

E – ISSN: 2148-2497
Yıl/Year: 2021
Cilt/Volume: 12
Sayı/Issue: 23

BARTIN ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Uluslararası Hakemli Dergi



AYDINLIK YARINLARA

**BARTIN UNIVERSITY
JOURNAL OF FACULTY OF
ECONOMICS AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES**

Peer Reviewed International Journal

23

ISSN Online : 2148-2497
Yıl/Year : 2021
Cilt/Volume : 12
Sayı/Number : 23

BARTIN ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Uluslararası Hakemli Dergi

Dergimiz ASOS INDEX, GOOGLE SCHOLAR, SOBIAD ve 06.04.2015 tarihinden itibaren EBSCO Host'ta taranmaktadır. DergiPark'ta da yayımlanan dergimizin TR DİZİN' de taranması için girişimlerde bulunulmuş olup değerlendirilme süreci devam etmektedir. Sobiad atıf dizinine göre 2019 Impact Factor sıralamasında Türkiye' de yayımlanan dergiler arasında ilk on dergi arasında yer almaktadır.



BARTIN UNIVERSITY JOURNAL OF FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Peer Reviewed International Journal



BARTIN ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

BARTIN UNIVERSITY JOURNAL OF FACULTY OF
ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Yılda iki defa yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir.

A peer reviewed international journal published two issues per year

Yıl/ Year: 2021 Cilt/ Volume: 12 Sayı/ Number: 23

ISSN Online: 2148-2497

Sahibi / Owner:

Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi adına
Prof. Dr. ŞABAN ESEN (Dekan)

Editör / Editor :

Prof. Dr. ŞABAN ESEN

Editör Yardımcısı/ Coeditor:

Dr. Öğr. Üyesi İsmail Fatih CEYHAN

Alan Editörleri/ Associate Editor:

Doç. Dr. Alper AYTEKİN
Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ
Doç. Dr. Aybegüm GÜNGÖRDÜ BELBAĞ
Doç. Dr. Said CEYHAN
Dr. Öğr. Üyesi Ash ÇİLLİOĞLU KARADEMİR
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÖZTEL
Dr. Öğr. Üyesi Ömer BAYKAL
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Fatih CEYHAN

Danışma Kurulu

| | |
|----------------------------------|--|
| Prof. Dr. Anarkül URDALETOVA | Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi |
| Prof. Dr. Erdal Tanas KARAGÖL | Yıldırım Beyazıt Üniversitesi |
| Prof. Dr. İsmail CERİTLİ | Bartın Üniversitesi |
| Prof. Dr. Jorge GUILLÉN UYEN | Universidad ESAN, Peru |
| Prof. Dr. Kahraman ÇATI | İnönü Üniversitesi |
| Prof. Dr. Mahmut BOZAN | Bartın Üniversitesi |
| Prof. Dr. Mahmut KARTAL | Cumhuriyet Üniversitesi |
| Prof. Dr. Mehmet ASUTAY | Durham University, İngiltere |
| Prof. Dr. Metin ŞABAN | Bartın Üniversitesi |
| Prof. Dr. Mohamad SEPEHRI | Jacksonville University, ABD |
| Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Said KINGİR | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Selman KARAYILMAZLAR | Bartın Üniversitesi |
| Prof. Dr. Cengiz TORAMAN | Gaziantep Üniversitesi |
| Prof. Dr. Ekrem ERDEM | Erciyes Üniversitesi |
| Prof. Dr. Stanislav IVANOV | Varna Üniversitesi |
| Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY | Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi |
| Prof. Dr. Aziz KUTLAR | Sakarya Üniversitesi |
| Prof. Dr. Hamza ÇEŞTEPE | Bülent Ecevit Üniversitesi |
| Prof. Dr. Sait AŞGIN | Karabük Üniversitesi |
| Prof. Dr. İhsan ALP | Gazi Üniversitesi |
| Prof. Dr. Asuman AKDOĞAN | Durham University, İngiltere |
| Prof. Dr. Hasan BAL | Gazi Üniversitesi |
| Prof. Dr. Mark Anthony CAMİLLERİ | University of Malta |
| Prof. Dr. Kashif HUSSAİN | UCSI University |
| Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN | Sakarya Üniversitesi |
| Doç. Dr. Fariz AAHMADOV | Devlet İktisat Üniversitesi, Azerbaycan |
| Doç. Dr. Asiman GULİYEV | Devlet İktisat Üniversitesi, Azerbaycan |
| Doç. Dr. Mehmet ALTINÖZ | Hacettepe Üniversitesi |
| Doç. Dr. Yaşar ÖZ | Bartın Üniversitesi |
| Doç. Dr. Mahirah KAMALUDİN | Universiti Malaysia Terengganu |
| Doç. Dr. Ramazan ARSLAN | Bartın Üniversitesi |
| Doç. Dr. Erdoğlan EKİZ | King Abdulaziz University |
| Doç. Dr. Ahmet KAMACI | Bartın Üniversitesi |
| Doç. Dr. Yaşar AKÇA | Bartın Üniversitesi |

| | |
|---------------------------------|---|
| Dr. Öğr. Üyesi Oqtay QULİYEV | Devlet İktisat Üniversitesi, Azerbaycan |
| Dr. Öğr. Üyesi Hande KÜÇÜKÖNDER | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Hande UYAR OĞUZ | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Said KÖSE | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Melih BAŞKOL | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Sabahattin ÇETİN | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Jaharudin bin Padli | Universiti Malaysia Terengganu |
| Dr. Marhanum Che Mohd Salleh | International Islamic University Malaysia |
| Dr. Mohamad Yazis Ali Basah | Universiti Sains Islam Malaysia |
| Dr. Nor Ermawati Binti Hussain | Universiti Malaysia Terengganu |
| Dr. Norasibah binti Abdul Jalil | Sultan Idris Education University |
| Dr. Zainizam bin Zakariya | Sultan Idris Education University |

Editing for papers in English Language:

Res. Asst. Onur COMBA
 Res. Asst. Yunus Emre TOPÇU
 Lect. Pınar ÇELEBİ DEMİRARSLAN
 Res. Asst. Halil KARLI
 Res. Asst. Elif KILINÇ

Redaksiyon:

Arş. Gör. Ferhat DEMİRCİ
 Arş. Gör. Ahmet ASLAN
 Arş. Gör. Dr. Mustafa Emir YÜCEL
 Arş. Gör. Barış ACUN
 Arş. Gör. Dr. Mehmet Akif PEÇE
 Arş. Gör. Erdi TOPCUOĞLU

Dergideyizde Yayımlanan Makaleler İçin Gözetilen Yayın Etik İlkeleri

Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi'ne Makale Gönderen Yazar(lar), Aşağıda Belirtilen Etik Kuralları (Hususları) Açık Bir Şekilde ve Kendi İradeleriyle Taahhüt/kabul Etmiş Sayılmaktadırlar:

Yayımlanması amacıyla değerlendirilmek üzere Dergi-Park sistemi aracılığıyla Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi'ne yüklenmiş çalışma(da); yer alan ve kullanılan tüm kaynaklara, bilimsel araştırma yöntemleri ve etik ilkeler doğrultusunda atıf yapılmıştır.

Eğer çalışma, birden fazla kişiye aitse çalışmada tüm yazarların akademik-bilimsel olarak doğrudan ve ortak katkısı vardır.

Bu çalışma, yazar(lar)ın özgün bir çalışmasıdır.

Bütün yazarlar gönderilen makalenin son halini görmüş ve sonuçlarını onaylamıştır.

Çalışma makale olarak daha önceden hiçbir şekilde yayımlanmak üzere bir yere gönderilmemiş ve/veya yayımlanmak üzere kabul edilen ve/veya başka bir dergide yayımlanmak üzere bekletilen bir çalışma olmayıp, "Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi"nin değerlendirme süreci sonuçlanıncaya kadar başka bir bilimsel dergide yayımlanması için değerlendirme sürecine gönderilmeyecektir.

Çalışmada kullanılan denek/deneklere ilişkin herhangi bir etik ihlal yapılmamış, kullanılan tüm veri toplama yöntemlerinde bilimsel etik ilkelere göre hareket edilmiştir.

Çalışmanın değerlendirilmesine ilişkin tüm süreçler (hakem raporları, editör notları vb.) üçüncü kişilerle paylaşılmamış/paylaşılmayacaktır.

Yayımlanmak üzere kabul edilen yazıların her türlü yayın hakkı dergiyi yayımlayan kuruma aittir.

Yazılardaki düşünce ve öneriler tümüyle yazarların sorumluluğundadır.

Çalışma daha önceden bilimsel bir toplantıda sunulan özet veya bu çalışmanın daha kısa hali ise, makalede bu durum belirtilmiştir.

Yazar(lar); bu çalışma üzerindeki mali hakları, özellikle işleme, çoğaltma, temsil, basım, yayım, dağıtım ve internet yoluyla iletim de dâhil olmak üzere her türlü umuma iletim haklarını "Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi"ne sınırsız olarak kullanılmak üzere devretmeyi kabul ve taahhüt eder(ler).

Çalışmayla ilgili olarak, telif hakkı ihlali nedeniyle üçüncü şahıslarca istenecek hak talebi veya açılacak davalarda "Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi" ve ilgili kurullarının hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazar(lar)a aittir.

Çalışmada, hiçbir suç unsuru veya kanuna aykırı ifade bulunmamakla birlikte, araştırma yapılırken kanuna aykırı herhangi bir yöntem kullanılmamış olup, çalışma ile ilgili tüm yasal izinler alınmış ve etik kurallara uygun hareket edilmiştir.

Yazışma Adresi / Communication Address:

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yeni Bina 3. Kat,
Fakülte Dergisi Dekanlığı, 74100 Kutlubeyyazıcılar Köyü Merkez / BARTIN
Telefon: 0 378 501 10 00
E-posta: iibfdergi@bartin.edu.tr
Web: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/bartiniibf>

Yasal Sorumluluk / Legal Responsibility

Dergide yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına ve çevirmenlerine aittir.
The authors and translators are responsible for the content of their papers.

Yayın Hakları / Copyright and Permissions

Tüm yayın hakları saklıdır. Bu derginin hiçbir bölümü yazılı ön izin olmaksızın hiçbir biçimde ve hiçbir yolla yeniden üretilemez ve dağıtılamaz, ancak atıf yapılabilir.
*All rights reserved. No part of this publication may be reproduced and disseminated in any means without the prior written permission of Bartın University Faculty of Economics and Administrative Sciences.
No citation can be made without reference.*

İndeks / Indexing

Dergimiz 06.04.2015 tarihinden itibaren EBSCO Host'ta taranmaktadır.
This journal has been indexed within EBSCO Host since 06.04.2015.

DergiPark'ta da yayımlanan dergimizin TÜBİTAK ULAKBİM indeksinde taranması için de girişimlerde bulunulmuş olup değerlendirme süreci devam etmektedir.
It is also published within JournalPark hosted by TUBITAK ULAKBİM. Evaluation processes still continues in order to be scanned also within ULAKBİM (TUBITAK Social Sciences Index) as per our official attempts.

Bu Sayının Yayın Tarihi:

31.05.2021

23. Sayının Hakem Kurulu/ Referee Board of Issue 23

| | |
|--|--|
| Prof. Dr. Mehmet AKINCI | Aksaray Üniversitesi |
| Prof. Dr. Serkan DİLEK | Kastamonu Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ahmet KAMACI | Bartın Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ali Cüneyt ÇETİN | Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi |
| Doç. Dr. Ayhan KARAKAŞ | Bartın Üniversitesi |
| Doç. Dr. Erol TEKİN | Kastamonu Üniversitesi |
| Doç. Dr. Hakan KİRACI | Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi |
| Doç. Dr. İstemi ÇÖMLEKÇİ | Düzce Üniversitesi |
| Doç. Dr. Mustafa KIRCA | Düzce Üniversitesi |
| Doç. Dr. Said CEYHAN | Bartın Üniversitesi |
| Doç. Dr. Sibel ÖNÇEL | Anadolu Üniversitesi |
| Doç. Dr. Şuayyip Doğuş DEMİRCİ | İzmir Katip Çelebi Üniversitesi |
| Doç. Dr. Yaşar ÖZ | Bartın Üniversitesi |
| Doç. Dr. Yıldırım YILDIRIM | Düzce Üniversitesi |
| Doç. Dr. Yusuf BİLGİN | Bayburt Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YARIŞ | Mardin Artuklu Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Aynur ACER | Arel Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Emine Nihan CİCİ KARABOĞA | Necmettin Erbakan Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Gökberk Yücel | Amasya Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Gül GÜNEY | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Hande UYAR OĞUZ | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Halil İbrahim ŞENGÜN | Dicle Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Mehmet APAN | Karabük Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Said KÖSE | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Melih BAŞKOL | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Metehan KÜÇÜKER | Malatya Turgut Özal Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Öner BUÇUKCU | Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Saadet TULUM | Kırklareli Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Sabahattin ÇETİN | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Suna AKTEN ÇÜRÜK | Necmettin Erbakan Üniversitesi |
| Dr. Öğr. Üyesi Zamira OSKONBAEVA | Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi |
| Dr. Ahmet ZELKA | Bartın Üniversitesi |
| Dr. Mehmet Akif PEÇE | Bartın Üniversitesi |

İÇİNDEKİLER**Koray YILDIRIM****Döviz Kuru Fiyat Geçiş Etkisi İçin Ampirik Bir Analiz: Türkiye Örneği***An Empirical Analysis For Exchange Rate Pass-Through Effect: A Case of Turkey*

Gönderim Tarihi: 15.12.2020; Kabul Tarihi: 25.01.2021

- Araştırma Makalesi -

1-14

Nuh KELEŞ - Mehmet PEKKAYA**Lojistik Köy Yer Seçiminde Dikkate Alınan Değişkenlerin****Kıyaslama Yaklaşımı ile Belirlenmesi***Determination of the Variables Considered in the Logistics Village Location Selection via a Benchmarking Study*

Gönderim Tarihi: 22.03.2020; Kabul Tarihi: 25.01.2021

- Araştırma Makalesi -

15-38

Hilal OK ERGÜN - Tolga ERGÜN**Ar-Ge Harcamaları ve Finansal Gelişme İlişkisi: Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği***The Relationship of R&D Expenditures and Financial Development: Case of Emerging Countries*

Gönderim Tarihi: 21.09.2020; Kabul Tarihi: 05.02.2021

- Araştırma Makalesi -

39-55

Fatih AKBAŞ - Ümit TURA - Ferudun KAYA**Web of Science Core Collection Veri Tabanında İslami Bankacılık ile****İlgili Yapılan Makalelerin Bibliyometrik Analizi***Bibliometric Analysis of Articles About Islamic Banking in Web of Science Core Collection Database*

Gönderim Tarihi: 24.12.2020; Kabul Tarihi: 05.02.2021

- Araştırma Makalesi -

56-78

Ayşe DURGUN KAYGISIZ**Covid-19 Sonrası Türk Turizm Sektöründe Oluşabilecek Fırsatlar ve Riskler***Opportunities and Risks That May Occur in the Turkish Tourism Sector After Covid-19*

Gönderim Tarihi: 02.02.2021; Kabul Tarihi: 23.03.2021

- Araştırma Makalesi -

79-95

İlhami TUNCER

**Elektronik Ticaret Alışverişinde Tüketicilerin Algıladığı
Riskin Ölçümlenmesi: Çok Boyutlu Bir Yaklaşım**

*Measuring the Risk Perceived by Consumers in Electronic Commerce Shopping:
A Multidimensional Approach*

Gönderim Tarihi: 18.02.2021; Kabul Tarihi: 22.05.2021

- Araştırma Makalesi -

96-111

Burçak ALTIN - Hadir UKALO- Feyyaz ZEREN

**Eğitim Harcamalarının Finansal Gelişim Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi:
OECD Ülkeleri Örneği**

*An Investigation of the Impact of Education Expenditures on Financial Development:
The Case of OECD Countries*

Gönderim Tarihi: 03.03.2021; Kabul Tarihi: 22.05.2021

- Araştırma Makalesi -

112-129

Şerif CANBAY

Does Agricultural Support Policy Affect Crop Production in Turkey?

Türkiye'deki Tarım Destek Politikaları Bitkisel Üretimi Etkiliyor Mu?

Gönderim Tarihi: 12.03.2021; Kabul Tarihi: 22.05.2021

- Araştırma Makalesi -

130-140

Hüseyin ÇAVUŞOĞLU

**12 Temmuz Beyannamesi Süreci ve Beyannamenin
Türk Siyasal Hayatına Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme**

*An Evaluation on the Process of the 12th July Declaration and
its Effect on Turkish Political Life*

Gönderim Tarihi: 19.12.2021; Kabul Tarihi: 22.05.2021

- Araştırma Makalesi -

141-154

Murat ATİK - Yaşar KÖSE - Bülent YILMAZ

**Kripto Para, Para mıdır Döngüsünde Kabul Edilebilirlik
Üzerine Ampirik Bir Uygulama**

An Empirical Analysis About The Acceptability of The Crypto Currencies As Money

Gönderim Tarihi: 19.03.2021; Kabul Tarihi: 22.05.2021

- Araştırma Makalesi -

155-172

Ayktut ŞİMŞEK

Gastronomik Miras: Kelle (Sivas)

Gastronomic Heritage: Kelle (Sivas)

Gönderim Tarihi: 29.01.2021; Kabul Tarihi: 24.05.2021

- Araştırma Makalesi -

173-186

Arzu ŞEKER

Türkiye’de Fijital (Phygital) Pazarlama Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Araştırma:

Brefle Hijyene Yolculuk Projesi Örneği

Qualitative Research on Phygital Marketing Applications in Turkey:

Case Study- Journey to Hygiene with Bref Project

Gönderim Tarihi: 09.03.2021; Kabul Tarihi: 25.05.2021

- Araştırma Makalesi -

187-206

Sabahattin ÇETİN -Emine GENÇ -Mehmet Said KÖSE -Yunus Emre TOPCU -Halil KARLI

KOBİ’lerin İhracat Engelleri: Bartın İli Örneği

Exporting Barriers of SMEs: A Case Study of Bartın

Gönderim Tarihi: 12.03.2021; Kabul Tarihi: 27.05.2021

- Araştırma Makalesi -

207-231

Hüseyin KARAKUŞ

A Comparative Study of de Certeau and Fiske:

Based on the Concepts of “Tactics and Strategies”

De Certeau ve Fiske’nin “Taktik ve Strateji” Kavramlarına Dayalı Karşılaştırma Bir Çalışma

Gönderim Tarihi: 08.03.2021; Kabul Tarihi: 27.05.2021

- Kitap Değerlendirmesi -

232-238

Mahmut ÖZER

A Promising Opportunity for the Integration of Syrian Refugees in Turkey: New Targets in Accessing the Labor Market through Vocational Education and Training

Türkiye’de Suriyeli Göçmenlerin Entegrasyonu İçin Önemli Bir İmkân: Mesleki Eğitim

Üzerinden İşgücü Piyasasına Erişimde Yeni Hedefler

Gönderim Tarihi: 16.05.2021; Kabul Tarihi: 27.05.2021

- Derleme Makale -

239-251

Nurullah KAYA

Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi: Vaka Değerlendirmeleri

Material Flow Cost Accounting: Case Evaluations

Gönderim Tarihi: 09.03.2021; Kabul Tarihi: 25.05.2021

- Derleme Makale -

252-278

Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi Yayın İlkeleri ve Yazım Kuralları

278-286



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 15.12.2020; Kabul Tarihi: 25.01.2021

Döviz Kuru Fiyat Geçiş Etkisi İçin Ampirik Bir Analiz: Türkiye Örneği¹

Koray YILDIRIM

Doktora öğrencisi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı

korayyildirim80@gmail.com, Orcid ID:0000-0002-2524-1746

Öz

Bu çalışmada Türkiye ekonomisinde döviz kurunun üretici ve tüketici fiyatları üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Döviz kurundaki geçiş etkisi (pass through effect) döviz değerindeki değişikliklerin ithalat yoluyla yurtiçi fiyatlara yansımaları olgusudur. Çalışmada VAR (vector autoregression) metodu ile döviz kurunda değerlendirme ve volatilitenin belirgin bir şekilde artış gösterdiği (2008:1-2018:12) dönemi analiz edilmiştir. Çalışmadan elde edilen temel bulgu geçiş etkisinin üretici ve tüketici fiyatları üzerindeki etkisi kısa ve uzun dönemde farklılaşmaktadır. Geçiş etkisi kısa dönemde üfe'de daha fazla gözlemlenmiştir. Diğer yandan uzun dönemde ise tüfe'de daha etkili olmuştur. Türk Lirasındaki aşırı değer kaybı yurtiçi malların dış piyasalara göreli olarak ucuz hale gelmesine sebep olmuştur. Bu durumda iç talebe ek olarak dış taleple birlikte enflasyonist baskı artış göstermiştir. Türk Lirasındaki aşırı değer kaybının ithalatı pahalı hale getirmesi ise ithal edilen üretim faktörlerinin yurtiçinden ikame edilmesine neden olarak ithalat talebini azaltmıştır. Bu süreç sonucunda geçiş etkisi üretici fiyatlarında sınırlı kalmıştır. Türkiye gibi potansiyelinin üzerinde bir büyümeyi cari açıkla sağlayan gelişmekte olan ekonomilerde döviz kuru büyümeyi ve dış dengeyi belirleyici bir faktör haline gelmektedir. Fiyat geçiş etkisindeki artış ihracata dayalı büyüme stratejisinin temel dinamiği olan üretim artışını sektöre uğratmıştır. Diğer yandan küreselleşmeyle birlikte ekonomiler arasındaki entegrasyon hızlanmış ve milli gelire atfedilen değer satınalma gücü paritesi üzerinden değerlendirilmeye başlanmıştır. Sonuç olarak ihracat miktarsal bazda artış gösterse de satınalma gücü paritesi anlamında ihracattan sağlanan reel gelir azalmıştır.

Anahtar Kelimeler: Döviz Kuru, İthalat, Geçiş Etkisi

Jel Sınıflandırması: E31, F14, F40

¹ Bu çalışmanın bir bölümü 7-9 Kasım 2019 tarihinde Gaziantep'te düzenlenen 3. Uluslararası Katılımlı Ekonomi Araştırmaları ve Finansal Piyasalar Kongresinde (IERFM) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

An Empirical Analysis For Exchange Rate Pass-Through Effect: A Case of Turkey

Abstract

In this study has been analyzed the impact of the exchange rate on the PPI and CPI in Turkish economy. The pass through effect is the reflection of the changes in the value of the exchange rate on domestic prices through imports. In the study, the period in which the appreciation of the exchange rate and volatility significantly increased era (2008: 1-2018: 12) was analyzed with the vector auto regression method. The main empirical finding from the study is that the effect of the pass through on producer and consumer prices differs in the short and long run. The pass through effect has been more observed in PPI in the short term. On the other hand, it has been more effective on CPI in the long term. The excessive depreciation of the Turkish Lira caused domestic goods to become relatively cheap compared to foreign markets. In this case, inflationary pressure has increased with foreign demand in addition to domestic demand. The excessive depreciation of the Turkish Lira caused imports expensive and its the imported production factors to be substituted domestically, reducing the demand for imports. As a result of this process, the pass through effect remained limited in producer prices. An excessive economic growth above potential in emerging economies that which provides the current account deficit like Turkish economy, the exchange rate becomes a determining factor in growth and external balance. The increase in the pass through effect interrupted the increase in production, which is the basic dynamic of the export-led growth strategy. On the other hand, with globalization, the integration between economies has accelerated and the value attributed to national income has started to be evaluated via purchasing power parity. As a result, real income from exports decreased in terms of purchasing power parity, although exports increased on a quantitative basis.

Keywords: Exchange Rate, Import, Pass-Through Effect

Jel Classification: E31, F14, F40

1.Giriş

İkinci Dünya Savaşından sonra küresel anlamda korumacı politikalar hayata geçirilerek sermaye hareketleri de kontrol edilmiştir. Chanda (2005), sermaye kontrolleri kaynak dağılımında etkinsizliğe yol açarak ülkelerin kalkınmasının önünde bir engel oluşturmuştur. Mc Kinnon ve Shaw (1973), finansal kalkınma ve büyüme arasında bir nedensellik ilişkisinin olduğunu vurgulayarak finansal yetersizliğin ekonomik büyümeyi engellediğini ve kalkınmanın önündeki engelin yetersiz yatırımdan değil tasarruf eksikliğinden kaynaklandığını ileri sürmüştür. Mc Kinnon ve Shaw'ın görüşleri kabul görmüş ve 1980'li yıllardan başlayarak finansal liberalizasyon görüşü hakim olmaya başlamıştır. Finansal liberalizasyonla birlikte sermaye üzerindeki kontroller kaldırılmaya başlanmış ve gelişmekte olan ülkeler açısından kalkınmanın

finansmanı kolaylaştırılmıştır. Cizre-Sakallioğlu ve Yeldan, (2000), bu gelişmeler neticesinde Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler küresel piyasalara entegre olabilmek için imkansız üçleme hipotezi çerçevesinde sermaye hareketliliği ve bağımsız para politikasını seçerek kur politikasını dalgalı döviz kuru rejimi olarak belirlemiştir. Kalkınma için finansman kaynağına ihtiyaç duyan gelişmekte olan ülkelerde sermaye hareketleri büyüme ve kalkınmanın finansmanı haline gelmiştir. Heath vd., (2007) finansal sistemin gelişmesiyle birlikte ülke paralarının uluslararası piyasalarda finansal arbitraja konu olmaları ve faizin düşük olduğu piyasalardan borçlanarak yüksek faizli piyasalarda borç verilmesi (carry trade) gibi işlemlerin yaygınlaşması spekülatif sermaye hareketlerini diğer bir deyişle sıcak para akımlarına ivme kazandırmıştır. Finansal sistemde yaşanan bu gelişmelerle birlikte sermaye hareketlerinin niteliği değişerek ekonomide dinamik etki yaratan doğrudan yabancı yatırımlar yerine sıcak para akımları sermaye hareketlerinin önemli bir kısmını oluşturmaya başlamıştır. Crowley ve Lee (2003), sıcak para akımlarının hızının ve hacminin artması ise kurun volatilitasını artırmıştır. Döviz kurunda yaşanan yukarı yönlü hareket ithalat yoluyla yurtiçi fiyatlara yansiyarak enflasyona sebep olmaktadır. Kindleberger, (1965), diğer yandan sıcak para olarak adlandırılan likiditesi yüksek bu sermaye çıkışı olarak nitelendirilen sıcak para çıkışları dış denge sorunlarına sebep olmaktadır. Bayoumi ve Gagnon (1996), diğer bir faktör olarak ülkenin net dış varlık pozisyonu uzun dönemli enflasyonun belirleyicisi olduğunu vurgulayarak net dış varlık pozisyonundaki açıkların enflasyonu artırdığı sonucuna ulaşmaktadır. Ancak, ekonomiye yüksek miktarda sermaye girişinin olması da bazı yapısal kırımlara sebep olabilmektedir. Bu anlamda Dixit (1989) ve Baldwin (1994), sermaye girişiyle birlikte değerli hale gelen yerli paranın ekonomideki ithalatçı yapıyı özendirdiği ve doğrudan yabancı yatırımları hızlandırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Yerli paranın değerli hale gelmesi yerli piyasayı maliyetler ve satış fiyatları açısından daha rekabetçi bir duruma getirmektedir. Bu durumda piyasaya girişler hızlanmakta ve ithalat hacmi artmaktadır. Yerli paranın tekrar değer kaybetmesi durumunda ise firmaların batık maliyetleri nedeniyle faaliyetine devam ettiği ve ithalatçı yapının değişmediği sonucuna varmışlardır. Dixit ve Baldwin yaptıkları ampirik çalışmalarda firmaların gelirinin marjinal maliyetini % 48 aşmasıyla piyasaya girişler olurken firmaların piyasadaki çıkış için gelirlerinin marjinal maliyetin % 31'ine kadar düşmesini beledikleri sonucuna ulaşmışlardır. Nitekim yerli paradaki değerlenme (appreciation) sonrası değersizlenme (depreciation) ithalatçı yapının devam etmesine ve fiyat geçiş etkisinin yurtiçi fiyatlara daha fazla yansımaya sebep olmaktadır. Dornbusch (1976), döviz kurlarında hedefi aşma (overshooting model) tam sermaye hareketliliği ve tutarlı beklentiler durumunda para piyasaları ve mal piyasalarının uyarlanma hızlarının farklı olduğundan yola çıkarak parasal genişlemenin beklenmedik bir değişken olması nedeniyle döviz kurunda değersizlenmeye (depreciation) yol açtığı sonucuna ulaşmaktadır. Döviz kurundaki yükselme rekabetçi gücü artırarak reel çıktıyı potansiyelin üzerine çıkarır ve fiyat artışından sonra döviz kuru tekrardan düşme (appreciation) trendine girecektir. Bu uyarlanma sürecinin sonunda ise döviz kuru enflasyonu etkilemiş olacaktır. Uzun dönemde nominal para arzı, döviz kuru ve enflasyon aynı oranda artmış olacaktır. Diğer yandan döviz kuru üzerinden para ve mal piyasalarının uyarlanma hızı farklı olsa da Bahmani-Oskooee (1998), döviz kurundaki yükselişin (depreciation) Marshall-Lerner koşulu altında ticaret

dengeğini iyileştirdiği gözlemlenmiştir. Nitekim parasal genişlemeyle birlikte yükselen döviz kurunun yurtiçi fiyatlara yansması dış ticaret ve sermaye hareketlerine yansma oranına bağlıdır. Çalışmanın geri kalan kısmının yapısı; ikinci bölüm literatür, üçüncü bölümde ampirik yöntem ve bulgulara yer verilerek dördüncü bölümde sonuç kısmıyla çalışma tamamlanacaktır.

2.Literatür

Döviz kuru geçiş etkisi literatürde genellikle VAR yöntemiyle analiz edilmektedir. Türkiye ile ilgili yapılan ampirik çalışmalara bakıldığında genellikle döviz kurunun tüketici fiyat endeksi (TÜFE) ve üretici fiyat endeksine (ÜFE) yansması analiz edilmiştir. Ampirik çalışmalarda genellikle üretici fiyatlarının döviz kuruna verdiği tepkinin tüketici fiyatlarına verdiği tepkiye göre daha fazla olduğu gözlemlenmiştir.

McCarthy (2000), VAR yöntemiyle dokuz gelişmiş ülkenin test edildiği çalışmadan elde ettiği bulgu, ithalat şoklarının üretici fiyatlarını tüketici fiyatlarına göre daha fazla etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca fiyat geçiş etkisinde döviz kurlarındaki volatilitenin yanı sıra ülkelerin uygulamaya koyduğu iktisat politikaları da belirleyici rol oynamaktadır. Döviz kurlarındaki volatilitenin yüksek olması durumunda ülkeler iç politikalarıyla fiyat geçiş etkisini makul seviyelere çekebileceklerdir. Alptekin vd, (2016), döviz kuru şoklarında firmalar genellikle fiyat ayarlaması yapmak yerine kar marjlarını değiştirmektedirler. Bunun durumun temel nedeni nominal döviz kurundaki değişikliklerin üretimde girdi olarak kullanılan ara malların fiyatını artırması sonucu daha ucuz olan ikame malların tercih edilmesiyle geçiş etkisi sınırlı kalmaktadır. Rossi ve Leigh (2002), Türkiye'nin 1994-2002 dönemini VAR yöntemiyle analiz etmişlerdir. Elde edilen bulgular, Türkiye'de geçiş etkisinin yaklaşık olarak bir yıldan fazla sürdüğü ve etkinin en çok ilk dört aylık sürede hissedilmesidir. Toptan satış fiyatlarında tüketici fiyatlarına oranla daha fazla geçiş etkisinin olduğu bu durum ise üretici fiyatlarında daha fazla geçişin olduğu doğrulamaktadır. Bu durumda Türkiye ekonomisinde geçiş etkisinin diğer yükselen piyasa ekonomilerine göre daha hızlı gerçekleştiği söylenebilir. Goldfajn ve Werlang (2000), panel veri analizi ile 71 ülkenin fiyat geçiş etkisini analiz ettikleri çalışmada gelişmekte olan ekonomilerde reel döviz kurundan sapmanın enflasyonun en önemli belirleyicisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Tahmini modeller kullanılarak beklentiler dikkate alınsa bile döviz kurunun değerlendirilmesinde (depreciation) enflasyonun beklenenden daha yüksek çıktığı gözlemlenmiştir. Burstein vd. (2002), ekonomide devalüasyon olması durumunda reel GSYİH oranında düşüş olacağını vurgulayarak devalüasyon sonucunda satın alma gücü düşen yerli para ile ithalat daha pahalı hale gelmektedir. Bu durum ise tüketici tercihlerinin daha ucuz olan yerli mal ikamesine yönlendirmektedir. Kaliteden kaçış olarak ifade edilen bu durum ise yerli paradaki değersizlenme (depreciation) sonrasında üretici fiyatlarında geçiş etkisinin daha az gözlenmesine sebep olmaktadır. Campa ve Goldberg (2005), zaman serisi analizi ile 23 OECD ülkesini test ettikleri çalışmada kısa dönemde imalat sanayisinde kısmi geçişler olduğu ve uzun dönemde ise ithalat yoluyla üretici fiyatlarına geçişin daha fazla olduğuna dair bulgular elde edilmiştir. Bu ülkelerde döviz kuru volatilitesi yüksek olsa da makroekonomik değişkenlerin rolü geçiş etkisi elastikiyetini

etkilemede sınırlı kalmıştır. Bunun sebebi ise ithalat kompozisyonunun mal demetindeki değişikliklerin geçiş etkisinde belirleyici olmasıdır. Yang (1997), mal demetinin önemine dikkat çekmektedir. Dixit-Stiglitz ürün farklılaştırma modeli referans alınarak geçiş etkisinin ürün farklılaştırma derecesiyle pozitif bir korelasyona sahip olduğu ileri sürülmektedir. Bu endüstriler arasında marjinal maliyet elastikiyetinin düşük olduğu durumda ürün farklılaştırmasının geçiş etkisini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Ito ve Sato (2008), Doğu Asya ekonomilerini analiz ettikleri çalışmada 1997-98 kriz yıllarında geçiş etkisinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Geçiş etkisiyle enflasyonun yükselmesi ise krizden çıkışı kolaylaştıracak olan fiyatlardaki rekabetçiliği azaltan bir etkiye sahiptir. Nitekim geçiş etkisi ekonomik toparlanmayı geciktiren bir faktör olarak kabul edilmektedir.

