmuştur. 2014 yılında ise etkili olan don olayları sebebi ile üretim miktarı 2.480.444 ton olarak gerçekleşmiştir. Elma, yumuşak çekirdekli grubundaki en fazla üretim miktarı olan üründür.

Dünyada en fazla elma üreten ülkeler ise Çin ve ABD'dir. İlk sırada yer alan Çin, Türkiye'den yaklaşık 13 kat fazla elma üretmektedir. Ülkemizde elma üretiminin dünyadaki sıralaması yıllara göre aşağıdaki tabloda da görülmektedir.

**Tablo 2.** Dünya Elma Üretim Miktarları (1000 Ton)

Üretim	2009	2010	2011	2012	2013	2014 Aralık
Çin	31.681	33.263	35.985	38.500	39.680	37.800
Avrupa Birliği	12.096	10.981	12.338	12.207	11.974	13.300
Birleşik Devletler	4.280	4.175	4.231	4.049	4.693	4.877
Türkiye	2.750	2.500	2.700	2.900	2.900	2.250
Hindistan	1.777	2.891	2.203	2.200	2.200	2.200
Rusya	1.230	910	1.124	1.264	1.416	1.550
Şili	1.370	1.431	1.360	1.420	1.310	1.410
Brezilya	1.279	1.339	1.336	1.335	1.335	1.335
Ukrayna	897	954	1.127	1.120	1.120	1.120
Güney Afrika	781	767	813	907	900	910
Diğer	3.916	4.123	4.056	3.735	4.061	4.081
<b>Toplam</b>	<b>62.057</b>	<b>63.334</b>	<b>67.273</b>	<b>69.637</b>	<b>71.589</b>	<b>70.833</b>

**Kaynak:** <http://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/fruit.pdf>



Türkiye elma üretiminde dünyada üçüncü sırada yer almasına rağmen, iç pazarda elmanın çok tüketilmesi ve ihracat konusunda elma üreticilerinin yeterli bilgiye sahip olamamaları ve mesleki birlikteliğin henüz ülkemizde sağlanamamış olması gibi sebeplerle dünya elma ticaretinden yeterli pay alamamaktadır. Elma üretiminde ilk sıralarda yer alan ülkemiz elma ihracatında otuzlu sıralarda yer almaktadır (Özçatalbaş, Turhanogulları ve Kutlar, 2009: 141).

### 3. Karaman'da Elma Üretimi

Karaman ilinde yetiştirilen yumuşak çekirdekli meyvelerden olan elmadan, doğru tarım uygulaması, uygun iklim ve toprak yapısından dolayı yüksek verim elde edilebildiği fark edilmiştir. 2011 yılında Karaman Gıda Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü elma yetiştiriciliği yapan üreticileri, Entegre ve Kontrollü Ürün Yönetimi, İyi Tarım Uygulamaları, Tarımsal Yayım ve Danışmanlık Destekleri konularında bilgilendirmiştir. Buna bağlı olarak sert çekirdekli ve yumuşak çekirdekli meyvelere ait ekili alanın büyüklüğü ile birlikte verim açısından da artış kaydedilmiştir

**Tablo 3.** Karaman'ın Yıllar İtibarı ile Elma Ağaç Sayıları ve Üretim Miktarları

Yıl	Ürün Adı	Toplu Meyveliklerin Alanı(Dekar)	Üretim (Ton)	Ağaç başına ortalama verim(kg)	Meyve Veren Yaşta Ağaç Sayısı	Meyve Vermeyen Yaşta Ağaç Sayısı	Toplam Ağaç Sayısı
2005	Elma (Golden)	24.300	85.885	112	770.164	120.976	891.140
	Elma (Starking)	139.480	227.732	60	3.796.497	170.251	3.966.748
	Elma (Amasya)	300	6.384	93	68.717	2.500	71.217
	Elma (Grannysmith)	6.530	13.777	65	210.436	45.443	255.879
	Elma (Diğer)	3.010	4.189	13	329.850	27.595	357.445
	TOPLAM	173.620	337.967	65,30	5.175.664	366.765	5.542.429
2006	Elma (Golden)	24.490	23.805	30	786.417	127.024	913.441
	Elma (Starking)	139.585	68.956	20	3.486.095	160.046	3.646.141
	Elma (Amasya)	30	3.236	46	69.702	2.305	72.007
	Elma (Grannysmith)	6.230	5.511	28	197.287	42.760	240.047
	Elma (Diğer)	3.025	2.023	30	66.420	27.025	93.445
	TOPLAM	173.360	103.531	22,48	4.605.921	359.160	4.965.081
2007	Elma (Golden)	28.857	80.068	90	893.891	146.770	1.040.661
	Elma (Starking)	140.555	240.993	65	3.706.540	170.112	3.876.562
	Elma (Amasya)	300	4.947	72	68.502	2.255	70.757
	Elma (Grannysmith)	6.252	11.967	60	199.317	41.215	240.532
	Elma (Diğer)	3.167	4.472	61	73.470	24.095	97.565
	TOPLAM	179.131	342.447	69,30	4.941.630	384.447	5.326.077
2008	Elma (Golden)	28.895	76.219	85	899.981	141.600	1.041.581
	Elma (Starking)	140.708	276.555	75	3.710.795	172.760	3.883.555
	Elma (Amasya)	300	4.606	66	70.277	480	70.757
	Elma (Grannysmith)	6.302	11.258	55	202.867	42.615	245.482
	Elma (Diğer)	3.187	4.281	56	75.875	22.670	98.545
	TOPLAM	179.392	372.919	75,19	4.959.795	380.125	5.339.920
2009	Elma (Golden)	28.518	49.297	55	902.627	139.810	1.042.437
	Elma (Starking)	142.895	267.038	72	3.727.435	192.620	3.920.055
	Elma (Amasya)	300	4.137	61	68.157	280	68.437
	Elma (Grannysmith)	7.057	14.815	70	210.737	52.045	262.782
	Elma (Diğer)	6.347	5.088	54	93.875	105.170	199.045
	TOPLAM	185.117	340.375	68,04	5.002.831	489.925	5.492.756
2010	Elma (Golden)	34.671	45.050	40	1.138.721	159.640	1.298.361
	Elma (Starking)	147.834	106.866	27	3.940.443	179.178	4.119.621
	Elma (Amasya)	300	2.020	26	77.260	30	77.290
	Elma (Grannysmith)	7.603	6.199	26	236.117	80.814	316.931
	Elma (Diğer)	15.770	4.905	22	221.620	718.691	940.311
	TOPLAM	206.178	165.040	29,40	5.614.161	1.138.353	6.752.514
2011	Elma (Golden)	34.783	52.329	46	1.142.919	132.810	1.275.729
	Elma (Starking)	148.017	120.467	30	3.956.143	169.348	4.125.491
	Elma (Amasya)	300	2.249	30	74.260	30	74.290
	Elma (Grannysmith)	8.236	9.082	37	242.427	140.630	383.057
	Elma (Diğer)	21.397	6.164	14	426.100	1.689.270	2.115.370
	TOPLAM	212.733	190.291	32,57	5.841.849	2.132.088	7.973.937
2012	Elma (Golden)	36.416	61.480	58	1.065.504	143.704	1.209.208
	Elma (Starking)	151.836	253.574	63	3.994.489	481.499	4.475.988
	Elma (Amasya)	0	2.124	42	50.760	30	50.790
	Elma (Grannysmith)	13.842	16.672	63	264.573	144.632	409.205
	Elma (Diğer)	29.124	54.554	48	1.133.710	1.309.420	2.443.130
	TOPLAM	231.218	388.404	59,67	6.509.036	2.079.285	8.588.321
2013	Elma (Golden)	33.119	74.314	68	1.090.738	191.109	1.281.847
	Elma (Starking)	137.150	292.295	73	4.015.025	501.870	4.516.895
	Elma (Amasya)	0	1.247	42	30.000	0	30.000
	Elma (Grannysmith)	12.330	21.929	77	284.869	132.620	417.489
	Elma (Diğer)	25.372	181.694	77	2.368.810	1.592.305	3.961.115
	TOPLAM	207.971	571.479	73,37	7.789.442	2.417.904	10.207.346
2014	Elma (Golden)	32.434	53.712	49	1.099.408	248.289	1.347.697
	Elma (Starking)	137.160	200.311	49	4.096.635	800.520	4.897.155
	Elma (Amasya)	0	580	29	20.000	0	20.000
	Elma (Grannysmith)	13.881	15.496	50	307.410	111.050	418.460
	Elma (Diğer)	26.144	61.213	22	2.791.100	1.174.415	3.965.515
	TOPLAM	209.619	331.312	39,85	8.314.553	2.334.274	10.648.827

**Kaynak:** <http://tuikapp.tuik.gov.tr/bitkiselapp/bitkisel.zul> 28.05.201

Aşağıdaki tablodan da görüldüğü üzere, 2002 yılında Karaman ilinde elma 16.622 hektarlık bir alana ekilmekteyken elmanın yetiştirilmesi için gerekli alt yapı koşullarından iklim faktörü ve diğer faktörler nedeni ile elma

üretimi son yıllarda daha da artarak 2013 yılında 20.797 hektara çıkmıştır. Bununla birlikte elma üretiminde aynı dönemde hektar başına verim yaklaşık iki kat artmıştır.

**Tablo 4.** Karaman'da Öne Çıkan Meyveler ve Türkiye'deki Durumları (Hektar)

Ürün	Ekiliş Alanı	Üretim	2002		Ekiliş Alanı	Üretim	2013	
			Türkiye Sıralaması				Türkiye Sıralaması	
			Ekilişe Göre Sıralama	Üretime Göre Sıralama			Ekilişe Göre Sıralama	Üretime Göre Sıralama
Elma	16.622	211.941	2	3	20.797	571.479	3	2
Üzüm	19.036	112.030	11	8	4.439	56.484	29	16
Zeytin	703	3.781	21	18	2.038	3.437	20	21
Kiraz	344	6.439	23	11	1.512	11.994	14	14
Ceviz	343	4.240	9	2	1.087	4.751	21	13
Badem	129	1.823	11	7	954	2.351	12	11
Şeftali	184	1.840	25	25	355	3.555	20	20
Armut	277	6.869	17	8	334	11.196	11	4
Erik	581	4.396	6	15	291	6.189	18	16
Kayısı	80	5.820	35	10	206	9.420	25	9

**Kaynak:** <http://karaman.tarim.gov.tr/Belgeler/2014/nisan/Rakamlarla%20Karaman.pdf,1> 13.10.2014

TÜİK Konya Bölge Müdürlüğü'nün açıkladığı verilere göre, 2014 yılında Karaman'da toplam 209 bin 619 dekar alanda Amasya, Golden, Starking, Grannysmith ve diğer elma türlerinden 331.312 ton elma üretilmiştir. Karaman bu üretimle Türkiye'nin toplam elma üretiminin % 13,4'ünü tek başına karşılayarak Türkiye'de en fazla elma üretilen ikinci il olmuştur. Üretimde birinci sırada 223.648 dekar alanda 646.266 ton (% 26,1) elma üretimi ile Isparta, üçüncü sırada 138.877 dekar alanda 219.822 ton (% 8,9) elma üretimi ile Antalya yer almıştır. Konya ise 95.316 dekar alanda 60.538 (% 2,4) ton elma üretimi ile Bursa'yla (39.199 dekar, 60.538 ton) birlikte onuncu sırada yer almıştır. 2014 yılında ülke genelinde ise toplam 1 milyon 714.169 dekar alanda 2.480.444 ton elma üretilmiştir(www.tuik.gov.tr).

2014 yılında Karaman, toplam 10.648.827 elma ağacı ile Türkiye'deki elma ağacının yüzde 16,1'ini kapsayarak en fazla elma ağacı sayısına sahip il olmuştur. İkinci sırada ise, 7.931.413 (% 12) elma ağacı ile Niğde, üçüncü sırada 7.251.920 (% 11) elma ağacı ile Isparta yer almıştır. Konya ise 3.605.168 (% 5,5) elma ağacı ile beşinci olmuştur. 2014 yılında Türkiye'deki toplam elma ağacı sayısı ise 66.135.541 olmuştur(www.tuik.gov.tr).

Aşağıdaki tabloda Türkiye'de ve Karaman'da elma türlerine göre meyve veren ağaç sayısı, kg. bazında ağaç başına ortalama verim ve üretim miktarlarının karşılaştırılması durumu verilmiştir.

**Tablo 5.** Türkiye ve Karaman İli Elma Üretim İstatistikleri

	Meyve Veren Ağaç Sayısı		Ağaç Başına Ortalama Verim (kg)		Üretim (Ton)	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
<b>Karaman</b>						
Amasya	30.000	20.000	42	29	1.247	580
Golden	1.090.738	1.099.408	68	49	74.314	53.712
Grannysmith	284.869	307.410	77	50	21.929	15.496
Starking	4.015.025	4.096.635	73	49	292.295	200.311
Diğer	2.368.810	2.791.100	77	22	181.694	61.213
TOPLAM	7.789.442	8.314.553	73,37	39,85	571.479	331.312
<b>Türkiye</b>						
Amasya	4.138.425	4.150.790	59	27	245.849	111.722
Golden	10.828.607	10.872.024	76	65	825.935	704.104
Grannysmith	2.173.564	2.487.445	56	43	122.508	107.927
Starking	16.679.266	16.792.539	81	65	1.353.733	1.094.436
Diğer	13.257.629	14.361.792	44	32	580.425	462.255
TOPLAM	47.077.491	48.664.590	66,45	50,97	3.128.450	2.480.444

Kaynak: www.tuik.gov.tr

Tablodan da görüleceği üzere Karaman'da elma üretiminin önemli bir yeri bulunmaktadır. 2013 yılı verilerine göre ilimiz ağaç başına ortalama verimi ülke veriminin üstünde iken 2014 yılındaki don olayları sebebiyle bu oran oldukça aşağılara düşmüştür. Yine Karaman'da 2013 yılındaki elma üretimi Türkiye üretiminin %18,27'sini oluştururken 2014 yılında bu oran %13,36'ya gerilemiştir. Daha önce de ifade edildiği gibi, verimi etkileyen bir çok unsur bulunmakta ve özellikle iklim ile toprak yapısı verimi etkileyen temel olarak ortaya çıkmaktadır.

Karaman'da pazara yönelik elma üretimi 1950'li yıllarda yabani elmaların aşılınması ile başlamış, daha sonra çöğür üzerine aşıli Starking, Golden ve Amasya çeşitlerinden oluşan fidanların getirilip dikilmesi ile 1955 yılında 30 hektar kapama elma bahçesi alanına ulaşılmıştır. Elmacılığın karlı bir üretim kolu olması sebebiyle 1969 yılında çiftçilerimizin taleplerini karşılamak amacıyla Karaman Meyve Fidanlığı tesis edilip elma fidan üretimine başlanmıştır. 1990 yılından sonra İl Özel İdaresi ile Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfından sağlanan

kaynaklardan çiftçilerin fidan ihtiyaçlarının karşılanması ve Tarım ve Köy İşleri Bakanlığınca verilen desteklerle kapama elma bahçeleri tesisi hızla artmış 2012 yılına gelindiğinde 23.122 hektar kapama elma bahçesine ulaşılmıştır(Tarım İl Müdürlüğü).

1985 yılında çöğür üzerine aşılı zayıf gelişen çeşitlerin aşılı olduğu elma fidanları dikilmeye başlanan ilimizde, 1990-1995 yılları arasında MM 106 ve MM 111 klon anaçları üzerine aşılı zayıf gelişen çeşitlerle, 1999 dan sonra M 9 klon anaçları üzerine aşılı ekonomik değeri olan yeni çeşitlerle bahçeler tesis edilmiştir(Tarım İl Müdürlüğü).

Elma yetiştiriciliğinde köklü bir geçmişe sahip olan Karaman, son yıllarda bodur ve yarı bodur elmacılığa hızla geçmektedir. Ancak dikili elma bahçelerinin yenilenmesi çalışmaları hem maliyeti artırmakta, hem de zaman almaktadır(Keskin, Akın ve Kaya, 2009:67).

Halen M 9 ve MM 106 anaçları üzerine aşılı JerseyMac, SummerRed, Redstar, Gala, Redchief, ScarletSpur, Starkrimson, Starkspur Golden, Golden Rainders, Topred, Jonagold, Braeburn, Granny Smith ve Fuji gibi çeşitler ile damlama sulama sistemlerinin kurulu olduğu elma bahçeleri tesis edilmektedir(Tarım İl Müdürlüğü).

Karaman'da 207.971 dekar alanda üretimi yapılan elmanın ilçelere dağılımı aşağıdaki tabloda verilmiştir. 2013 yılı istatistiklerine göre Karaman'da elma üretiminin %71,2'si Merkez'de yapılmakta, Ayrancı ilçesi %24 ile ikinci sırada yer almaktadır. Elma üretiminin en az yapıldığı ilçe ise üretime %0,2 katkı sağlayan Kâzımkarabekir ilçesidir.

**Tablo 6.** 2013 Yılı Verilerine Göre Karaman'ın İlçelerinin Elma Dikim Alanı, Üretim Miktarı ve İlçelerin Üretim Miktarına Katkılarına İlişkin Değerler

İlçeler	Alan (Dekar)	Üretim (Ton)	
Merkez İlçe	171.871	406.835	71,2
Ayrancı	11.506	136.873	24,0
Sarıveliler	10.318	12.905	2,3
Ermenek	8.565	8.271	1,4
Başyayla	4.119	5.293	0,9
Kazımkarabekir	1.592	1.302	0,2
Total	207.971	571.479	100

Kaynak: www.tuik.gov.tr

2012 yılında yapılan bir çalışmaya göre, Karaman'da üreticilerin %13,3'ünün yıllık elma üretim hacmi 40 ton, %12'sinin 60 ton, %10,8'inin 50 ton ve %10,8'inin 80 ton olduğu belirlenmiştir(diğer detaylar aşağıdaki tabloda görülmektedir).

**Tablo 7.** Yıllık Elma Üretimi (2012)

Üretim Miktarı	Üretici Sayısı	%	Üretim Miktarı	Üretici Sayısı	%
10 ton	6	7,2	60 ton	10	12,0
15 ton	6	7,2	65 ton	2	2,4
20 ton	3	3,6	70 ton	1	1,2
25 ton	4	4,8	75 ton	1	1,2
30 ton	5	6,0	80 ton	9	10,8
35 ton	3	3,6	90 ton	2	2,4
40 ton	11	13,3	100 ton	4	4,8
45 ton	3	3,6	150 ton	1	1,2
50 ton	9	10,8	130 ton	1	1,2
55 ton	1	1,2	180 ton	1	1,2

Kaynak: Karaman Elma Üreticilerinin İhracat Sorunları ve Çözüm Önerileri, MEVKA, 2012

#### 4.Finansman Sorunları ve Finansman İmkanları

Bütün ekonomik faaliyetlerde olduğu gibi tarımsal faaliyetin de amacı, ilk planda bu sektörde çalışanların arazi kullanımı, hayvancılık yapması ve üretilen bitkisel ve hayvansal ürünleri değerlendirmesi suretiyle gelir temin etmesidir. Bu bakımdan tarım işletmelerinin gelir ve finansman yapısı verimlilik ile doğrudan bağlantılıdır. Üretim tekniği bakımından verimli bir tarımsal faaliyet dört ana fonksiyon altında toplanabilir. Bunlar;

- 1.Üretim faktörlerinin temini,
- 2.Üretim,
- 3.Üretilen ürünlerin sürüm ve satışını yapma,
- 4.Tarımsal faaliyetin sevk ve idare edilmesidir.

Türkiye'de tarımsal üretimi gerçekleştiren işletmelerin, bir çok konuda olduğu gibi sermaye açısında da belli başlı sorunları vardır. İşletmelerin toplam aktif sermayelerinin dağılımı incelendiğinde, işletme sermayesinin oranının olması gerekenin (%50) altında olduğu görülmektedir. Oysa Batı Avrupa ülkelerinde bu oran %40-%50 düzeyindedir. Bununla birlikte, Türkiye'de yabancı sermaye kullanımı da düşüktür. İşletmeler, özsermayeleri yeterli olmadığı için krediye ihtiyaç duymakta, ancak gerçek işletme koşullarının yetersizliği ve de bu konuda işletme dışından kaynaklanan nedenlerden dolayı yeterli ve uygun koşullarda kredi kullanımı gerçekleşmemektedir(Fırat ve Çiçek, 2000: 19).

Bu bağlamda, tarımsal işletmelerin faaliyet kapsamı içine giren finansman sorunu, işletme idaresinin görevi içindedir. Finansman, işletme organizasyonu içinde, muhasebe, sigorta ve vergi konularında olduğu gibi, özel bir fonksiyona sahiptir. Finansman gerek tarım işletmelerinde, gerekse de diğer işletmelerde, işletme yönetiminin kolaylaştırıcı fonksiyonlarından biridir(Bülbül, 2006: 21).

Emek ve sermaye yoğun bir tarım ürünü olan meyvecilik sektöründe ülkemizin üretimi yıllar itibariyle düzenli olarak artış göstermektedir. Bu artışta etkili olan faktörler, tarımsal altyapının gelişmesi, sertifikalı fidan üretimin artması ve ticari boyutta tamamen ihracata yönelik üretim yapılmasıdır. Ekili alandaki azalmaya karşılık meyve dikim alanı artış eğilimindedir. 2006-2011 yılları arasında meyve üretimi yüzde 12,8 artmıştır. Ancak sektörde üretimden ziyade kalite sorunu devam etmektedir. Değişen pazar isteklerine uygun nitelikte ürünlerin temininde güçlükler yaşanmakta, ayrıca hasat döneminin kısıllığı nedeniyle arz kısa bir döneme yığılmaktadır(Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2014: 14).

Ekonomik kalkınmada tarımın rolü ülkenin gelişmişlik düzeyine göre farklılık göstermektedir. Azgelişmiş ülkelerde tarım baskın sektör konumundadır. Ekonomik kalkınmayı başlatmak için gerekli altyapının hazırlanarak, ülkedeki bölgesel piyasaların ulusal piyasalara açılması gerekli olmaktadır.

Tarımın mili gelire olan oranının nispi olarak azalması, ekonomik gelişme sürecinin doğal bir sonucudur. Ancak nüfusun önemli bir bölümünün geçimini tarım sektöründen sağladığı ülkelerde, tarım sektörünün ekonomi içindeki önemi devam etmektedir. Tarım sektöründe istihdam edilenlerin gelirleri diğer sektörlerle oranla daha düşük olup, sektör içindeki gruplar arasındaki gelir dağılımında da

önemli farklılıklar bulunmaktadır(Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, 2014: 14).

İşletmelerin sermaye yapıları ve büyüklükleri işletmeden işletmeye farklılık gösterir. İşletme büyüklüğünün yanı sıra, işletme türüne göre de sermaye bileşimi farklılık göstermektedir. Örneğin aynı büyüklükte, fakat bitkisel ve hayvansal üretim değerleri farklı olan işletmelerde sermaye bileşiminin farklı olacağı aşikârdır.

Ülkemizin farklı bölgelerinde bitkisel ve hayvansal üretim faaliyetlerini birlikte yürüten karışık tarım işletmelerinin sermaye bileşimleri hakkında sermaye fonksiyonlarına göre sınıflandırma yapmıştır. Buna göre, karışık tarım işletmelerinin sermaye bileşiminde toprağın en büyük payı aldığı, görülmektedir. Diğer taraftan bölgelere göre farklılık göstermekle birlikte bina, bazen 2. bazen de 3. sırayı almaktadır. Bina sermaye bileşiminin 2. sırayı aldığı durumlarda makine ekipman 3. sırayı, bina sermaye bileşiminin 3. sırayı aldığı durumda makine ekipman sermaye bileşiminin 2. sırayı aldığı görülmüştür. Bu farklılığın temel sebebi bölgeler arası farklılıktan kaynaklanmaktadır(Bülbül, 2006: 47).