Ergin (2015), Türkiye’de 2005-2014 döneminde kurlardaki artışın fiyatlar genel seviyesini arttırdığı sonucuna ulaşmıştır. Ancak bu artış döviz kurunun yükselmesiyle birlikte ithalat yoluyla geçiş etkisinin yanı sıra yurtiçi malların ucuzlamasıyla dış talepten de kaynaklanmaktadır. Elde edilen diğer bir bulgu ise döviz kurunun tüketici fiyatlarından daha çok ithalat fiyatlarını arttırmasıdır. Houjun (2007) ithalat yoluyla fiyatlara geçiş değişik enflasyon ortamlarında farklılaşmaktadır. Enflasyonun yüksek olduğu dönemlerde geçiş etkisi yükselirken enflasyonun düşük olduğu dönemlerde geçiş etkisi azalmaktadır. Kara ve Ögünç (2012), enflasyon oranının yanı sıra iktisadi aktiviteye göre de geçiş etkisi değişkenlik göstermektedir. 2001 yılı itibariyle kriz dönemi boyunca iktisadi aktivite yavaşlamış ve geçiş etkisi de azalma eğilimi göstermiştir. Peker ve Görmüş (2008), Türkiye’de enflasyon oluşumlarında genel kanının talep ve para arzı temelli olduğu bilinmektedir. Fiyat geçiş etkisini analiz eden Türkiye’de yapılmış çalışmalar ise genellikle döviz kurunun enflasyonun temel belirleyicisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu bilgilerden hareketle esnek döviz kuru uygulamasında para politikası tercihi olarak en rasyonel seçimin enflasyon hedeflemesi rejimi olduğu kabul edilir.

Tablo 1: Fiyat Geçiş Etkisi Üzerine Yapılan Seçilmiş Ampirik Çalışmaların Özeti

| Çalışma | Yöntem | Örneklem | Sonuç/Bulgu |
|------------------------|---------------------------|--------------------|---|
| Gül ve Ekinci (2006) | Granger Nedensellik Testi | 1984:1/2013:1 2 | Döviz kurundan enflasyona doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. |
| Terzi ve Kurt (2007) | VAR Analizi | 1995:2006 | Dolarizasyonun fazla olduğu dönemlerde geçiş etkisinin arttığı gözlemlenmiştir. |
| Peker ve Görmüş (2008) | VAR Analizi | 1987:01/2006:03 | Geçiş etkisi parasal ve talebe bağlı faktörlerden daha fazla döviz kuru tarafından belirlenmektedir. |
| Damar (2010) | Eşbütünlüşme Analizi | 1995:06/2009:12 | Enflasyon hedeflemesine geçildikten sonra yapısal dönüşümle geçiş etkisinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. |
| Güneş (2013) | (VECM) Vektör Hata | 2008:01/2012: | Döviz kuruyla fiyatlar arasında |

| | Düzeltilme Modeli | 11 | pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. |
|-------------------------|----------------------|-----------|--|
| Güven ve Uysal (2013) | Eşbütünleşme Analizi | 1983:2012 | Reel efektif döviz kuru ile Tüfe arasında çift yönlü ilişki tespit edilmiştir. |
| Selim ve Güven (2014) | VAR Analizi | 1990:2012 | Reel efektif döviz kurundan Tüfe'ye doğru nedensellik tespit edilmiştir. |
| Dedeoğlu ve Kaya (2015) | VAR Analizi | 2003:2013 | Döviz kurundan fiyatlara geçişkenlik katsayısı bayesyen ortalama yöntemi kullanılarak % 7,5 olarak belirlenmiştir. |

Türkiye’de döviz kurunun ithalat yoluyla fiyat geçiş etkisinin test edildiği çalışmaların tümünde döviz kurunun enflasyonun nedeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3. Veri Ve Metot

Türkiye’de döviz kurunun fiyatlara geçişinin incelendiği bu çalışmada TCMB/EVDS üzerinden elde edilen veriler vektör otoregresif (vector autoregression:VAR) yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

3.1. Veri

Çalışmada döviz kurunun yurtiçi fiyatlara geçiş etkisinin analiz edilmesi amacıyla TCMB/EVDS üzerinden 2008:1/2018:12 (T:132) üretici fiyatları endeksi (ufe), tüketici fiyatları endeksi (tufe) ve ABD doları döviz kuru (kur), ithalat miktar endeksi (ith) serileri aylık olarak oluşturulmuştur.

3.2. Metot

Oluşturulan seriler vektör otoregresif (vector autoregression:VAR) yöntemi kullanarak tahmin edilmiştir. Var analizinin güçlü yanı ekonometrik modellerde bağımsız değişkenlerde meydana gelen değişimin bağımlı değişkendeki etkisinin yanı sıra bağımlı değişkendeki değişimden bağımsız değişkenlere etkisini de test edebilmesidir. Bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki etkileşim ise etki-tepki analizi ve varyans ayrıştırmasıyla test edilmektedir. Varyans ayrıştırması bir değişkendeki değişimin kendi gecikmesi ve diğer değişkenlerdeki gecikmelerin açıklama gücünü yüzdesel olarak ifade etmektedir. Varyans ayrıştırması sonucunda hangi değişkenlerin içsel veya dışsal olduğu belirlenebilmektedir (Tarı, 2006: 452-453). Granger nedensellik testi ile nedenselliğin yönü belirlenmekte, etki-tepki analiziyle değişkenlerin birbirine verdiği tepki ölçülmektedir. Varyans ayrıştırmasıyla değişkenlerin kısa ve uzun dönemde değişimleri analiz edilmektedir. VAR modeli; y_t ve z_t iki zaman serisini belirtsin. y_t serisi z_t serisinin şimdiki ve geçmiş değerlerinden etkilenirken aynı zamanda z_t serisinin de y_t serisinin gösterdiği değişimden etkilendiği model aşağıdaki şekilde kurulacaktır;

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

$$z_t = b_{20} - b_{21}y_t + \gamma_{21}y_{t-1} + \gamma_{22}z_{t-1} + \varepsilon_{zt} \quad (2)$$

Sonuç olarak VAR modeli değişkenleri kendi değerleri ve diğer değişkenlerin geçmiş değerlerinden etkilendiği şekilde kurulmuş olacaktır.

3.3.Ampirik Bulgular

Döviz kuru, üretici fiyatları endeksi ve tüketici fiyatları endeksi serilerinin durağan olmayan ham verileri serilerin birinci farkı alınarak durağanlaştırılmıştır. VAR analizinde serilerin özelliklerinin bozulmaması için durağanlaştırma işlemi zorunlu hale gelmektedir.

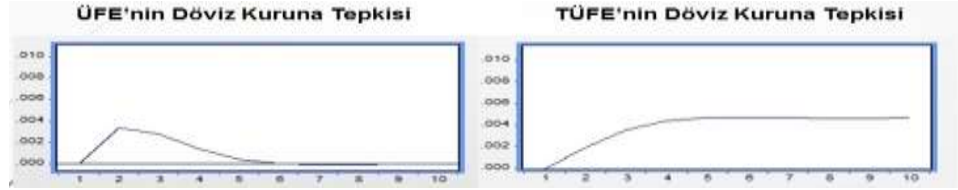
Tablo 2: Birim Kök Testleri

| | ADF Test İstatistiği (Düzyer Değer) | Kritik Değer | PP Test İstatistiği (Düzyer Değer) | Kritik Değer |
|---------------|--|--------------|---------------------------------------|--------------|
| Kur | 2.29 | -2.88 | 1.48 | -2.88 |
| Üfe | 3.38 | -2.88 | 3.12 | -2.88 |
| Tüfe | 4.01 | -2.88 | 4.52 | -2.88 |
| | ADF Test İstatistiği (Birinci Fark) | Kritik Değer | PP Test İstatistiği (Birinci Fark) | Kritik Değer |
| Δ Kur | -13.89 | -1.94 | -26.21 | -1.94 |
| Δ Üfe | -8.91 | -1.94 | -15.03 | -1.94 |
| Δ Tüfe | -2.06 | -1.94 | -6.15 | -1.94 |

Serilerin durağan olup olmadıklarını belirlemek için Augmented Dickey Fuller Birim Kök Testi ve Phillips-Perron Birim Kök Testi uygulanmış üfe, tüfe ve kur serilerinin % 5 anlamlılık düzeyinde birinci farkları alınması sonucu durağan oldukları sonucuna ulaşılmıştır. FPE, AIC, SC, ve HQ kriterlerine göre uygun gecikme uzunluğu birinci gecikme olarak belirlenmiş ve LM istatistiğine göre otokorelasyon sorununa rastlanmamıştır. VAR modeli karakteristik polinom köklerinin durumu incelenerek tüm köklerin birim çember içerisinde yer aldığı gözlemlenmiş ve VAR modelinin istikrarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Granger nedensellik testi sonucunda bağımlı değişkenin tüfe, bağımsız değişkenlerin kur ve üfe olduğu durumda kur ve üfe'den tüfe'ye doğru nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Şekil 2: Etki Tepki Analizi



Döviz kurundan Üretici fiyatlarına etki-tepki analizi sonucunda döviz kurunun standart sapmasındaki % 1'lik değişimin üretici fiyatlarında yaklaşık olarak % 3,8 düzeyinde artışa sebep olduğu ve etkinin ise beşinci döneme kadar devam ederken altıncı dönemle dokuzuncu dönem arasında negatife döndüğü gözlemlenmektedir. Döviz kurunda meydana gelen şok sonrası üretici maliyetleri beşinci döneme kadar artmıştır. Beşinci dönem sonrasında ise maliyetlerin artmasıyla üretim süreci ithal ikameci bir yapı sergileyerek ikame etkisi nedeniyle dokuzuncu döneme kadar negatif tepki vermektedir. Döviz kurundan Tüketici fiyatlarına etki-tepki analizi sonucunda döviz kurunun standart sapmasındaki % 1'lik değişimin tüketici fiyatlarında yaklaşık olarak % 4,5 düzeyinde artışa sebep olduğu ve etkinin beşinci dönemde sona erdiği gözlemlenmiştir. Bu bilgilerden hareketle etki-tepki analizinden çıkarılabilecek sonuç ise fiyatlara geçiş etkisinin ilk olarak üretici fiyatlarında oluştuğu ve üretim yapısındaki maliyet ayarlamalarıyla geçiş etkisinin üretici fiyatlarında dalgalı bir seyir izlediği ve daha uzun sürdüğü gözlemlenmiştir. Sonuç olarak üretim faktörlerindeki ikame esnekliği tüketim mallarına oranla daha yüksek çıkmaktadır. Diğer yandan Granger-Nedensellik testi sonuçlarından elde edilen bulgulara göre döviz kurundan Üfe'ye, Üfe'den ise Tüfe'ye doğru zincirleme bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bu nedenle varyans ayrıştırması analizinde Tüfe'nin varyans ayrıştırması daha açıklayıcı olacaktır.

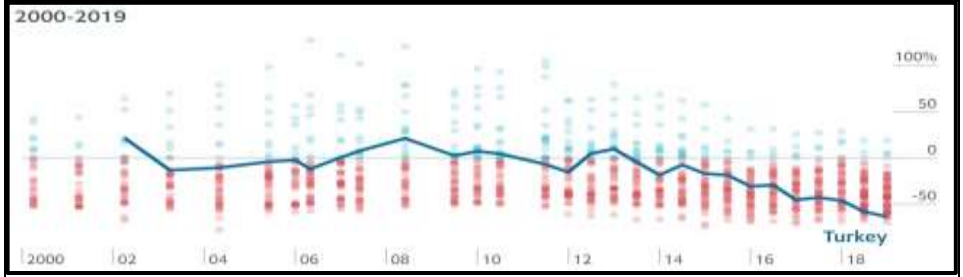
Tablo 5: Tüfe'nin Varyans Ayrıştırma Tablosu

| Dönem | Standart Hata | TÜFE | ÜFE | KUR |
|-------|---------------|----------|----------|----------|
| 1 | 0.008330 | 100.0000 | 0.000000 | 0.000000 |
| 2 | 0.013916 | 92.43315 | 5.703800 | 1.863055 |
| 3 | 0.018752 | 86.88451 | 8.525038 | 4.590455 |
| 4 | 0.022776 | 83.75613 | 9.397790 | 6.846077 |
| 5 | 0.026158 | 82.06297 | 9.531923 | 8.405108 |
| 6 | 0.029099 | 81.13283 | 9.451172 | 9.415995 |
| 7 | 0.031749 | 80.58875 | 9.339048 | 10.07221 |

| | | | | |
|----|----------|----------|----------|----------|
| 8 | 0.034203 | 80.23578 | 9.246720 | 10.51750 |
| 9 | 0.036516 | 79.98025 | 9.179823 | 10.83992 |
| 10 | 0.038718 | 79.77984 | 9.131878 | 11.08829 |

Varyans ayrıştırmasıyla değişkenlerin kısa ve uzun dönemdeki açıklayıcı gücü test edilmektedir. Tablo 5: Tüfe için varyans ayrıştırması verileri yer almaktadır. Varyans ayrıştırmasında değişkenlerin gecikmeli olarak verdiği tepkiler analiz edildiği için birinci dönemde Üfe ve Kur değişkenlerinin açıklayıcı gücü % 0, Tüfe'nin de kendi gecikmesini açıkladığı için % 100 olarak gözlemlenmektedir. Üfe'de meydana gelen şokun Tüfe'deki etkisi kısa dönemde tamamlanmakta ve Tüfe'deki değişimi % 9 seviyesinde açıklamaktadır. Kurda meydana gelen şokun etkisi daha uzun dönemde tamamlanmakta ve Tüfe'yi % 11 seviyesinde açıklamaktadır. Bu durum geçiş etkisinin Üfe'nin yanı sıra döviz kurundaki yükselişle birlikte ucuz hale gelen yurtiçi mallara dış talebin eklenmesinden kaynaklanmaktadır. Granger Nedensellik testi sonucunda elde edilen bulgu kurdan Üfe'ye, Üfe'den ise Tüfe'ye zincirleme bir nedensellik olmasıdır. Varyans ayrışımından elde edilen bulgu ise kurda meydana gelen bir şok Üfe'ye göre üç dönem daha gecikmeli olarak etkisini tamamlamaktadır. Bu durum aynı zamanda Granger nedensellik testindeki zincirleme nedenselliği açıklayıcı niteliktedir. Sonuç olarak varyans ayrıştırma tablosu Granger Nedensellik testleriyle tutarlı kanıtlar sunmaktadır. Satınalma gücü paritesi reel değişkenler açısından önem arz etmektedir.

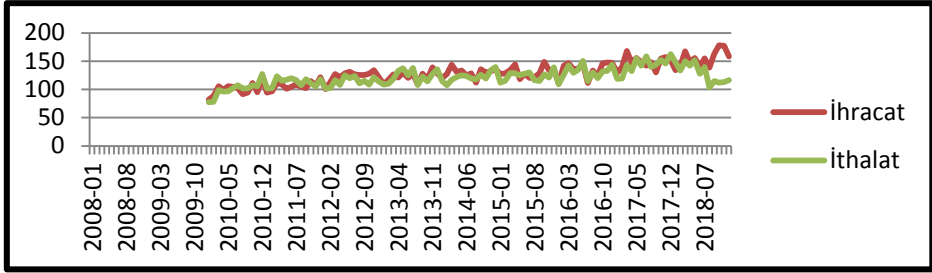
Şekil 3: Satınalma Gücü Paritesi (TL)



Kaynak:(www.economist.com)

Şekil 3'te görüldüğü üzere TL 2013'ten başlayarak eksik değerlenmeye (undervalued) başlamıştır. 2018 yılına gelindiğinde eksik değerlendirme oranı yaklaşık olarak % 70'lere ulaşmaktadır. Eksik değerlendirme durumunda ihracat ucuzlarken ithalat ise pahalılaşmaktadır. Dış ticaret açığı eksik değerlendirilmenin ithalat ve ihracata etkisiyle azalarak cari dengede iyileşmeye sebep olmaktadır.

Şekil 4: İhracat ve İthalat Gelişmeleri



Kaynak:(www.tcmb.gov.tr)

Şekil 4’te görüldüğü üzere döviz kurunun yukarı yönlü hareketinin (depreciation) ihracatı artırıp ithalatı azaltarak cari denge iyileşirken diğer yandan ihracattan sağlanan reel gelir satınalma gücü paritesi yaklaşımına göre azalmaktadır. Geçiş etkisinin tüketici fiyatlarında üretici fiyatlarına oranla daha fazla gerçekleşmesi ise dış talepteki artıştan kaynaklanmıştır. Ancak, dış ticaret açıklarının sürdürülebilir olması için Euler denkleğine göre uzun dönemde yeterince ticaret fazlası verilmesine bağlıdır. Euler denkleğine göre ülkenin faiz dahil yabancı varlık pozisyonu gelecekteki ticaret açıklarının bugüne indirgenmiş değerine eşit veya daha fazla olmalıdır. Dış ticarete Euler Denkliği aşağıdaki denklemlerle ifade edilmiştir.

$$(1 + r)B_0 = -TB_1 - TB_2/(1 + r) \quad (6)$$

B_0 ; başlangıçtaki yabancı varlık pozisyonunu, TB_1 cari dönem ticaret dengesini, TB_2 gelecek dönemdeki ticaret dengesini ifade etmektedir. Euler Denkliğine göre uluslararası yatırım pozisyonu açığı olan ülkelerin faiz yükümlülüklerini de karşılamak için yeterince dış ticaret fazlası vermesi gerekmektedir (Schmitt-Grohe vd. 2016: 44). Bu bağlamda Türkiye ekonomisi uluslararası yatırım pozisyonu açığı olan bir ülke olması nedeniyle uzun dönemde bu dış dengesizliği sürdürülebilir hale getirmek için dış ticaret fazlası vermesi gerekmektedir. Diğer yandan uluslararası yatırım pozisyonu açığının alt bir kalemi olan net dış varlık pozisyonu açığı da bulunmaktadır. Makin (1995), net dış varlık pozisyonu açığının uzun dönemli enflasyonu artırdığı ampirik çalışmalarda gözlemlenmiştir. Sonuç olarak kurdaki yükseliş (depreciation) cari dengede istatistiksel bir iyileşme sağlamakla birlikte enflasyon hedeflemesi stratejisinden sapmalara neden olmaktadır.

Sonuç

Bu çalışmada vektör otoregresif (vector autoregression:VAR) metodu ile Türkiye’de döviz kurunun yurtiçi fiyatlarına geçiş etkisi 2008:1/2018:12 dönemi için analiz edilmiştir. Yapılan ampirik çalışmalara bakıldığında genellikle üretici fiyatlarında geçiş etkisinin tüketici fiyatlarına oranla daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Bu çalışmada elde edilen ampirik bulgu ise geçiş etkisinin kısa ve uzun dönemde

farklılaştığıdır. Döviz kurundaki yukarı yönlü hareketin (depreciation) ithal malları pahalılaştırması sonucu üretimde ara malı ve hammadde talebi iç piyasalarda artmış ve ithal ikameci bir yapıya sebep olmuştur. Diğer yandan 2007-2011 yılları arasında Türk Lirasındaki aşırı değerlenme ithalatçı yapının kazanılmasına neden olarak üretici fiyatlarında geçiş etkisini kısa dönemde artırmıştır. Uzun dönemde yerli paradaki değersizlenmeyle birlikte ucuz hale gelen yerli mallara olan dış talep artışı geçiş etkisini daha belirgin ve istikrarlı bir hale getirmiştir. Döviz kurundaki artışın etkisi olarak ithalattaki düşüş ve ihracattaki artış dış dengeye olumlu katkı sağlarsa da ithalattaki azalış negatif büyümeyle sonuçlanmıştır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde uygulanan ve etkin bir politika seçeneği olan ihracata dayalı büyüme hipotezinin temel dinamiği olan üretim artışı sekteye uğramıştır. Nitekim ekonomide enflasyon hedefinden sapılmasına sebep olmasının yanı sıra satınalma gücü paritesi bazında reel gelir azaldığı için refah kayıplarına da sebep olmaktadır. Sonuç olarak politika yapıcılarının hassasiyet göstermesi gereken noktalar; geçiş etkisinin makul seviyelere çekilebilmesi için üretimde ithal ikameci yapı özendirilerek üretim yapısı dışa bağımlılıktan kurtarılmalı ve finansal yapı güçlendirilerek döviz kuru denge seviyelerine çekilmelidir. Bu süreç sonucunda döviz kuru denge seviyelerinde ihracattan sağlanan gelir uluslararası görelî fiyatlar cinsinden reel anlamda artırılmış olacaktır.

Kaynakça

- Alptekin, V., Yılmaz, K. Ç., & Tas, T. (2016). Döviz Kurundan Fiyatlara Geçiş Etkisi: Türkiye Örneği/Exchange Rate Pass Through On Prices: The Case Of Turkey. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 1.
- Bahmani-Oskooee, M., & Niroomand, F. (1998). Long-run price elasticities and the Marshall-Lerner condition revisited. *Economics Letters*, 61(1), 101-109.
- Baldwin, R. E., & Lyons, R. K. (1994). Exchange rate hysteresis? Large versus small policy misalignments. *European Economic Review*, 38(1), 1-22.
- Bayoumi, T., & Gagnon, J. (1996). Taxation and inflation: A new explanation for capital flows. *Journal of Monetary Economics*, 38(2), 303-330.
- Burstein, A., Eichenbaum, M., & Rebelo, S. (2002). Why are Rates of Inflation so low after large devaluations? (No. w8748). National Bureau of Economic Research.
- Campa, J. M., & Goldberg, L. S. (2005). Exchange rate pass-through into import prices. *Review of Economics and Statistics*, 87(4), 679-690.
- Chanda, A. (2005). The influence of capital controls on long run growth: Where and how much?. *Journal of Development Economics*, 77(2), 441-466.
- Cizre-Sakallıoğlu, U. M., & Yeldan, E. (2000). Politics, society and financial liberalization: Turkey in the 1990s. *Development and Change*, 31(2), 481-508.

- Crowley, P., & Lee, J. (2003). Exchange rate volatility and foreign investment: International evidence. *The International Trade Journal*, 17(3), 227-252.
- Damar, A. O. (2010). Türkiye’de döviz kurundan fiyatlara geçiş etkisinin İncelenmesi. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, Uzmanlık Yeterlilik Tezi, Ankara.
- Dedeoglu, D., & Kaya, H. (2015). Model Belirsizliği Altında Döviz Kurunun Enflasyona Etkisi. *Central Bank Review*, 15(2), 79.
- Dixit, A. (1989). Hysteresis, import penetration, and exchange rate pass-through. *The Quarterly Journal of Economics*, 104(2), 205-228.
- Dornbusch, R. (1976). Expectations and exchange rate dynamics. *Journal of political Economy*, 84(6), 1161-1176.
- Ergin, A. (2015). Döviz kuru ve enflasyon arasındaki geçiş etkisi: Türkiye örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(3), 13-29.
- Goldfajn, I., & Werlang, S. R. D. C. (2000). The pass-through from depreciation to inflation: a panel study. Werlang, Sergio R., The Pass-Through from Depreciation to Inflation: A Panel Study (July 2000). Banco Central de Brasil Working Paper, (5).
- Gül, E., & Ekinci, A. (2006). Türkiye’de enflasyon ve döviz kuru arasındaki nedensellik ilişkisi: 1984-2003. *Sosyal Bilimler Dergisi* 2006/1, 91-106.
- Güneş, Ş. (2013). Türkiye’de Kur Rejimi Uygulaması ve Enflasyon İlişkisi Üzerine Bir Analiz. *Abant İzzet Baysal İ.İ.B.F. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Güz, 9(9/2), 65-77.
- Güven, E. T. A., & Uysal, D. (2013). Türkiye’de Döviz Kurlarındaki Değişme İle Enflasyon Arasındaki İlişki (1983-2012). *Akademik Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi* (Akad), 5(9).
- Heath, A., Galati, G., & McGuire, P. (2007). Evidence of carry trade activity. *BIS Quarterly Review*, September.
- Houjun, C. L. L. (2007). The Effect of RMB Exchange Rate Pass-through: An Empirical Analysis Based on VAR [J]. *Journal of Financial Research*, 4(7).
- Ito, T., & Sato, K. (2008). Exchange rate changes and inflation in post-crisis Asian Economies: Vector Autoregression Analysis of the exchange rate pass-through. *Journal of Money, Credit and Banking*, 40(7), 1407-1438.
- Kara, H., & Öğünç, F. (2012). Döviz kuru ve ithalat fiyatlarının yurt içi fiyatlara etkisi. *İktisat İşletme ve Finans*, 27(317), 9-28.

- Kindleberger, C. P. (1965). *Balance of payments deficits and the international market for liquidity*. Essays İn International Finance, No. 46, May 1965. Princeton University, Princeton, New Jersey.
- Makin, T. (1995), "Inflation distortion of the external accounts: the Australian example", *Journal of Economic Studies*, Vol. 22 No. 1, pp. 58-65.
- Mccarthy, J. (2000). Pass-through of exchange rates and import prices to domestic inflation in some industrialized economies. FRB of New York Staff Report, (111)
- Peker, O., & Görmüş, Ş. (2008). Türkiye’de Döviz Kurunun Enflasyonist Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 187-202.
- Rossi, M. M., & Leigh, M. D. (2002). Exchange rate pass-through in Turkey (No. 2-204). International Monetary Fund.
- Selim, S., & Güven, E. T. A. (2014). Türkiye’de enflasyon, döviz kuru ve işsizlik arasındaki ilişkinin ekonometrik analizi. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 127-145.
- Shaw, E. S. (1973). *Financial Deepening İn Economic Development*. New York, Oxford University Press, 1973.
- Tarı, R. (2006). *Ekonometri*. İstanbul: Avcı Ofset, 4. Baskı
- TCMB: Elektronik Veri Dağıtım Sistemi, (Çevrimiçi) <https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket> 20.05.2019
- Terzi, H., & Serdar, K. U. R. T. (2007). Türkiye’de Dolarizasyon Sürecinde Döviz Kuru Ve Enflasyon İlişkisi. *Ekonomik Yaklaşım*, 18(64), 1-22.
- The Economist: (Çevrimiçi) <https://www.economist.com/news/2019/01/10/the-big-mac-index> 01.06.2019
- Woodford, S. G. U. (2016). *International Macroeconomics*. Princeton University Press. July 31, 2019
- Yang, J. (1997). Exchange rate pass-through in US manufacturing industries. *Review of Economics and Statistics*, 79(1), 95-104.



Araştırma makalesi, Gönderim Tarihi: 22.03.2020; Kabul Tarihi: 25.01.2021

Lojistik Köy Yer Seçiminde Dikkate Alınan Değişkenlerin Kıyaslama Yaklaşımı ile Belirlenmesi¹

Nuh KELEŞ

Doktora Öğrencisi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi SBE, İşletme,
nhkls01@gmail.com, Orcid ID: 0000-0001-6768-728X

Prof. Dr. Mehmet PEKKAYA

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü,
mehpekkaya@gmail.com, Orcid ID: 0000-0002-4962-8929

Öz

Sürekli değişim içinde olan müşteri talepleri ve artan rekabete göre firmalar tedarik, taşımacılık ve depolama gereksinimlerini daha çok fayda sağlayacak şekilde planlamaktadırlar. Avrupa’da lojistik sektörü toplamda 836 milyar Euro'luk cirosu ile ekonomik sektörler tablosunda 3. sırada yer almaktadır. Lojistik sektörünün önemiyle gelişen lojistik köyler, ülke ve bölge ticaretine sağladıkları katkıları sebebiyle küresel pazarlarda önemli kazançlar sağlamaktadır. Lojistik köylerin taşıma imkânları, oluşturulacak depolama alanları ve istihdamlar göz önünde bulundurulduğunda yerlerinin belirlenmesinde hangi değişkenlerin kullanılacağı önemlidir. Bu çalışmanın amacı lojistik köy yeri seçiminde dikkate alınan değişkenlerin kıyaslama yaklaşımıyla belirlenmesi ve elde edilen bulguları/sonuçları araştırmacılar ile karar vericilere bilgi olarak sunmaktır. Araştırma sonucunda 6 faktör ve 29 alt kriter üzerinden lojistik köy yer seçim sürecinin değerlendirilmesine karar verilmiştir. Lojistik köy yer seçimi kararlarında ticaret potansiyeli faktörünün ve buna ait değişkenlerin önemle dikkate alınması önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Lojistik Köy, Yer Seçimi Değişkenleri, Kıyaslama.
JEL Sınıflandırması: L32, L91, M10

¹ Bu çalışma, Mehmet Pekkaya danışmanlığında Nuh Keleş’ in Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi SBE İşletme Doktora Programında devam eden doktora tez çalışmasına dayanmaktadır.

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi SBE İnsan Araştırmaları Etik Kurulunun 14/07/2020-29814 Tarih ve Sayılı Etik Kurul Onayı bulunmaktadır

APA: Keleş, N. & Pekkaya, M. (2021). Lojistik Köy Yer Seçiminde Dikkate Alınan Değişkenlerin Kıyaslama Yaklaşımı ile Belirlenmesi. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (23),15-38.
APA: Keleş, N. & Pekkaya, M. (2021). Determination of the Variables Considered in the Logistics Village Location Selection via a Benchmarking Study. Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 12 (23), 15 - 38.

Determination of the Variables Considered in the Logistics Village Location Selection via a Benchmarking Study

Abstract

Companies plan their procurement, transportation, and storage needs that will provide more benefit according to the constantly changing customer demands and increasing competition. The logistics sector in Europe ranks 3rd in the economic sectors table with a total turnover of 836 billion Euros. Logistics villages (LV), which have developed with the importance of logistics sector, provide significant gains in global markets due to their contribution to the trade of the country/region. It is important which variables will be used in determining LV's locations, considering the transportation possibilities of LV's, the storage areas to be created, and employment. The study aims to determine variables taken into account in LV location selection with benchmarking approach and to provide information to researchers and decision-makers. As a result of the research, it was decided to evaluate the LV location selection process based on 6 factors and 29 sub-criteria. It has been suggested that the trade potential factor and related variables should be taken into consideration in LV location selection decisions.

Keywords: Logistics Village, Variables of Location Selection, Benchmarking.

JEL Classification: L32, L91, M10

Giriş

Küreselleşmeye paralel olarak ticari faaliyetlerin gelişmesi ve sürekli artan rekabet ortamında firmalar daha dinamik şartlara sahip piyasalarda faaliyet göstermektedir. Dünya ekonomik pazarının 16 trilyon dolarlık ticaret hacmine sahip olduğu, bunun yaklaşık %40'ı (6,4 trilyon dolar) lojistik faaliyetlerde olup, lojistik sektörünün gelişmiş ülkelerde %5-12 yıllık büyüme oranlarına sahip olduğu (Terzi ve Bölükbaş, 2016:208) gözlemlendiğinde sektörün ne ölçüde önemli olduğu görülebilmektedir.

Günümüzde tedarik, taşımacılık, ambalajlama, elleçleme, sipariş takibi, depolama ve stok yönetimi gibi lojistik faaliyetleri daha çok fayda sağlayacak şekilde planlandığı gözlenebilir. Lojistik faaliyetleriyle ürün, bilgi ve hizmetlere ilişkin akışlar etkin ve verimli bir şekilde başlangıç noktasından tüketim noktasına kadar tedarik zinciri içerisinde planlama, uygulama ve kontrol etme işlemleriyle düzenli olarak sürdürülme eğilimindedir. Lojistik faaliyetlerin önem kazanmasıyla birlikte modern taşımacılıkta ulaştırma sistemleriyle entegrasyonu sağlayan ve intermodal taşımacılığı geliştiren lojistik köylerin ülke ve bölge ticaretine sağladıkları katkılarıyla ülkelerin küresel pazarlarda önemli kazançlar sağlamalarına yardımcı olduğu düşünülmektedir.

Lojistik köylerin kurulması, temelde stratejik bir yatırım seçeneği olarak görülebilir. Lojistik köy kuruluş yeri seçiminde (KYS) etkili olabilecek birden fazla seçeneğin bulunduğu ve başlangıçta kurulum maliyetlerinin yüksek ve geri dönüşümlü

zor kararlar olmasından dolayı doğru karar vermek gerekecektir. Bu konuda Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan Van Lojistik Merkezi Fizibilite Raporunda kurulması çeşitli değişkenlere bağlı olan lojistik köyün kamu arazisi üzerine kurulacağı ve arazinin bedelsiz alınacağı varsayılarak yaklaşık 13 milyon Euro yatırım maliyeti hesaplanmıştır (Daka, 2018). Ortalama bir lojistik köy yapımı hesaplanan değere göre düşünüldüğünde ileride kurulabilecek bir lojistik köy yeri için yanlış bir yer seçiminde katlanılan maliyetler büyük ölçüde heba olabilecek veya lojistik köy atılabilir. Böylece daha önce kurulmuş lojistik köylerin mevcut durumlarını incelemek faydalı olacaktır.

Gözlemlenebilen ve ölçülebilen her konunun kıyaslamaya dayanak olabileceğinden hareketle, mevcut en iyi veya daha iyi uygulamaların araştırılarak ve firmalara uyarlanarak belirlenmesi için kıyaslama tekniği kullanılabilir. Kıyaslama, işletmelerin stratejik yönetim sürecinde başarısını artıran, rekabet üstünlüğü kazanmalarını sağlayabilen, verimlilik ve etkililik odaklı bir yönetim aracıdır. Japonca'da "dantotsu" yani en iyisinin de iyisi olmaya çalışmak olarak geçen kıyaslama, lojistiğin geliştirilmesinde de popüler bir yaklaşım olmuştur (Long, 2012:83). Lojistik köy KYS'nde kullanılacak değişkenlerin belirlenmesinde kıyaslama tekniğiyle Avrupa'da bu alanda başarılı olan ülkelerdeki lojistik köylerin incelenmesi, en iyi veya daha iyinin örnek alınmasını sağlaması bakımından lojistik köy KYS kararlarında kullanılabilir.

Daha önce yapılan çalışmalardan ilgili literatürü oluşturanların arasında detaylı bir literatür araştırmasına dayanana rastlanmaması ve hedefe giden yolda bir araç olarak kıyaslama yaklaşımının kullanılmamış olması bu çalışmanın motivasyonu ve farkı olarak ortaya çıkmıştır.

Bu bağlamda çalışmanın amacı lojistik köy KYS'nde dikkate alınan değişkenlerin kıyaslama yaklaşımıyla belirlenmesi ve elde edilen bulguları/sonuçları araştırmacılara, yatırımcılara ve karar vericilere bilgi olarak sunmaktır. Bu amaç çerçevesinde, ilgili literatür taranarak 6 faktör ile 19 alt kriterin yoğun kullanıldığı gözlenerek listelenmiştir.

Konu üzerinde uzman olduğu görülen altı kişilik kıyaslama takımı oluşturulmuştur. Kıyaslama takımına, Türkiye lojistik köyleri ve planlama bilgilerinin yanı sıra, Avrupa ve Dünyanın sayılı lojistik köylerinden Almanya'daki GVZ Bremen, Hollanda'daki Rotterdam ve İtalya'daki Verona merkezlerine ait bilgiler paylaşılıp kıyaslanması yapılmıştır. Kıyaslama yaklaşımı sonucunda elde edilen sonuçlar çalışmada değerlendirilmiştir. Bu faktör/değişkenlerin lojistik köy KYS çalışmalarında girdi olarak dikkate alınması önerilmiştir.

Mevcut çalışma 4 bölüme ayrılmıştır. Birinci bölümde lojistik köy KYS'nde dikkate alınan değişkenler araştırılmış ve literatürden elde edilenleri derlenmiştir. İkinci bölümde kıyaslama tekniği, özellikleri, ilkeleri, avantajları, dezavantajları, türleri ve süreci açıklanmıştır. Üçüncü bölümde kıyaslama çalışması uygulama aşamasıyla belirlenen sürece göre değişkenler belirlenmiştir. Dördüncü bölümde literatür taraması

ve kıyaslama çalışmasıyla belirlenen değişkenlerin lojistik köy KYS'nde kullanılabilecek olanları gerekçeleriyle raporlanmıştır. Sonuçta, bulgular değerlendirilerek çalışmanın sonuçları irdelenmiştir.

1. Lojistik Köy Yer Seçimiyle İlgili Literatürde Kullanılan Değişkenlerin Değerlendirilmesi

Lojistik ve dolayısıyla lojistik köylerin öneminin gün geçtikçe arttığı gözlenmektedir. Dünyada yaşanan ticari yönelimler ve teknolojik gelişmeler neticesinde önemli değişikliklere uğrayan geleneksel taşımacılık ve depolama anlayışı günümüzde lojistik kavramı içinde anılır olmuştur (Tutar ve diğ., 2009:192). Geçmişten bugüne hızla gelişimini sürdüren lojistik, ülkelerin ve özelde işletmelerin imkânlarına ve becerilerine bağlı olarak gelişebilmektedir. Lojistik köy ise genellikle büyük ölçekli intermodal lojistik merkezi olarak ortaya çıkabilmektedir. Lojistik köylerde benzer ve/veya farklı sektörlerdeki işletmeler bir araya gelerek taşımacılık, depolama, gümrükleme, bakım-onarım, yükleme-boşaltma, elleçleme, ambalajlama, paketleme, vb. faaliyetlerden maksimum fayda sağlayabilmektedir.

Lojistik köy ve lojistik merkez kavramları birçok çalışmada çok yakın ve hatta aynı anlamda kullanılabilmektedir. Lojistik merkezlerin tek ve yansız olarak, yasal yani kurumsal bir yapıda değerlendirildiği görülmekte, lojistik köyler ise yine tek ama özel ya da halka açık yapılar olarak bilinmektedir. Bu küçük farklılığa rağmen amacın her ikisinde aynı olduğu söylenebilir (Jaržemskis, 2007:50-52; Meidutė, 2007:111-113; Elgün, 2011a:205).

Bu bağlamda İngiltere'de 'freight villages', Almanya'da 'güterverkehrszenrum', Fransa'da 'plate forme logistique, plat forme multimodales, centres logistiques de fret', Danimarka'da 'transport centre', İtalya'da 'interporto', ve İspanya'da 'zonas de actividades logisticas, centro integrado de mercancías' olarak adlandırılan lojistik merkezler/köyler (Meidute, 2005:106; Jaržemskis, 2007:50) lojistik köyü, yük köyü, kara limanı (dry port) ve dağıtım parkı (distripark) olarak literatürde birçok farklı isimle anılmakta (Kaynak ve Zeybek, 2007:45), lojistik köylerin kurulması ise temelde stratejik bir yatırım seçeneği olarak ortaya çıkabilmektedir.

Lojistik köy KYS kararlarında etkili olabilecek birden fazla değişkenin bulunduğu, başlangıçta kurulum maliyetlerinin yüksek ve geri dönülmesi zor bir karar olmasından dolayı doğru karar vermek büyük önem arz etmektedir. Diğer taraftan lojistik köy kurulması konusunu bir moda haline getirerek Çin'de 2001 yılında 1000 civarında lojistik park kurulduğu ancak bunlardan %60'ının daha sonra atıl kaldığı konusunda olduğu gibi (Kaynak ve Zeybek, 2007:54) bu konuda gereksiz yatırımlardan kaçınılmalı ve KYS için kullanılan değişkenlerin doğru belirlenerek yer seçimini doğru bir süreçle yapmak önemli olacaktır.

Bahsi geçen konular dikkate alınarak bu çalışmada "researchgate", "sciencedirect" ve "google scholar" veri tabanları kullanılmış, "lojistik merkez" ve "lojistik köy" özelinde araştırma yapılmıştır. Literatürde daha önce yapılmış çalışmalar

KYS'nde kullanılan değişkenleri ile genel olarak Tablo 1'de raporlanmıştır. Bu kapsamda literatürde daha önce yapılan çalışmalar incelenmiş, bunlardan 67'sinin KYS'nde kullanılan değişkenleri irdelenmiş ve lojistik köy KYS özelinde yapılan 29 çalışmaya detaylı olarak hangi kriterlerin hangi çalışmada kullanıldığına dair **ayrıntılı olarak Ek 1'de** değişkenlerin gösterilmesi açısından yer verilmiştir. Ayrıca yine lojistik köy KYS konusunda yapılan çalışmalara benzerlik arz eden değişkenlerin kullanıldığı tesis yeri, dağıtım merkezi, serbest bölge, organize sanayi bölgesi (OSB), kargo terminali, taşımacılık merkezi, konteyner limanı gibi kuruluş yeri seçimi konusunda yapılmış 21 çalışmanın daha değişkenlerine ait sıklıklarının görülebilmesi için burada yer verilmiştir.

Tablo 1 incelendiğinde sıklıklarına göre en çok kullanılan ekonomik faktörler ve ulaşım ağları öne çıkmaktadır. Diğer taraftan altyapı, arazi yapısı, pazar fırsatları ve arazi maliyeti ise en sık kullanılan değişkenler olarak yer almaktadır. İlgili literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde kullanılma sıklığı fazla olan 6 faktör ve 19 değişken belirlenmiş ve Tablo 1'de raporlanmıştır. Diğer taraftan işgücü faktörü ile işçilik maliyeti, su kullanımı, hava kirliliği, enerji kullanımı değişkenlerinin literatürde incelenen çalışmalar arasında çok az kullanıldığı veya rastlanmadığından daha sonra ayrıca değerlendirilmesi gerektiği düşünülür. Literatür araştırmasından sonra çalışmanın gidişatına bağlı olarak kıyaslama tekniğinin, amacının, avantajlarının, türlerinin ve kıyaslama sürecinin açıklanması faydalı olacaktır.

Tablo 1: Lojistik Köy Kuruluş Yeri Seçiminde Kullanılan Değişkenler

| Ana Faktör | | Dijer* | Lojistik Köy KYS sayısı | Chen ve Qu, 2006 | Ballis ve Mavrotas, 2007 | Kayikci, 2010 | Erkayman vd., 2011 | Li vd., 2011 | Eryürük vd., 2012 | Regmi ve Hanaoka, 2013 | Demiroğlu ve Eleren, 2014 | Elevli, 2014 | Önder ve Yıldırım, 2014 | Yıldırım ve Önder, 2014 | Tomić vd., 2014 | Zak ve Weglinski, 2014 | Fagarasan ve Cristea, 2015 | Önden vd., 2015 | Rao vd., 2015 | Cristea ve Cristea, 2016 | Elgün ve Aşkoğlu, 2016 | Essaadi vd., 2016 | Hamzaçebi vd., 2016 | Özceylan vd., 2016 | Peker vd., 2016 | Konchorrit, 2017 | Pamucar vd., 2018 | Uyanık vd., 2018 | Zaralı vd., 2018 | Karışan ve Kahraman, 2019 | Uyanık vd vd., 2020 | Muravev vd., 2020 | | | | |
|--------------------|------------------|--------|-------------------------|------------------|--------------------------|---------------|--------------------|--------------|-------------------|------------------------|---------------------------|--------------|-------------------------|-------------------------|-----------------|------------------------|----------------------------|-----------------|---------------|--------------------------|------------------------|-------------------|---------------------|--------------------|-----------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|---------------------------|---------------------|-------------------|---|--|--|--|
| Alt Kriterler | | Dijer* | Lojistik Köy KYS sayısı | Chen ve Qu, 2006 | Ballis ve Mavrotas, 2007 | Kayikci, 2010 | Erkayman vd., 2011 | Li vd., 2011 | Eryürük vd., 2012 | Regmi ve Hanaoka, 2013 | Demiroğlu ve Eleren, 2014 | Elevli, 2014 | Önder ve Yıldırım, 2014 | Yıldırım ve Önder, 2014 | Tomić vd., 2014 | Zak ve Weglinski, 2014 | Fagarasan ve Cristea, 2015 | Önden vd., 2015 | Rao vd., 2015 | Cristea ve Cristea, 2016 | Elgün ve Aşkoğlu, 2016 | Essaadi vd., 2016 | Hamzaçebi vd., 2016 | Özceylan vd., 2016 | Peker vd., 2016 | Konchorrit, 2017 | Pamucar vd., 2018 | Uyanık vd., 2018 | Zaralı vd., 2018 | Karışan ve Kahraman, 2019 | Uyanık vd vd., 2020 | Muravev vd., 2020 | | | | |
| Ekonomik Faktörler | AF | 21 | 15 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Arazi Maliyeti | 3 | 13 | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Pazar fırsatları | 10 | 7 | | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Rekabet | 2 | 6 | | | | | | | | | | | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Çevresel Faktörler | AF | 5 | 12 | ✓ | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Hava kirliliği | 3 | 2 | | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Su kullanımı | 2 | 2 | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Enerji kullanımı | 2 | 4 | | | ✓ | | | | | | | | | ✓ | | | | | | | | | ✓ | | | | | | | | | | | | |
| Sosyal Faktörler | AF | 3 | 7 | | | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Eğitim | 2 | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Nüfus | 1 | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Kanun/Politika | 6 | 7 | | | ✓ | | | | | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | ✓ | | | | | | | | | | | | | |
| | İş İklimi | 6 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Ulaşım Ağları | AF | 15 | 15 | ✓ | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Karayolu | 3 | 11 | | ✓ | | | | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | |
| | Denizyolu | 2 | 9 | | | | | | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | | |
| | Havayolu | 3 | 10 | | | | | | | | | | | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | | |
| | Demiryolu | 1 | 13 | | ✓ | | | | | | ✓ | | | ✓ | ✓ | | | | | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | | | | |
| İşgücü | AF | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | İşçilik Maliyeti | 2 | 3 | | | | | | | | | | | | ✓ | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Tecrübeli İşçi | 9 | 6 | | | | | | | | | | | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Arazi ve Altyapı | AF | 0 | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Trafik | 3 | 5 | | ✓ | ✓ | | ✓ | | | | | | | | | | | | | | | | | | ✓ | | | | | | | | | | |
| | Arazi yapısı | 3 | 16 | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | ✓ | ✓ | | | | | | | | | | | | ✓ | ✓ | | | | | ✓ | ✓ | ✓ | | | |
| | Altyapı | 6 | 14 | ✓ | | | | | ✓ | | | ✓ | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | | | | ✓ | ✓ | | | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | | |

*Dijer: Tesis yeri, dağıtım merkezi, serbest bölge, organize sanayi bölgesi, kargo terminali, taşımacılık merkezi, konteyner limanı kuruluş yeri seçimi konusunda yapılmış 21 çalışmanın değişken sıklıklarıdır. AF: Ana faktör ilk satırı, boyutun kendi isminin geçtiği çalışmalardır.

2. Kıyaslama Yaklaşımı

Salt literatürden elde edilen değişkenlerin kullanılmasının yetersiz olacağı düşünülerek gözlemlenen ve ölçülen her konunun kıyaslama (**benchmarking**) çalışmasına kaynak olabileceğinden hareketle, mevcut en iyi veya daha iyi uygulamaların araştırılarak uyarlanması süreci olarak benzer yapıda bulunan daha önce kurulmuş merkezlerin ele alınmasının faydalı olacağı düşünülür. Şirketlerin veya işletme biriminin operasyon yöntemlerinin ve stratejilerinin karşılaştırması ile benzer görev ve fonksiyonları olan maliyet, performans, kalite ve diğer önemli göstergelerinin karşılaştırılması olarak **kıyaslama** kullanılabilir (Gudehus ve Kotzab, 2012:97). Kıyaslama, bir firmanın performansının değerlendirilmesi amacıyla operasyonlarını örnek alınan bir model veya kıyaslanacak başka bir firmanın operasyonlarıyla karşılaştırılması sürecidir (Long, 2012:83). Yönetimde kıyaslama, rakiplerin pazardaki performansını denetlemek ve müşterilere hizmet vermedeki boşluklarını bulmakla veya bir lojistik sistemin performansını en iyi uygulama standardına göre karşılaştırmakla ilgilidir (Farahani ve diğ., 2011:51).

Sürekli bir iyileştirme aracı olarak kıyaslama, şirketin kendisini rakiplerinden farklılaştırmasını sağlayan temel iş süreçleri olan temel yetkinlikleri geliştirmek için kullanılmaktadır (Wireman, 2004:30). Kıyaslanmanın arkasındaki ilke, herhangi bir şeyin ne kadar iyi çalıştığını öğrenmek için, onu karşılaştırabileceğiniz bir başka şeye ihtiyacınız olması gerektiğidir. Bunun için seçkin firmalar bulmak ve bunların nasıl performans gösterdiğini anlamak, süreç ve organizasyon gelişimi için yol gösterici olabilecektir (Lai ve Cheng, 2009:134).

Kıyaslamadan elde edilen avantajlar, herhangi bir sektörden en iyi uygulamaların kıyaslamalı işlev süreçlerine yaratıcı bir şekilde dâhil edilmesi, kıyaslama bulgularını gerçekleştirmek ve uygulamak için yaratıcılıkları gereken profesyonellere teşvik ve motivasyon sağlaması, işlemlerin yerleşmiş değişme isteksizliğini ortadan kaldırması, bir süredir kendi endüstrisinde tanınmayacak ve dolayısıyla uygulanmayacak olan teknolojik bir buluşu ortaya çıkartması olarak sıralanabilir (Christopher, 2011:238). Kıyaslanmanın faydalarına rağmen başarılı kıyaslama araştırmasını etkileyen, zaman kısıtlamaları, rekabet engelleri, maliyet, hem yönetim taahhüdünün eksikliği hem de profesyonel insan kaynağının eksikliği, değişime direnç, zayıf planlama ve kısa vadeli beklentiler ana problemler olarak kabul edilmektedir (Kozak, 2014:2-5).

Kıyaslama ile ilgili başlangıçta, tamir, servis, bakım, faturalama ve tahsilat ile dağıtım gibi bölümlerde “ürünün” aslında bir “süreç” olduğunun anlaşılması zaman almıştır. Xerox tarafından rakiplerin süreçlerine adımlara ve işlemlere göre bakarak, rakipler tarafından kullanılan en iyi yöntemler ve uygulamalar belirlenebilmiştir (Christopher, 2011:238). Böylece belli bir süreçte karşılaştırılanın aynı sektörde olması gerekeceğine dikkat etmenin faydalı olacağı düşünülmüştür. Dikkate alınması gereken ve önemli olan içinde bulunulan sektör veya firma olmak zorunda değildir; sürecin kendisi olduğuna karar verilmiştir (Lai ve Cheng, 2009:134).

Bu sebeplerle içsel, rakipsel/rekabetçi, fonksiyonel ve genel süreç olmak üzere farklı tipleri bulunan kıyaslama tekniği (Long, 2012:84; Wireman, 2004:34, Watson, 2007:11), her ne kadar Deming'in dört aşamasından (planla, uygula, kontrol et ve önlem al) türetilmiş olsa da: sektördeki ve akademideki araştırmacılar tarafından sayısız kıyaslama süreci modeli önerilmiştir (Kozak, 2004:11-12). Tüm metodolojik yaklaşımlar arasında temel basit kurallar bulunmakta ve bu da uygulayıcıları benzer sonuçlara götürmektedir (Razmi ve diğ., 2000:305). Bu modelleri gözden geçirdikten sonra kıyaslama süreci: **planlama, veri toplama, verilerin analizi ve geliştirme** adımları sıralamasına ayrılabilir (Kozak, 2004:11-12, Watson, 2007:71).

Bir kıyaslama çalışmasında, **planlama** aşamasının amacı, dış kuruluşlarla karşılaştırmanın temelini ve karşılaştırmanın yapılacağı referans çerçevesini oluşturmaktır. Kıyaslama sürecinde **veri toplama** aşamasının amacı, iç performansla karşılaştırmak için kullanılan bilgileri toplamaktır. Bunun için sürecin işleyişini sağlayacak soruların cevaplanması önerilir (Watson, 2007:73-77; Wireman, 2004:47-49). Planlama ve veri toplama aşamalarına ilişkin alınan cevapların ardından verilerin analizine ve sonra geliştirme aşamasına geçilecektir.

Kıyaslama çalışmasının **analiz** aşamasının amacı, karşılaştırma yapmak, önemli farklılıkları belirlemek ve bu farklılıklara neden olan uygulamaları tanımlayabilmektir. Kıyaslama sürecinin işleyişini devam ettirecek analiz aşamasının performansını yönlendiren soruların cevaplanması faydalıdır. Kıyaslama **geliştirme** aşamasının amacı, kuruluştaki uygulama için çalışmanın keşiflerini uyarlamak ve önerilen değişiklikleri etkili bir şekilde uygulayarak organizasyonu yeni bir performans seviyesine dönüştürmektir (Watson, 2007:78-81; Wireman, 2004:49-50).

Kıyaslama kullanan kuruluşlar, organizasyonun performansını sektörde elde edilen en iyi sonuçlarla karşılaştırarak, lojistikle ilgili kopyalayabilecekleri veya uyarlayabilecekleri fikirleri bulmak için kullanabilirler (Waters, 2003:207). Geçmişte genellikle verimlilik ve maliyet gibi işletme içi performansların ölçülmesinin yeterli olduğu düşünülürken, günümüzde lojistik performanslarının değerlendirilmesinde kullanılan ölçümün ne olması gerektiği sorusu ortaya çıkmaktadır. Bunun için performansı yalnızca rakiplerin performansıyla karşılaştırmak yeterli olmayıp sınıfında en iyisi ile karşılaştırmak gerekli olabilecektir (Christopher, 2011:237). Lojistik şirketleri bu stratejik yönetim uygulamasında ürün veya hizmetleri başka şirketler veya ürünler ile karşılaştırabilirler. Aynı veya farklı endüstri kolunda bulunan bir şirket ile lojistik faaliyetler açısından karşılaştırma yapılabilmektedir (Genç, 2010:609).

Benzer şekilde daha önce yapılmış çalışmalardan Türkiye, Romanya ve Macaristan lojistik sektörlerinin karşılaştırılması (Tutar ve diğ., 2009), Türkiye'de bulunan lojistik köylerle Avrupa'da bulunan alan bakımında en büyük 10 lojistik köyün karşılaştırılması (Peker ve diğ., 2011) yol gösterici olabilecektir. Kıyaslamanın anlamı, amacı, özellikleri, ilkeleri, avantaj ve dezavantajları, türleri ve kıyaslama süreci, lojistikte kullanımı gibi açıklayıcı bilgiler bu bölümde verildikten sonra bir sonraki bölümde kıyaslama yaklaşımı kullanılarak değişkenlerin belirlenmesi gerçekleştirilecektir.

3. Kıyaslama Yaklaşımı ile Değişkenlerin Belirlenmesi

Kıyaslama yaparken amaç, bütün bir seviye genelindeki farklı organizasyon ve operasyonda “dünya çapında” veya “sınıfının en iyisi” standartlarını belirlemek ve bir şirketin performansının herhangi bir sektördeki en iyileriyle karşılaştırılmasını sağlayabilmektir (Rushton ve Walker, 2007:328). Etkin bir kıyaslama için doğru model seçilmeliyken, mevcut standartlardan daha kötü bir performansla sahip bir modelin seçilmesi halinde yapılacak kıyaslama çok az fayda getirebilir veya zarara sebep olabilecektir (Long, 2012:84). Kıyaslama tekniğiyle dünyada bu alanda en iyi olan ülkelerdeki lojistik köylerin incelenmesi, lojistik köy yer seçimi kararlarında faydalı olabilecektir. Bu sebeplerden dolayı Tablo 2’de dünyada lojistik alanında en iyi olan ülkeler raporlanmıştır.

Tablo 2: Dünya Bankasına Göre Ülkelerin Performans Endeks Skorları

| Ülke | Yıl | Sıra | LPI Puanı | Gümrük İşlemleri | Lojistik Altyapısı | Uluslararası Sevkiyat | Lojistik Kalitesi ve Yetkinliği | İzleme ve Takip | Zamanında Teslim |
|----------|------|------|-----------|------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------|-----------------|------------------|
| Almanya | 2012 | 4 | 4,03 | 3,87 | 4,26 | 3,67 | 4,09 | 4,05 | 4,32 |
| | 2014 | 1 | 4,12 | 4,1 | 4,32 | 3,74 | 4,12 | 4,17 | 4,36 |
| | 2016 | 1 | 4,23 | 4,12 | 4,44 | 3,86 | 4,28 | 4,27 | 4,45 |
| | 2018 | 1 | 4,2 | 4,09 | 4,37 | 3,86 | 4,31 | 4,24 | 4,39 |
| Hollanda | 2012 | 5 | 4,02 | 3,85 | 4,15 | 3,86 | 4,05 | 4,12 | 4,15 |
| | 2014 | 2 | 4,05 | 3,96 | 4,23 | 3,64 | 4,13 | 4,07 | 4,34 |
| | 2016 | 4 | 4,19 | 4,12 | 4,29 | 3,94 | 4,22 | 4,17 | 4,41 |
| | 2018 | 6 | 4,02 | 3,92 | 4,21 | 3,68 | 4,09 | 4,02 | 4,25 |
| İtalya | 2012 | 24 | 3,67 | 3,34 | 3,74 | 3,53 | 3,65 | 3,73 | 4,05 |
| | 2014 | 20 | 3,69 | 3,36 | 3,78 | 3,54 | 3,62 | 3,84 | 4,05 |
| | 2016 | 21 | 3,76 | 3,45 | 3,79 | 3,65 | 3,77 | 3,86 | 4,03 |
| | 2018 | 19 | 3,74 | 3,47 | 3,85 | 3,51 | 3,66 | 3,85 | 4,13 |
| Türkiye | 2012 | 27 | 3,51 | 3,16 | 3,62 | 3,38 | 3,52 | 3,54 | 3,87 |
| | 2014 | 30 | 3,5 | 3,23 | 3,53 | 3,18 | 3,64 | 3,77 | 3,68 |
| | 2016 | 34 | 3,42 | 3,18 | 3,49 | 3,41 | 3,31 | 3,39 | 3,75 |
| | 2018 | 47 | 3,15 | 2,71 | 3,21 | 3,06 | 3,05 | 3,23 | 3,63 |

Kaynak: Worldbank (2019); Lojistik Performans Endeksi, https://lpi.worldbank.org/sites/default/files/International_LPI_from_2007_to_2018.xlsx/, (Erişim Tarihi: 18.05.2019).

Dünya Bankası tarafından başlangıcı 2007 yılı olan, sonrasında 2010 yılında yapılan ve devamında her 2 yılda bir çeşitli paydaşlarla gümrük işlemleri, lojistik altyapısı, uluslararası sevkiyat, lojistik kalitesi ve yetkinliği, izleme ve takip ile zamanında teslim konularında ülkeler karşılaştırılmıştır (Worldbank, 2019: 60). Daha önce yapılan sıralamalardan elde edilen veriler değerlendirilerek birleştirilmiş sıralama oluşturulmuş ve buna göre Almanya 1., Hollanda 2., İtalya 21. sırada yer almakta, Türkiye ise 37. sırada yer almaktadır. Almanya ve Hollanda’nın ilk sıralarda yer

almasından dolayı lojistik köylerinin ele alınması ve İtalya'nın ise 21. sırada yer almasına rağmen Europlatforms tarafından 2010 ve 2015 yıllarında yapılan çalışmalarda İtalya'da bulunan Interporto Verona'nın ilk sırada yer almasından dolayı (Baki, 2016:152) incelemeye dâhil edilmiştir.

Bu sebeplerle çalışmanın gidişatına bağlı olarak aşağıda sıralanan sorulardan sonra mevcut lojistik sektörü ve lojistik köy durumları incelenerek yeni sürecin ve performansın ortaya konulması beklenmektedir (Kasilingam, 1998:241).

Soru 1: Kıyaslama konusunda bizim performansımız nedir?

Soru 2: Süreçlerimiz nasıl çalışmaktadır?

Soru 3: Diğerlerinin performansı nedir?

Soru 4: Diğerlerinin süreçleri nasıl çalışmaktadır?

Bu bağlamda Türkiye'nin lojistik merkez/lojistik köylerinin incelenmesi ile Almanya, Hollanda ve İtalya lojistik köyleri/merkezlerinin incelenerek en iyilerin performansları ve bu sürece nasıl geldiklerinin araştırılması, yani mevcut durumların araştırılması ve analiz edilmesi izleyen adımda kıyaslama sürecinin aşamalarına göre gerçekleştirilecektir.

Bahsi geçen Soru 1 ve Soru 2 çerçevesinde Türkiye'nin lojistik köyleri için durum değerlendirmesi yapılabilecektir. Türkiye, üç tarafının denizlerle çevirili olması, sahip olduğu ulaşım ağları, Asya-Avrupa arasında köprü konumunda olması, ipek yolu üzerinde bulunmasıyla ülke olarak bölgesel bir lojistik üs olma potansiyeline sahip olduğu düşünülmektedir. Türkiye'de lojistik köylerin öncelikle OSB bağlantısıyla yük taşıma potansiyellerinin yüksek olduğu yerlerde kurulması planlanmıştır. Bu amaçla kamu tarafından toplam 20 adet lojistik köy projelendirilmiştir. Lojistik köy projeleri kapsamında 2019 yılı itibariyle Samsun-Gelemen, Eskişehir-Hasanbey, İstanbul-Halkalı, Denizli-Kaklık, Kocaeli-Köseköy, Uşak, Balıkesir-Gökköy, Kahramanmaraş-Türkoğlu ve Erzurum-Palandöken olmak üzere 9 lojistik köy faaliyetlerine devam etmektedir (RailTurkey, 2019). Ayrıca yine TCDD tarafından planlanan Mersin-Yenice, İzmir-Kemalpaşa, Konya-Kayacık, Kayseri-Boğazköprü, Bilecik-Bozüyük, İstanbul-Yeşilbayır, Mardin, Sivas, Kars, Şırnak-Habur ve Bitlis-Tatvan olmak üzere taşıma potansiyeli yüksek OSB'lerin yoğun bulunduğu 11 merkezde daha lojistik köy projeleri devam etmektedir (Ors ve Mammadov, 2016:276). Lojistik köyler hizmete girdiğinde sektöre yıllık 27 milyon tona kadar ek taşıma imkânı, 40 milyar dolara kadar katkı, konteynerler için 9 milyon m² stok ve elleçleme sahası ile 10 bin kişilik ek istihdam sağlayacağı tahmin edilmektedir (Terzi ve Bölükbaş, 2016:194).

Bahsi geçen Soru 3 ve Soru 4 çerçevesinde Almanya GVZ Bremen, Hollanda Rotterdam limanı ve İtalya Verona lojistik köyü için durum değerlendirmesi yapılabilecektir.

Almanya, 9 Avrupa ülkesi ile sınırı olması ve ulaştırma yapısıyla lojistik sektöründe önemli bir lojistik üs olarak diğer Avrupa ülkelerine göre demiryolları ve karayollarında üstünlüğe sahiptir (Terzi ve Bölükbaş, 2016:208). Almanya 2008 yılında 189 milyar Euro, 2017 yılında 267 milyar Euro cirosu ile en önemli Avrupa lojistik pazarı olarak değerlendirilebilir (Bmvbs, 2008:10, Kille and Meißner, 2019:17). Almanya lojistik sektöründe yaklaşık 2,7 milyon kişiyi veya toplam işgücünün kabaca % 7'sini istihdam eden yaklaşık 60.000 şirket bulunmaktadır (Hamamcıoğlu ve Oğuztimur, 2017:80). Almanya'da çoğu 200 hektardan büyük toplamda 6.132 Ha alana sahip 35 lojistik köy bulunmaktadır (Europlatforms, 2015). Bunlardan GVZ Bremen (2010 ve 2015 yılında lojistik köylerin gelişim düzeylerindeki mevcut durumu ortaya çıkarmak için Avrupa'daki en iyi 20 lojistik köyü sıralandığında 2. sıradadır), 895 dönüm alana kurulmuş, 8.000 çalışan bulunan, 150 taşımacılık ve lojistik firmasına hizmet vermektedir (Higgins ve Ferguson, 2011:48). GVZ Bremen kentin güneybatı kısmında bulunmakta, yılda yaklaşık 500 bin metrik ton sebze-meyve ürünleri nakledilmekte, Avrupa'nın soğuk hava deposu durumundadır. 220 Ha'lık alan üzerinde 1,2 milyon metrekareden daha fazla depolama alanına sahiptir. Dünyanın bütününden gelen işlemlerin kesişim noktasında bulunan Bremen üç milden fazla uzunluğuyla, dünyanın en büyük 20 limanından birisidir (WFB, 2019). GVZ Bremen sahip olduğu zengin demiryolu bağlantıları, 2 büyük karayoluna bağlantıları ve bölgeye 7 km mesafedeki uluslararası havalimanının varlığıyla üç yönlü bir tesistir. Ayrıca şehir merkezine 8 km ve limana 2 km uzaklıktadır. Entegre bir intermodal terminal bulunmasının yanı sıra, bir konteyner terminaline sahiptir. GVZ Bremen; kamu-özel sektör ortaklığı yönetimiyle, kamyon terminali, benzin istasyonları, tır bakım merkezi, gümrük tesisleri ve restoranları içermektedir (Higgins ve Ferguson, 2011:48).

Hollanda, 999 Ha alan üzerine kurulu intermodaliteyi kolaylaştıran 15 lojistik merkeze sahiptir (Europlatforms, 2015:27). Hollanda da lojistik faaliyetler genel olarak Rotterdam çevresinde yoğunlaşmıştır (GTB, 2013:23). Lojistik konusunda çalışan birçok uzmanın en başarılı örneklerden birisi olarak gösterdiği Rotterdam limanı dünya çapında bir lojistik merkezdir. Rotterdam limanı, önemli bir nakliye rotası olan İngiliz Kanalının Kuzeydoğu tarafında yer almaktadır. Bununla birlikte başlıca coğrafi avantajı, Ren ve Maas nehrinin halindeki konumu ile Almanya ve Avrupa'nın kalbine derinlemesine verimli ve iç gemi bağlantılarına yol açması olarak ifade edilir. Ek olarak, Hollanda nakliye işlemlerinin doğal engellerle karşı karşıya kalmadığı ve dolayısıyla dağıtım ağlarının en iyi şekilde düzenlenebildiği düz bir ülkedir (Sheffi, 2013:486-487). Rotterdam limanı tam olarak okyanus üzerinde olmayıp bir nehir boyunca 30 mil içeriye uzanmaktadır. 110 Avrupa limanı ile iç bölgelere düzenli sefer yapan demiryollarına aktarma hizmeti vermekte, Avrupa'daki birçok şehre doğrudan teslimat sağlamaktadır (Long, 2012:199). Rotterdam'da birkaç büyük terminal operatörüne ek olarak Eemhaven, Botlek ve Maasvlakte dağıtım parkları kurulmuştur. Yalnızca gelen malları nakletmek ya da transit ticareti kolaylaştırmaktan ziyade, bu mallara değer katma hizmetlerini sağlama yoluna gidilmiş, Rotterdam limanı böylece Asya'dan gelen yük akışını çekme konusunda Avrupa'nın en büyük konteyner limanı olarak değerlendirilir (Kaynak ve Zeybek, 2007:50). Rotterdam Limanı Avrupa'nın dört bir yanına karayolu, demiryolu, boru hattı, kıyı taşımacılığı ve iç taşımacılık modu olmak üzere 5 ulaşım

moduyla bağlanmaktadır (Sheffi, 2013:486-487). Rotterdam Limanında 60.000'i geçen sayıda insana doğrudan, 255.000 civarında insana da dolaylı olarak iş imkânı sağlanmaktadır (GTB, 2013:24). Türkiye'nin limanlardan gerçekleştirdiği dış ticaret hacminin yaklaşık 5,8 milyon TEU olması ve Rotterdam'da işlem gören mal hacminin yaklaşık olarak 11 milyon TEU olması (yaklaşık 2 katı) Rotterdam limanının önemini ortaya koymaktadır (Demir, 2019:8).

İtalya, Akdeniz'deki konumu, kıtalararası konteyner hatlarındaki yeri, limanların karasal erişilebilirliği ve verimlilikleri, endüstriyel üretimin ve dünya lojistiğinin temel eksenlerindeki merkezi konumu sebebiyle lojistik köyler açısından önemli bir yerde bulunduğu düşünülür (Chimenti ve Dosso, 2015:10). İtalya'da Verona kentinde bulunan Freight Village Quadrante Europa 2.5 milyon m²'lik alanda faaliyet göstermekte, 800 bin m²'lik demiryolu intermodal terminaline sahiptir (Baki, 2016:152). Karayollarının ve demiryollarının bağlantı noktasında kurulmuş, 155 bin m²'lik antrepo ve soğuk hava depolarına sahip, 58 bin m²'si kapalı 385 bin m²'lik depolama alanı bulunmaktadır. Brennero geçidinden Avrupa'nın içlerine yük taşımacılığı yapılmaktadır. İtalya'nın intermodal trafiğinin % 30'undan fazlasını sağlarken, uluslararası intermodal trafiğinin % 50'sinde fazlasını karşılamaktadır (İZTO, 2018:19-21), Interporto Verona tüm çevresiyle beraber 13.000 çalışanı bulunan yaklaşık 130 şirketle doğal bir ekonomik güç oluşturmaktadır. Yıllık yük elleçleme kapasitesi 28 milyon tonu geçmektedir. (Chimenti ve Dosso, 2015:6-7). 4.2 milyon m²'ye kadar daha genişleme potansiyeline sahiptir. Interporto Verona'da her yıl demiryolu ile yaklaşık 8 milyon ton, karayolu ile 20 milyon ton yük taşınması gerçekleştirilmektedir. Interporto Verona, 2010 ve 2015 yıllarında Almanya Terminal Birliği GVZ-DGG tarafından Avrupa'daki "yük köyleri" arasında iki kez birinci sırada yer almıştır. Sıralamada 40'tan fazla parametre ve bunların arasında demiryolu trafiği, mevcut şirket sayısı, verimlilik faktörleri ve eğitim faaliyetleri yer almıştır (Milotti, 2017:8-9). Verona-Villafranca havaalanına da bağlı olduğu için karayolu, demiryolu ve hava yoluyla yük taşımacılığı için ideal buluşma noktasıdır. Demiryolu alanında 12 hatlı intermodal bir terminal, 3 hatlı bir ara terminal ve 5 hatlı kompakt bir terminal bulunmaktadır (Wikipedia, 2020).