Toprak, makine/ekipman, bina/tesis yapısının sermaye bileşiminde ilk sıraları alması sebebiyle tarım işletmelerinin finansal yapısının büyük kısmının sabit sermaye yapısına sahip olduğu ifade edilebilir. Bu bakımdan özellikle kuruluş aşamasında bu tür işletmelerin finansman sorunu çoğunlukla uzun vadeli finansman ve sabit sermaye yatırımlarından kaynaklanmaktadır.

Sabit değerlere yatırım, çoğunlukla makine ve tesisler gibi işletmelerde uzun süre üretim faaliyetinde kullanılan yatırımlardır. Bu sebeple, sabit yatırım, tarım işletmesini idare eden kişinin önemli sorumluluklarından biri olup, yapılacak yatırımın tutar ve türünü belirlemektedir. Sabit varlıklara yatırım 5 grupta ele alınmaktadır. Bunlar; yenileme yatırımları, genişleme yatırımları, mamul yatırımları, stratejik yatırım ve modernizasyon yatırımlarıdır(Ceylan, 2006: 319).

İşletme finansmanını optimum şekilde düzenlemek önemlidir. Bunun için finansman araçları ve fonksiyonlarını işletmenin amacı ile uyumlu hale getirmek gerekmektedir. Ekonomik faaliyette bulunan bütün işletmelerin temel amacı;

1.Gelirin maksimuma çıkarılması için işletmede mevcut olan üretim faktörleri ile mümkün olduğu kadar fazla gelir temin etmek,

2.Minimum maliyet için belirli bir geliri (rantabiliteyi) mümkün olduğu kadar daha az üretim aracı kullanarak sağlamaktır.

Bu iki alternatifini sonuç olarak birbirinin aynı olduğundan, genellikle gelirin maksimuma çıkarılmasından daha fazla söz edilmektedir. Tarımsal faaliyetlerde de işletmenin temel amacı arazi kullanma, hayvancılık faaliyetleri, bitkisel ve hayvansal ürünlerin değerlendirilmesi ile arazi (rantabiliteyi) maksimum düzeye çıkarmaktır. Bu amaç daha somut olarak, işletmenin likiditesini ve stabilitesini koruyarak işçilik ve sermaye gelirinden oluşan geliri maksimum düzeye yükseltme biçiminde de ifade edilebilir(Bülbül, 2006: 32).

Sabit sermaye yatırımları çoğunlukla özkaynak temelli olması nedeni ile özellikle, genişleme yatırımları ile modernizasyon yatırımlarında tarım işletmelerinin özkaynak sıkıntısı çektiği bilinmektedir. Modernizasyon yatırımları, daha çok maliyet tasarrufu sağlamak, üretim kalitesini yükseltmek amacıyla yapılan yatırımlar kapsamına girmektedir. Genişleme yatırımları ise, tesislerin geliştirilmesini ve satışların artma olasılığına karşı yeni pazarların ele geçirilmesi için yapılan yatırımlardır. Kapasitenin artırılması, gelişmiş teknolojilerin kullanımı ile maliyetlerin düşürülmesini ve geliştirilmesini sağlar(Ceylan, 2006: 320).

İşletmelerin kısa vadeli finansman temininde yaşadığı güçlükler bir başka sorundur. İşletme sermayesinin finansmanı işletmenin toplam finans politikasının bir parçası olup, uzun vadeli finansman politikası ile iç içedir. Örneğin, uzun vadeli kredilerin vadesi gelen taksitleri ve faiz ödemeleri kısa vadeli kaynaklar arasına katılarak işletme sermayesi yönetiminin parçasını oluşturmaktadır. Diğer taraftan işletme sermayesi unsurlarının finanslamasının sadece kısa vadeli kaynaklarla yapılması şeklinde bir zorunluluk yoktur. Bu durum finanslama politikasına göre düzenlenmektedir. Firmanın karlılık, risk ve likidite durumları birlikte ele alınarak işletme sermayesini oluşturan varlıkların finanslamasına gidilmektedir. İşletme sermayesini oluşturan varlıklar da firmanın kendi iç kaynaklarından finanse edilebileceği gibi dışarıdan sağlanacak kaynaklarla da finanse edilmektedir(Aksoy ve Yalçiner, 2008: 29).

Tarım işletmelerindeki ekonomik faaliyetlerin düzenli bir şekilde sürdürülmesi için, üretim faaliyetine katılan sabit sermaye ile işletme sermayesinin, üretim hacmine uygun olarak yerine konması veya yenilenmesi gerekir. Bu bakımdan tarımsal işletmelerde finansman, devamlı finansman (daima tekrar eden) ve bir defaya mahsus olmak üzere yapılan finansmanlar olarak iki ana grupta ele alınır. Bir defaya mahsus olmak üzere yapılan finansman, tarımda özel finansman olarak ifade edilmektedir(Bülbül, 2006: 38).

Sabit varlıklara yapılan yatırımın finansmanı çoğunlukla bir defaya mahsus yapılan finansman grubunda yer alırken, devamlı finansman işletme sermayesinin finansmanı kapsamına girmektedir ki bunların içerisinde, toprak işleme, budama, sulama, gübreleme, ilaçlama, işçilik vb. yıllık bakım işlerinin finanse edilmesi yer almaktadır. Devamlı finansman işletmenin özkaynakları yolu ile sağlanmakta, özkaynakları yeterli olmayan tarım işletmelerinin kısa vadeli finanslaması ise çoğunlukla bitkisel üretim desteklemeleri ile sağlanmakta bir kısmın ise, kısa vadeli krediler yolu ile sağlanmaktadır. Arazi toplulaştırılması yapılmamış alanlarda faaliyet gösteren tarım işletmelerinin yukarıda ifade edilen finansman stratejilerinden yeterince faydalanamadıkları düşünülmektedir

Destekleme alımları kapsamında bulunmayan ürünlerde destek sağlanması girdi sübvansiyonları ile işletme ve yatırım kredileri yoluyla olmaktadır. Girdi sübvansiyonları tüm ürünler için gübre, ilaç ve fidan desteklemeleriyle yapılmaktadır. Bu türdeki sübvansiyonların en önemli kısmını gübre oluşturmaktadır. Meyve ve sebzeler için bir diğer girdi destekleme sistemi, kullanılan tarımsal ilaç bedellerinin % 20'sinin çiftçiye geri ödenmesi şeklindedir.

İthal edilen ilaç ve hammaddeler gümrük vergisi ve harçlardan muaf tutulmakta, fidancılık işletmeleri fidan başına yapılan ödemelerle desteklenmektedir. Söz konusu destekleme özellikle elma üretimi yapan tarım işletmeleri açısından daha önemli hale gelmektedir. 1997 yılından bu yana yapılan uygulama ile özellikle virüssüz fidan üretimine önem verilmektedir. Bu bakımdan elmada sertifikalı fidan üretimi son derece önemlidir (İstanbul Ticaret Odası Sektör Raporu).

Genel olarak yabancı sermaye, uzun veya kısa vadeli kredi şeklinde işletmenin hizmetine sunulmakta ve tarım sektörünün özelliğine göre krediler tahsis edilmektedir. Bu durum tarımsal finansmanın, diğer sektörlerin finansmanından farklılık göstermesine neden olmaktadır. Tarımın kendine has sosyal ve ekonomik yapısı tarımsal krediyi şekillendirmektedir. Tarımın finansmanını etkileyen ve bir yandan sektöre verilen kredilerin şekillenmesini sağlayan diğer yandan da tarımsal kredilere gerek duyulmasına neden olan unsurlar aşağıdaki gibidir; (Özçelik, Güneş ve Artukoğlu, 2005: 2)

- Tarımsal üretimin büyük ölçüde hava koşullarına bağlı olması,
- Kuraklık, hastalık, su baskını gibi doğal yıkımlar nedeniyle de yaşanan gelir dalgalanmaları,
- Küçük aile işletmelerinin yaygın olması,
- Tarım ürünlerinde elverişsiz maliyet-fiyat ilişkisinin varlığı,
- Kredi taleplerinin değerlendirilmesi için gerekli bilgilerin eksik oluşu,
- Üreticilerin kredi sözleşmesi şartlarını yerine getirmeye gerekli özeni göstermemeleri,
- Politik ve toplumsal nedenler,
- Tarım kesimini finanse eden kredi kurumlarının örgütlerinin ve yönetimlerinin yetersiz oluşu,
- Gelir ve giderler arasında zaman uyumunun sağlanamaması,
- Kapalı ev ekonomisinden pazar odaklı üretime geçiş,
- Tarımda gelir seviyesinin düşük, tasarruf olanağının kısıtlı bulunması,
- Tarımda teknoloji geriliği ve yapısal sorunlar,

Bu amaçla Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) Mikro & KOBİ Finansman Programı kapsamında Kredi Kayıt Bürosu'nun (KKB) tarım bankacılığını geliştirme konusunda yapmış olduğu yatırımlar sonucunda tarım kredisi veren banka sayısı artmıştır. Kullanılan sistem (Tarım Kredileri Değerlendirme Sistemi-TARDES) sayesinde hem üreticilerin gelir-gider öngörüsü ve geri ödeme gücünün belirlenmesi kolaylaşmış, hem de borçlanmalar sisteme entegre edilmesinden dolayı üreticilerin doğru tutarda kredilendirilmesi sağlanmıştır. Diğer taraftan yapılan araştırmalarda, yürütülen arazi toplulaştırma çalışmalarının tamamlanması ile birlikte tarımsal kredilendirmenin önündeki en büyük engellerden biri olan teminat sorununun

önemli ölçüde çözüleceği tahmin edilmektedir. Tarım bankacılığında diğer önemli bir konu da faiz sübvansiyonlarının özel bankaları da kapsayacak şekilde yeniden düzenlenmesidir. Serbest piyasa koşullarında rekabetin sağlanabilmesi ve tarımsal kredilendirme miktarlarının diğer sektörlerle yaklaşabilmesi için uygulamanın bir an önce devreye alınması gerektiği programda vurgulanmaktadır (EBRD Mikro&KOBİ Finansman Programı). Aşağıdaki tabloda yıllar içinde tarım sektörüne kullanılan toplam krediler ile nakdi krediler ve takipteki tarımsal krediler görülmektedir.

**Tablo 8.** Türkiye’de Yıllar İtibari İle Toplam Krediler Ve Tarımsal Krediler

Yıl	Hesaplamaya Dahil Olan Aylık Süreler	Sektörel Kredi Dağılımı - Tarım (bin TL)-Nakdi Krediler	Sektörel Kredi Dağılımı - Tarım (bin TL)-Takipteki Krediler	Sektörel Kredi Dağılımı - Tarım (bin TL)-Gayri Nakdi Krediler
2014	9	39.771.656	1.305.253	2.167.717
2013	12	34.320.146	1.244.048	2.276.608
2012	12	30.876.648	957.483	1.711.348
2011	12	29.390.819	865.571	1.721.316
2010	12	21.606.012	943.522	1.259.104
2009	12	14.373.346	873.122	1.035.673
2008	12	12.437.914	411.835	876.644
2007	12	9.556.739	275.479	633.543
2006	12	7.481.469	329.683	1.001.973
2005	12	6.810.094	149.263	451.486
2004	12	4.891.050	209.228	341.235
2003	12	2.672.156	200.735	488.833
2002	12	4.029.240	166.064	950.724

**Kaynak:** Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, <http://ebulten.bddk.org.tr/ABMVC/tr/Gosterim/Gelismis#>, 27.10.2014

Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere, tarımsal krediler yıllar itibari ile artış göstermiştir. Takipteki krediler ise, yıllar itibari ile artmış, geçmiş yıllardan farklı olmamakla birlikte toplam nakdi krediler içindeki payı %3 ile %3,5 arasında değişim göstermiştir. Diğer taraftan 2008 yılında yaşanan uluslararası finansal krizin etkisi olarak, 2009 yılında takipteki kredilerin oranı %5'in üzerine çıktığı ve 2010 yılında düşme eğilimine geçerek %4 seviyesine, 2012 yılında %3 seviyesine kadar gerilediği görülmektedir.