Mevcut çalışmada, Eryürük (2010)'ün ve Bamyacı (2008)'nin lojistik merkezi KYS'ni literatür taraması ile elde ettiği yöntemlerinden; Elgün (2011b)'ün Boile ve diğ. (2011)'den aktararak kullandığı ve Peker (2012)'in lojistik merkezi KYS'nde kullandığı Delphi yönteminden farklı olarak mevcut lojistik köylerin incelenerek kıyaslanması amaçlanmış, bunun için çalışmanın gidişatına ve hâlihazırda bulunduğu sürece bağlı olarak oluşturulan ekiple problemlerin çözülmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Kıyaslama sürecinin gelişimine bağlı olarak; mevcut durum analizi yapılarak yeni sürecin ve performansın ortaya konulması beklendiğinden (Kasilingam, 1998:241) konuyu yakından bilen, tecrübeli, alanında bilgili, sürecin geliştirilmesinde istekli kişilerden oluşan uzmanlara ulaşılmaya çalışılmıştır. İşbirliği içerisinde çalışacak ve iletişimleri kuvvetli olacak kıyaslama takımı üyelerinin bir araya getirilmesi için 30'a yakın konunun uzmanı ile ön görüşme yapılmış, konu hakkında fikir ve yorumları alınmış, sonrasında yapılan incelemelerin ardından yoğun sektör deneyimi olan, sürecin geliştirilmesinde istekli 6 kişiden oluşan kıyaslama takımı üyeleri belirlenmiştir. Bunlar,

demiryolu ekipmanları üreten ve lojistik firması sahibi, 36 yıllık deneyimi olan bir yönetici; taşımacılık, depolama, elleçleme gibi faaliyetleri gerçekleştiren 33 yıllık deneyimi olan bir lojistik firması sahibi, 26 yıllık deneyime sahip bir gümrük müşaviri, 23 yıllık deneyime sahip lojistik firması yöneticisi, lojistiğin kamu tarafından 28 yıllık deneyime sahip bir gümrük müdürü, lojistik sektöründe 14 yıllık tecrübesi olan bir yöneticiden oluşmaktadır.

Kıyaslama takımı tarafından yaratıcı düşüncenin oluşturulması ve problemlerin kolayca çözülmesi ihtiyacına binaen, lojistik köy KYS'nde (literatürde yapılan incelemeler sonucunda elde edilen değişkenlerden farklı olarak) mevcut durum analizi yapılmış, kıyaslama konusunda Türkiye'nin performansı ve süreçleri analiz edilmiş, ardından diğer alternatiflerin (Bremen, Rotterdam ve Verona) performansları hakkında bilgi verilerek diğerlerinin süreçlerinin nasıl çalıştığı masaya yatırılarak irdelenmiştir.

Bremen Lojistik köyü 1.2 milyon m²'den fazla depolama alanına sahip olarak 895 dönüm alan üzerine kurulmuştur. Avrupa'nın kalbine derinlemesine verimli ve iç gemi bağlantılarına yol açan Rotterdam limanının geniş kapsama alanı, 2.5 milyon m²'lik alanda faaliyet gösteren ve 4,2 milyon m² daha genişleme potansiyeline sahip olan Verona lojistik köyü düşünüldüğünde **arazinin gelecekte genişleme imkânı, depolama ve stok alanı ile toplam alanı** önem kazanmaktadır.

GVZ Bremen'in demiryolu bağlantıları, karayolu bağlantıları, uluslararası havalimanına yakınlığı, 8.000 çalışan bulunan, 150 taşımacılık ve lojistik firmasına hizmet verdiği bilinmektedir. Rotterdam Limanının Avrupa'nın dört bir yanına karayolu, demiryolu, boru hattı, kıyı taşımacılığı ve iç taşımacılık modu üzere 5 ulaşım moduyla bağlandığı, 60.000'i geçen sayıda insana doğrudan, 255.000 civarında insana da dolaylı olarak iş imkânı sağladığı belirtilmiştir. Interporto Verona'nın ana karayollarının ve demiryollarının bağlantı noktasında kurulduğu, 13.000 çalışanı bulunan yaklaşık 130 şirketle hizmet verildiği bilinmektedir. Bu sebeplerle **taşıma modu sayısı, lojistik faaliyetlerin yeterliliği, dış ticaret potansiyeli, faaliyet gösteren firma sayısı, beklenen ticaret kapasitesi, taşıma maliyeti** değişkenleri önemini gösterecektir. Aynı zamanda işlemler gerçekleştirilirken gelecekteki nesillerin kendilerinin ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetini tehlikeye atmadan günümüzün ihtiyaçlarını karşılamak için **sürdürülebilirlik** ile toplumun yaşamına ve geleceğine dair geri kazanımlar için **katı atık bertarafı** önem kazanabilir. Belirli bir bölgedeki veya şehirdeki ulaşım altyapısının kullanılabilirliği ve kalitesi, şehrin refah seviyesi, güvenli yaşam ve maliyeti, okula ve hastaneye kolay erişim gibi çeşitli gerekçeler insanların **yaşam kalitesini** etkileyebilir. Benzer şekilde **iklim şartları ile gürültü seviyesi** çevresel faktörler olarak değerlendirilebilir.

Nihayetinde literatürden elde edilen değişkenler tartışılarak Tablo 1'de listelenenler üzerinden başka değişkenlerin de kullanılmasının faydalı olacağı değerlendirilmiştir. Bunlar, arazinin genişleme imkânı, taşıma modu sayısı, lojistik faaliyetlerin yeterliliği, sürdürülebilirlik, ithalat-ihracat miktarı (dış ticaret potansiyeli), faaliyet gösteren firma sayısı, yaşam kalitesi, katı atık bertarafı, devlet teşviki, beklenen

ticaret kapasitesi, depolama ve stok alanı, toplam alanı, taşıma maliyeti, iklim şartları, gürlütlü seviyesi olarak değişkenler belirlenmiş ve sıralanmıştır.

Bundan sonrasında literatür taraması ve kıyaslama yaklaşımıyla belirlenen faktörlerin/değişkenlerin değerlendirilmesi gerekecektir.

4. Bulgular ve Tartışma

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi SBE İnsan Araştırmaları Etik Kurulunun 14/07/2020-29814 Tarih ve Sayılı Etik Kurul Onayı bulunmaktadır. Bu çalışmada araştırmacılara, yatırımcılara, karar vericilere ve uygulayıcılara elde edilen bulguları ve sonuçları bilgi olarak sunmak için lojistik köy KYS’nde dikkate alınan değişkenlerin literatür taraması ve kıyaslama tekniğiyle belirlenmesi amaçlanmıştır. Bunun için literatürde birçok (50’den fazla) değişkene rastlanmış ancak bazılarının bölgenin/yerin özellikleri de dikkate alınarak diğerlerinden daha çok önemli olarak sıklıkla kullanıldığı gözlenmiştir. Literatür taramasından başlangıçta altı faktör ve 19 değişken elde edilmişti. Ekonomik Faktörlerden; arazi maliyeti, pazar fırsatları, rekabet. Çevresel Faktörlerden; hava kirliliği, su kullanımı, enerji kullanımı. Sosyal Faktörlerden; eğitim, nüfus, kanunlar ve politika, iş iklimi. Ulaşım Ağlarından; karayolu, denizyolu, havayolu, demiryolu. İşgücünden; işçilik maliyeti, tecrübeli işçi varlığı. Arazi ve Altyapıdan; trafik, arazi yapısı, altyapı değişkenleri raporlanmıştı.

Yapılan araştırmalardan ve değerlendirmelerin (kıyaslama çalışmasına dayalı uzman görüşleri) sonrasında ise aşağıda sıralanan değişkenlerinde kullanılabilmesi kararlaştırılmıştı. Bunlar; arazinin genişleme imkânı, taşıma modu sayısı, lojistik faaliyetlerin yeterliliği, sürdürülebilirlik, ithalat-ihracat miktarı (dış ticaret potansiyeli), faaliyet gösteren firma sayısı, yaşam kalitesi, katı atık bertarafı, devlet teşviki, beklenen ticaret kapasitesi, depolama ve stok alanı, toplam alanı, taşıma maliyeti, iklim şartları, gürlütlü seviyesi” olarak 15 değişken belirlenmişti.

Tablo 3. Lojistik Köy Yer Seçiminde Önerilen Değişkenler

| | Değişkenler | Literatür Kıyaslama Nihai | Açıklama |
|---------------------------|------------------------------------|---------------------------|--|
| Ticaret Potansiyeli | Dış ticaret potansiyeli | ✓ ✓ | İldeki ithalat-ihracat miktarı |
| | Faaliyetteki firma sayısı | ✓ ✓ | İldeki kurumlar vergisi mükellefi sayısı |
| | Lojistik faaliyetlerin yeterliliği | ✓ ✓ | Ürünlerin etkin ve verimli bir şekilde hedeflerine ulaştırılması |
| | Beklenen ticaret kapasitesi | ✓ ✓ | Lojistik köyün gelecekte bölgeye sağlayacağı ticaret potansiyel |
| Ulaşım Ağları ve Trafik** | Taşıma modu sayısı | ✓ ✓ | İldeki kullanılan taşıma modu sayısı |
| | Anayola yakınlık | ✓ | ✓ Yer in anayola yakınlığı |
| | Limana yakınlık | ✓ | ✓ Yer in limana yakınlığı |
| | Havayolu/yakınlık | ✓ | ✓ Yer in havaalanına yakınlığı |
| | Demiryolu/yakınlık | ✓ | ✓ Yer in demiryolu istasyonuna yakınlığı |
| | Trafik** | ✓ | ✓ Yer in trafik yoğunluğu |

| | | | | |
|--------------------|-----------------------------|---|--|--|
| | Arazi yapısı | ✓ | ✓ | Arazinin eğimli/dağlık olup olmaması |
| | Altyapı imkânları | ✓ | ✓ | Doğalgaz, su, elektrik, internet imkânı/maliyeti |
| | Toplam alanı | ✓ | ✓ | Kurulacak yerin toplam alanı |
| | Depolama ve stok alanı | ✓ | ✓ | Kurulacak yerdeki depolama ve stok alanı |
| | Arazi genişleme imkânı | ✓ | ✓ | Gelecekte arazinin genişleme durumu |
| Ekonomik Faktörler | Arazi Maliyeti | ✓ | ✓ | İldeki/bölgedeki birim metrekare arazi fiyatları |
| | Pazar fırsatları | ✓ | ✓ | Pazarın genişliği/karlılığı, pazar büyüme potansiyeli |
| | Rekabet | ✓ | ✓ | Entelektüel sermaye, en yakın lojistik köye uzaklık |
| | Devlet teşviki | ✓ | ✓ | İlin teşvik seviyesi |
| | Taşıma maliyet avantajı | ✓ | ✓ | Teslim şekline göre yakıt, navlun, sigorta vb. |
| Çevresel Faktörler | Hava kirliliği | ✓ | | |
| | Su kullanımı | ✓ | | |
| | Enerji kullanımı | ✓ | | |
| | Katı atık bertarafı | ✓ | ✓ | Katı atıkların çevreye az zararlı toplanması/bertarafı |
| | İklim şartları | ✓ | ✓ | Sıcaklık, yağış ve sıcaklıktaki değişkenlik |
| | Gürültü seviyesi | ✓ | ✓ | İldeki/bölgedeki algılanan gürültü oranı |
| Sürdürülebilirlik | ✓ | ✓ | Lojistik faaliyetlerin çevreye verdiği etkiye duyarlılık | |
| Sosyal Faktörler | Eğitim | ✓ | ✓ | İldeki eğitim durumu/+15 eğitim görenlerin sayısı |
| | Nüfus/Nüfus yoğunluğu | ✓ | ✓ | İldeki nüfus yoğunluğu |
| | Kanunlar ve Politika*** | ✓ | | |
| | İş İklimi | ✓ | ✓ | İldeki istihdam, işsizlik, kazanç, iş memnuniyeti |
| | Yaşam kalitesi | ✓ | ✓ | İldeki/bölgedeki insanların yaşamı, refahı vb |
| İşgücü* | İşçilik Maliyeti**** | ✓ | | |
| | Teçrübeli İşçi Varlığı***** | ✓ | ✓ | İldeki mühendis ve teknisyen sayısı |

LK: Lojistik köy. Kıyaslama takımı ile yapılan değerlendirmelerde, *İşgücü Faktörünün kapsayıcılık olarak sınırlı olduğundan kaldırılmasına, **Trafik değişkeninin Trafik Yoğunluğu olarak Çevresel Faktörler altında, ***Kanunlar ve Politika değişkeninin Devlet Teşviki olarak Ekonomik Faktörler altında, ****İşçilik maliyeti değişkeninin fark yaratmayacağı düşünülerek kaldırılmasına, *****Teçrübeli İşçi Varlığı değişkeninin, Kalifiye Personel Varlığı olarak Sosyal Faktörler altında gösterilmesine karar verilmiştir.

Bunlardan bazılarının işgücü faktörü, hava kirliliği, su kullanımı, enerji kullanımı ve işgücü maliyeti gibi değişkenlerin incelenen çalışmalar arasında çok az kullanıldığı veya rastlanmadığından, dahası çok büyük fark yaratmayacakları düşünüldüğünden değerlendirmeden çıkartılmaları düşünülmüştür. Kamu otoritesinin lojistik köy kurulmasında ve faaliyetlerinde teşvikinin önemli bir yeri bulunduğu düşünüldüğünden aynı doğrultuda olarak literatür taramasında belirlenen, kanunlar ve politika değişkeninin yerine devlet teşvikinin farklılık arz edebileceğine karar verilmiştir. Bunlardan çalışmanın iki farklı bölümünde bulunanlar ve nihai olarak belirlenenler açıklamalarıyla birlikte daha iyi anlaşılabilmesi için Tablo 3'de bir arada gösterilmiştir. Burada her iki bölümde de belirlenen ve nihai olarak karar verilenler bir arada gösterilmiştir.

Stratejik bir yönetim aracı olarak kıyaslama çalışmasıyla başlangıçta belirlenen bazı değişkenlerin güncelliğini yitirdiği, her bölgenin/yerin kendine has özellikleri olmakla birlikte bazı değişkenlerin uygulanmasının seçilecek yerler arasında fark yaratmayacağı, literatür taraması sonucu elde edilen değişkenler de göz önünde bulundurularak daha güncel ve geçerli olarak Tablo 3'de verilen 29 değişkenin belirlenmesine karar verilmiştir.

Bu çalışmada yer alan değişkenler daha çok birbirlerine benzerlikleri de dikkate alınarak genel olarak yapılan değerlendirme neticesinde Ticaret Potansiyeli, Ulaşım Ağları, Arazi ve Altyapı, Ekonomik Faktörler, Çevresel Faktörler ve Sosyal Faktörler olmak üzere 6 faktör altında gruplandırılmıştır.

Sonuç

Lojistik köylerin kurulması ülkeler için stratejik bir yatırım seçeneğidir. Lojistik köylerin yerleri belirlenirken bilimsel temellere dayanan uzun vadeli seçimlerin yapılması gerekecektir. Bunun için hangi değişkenlerin kullanılacağı önem arz etmektedir.

Keşifsel ve tanımlayıcı (nitel) bir araştırma düzeninde yürütülen mevcut çalışmada değişkenler belirlenirken literatürde daha önce yapılmış çalışmaların ele alınması faydalı olacaktır. Aynı zamanda uygulamada da başarılı olan lojistik köylerin incelenerek stratejik bir yönetim aracıyla kıyaslanması ve çeşitli çıkarsamalarda bulunarak değişkenlerin elde edilmesi fark yaratacaktır.

Bu amaçla literatür taraması ve hedefe giden yolda bir araç olarak kıyaslama (benchmarking) yaklaşımıyla daha uygun olacağı düşünülen; “Ticaret Potansiyeli, Ulaşım Ağları, Arazi ve Altyapı, Ekonomik Faktörler, Çevresel Faktörler ve Sosyal Faktörler” faktörleri altında 29 değişkenin lojistik köy KYS’nde etkili olabileceğine alanında deneyimli uzmanlardan oluşan kıyaslama takımı tarafından karar verilmiştir. Burada özellikle ticaret potansiyeli faktörünün ve buna bağlı olan değişkenlerin dikkatle incelenmesi ile lojistik köy KYS kararlarında önemle dikkate alınması önerilmiştir. Belirtilen değişkenlerin ilgili alanda yatırım yapacak karar vericilere ve konu üzerinde çalışma yapacak araştırmacılar için dikkate alınabileceği düşünülmektedir.

Çalışma sonucunda yapılan analizlerden edinilen bilgilere göre ve kıyaslama takımı üyelerinin görüşleri doğrultusunda öneri olarak kurulacak lojistik köylerin özel sektör-devlet işbirliği ile yapılmasının lojistik köylerden gelecekte daha çok verim alınabilmesi için gerekli olduğu önerilmiştir.

Buna ek olarak lojistik köy kurulum aşamasında hangi değişkenlerin belirleneceğinin etraflıca düşünülüp araştırılarak belirlenmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada belirlenen değişkenlere göre ileride farklı yöntemlerle alternatif lojistik köy yerleri arasından yer seçimi/sıralaması yapılabilmesine ve lojistik köylerin performansının değerlendirilmesine ön bilgi sunulmuştur.

Kaynakça

- Baki, R. (2016). Avrupa Birliği Ülkeleri ile Türkiye'deki Lojistik Köy Uygulamaları ve Uygun Kuruluş Yeri Seçimi. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2), 148-162.
- Ballis, A. ve Mavrotas, G. (2007). Freight Village Design Using The Multicriteria Method PROMETHEE. *Operational Research. An International Journal*, 17 (2), 213-232.
- Bamyacı, M. (2008). Modern Lojistik Yönetimi: Organize Lojistik Bölgeleri İçin Bir Yer Seçimi Modeli. *Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Bmvbs (2008). *Freight Transport and Logistics Masterplan*. Die Bundesregierung, 10115 Berlin, Germany.
- Boile, M., Theofanis, S. ve Ozbay, K. (2011). Feasibility of Freight Villages in the NYMTC Region. *The State University of New Jersey, New York Metropolitan Transportation Council*.
- Cristea, M. ve Cristea, C. (2016). Multicriteria Decision-Making Approach Used for the Selection of a Logistics Center Location. *Annals of the University of Oradea*, 25, 2016-1.3202, 47-52.
- Chimenti, M. ve Dosso, M. D. (2015). L'intermodalità a Supporto Della Riduzione Dell'impatto Ambientale dei Trasporti: Il Caso Dell'Interporto Quadrante Europa di Verona. *Rivista di Economia Politica dei Trasporti*, 2 (4).
- Chen, Y. ve Qu, L. (2006). Evaluating the Selection of Logistics Centre Location Using Fuzzy MCDM Model Based on Entropy Weight. *6th World Congress on Intelligent Control and Automation*, Dalian.
- Christopher, M. (2011). *Logistics&Supply Chain Management*, Prentice Hall, Fourth Edition, Harlow, Great Britain.
- Daka (2018). Van Lojistik Merkezi Fizibilite Raporu. *Doğu Anadolu Kalkınma Ajansı, İpekyolu/Van*.
- Demir, M. H., Taşer, A., Kara, B. Y., Toyoğlu, H. ve Alumur S. (2019). *Çağdaş Lojistik Uygulamaları*, Anadolu Üniversitesi Yayını No:2752, (Edi. Bahar Yetiş Kara ve Atıl Taşer), Eskişehir.
- Demiroğlu, Ş. ve Eleren, A. (2014). Küresel Lojistik Köyleri ve Türkiye'de Kurulması Planlanan Lojistik Köy Bölgelerinin ÇKKV Yöntemleriyle Belirlenmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 42, 189-202.

- Elevli, B. (2014). Logistics Freight Center Locations Decision by Using Fuzzy-PROMETHEE. *Transport*, 29 (4), 412-418.
- Elgün, M. N. (2011a). Ulusal ve Uluslararası Taşıma ve Ticarete Lojistik Köylerin Yapılanma Esasları ve Uygun Kuruluş Yeri Seçimi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 13 (2), 203-226.
- Elgün, M. N. (2011b). Uluslararası Taşıma ve Ticarete Lojistik Köylerin Sağladığı Rekabet Avantajları: Bir Model Önerisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, *Afyon Kocatepe Üniversitesi SBE*.
- Elgün, M. N. ve Aşkoğlu, N. O. (2016). Lojistik Köy Kuruluş Yeri Seçiminde TOPSIS Yöntemiyle Merkezlerin Değerlendirilmesi. *AKÜ İİBF Dergisi*, 18 (1), 161-170.
- Erkayman, B., Gundogar, E., Akkaya, G. ve Ipek, M. (2011). A Fuzzy Topsis Approach for Logistics Center Location Selection. *Journal of Business Case Studies*, 7 (3), 49-55.
- Eryürük, S. H. (2010). Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri Arasında Etkin Lojistik Faaliyetlerinin Gerçekleştirilmesi Amacıyla Bir Lojistik Merkez Yer Seçimi ve Tasarımı. Yayınlanmamış Doktora Tezi, *İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü*, İstanbul.
- Eryürük, S. H., Kalaoğlu, F. ve Baskak M. (2012). A Site Selection Model For Establishing a Clothing Logistics Center. *Tekstil ve Konfeksiyon*, 22 (1), 40-47.
- Essaadi, I., Grabot, B. ve Fénies, P. (2016). Location of logistics hubs at national and subnational level with consideration of the structure of the location choice. *IFAC (International Federation of Automatic Control), PapersOnLine*, 49-31, 155-160.
- Europlatforms (2015). *Corporate Presentation*. http://www.europlatforms.eu/wpcontent/uploads/2016/01/Corporate-Presentation-2015-Europlatforms-Final_20151229.pdf, (Erişim Tarihi: 17.05.2019).
- Fagaraşan, M. ve Cristea, C. (2015). Logistic Center Location: Selection Using Multicriteria Decision Making. *Proceedings of the Annual Sessions of Scientific Papers*, IMT Oradea, 193-198.
- Farahani, R. Z., Rezapour, S. ve Kardar, L. (2011). *Logistics Operations and Management Concepts and Models*. First Edition, Elsevier Publications, USA.
- Genç, R. (2010). Lojistik Yönetiminde Çevresel Değişimler Bağlamında Stratejik Uygulamalar, *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19, 598-614.
- Gudehus, T. ve Kotzab, H. (2012). *Comprehensive Logistics*, Second Revised and Enlarged Edition, Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

- GTB (2013). *Gümrük ve Ticaret Bakanlığının Lojistik Sektörüne Yönelik Uygulamaları*. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayın No:8, Tasfiye Hizmetleri Genel Müdürlüğü Yayın No:1, Ankara.
- Hamzaçebi, C., İmamoğlu, G. ve Alçı A. (2016). Selection of Logistics Center Location with MOORA Method for Black Sea Region of Turkey. *Journal of Economics Bibliography*, 3.
- Hamamcıoğlu, C. and Oğuztımur, S. (2017). The Comparison of Basic Transportation Infrastructure and Freight Villages' Locations between Germany and Turkey. *J. Traffic and Transportation Engineering*, 5, 77-92.
- Higgins, C. D. ve Ferguson, M.R. (2011). An Exploration of the Freight Village Concept and its Applicability to Ontario. *McMaster Institute of Transportation and Logistics*, McMaster University, Hamilton Ontario Canada.
- İZTO (2008). *Lojistik Merkez Kavramı ve İtalya'daki Lojistik Merkezler*. http://www.izto.org.tr/Portals/0/lojistik_merkez_kavrami_ve_italyadaki_lojistik_merkezler.pdf, İzmir.
- Jarżemskis, A. (2007). Research on Public Logistics Centre as Tool for Cooperation, *Transport*, 22 (1), 50-54.
- Karaşan, A. ve Kahraman, C. (2019). A Novel intuitionistic Fuzzy DEMATEL–ANP–TOPSIS integrated Methodology for Freight Village Location Selection. *J.Intelligent & Fuzzy Systems*, (36) 2, 1335-1352.
- Kasilingam, R. G. (1998). *Logistics and Transportation Design and Planning*. Kluwer Academic, London.
- Kayıkci, Y. (2010). A Conceptual Model For Intermodal Freight Logistics Centre Location Decisions. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 6297-6311.
- Kaynak, M. ve Zeybek H. (2007). İntermodal Terminallerin Gelişiminde Lojistik Merkezler, Dağıtım Parkları ve Türkiye'deki Durum. *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 9 (2), 39-58.
- Kille, C. and Meißner, M. (2019). *Logistik 2019 Herausforderungen In Zeiten Globaler Veränderungen Ergebnissedes Herbstgipfels 2018*. DVV Media Group GmbH Nordkanalstraße 36 20097 Hamburg.
- Komchornrit, K. (2017). The Selection Of Dry Port Location By A Hybrid CFA-MACBETH-PROMETHEE Method: A Case Study Of Southern Thailand. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 33(3), 141-153.
- Kozak, M. (2004). *Destination Benchmarking Concepts, Practices and Operations*. CABI Publishing, London, UK.

- Lai, K. ve Cheng, T.C.E. (2009). *Just-in-Time Logistics*, Gower Publishing Limited, England.
- Li, Y., Liu, X. ve Chen, Y. (2011). Selection of Logistics Center Location Using Axiomatic Fuzzy Set and TOPSIS Methodology in Logistics Management. *Expert Syst. Appl.*, 38, 7901-7908.
- Long, D. (2012). *Uluslararası Lojistik Küresel Tedarik Zinciri Yönetimi*. (Çev. Mehmet Tanyaş, Murat Düzgün), 2. Basımdan Çeviri, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Meidute, I. (2005). Comparative Analysis of The Definitions of Logistics Centres. *Transport*, 20 (3), 106-110.
- Meidute, I. (2007). Economical Evaluation of Logistics Centres Establishment. *Transport*, 22:2, 111-117.
- Milotti, A. (2017). Knowledge for Intermodal Transport, Open ENLoCC member Consorzio ZAILOG and Verona Quadrante Freight Village. Ed. Carl-Magnus Carlsson, *European Review of Regional Logistics*, 4, ISSN 2509-226X.
- Muravev, D., Hu, H., Zhou, H. ve Pamucar, D. (2020). Location Optimization of CR Express International Logistics Centers. *Symmetry*, 12 (1), 143.
- Ors, H. ve Mammadov, T. (2016). Lojistik Köy Pazarlaması ve Lojistik Köylerin Türkiye'deki Potansiyeline İlişkin Bir Değerleme. *PressAcademia Procedia, Global Business Research Congress (GBRC)*, 269-280.
- Özceylan, E., Erbaş, M., Tolon, M., Kabak, M. ve Durğut, T. (2016). Evaluation of Freight Villages: A GIS-Based Multi-Criteria Decision Analysis. *Computers in Industry*, 76, 38-52.
- Önder, E. ve Yıldırım, B.F. (2014). VIKOR Method for Ranking Logistic Villages in Turkey. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 23, 293-314.
- Önden, İ., Eldemir, F. ve Çancı, M. (2015). Logistics Center Concept And Location Decision Criteria. *Sigma J Eng & Nat Sci*. 33 (3), 325-340.
- Pamucar, D. S., Tarle S. P. and Parezanovic, T. (2018). New Hybrid Multi-Criteria Decision-Making DEMATEL-MAIRCA Model: Sustainable Selection of a Location for the Development of Multimodal Logistics Centre. *Economic Research*, 31(1), 1641-1665.
- Peker, İ., Baki, B., Ar, İ. M. ve Tanyaş, M. (2011). Türkiye ve Avrupa Lojistik Köylerinin Karşılaştırmalı Analizi. *XI. Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, 23-24 Haziran 2011.

- Peker, İ. (2012). Analitik Ağ Süreci Yöntemiyle Lojistik Merkez Yer Seçimi: Trabzon Örneği. *Yayınlanmamış Doktora Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Trabzon.
- Peker, I., Baki, B., Tanyaş, M. ve Ar, I.M. (2016). Logistics Center Site Selection by ANP/BOCR Analysis: A Case Study of Turkey. *J. Intelligent & Fuzzy Systems*, 30, 2383-2396.
- RailTurkey (2019). <https://tr.railturkey.org/2017/10/06/turkiyenin-lojistik-merkezleri-hangileri-acildi/2/>, (Erişim Tarihi: 05.04.2019).
- Rao, C., Goh, M., Zhao, Y. and Zheng, J. (2015). Location Selection of City Logistics Centers Under Sustainability. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 36, 29-44.
- Razmi, J., Zairi, M. ve Jarrar, Y.F. (2000). The Application of Graphical Techniques in Evaluating Benchmarking Partners. *Benchmarking: An International Journal*, 7 (4), 2000.
- Regmi, M. B. ve Hanaoka, S. (2013). Location Analysis of Logistics Centres in Laos. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 16 (3), 227-242.
- Rushton, A. ve Walker, S. (2007). *International Logistics and Supply Chain Outsourcing: From Local to Global*. Kogan Page Limited, Great Britain.
- Sheffi, Y. (2013). *Logistics-Intensive Clusters: Global Competitiveness and Regional Growth*. Handbook of Global Logistics, Chapter 19, (Ed. James H. Bookbinder), 463-500, Springer, New York.
- Terzi, N. ve Bolukbas, O. (2016). Türkiye’de Lojistik Sektörü ve Lojistik Köyler. *PressAcademia Procedia, Global Business Research Congress (GBRC)*, May 26-27, 206-228.
- Tomić, V., Marinković, D. ve Marković, D. (2014). The Selection of Logistic Centers Location Using Multi-Criteria Comparison: Case Study of the Balkan Peninsula. *Acta Polytechnica Hungarica*, 11 (10), 97-113.
- Tutar, E., Tutar, F. ve Yetişen, H. (2009). Türkiye’de Lojistik Sektörünün Gelişmişlik Düzeyinin Seçilmiş AB Ülkeleri (Romanya ve Macaristan) ile Karşılaştırmalı Bir Analizi. *KMU İİBF Dergisi*, 11 (17).
- Uyanık, C., Tuzkaya, G. and Oğuztimur, S. (2018). A Literature Survey On Logistics Centers’ Location Selection Problem. *Sigma: Journal of Engineering & Natural Sciences/Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi*, 36 (1), 141-160.

- Uyanik, C., Tuzkaya, G., Kalender, Z.T. ve Oguztimur, Ş. (2020). An integrated DEMATEL–IF-TOPSIS Methodology for Logistics Centers’ Location Selection Problem: An Application for Istanbul Metropolitan Area. *Transport*, 1-9.
- Waters, D. (2003); *An Introduction to Supply Chain Management*. Palgrave Macmillan, New York.
- Watson, G. H. (2007). *Strategic Benchmarking Reloaded with Six Sigma Improve Your Company’s Performance Using Global Best Practice*. John Wiley & Sons, Inc., New Jersey, USA.
- WFB (2019). <https://www.wfb-bremen.de/tr/page/nakliyat-ve-altyapi>, (Erişim Tarihi: 31.05.2019).
- Wikipedia (2020). “https://it.wikipedia.org/wiki/Quadrante_Europa” (Erişim Tarihi: 18.11.2020).
- Wireman, T. (2004). *Benchmarking BEST Practices in Maintenance Management*. Industrial Press. NY.
- Worldbank (2019). *Lojistik Performans Endeksi*. https://lpi.worldbank.org/sites/default/files/International_LPI_from_2007_to_2018.xlsx/, (Erişim Tarihi: 18.05.2019).
- Yıldırım, B. F. ve Önder, E. (2014). Evaluating Potential Freight Villages in Istanbul Using Multi Criteria Decision Making Techniques. *Journal of Logistics Management*, 3(1), 1-10.
- Žak, J. ve Weglinski, S. (2014). *The Selection of the Logistics Center Location Based on MCDM/A Methodology*. *Transportation Research Procedia*, 3, 555-564.
- Zaralı, F., Yazgan, H. R. ve Delice, Y. (2018). AHP ve VIKOR Bütünleşik Yaklaşımıyla Lojistik Merkez Yer Seçimi: Kayseri İli Örneği. *Erciyes Üni. FBE Dergisi*, 34 (3), 1-9.