“Türkiye’nin Kalkınmada Öncelikli Bölgelerinde Tarım Finansmanına Erişim” başlıklı bir araştırmada, banka kredisi almanın önündeki en önemli engellerin başında teminat/garanti eksikliği geldiği belirtilmektedir. İlgili çalışmada, odak grubu toplantılarında pek çok üretici, bankaların sadece konut, arazi ya da tarla gibi varlıkların ipotek verilmesi karşılığında kredi kullandığını da belirtmişlerdir. Krediyi geri ödeyememe korkusu, en önemli ikinci engeldir. Birçok üretici geçmişte kredi kullanım deneyimine sahip olmadığından, kredilerin sadece eşit taksitli geri ödeme planı ile sunulduğunu sanıyor olabilir ki, bu da işin dönerselliğine aykırıdır. Bu nedenle üreticiler, mevsimsel gelir ile kredi taksitlerini zamanında geri ödeyemeyecek olduklarını düşündükleri sonucunu gösterir. Yetersiz kredi vadesi ve geri ödeme koşulları da banka finansmanının önündeki bir diğer engeldir. Ancak üreticilerin banka finansmanını alternatif bir finansman kaynağı olarak değerlendirmekte oldukları da yine yapılan çalışmada bulunan sonuçlardan biridir. Katılımcıların büyük bir kısmı uygun vade ve koşullarda sunulan bir krediyi talep



etmektedir(Türkiye'nin Kalınmada Öncelikli Bölgelerinde Tarım Finansmanına Erişimi).

Yüksek faiz ve komisyon oranı da bankadan kredi almanın önündeki en önemli engeller arasındadır. Pazarlama ve satış bölümünde nakit ödeme almanın toplam gelirden daha önemlidir. Bazı üreticiler hasat zamanından önce ödeme alabilmek amacı ile sezon başına %19'a varan oranlarda eksik satış fiyatını kabul etmektedirler.

Karaman'da elma üreticilerinin ihracat sorunlarını belirlemeye yönelik 2012 yılında yapılan bir çalışmada(Erbaş, 2012: 13), elma işiyle ilgili faaliyet gösteren ticaret borsası üyelerinin üretim için kullandıkları sermaye değerlendirilmiş ve üyelerin %74,7'sinin 5.001-

50.000 TL aralığında sermayeye sahip oldukları belirlenmiştir. Diğer değerler aşağıda yer alan tabloda verilmiştir.

**Tablo 9.** Karaman'da Elma Üretimi İşiyle İlgili Sermaye Dağılımı

Sermaye Miktarı	Üretici Sayısı	%
5.000 TL'den az	17	20,5
5.001-50.000 TL arası	62	74,7
50.001-100.000 TL arası	1	1,2
100.001-500.000 TL arası	3	3,6

**Kaynak:** ERBAŞI, A., Karaman Elma Üreticilerinin İhracat Sorunları ve Çözüm Önerileri, Mevlana Kalkınma Ajansı, Konya 2012, s. 13.

Karamanda elmacılıkla birlikte toplam olarak bitkisel üretim desteklemeleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 10.** Karaman İli 2013 Yılı Bitkisel Üretim Desteklemeleri (Bin TL)

Destekleme Konusu	2009	2010	2011	2012
Mazot Desteği	5.397	5.491	6.019	6.310
Kimyevi Gübre Dest.	6.713	6.581	7.286	7.524
Sertif. Tohum Kull. D.	382	358	681	447
Sertif. Fidan. Kull. D.	818	673	714	1.126
Hub.Bakliyat Prim Öd.	12.189	13.090	11.679	7.275
Yağlık Tohum Prim Od.	1.166	1.791	4.240	7.298
Kuraklık –Don Desteği	0	4.119	0	0
Toprak Analiz Desteği	656	787	1.064	1.328
ÇATAK Desteği	383	1.933	2.154	2.909
ÇATAK Alet-Makine	0	0	192	420
Tar.Su. K.Elkt. Enerj. D.	0	0	0	0
Telafi Edici Ödeme	0	0	0	0
Organik Tarım	3	18	47	31
İyi Tarım Desteği	36	74	115	195
Tarımsal Yay.ve Damş.	0	9	25	0
Doğrudan Gelir Desteği	0	0	0	0
Alet Mak. Hibe Desteği	747	982	2.687	657
Biyolojik Mücadele	0	0	1	0
<b>TOPLAM</b>	<b>28.490</b>	<b>35.906</b>	<b>36.904</b>	<b>35.520</b>

**Kaynak:** Karaman Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, <http://karaman.tarim.gov.tr/Belgeler/2014/nisan/Rakamlarla%20Karaman.pdf>

Yatırım kredileri, var olan veya yeni kurulacak işletmelerin yapacakları sabit yatırımların (fidan, gübre, ilaç, alet-ekipman alımı gibi) finansmanını sağlamak amacıyla verilmektedir. Yatırım kredilerinin vadesi, yatırımın özelliği, ekonomik ömrü, işletmenin net gelir projeksiyonu, nakit akım durumu, işletmenin diğer tarımsal ve tarım dışı gelirleri dikkate alınarak belirlenmektedir. 600 dekarın üzerinde kurulacak meyve bahçesi tesislerinde fizibilite raporu istenmektedir. Kredi tutarı genel yatırım tutarından öz kaynak katkısı düşüldükten sonra kalan kısım olmaktadır. İşletme kredilerinde vade bir yıldır ve işletme sermayesinin finansmanında yararlanılabilmektedir. Açılacak kredilerde %25 oranında öz kaynak katkısı aranmaktadır(İstanbul Ticaret Odası Sektör Raporu).

Karaman'da elma üreticilerinin ihracat sorunlarını belirlemeye yönelik yapılan bir çalışmada, Karaman'daki elma üreticilerinden örnekleme dâhil edilen 83 ticaret borsası üyesinin hiçbirisinin elmayla ilgili daha önceden devlet desteği almadığı belirlenmiştir. Elma üreticilerinin devlet desteklerinden bugüne kadar yararlanmamış olmasının nedeni incelendiğinde,cevaplayıcıların %81,9'u bilgisi olmadığı için desteklemeden yararlanmadığı belirtmiş, %13,3'ü gerekli miktar ve nitelikte yardım yapılmadığını belirtmiş, %2,4'ü bürokratik engelin çok fazla olduğunu, ve %2,4'ü ise

herhangi bir sebebi olmaksızın yararlanmak istemediklerini belirtmişlerdir(Erbaş, 2012: 13).

### 5. Pazarlama Faaliyetleri

Türkiye'de üretilen elmanın büyük çoğunluğu ülke içinde tüketilmektedir. Elma ihracatı oldukça düşük durumdadır.

Dünyada en fazla elma üretimi yapan ülkeler arasında üçüncü sırada yer alan Türkiye, elma ihracatı bakımından ise ülkeler sıralamasında on sekizinci sırada yer almaktadır. Türkiye'de elma tüketimi kişi başına 20 kg civarında olup, dünyada en fazla elma tüketen ülkeler arasında yer almaktadır.

Türkiye de elma ihracatı 2002 yılında yaklaşık 15 bin ton iken, 2013 yılında yaklaşık 416 bin ton'a yükselmiştir. Ülkemizde 2002 yılında elma üretiminin yaklaşık %0,7'si ihraç edilirken, 2013 yılında ise yaklaşık %14'ü ihraç edilmiştir. Ancak bu rakamlar istenilen düzeyde değildir.

Üretilmiş olan elmaların tüketicilere ulaştırılmasında birden fazla dağıtım kanalı alternatifini kullanmak mümkün olmaktadır. Bunlardan 'Direk dağıtım' alternatifi olan "üreticiden tüketiciye" kanalı hemen hemen hiç kullanılmamaktadır. Üreticiler ürettiği oldukları, ürünlerini toptancılar, perakendeciler, dış satış şirketleri veya sanayicilere satmakta, bu kanal üyeleri de semt pazarları veya

toptancı halleri vasıtası ile hasat edilen ürünleri tüketicilere ulaştırmaktadırlar.

İç piyasada elmanın tüketicilere ulaştırılmasında Toptancı Halleri önemli bir paya sahiptir. Toptancı Halleri, 1 Ocak 2012 tarihinde yürürlüğe giren 5957 sayılı “Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun”a göre kurulmaktadır. Yine, Kanuna istinaden çıkarılan ve 7/7/2012 tarihli ve 28346 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Sebze ve Meyve Ticareti ve Toptancı Halleri Hakkında Yönetmelikle” toptancı hallerinin kurulmasına ilişkin usul ve esaslar düzenlenmiştir.

Elma pazarlamasında en önemli etkenlerden biri, çeşit ve standardizasyondur. Yapılan araştırmalar sonucunda üretimi öngörülen başlıca önemli elma çeşitleri, başta Granny Smith olmak üzere Starking Delicious, Golden Delicious, Skyline Supreme, Starkrimson Delicious, Starkspur Golden Delicious, Black Stayman Improved 201, Mutsu, Gloster 69, Lutz Golden Cooper 7SB-2 ve Prima gibi kışlık çeşitler ile Starkearliest, Beacon, Vista Bela, JeseyMac ve Summerred gibi yazlık çeşitlerdir (İTO Sektör Raporu).

Son 30 yıl içerisinde Türkiye’de yetiştiriciliği yapılan birçok meyve türünde çeşit standardizasyonu büyük ölçüde gerçekleştirilmiştir. Türkiye Dünya meyveciliğinde üretim miktarları yönünden ön sıralarda bulunmakta olup meyve grupları itibarıyla Türkiye Avrupa Birliğine dâhil ülkelerin meyve üretiminin yumuşak çekirdekli meyvelerde %21’ini, sert çekirdekli meyvelerde %15’ini, sert kabuklu meyvelerde %69’unu, üzümü meyvelerde %33’ünü üretmektedir (Keskin, Akın ve Kaya, 2009: 61).

Türkiye’de üretilen elmanın çok az bir kısmı ihraç edilebilir niteliktedir. Bu durumun en önemli sebebi, ülkemizde yoğun olarak üretilen Golden ve Starking elma türlerinden oluşması ve bu türlerin de yaklaşık olarak elma türlerinin %80’ini oluşturmasıdır. Söz konusu elma çeşitleri, klasik çeşitler arasında yer almakta ve dünya piyasalarında talebi azalan elma çeşidi grubuna girmesinden dolayı dünya pazarında fazla yer bulamamaktadır (Keskin, Akın ve Kaya, 2009: 67).

Türkiye’de TSE tarafından elma standartları hazırlanmış olup, elmalarda kalite sınıflarına ayırma ve boylama işlemleri Türk Standartlarına göre yapılmaktadır. Dolayısıyla, özellikle dış pazarlarda satılabilecek elmaların bu standartlara uygunluğu zorunludur. Meyve özellikleri dikkate alınarak elma; Ekstra, I.Sınıf ve II.Sınıf olmak üzere üç kalite sınıfına ayrılmaktadır. Bu standartlar AB ülkeleri standartları ile uyumludur (İTO Sektör Raporu). Kalite sınıflarının hiç birinde kurtlu ve çürük meyveler bulunmaz, ancak ikinci sınıfta %2’yi geçmemek şartı ile kurtlu ve çürük meyvelere tolerans tanınmıştır.

Hasat edilen elmaların standardizasyonu, ürünlerin sağlamlık, şekil, renk ve kalitelerine göre bir seçmeye tabi tutulması ile gerçekleştirilmektedir. Bu aşamadan sonra meyveler iriliklerine göre boylara ayrılmakta ve daha sonra da ambalaj kaplarına konulmaktadır. Bu işler küçük işletmelerde el ile yapılırken, büyük işletmelerde ise makinelerle yapılmaktadır. Otomasyon maliyetleri, elle boylamaya nazaran daha düşük olmaktadır.