Ek 1: İlgili Literatürde Kullanılan Değişkenler

| Araştırmacı | Kriterler |
|--------------------------------|---|
| Chen ve Qu (2006) | Çevresel faktörler, ulaşım durumu, altyapı hizmetleri, arazi özellikleri, yönetim ortamı sosyal yardım |
| Ballis ve Mavrotas (2007) | Toplam depo alanı, karayolu ve demiryolu bağlantıları, demiryoluna erişim, yolun bulunması, çevreyoluna uzaklık, trafik yoğunluğu, yol geçişlerinin sayısı |
| Kayıkci (2010) | Ekonomik ölçek, intermodal operasyon ve yönetim, ulusal istikrar, uluslararası pazar konumu, çevresel etki |
| Li ve diğ. (2011) | Hava durumu, arazi özellikleri, su kaynağı, güç kaynağı, katı atık toplama, iletişim, trafik, arazi alanı ve şekli, arazi değeri, yük taşımacılığı, temel inşaat yatırımları |
| Erkayman ve diğ. (2011) | Coğrafi özellikler (arazi şartları), fiziksel özellikler (yakınlık), sosyo-ekonomik özellikler, maliyetler |
| Eryürük ve diğ. (2012) | Fiziksel analiz, konum analizi, altyapı hizmetleri, ulaştırma fırsatları, çalışma gücü temini, sabit maliyet ve sermaye temini |
| Regmi ve Shinya Hanaoka (2013) | Geliştirme ve işletme maliyetleri, ulaşım süresi, intermodal bağlantı, çevresel etkiler, bölgesel ekonomik kalkınma |
| Demiroğlu ve Eleren (2014) | Bölgesel, kapasite, ticari, demografik ve ulaşım |
| Elevli (2014) | Yer uygunluğu, altyapı imkanları, ulaşım/ağ bağlantılarına erişim, mülkiyet koşulları, yer ve birbirine bağlı iş faaliyetleri |
| Önder ve Yıldırım (2014) | Arazinin başlangıç büyüklüğü, arazi maliyeti, endüstri bölgesine, havaalanına, limana, demiryoluna ve otoyola yakınlık, ekonomik etkiler |
| Tomić ve diğ. (2014) | Fiziksel akış, ekonomik akış, kurumsal veya aitlik, eşya akışı, bilgi akışı, diğerleri ile alt kriterleri |
| Yıldırım ve Önder (2014) | Saha genişletme fırsatları, arazi maliyeti, endüstri bölgesine, havalimanına, limana, demiryoluna ve karayoluna yakınlık |
| Zak ve Weglinski (2014) | Altyapının durumu, ekonomik kalkınma, yatırım maliyeti, taşımacılık ve lojistik rekabet, taşımacılık ve lojistik çekiciliği, sosyal çekicilik, çevresel etki, emniyet ve güvenlik. |
| Fagaraşan ve Cristea (2015) | Ekonomik performans, ulaştırma altyapısı, rekabetçilik seviyesi, yatırım çekiciliği ve seviyesi, hedef pazar, sosyal boyut, işgücü maliyeti, eğitim seviyesi, güvenlik, çevre dostu |
| Önden ve diğ. (2015) | Nitel: yönetim doğası, makro çevre, sosyal fayda, çevresel değişiklikler, demografi. Nicel: erişilebilirlik, altyapı, işçi, tesis özellikleri, arazi özellikleri. Maliyet: sabit maliyet ve sermaye, değişken maliyet |
| Rao ve diğ. (2015) | Ekonomik, çevresel ve sosyal faktörler |
| Elgün ve Aşıkoğlu (2016) | Ulaşım bağlantısı, yer ve bağlantılı iş aktiviteleri, arazi özellikleri, yerin uygunluğu |
| Essaadi ve diğ. (2016) | Ulusal seviye kriterleri: kamu kurumlarının kalitesi, ülke istikrarı, pazar fırsatları işgücü, coğrafi konum, rekabetçi maliyet avantajları. Alt ulusal düzeyde kriterler: altyapının kullanılabilirliği ve kalitesi, arazi çekiciliği, işgücü çekiciliği, pazarlara yakınlık, yaşam kalitesi, bölgesel teşvikler |
| Cristea ve Cristea (2016) | Ekonomik performans, ulaştırma altyapısı, rekabetçilik, hedef pazar, ekonomik kalkınma potansiyeli, ihracat, devlet desteği, sosyal boyut, işgücü maliyeti, güvenlik, yeşil alanlar |
| Hamzaçebi ve diğ. | Nüfus, ihracat, ithalat, elektrik kullanımı, hava, demiryolu ve deniz |

| | |
|-------------------------------|---|
| (2016) | taşımacılığı, diğer kentlere uzaklık |
| Özceylan ve diğ. (2016) | Demiryoluna, karayoluna, havaalanına ve sanayi bölgesine yakınlık, nüfus yoğunluğuna uzaklık, ormanlık alana, nehirlere, göllere, deprem merkezine uzaklık, arazi şartları, maliyeti, büyüklüğü, eğimi ve muhtemel genişleme alanı |
| Peker ve diğ. (2016) | Sosyo-ekonomik faktörler, yer, demiryolu taşımacılığı, karayolu ulaşımı, arazi, tesis ve işletme maliyeti, arazinin özellikleri |
| Komchornrit (2017) | Taşıma düğümü; deniz limanına yakınlık, havalimanına yakınlık, ulaşım bağlantısı; karayoluna yakınlık, üretim üssü; üretim alanı varlığı, tüketim noktası; yerel, bölgesel ve ulusal pazara yakınlık |
| Pamucar ve diğ. (2018) | Multimodal taşımacılığa bağlantı, altyapı gelişimi, çevresel etki, ekonomik büyüme stratejisi, intermodal taşıma birimleri, kapasite artışı için uygun alan, ulaşım güvenliği, demiryolu imkanları ve ulaşım kalitesi |
| Uyanık ve diğ. (2018) | Yer, maliyet, çevre, kargo kapasitesi / ekonomik yansımalar ve sosyal faktörler |
| Karaşan ve Kahraman (2019) | Bina maliyeti, iş gücü, devlet teşviki, nakliye ve dağıtım sistemi, intermodal operasyonlar, pazar fırsatları, yatırım cazibesi, ulaşım imkanları, trafik hızı, arazinin genişlemeye uygunluğu, ulaşım ve lojistik rekabet düzeyi, altyapı imkanları |
| Zaralı ve diğ. (2018) | Arazi ve genişleme alanı, arazi maliyetleri, altyapı imkanları, şehre, endüstri ve ticaret merkezlerine, limana ve demiryoluna yakınlık |
| Muravev ve diğ. (2020) | Nüfus büyüklüğü, ekonomik faktörler, dış ticaret hacmi, taşımacılık imkanları, ulaşım altyapısı, yatırım maliyeti, taşıma ve lojistiğin rekabet gücü, çevresel faktör, emniyet ve güvenlik, demiryolu ve karayolu taşımacılığı |
| Uyanık ve diğ. (2020) | Maliyet, demiryoluna, karayoluna, kente, sanayi bölgesine ve limana yakınlık, arazi yapısı ve büyüklüğü, genişlemeye uygunluk, makro ekonomik faydalar, çevresel etkiler, inşaat maliyeti, işgücü havuzuna erişilebilirlik, nakliye ve lojistik çekicilik |



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 21.09.2020; Kabul Tarihi: 05.02.2021

Ar-Ge Harcamaları ve Finansal Gelişme İlişkisi: Gelişmekte Olan Ülkeler Örneği

Öğr. Gör. Hilal OK ERGÜN

Trabzon Üniversitesi, Beşikdüzü Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü

hilalok@trabzon.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-1454-3677

Dr. Öğr. Üyesi Tolga ERGÜN

Trabzon Üniversitesi, Vakfıkebir Meslek Yüksekokulu, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü

tolgaergun@trabzon.edu.tr, Orcid ID: 0000-0001-9650-4542

Öz

Bu çalışmada, gelişmekte olan ülkelerde finansal gelişmenin Ar-Ge harcamalarına olan etkisinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, 11 ülkenin 2000-2016 arasındaki 17 yıllık dönemi panel veri analizi ile incelenmiştir. Bu kapsamda oluşturulan araştırma modelinde, Ar-Ge harcamaları bağımlı değişken, finansal gelişmenin göstergesi olarak da özel sektöre verilen yurt içi krediler ve geniş anlamda para arzı bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Ekonometrik analizde ilk olarak, analizin varsayımları test edilmiştir. Daha sonra da tahmin yöntemini belirlemek üzere Hausman ve Wald testi yapılmıştır. Analizden elde edilen bulgulara göre Ar-Ge harcamaları ile finansal gelişme arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile finansal gelişme düzeyi arttıkça gelişmekte olan ülkelerin Ar-Ge harcamalarına ayırdıkları kaynak da artmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ar-Ge Harcamaları, Finansal Gelişme, Panel Veri Analizi, Gelişmekte Olan Ülkeler

JEL Sınıflandırması: G00,G39,O32

The Relationship of R&D Expenditures and Financial Development: Case of Emerging Countries

Abstract

This research aims to reveal impact of financial development on R&D expenditures in emerging countries. Accordingly, 17-year period of 11 emerging countries between 2000 and 2016 is examined by panel data analysis. In the analysis, we used R&D expenditures as a dependent variable, while domestic loans to private sector and money supply are used as independent variables when taken as indicators of financial development. In the econometric analysis, the assumptions of analysis were tested and then Hausman and Wald test is conducted to determine the prediction method. According to findings, there is a statistically significant and positive relationship between R&D expenditures and financial development. In other words, as level of financial development increases, resources allocated by developing countries on R&D expenditures also rises.

Keywords: R&D Expenditures, Financial Development, Panel Data Analysis, Emerging Countries

JEL Classification: G00,G39,O32

Giriş

Blockchain (herhangi bir işlemi birden fazla dijital kayıt altına alan teknoloji) tabanlı Endüstri 4.0 (dördüncü sanayi devrimi) ile birlikte 21. yy.'da dünyanın hemen her ülkesinde yaşanan teknolojik gelişim ve dijital dönüşümün her geçen gün etkisini artırdığı görülmektedir. Son yıllarda ülkelerin gelişme düzeylerinin tespit edilmesinde Ar-Ge faaliyetlerinin doğrudan etkisinin olduğu ifade edilebilir. Çünkü ülkeler tarafından Ar-Ge'ye ayrılan fonların teknoloji, milli gelirden artış, imalat ve istihdam gibi pek çok konuda geri kazanıldığı görülmektedir.

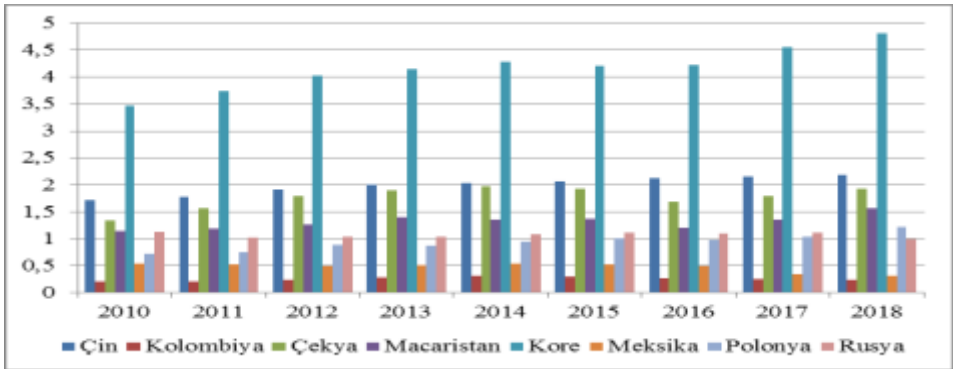
Araştırma Geliştirme, belirli bir sistematik içinde bilgi birikiminin artırılmasına yönelik olarak farklı düşünce ve buluşların yeni bir uygulamada kullanılması şeklinde açıklanabilir. OECD tarafından Ar-Ge, herhangi bir ürünün geliştirilmesi ya da var olan ürünün özelliklerinin artırılması veya yeni ve daha etkili bir üretim sürecinin geliştirilmesi ve bunun uygulanması olarak tanımlanmaktadır (<http://www.oecd.org/>).

Ar-Ge faaliyetleri kapsamında, ülkeler tarafından yapılan harcamalar giderek artmaktadır. Rekabet üstünlüğünü elde etmek ve bu durumu korumak isteyen ülkelerin, emek yoğun sermayeden teknoloji yoğun sermayeye geçiş süreçlerinin hız kazandığı görülmektedir. Bu durumun özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha ön plana çıktığını söylemek mümkündür.

Ar-Ge faaliyetlerinde, ülkelerin finansal gelişim düzeyinin önemli bir yere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Finansal gelişme, finansal sistemin baş aktörlerinden fon arz eden ve fon talep edenlerin sermaye birikimini ve verimlilik artışını sağlamaktadır. Finansal gelişme parametreleri ülkelerin sosyal, ekonomik, politik vb. gibi koşullarına göre değişkenlik gösterebilmektedir. Para arzı büyüklüğü ve özel sektöre verilen kredi hacmi bu parametrelere örnek olarak verilebilir (Lynch, 1996: 6). Bu çerçevede finansal gelişme kavramı, finansal kurumlar ve finansal piyasalar ile bunları içine alan finansal piyasaların gelişimi ve dönüşümü olarak tanımlanabilir. Dolayısıyla finansal gelişme, finans sisteminin gerek büyüklüğü gerekse de yapı itibarı ile uğradığı dönüşümü ifade etmektedir (Afşar, 2007: 190).

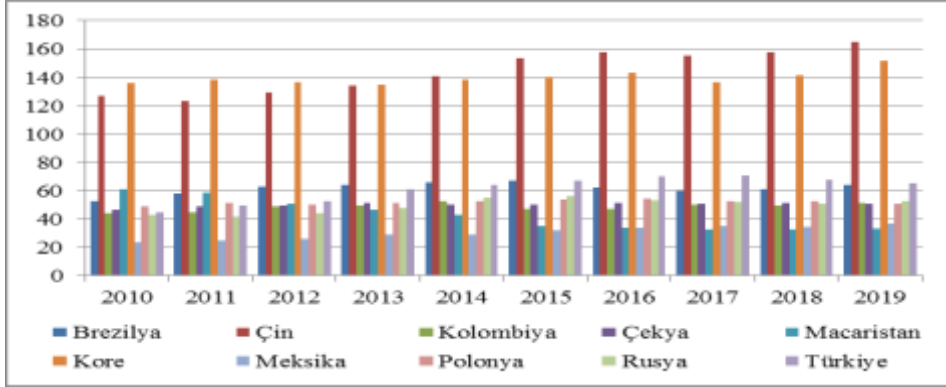
Grafik 1’de gelişmekte olan ülkelerde (Morgan Stanley Capital Index-MSCI) 2010-2018 yılları arasında Ar-Ge harcamalarının GSYİH içindeki payı gösterilmektedir. Söz konusu yıllar arasındaki 9 yıllık dönemde oransal olarak GSYİH içinde Ar-Ge harcamasına en fazla kaynak ayıran ülke Kore’dir. Bu ülkenin, ilgili yıllar arasında GSYİH içindeki Ar-Ge payı %3.46’dan, %4.81’e yükselmiştir. Kore’yi sırasıyla Çin, Çekya ve Macaristan takip etmektedir. 2010-2018 yılları arasında gelişmekte olan ülkelerde genel olarak, Ar-Ge harcamalarının GSYİH oranında artan bir trend görülmektedir.

Grafik 1: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla İçinde Ar-Ge Harcamalarının Payı (%)



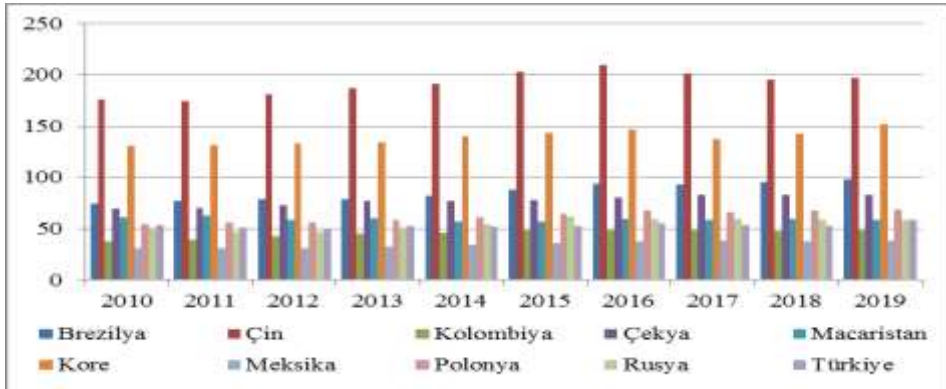
Kaynak: Dünya Bankası

Finansal gelişmenin önemli göstergelerinden biri olan özel sektöre verilen kredilerin GSYİH içindeki payı Grafik 2’de gösterilmiştir. 2010-2019 arası dönemde özellikle Çin ve Kore’nin diğer gelişmekte olan ülkelere kıyasla kredi/GSYİH oranında başı çektığı görülmektedir. Türkiye’de ise özel sektöre verilen kredilerin GSYİH içindeki payı 2010 yılında %44.6 düzeyinde iken bu oran 2019 yılında yaklaşık %65.3’e yükselmiştir.

Grafik 2: Özel Sektör Kredilerinin Gayri Safi Yurt İçi Hasıla İçindeki Payı (%)

Kaynak: Dünya Bankası

Finansal gelişim göstergelerinden bir diğeri de kısaca M2 olarak bilinen geniş para arzıdır. Gelişmekte olan ülkelerde geniş para arzının GSYİH içindeki payı Grafik 3'te gösterilmiştir. Buna göre 2010-2019 yılları arasındaki 10 yıllık dönemde söz konusu göstergeye ilişkin en yüksek paya sahip olan ülke Çin'dir. Türkiye'de bu oran 2010 yılında %53.2 iken 2019 yılında %58.7'ye yükselmiş durumdadır.

Grafik 3: Geniş Para Arzının Gayri Safi Yurt İçi Hasıla İçindeki Payı (%)

Kaynak: Dünya Bankası

Yukarıdaki bilgiler çerçevesinde bu araştırmada, gelişmekte olan ülkelerde finansal gelişimin Ar-Ge harcamalarına etkisinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Ulusal ve uluslararası literatürdeki çalışmalar (Hwang vd., 2010; Fung ve Lau, 2013; Pradhan vd., 2016; Helhel, 2017) genel olarak ekonomik büyüme ile finansal gelişme ilişkisini incelemiştir. Gelişen teknoloji ve dijital dönüşümle birlikte özellikle

gelişmekte olan ülkelerin GSYİH içinde Ar-Ge'ye ayırdıkları pay giderek artmaktadır. Bundan dolayı, finansal sektörün adeta lokomotifini konumundaki bankacılık sektörünün göstergeleri çerçevesinde finansal gelişme ile Ar-Ge harcamaları arasındaki ilişkinin araştırılması çalışmanın özgün yönünü ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, analizden elde edilecek sonuçların literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir. Çalışmada MSCI'nin 2019 yılı gelişmekte olan ülkeler sınıflandırmasına giren ülkelerin (Arjantin, Brezilya, Çek Cumhuriyeti, Çin, Kolombiya, Kore, Macaristan, Meksika, Polonya, Rusya, ve Türkiye) 2000-2016 arasındaki 17 yıllık dönemi incelenmiştir. Bu doğrultuda, çalışmanın giriş kısmından sonra, konu ile ilgili literatür incelemesine yer verilmiş daha sonra analiz yöntemi ve bulgulara değinilmiştir. Son olarak analizden elde edilen bulgular çerçevesinde sonuç ve öneriler ile çalışma tamamlanmıştır.

1. Literatür Taraması

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde, finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmaların olduğu görülmektedir. Buna karşılık finansal gelişmenin Ar-Ge harcamaları ile ilişkisini inceleyen sınırlı sayıda çalışmanın olduğu dikkat çekmektedir. Finansal gelişme ve Ar-Ge harcamalarını farklı yönlerden inceleyen çalışmalar aşağıda yer almaktadır.

Chang vd. (2005) finansal gelişme ve Ar-Ge harcamalarının ülkelerin ihracat performansı üzerindeki rolünü 16 ülke için teorik ve ekonometrik olarak incelemişlerdir. Finansal gelişme ile Ar-Ge harcamaları değişkenleri arasında istatistiksel olarak pozitif yönde bir ilişkinin varlığı ortaya koyulmuştur. Ayrıca, ülkelerin ihracat performansında, Ar-Ge harcamalarının gecikmeli etkisinin olduğu ancak finansal gelişmenin önemli bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Ang (2010) tarafından yapılan çalışmada, finansal gelişme ve serbestleşmenin bilgi birikimi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Çalışmada, finansal gelişmişliğin yeni fikirlerin birikmesini kolaylaştırdığı sonucuna varılırken, Ar-Ge faaliyetlerinin bilgi birikimine katkıda bulunduğu vurgulanmıştır.

Hwang vd. (2010), makroekonomik göstergeler kullanarak finansal sisteminin Ar-Ge faaliyetlerine olan etkisini incelemişlerdir. Çalışmada, bir ekonominin finansal yapısının Ar-Ge faaliyetlerini arttırabileceği sonucuna varılmıştır. Ar-Ge faaliyetleri açısından finans sektörünün büyüklüğünden ziyade etkinlik ve kalitesinin önemli olduğu ortaya koyulmuştur.

Maskus vd. (2012), ulusal ve uluslararası finansal piyasa gelişiminin Ar-Ge yoğunluğu üzerindeki etkisini 18 OECD ülkesi ve 22 imalat firması için araştırmışlardır. Çalışmada, ulusal düzeyde finansal gelişim açısından Ar-Ge yoğunluğunun, uluslararası finansal gelişme için de doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca, farklı finansman yöntemlerinin Ar-Ge yatırımlarını teşvik edebileceği de çalışmanın bir diğer bulgusudur.

Fung ve Lau (2013) tarafından yapılan çalışmada, Ar-Ge harcamaları için sağlanan teşvikler ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma sonucunda, Ar-Ge için sağlanan teşviklerin ekonomik büyümeyi artırıcı yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Dam ve Yıldız (2016), BRICS-TM ülkelerinde inovasyon ve Ar-Ge harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışmada, Ar-Ge ve inovasyon ile ekonomik büyüme arasında istatistiksel olarak pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı ortaya koyulmuştur.

Pradhan vd. (2016), inovasyon ve finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 1961-2013 dönemi için 18 Euro bölgesi ülkesi üzerinde araştırmışlardır. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, Euro bölgesinde finansal sistemin gelişmesi ve yenilikçi kapasite artışı, ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır.

Demirci (2017) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'deki finansal gelişmişlik ve özel sektör Ar-Ge harcamaları arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada 1990-2014 dönemi incelenmiştir. Çalışmada yöntem olarak nedensellik, eş bütünleşme, varyans ayrıştırması ve etki-tepki analizleri kullanılmıştır. Analiz sonucunda, finansal gelişme ile özel sektör Ar-Ge harcamalarının eşbütünleşik olduğu tespit edilmiştir.

Helhel (2017), finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi nedensellik testleri ile araştırmışlardır. Araştırma kapsamında E-7 ülkeleri 2001-2013 dönemi için incelenmiştir. Çalışmada ekonomik büyümeden finansal gelişmeye doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Tandoğan (2017) tarafından yapılan çalışmada, finansal gelişmenin toplam faktör verimliliği üzerindeki etkisi, ARDL Sınır Testi ile araştırılmıştır. Çalışmada 1980-2015 arası dönem Türkiye özelinde ele alınmıştır. Çalışma sonucunda, finansal gelişmenin, Ar-Ge harcamalarını ve teknolojik yatırımları desteklediği vurgulanmıştır.

Ayaydın vd. (2018) tarafından yapılan araştırmada, BRICS-TM ülkelerinde inovasyon yatırımları ile Ar-Ge harcamalarının, finansal gelişme üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışmada inovasyon ve Ar-Ge yatırımları ile finansal gelişme arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu ve Ar-Ge yatırımlarından, finansal gelişmeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Helhel (2018), Ar-Ge harcamaları ile finansal gelişme arasındaki ilişkiyi Pedroni eş bütünleşme yaklaşımı ile incelemiştir. E-7 ülkelerinin 2001-2013 dönemindeki verilerinin kullanıldığı analiz sonucunda, finansal gelişme düzeyi ile Ar-Ge harcamaları arasında uzun dönemli ilişkinin söz konusu olduğu ve finansal gelişmenin Ar-Ge harcamalarına pozitif etkisi olduğu tespit edilmiştir.

2. Veri Seti, Model, Yöntem

2.1. Araştırmanın Veri Seti

Araştırmanın evreni, tüm gelişmekte olan ülkeler grubudur. Araştırmanın örnekleme belirlenirken MSCI'nin 2019 yılındaki gelişmekte olan ülkeler sınıflandırması dikkate alınmıştır. Buna göre araştırmanın örneklemini, verilerine kesintisiz ulaşılabilen ve aralarında Türkiye'nin de bulunduğu 11 gelişmekte olan ülke (Arjantin, Brezilya, Çin, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Kore, Polonya, Rusya, Kolombiya, Meksika, Türkiye) oluşturmaktadır. Araştırmaya dahil edilen ülkeler, Ar-Ge harcamaları açısından teşvik edilmesi gereken ve finansal olarak büyüme ve gelişme arzusunda olan ülkeler olarak nitelendirildikleri için bu çalışma kapsamında ele alınmıştır.

Araştırma modelinde, bağımlı değişken olarak ARGE (Helhel, 2018), bağımsız değişken olarak KREDİ (Ergeç, 2004; Aslan ve Korap, 2006) ve M2 (Helhel, 2018) kullanılmıştır. Bağımsız değişkenler, finansal gelişimin göstergesi olarak kabul edilen ve literatürde sıklıkla kullanılan değişkenlerdir. ARGE, KREDİ ve M2 değişkenlerine ait ayrıntılı bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Kullanılan Değişkenler

| Değişken Kodu | Değişken Adı | Açıklama | Kaynak |
|---------------|-------------------|---|---------------|
| ARGE | Ar-Ge Harcamaları | Yıllık Ar-Ge Harcamaları(\$) | Dünya Bankası |
| KREDİ | Yurt İçi Krediler | Yıllık Özel Sektöre Verilen Yurt İçi Krediler(\$) | Dünya Bankası |
| M2 | Geniş Para Arzı | Geniş Anlamda Para Arzı (\$) | Dünya Bankası |

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Araştırma kapsamında kullanılan tüm değişkenler, Dünya Bankası'nın Dünya Kalkınma Göstergeleri veri tabanından oran olarak erişilmiş olup, ülkelerin GSYİH verilerine göre tutar cinsine dönüştürülmüştür. Aynı zamanda tüm veriler yıllık olarak analize tabi tutulmuştur.

Analiz sürecinin ilk aşamasında ARGE, KREDİ ve M2 değişkenlerine ait serilerin durağan olup olmadığını tespit etmek üzere birim kök testleri yapılmıştır. Birim kök testlerinden hangisinin tercih edileceğini belirlemek için yatay kesit bağımlılık sınaması yapılmıştır. İkinci aşamada, analizin temel varsayımları test edilmiştir. Üçüncü aşamada, tahmin yaklaşım yöntemlerini belirlemek üzere, Hausman ve Wald testi uygulanmıştır. Analizin son aşamasında ise araştırma modeli sabit etkiler tahmin yaklaşımına göre, en küçük kareler yöntemiyle tahmin edilmiş ve bulgular

değerlendirilmiştir. Araştırmada, panel veri analizi aşamalarının yürütülmesinde Eviews 10 ve Stata 15 analiz programları kullanılmıştır.

2.2. Araştırmanın Modeli

Araştırma, 11 gelişmekte olan ülkenin 2000-2016 arasındaki 17 yıllık dönemine ait yatay kesit ve zaman kesiti içeren panel verilere dayanmaktadır. Bu doğrultuda kurulan panel veri modeli aşağıdaki gibidir:

$$ARGE_{it} = \beta_0 + \beta_1 KREDI_{it} + \beta_2 M2_{it} + e_{it} \quad (1)$$

Panel veri modeli, panel veri ile tahmin edilen regresyon modelidir. Dolayısıyla bir bağımlı değişken, bir veya birden fazla bağımsız değişken olmalıdır. Ayrıca ekonometrik bir model olduğundan dolayı hata terimi de modelde yer almaktadır (Güriş, 2018: 7). Bu bağlamda araştırmada kurulan panel modelinde ARGE değişkeni bağımlı değişken, KREDI ve M2 değişkeni ise bağımsız değişken olarak ele alınmaktadır. Modelde yer alan ARGE; yıllık Ar-Ge harcamalarını, KREDI; özel yıllık sektöre verilen yurt içi kredileri, M2 ise geniş anlamda para arzını temsil etmektedir. Hata terimi ise modelde c ile ifade edilmiştir. Ayrıca alt indislerden t zamanı, i ise birimleri temsil etmektedir.

2.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, gelişmekte olan ülkelerde finansal gelişmenin Ar-Ge harcamalarına olan etkisi 2000-2016 dönemi için panel veri analiziyle incelenmektedir. Panel veri analizi hem yatay kesit hem de zamana dayalı verilerin bir arada kullanımına imkan sağlayan bir analiz türüdür. Hem dönemlere hem de birimlere göre tahmin yapılmak isteniyorsa, panel verilerin kullanılması gerekmektedir. Panel verilerle ilgili gerçek anlamda uygulamalı çalışmalara 1990'lı yıllardan itibaren başlanmıştır (Tatoğlu, 2018: 4).

Y'nin bağımlı değişken, X'in ise bağımsız değişken olduğu bir panel veri modeli aşağıdaki gibidir;

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_{it} X_{it} + c_{it}$$

Modelde yer alan değişkenler hem zamana hem de birime göre değişim göstereceğinden, i alt indis birimi, t alt indisi ise zamanı ifade etmektedir. α sabit parametre, β ise eğim parametresidir. C parametresinin ekonometrik bir modelde hata terimini temsil etmektedir. Ayrıca bu model, ek küçük kareler yöntemi (EKK) ile tahmin edilebilmektedir (Güriş, 2018: 7).

Zaman serilerinin en önemli özelliklerinden biri, serilerin durağan ya da durağan olmamasıdır. Değişkenler arasında yanıtıcı sonuçların ortaya çıkmaması için zaman serilerinin durağan seriler olması gerekmektedir (Tarı, 2018: 374). Panel veri analizlerinde de anlamlı ve gerçekçi sonuçların elde edilebilmesi için serilerin durağan

olması gerekmektedir (Sarıkovanlık vd., 2019: 185). Bir zaman serisinin durağan olup olmadığı birim kök testleri ile tespit edilebilmektedir.

Panel veri analizinde, sabit etki ve rassal etki yaklaşımı olmak üzere iki tahminci yaklaşım kullanılmaktadır. Tatoğlu (2018)'e göre gözlenemeyen birim ve etkilere hata terimi gibi tesadüfi bir değişken olarak davranılıyorsa tesadüfi etki yaklaşımı; sabit parametre gibi davranılıyorsa sabit etkiler yaklaşımı geçerlidir. Ayrıca tesadüfi etkiler yaklaşımında, bağımsız değişkenler ile birim etki arasındaki kolerasyonun sıfır olduğu kabul edilir ve zaman sabiti değişkenler modelde yer alabilirken, sabit etkiler yaklaşımında kolerasyon değeri sıfırdan farklıdır ve zaman sabiti yapılan dönüşümlerle modelden düşmektedir.

Analizde, sabit etki ya da rassal etki yaklaşımlarından hangisinin araştırma modelinin tahmini için uygun olduğunun tespit edilmesinde Hausman (1978) test istatistiği kullanılmaktadır. Hausman testi birim etkilerinin kolerasyonlu olup olmadığını sınamaktadır. Birimler arasında kolerasyon varsa sabit etki yaklaşımı, yoksa rassal etki yaklaşımı daha uygundur. Wald testi ise, sabit etkiler yaklaşımı ile havuzlanmış panel yaklaşımı tahmin yöntemlerinden hangisinin daha uygun olduğunu tespit etmekte kullanılmaktadır (Sarıkovanlık vd., 2019: 171).

3. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bu bölümünde, değişkenlere ilişkin istatistikî bilgilere ve analiz kapsamında yapılan testlerin sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 2: Değişkenlere İlişkin Açıklayıcı İstatistikî Bilgiler

| Göstergeler | ARGE (Milyon \$) | M2 (Milyon \$) | KREDİ (Milyon \$) |
|----------------|------------------|----------------|-------------------|
| Ortalama | 17.250 | 13.575.154 | 1.045.058 |
| Medyan | 3.94 | 2.31 | 1.62 |
| Maksimum | 234.816 | 23.328.567 | 17.549.741 |
| Minimum | 129 | 21.204 | 13.731 |
| Standart Sapma | 3.65 | 3.50 | 2.58 |
| Gözlem Sayısı | 17 | 17 | 17 |

Tablo 2’de 2000-2016 yılları arasında analiz edilen ülkelerin Ar-Ge harcamaları, özel sektöre verilen yurt içi krediler, geniş anlamda para arzı tutarına ait ortalama değer, medyan, maksimum, minimum, standart sapma değerleri ve gözlem sayısı yer almaktadır. Buna göre analize dahil edilen gelişmekte olan ülkelerde ilgili yıllar arasında ortalama Ar-Ge harcaması yaklaşık 17.2 milyar Amerikan dolarıdır. Ayrıca söz konusu yıllar arasında Ar-Ge harcamasına en fazla kaynak ayıran ülkeler Kore ve Çin’dir. Ülkelerin 2000-2016 yılları arasındaki M2 para arzı ortalaması ise 13.5 milyar Amerikan dolarıdır.

Modeldeki değişkenlerin durağanlık sınaması yapılmadan önce birinci nesil ve ikinci nesil birim kök testlerinden hangisinin kullanılacağını belirlemek için yatay kesit bağımlılık testi uygulanmıştır (Şak, 2018: 262).

Yatay kesit bağımlılık sınaması için Bresch-Pagan LM, Pesaran scaled LM ve Pesaran CD testleri kullanılmıştır. Test sonuçları Tablo 3'te gösterilmiştir. Tabloda yer alan test türlerine ilişkin olasılık değerlerine ($p < 0.05$) bakıldığında, değişkenler arasında yatay kesit bağımlılığının olduğu saptanmıştır.

Tablo 3: Yatay Kesit Bağımlılık Testi Sonuçları

| Test Türü | t-İstatistiği | Olasılık |
|-------------------|---------------|----------|
| Bresch-Pagan LM | 295.3963 | 0.000*** |
| Pesaran scaled LM | 22.92089 | 0.000*** |
| Pesaran CD | -2.04065 | 0.000*** |

***: %1'de anlamlı

Birim kök testi öncesinde yapılan yatay kesit bağımlılık testleri sonucunda (p -değeri < 0.05), ikinci nesil birim kök testi uygulanmasına karar verilmiştir. İkinci nesil panel birim kök testleri, birimler arasındaki kesitsel bağılılığı dikkate alarak durağanlılığı incelemektedir. Bu doğrultuda, ikinci nesil birim kök testleri arasında yer alan Pesaran (2007) tekniği kullanılarak, serilerin durağanlık sınaması yapılmıştır.

Pesaran birim kök testinin hipotezleri aşağıdaki gibidir.

H_0 : Seride birim kök vardır. Seri durağan değildir.

H_1 : Seride birim kök yoktur. Seri durağandır.

Tablo 4'te Pesaran birim kök testi sonuçları verilmiştir. Buna göre ARGE, KREDİ ve M2 değişkenlerine ait serilerin tamamının düzey değerinde $I(0)$ durağan olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile H_0 hipotezi reddedilmiş (p -değeri < 0.05), alternatif hipotez (H_1) kabul edilmiştir. Bu bağlamda, seriler düzey değerleri ile analize tabi tutulmuştur.

Tablo 4: Pesaran CADF Birim Kök Testi Sonuçları

| Değişkenler | Seviyesinde $I(0)$ |
|-------------|----------------------|
| ARGE | -2.468 (0.010)*** |
| KREDİ | -2.987 (0.000)*** |
| M2 | -2.973 (0.000)*** |

***: %1'de anlamlı

Serilerin durağanlık sınavasının ardından, Panel En Küçük Kareler (EKK) analiz varsayımları çerçevesinde ilk olarak bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununun sınavası için Varyans Artış Faktörü (VIF-Variance Inflation Factor) hesaplanmıştır. Test sonucu Tablo 5’de gösterilmiştir.