## 6. Elma İşleme, Depolama ve Paketleme Tesisleri

Ülkemizde elmanın büyük bir bölümü taze olarak tüketilmekle birlikte; başta meyve suyu, konsantresi ve püresi olmak üzere pekmez, sirke, reçel, marmelat, çay, cips ve kurusu gibi yan ürünleri de elde edilmektedir. Karaman’da meyve suyu fabrikası mevcuttur.

Karaman’da üretimi gerçekleştirilen elmanın belirli bir miktarı hasat esnasında pazarlanmakta, önemli bir miktarı ise ürün fiyatının daha yüksek olduğu kış ve ilkbahar aylarında pazarlanmak üzere depolanmaktadır. Karaman bölgesinde depolama faaliyetleri, özel sektör ve tarımsal kooperatifler tarafından inşa edilen modern soğuk hava depolarında yapılmaktadır.

Karaman’da soğuk hava depolarının kapasiteleri ihtiyacı karşılayamamaktadır. Elma için soğuk hava deposu ihtiyacı 200.000 ton civarındadır (Karaman Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü). Elde edilen bilgiler ışığında Karaman’daki soğuk hava depolarının kapasitesi ihtiyacı karşılayacak durumda değildir.

## 7. Karaman Elmacılık Sektörü Durum Analizi

### 7.1. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın ortaya konulmasında birincil ve ikincil kaynaklardan faydalanılmıştır. Öncelikli olarak sektör yapısını analiz etmek için ikincil verilerle Karaman Elma üretimine ilişkin bilgi envanteri, resmi kurumların (TÜİK, Belediye, Valilik, İl Tarım Müdürlüğü) ve konu ile ilgili daha önce yapılan benzer çalışmaların verileri dikkate alınarak oluşturulmuştur. Elde edilen bu veriler ışığında, elma üreticileri ile yüz yüze görüşülmüş, mevcut ve potansiyel sorunlar belirlenmiş, sonra da bu sorunlardan ve Erbaşı’nın “Karaman Elma Üreticilerinin İhracat Sorunları ve Çözüm Önerileri” adlı çalışmasında kullandığı anket sorularından istifade edilerek anket formu oluşturulmuştur. Sonra da üreticilerle pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışmadan sonra yeniden düzenlenilen anket formu, 2014 yılının Eylül, Ekim, Kasım ve Aralık aylarında yüz yüze görüşme yöntemi kullanılarak çiftçilere uygulanmıştır.

### 7.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırma, Karaman ilinde elma üreticilerinin sorunlarının ortaya çıkarılması, bu sorunlara çözüm önerileri getirilmesi açısından önemlidir. Özellikle son yıllarda ilde tarım ve hayvancılık faaliyetlerine ilişkin teşvik uygulamaları artmış ve çeşitli envanter çalışmaları gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu anlamda çalışma, hem ilde bir envanter çalışmasının yapılmasına rehberlik edebilecek hem de çiftçilerin hali hazırda sorun veya problem olarak gördükleri konuları ilgililerin dikkatine sunabilecektir.

Çalışmadan elde edilecek veriler ışığında, Karaman ilinde elmacılık faaliyetlerinin rekabet gücünün artırılması, finans, pazarlama ve üretim faaliyetlerinin standarda kavuşturulması ve yaşanan ticari, idari ve bireysel sorunların hem ortaya çıkarılması hem de çözülmesine yönelik önerilerin sunulması amaçlanmıştır. Tüm bu açıardan bakıldığında çalışma Karaman Elma üretimini şekillendirebilecek çıktılara üretebilecek nitelikte ve önemde bir çalışma olarak ortaya çıkmaktadır.



### 7.3. Evren ve Örneklem

Çalışma evrenini, 2014 yılı içerisinde Karaman İl Tarım Müdürlüğü'nde kayıtlı elma üretim faaliyeti sürdüren gerçek ve tüzel tarım işletmeleri oluşturmaktadır. Araştırmannın örnekleme ise bu işletmeler içerisinde 'kolayda örnekleme yöntemi' ile seçilen 391 elma üreticisinden oluşmaktadır.

### 7.4. Araştırmanın Kısıtları

Araştırmanın verileri, Karaman ilinde faaliyette bulunan gerçek ve tüzel elma üreticilerinden anket uygulaması yapılarak elde edilmiştir. Dolayısıyla araştırma sonuçları cevaplayıcıların verdikleri bilgilerin doğru olduğu varsayımına dayanmaktadır.

### 7.5. Araştırmanın Bulguları

Anketlerden elde edilen veriler frekans ve yüzde analizi ile değerlendirilmiş ve aşağıda tablolara halinde sunulmuştur.

**Tablo 11.** Elmacılık Yapma Süresi

Seçenekler	Frekans	%	%*
1-5	56	14,3	14,5
6-10	85	21,7	22,0
11-15	101	25,8	26,2
16-20	75	19,2	19,4
21-25	29	7,4	7,5
26+	40	10,2	10,4
Toplam	386	98,7	100,0
Cevapsız	5	1,3	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

144 cevaplayıcı 16 yıl ve daha uzun bir süredir elmacılık faaliyeti ile uğraşmaktadır. 15 ve daha az süredir elmacılık faaliyeti ile uğraşan 242 kişi bulunmaktadır. Oranlar detaylı olarak incelendiğinde elmacılık faaliyeti ile uğraşanların oranı sırasıyla 1-5 yıl %14,3; 56 kişi (cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %14,5), 6-10 yıl %21,7; 85 kişi (cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %22), 11-15 yıl %25,8; 101 kişi (cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %26,2), 16-20 yıl %19,2; 75 kişi (cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %19,4), 21-25 yıl %7,4; 29 kişi (cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %7,5), 26 yıl ve daha fazla yıl elma üretim faaliyetini sürdüren yani en tecrübeli tarım işletmecilerinin oranı %10,2 ;40 kişi, (cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %10,4) olarak ortaya çıkmıştır.

Genel olarak 15 yıldan daha uzun bir süredir elma üretimi yapan katılımcıların toplam cevaplayıcılar içerisindeki payı %37,3 ile oldukça yüksek bir orana sahip oldukları görülmektedir.

**Tablo 12.** Üretilen Elma Çeşidi Sayısı

Seçenekler	Frekans	%	%*
1	8	2,0	2,1
2	191	48,8	49,1
3	132	33,8	33,9
4	35	9,0	9,0
5	13	3,3	3,3
6	7	1,8	1,8
7+	3	0,8	0,8
Toplam	389	99,5	100,0
Cevapsız	2	0,5	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Elma üreticilerinin çoğunluğu 2 veya 3 farklı çeşit elma üretmektedir. 191 cevaplayıcı 2 çeşit (%48,8; cevap vermeyenler hesaplamadan çıkarıldıktan sonra %49,1), 132 cevaplayıcı (%33,8; cevap vermeyenler hesaplamadan çıkarıldıktan sonra %33,9) üç çeşit elma ürettiğini belirtmiştir. 35 cevaplayıcı (%9) 4 çeşit, 13 cevaplayıcı

(%3,3) 5 çeşit, 7 cevaplayıcı (%1,8) 6 çeşit ve 3 cevaplayıcı (%0,8) 7 ve daha fazla çeşit elma üretmektedir. 1 çeşit elma üreten 8 cevaplayıcı (%2; cevap vermeyenler hesaplamadan çıkarıldıktan sonra %2,1) bulunmaktadır.

**Tablo 13.** Elmacılıkla İlgili Eğitim Alma Durumu

	Frekans	%	%*
Evet	125	32,0	32,1
Hayır	265	67,8	67,9
Toplam	390	99,7	100,0
Cevapsız	1	0,3	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Cevaplayıcılara elmacılık faaliyetleri ile ilgili eğitim alıp almadıkları sorulduğunda, %32'si (125 kişi) bu soruyu evet şeklinde cevaplamıştır. Ankete katılanların %67,8'i (265 kişi) hayır cevabı vermiştir. Eğitim ile ilgili soruyu cevapsız bırakan 1 kişi bulunmaktadır.

**Tablo 14.** Yıllık Elma Üretim Hacmi (Ton)

Seçenekler	Frekans	%	%*
1-20	72	18,4	18,9
21-40	57	14,6	15,0
41-60	43	11,0	11,3
61-70	21	5,4	5,5
71-80	30	7,7	7,9
81-100	52	13,3	13,6
101-120	33	8,4	8,7
120+	73	18,7	19,2
Toplam	381	97,4	100,0
Cevapsız	10	2,6	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Yıllık elma üretimi ile ilgili soruya cevaplayıcıların %2,6'sı (10 kişi) cevap vermemiştir. Cevapsızların oranı hesaplamadan çıkarıldığında, katılımcıların %18,9'u (72 kişi) 1- 20 ton arası, %15 i (57 kişi) 21-40 ton, %11,3'ü (43 kişi) 41-60 ton, %5,5 i (21 kişi) 61-70 ton, %7,9'u (30 kişi) 71-80 ton, %13,6'sı (52 kişi) 81-100 ton, %8,7'si (33 kişi) 101-120 ton, %19,2'si ise 120 tonun üzerinde üretime sahip olduğunu belirtmiştir.

Katılımcıların %41,5'i yıllık 80 ton'dan fazla üretim gerçekleştirmektedir. Yüksek miktarda elma üretimi yapan tarım işletmelerinin sayısının artırılması sağlanarak daha düşük miktarda üretim yapan işletmelerin düşük üretim yapmalarının sebebinin fiziki/doğal koşullar dışında neler olduğu belirlenerek üretim/verim artışı sağlanmasının yolları araştırılmalıdır.

**Tablo 15.** Elma Üretiminde Toplam Hasılatın Masrafa Ayrılan Yüzde

Seçenekler	Frekans	%	%*
%60'tan az	133	34,0	34,5
%60-65	87	22,3	22,6
%66-70	37	9,5	9,6
%71-75	27	6,9	7,0
%76-80	101	25,8	26,2
Toplam	385	98,5	100,0
Cevapsız	6	1,5	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

6 kişinin cevap vermediği, toplam hasılatın yüzde kaçının masrafa ayrıldığı sorusuna, hasılatın %60'ından daha azını ayırdığını belirten 133 kişi (%34; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %34,5), %60-65 diyen 87 kişi (%22,3; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %22,6), %66-70 olarak cevap veren 37 kişi, (%9,5; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %9,6), %71-75 şeklinde cevap veren 27 kişi

(%6,9; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %7) ve %76–80 aralığında masrafı olduğunu belirten 101 kişi (%25,8; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %26,2) bulunmaktadır.

**Tablo 16.** Bahçede Sürekli Çalışan Sayısı (Siz Dâhil)

Seçenekler	Frekans	%	%*
Sadece ben	219	56,0	56,4
5'ten az	152	38,9	39,2
6-10	10	2,6	2,6
11-15	2	0,5	0,5
16-20	2	0,5	0,5
25+	3	0,8	0,8
Toplam	388	99,2	100,0
Cevapsız	3	0,8	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Elma bahçesinde üreticinin kendisi dâhil kaç kişinin çalıştığı sorulduğunda, 219 kişi (%56; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %56,4), 5 kişiden daha az çalışan olduğunu belirten 152 kişi (%38,9; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %39,2), 6–10 kişi çalışıyor şeklinde cevap veren 10 kişi (%2,6), 11–15 ve 16–20 arası çalıştığını belirten 2 şer cevaplayıcı (%05) ve 25 kişiden daha fazla çalışan olduğunu belirten 3 kişi (%0,8) bulunmaktadır. 3 kişi bu soruya cevap vermemiştir.