Tablo 5: VIF Değerleri

| Değişkenler | VIF Çıktısı |
|-------------|-------------|
| KREDI | 3.191610 |
| M2 | 2.771280 |

VIF değerlerinin 1-5 arasında olması beklenmektedir. Bu aralıkta yer alan değerler genel olarak bağımsız değişkenler arasında doğrusal bağlantı sorununun olmadığını gösterir (Sarıkovanlık vd., 2019: 54). Tablo 5’deki VIF çıktısına göre araştırma modelini oluşturan bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığı görülmektedir.

Araştırma modelinde hata terimlerinin normal dağılıma sahip olup olmadığını test etmek için Jarque-Bera sınavası yapılmıştır. Bu teste ilişkin sonuçlar Tablo 6’da gösterilmiştir. Buna göre, p olasılık değeri 0.05’in üzerinde olduğu için hata terimleri normal dağılıma sahiptir (Sarıkovanlık vd., 2019: 50).

Tablo 6: Jarque-Bera Test Çıktısı

| Seri | Kalıntı Değer |
|-----------------------|---------------|
| Gözlem Sayısı | 17 |
| Jarque-Bera Normallik | 33.70419 |
| Olasılık | 0.16237 |

Araştırma modeline ilişkin hata terimleri arasında ardışık bağımlılık (otokorelasyon) sorunu olup olmadığını sınamak için Ljung-Box testi yapılmıştır. Bu teste ilişkin sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir. Buna göre farklı gecikme değerlerinde otokorelasyon sorunu yoktur.

Tablo 7: Ljung-Box Testi Çıktısı

| Autocorrelation | Partial Correlation | AC | PAC | Q-Stat | Prob | |
|-----------------|---------------------|----|--------|--------|--------|-------|
| | | 1 | 0.107 | 0.107 | 0.4051 | 0.524 |
| | | 2 | 0.079 | 0.068 | 0.6298 | 0.730 |
| | | 3 | 0.372 | 0.363 | 5.8219 | 0.121 |
| | | 4 | -0.113 | -0.213 | 6.3139 | 0.177 |
| | | 5 | 0.067 | 0.078 | 6.4971 | 0.261 |
| | | 6 | 0.080 | -0.074 | 6.7682 | 0.343 |
| | | 7 | -0.126 | -0.012 | 7.4596 | 0.383 |
| | | 8 | 0.067 | 0.014 | 7.6639 | 0.467 |
| | | 9 | -0.034 | -0.034 | 7.7170 | 0.563 |
| | | 10 | -0.111 | -0.052 | 8.3248 | 0.597 |
| | | 11 | -0.076 | -0.140 | 8.6256 | 0.656 |
| | | 12 | -0.107 | -0.021 | 9.2471 | 0.682 |
| | | 13 | -0.139 | -0.101 | 10.358 | 0.664 |
| | | 14 | -0.212 | -0.157 | 13.068 | 0.521 |
| | | 15 | -0.201 | -0.147 | 15.655 | 0.405 |
| | | 16 | -0.084 | 0.027 | 16.134 | 0.444 |

Modelde eş varyanslılık (değişen varyans) sorunu olup olmadığı sınamak üzere Breusch-Pagan-Godfrey testi yapılmıştır. Bu teste ilişkin sonuçlar Tablo 8'de gösterilmiştir. Buna göre olasılık değerleri 0.05'ten büyük olduğu için araştırma modelinde istatistiksel olarak değişen varyans sorunu yoktur.

Tablo 8: Breusch-Pagan-Godfrey ve White Analiz Sonucu

| Breusch-Pagan-Godfrey | | White Testi | |
|-----------------------|----------|------------------|----------|
| N*R ² | 2.333493 | N*R ² | 3.074176 |
| Olasılık | 0.6257 | Olasılık | 0.4698 |

Yukarıdaki varsayım sonuçları doğrultusunda, araştırma modelinin analiz için uygun olduğuna karar verilmiştir. Bu doğrultuda panel en küçük kareler analizi kapsamında sabit etkiler ve tesadüfi etkiler tahminci yaklaşımlarına ilişkin analiz sonuçları sırasıyla Tablo 9 ve Tablo 10'da sunulmuştur.

Tablo 9: Sabit Etkiler (Fixed Effect) Tahminci Sonucu

| Değişken | Katsayı | Std. Hata | t-İstatistiği | Olasılık |
|----------------------------|----------|-----------|--------------------|-----------|
| KREDI | 0.010858 | 0.000321 | 33.77854 | 0.0000*** |
| M2 | 0.002841 | 0.000282 | 10.07389 | 0.0000*** |
| Sabit Terim | 2.19E+09 | 58931013 | 37.08985 | 0.0000*** |
| R ² | 0.978964 | | F istatistiği | 13975.23 |
| Düzeltilmiş R ² | 0.968892 | | Prob (F-statistic) | 0.0000*** |
| | | | Durbin-Watson | 1.614608 |

***%1'de anlamlı.

Tablo 10: Tesadüfi Etkiler (Random Effect) Tahminci Sonucu

| Değişken | Katsayı | Std. Hata | t-İstatistiği | Olasılık |
|----------------------------|----------|-----------|--------------------|-----------|
| KREDI | 0.016197 | 0.002569 | 6.305190 | 0.0000*** |
| M2 | 0.001283 | 0.001902 | 0.674528 | 0.5800 |
| Sabit Terim | 0.243861 | 0.017545 | 0.642831 | 0.0000*** |
| R ² | 0.976340 | | F istatistiği | 3796.429 |
| Düzeltilmiş R ² | 0.976083 | | Prob (F-statistic) | 0.0000*** |
| | | | Durbin-Watson | 1.221299 |

***%1'de anlamlı.

Yukarıdaki tahminci yaklaşımlarından hangisinin kabul edileceğine Hausman (1978) ve Wald testleri yapılarak karar verilmiştir. İlk olarak, Hausman testinin sonuçları Tablo 11'de verilmiştir.

Hausman testinin hipotezleri ise şu şekildedir:

H_0 =Rassal etki yaklaşımı daha uygundur.

H_1 =Sabit etkiler yaklaşımı daha uygundur.

Tablo 11: Hausman Testi Sonucu

| Özet İstatistikler | Ki-kare istatistiği | Ki-kare df | Olasılık |
|--------------------|---------------------|------------|----------|
| Rastgele Kesit | 30.280339 | 2 | 0.0000 |

Tablo 11'deki Hausman (1978) testi sonucunda, olasılık değerinin 0.05'ten küçük olmasından dolayı H_0 hipotezi reddedilerek alternatif hipotez (H_1) kabul edilmiştir.

Sabit etki tahmincisi ile havuzlanmış panel tahmincisinden hangisinin panel regresyon için daha uygun olduğunu belirlemek için Wald testi yapılmıştır (Sarıkovanlık vd., 2019: 171). Test sonuçları Tablo 12'de sunulmuştur.

Wald testinin hipotezleri şu şekildedir:

H_0 =Havuzlanmış panel yaklaşımı uygundur.

H_1 =Sabit etkiler yaklaşımı uygundur.

Tablo 12: Wald Testi Sonucu

| Test İstatistikleri | Değer | df | Olasılık |
|---------------------|----------|-------|----------|
| F istatistiği | 82.46040 | 2.184 | 0.0000 |
| Ki-kare | 164.9208 | 2 | 0.0000 |

Tablo 12'deki Wald testi sonucunda olasılık değerinin 0.05'ten küçük olmasından ötürü, H_0 hipotezi reddedilerek alternatif hipotez (H_1) kabul edilmiştir.

Buna göre havuzlanmış panel tahmin yaklaşımı yerine sabit etki yaklaşımının araştırma modeli için daha uygun olduğuna karar verilmiştir (Sarıkovanlık vd., 2019: 171).

Analiz neticesinde tahmin edilen araştırma modeli ve değişkenlere ait katsayılar şu şekildedir.

$$ARGE_{it} = 2.19E+09 + 0.010858KREDI_{it} + 0.002841M2_{it} + e_{it}$$

Sabit etkiler yaklaşımında tahmin edilen modelin sonuçlarına göre, F istatistiğinin olasılık değeri 0,05'ten küçük hesaplanmıştır. Bu bağlamda, F istatistiğinin olasılık değerine göre modelin tümünün anlamlı olduğu tespit edilmiştir. R^2 değeri ise yaklaşık %97 olarak hesaplanmıştır. Buna göre modeldeki bağımsız değişkenler (KREDI ve M2), bağımlı (ARGE) değişkendeki değişimi %97 oranında açıklamaktadır. KREDI ve M2 değişkenlerinin anlamlılık düzeyi incelendiğinde, %1 önem düzeyinde anlamlı oldukları tespit edilmiştir. KREDI değişkenindeki 1 birimlik artışın, ARGE değişkeninde yaklaşık %1 birimlik artışa katkıda bulunmaktadır. M2 değişkenindeki 1 birimlik artışın ise ARGE değişkeni üzerindeki etkisinin düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Analizden elde edilen bu sonuçlara göre gelişmekte olan ülkelerde finansal gelişme düzeyinin yeterli seviyede olmadığı, bu durumun da ülkelerin Ar-Ge harcamalarına ayırdıkları kaynakları sınırlandırdığı şeklinde yorumlanabilir. Ülkelerin finansal gelişim düzeyinin artırılmasında finansal tabana yayılma politikalarının geliştirilmesi ve desteklenmesi elzem bir durum olarak görülmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Gelişmekte olan ülkelerin, yenilikçi teknolojiler ve bu teknolojilerin kullanımı hususunda gelişmiş bir çok ülkeye kıyasla daha kısıtlı imkanlara sahip olduğu ifade edilebilir. Ar-Ge ve yenilik faaliyetlerinin daha da geliştirilmesi ve artırılması bakımından Türkiye'deki rakamlar incelendiğinde artan bir trendin söz konusu olduğu görülmektedir. Ayrıca ülkemizde, Ar-Ge harcamalarının GSYİH içindeki payı 2017 yılında %0.96 seviyelerine yükselmiştir. Aynı zamanda, Ar-Ge harcamalarında özel sektörün payı 2018 yılında %56.9'dur. Bu oranın 2023 yılında %67'ye yükselmesi hedeflenmektedir. Bu durumun özellikle finansal gelişme açısından son derece önemli olduğu söylenebilir.

Araştırmada, 2000-2016 dönemi için MSCI indeksine göre gelişmekte olan ülke sınıflandırmasında yer alan 11 ülke kapsamında finansal gelişme ile Ar-Ge harcamaları arasındaki ilişki panel veri analizi ile araştırılmıştır. Ekonometrik analizde örneklem olarak kullanılan ve verisine ulaşılabilen gelişmekte olan ülkeler, çalışmanın kısıtını oluşturmaktadır. Araştırmada kullanılan değişkenler, özel sektöre verilen yurt içi krediler, geniş anlamda para arzı ve Ar-Ge harcamalarıdır. Araştırmada ilk olarak, değişkenlere ait serilerin durağan olup olmadığı birim kök testleri ile sınanmış ve tüm değişkenlerin seviyesinde durağan olduğu tespit edilmiştir. İkinci aşamada, analizin temel varsayımları test edilmiş ve araştırma modelinin analiz için uygun olduğuna kanaat getirilmiştir. Üçüncü aşamada, panel veri analizinde tahmin yaklaşımını belirlemek üzere Hausman ve Wald testleri yapılmış ve sabit etkiler modelinin uygun tahmin yöntemi olduğuna karar verilmiştir.

Araştırma sonucundaki bulgulara göre, 2000-2016 döneminde gelişmekte olan ülkelerdeki finansal gelişmişlik düzeyi ve Ar-Ge harcamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif bir yönde bir ilişki söz konusudur. Başka bir ifadeyle, finansal gelişme düzeyi arttıkça, gelişmekte olan ülkelerin Ar-Ge harcamalarına ayırdıkları kaynak da artmaktadır. Araştırmada finansal gelişmişlik düzeyinin Ar-Ge harcamalarını düşük oranda da olsa etkilemekte olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle Ar-Ge harcamalarının, teknolojik yatırımlarla birlikte büyüme ve kalkınmaya olan etkisi göz önünde bulundurularak, finansal gelişme göstergeleri de dikkate alınarak karar mekanizmaları oluşturulmalıdır. Bu açıdan, finansal sistemin merkezinde yer alan bankaların özel sektöre sağlayacağı kredi hacminin artışı her bakımdan önem arz eden bir husustur.

Sonuç olarak, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu gelişmekte olan ülkelerdeki politika yapımcıların finansal gelişmeye daha fazla önem vererek ülkelerin GSYİH içindeki Ar-Ge harcamalarının payını arttırabilecekleri kanaatindeyiz. Bu bağlamda, analizden elde edilen bulgular, literatürdeki çalışmaların sonuçları ile benzer nitelikte olup finansal gelişme ve Ar-Ge harcamaları arasında istatistiksel olarak pozitif yönde bir ilişkiyi ortaya koyan Chang vd. (2005) ve Helhel (2018)'in çalışmalarını destekler niteliktedir. Bundan sonra yapılacak bilimsel çalışmalarda, örneklem olarak gelişmiş ülkeler de incelenerek, elde edilecek sonuçlar gelişmekte olan ülkeler ile karşılaştırılabilir.

Kaynakça

- Afşar, A. (2007). Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 36, 188-198.
- Ang, J. B. (2010). Financial Development, Liberalization and Technological Deepening. *European Economic Review*, 55, 688-701.
- Aslan, Ö. ve Korap, H. L. (2006). Türkiye'de Finansal Gelişme Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 1-20.

- Ayaydin, H., Çam,V., Barut, A.K. ve Pala, F. (2018). Araştırma Geliştirme ve İnovasyon Yatırımlarının Finansal Gelişme Üzerine Etkisi: BRICS-TM Ülkeleri Örneği. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, Özel Sayı: 442-461.
- Chang, Y., Hung, M.W. ve Lu, C. (2005), Trade, R&D Spending and Financial Development. *Applied Financial Economics*, 15(11), 809-819.
- Dam, M.M. ve Yıldız, B. (2016). BRICS-TM Ülkelerinde Ar-Ge ve İnovasyonun Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi: Ekonometrik Bir Analiz. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, (33), 220 – 236.
- Demirci, N.S. (2017). Finansal Gelişmişliğin Özel Sektör Ar-Ge Harcamalarına Etkisi: Türkiye İçin Eşbütünleşme, Nedensellik, Etki-Tepki Analizleri ve Varyans Ayırıştırması (1990-2014). *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 157-182.
- Ergeç, E. H. (2004). Finansal Gelişme ile Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi ve Türkiye Örneği: 1988-2001. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 51-66.
- Fung, K.W.T. ve Lau, C.K.M. (2013). Financial Development, Economic Growth and R&D Cyclical Movement. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 3(3), 133- 145.
- Güriş, S. (2018). Panel Veri Modelleri, Editör: Güriş, S. *Uygulamalı Panel Veri Ekonometrisi*, (ss. 3-42), İstanbul: Der Yayınları.
- Hausman, J. A. (1978). Specification Test in Econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251-1271.
- Helhel, Y. (2017). E7 Ülkelerinde Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasında Nedensellik Analizi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 628(54), 9-18.
- Helhel, Y. (2018). Finansal Gelişme ve Ar-Ge Harcamaları İlişkisi: Bir Panel Veri Analizi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*. 10(1), 70-80.
- Hwang, Y.S., Min, H.G. ve Han S.H. (2010). The Influence of Financial Development on R&D Activity: Cross-Country Evidence. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, 13(3), 381–401.
- Lynch, D. (1996). Measuring Financial Sector Development: A Study of Selected Asia-Pacific Countries. *The Developing Economics*, 34(1), 3-33.
- Maskus, K. E., Neumann,R. ve Seidel,T. (2012). How National and International Financial Development Affect Industrial R&D. *European Economic Review*. 56, 72-83.

MSCI: <https://www.msci.com/>

OECD: <http://www.oecd.org/>

Pesaran, M. H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in The Presence of Cross-Section Dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22, 265-312.

Pradhan, R. P., Arvin, M. B., Hall, J. H ve Nair, M. (2016). Innovation, Financial Development and Economic Growth in Eurozone Countries. *Applied Economics Letters*, 23(16), 1141-1144.

Sarikovanlık, V., Koy, A., Akkaya, M., Yıldırım, H. ve Kantar, L. (2019). *Finans Biliminde Ekonometri Uygulamaları*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Şak, N. (2018). Panel Birim Kök Testleri, Editör: Güriş, S. *Uygulamalı Panel Veri Ekonometrisi*, (ss. 261-309), İstanbul: Der Yayınları.

Tandoğan, D. (2017). Türkiye’de Finansal Gelişimin Toplam Faktör Verimliliğine Etkisi: ARDL Yaklaşımı. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 308-317.

Tarı, R. (2018). *Ekonometri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Tatoğlu, F.Y. (2018). *Panel Veri Ekonometrisi*. İstanbul: Beta Yayınları.

WORLDBANK: <https://www.worldbank.org/>



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 24.12.2020; Kabul Tarihi: 05.02.2021

Web of Science Core Collection Veri Tabanında İslami Bankacılık ile İlgili Yapılan Makalelerin Bibliyometrik Analizi

Öğr. Gör. Fatih AKBAŞ

Ordu Üniversitesi İkizce Meslek Yüksekokulu Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü,

Sorumlu yazar e posta :fatihpalba@gmail.com, Orcid ID: 0000-0003-2474-8913

Öğr. Gör. Ümit TURA

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Gerede Meslek Yüksekokulu

umittura@gmail.com, Orcid ID:0000-0001-6329-5334

Prof. Dr. Ferudun KAYA

Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Gerede Uygulamalı Bilimler Fakültesi Bankacılık ve Finans Bölümü,

kayaferudun@gmail.com, Orcid ID:0000-0002-8930-9711

Öz

Bu çalışmanın amacı İslami bankacılık konusunu inceleyen çalışmaların bibliyometrik analizini yapmaktır. Web of Science atf dizininde 1982-2020 Haziran aylarını kapsayan tarama sonucunda 307 adet makaleye ulaşılmıştır. Makaleler görsel haritalama tekniği ile analiz edilmiştir. Konunun durumu ve eğilimi, konu üzerinde çalışan yazarlar, kaynaklar, dokümanlar, ülkeler ve terimler arasındaki ilişkiler VOSviewer programı kullanılarak görselleştirilmiştir. 2010 yılından itibaren konuyla ilgili makalelerin artmaya başladığı gözlenmiş Malezya'nın en çok makale üretmesine karşın ABD'nin en güçlü bağlantılara sahip olduğu tespit edilmiştir. Dokümanlarda Islamic Banking, Islamic Banks ve Pakistan anahtar kelimelerinin daha çok kullanıldığı, en fazla atıf alan yazarlar Beck ve diğ. (2013), en fazla atıf alan dergi Journal of Banking & Finance olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İslami Bankacılık, Bibliyometrik Analiz, Görsel Haritalama

JEL Sınıflandırması: G21, G29, Y1.

APA: Akbaş, F., Tura, Ü. & Kaya, F. (2021). Web of Science Core Collection Veri Tabanında İslami Bankacılık ile İlgili Yapılan Makalelerin Bibliyometrik Analizi. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (23), 56 - 78.

APA: Akbaş, F., Tura, Ü. & Kaya, F. (2021). Bibliometric Analysis of Articles About Islamic Banking in Web of Science Core Collection Database. Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 12 (23), 56 - 78.

Bibliometric Analysis of Articles About Islamic Banking in Web of Science Core Collection Database

Abstract

This study aims to make a bibliometric analysis of studies examining the Islamic banking issue. As a result of the search for months of June between 1982 and 2020 in the Web of Science citation index, 307 articles were reached. Articles were analyzed by using visual mapping technique. The situation and trend of the subject, the authors working on the subject, the sources, the documents, the relations between countries and terms were visualized by using VOS viewer program. It was observed that articles on the subject started to increase since 2010, although Malaysia produced the most articles, it was determined that the USA had the strongest connections. It was determined that the keywords Islamic Banking, Islamic Banks and Pakistan were used more in the documents, and the most cited authors were Beck et al. (2013), and Journal of Banking & Finance was the most cited journal.

Keywords: Islamic Bank, Bibliometric Analysis, Visual Mapping

JEL Classification: G21, G29, Y1

Giriş

Bankalar finansal sistemin omurgası olarak nitelendirilebilmektedir ve banka dışı finansal kurumların gelişmediği ülkelerde ekonomik faaliyetlerin istikrarlı bir şekilde devam edebilmesi için önemli rol üstlenmişlerdir. Bankaların tasarruf sahiplerinden fonların toplanmasında ve toplanan fonların kullanılabileceği alanlar üzerinde etkisi oldukça büyüktür (Parasız, 2011: 21).

Modern anlamda ilk faizsiz finans kurumu Mısır'da faaliyet gösteren Mit Ghamr Tasarruf Bankasıdır. Asıl ivmesini 1975 yılında kurulan İslam Kalkınma Bankasıyla alarak büyüyen (Tunç, 2016: 109) ve 50'den fazla ülkede faaliyet göstermeye başlayan İslami bankacılık konvansiyonel bankalarla hemen hemen aynı rolleri üstlenmektedir. Konvansiyonel bankalardan temel farkı ise İslami bankaların şerri hükümler çerçevesinde faaliyet gösteriyor olmasıdır. İslami bankacığa teorik bir perspektiften bakıldığında konvansiyonel bankacılıktan ayıran bazı özelliklerinin olduğu görülür. İslami bankaların müşterine sabit bir getiri sunmaları ve kredilerden faiz alınmasına izin verilmez, sözleşmelere bağlılık esastır. Açık bir biçimde düzenlenen sözleşmeler genelde kar/zarar ortaklığı esasına dayanır. Böylelikle ortaya çıkabilecek zarar taraflar arasında paylaşılmaktadır. Bunun sonucunda İslami bankaların dışsal şoklara karşı konvansiyonel bankalara göre daha iyi konumlandırıldığı söylenebilir. Sözleşmelerin bu yapısı asimetrik bilginin yol açacağı ters seçim ve ahlaki tehlike problemini azaltabilir (Chong ve diğ., 2009: 126; Hasan ve diğ., 2011: 7).

Birçok kişi tarafından İslami bankaların ekonomik büyümeyi, refah seviyesini, ekonomideki istikrarı desteklediğine ve makro ekonomik şoklara karşı daha dirençli

olduklarına inanılmaktadır (AlAbbad ve diğ., 2020: 2). Konvansiyonel bankaların 2008 yılında yaşanan küresel krizde özellikle Avrupa ve ABD’de maruz kaldığı kayıplar göz önünde bulundurulduğunda İslami bankaların konvansiyonel bankalara göre daha iyi performans sergilemesi İslami bankaların küresel finansal kriz sırasında ortalama olarak daha dirençli olduğunu göstermiştir (Hasan ve diğ., 2011: 7).

Çalışmada İslami bankacılığın geçirdiği bu sürecin akademik yazında nasıl bir seyir izlediğinin belirlenmesi için bibliyometrik bir analiz yapılmıştır. Böylelikle alanda çalışılan konular, yazarlar, bu konu üzerinde çalışan ülkeler ile ilgili eğilimler ve mevcut durum hakkındaki bilgiler araştırmacıların bilgisine sunulması amaçlanmaktadır.

1. 2000’li Yıllarda İslami Bankacılığın Gelişimi.

2000’li yıllar küresel finansal sistemin bolluk içinde olduğu bir dönemdir. Buna küresel bankacılığın yaptığı riskli yatırımlar ve spekülatif sermaye akımlarındaki artış ile finansal piyasalardaki türev araçların yükselişi ve kontrolsüz fon yatırımları önemli katkıları olmuştur. Özellikle küresel bankacılık bu süreçte oldukça büyüme sağlamıştır. ABD’deki ticari bankaların aktif büyüklüğü 2000’li yılların başında 7 trilyon dolarda iken 2008 yılında 15 trilyon dolara ulaşmıştır. Avrupa birliğinde ise 30 trilyon dolarlık aktif büyüklüğü sahip bankalar 60 trilyon dolarlık bir büyüklüğü yaklaşmıştır. Ancak bu büyüme reel finansal bir olaydan değil asimetrik bilginin yol açtığı ters seçim ve ahlaki tehlikeden kaynaklanmıştır. Büyümenin altında yatan sebeplerin en önemlileri arasında yatırım bankalarının ticari bankaların bünyesinde işlem yapmaları ve teminatsız kredi işlemlerinin ticari bankalar tarafından yapılmasına izin verilmesi sayılabilir. 2008 yılında yaşanan kriz tüm dünya ekonomilerini derinden etkilemiştir. Devletlerin küresel bankaları kurtarmak amacıyla yaptıkları operasyonlar ise sektörde birçok bankanın iflasını engellemeye yetmemiştir (Yıldırım, 2011: 106–107).

2008 yılında yaşanan Küresel Kriz sonrası finansal piyasalarda alternatif sistemler, enstrümanlar ve hizmetler aranmaya başlanmış ve “İslami Finans” yaşanan krizden çıkabilmek için ön plana çıkan önemli bir alternatif olmuştur (SERPAM, 2013: 1). Konvansiyonel finans sistemlerine alternatif olarak ortaya çıkan küresel İslami finans hizmet endüstrisi özellikle 2008 – 2009 Küresel Kriz döneminden sonra büyümesine ivme kazandırarak yoluna devam etmiştir (Mensi ve diğ., 2020: 1).

İslami finans ve konvansiyonel finans arasında teorik olarak bazı farklılıklar bulunmaktadır. İslami finasta işlemlerde faizin alınması ve verilmesi kesinlikle yasaklanmıştır, sadece malların ve hizmetlerin bir fiyatı olabilir paradan para kazanılmasına mümkün değildir. Spekülasyon ve bazı faaliyetlerin finansmanı yasaktır. Yalnızca gerçek ekonomik işlemler desteklenir yani tüm işlemlerin maddi bir varlık içermesi gerekmektedir. 1970’lerin ikinci yarısından itibaren ivme kazanan İslami finansal sistem, İslami bankacılık ve diğer finansal kurumlar şeklinde kurulmaktadır. Bu kurumlar temelde iki farklı yapıda oluşur. Birincisi İslami bankaların, İslami yatırım ve holding şirketlerinin genel olarak ülkedeki bankacılık düzenlemelerine tabi olarak kurulduğu Türkiye’nin örnek verilebileceği yapısıdır. İkincisi tüm finansal sistemin

İslami kurullara uygun şekilde yapılandırıldığı İran ve Pakistan'ın örnek gösterilebileceği sistemdir (S.Khan ve diğ., 1990:353-354; Beck ve diğ., 2013: 433).

İslami Finansal Hizmetler Kurulu (Islamic Financial Services Board – IFSB) tarafından yayınlanan İslami Finansal Hizmetler raporuna göre 2020 Eylül ayı itibarıyla İslami bankacılık endüstrisinin aktif büyüklüğünün 1,76 trilyon dolara ulaştığı ve toplam 2,43 trilyon dolar olan İslami Finansal Hizmetler endüstrisindeki payının ise %72,4 olduğu ifade edilmektedir (IFSB, 2020: 12).

2. Bibliyometrik Analiz Tekniği ve Görsel Haritalama

Bibliyometri, “*yayınlanmış fiziksel birimlerin ya da bibliyografik birimlerin veya her ikisinin yerine geçen vekillerin niceliksel incelenmesidir*” (Broadus, 1987: 376). Kısaca bilimsel üretimin değerlendirme ve analizinde kullanılan bir araçtır. Bibliyometrik analiz, yayınlanmış dergi, kitap, bildiri ve makalelerin bibliyografik bilgilerinden oluşan veri kaynakları ile bilimsel disiplinlerin nasıl geliştiğinin izlenmesini sağlayan bir araçtır. Analiz bir disiplinin entelektüel yapısı gelişimi, sosyal ve kavramsal yapıları, disiplinindeki araştırma sonuçlarının en iyi değerlendirme yolları, araştırmacılar ve kurumların etkileri nasıl değerlendirilmesi gerektiği ve disiplinindeki örnek, kullanılan yöntem ve incelenen konuları hangi eğilimlerin karakterize ettiği sorularına cevap arar. Araştırmacılar genelde bibliyometrik analizlerinde üç teknik kullanırlar. Bunlardan birincisi meta-analiz ve literatür taraması gibi inceleme tekniklerini kullanan *geleneksel tekniklerdir*. İkincisi değerlendirici *analiz tekniğidir*. Dergi, kurum, yazar, ülke gibi birimlerin değerlendirilmesinde ölçütlerin geliştirildiği bu yaklaşımda araştırmacılar genellikle üç ana ölçütün-verimlilik, etki ve her ikisinin birlikte- etkisini ölçerler. Verimlilik ölçütüyle birimlerin verimliliği değerlendirilir. Etki ölçütüyle birimlerin diğer birimler üzerindeki etkisi ölçülür. Karma ölçüt birimlerin hem verimliliği hem de etkisini dikkate alır (Köseoğlu ve diğ., 2018: 165–166). Bibliyometrik analizinde kullanılan üçüncü teknik ise kendi içinde dört ana tekniği kullanan *ilişkisel analizlerdir* (Lu ve diğ., 2012: 1974). Bunlar: Ortak atıf (*co-citation*): Farklı iki kaynağın aynı kaynaktan atıf almaları durumu (Zan, 2019: 505); Bibliyografik eşleştirme (*bibliographic coupling*): Kaynakçalarında bir ya da birden fazla ortak kaynağa atıf verdiği tespit edilen dokümanlar bibliyografik eşleşmiş dokümanlar olarak adlandırılır. İki dokümandaki ortak sayısının fazlalığının aralarındaki yakın ilişkiyi arttıracığı varsayılır (Al ve diğ., 2004: 23); Ortak yazarlık (*co-authorship*): Çok yazarlı çalışmaların genellikle bir disiplinindeki iş birliğinin göstergesi olarak kabul edildiği analiz çeşididir. Toplam makale sayısının yazar sayısına oranı, birden çok yazarlı makale oranı ya da her ikisinin birlikte yer aldığı duruma iş birliği göstergesi olarak kabul edilmektedir (Bellek ve diğ., 2019: 62). Ortak kelime analizi (*co-word analysis*): Metinler içinde bulunan konulardaki fikirler arasındaki ilişkilerin tanımlanması için metinde bulunan kelimeler veya isim cümlelerinin birlikte ortaya çıkma kalıplarını kullanan bir analiz tekniğidir (He, 1999: 134).

Bilim haritalaması, belirli bilimsel ya da araştırma alanının entelektüel, sosyal ve kavramsal olarak nasıl yapılandığını açıklayarak bilimsel araştırmanın yapısal ve dinamik yönlerini ortaya koyar (Noyons ve diğ., 1999: 115). Pratik alanlarda daha çok

kullanılan bilimsel haritalar planlama, araştırma geliştirme aşamalarında karşılaşılan sorunları çözümünde karar verici pozisyonda yer alanlar için sayısal ölçümlerin yanında görsel haritalama yaparak alınacak kararların desteklenmesine yönelik kullanılırlar. Bibliyometrik verilerin görsel olarak sunulmasını sağlayan bibliyometrik haritalar, literatürde yer alan alt alanları ve bunların birbirleriyle ilişkileri, karşılıklı etkileşimleri ve performansı yüksek alanların belirlenmesini sağlayarak genel bir çerçeve ortaya koyar (Cobo ve diğ., 2011: 1383; Zan, 2019: 507). Bibliyometrik haritaların oluşturulması için farklı bilimsel teknikler ve bilgisayar programları kullanılmaktadır. Çalışmada bilim haritalama sürecinde her adım için en gelişmiş ve geçerli teknikleri sunduğu için veri setinin görselleştirilmesinde VOSviewer programı tercih edilmiştir. Bu program atıf, bibliyografik eşleştirme, ortak yazarlık ya da atıf ilişkilerine dayalı bibliyometrik ağların oluşturulması ve görselleştirmesi için kullanılmaktadır (VOSviewer, 2020; Lee ve diğ., 2014:340). Nitel yöntem kullanılan çalışmada İslami Bankacılık konusunun bibliyometrik analizinin yapılarak konunun detaylarını araştırmacılara sunulması amaçlanmıştır. Taranan dizinlerde İslami bankacılık ile ilgili bibliyometrik analize rastlanılmadığından çalışmanın ilgili alana katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Çalışmada konunun geçtiği disiplinler, yayınlanan makale sayısı, konunun en çok ilgilendiği ülkeler, konu hakkında yayın yapan yazarlar ve kurumlara ilişkin araştırma soruları yer almaktadır.

3. Veri, Yöntem

Çalışmanın verileri sosyal bilimler ile ilgili bibliyometrik çalışmalar için en yaygın kullanılan Web of Science (WoS) atıf dizininde yer alan “Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED)”, “Social Sciences Citation Index (SSCI)” ve “Arts & Humanities Citation Index (A&HCI)” indekslerinden elde edilmiştir (Zupic ve diğ., 2015: 441).

Konu ile ilgili tüm çalışmaları kapsayacak bir tarama yapabilmek için arama kriterlerinde yayın yılları “1982 – 2020/06”, anahtar kelime “Islamic bank”, doküman tipi “makale” olarak seçilmiştir. Tarama sonucunda konuyla ilgili 407 adet makale tespit edilmiştir.

Veriler Excel programına yüklenmiştir. “Islamic bank” ile ilgili hangi disiplinlerde çalışıldığı, yayınların adet ve atıf olarak yıllara dağılımı, yazar, ülke, dergiler ile ilgili bilgiler atıf, birlikte bulunma ve bibliyografik eşleştirme analizleri kullanılarak analiz edilmiştir. Konuyla ilgili yazarlar, ülkeler, kaynaklar, dokümanlar ve organizasyonlar VOSviewer programı kullanılarak görselleştirilmiştir. VOSviewer ağ görselleştirmesinde ögeler daire ve etiketlerle temsil edilir. Öğenin ağırlığı ne kadar yüksekse daire ve etiket de o kadar büyük olur. Öğelerin kümelenmesi renklerine göre olur. Aynı küme içindeki ögeler aynı renkte gösterilir. Öğeler arasındaki bağlantılar çizgiler ile görselleştirilir. Öğelerin aralarındaki ilişki gücü mesafeleriyle doğru orantılıdır. Öğelerin yoğunluk haritalamasında ögeler etiketlerle, yoğunluğu ise renklerle temsil edilir. Yoğunluk maviden kırmızıya doğru değişerek artar. Bir noktanın rengi o noktada ve etrafında bulunan öğelerin ağırlıkları arttıkça kırmızıya dönüşür.

Noktada ve etrafında bulunan öğelerin ağırlıkları azaldıkça maviye dönüşür (Lu ve diğ., 2012: 8–11).

Bibliyografik analiz yöntemi çok farklı alanlardaki çalışmalarını incelemek için kullanılmaktadır. İslami Bankacılık alanında da bibliyometrik analiz yönetimini kullanan çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan Literatürde öne çıkmış olanlardan bazıları aşağıdaki gibidir.