**Tablo 17.** Hasat Dönemi Ortalama Çalışan Sayısı

Seçenekler	Frekans	%	%*
1-10	66	16,9	17,1
11-20	130	33,2	33,7
21-30	92	23,5	23,8
31-40	32	8,2	8,3
41-50	13	3,3	3,4
51-60	22	5,6	5,7
60+	31	7,9	8,0
Toplam	386	98,7	100,0
Cevapsız	5	1,3	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Hasat döneminde ortalama çalışan sayısının ne olduğu sorusuna 5 kişi cevap vermemiştir. 1-10 arası çalışan olduğunu belirten 66 kişi (%16,9; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %17,1), 11–20 çalışan sayısı olduğunu belirten 130 kişi (%33,2; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %33,7), 21–30 arası çalışan olan 92 kişi (%23,5; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %23,8), 31–40 cevabı veren 32 (%8,2; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %8,3) cevaplayıcı bulunmaktadır. 41–50 arası çalışan olduğunu belirten 13 kişi (%3,3; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %3,4), 51–60 çalışan istihdam ettiğini belirten 22 kişi (%5,6; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %5,7) ve 60 kişiden daha fazla çalışan olduğunu söyleyen 31 kişi (%7,9; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %8) bulunmaktadır.

**Tablo 18.** Üretilen Elmanın Satış Şekli

Seçenekler	Frekans	%	%*
Tüccara	230	58,8	66,7
Şahsi	33	8,4	9,6
Soğuk hava deposuna	68	17,4	19,7
Market/Hale	8	2,0	2,3
İhracat	2	0,5	0,6
Diğer	4	1,0	1,2
Toplam	345	88,2	100,0
Cevapsız	46	11,8	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Cevaplayıcılara ürettikleri elmaları nasıl sattıkları sorulduğunda 46 kişi cevap vermemiştir. Bu soruya tüccara satış yaptığını belirten 230 kişi (%58,8; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %66,7), bireysel olarak satış gerçekleştirdiğini belirten 33 kişi (%8,4; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %9,6), soğuk hava deposuna sattığını belirten 68 kişi (%17,4; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %19,7) bulunmaktadır. Market/Hale'e satış yapan 8 kişi (%2; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %2,3), ihracat yapan 2 kişi (%0,5; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %0,6) ve diğer yollar ile satış gerçekleştirdiğini belirten 4 kişi (%1; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %1,2) bulunmaktadır. Bu tablodan görüldüğü üzere ürünlerini ihraç edenlerin ve market/hale'e satanların oranı oldukça düşüktür.

**Tablo 19.** Elma ile İlgili Teşvik Alma Durumu

	Frekans	%	%*
Evet	67	17,1	17,4
Hayır	319	81,6	82,6
Toplam	386	98,7	100,0
Cevapsız	5	1,3	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Elmacılık faaliyeti kapsamında herhangi bir teşvik alınıp alınmadığı sorulduğunda, 67 cevaplayıcı (%17,1; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %17,4) evet cevabını verirken, 319 kişi (%81,6; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %82,6) herhangi bir teşvik almadığını belirtmiştir. Ankete katılanlardan 5 kişi bu soruya cevap vermemeyi tercih etmiştir.

**Tablo 20.** Pazarın Talep Ettiği Elma Çeşitliliğine Sahip Olma Durumu

	Frekans	%	%*
Evet	234	59,8	60,6
Hayır	152	38,9	39,4
Toplam	386	98,7	100,0
Cevapsız	5	1,3	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Pazarda talep edilen elma çeşitliliğine sahip olduğunu düşünen 234 üretici (%59,8; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %60,6) varken, yeterli elma çeşitliliğine sahip olmadığını belirten 152 üretici (%38,9; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %39,4) bulunmaktadır.

**Tablo 21.** Elma Üretimini Artırma Planının Varlığı

	Frekans	%	%*
Evet	263	67,3	68,3
Hayır	122	31,2	31,7
Toplam	385	98,5	100,0
Cevapsız	6	1,5	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Cevaplayıcılardan 263 kişi (%67,3; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %68,3) elma üretimini artırmayı düşünürken, 122 kişi (%31,2; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %31,7) üretimi artırma ile ilgili bir düşünceye sahip değildir. 6 kişi bu soruyu cevapsız bırakmıştır.

**Tablo 22.** Elma Üretiminde Yenilikleri Takip Etme Durumu

	Frekans	%	%*
Evet	293	74,9	76,5
Hayır	90	23,0	23,5
Toplam	383	98,0	100,0
Cevapsız	8	2,0	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Cevaplayıcıların üretim ile ilgili yenilikleri takip düzeylerine bakıldığında, 293 üretici (%74,9; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %76,5) yenilikleri takip ettiğini, 90 üretici ise (%23; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %23,5) yenilikleri takip etmediğini belirtmiştir.

**Tablo 23.** Teşviklere İlişkin Görüşü Yansıtan Seçenek

Seçenekler	Frekans	%	%*
Bilgi yok ya da yetersiz düzeyde	82	21	22,2
Gerekli miktar ve nitelikte yardım yapılmıyor	218	55,8	58,9
Bürokratik engel çok fazla	26	6,6	7,0
Yararlanmak istenmiyor ve nedeni yok	44	11,3	11,9
Toplam	370	94,6	100,0
Cevapsız	21	5,4	
Toplam	391	100,0	

\* Cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldıktan sonra

Teşviklere ilişkin cevaplayıcıların görüşleri incelenmek istendiğinde, teşvikler konusunda bilgisi olmadığını söyleyen 82 kişi, (%21; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %22,2), gerekli miktar ve nitelikte teşvik yapılmadığını

belirten 218 kişi (%55,8; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %58,9), bürokratik engellerin çok fazla olduğunu söyleyen 26 kişi (%6,6; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %7) ve teşviklerden -neden belirtmeden- yararlanmak istemediğini ifade eden 44 kişi (%11,3; cevapsızlar hesaplamadan çıkarıldığında %11,9) bulunmaktadır.

Önceki tablolardan da görüldüğü gibi, 2000 yılı sonrası teşvikten faydalanan 67 üretici varken gerekli miktar ve nitelikte yardım yapılmadığını belirten 218 üreticinin olması aslında üreticilerin teşvikler konusunda yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıklarının bir göstergesidir.

Aşağıdaki Tablo 24, cevaplayıcılara yöneltilen soru seti sıralamasına göre tasarlanmış, Maliyete Yönelik Yargılar, Hukuksal Yargılar, Finansal Yargılar, İnsan Kaynakları Yönetimi, Kalite, Yönetim, Üretim, Pazarlama ve Teknoloji yargılarına göre sınıflandırılmıştır.

**Tablo 24.** Katılımcıların Yargılarını Ölçen Soru Setinin Gruplandırılmış Biçimi

		N	Yargı Türü
M	İlaçlama ve gübreleme maliyetleri çok yüksek	347	1
	İhracat maliyetleri çok yüksek	331	
	İşçilik maliyetleri çok yüksek	345	
	Ulaştırma maliyetleri yüksek ve sorunlu	343	
	Soğuk hava maliyetleri çok yüksek	349	
H	Tanıtım maliyetleri çok yüksek	338	2
	İhracat pazarındaki yasal düzenlemeleri bilmiyorum	336	
	İhracat kotası uygulamayan ülkeleri bilmiyorum	338	
	Şirketleşme için hukuksal bilgi eksikliğim var	335	
	Kişisel sermaye temininde güçlük yaşıyorum	357	
F	Teşvikler yok ya da yetersiz	340	1
	İhracat yaparsam tahsilatta zorluk çekeceğimi düşünüyorum	333	
	Üretim maliyetlerini karşılamada finansal sıkıntı yaşıyorum	341	
	Satış sonucunda tahsilatta çok ciddi risk var	343	
	Faaliyette bulunmak için bankalara ihtiyacım var ama sektöre sundukları hizmetler yetersiz	338	
İK	Kredi temininde güçlük yaşıyorum	339	2
	Finansal danışmanlık hizmeti alamıyorum	341	
	İhracat yapmaya yardımcı olacak nitelikli elemanım yok	334	
	İhracatı geliştirmeye yönelik çaba harcayacak zamanım yok	334	
	Sürekli çalışacak nitelikli eleman bulmakta zorlanıyorum	335	
K	Ziraat mühendisliği hizmetlerini yeterince alamıyorum	336	1
	İklimsel etkiler ürün kalitesini etkiliyor	335	
	Ürün kalitesi açısından rekabet edebilirlik zor	337	
	İstenilen kalite belgesine sahip değilim	337	
	Kaliteli ve standartlara uygun mal sunamıyorum	338	
Y	Yabancı pazar kültürüne alışkın değilim	335	1
	Kooperatifleşme yok/yetersiz	349	
	Dış ticarette kullanabileceğim bir strateji geliştiremedim	335	
	Elma pazarında rekabet çok yoğun	339	
	Yönetim danışmanlık hizmeti alamıyorum	345	
U	Elmacılığa devam etme konusunda motivasyon eksikliği yaşıyorum	342	2
	Daha önce ihracatla ilgili olumsuz deneyimler yaşadığım için ihracat yapamıyorum	331	
	Girişimcilik ruhuna sahip değilim	342	
	Ziraat odasının elmacılıkla ilgili üretim faaliyetleri yetersiz	336	
	İlimizde elma üretimi ile ilgili tanıtım faaliyetleri yetersiz	333	
P	Farklı pazarlarda farklı standartlarda ürünler isteniyor	341	1
	Talebe cevap verebilecek yeterli miktarda üretim yap(a)mıyorum	344	
	Tarimsal sigortalama ile ilgili ciddi sorunlar yaşıyorum	340	
	Karaman'da soğuk hava depolarını yeterli buluyor musunuz?	336	
	İklimsel etkiler üretim miktarını etkilemiyor	346	
T	İhracat yapılacak uygun ülke bulmakta zorlanıyorum	331	2
	Konşu ülkelerdeki sorunlar satışlarımı olumsuz etkiledi	344	
	Ziraat odasının yerli elma ile ilgili tanıtım faaliyetleri yetersiz	339	
	Pazardan yeterince tatmin olmuyorum	357	
	Valiliğin, belediyenin elmacılıkla ilgili tanıtım faaliyetleri yetersiz	337	
T	İstenilen uygun fiyatta ürün sunamıyorum	343	1
	Aracılara ve yurt dışı pazar oyuncularına güvenmiyorum	341	
	İstenilen standartlarda ürün yetiştirebiliyorum	343	
	Aracı(kişi/kurum) bulamıyorum	341	
	Ürünlerin ambalajlanmasında ve etiketlenmesinde sorun yaşıyorum	339	
T	Markalaşmayla ilgili sorunlarım var	342	2
	Ulaştırımda teknoloji den yeterince faydalanamıyorum	337	
	Üretimde teknoloji den yeterince faydalanamıyorum	342	
	Satışta teknoloji den yeterince faydalanamıyorum	346	

**M: Maliyete Yönelik Yargılar, H: Hukuksal Yargılar, F: Finansal Yargılar, İK: İnsan Kaynakları Yönetimi, K: Kalite, Y: Yönetim, Ü: Üretim P: Pazarlama, T: Teknoloji**

1) Burada belirtilen yargılara cevaplayıcılar baskın bir şekilde EVET cevabı vermişlerdir.

2) Burada belirtilen yargılara cevaplayıcılar baskın bir şekilde EVET ve KISMEN cevabı vermişlerdir.

3) Burada belirtilen yargılara cevaplayıcılar daha fazla, KISMEN ve HAYIR şeklinde cevap vermişlerdir

Elma üreticilerine maliyet ile ilgili yukarıdaki tabloda sıralanan yargılara 1- Evet 2- Kısmen 3 – Hayır şeklinde cevap vermeleri istenmiştir. 391 cevaplayıcının 246'sı ilaçlama maliyetlerinin yüksek olduğunu, 210'u ihracat maliyetlerinin yüksek olduğunu, 200'ü işçilik maliyetlerinin yüksek olduğunu, 189'u ulaştırma maliyetlerinin yüksek ve aynı zamanda sorunlu olduğunu, 208'i soğuk hava maliyetlerinin çok yüksek olduğunu, 171'i ise tanıtım maliyetlerinin yüksek olduğunu belirtmişlerdir.

Elma üretiminde daha önce üreticilere 'toplam hâsılâtın yüzde kaçını masraflara ayırıyorsunuz' sorusuna %60'tan daha fazla olduğunu belirten üreticilerin toplamının 225 kişi olduğu görülmüştü. Bu durumla yukarıdaki tabloda maliyetle ilgili sorulara evet cevabı verenlerin sayısı örtüşmektedir.