Selçuk ve diğ. (2017) yaptıkları çalışmalarında İslam ekonomisi ve finans alanında Ulusal Tez Merkezinde yayınlanmış tezlerin bibliyometrik analizini yapmışlardır. Çalışma sonucunda en fazla tezin Marmara, İstanbul Üniversitesi ve Sakarya Üniversitesi tarafından yazıldığı, Prof. Dr. Ahmet Tabakoğlu'nun bu konuda en çok tez danışmanlığı yapan öğretim elemanı olduğunu tespit etmişlerdir.

Kartal (2018) yaptığı çalışmasında 1986-2017 yıllarında faizsiz bankacılık konusunda yayınlanmış tezlerin bibliyometrik analizini yapmıştır. Türkiye de kurulu üniversitelerin %66sın da bu konuda tez yayınlandığını, Yayınlanan tezlerin %49'luk kısmının betimsel yöntemler ile yapıldığını tespit etmiştir.

Ahmid ve diğ. (2019) 2000-2018 yıllarında İngiltere'de yayınlanmış İslami bankacılık ve finans alanındaki tüm tezlerin bibliyometrik analizini yapmışlardır. 2008 sonrası bu alana daha fazla odaklanıldığı ve yazılan tez sayılarının arttığı saptanmıştır

Yurtseven (2019) yılında yaptığı çalışmada Malezya Uluslararası İslam Üniversitesinde yer alan İslami Bankacılık ve Finans Enstitüsünde 2019 yılına kadar yayınlanan tezlerin bibliyometrik analizini yapmıştır. Tezlerin ağırlıklı olarak sektörün pratik uygulamalarına yönelik olduğunu yüksek lisans tezlerinin doktora tezlerinden daha fazla olduğunu ve tezlerin yoğunlukla klasik finansal sisteme alternatif ve bu sistemin aksaklıklarını ortaya koyan çalışmaları içerdiğini tespit etmiştir.

Biancone ve diğ. (2020) 1980-2020 yıllarını kapsayan çalışmalarında Scopus'ta İslami Bankacılık ve finans alanında yapılan tüm yayınların bibliyometrik analizini yapmışlardır. Çalışma sonucunda literatürün geleneksel bankalar ile karşılaştırmalar yönetim analizleri ve kontrol yapılarına odaklandığı etik değerlerin ikinci sırada yer aldığı saptanmıştır.

Bollani ve diğ. (2020) 1999-2020 yıllarını kapsayan çalışmalarında Scopus'ta yer alan İslami finansla ilgili tüm yayınların bibliyometrik analizini yapmışlardır. Çalışmalarında geleneksel bankalar ile karşılaştırmalar, bankaların kontrol yapıları ve oranlar üzerine çok fazla odaklanıldığı tespit etmişlerdir.

Firmansyah ve diğ. (2020) yaptıkları çalışmalarında İslam ekonomisi ve finansı alanında Endonezya'da yayınlanan yerel dergilerden elde ettikleri veriler ile VOSviewer programını kullanarak bibliyometrik analiz yapmışlardır. Yapılan çalışma sonucunda İslami çalışmalar için en uygun derginin Al-Iqtishad en aktif araştırmacının ise Irfan Syauchi Beik olduğu saptanmıştır.

Bulgular

İslami Bankacılık konusunda 1982-2020 Haziran dönemini WoS dizinindeki üç indekste yer alan verilere ilişkin bulgular bu bölümde yer almaktadır. Birinci kısımda yayınlanan makale, konunun geçtiği çalışma alanını, yayın ve atıf sayıları, yazarlar, ülkeler, dergiler ve atıf dağılımının yer aldığı tablo ve şekiller ikinci kısımda VOSviewer programı kullanılarak yapılan bibliyografik verilere dayalı harita görselleştirmeleri yer almaktadır.

3.1. Web of Science Veri Tabanında İslami Bankacılık

3.1.1. Disiplinler Açısından

WoS veri tabanından indirilen veriler ile oluşturulan konunun çalışıldığı disiplinlere ilişkin tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo1: Disiplinler Açısından İslami Bankacılığın Çalışıldığı Alanlar (1984-2020/06)

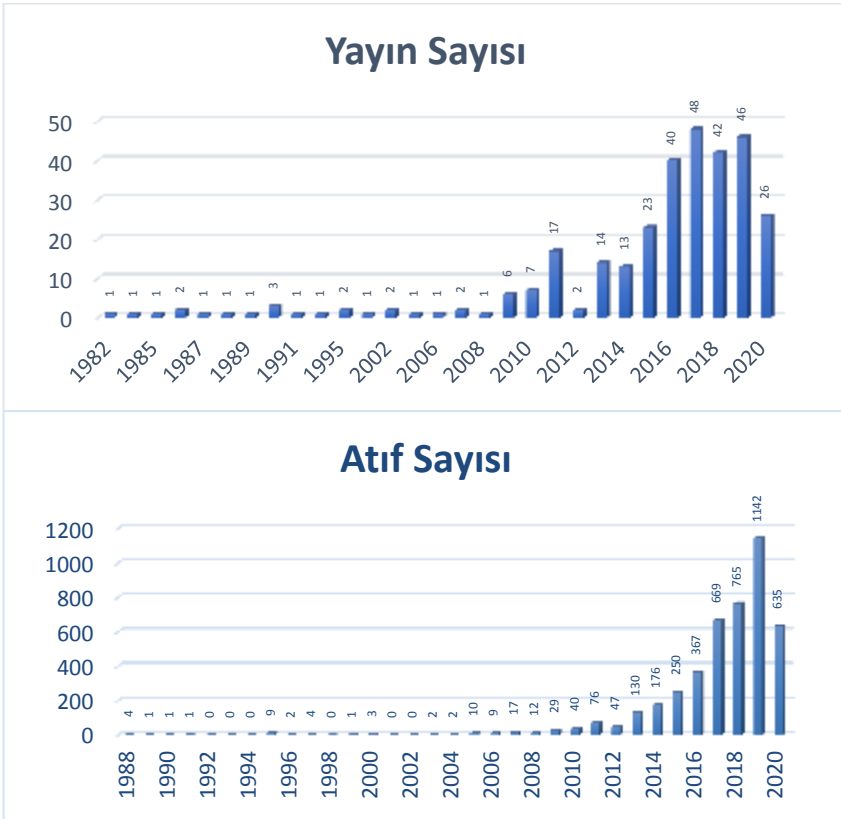
| Çalışma Alanı | Yayın Sayısı | % |
|----------------------------------|--------------|-------|
| İş Ekonomisi | 248 | 80,78 |
| Din | 16 | 5,21 |
| Alan Araştırmaları | 11 | 3,58 |
| Bilim ve Teknoloji | 6 | 1,95 |
| Sosyal Bilimler | 5 | 1,63 |
| Tarım | 4 | 1,30 |
| Geliştirme Çalışmaları | 3 | 0,98 |
| Hukuk ve İdare | 3 | 0,98 |
| Kamu Yönetimi | 2 | 0,65 |
| Antropoloji | 1 | 0,33 |
| Asya Çalışmaları | 1 | 0,33 |
| Film, Radyo ve Televizyon | 1 | 0,33 |
| Gıda Bilimi ve Teknoloji | 1 | 0,33 |
| Coğrafya | 1 | 0,33 |
| Tarih | 1 | 0,33 |
| Bilgi Bilimi ve Kütüphane Bilimi | 1 | 0,33 |
| Mekanik | 1 | 0,33 |
| Fizik | 1 | 0,33 |
| Toplam | 307 | 100 |

Tablo 1. incelendiğinde en fazla yayının %84 gibi yüksek bir oranda İşletme ve Ekonomi alanında yapıldığı ve ardından %5 Din ve %3 Alan Araştırmaları çalışmalarının geldiğini görmekteyiz. Web of Science Core Collection veri tabanından indirilen verilerin incelenmesi sonucu yapılan çalışmaların %13,82'lik kısmı ise birden fazla çalışma alanını kapsadığı tespit edilmiştir.

3.1.2. Yayın ve Atıf Sayıları

Çalışmadaki İslami bankacılığın yıllara göre yayın ve atıf sayıları Şekil 1'de gösterilmektedir.

Şekil1:Yıllara Göre Yayın ve Atıf Sayıları



Yukarıda yer alan şekiller Web of Science Core Collection veri tabanında SCI-EXPANDED, SSCI ve A&HCI indekslerinden elde edilen verilere göre oluşturulmuştur. Şekiller incelendiğinde İslami bankacılık konulu ilk yayının 1982 yılında, ilk atfın ise 1988 yılında yapıldığı görülmektedir. Yayın ve atıfların 2010 yılı sonrası ivme kazanarak arttığı görülmektedir. Yayınlardaki bu artışın Price yasasının

ikinci aşamasıyla benzerlik taşıdığı söylenebilir. Yasaya göre ilk aşamada az sayıda bilim adamı tarafından yeni bir alanda yayınlar başlar. İkinci aşamada konunun araştırmaya devam edilmesi ve alanda artan sayıda bilim insanının varlığıyla yayınlar artmaya başlar böylelikle uygun bir üstsel büyümenin ortamı sağlanmış olur. (Dabi ve diğ., 2016: 2692).

3.1.3. Yazarlar ve Kurumlar

İslami bankacılık konusunda yayın yapan yazarlar ve kurumların sıralandığı Tablo2 aşağıda yer almaktadır. Aşağıda yer alan tabloda İslami Bankacılık üzerine en çok yayın veren ilk on yazar yer almaktadır. İlk on yazar sıralamasında Hassan 15 yayın ile ilk sırada yer almaktadır.

Tablo2: İslami Bankacılık Konusunda Yayın Yapan Yazarlar

| Yazarlar | Çalıştığı Kurum | Yayın Sayıları | Toplam Yayınlara Oranı |
|-------------------------|---|----------------|------------------------|
| M. Kabir Hassan | New Orleans Üniversitesi, ABD | 15 | 4,89 |
| Ahmet Faruk Aysan | İstanbul Şehir Üniversitesi, Türkiye | 6 | 1,95 |
| Huseyin Ozturk | Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası | 6 | 1,95 |
| Ashfaq Ahmad | Utara Üniversitesi, Malezya | 5 | 1,63 |
| Mohammad Bitar | Nottingham Üniversitesi, İngiltere | 5 | 1,63 |
| Abdoulkarim Idi Cheffou | EDC Paris İşletme Okulu, Fransa | 5 | 1,63 |
| Mustafa Disli | Gent Üniversitesi, Belçika | 5 | 1,63 |
| Fredj Jawadi | Lille Üniversitesi, Fransa | 5 | 1,63 |
| Kashif ur Rehman | Şehir Bilim ve Bilgi Teknolojisi Üniversitesi, Pakistan | 5 | 1,63 |
| Amine Tarazi, | Limoges Üniversitesi, Fransa | 5 | 1,63 |

3.1.4. Ülkeler

Ülkelere Göre İslami Bankacılık verileri aşağıda Tablo 3'te düzenlenmiştir. İslami bankacılık ile ilgili en fazla yayın Malezya'da görülmekte. İkinci sırada Amerika Birleşik Devletleri ve hemen ardından İngiltere ve Pakistan gelmektedir.

Tablo3.: Ülkelere Göre İslami Bankacılık Verileri

| Ülke/Bölge | Yayın Sayısı |
|-----------------------------|--------------|
| Malezya | 67 |
| Amerika Birleşik Devletleri | 51 |
| İngiltere | 42 |
| Pakistan | 41 |
| Fransa | 31 |
| Avustralya | 24 |
| Suudi Arabistan | 23 |
| Tunus | 22 |
| Endonezya | 18 |
| Birleşik Arap Emirlikleri | 18 |
| Türkiye | 17 |

3.1.5. Yayınlar

Dergilere Göre İslami Bankacılığın durumuna ait Tablo 4 alt kısımda yer almaktadır. Konu ile ilgili yayın yapan dergilerin yer aldığı tablo incelendiğinde International Journal Of Islamic And Middle Eastern Finance And Management dergisinin makalelerin %15'ini, Pacific Basin Finance Journal'ın %6'sını yayınladığı görülmektedir.

Tablo.4.: Dergilere Göre Yayın Sayıları

| Dergi İsmi | Yayın Sayısı | Toplam Yayına Oranı |
|--|--------------|---------------------|
| International Journal of Islamic And Middle Eastern Finance and Management | 48 | 15,64 |
| Pacific Basin Finance Journal | 19 | 6,19 |
| International Journal of Bank Marketing | 14 | 4,56 |
| Al Shajarah | 13 | 4,23 |
| Research in International Business and Finance | 13 | 4,23 |
| Economic Modelling | 10 | 3,26 |
| Journal of International Financial Markets Institutions Money | 10 | 3,26 |
| African Journal of Business Management | 9 | 2,93 |
| Applied Economics | 9 | 2,93 |
| Emerging Markets Review | 7 | 2,28 |

3.1.6. Yazarlar

İslami Bankacılık ile ilgili en çok atıf alan eserler ve yazarları ile ilgili oluşturulan tablo alt kısımda bulunmaktadır. Tablo incelendiğinde en fazla atfı Thorsten Beck, Asli Demirgüç-Kunt ve Ouarda Merrouche,'nin yazarı olduğu "Islamic vs. Conventional Banking: Business Model, Efficiency And Stability" isimli makalenin aldığı görülmektedir. Bu yayını Arifur Khan, Andy Pike ve Feisal Khan yazarları oldukları üç yayını takip etmektedir. Journal of Business Ethics dergisinin 5,455 ile en yüksek faktöre sahiptir.

Tablo 5.: İslami Bankacılık ile İlgili En Çok Atıf Alan Yazarlar ve Atıf Sayısı

| Yazarlar | Dergi | Makalenin İsmi | Yayın Yılı | Atıf | Etki Faktörü | |
|--|---|--|------------|------|--------------|-----------|
| | | | | | 2019 | Son 5 Yıl |
| Beck,Thorsten; Demirguc-Kunt, Asli; Merrouche, Ouarda | Journal of Banking & Finance | Islamic vs. Conventional Banking: Business Model, Efficiency and Stability | 2013 | 387 | 2,269 | 3,377 |
| Chong, Beng Soon; Liu, Ming-Hua | Pacific-Basin Finance Journal | Islamic Banking: Interest-Free or Interest-Based? | 2009 | 235 | 2,382 | 2,775 |
| Cihak,Martin; Hesse, Heiko | Journal of Financial Services Research | Islamic Banks and Financial Stability: An Empirical Analysis | 2010 | 199 | 1,587 | 1,873 |
| Khan, Feisal | Journal of Economic Behavior & Organization | How 'Islamic' Is Islamic Banking? | 2010 | 185 | 1,591 | 2,24 |
| Abedifar,Pejman; Molyneux,Philip; Tarazi, Amine | Review of Finance | Risk in Islamic Banking | 2013 | 155 | 2,885 | 3,066 |
| Haniffa, Roszaini; Hudaib, Mohammad | Journal of Business Ethics | Exploring the Ethical Identity of Islamic Banks Via Communication in Annual Reports | 2007 | 142 | 4,141 | 5,455 |
| Maali,Bassam; Casson,Peter; Napier, Christopher | Abacus-A Journal of Accounting Finance and Business Studies | Social Reporting by Islamic Banks | 2006 | 136 | 1,975 | 1,8804 |
| Aggarwal,Rk; Yousef, T | Journal of Money Credit and Banking | Islamic Banks and Investment Financing | 2000 | 133 | 1,355 | 2,356 |
| Pollard,Jane; Samers, Michael | Transactions of The Institute of British Geographers | Islamic Banking and Finance: Postcolonial Political Economy and The Decentring Of Economic Geography | 2007 | 94 | 4,32 | 4,55 |
| Johnes, Jill; Izzeldin, Marwan; Pappas, Vasileios | Journal of Economic Behavior & Organization | A Comparison of Performance of Islamic And Conventional Banks 2004-2009 | 2014 | 88 | 1,591 | 2,24 |

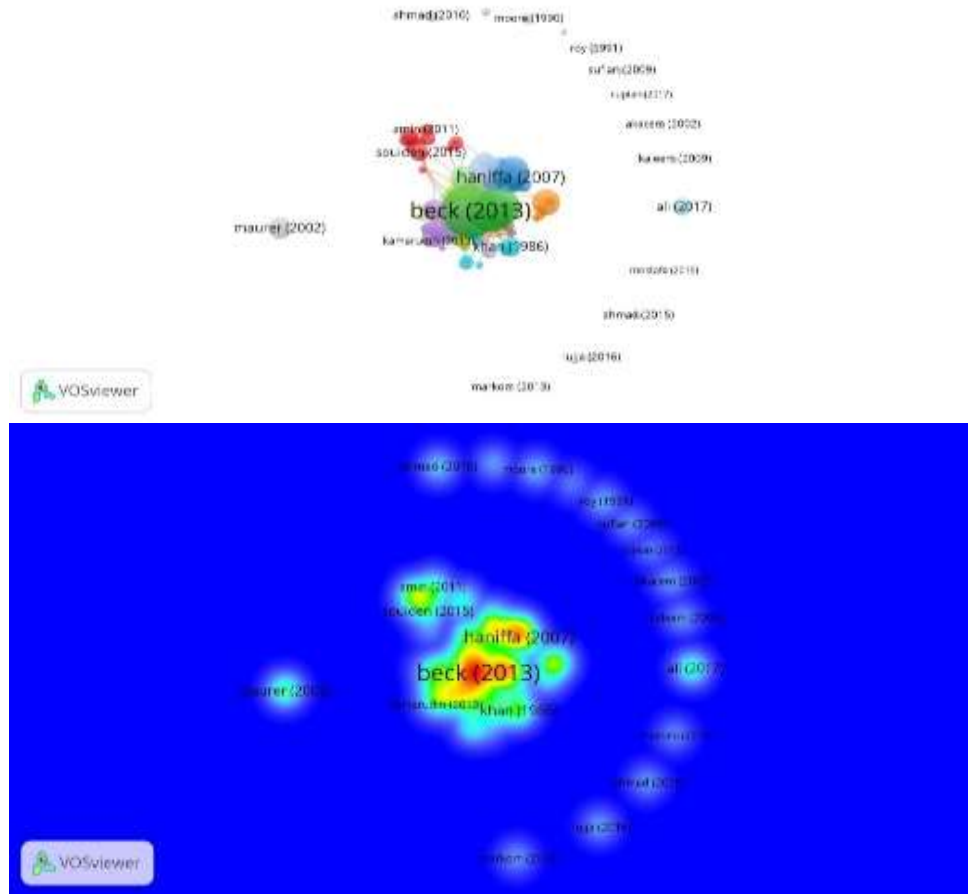
3.2. VOSviewer Programı ile Bibliyografik Verilere Dayalı Haritalama (Create A Map Based On Bibliographic Data)

3.2.1. Atıf Analizleri

3.2.1.1. Dokümanların (Documents) Haritalaması

WoS veri tabanından elde edilen 307 adet makalenin VOSviewer programı kullanılarak analiz edilmesinde yazarlara en az 5 atıf yapma şartı eklendiğinde 29 kümeye ayrılan 138 dokümana ait altta yer alan Şekil 2. Bağlantı ve Yoğunluk Haritası elde edilmiştir. Şekil 2 incelendiğinde en güçlü bağlantıya ve yayın gücüne sahip yazar Beck (2013) olarak gözükmetedir.

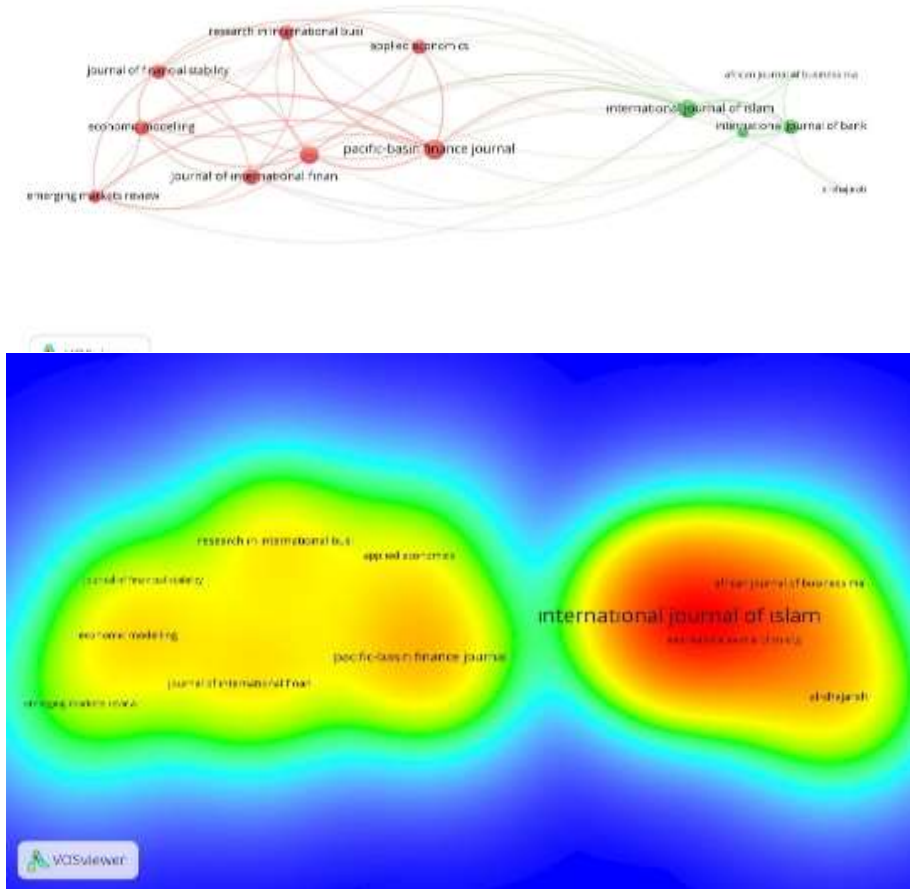
Şekil 2.: Bağlantı ve Yoğunluk Haritası



3.2.1.2. Kaynakların (Sources) Haritalaması

WoS veri tabanından elde edilen 307 adet makalenin VOSviewer programı kullanılarak analiz edilmesi sonucunda 112 kaynakta bulunduğu tespit edilmiştir. Taramaya kaynaklarda en az 5 kez yayınlaması şartı konulduğunda kaynakların iki kümeye ayrılarak 13'e düştüğü altta yer alan Şekil 3. Bağlantı ve Yoğunluk Haritası elde edilmiştir. Şekil 3 incelendiğinde bağı en yüksek kaynağın “Pacific-Basin Finance Journal” olduğu ve dokümanların yoğunluğu açısından en yoğun kaynağın ise International Journal of Islamic And Middle Eastern Finance and Management olduğu görülmektedir.

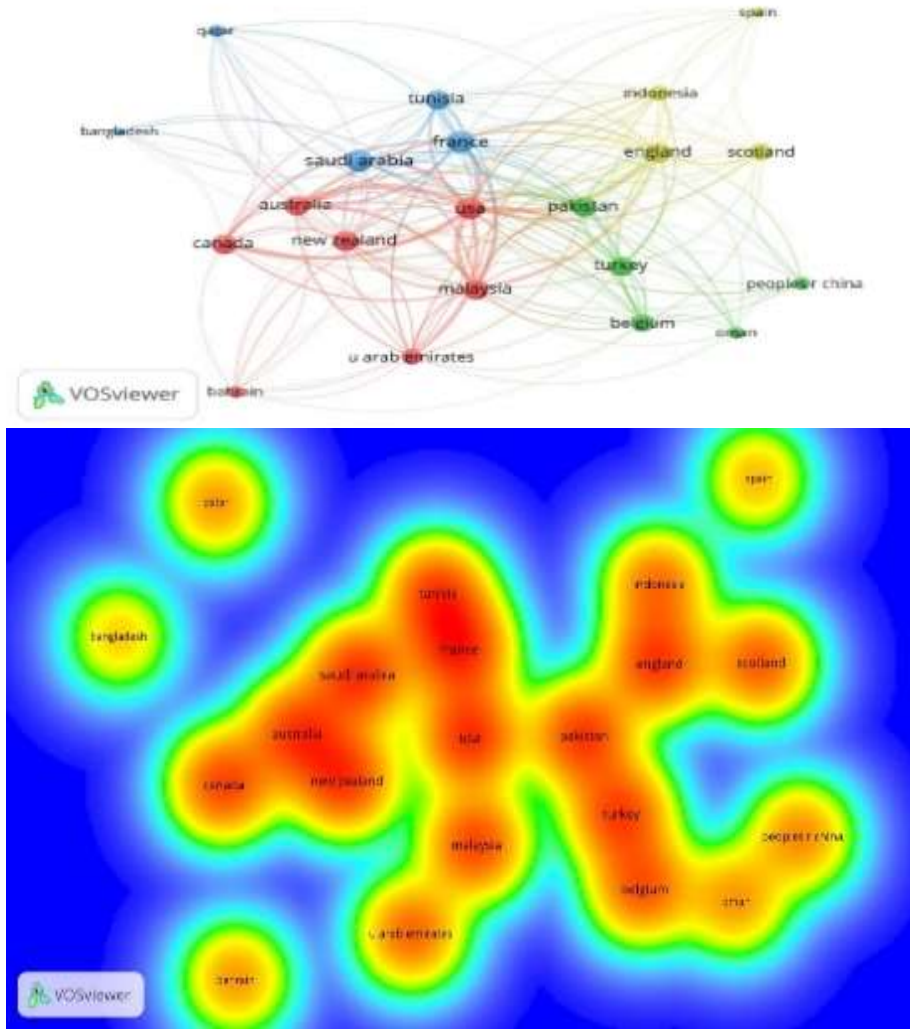
Şekil 3.: Bağlantı ve Yoğunluk Haritası



3.2.1.3. Ülkelerin (Countries) Haritalaması

WoS veri tabanından elde edilen 307 adet makalenin VOSviewer programı kullanılarak analiz edilmesi sonucunda 55 ülkenin en az 1 yayın yaptığı tespit edilmiştir. Taramaya en az 5 yayın şartı eklendiğinde ülkelerin dört kümeye ayrıldığı ve sayılarının 21'e düştüğü Şekil 4. Bağlantı ve Yoğunluk Haritası elde edilmiştir. Altta yer alan Şekil 4 incelendiğinde Malezya'nın en fazla yayınına sahip olduğu ancak Amerika Birleşik Devletleri'nin bağlantı gücü en yüksek ülke olduğunu tespit edilmiştir.

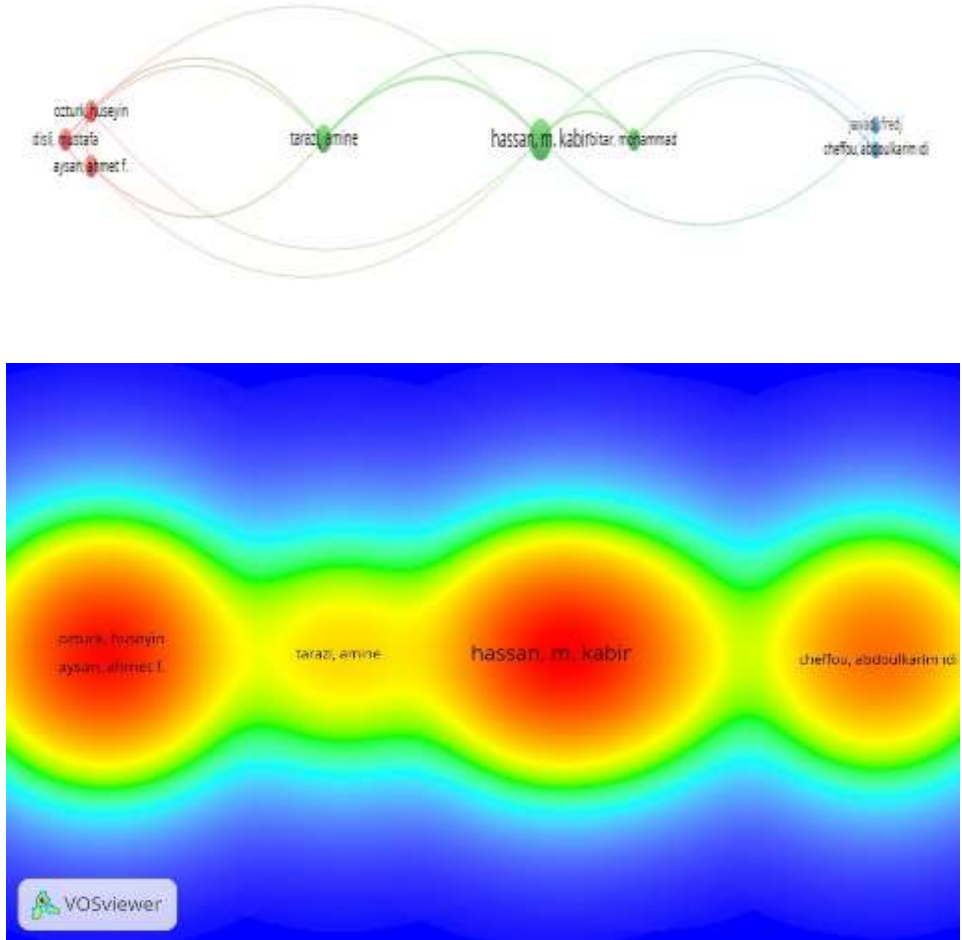
Şekil 4.: Bağlantı ve Yoğunluk Haritası



3.2.1.5. Yazarların (Authors) Haritalaması

WoS veri tabanından elde edilen 307 adet makalenin VOSviewer programı kullanılarak analiz edilmesi sonucunda en az bir yayın yapan 604 yazara 5 yayın yapma şartı eklendiğinde 3 kümeye ayrılan 8 yazara ait Şekil 6. Bağlantı ve Yoğunluk Haritası elde edilmiştir. Altta yer alan Şekil 6 incelendiğinde en güçlü bağlantının ve en fazla yayının Kabir Hasan M tarafından yapıldığı tespit edilmiştir.

Şekil 6.:Bağlantı ve Yoğunluk Haritası

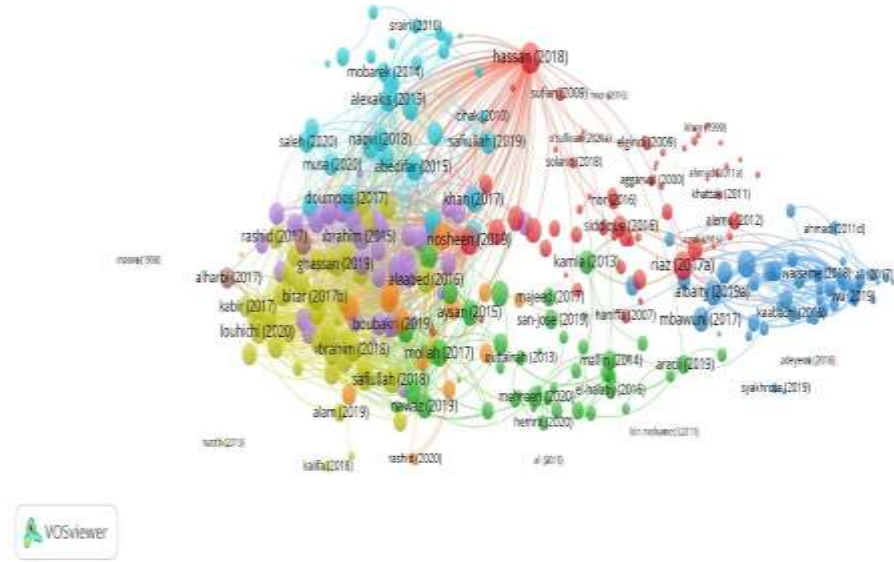


3.2.2. Bibliyografik Eşleştirme (Bibliographic-coupling)

3.2.2.1. Dokümanlar

Programda en az alıntılanma sayısı 0 seçildiğinde 307 makalenin sadece bağlantılı olanların haritasının çıkartılması istenildiğinde 287'si arasında bağlantı olduğu ve bu bağlantıların 9 küme içinde yer aldığı Şekil.7 Bağlantı Haritası oluşturulmuştur. Şekil incelendiğinde bağlantı gücü en yüksek doküman hassan (2018) olarak gözükmektedir.

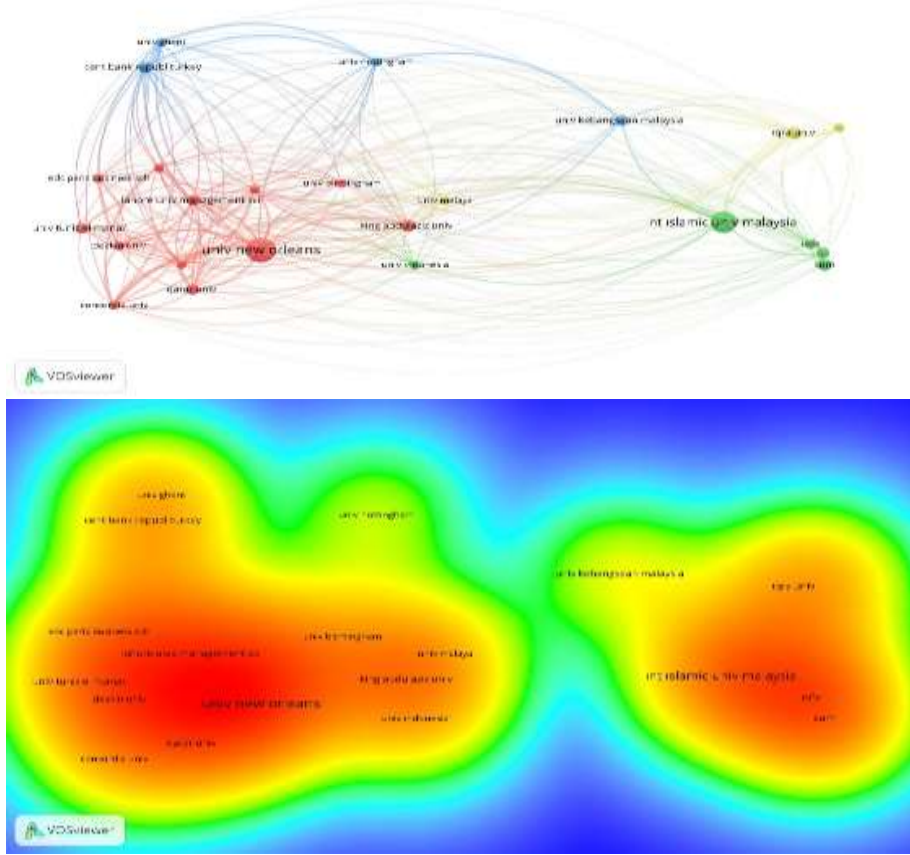
Şekil 7.: Bağlantı Haritası



3.2.2.2. Organizasyonlar

422 adet organizasyon için en az 5 dokümanı bulunma kriteri ile sorgulama yapıldığında bu şartları sağlayan 4 kümeye ayrılmış 24 organizasyonun yer aldığı Şekil.8 Bağlantı ve Yoğunluk Haritası elde edilmiştir. Şekil 8 incelendiğinde toplam bağlantı gücü en yüksek üniversitenin New Orleans olduğu ve ikinci sırada ise T.C. Merkez Bankası ve onu takiben Gent Üniversitesinin yer aldığı tespit edilmiştir. Şekil 8 de yer alan yoğunluk haritasında İslami bankacılık ile ilgili daha fazla yayına ve güçlü bağlantılara sahip kurumlar kırmızı alanlarda yer almaktadırlar.