Hukuksal konularla ilgili olarak sorulan "İhracat pazarındaki yasal düzenlemeleri bilmiyorum" ve "ihracat kotası uygulayan ülkeleri bilmiyorum" yargıları cevaplayıcıların en çok evet şeklinde cevap verdikleri konular olmuştur (220 kişi). 189 cevaplayıcı ise şirketleşme için hukuksal bilgi eksikliği var yargısına evet şeklinde cevap vermiştir.

Yukarıdaki ilk iki soruya evet cevabı verenlerin sayısı daha önce üreticilere "elmayı ne şekilde satıyorsunuz" sorusuna 'tuccara' cevabını verenlerin sayısı (230 kişi-%58,8) ile örtüştüğü görülmektedir.

Cevaplayıcılara elmacılık faaliyetlerini sürdürürken yaşadıkları finansal sorunlar sorulduğunda "kişisel sermaye temininde güçlük yaşıyorum" yargısına 257 cevaplayıcı evet şeklinde cevap vermiştir. 225 cevaplayıcı teşviklerin yok veya hiç olmadığını, 213 cevaplayıcı ihracat yaparsa zorluk çekeceğini düşündüklerini, 208 cevaplayıcı üretim maliyetlerini karşılamada finansal sorunlarla karşılaştıklarını, 196 cevaplayıcı satış sonucunda tahsilât konusunda ciddi sorunlar olduğunu, 192 cevaplayıcı, bankalara ihtiyacı olmasına rağmen bankaların sektöre sunduğu hizmetin yetersiz kaldığını, 166 üretici kredi temininde güçlük yaşadığını, 161 cevaplayıcı ise finansal danışmanlık hizmeti alamadığını belirtmiştir.

İhracat yaptığı taktirde tahsilatta zorluk çekeceğini düşünenlerin sayısı ile elmayı tüccara satanların sayısının örtüştüğü görülmektedir.

Kalifiye işçinin önemli olduğu ancak temininin zor olduğu sektörde insan kaynakları konusunda, 220 üretici ihracat yapmaya yardımcı eleman bulmakta zorlandığını, 198 üreticinin ise ihracat geliştirmeye yönelik çabasının ve zamanının olmadığını ifade ettikleri görülmektedir. 177 cevaplayıcı nitelikli eleman konusunda sıkıntı yaşadığını ve 183 cevaplayıcı ise ziraat mühendisliği hizmetlerinden yeterince faydalanmadığını belirtmiştir.

Yukarıdaki tabloda ilk soru ile ihracat yaptığı takdirde tahsilatta zorluk yaşayacağını düşünenlerin sayısının örtüştüğü görülmektedir. Dolayısıyla üreticiler kooperatif olarak çalışmalarını halinde güvenli olarak ihracat yapabilecekleri ülke veya yurt dışı alıcı bulmakta sorun yaşamayacaklarını, ayrıca ihracat yapma ile ilgili eğitimler verilerek üreticilerin belirttikleri aksaklıkların (ihracat yapmaya yardımcı eleman vb.) ortadan kaldırılabilceği düşünülmektedir.

İklimsel etkiler, 217 cevaplayıcı tarafından ürün kalitesi üzerinde etkili olarak belirtilmiştir. Her ne kadar üreticiler zararlarını TARSİM ile kısmen çözebilirler de kaliteli ürün yetiştirme sorunundan kaynaklanan problemler çözümlenememektedir. Rekabet açısından ürettiği ürünlerin rekabet edebilirliğinin olmadığını söyleyen 194 cevaplayıcı bulunmaktadır. 168 üretici istenilen kalite belgesine sahip olmadığını, 159 cevaplayıcı ise istenilen kalite ve standartlara uygun mal sunmadığını ifade etmişlerdir. Buradan iklimsel etkilerin derecesini düşürebilecek üretim metotları konusunda gerekli çalışmaların (Ziraat İl Müdürlüğü ve Ziraat Odası bazında) yapılmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Yine ürün kalitesi açısından rekabet edilebilirliği artırmak için kaliteyi geliştirme çalışmalarına önem verilmelidir. Ayrıca pazarın talep ettiği kalite ve ürüne yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

Üreticiler her ne kadar rekabet edebilir ürün üretmediklerini belirtse de daha önce 'pazarın talep ettiği elma çeşitliliğine sahip misiniz' sorusuna evet cevabı vererek pazarın talep ettiği ürünü üretebildiklerini belirtmişlerdir.

Yönetimsel konulara ilişkin görüşleri sorulan cevaplayıcıların kooperatifleşmenin olmadığını birincil sorun olarak ifade ettikleri görülmüştür (219 kişi). Yabancı pazar kültürüne alışık olmadıklarını ifade etmeleri bir diğer yönetimsel konu olarak ortaya çıkmıştır (214 kişi). Dış ticarete kullanabileceği bir strateji geliştiremediğini ifade eden 203 üretici, elma pazarına rekabetin çok yoğun olduğunu söyleyen 191 üretici bulunmaktadır. 168 üretici yönetim danışmanlığı hizmeti alamadığını ifade ederken, 152 cevaplayıcı girişimci ruha sahip olmadığını beyan etmiştir. 151 üretici elmacılık faaliyetlerine devam konusunda motivasyon eksikliği yaşadığını belirtmektedir. 144 kişi ise daha önce yaşadığı olumsuz deneyimler yüzünden ihracat yapamadığını ifade etmiştir.

Yönetim açısından kooperatifleşmenin olmaması elmacılık faaliyetlerinin il bazında yönetilmesi açısından sorun oluşturmaktadır. Aynı zamanda ihracat kültürünün gelişmemiş olması da gerek dış ticarete bir strateji belirleyebilmek gerekse de yabancı pazar kültürüne adaptasyon açısından önemli bir problem oluşturmaktadır.

Burada üreticiler her ne kadar motivasyon eksikliği yaşadıklarını belirtse de "elma üretiminizi artırmayı planlıyor musunuz" sorusu ile karşılaştırıldığında üreticilerin motivasyon eksikliği yaşadıklarını belirtmeleri gerçekçi görülmemektedir.

Ziraat odasının elmacılıkla ilgili üretim faaliyetlerinin yetersiz olduğunu belirten 219 üretici bulunmaktadır. İlimizde elma üretimi ile ilgili tanıtım faaliyetleri yetersiz diyen cevaplayıcıların sayısı ise 211'dir. Farklı pazarlarda farklı standartlarda ürünler isteniyor yargısına evet diyen cevaplayıcıların sayısı 215'tir. Talebe cevap verebilecek yeterli miktarda üretim yap(a)mıyorum diyen 169, Karaman'da soğuk hava depolarını yeterli buluyor musunuz? Sorusuna evet diyen 157, Tarımsal sigortalama ile ilgili ciddi sorunlar yaşıyorum diyen 143 ve İklimsel etkiler üretim miktarını etkilemiyor diyen 133 elma üreticisi bulunmaktadır.

Pazardan tatmin olmadığını ifade eden 216, komşu ülkelerdeki sorunların elma üretimine olumsuz yansıdığını söyleyen 215 ve ihracat yapacak uygun ülke bulmakta sorun yaşadığını ifade eden 208 elma üreticisi bulunmaktadır. Valiliğin belediyenin elmacılıkla ilgili tanıtım faaliyetlerini yetersiz bulan 206 cevaplayıcı mevcut iken, bu tanıtım faaliyetlerinin ziraat odası tarafından yürütülen kısmını yetersiz bulan 211 üretici bulunmaktadır. Üreticilerin 199'u istenilen uygun fiyatta ürün sunmadığını, 188'i araçlara ve yurt dışı Pazar oyuncularına güvenemediklerini ifade etmektedir. Ürünlerin ambalajlanmasında sorun olduğunu belirten 153 ve markalaşma konusunda sorun yaşadığını söyleyen 152 üretici bulunmaktadır. İstenilen standartlarda ürün yetiştirebildiğini belirten 168 cevaplayıcı ve ürünleri pazarlamada aracı bulmadığını belirten 170 cevaplayıcı bulunmaktadır.

Ulaştırma, üretim ve satış konusunda teknolojiyi yeterince kullanmadığını ifade eden üreticilerin sayısı sırasıyla, 189, 173 ve 168 kişi olarak tespit edilmiştir.

### 8. Sonuç ve Öneriler

Elma üreticilerine maliyetle ilgili sorulan sorularda en fazla ilaçlama, soğuk hava, ihracat, işçilik ve ulaştırma maliyetlerinden şikâyetçi oldukları belirlenmiştir.

Finansal konularda uygun maliyetli ve uygun faiz oranlı esnek ödeme planına sahip krediler tahsis edilmesi, kooperatifleşmeye gidilerek üreticiler arası desteğin sağlanması konuları öncelikli konular olarak öne çıkmaktadır.

İnsan kaynakları konusunda üreticiler, ihracat yapmaya yardımcı eleman bulmakta zorlandıklarını, ihracatı geliştirmeye yönelik çabalarının ve zamanlarının olmadığını, ziraat mühendisliği hizmetlerinden yeterince faydalanmadıklarını, nitelikli eleman konusunda sıkıntı yaşadıklarını belirtmişlerdir.

İşletme faaliyetlerinin başarılı olabilmesi için mutlaka sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır. Gelişmiş ülkelerde birçok girişim, fikir sahibinin sermayedar bularak risk sermayesi olarak hayata geçirilmesinin bir sonucudur. Her ne kadar atadan gelen/kalan yöntem ve sermaye ile faaliyete devam edilse de özellikle modern tarım uygulamaları ile daha az çaba ile önceki dönemlere kıyasla daha fazla verim ve kar elde edilebilmektedir. Elmacılık sektöründe de geçmiş dönemlere oranla gün geçtikçe artan oranda ilave sermaye ihtiyacı gerekmektedir. Bu amaçla mevcut kredi uygulamaları dışında sübvansiyon statüsünde ancak adil kullanımı sağlayabilecek finansman imkân ve teknikleri yaygınlaştırılmalıdır.

Kooperatifleşmenin olmaması elmacılık faaliyetlerinin il bazında yönetilmesi ve diğer elma üreticileri ile birlikte düzenlenen organizasyonlarda söz sahibi olunması açısından sorun oluşturmaktadır. Standartlaştırma faaliyetlerinin eksik olduğu, pazara göre üretim yapılmadığı ve talep konusunda yeterli bir çalışmanın yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu sorunları gidermeye yönelik olarak, teknolojik imkanlardan istifade edilerek, pazara uygun nitelik ve miktarda üretim yapılması sağlanmalıdır.

Hukuksal konularda, yasal düzenlemeler hakkında bilgi sahibi olmama, ihracat yapılacak ülkeler hakkında genel bilgi

sahibi olmama işletmelerin karşılaştıkları ortak sorunlardandır. Bu sorunları çözmek için ihracat pazarları ile ilgili sivil toplum kuruluşları ve resmi kuruluşlar tarafından bilgilendirici seminerler ve eğitim programları uygulanmalıdır.

İnsan kaynakları başlığında sıralanan konular, kaliteyi de etkileyen unsurlar arasındadır. Üreticilerin çoğunluğu ürettikleri ürünlerin rekabet edebilir kalitede olmadığını belirtmişlerdir. Bu yüzden kaliteyi artırıcı ve rekabette avantaj sağlayacak zirai destekler artırılmalıdır.

Finans uygulaması olarak algılanmasa da riskin gerçekleşmesi durumunda zararın telafisine imkan tanıyan sigorta uygulamalarının önemi tarım sektöründe gün geçtikçe daha yaygın bir şekilde kabul görmektedir. Bu nedenle sigortacılık sektöründe zirai uygulamaların tamamını kapsayacak şekilde uygulamalar tesis edilmelidir.

Başarısızlığın en önemli nedenlerinden birisi olan işletme (çalışma) sermayesi kararı detaylı hesaplamalar ve tecrübe ile tespit edildiğinde başarının artırılması mümkün olacaktır. Bu sebeple her bir üreticiye bu konuda finansal danışmanlık hizmeti sağlanmalıdır.

Sektörde çalışanlar, genellikle mevsimlik ve sigortasız işçilerdir. Elma üreticilerinin şirketleşmesi sağlanarak devlet tarafından sağlanan finans, çalışan, malzeme, ekipman ve sosyal güvenlik gibi teşviklerden faydalanması sağlanmalı ve işçilerin sürekli istihdamı sağlanmalıdır. Böylelikle kalifiye eleman sorunu da belirli oranda çözülmüş olacaktır.

İhracat yapmaya yardımcı eleman temini konusunda yaşanan sıkıntıları gidermek için kurulacak oda bünyesinde bir koordinasyon merkezi oluşturulmalıdır.

İklimsel etkilerin derecesini düşürebilecek üretim metotları konusunda bir takım çalışmanın (Ziraat İl Müdürlüğü ve Ziraat Odası bazında) yapılmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır. İklimsel etkilerin derecesini düşürebilmek ve ürün kalitesi açısından rekabet edilebilirliği artırmak için kaliteyi geliştirme çalışmalarına önem verilmelidir.

Bilinçli elma yetiştirme konusunda eğitim almayanların oranının yüksek olmasından dolayı, mevcut elma yetiştiricilerine ve elmacılık alanında faaliyette bulunmak isteyen potansiyel yatırımcılara eğitim verilmelidir. Böylelikle bilinçli elma yetiştirme sağlanarak yüksek üretim ve verim artışı sağlanabilecektir.

Karaman elma üretimi için uygun iklim koşullarına ve toprak yapısına sahip bir il olması nedeniyle ülkemiz elma verim ortalamasının üstünde verim oranına sahiptir. İl'in bu özelliğinden yola çıkılarak üretilen ürünlerin sadece küçük bir kısmı ihraç edilmekte kalan kısım iç piyasada tüketilmekte olması dikkate alınarak üretim miktarının artışı sağlanmalı ve diğer koşulları yerine getirilerek ihracat artışı oluşturularak Karaman'ın ülke ekonomisindeki en büyük 20 il arasındaki konumu daha üst sıralara taşınması sağlanmalıdır.

Karaman'da soğuk hava, elma işleme ve seçme tesisleri yetersizdir. Bu yetersizlikleri gidermek için birlik gerekli çalışmaları yapılmalıdır.

Ambalajlama, etiketleme gibi konularda tesisleşmeye gidilmelidir.

Karaman elmacılığının tanıtımı amacıyla lobi faaliyetleri yürütülmeli, fuarlar düzenlenmelidir.

İade ve istisna konularında destek sağlanması, alternatif tahsilât yolları ile ilgili eğitim verilmesi, finansal danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması yolları ile üreticiler ihracat konusunda desteklenmelidir.

Zararın oluştuğu dönemlerde sigorta vb. destekler dışında kredilerin ertelenebileceği çeşitli alternatifler geliştirilmelidir.

Opsiyon vb. melez ürünler hakkında üreticiler bilgilendirilerek, alternatif finansman imkanlarını kullanımı teşvik edilmelidir.

Uzun süreli kullanılacak ekipmanların alımı ve kiralanması kararı da başarı için önemli unsurlar arasındadır. Bu noktada sermaye planlaması, sermaye yatırım kararı ve bütçeleme gibi konularda üreticiler bilgilendirilmeli ve profesyonel destek sağlanmalıdır.

Firmaların yapacakları yatırımlarda profesyonel tekniklerle maliyet – hacim – kar analizleri yapılmalı, paranın zaman değeri dikkate alınarak özellikle de belirsizlik durumlarında karar almaya yönelik yöntemler ve simülasyon metotları ile karar alınması sağlanmalıdır.

Üreticilerin mevcut durumlarının finansal durum ve faaliyetlerinin analizi yapılmalı, yeterli gözlemin sağlanması sonucunda geleceğe yönelik tahminlemeler ve böylelikle büyüme yönü sağlıklı şekilde tespit edilmeli, olası sorunlar erken teşhis edilerek önlem alınmalıdır. Ayrıca kriz olarak nitelendirilebileceğimiz doğal nedenlerden kaynaklanan zarar dönemlerinde uygun küçülme planları hazırlanmalıdır.

Çeşitli sektörlerdeki başarılı kooperatif modellerinden örnekler yardımıyla daha küçük birikimle daha geniş bir sermayeye hükmetme ve başarıyı artırma ihtimalinin birlik olarak hareket etmekten geçtiği gerçeği doğrultusunda hareket edilmelidir.

Kaliteli ve verimli üretimin sağlanması için nitelikli tohum, gübre, ilaç vb. zirai hammadde ve ekipmanın temini amacı ile destekli sertifikalı daha ekonomik ve alternatif ödeme planları sunabilen satış ofisleri kurulmalı mevcut ofisler modernize edilmelidir.

Elmanın pazarlanabilirliğini yükseltmek amacı ile iyi tarım, organik ürün vb. sertifikalarının alımı konusunda hizmet sunulmalı ve teşvik edilmelidir.

İstenilen kaliteyi sağlayamayan ancak farklı sektörlerde kullanılabilecek elmalarla ilgili olarak bilgilendirme yapılmalı, alternatif uygun pazarlar belirlenmeli ve zararın asgari seviyede kalması sağlanmalıdır.

Ekolojik tarım konusunda üreticiler bilinçlendirilmeli ve alınabilecek teşvikler için yatırım projesi desteği sağlanmalıdır.

Üretim maliyetlerini azaltacak elektrik, su vb. temel girdilerin, bireysel üretim ile karşılanabileceği durumlarda bu imkanın kara nasıl yansıtacağı, yapılacak yatırımların geri ödeme ve karlı çalışma süresi analizleri ile bu girdilerin ne

şekilde temin edilmesinin uygun olacağına yönelik karar verme süreci desteklenmelidir.

Elmacılık faaliyetlerine ilişkin, meslek odası kurulmalı ve üreticilerin üye olması sağlanmalıdır. Üyelere elma ile ilgili her konuda hizmet verebilecek yeterlilik düzeyinde olması gereken bu oda, aynı zamanda Karaman elma piyasasında fiyat belirleme konusunda söz sahibi bir konumda olmalıdır.

Karaman elma ile ilgili coğrafi işaretleme olarak tescil edilmelidir.

Karaman, arazi toplulaştırılmasının en yüksek olduğu iller arasındadır. Verimliliği daha da artırmak amacıyla belirlenmiş büyüklüğün üzerindeki elma bahçelerin kurulması teşvik edilmelidir. Birliğe üye olmak ve avantajlarından faydalanmak için, belirlenen makul ölçekte elma bahçesine sahip olmak ön koşul olarak sunulabilir.

Elmanın sadece meyve olarak satılmayıp, sanayide birçok alanda hammadde olarak kullanılabilmesinden dolayı elma ile ilgili, diğer yatırım alanları için teşvik/desteklemeler yapılmalı ve yatırımcılara kolaylıklar sağlanmalıdır. Ayrıca Karaman sanayisi, niteliği düşük olan elmaların, meyve suyuna dönüştürülmesinin yanı sıra alternatif imalat alanlarında kullanılabileceği bir sanayi bölgesi olarak öne çıkarılmalıdır.

Elma üreticileri birliği daha aktif çalıştırılarak desteklemelerden daha etkin bir biçimde faydalanılmalıdır. Uygun yeni pazar alanları araştırılmalı ve diğer tüketicilere ulaşılabilecek alternatif pazarlama metotları ve dağıtım kanalları araştırılmalıdır.

Elma üreticileri lojistik maliyetlerini yüksek bulmaktadırlar. Birlik, kurulması gündemde olan lojistik merkezine yakın bir bölgede depolama ve seçme tesisleri kurulmalıdır.

## Kaynakça

AKSOY, A., ve K. Yalçın (2008), İşletme Sermayesi Yönetimi, Gazi Kitabevi, 4. Baskı, Ankara

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, <http://ebulten.bddk.org.tr/ABMVC/tr/Gosterim/Gelisimsis#>, 27.10.2014

BÜLBÜL, M.(2006), Tarımsal İşletmelerin Finansmanı, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara

CEYLAN, A. (2006), İşletmelerde Finansal Yönetim, Ekin Kitabevi, 10. Baskı, Bursa,

EBRD Mikro&KOBİ Finansman Programı (2014), Tarım Sektör Raporu Nisan Haziran 2014, [http://www.msmeturkey.com/fileadmin/msme/upload/pdf/Tarim\\_Sektor\\_Raporu\\_Nisan-Haziran\\_2014.pdf](http://www.msmeturkey.com/fileadmin/msme/upload/pdf/Tarim_Sektor_Raporu_Nisan-Haziran_2014.pdf), 16.01.2015, s.5

ERBAŞI A. (2012), Karaman Elma Üreticilerinin İhracat Sorunları ve Çözüm Önerileri, Mevlana Kalkınma Ajansı, Konya

FIRAT O. ve A. Çiçek (2000), “T.C. Ziraat Bankasının Tarımsal Kredi Uygulamaları ve Tokat İli Merkez İlçedeki İşletmelerin Bu Uygulamalardan Yararlanan Etkinliği

Üzerine Bir Araştırma”, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt: 17, Sayı:1,

Gıda Tarım Ve Hayvancılık Bakanlığı (2012), 1.Ulusal Elma Çalıştayı, Ulusal Elma Strateji Planı, Aralık 2012, Isparta.

İstanbul Ticaret Odası Sektör Raporu <http://www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-32.pdf>, Erişim: 01.05.2015

Karaman Gıda, Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü, <http://karaman.tarim.gov.tr/Belgeler/2014/nisan/Rakamlarla%20Karaman.pdf.1> 13.10.2014

KAŞKA N. ve ark., (2005)“Türkiye Meyveciliğinde Üretim Hedefleri”, Türkiye Ziraat Mühendisleri VI. Teknik Kongresi, Ankara

KESKİN A. H. A. Akın ve E.Kaya (2009), “Konya İli Çumra İlçesi Klonal Anaçlı Elma Yetiştiriciliğinin Durumu ve Sürdürülebilirliği”, Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi, Cilt: 2, Sayı:1,

NİYAZ Ö. C. ve N.Demirbaş (2011), “Türkiye Yaş Meyve Üretim ve İhracatının Son On Yıllık Döneminin Değerlendirilmesi”, Tarım Ekonomisi Dergisi, Sayı: 17, Cilt:1

ÖZCATALBAŞ O.ve Z.,Turhanoğulları ve İ. Kutlar, “Dünya Elma Üretim Sektörünün Genel Durumu ve Gelişmeler”, Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi, Cilt:2, Sayı:1, 2009.

ÖZÇELİK A, Erdoğan G, ve M. M. Artukoğlu (2005), “Türkiye’de Tarımsal Kredi: Sözleşmeli Tarım ve Üretici Örgütleri Üzerinden Kredi Uygulamaları”, Ziraat Mühendisliği VI. Teknik Kongresi, 3 – 7 Ocak 2005.

Platin Elma, Elma Sektörü Çıkış Yolu Arıyor, Ekim 2013, Sayı:1

Türkiye Tarım Sektörü Raporu (2013), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, TOBB Yayın No: 2014/230, Ankara.

Türkiye’nin Kalınmada Öncelikli Bölgelerinde Tarım Finansmanına Erişimi (2012), (Çalışma Özeti), Mart 2012, <http://www.msmeturkey.com/fileadmin/msme/upload/pdf/TUR.pdf> 19.10.2014

5957 sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun

Sebze ve Meyve Ticareti ve Toptancı Halleri Hakkında Yönetmelik

[www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)(erişim tarihi: 19.04.2015)

[www.tarim.gov.tr](http://www.tarim.gov.tr)(erişim tarihi: 19.04.2015)

[www.ito.org.tr](http://www.ito.org.tr) (erişim tarihi : 10.05.2015)

<http://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/fruit.pdf>, erişim:01.06.2015