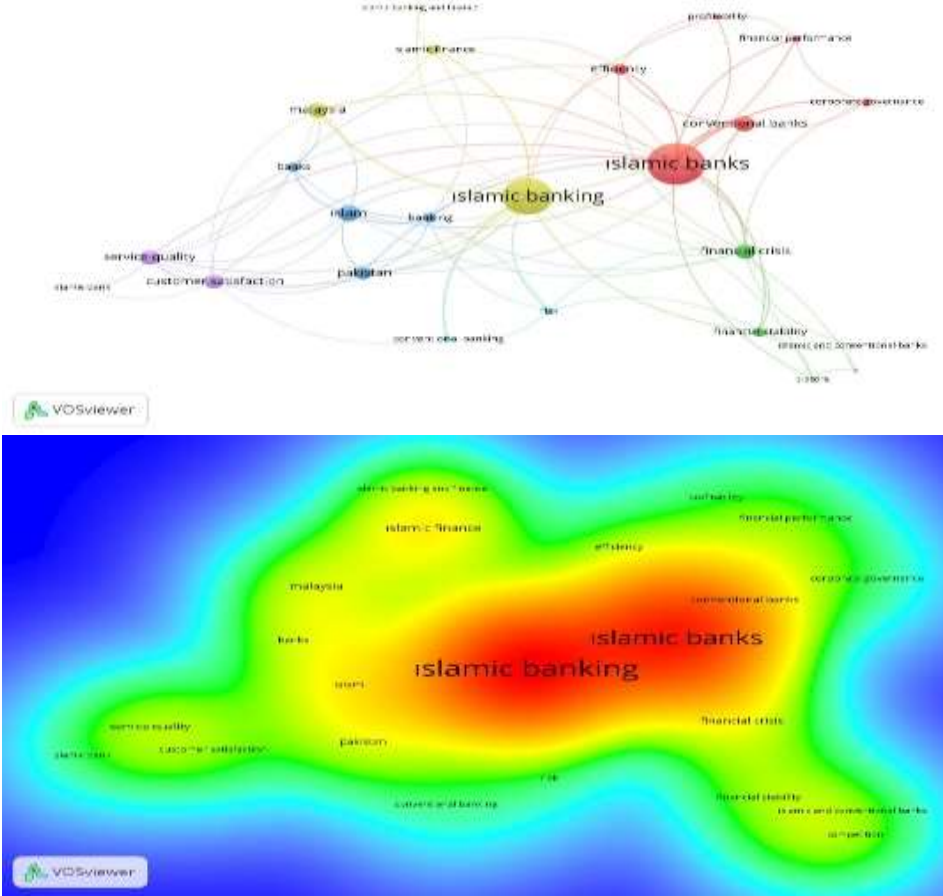
Şekil 8.: Bağlantı ve Yoğunluk Haritası



3.2.3. Birlikte Bulunma (Co-occurrence)

İslami bankacılık konusunda en çok kullanılan anahtar kelimelerin analizde, eşik değer 5 seçildiğinde toplam 763 anahtar kelimenin 6 gruba ayrıldığı ve 24'e düştüğü Şekil 9. Bağlantı ve Yoğunluk haritası oluşturulmuştur. Şekil 9. İncelendiğinde en çok kullanılan anahtar kelimelerin *Islamic Banks* ve *Islamic Banking* olduğu görülmektedir. Bunlara ek olarak Pakistan anahtar kelimesinin de sık kullanıldığı görülmektedir.

Şekil 9.: Bağlantı ve Yoğunluk Haritası



Sonuç

İslami bankacılık ile ilgili konuların analizinde kullanılacak veriler Web of Science Core Collection veri tabanından indirilerek VOSviewer programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Çalışmanın İslami bankacılık ile ilgili çalışmalarda yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Konuyla ilgili çalışmaların 2010 yılından itibaren ivme kazandığı ve araştırmacıların bu alana yöneldiği buna da 2008 yılı finansal krizinin hemen ardından İslami bankaların gösterdiği performansın sebep olduğu söylenebilir. En çok atıf alan çalışmalara bakıldığında İslami bankaların çalışma sistemi geleneksel bankalar ile farklılıkları, yatırım ve finansal istikrara katkıları, risk yönetimi, finansal performansları

ve sosyal raporlama gibi konulardır. Bu çalışma araştırmacıların İslami Bankacılıkla ilgili farklı alt konulara yönelmesi sağlayabileceği gibi Web of Science Core Collection veri tabanında yer alan İslami Bankacılık ile ilgili makaleler hakkında son gelişmelerin anlaşılmasına da yardımcı olabilir.

İslami bankacılık ve finansal sistem uygulamaların en yoğun ve ilk uygulamaların merkezi durumundaki Malezya'nın en fazla yayın yapan ülke olmasına rağmen yayınların kendi içinde kümelendiği ve Amerika Birleşik Devletleri'nin en fazla bağlantı gücüne sahip ülke olduğu görülmüştür. En fazla atıf alan makale İslami bankacılık ve konvansiyonel bankaları yaşanan krizler sonrası karşılaştıran “*Islamic vs. Conventional Banking: Business Model, Efficiency And Stability*” isimli makaledir. Kriz sonrası iyi varlık yapısına sahip İslami bankaların konvansiyonel bankalardan daha iyi performans gösterdiği sonucuna varan makale İslami bankalara olan ilginin artmasıyla birlikte ön plana çıkmıştır. Malezya ve Pakistan kendi ülkelerindeki İslami bankacılık uygulamalarıyla ilgili en fazla yayın yapan ülkelerdir.

WoS sosyal bilimler alanında en yaygın kullanılan veri tabanı olmasına rağmen konu ile ilgili tüm makaleleri içermemesi, analizlerin sadece bu veri tabanındaki sınıflandırmaya göre yapılabilmesi ve yalnızca makalelerin bu çalışma kapsamına alınması çalışmanın kısıtları olarak sayılabilir. Gelecekte yapılacak çalışmaların daha kapsamlı bir analiz ortaya koyabilmesi için makalelerin yanında doktora tezleri, bildiriler, kitaplar ile Google Scholar gibi diğer akademik veri tabanlarını da kapsamaları gerekmektedir. Böylelikle diğer ülkelerin ilgili alana katkısı da daha sağlıklı bir şekilde ortaya konabilir.

Kaynakça

- Ahmid, A. ve Ondes, T. (2019). Bibliometric Analysis of Phd Dissertations Written In Islamic Banking And Finance In The United Kingdom. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 5(1), 63–91.
- Al, U. ve Tonta, Y. (2004). Atıf Analizi: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü Tezlerinde Atıf Yapılan Kaynaklar. *Bilgi Dünyası*, 5(1), 19–47.
- AlAbbad, A., Anantharaman, D. ve Govindaraj, S. (2020). Depositor Characteristics and the Performance of Islamic Banks. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*.
- Beck, T., Demirgüç-Kunt, A. ve Merrouche, O. (2013). Islamic vs. Conventional Banking: Business Model, Efficiency and Stability. *Journal of Banking & Finance*, 37(2), 433–447.
- Bellek, M., Koparan, E. ve Aykan, E. (2019). Yönetim Alanında Türkiye'nin Genel Durumu: 1975-2019 Yılları Arası Bibliyografik Bir Değerlendirme. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 58–90.
- Biancone, P. Pietro, Saiti, B., Petricean, D. ve Chmet, F. (2020). The Bibliometric

- Analysis of Islamic Banking And Finance. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(9), 2069–2086.
- Bollani, L. ve Chmet, F. (2020). Bibliometric Analysis of Islamic Finance. *European Journal of Islamic Finance*, 1–19.
- Broadus, R. N. (1987). Toward A Definition Of “Bibliometrics”. *Scientometrics*, 12(5–6), 373–379.
- Chong, B. S. ve Liu, M. H. (2009). Islamic Banking: Interest-Free or Interest-Based? *Pacific Basin Finance Journal*, 17(1), 125–144.
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. ., Herrera-Viedma, E. ve Herrera, F. (2011). Science Mapping Software Tools: Review, Analysis, and Cooperative Study Among Tools. *Journal of The American Society For Information Science And Technology*, 62(7), 1382–1402.
- Dabi, Y., Darrigues, L., Azoulay, S. K. D., Antonio, M. De ve Lazzati, N. (2016). Publication Trends in Bariatric Surgery: a Bibliometric Study. *Obesity surgery*, 26(11), 2691–2699.
- Firmansyah, E. A. ve Faisal, Y. A. (2020). Bibliometric Analysis of Islamic Economics and Finance Journals in Indonesia. *Al-Muzara 'ah*, 7(2), 17–26.
- Hasan, M. ve Dridi, J. (2011). The Effects of the Global Crisis on Islamic and Conventional Banks: a Comparative Study. *Journal of International Commerce, Economics and Policy*, 02(02), 163–200.
- He, Q. (1999). Knowledge Discovery Through Co-Word Analysis. *Library Trends*, 48(1), 133–159.
- IFSB. (2020). *Stability Report 2020*.
- Kartal, M. T. (2018). Türkiye’de Faizsiz Bankacılık Alanında Yayınlanmış Tezlerin Analizi. *Maliye ve Finans Yazıları*, 110, 175–198.
- Köseoğlu, M. A., Yıldız, M. ve Çiftci, T. (2018). Authorship Trends and Collaboration Patterns In Business Ethics Literature. *Business Ethics: A European Review*, 27(2), 164–177.
- Lee, C. I. S. ., Felps, W. ve Baruch, Y. (2014). Toward A Taxonomy of Career Studies Through Bibliometric Visualization. *Journal of Vocational Behavior*, 85(3), 339–351.
- Lu, K. ve Wolfram, D. (2012). Measuring Author Research Relatedness: A Comparison of Word-Based, Topic Based, and Author Cocitation Approaches. *Journal of the American Society for Information Science*, 63(10), 1973–1986.

- Mensi, W., Hammoudeh, S., Tiwari, A. K. ve Al-Yahyaee, K. H. (2020). Impact of Islamic Banking Development And Major Macroeconomic Variables On Economic Growth For Islamic Countries: Evidence From Panel Smooth Transition Models. *Economic Systems*, 44(1), 100739.
- Noyons, E. ., Moed, H. F. ve Luwen, M. (1999). Combining Mapping and Citation Analysis For Evaluative Bibliometric Purposes: A Bibliometric Study. *Journal of the American society for Information Science*, 50(2), 115–131.
- Parasız, İ. (2011). *Türkiye 'de ve Dünya 'da Bankacılık*. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- S.Khan, M. ve Mirakhor, A. (1990). Islamic Banking: Experiences in the Islamic Republic of Iran and Pakistan. *Economic Development and Cultural Change*, 38(2), 353–375.
- Selçuk, M. ve Yardımcıoğlu, F. (2017). İslam Ekonomisi ve Finansı Alanında Türkiye'de Yazılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Uluslararası İslam Ekonomisi ve Finansı Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 63–78.
- SERPAM. (2013). İslami Finans - İslamî Finans Kavramı, Ürünler, Dünyada ve Türkiye'de Gelişimi ve Geleceği. *Sermaye Piyasaları Araştırma ve Uygulama Merkezi Araştırma Notları - 1*.
- Tunç, H. (2016). *Katılım Bankacılığı Felsefi, Terorisi ve Türkiye Uygulaması*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- VOSviewer. (2020). Welcome to VOSviewer. *Centre for Science and Technology Studies, Leiden University*. <https://www.vosviewer.com/> , Erişim Tarihi: 25.06.2020.
- Yıldırım, M. (2011). Küresel Finans Krizi Sürecinde Farklı Finans Uygulamalarının Analizi: Konvansiyonel ve Faizsiz Finans Sistemlerin Karşılaştırması. *Bütçe Dünyası Dergisi*, (35), 105–20.
- Yurtseven, M. (2019). İslam Ekonomisi Alanında Yapılan Tezlerin Bibliyometrik Açısından İncelenmesi: Malezya Uluslararası İslam Üniversitesi Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (43), 111–138.
- Zan, B. U. (2019). Doğrudan Atıf, Ortak Atıf ve Bibliyografik Eşleşme Yaklaşımlarına Dayalı Olarak Araştırma Alanlarının Değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 501–516.
- Zupic, I. ve Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472.



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 02.02.2021; Kabul Tarihi: 23.03.2021

Covid-19 Sonrası Türk Turizm Sektöründe Oluşabilecek Fırsatlar ve Riskler

Doç. Dr. Ayşe DURGUN KAYGISIZ

Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü

aysedurgun@sdu.edu.tr, Orcid ID: 0000 0002 8062 7474

Öz

Covid-19 başta insan sağlığı olmak üzere insanla alakalı tüm sektörleri ekonomik, sosyal ve psikolojik açıdan etkisi altına almıştır. Pandeminin yayılımını önlemek için alınan önlemler kapsamında sınırları kapatma, seyahat yasakları, karantinalar vb. önlemlerden en çok etkilenen sektörün hizmet sektörü alt bileşiminde de turizm sektörü olduğu söylenebilir. Çünkü turizmin özü insan hareketliliğini gerektirmektedir. Pandemi sonrası tüketici davranışlarının değişeceği bunun da turizm sektöründe arz ve talep dengelerine yansımaları ileriki dönemlerde turizm anlayışında farklılıklara yol açması beklenmektedir. Bu çalışmada ikincil veriler kullanılarak Covid-19 sonrası olması beklenen muhtemel gelişmeler ışığında Türk turizminde yaşanacak fırsatlar ve riskler analiz edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Covid-19, turizm sektörü, fırsatlar, riskler

JEL Sınıflandırması: L8, L83

APA: Durgun Kaygısız, A. (2021). Covid-19 Sonrası Türk Turizm Sektöründe Oluşabilecek Fırsatlar ve Riskler. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (23), 79 - 95.

APA: Durgun Kaygısız, A. (2021). Opportunities and Risks That May Occur in the Turkish Tourism Sector After Covid-19 Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 12 (23), 79 - 95.

Opportunities and Risks That May Occur in the Turkish Tourism Sector After Covid-19

Abstract

Covid-19 has affected all sectors related to human beings, especially human health, economically, socially and psychologically. It can be said that the sector most affected by the measures taken to prevent the spread of the pandemic such as closing borders, travel bans, quarantines, etc. is the service sector and the tourism sector in its subcomponent. Because the essence of tourism requires human mobility.

It is expected that consumer behavior will change after the pandemic and this will lead to differences in the understanding of tourism in the future by reflecting on the balance of supply and demand in the tourism sector. In this study, the opportunities and risks to be experienced in Turkish tourism were analyzed in the light of probable developments after Covid-19 by using secondary data.

Keywords: Covid-19, tourism industry, opportunities, risks

JEL Classification: L8, L83

Giriş

Aralık 2019'un son haftalarında görülen koronavirüs salgını ilk olarak Çin'in Wuhan Bölgesinde ortaya çıkmış, kısa bir zaman zarfında bütün dünyaya yayılmıştır (WHO, 2020). Ortaya çıktığı ilk zamanlarda koronavirüs olarak bilinen bu virüs 12 Şubat 2020 itibariyle Covid-19 olarak adlandırılmıştır (T.C. Sağlık Bakanlığı, Covid-19 Rehberi, 2020: 5). Daha önceki küresel salgınlardan çok daha hızlı yayılarak neredeyse tüm dünyayı etkisi altına almıştır. 11 Mart 2020 tarihi itibariyle Covid-19 DSÖ tarafından pandemi (küresel salgın) olarak ilan edilmiştir. Virüsün yayılımını engelleyebilmek için seyahat kısıtlamaları, vize iptalleri, sınırların kapatılması, sokağa çıkma yasakları ve sosyal mesafe kuralları gibi önlemler alınmıştır. Alınan tüm tedbirlere rağmen neredeyse tüm dünya ve bütün sektörler Covid-19 salgınından olumsuz yönde etkilenmiştir. Covid-19 salgınından olumsuz etkilenen sektörler finansal yardım, vergi erteleme, kredi ve danışmanlık desteği verilerek faaliyetlerine devam etmesi için desteklenmiştir (Hale ve diğ., 2020. s.3).

Bu süreçten kârlı çıkan, krizi fırsata çeviren sektörler de olmuştur. Salgının önlenmesinde temizlik ve hijyen koşullarının ön plana çıkması bu sektörlerdeki iş sahalarının arz ve talebinin artmasına neden olmuştur. Dünya Sağlık Örgütü ve Dünya Turizm Örgütü'ne ait resmi internet sayfasında yayınlanan raporlar ve bilimsel çalışmalar incelendiğinde; hastalığın meydana geldiği günden bu yana dünya çapında koruyucu maske, eldiven, dezenfektan vb. sağlık gereçlerine talebin arttığı ve talep artışıyla ilişkili olarak sağlık gereçlerinin fiyatlarında hatırı sayılır artışların olduğu tespit edilmiştir (Mahase, 2020: 1). Bunun yanında dijital teknoloji ve bilgi iletişim

teknolojisi endüstrileri de kazançlı çıkan sektörler arasında yer almıştır. Aynı zamanda internet üzerinden alışveriş imkânı sunan işletmeler, paket servisi yapan yiyecek içecek işletmeleri ile kargo ve benzeri lojistik işletmeler için yeni fırsatlar oluşmuştur (Atay, 2020).

Günümüzde aşı çalışmaları ve aşılama işlemi farklı ülkeler tarafından yapılmaktadır. Fakat aşılamanın etkileri ve kalıcı bir çözüm olup olmayacağı tartışmaları devam etmektedir. Ocak 2021 itibariyle Dünya çapında Covid-19 sebebiyle toplam hasta rakamı; 99.2 milyon, toplam vefat rakamı ise 2.13 milyon olarak kayda geçmiştir. Türkiye’de ise 2021 Ocak ayı itibariyle toplam hasta vaka sayısı 2.429.605, vefat eden kişi sayısı ise 25 073 olmuştur.

1. Pandemi Sürecinde Türkiye

Dünya Sağlık Örgütüncü salgının yayılımının önüne geçilmesi, durdurulması ve kontrol altına alınabilmesi için ülkelere önemli vazifeler yüklenmiştir. Bu kapsamda ülkeler ekonomilerini etkileyecek ciddi tedbirler almak durumunda kalmışlardır (Acar, 2020: 14-15). Bunlar:

- Fazlaştırılan sınır emniyetleri ve ülkelere giriş çıkış kısıtlamaları
- Hastalığın belirlendiği yerlerde zorunlu yasakların getirilmesi
- Hastalığın bulaşıcılığını azaltabilmek amacıyla toplumsal mekanlarda uygulanan dezenfekte çalışmaları
 - Sokağa çıkma kısıtlamaları
 - Yolculukların yasaklamaları
 - Eğitim faaliyetlerine ara verilmesi,
 - Dünya çapında çok sayıda katılımcılarla gerçekleştirilen festival, konser, kongre, fuarlar vb. kültürel ve sanatsal organizasyonların askıya alınması.
 - Havayolu uçuşlarının ertelenmesi
 - Milli ve milletlerarası düzeyde spor ve sanat faaliyetleri ve müsabakalarına ara verilmesi olarak sıralanabilir.

Küresel çapta alınan önlem ve tedbirlere Türkiye de uyum sağlamıştır. Hızlı bir şekilde pandemi hastaneleri oluşturulmuş, sağlık araç-gereç ve ekipmanları üretilmeye başlanmıştır. Türkiye’de ilk etapta şubat ayı içerisinde bazı ülkelere yolcu taşımacılığına yasaklar getirilmiştir. 10 Mart’ta ilk pozitif vakanın görülmesinin ardından yurt dışından gelen kişilere karantina uygulamaları, eğitime ara verilmesi, konser, tiyatro, sinema, düğün, eğlence merkezleri, oyun alanları vb. birçok yerin faaliyetlerinin durdurulması, bazı ülkelere uçuş yasaklarının getirilmesi, sınavların ve oyun müsabakalarının ertelenmesi, halka açık yerlerde maske takma zorunluluğu, 65 yaş üstü ve kronik hastalığı olanlara sokağa çıkma yasağı ile başlayan tedbirler artarak devam etmiştir. 1 Haziran itibari ile yasakların bazıları kaldırılmış ve yeni normal döneme geçilmiştir. Yaz ayları boyunca esnetilen tedbirler vaka sayılarındaki artış

nedeniyle Kasım ayı itibariyle yeni yasaklar ve sınırlandırmalarla tekrardan uygulamaya koyulmuştur. Hafta içi ve hafta sonu sokağa çıkma yasakları, eğitimin tamamen online olarak yapılması, kafe, pastane, restoran vb. yeme içme yerlerinin paket servis şeklinde çalışması, kademeli ve esnek çalışma saatleri, AVM, berber, kuaför, market vb. yerlerin 10:00-20:00 saatleri arasında açık olması, sinema, internet kafe, oyun alanları, çay bahçesi vb. yerlerin faaliyetlerinin durdurulması tedbirleri 2021 Şubat ayı itibariyle halen devam etmektedir. Tüm bu yasaklar dâhilinde çevrimiçi iletişim, e-ticaret vb. dijital çözümlerle günlük hayatın temel gereksinimleri hiçbir aksaklık olmadan karşılanmaya çalışılmaktadır.

Türkiye 1 Haziran 2020 tarihinden itibaren sınır kapılarını açmış, uçuşlar serbest bırakılmış ve yabancı ziyaretçi kabulüne başlamıştır. 2019 yılında ilk 11 aylık dönemde Türkiye'yi ziyaret eden yabancı ziyaretçi sayısı 42,9 milyon iken 2020 yılının ilk 11 aylık döneminde bu sayı %72 oranında azalarak 12 milyon kişiye gerilemiştir. Bu rakama yurt dışında yaşayan vatandaşlarımızı da eklediğimizde 2020'nin ilk 11 ayında toplam ziyaretçi sayısı 14 486 632 kişi olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020). Türkiye'nin, 2020 yılının ilk 11 ayında en çok ziyaretçi aldığı ülkeler sırasıyla; Rusya, Bulgaristan, Almanya, Ukrayna, İngiltere, Gürcistan İran, Irak ve Fransa olmuştur. (TURSAB, Kasım 2020). %70 oranındaki bu azalmanın 2021 yılının yazında da devam edip etmeyeceği aşı çalışmalarının ve aşılamanın başarısına ve Covid-19 virüsünün gidişatına bağlı olarak değişim gösterecektir.

2. Literatür

Salgının bir senedir etkisini gösteriyor olması çalışmanın güncelliği açısından araştırmacılar arasında merak uyandırmaktadır. Bu nedenle hem ulusal hem de uluslararası çalışmalar hızla yapılmaktadır. Buna rağmen salgının halen devam ediyor olması etkilerinin tam olarak neler olduğu ve nasıl sonuçlanacağı konusunda çalışmaları yetersiz kılmaktadır. Fakat krizin yönetilebilmesi ve hızlı önlemler alınması açısından yapılan her çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmanın bu bölümünde salgın ve turizmle ilgili olarak seçilmiş bazı çalışmalara yer verilmiştir.

Çakır ve Barakazı (2020) Covid-19'un turizm sektörüne etkisini ve alınan önlemlerin neler olduğuna dair bir çalışma yapmışlardır. Çalışmalarında, ileriki dönemlerde salgına yönelik endişelerin devam edeceğini, ekonomik ve finansal desteklere rağmen turizm sektörünün normale dönme ihtimalinin zaman alacağını belirtmişlerdir. Özaltın Türker (2020) Covid-19'un turizm sektörü üzerindeki etkisini turizm alanındaki akademisyenlerin bakış açısı ile değerlendirmiştir. Yaptığı anket çalışmasının neticesinde salgın süresince turizm talebinin düşeceğini fakat salgın sonrası yasaklar bittiğinde talepteki artışın devam edeceğini belirtmektedir. Aynı zamanda salgının iç turizmde hareketlilik yaratacağını, bireysel turizm faaliyetlerinin artacağını ve turistik mekanlarda hijyen kurallarının ön plana çıkacağını belirtmiştir. Akademisyenlerin bakış açısından değerlendirilen bir başka çalışma Kiper ve diğ. (2020) tarafından yapılmıştır. Turizm sektörünün normalleşme süreci ile birlikte

insanların çok hızlı bir şekilde turizm faaliyetlerine katılımının gerçekleşeceğini belirtmişlerdir. Sektörde yaşanan kayıpların telafisi için ise turizm plan ve politikalarının, pazarlama faaliyetlerinin, medikal tedbirlerin kalıcı hale getirilmesinin gerekliliğinden bahsetmişlerdir. Akyol (2020) Covid-19'un sektöre etkisini turizm öğrencileri gözünden değerlendirmiştir. Akademisyenlerin bakış açılarıyla benzerlik gösteren sonuçlar elde etmiştir. Bu sonuçlar bireysel hareketlenmenin artacağı, تنها destinasyonların tercih edileceği, sağlık konusundaki denetimlerin artacağı ve bu süreçte sağlık hizmetlerinin daha iyi yönetilmesinden dolayı Türkiye'ye olan turizm talebinin artacağıdır.

Oran (2020), Covid-19 pandemisinde en fazla etkilenen sektörlerden birisinin turizm olduğunu belirtmiştir. Sektördeki işletmelerin çalışma modellerini yeniden yapılandırması ve turizm yatırımlarının teşvik edilmesi gerekliliğinden bahsetmiştir. Işık Erol (2020) turizm sektöründe pandemi kaynaklı işsizliklerin artacağını belirtmiştir. Düzgün ve Kurt (2020) salgının etkisini turist rehberleri açısından ele almışlardır. Rehberlerin kalabalık turlarla iş yaptığını ve riskli duruma düştüklerini ayrıca turizm faaliyetlerindeki durma nedeniyle tek işleri rehberlik olanların hem ekonomik hem de psikolojik sıkıntıda olduklarını belirtmiştir. İbiş (2020) Covid-19'un etkisini seyahat acenteleri açısından değerlendirmiştir. Pandemi döneminde seyahat acentelerinin de işlerini yapamaz duruma geldiklerini dolayısıyla, vergi indirimi, kredi desteği, sabit giderlerin ve banka borçlarının ertelenmesi ve maliyetlerin düşürülmesi gibi desteklere ihtiyaçları olduğunu belirtmiştir.

Yenişehirlioğlu ve Salha (2020), Covid-19'un Türk turizminde tüketici davranışlarını ne yönde etkileceğini araştırmıştır. Her yıl düzenli tatil yapan 50 aileye mülakat yöntemi ile yaptıkları çalışmalarında, çoğu ailenin tatil planını ertelediği, yapacak olanların ise kendilerine ait yazlık, yayla evi ya da bungalow tarzı sosyal mesafeyi kendilerinin ayarlayabileceği yerleri tercih edecekleri sonucuna ulaşmışlardır. Özçoban (2020), Covid-19 sonrası toplumdan izole fiziki mekânların turizm faaliyeti açısından daha fazla önem kazanacağını, tam bu noktada da kırsal turizm potansiyelinin Türkiye için bir rekabet unsuru olduğundan bahsetmiştir. Ayrıca Türkiye'nin bu avantajını kullanabilmesi için kırsal turizm mekânlarının yeni arz talep doğrultusunda hizmet standartlarını güncellemesi ve kamu otoriteleri tarafından bu merkezlere yönelik teşvik ve tanıtım kampanyalarının yapılması gerekliliğini ele almıştır. Özdemir Altınay (2020) turizm işletmelerinin gelecek tahminlerinden hem de potansiyel turistlerin görüşlerinden yararlanarak Covid-19 salgınının Türkiye'nin turizm sektöründe oluşturacağı değişimleri muhtemel senaryolar ile açıklamaya çalışmıştır. Salgın sonrası öncelikli olarak iç turizm faaliyetlerinin artacağını, doğa tabanlı turizme (dağ, yayla, tarım ve kırsal turizm) doğru bir artışın olacağını, konaklama işletmelerinin yatay büyümeye doğru bir eğilim göstereceğini ifade etmektedir. Potansiyel turistlerin görüşlerinden yola çıkan bir diğer çalışma Kabadayı ve Kardeş'e (2020) aittir. 731 kişiye yaptıkları anket sonucunda; turistlerin tercih ettikleri turizm türlerinin ve seyahat eğilimlerinin değişerek, açık alan ve doğa faaliyetlerine yöneldiklerini, turistlerin

hijyen duyarlılığının büyük oranda arttığını ve sektörde teknolojinin önem kazandığını ortaya koymuşlardır. Bunun yanı sıra salgının turizmi dört mevsime yaymak için bir fırsat olabileceğinden bahsetmişlerdir.

Yazıcı Ayyıldız (2020) Kuşadası'ndaki beş yıldızlı otellerle yaptığı görüşmelerden elde ettiği veriler ışığında çalışmasını tamamlamıştır. Covid-19 sonrası otellerde temassız işlemlerin ve dijitalleşmenin artacağı, yasaklardan dolayı gelemeyen yabancı turistler yerine iç pazara yöneleceğini ve kişiye özel hizmet sunan daha küçük işletmelerin ön planda olduğu yeni turizm biçimlerinin artacağını belirtmiştir. Bu değişime ayak uydurmak isteyen otellerin içinde mutfak olan süit daireler ya da otel alanı içinde kiralanabilecek villalar gibi alternatiflere yönelmeleri gerektiğinden bahsetmiştir. Otel yöneticilerinin görüşleri doğrultusunda hazırlanan başka bir çalışma Karadeniz ve diğ'ne (2020) aittir. Çalışma da salgınla birlikte sağlık ve güvenlik kaygılarının artarak turizm talebini azaltacağını, dolayısıyla sektörde büyük miktarda gelir ve istihdam kaybının yaşanacağını belirtmişlerdir. Aynı zamanda hizmet ve ürün standartlarının yeniden şekilleneceği ifade edilmiştir.

Covid-19'un turizm sektörüne etkilerini araştıran bir diğer çalışma ise Alaeddinoğlu ve Rol'e (2020) aittir. Çalışma, sektörün pandemiden önemli derecede etkilendiğini fakat yeniden yapılanma açısından bir fırsat olabileceğini belirtmektedir. Yapay zeka ve robotik teknolojilerin turizmin devamlılığını sağlamak adına sektörün her alanına entegre edilmesi gerekliliğinden bahsetmiştir. Aynı zamanda bakanlıklar tarafından geliştirilen güvenli turizm sertifikasyonun işletmeler tarafından alınmasını ve denetiminin yapılmasını güvenlik açısından önemli bulmaktadır.

Gössling vd. (2021) milliyetçilik, iç turizmin toparlanmadaki rolü ve daha dayanıklı destinasyonlara uzun vadeli dönüşüm, iş seyahatleri ve video konferansın yaygın olarak benimsenmesi dahil olmak üzere kısa ve uzun vadede turistlerin davranışsal talep tepkilerinin değişeceğini belirtmişlerdir. Ayrıca azalan talep nedeniyle havayollarının verimsizliğinin ve karbon salınımının aşamalı olarak azalacağını düşünmektedirler.

Skare vd (2021) 185 ülkede 1995-2019 yılları arasındaki verileri kullanarak panel veri analizi yapmışlardır. Dünya çapında pandeminin etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, turizm endüstrisinin toparlanmasının beklenen 10 aylık ortalama toparlanma süresinden daha fazla zaman alacağını ileri sürmektedirler. Kapasite geliştirmeyi sağlamak için özel ve kamu politikası desteği önerisinde bulunmaktadır. Ayrıca seyahat ve turizm endüstrisinin GSYİH'ye katkısının - 4,1 trilyon dolardan - 12,8'e düşeceğini, istihdam katkısının -164.506 milyon'dan - 514.080 milyona azalacağını öngörmektedirler.

Desbiolles (2020), Covid-19'u, turizmin geleceğini daha iyi bir yola doğru yeniden düşünmek ve sıfırlamak için iyi bir fırsat olarak görmektedir. Ancak turizme yönelik 'sorumlu' yaklaşımlar, tek başına böyle bir sıfırlamayı mümkün kılmadığını

bunun yerine, böyle bir vizyon, turizmi yerel toplulukların ve yerel halkların haklarına ve çıkarlarına göre yeniden tanımlayan ve yeniden yönlendiren toplum merkezli bir turizm çerçevesini gerektirdiğini söylemektedir.

Abu Bakar ve Rosbi'ye (2020) göre pandemi turizm sektöründe arz ve talep dengesinin bozulmasına yol açacaktır. Azalan talep nedeniyle turistik fiyatların düşmesine sebebiyet verecek buda eğer müdahale edilmezse turizm sektörünün çöküşüne neden olabilecektir.

3. Covid-19 Sonrası Turizm Sektöründeki Değişimler

Turizm faaliyetleri gezmek, eğlenmek, dinlenmek ve bazen de spor, kültür, din vb. amaçlarla seyahat etmek olarak tanımlanmaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2006: 17) Tanımı gereği bakıldığında Covid-19'dan en çok etkilenecek sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir. Ayrıca turizm faaliyetleri seyahat, konaklama, yeme -içme ve ulaştırma hizmetleri başta olmak üzere yaklaşık olarak 54 ayrı sektörlerle doğrudan, 185 sektörle de dolaylı ilişki içerisinde (Bahar ve Çelik İlal, 2020: 126). Birçok sektörle girdi çıktı ilişkisi içerisinde olması, turizm sektöründe ortaya çıkan bir sorunun diğer sektörleri de etkilemesine neden olmaktadır.

Turizm sektörü esnek talepli yapısı gereği her türlü iyi ve kötü durumdan çok çabuk etkilenmektedir. Salgınlar, terör saldırıları, doğal afetler, ekonomik ve politik istikrarsızlıklar ve siyasi olaylar vb. krizlerde turizm talebi değişiklik göstermektedir. Çünkü bireyler öncelikle fiziksel ve güvenlik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelmekte ve turizm talebini ertelemekte veya yön değiştirmektedir (Tse, 2006: 30).

Salgın hastalıkların çok basit ve bir o kadarda hızlı şekilde insanlara bulaşması ve bir mekândan diğer bir mekâna etki edip yayılma riski nedeniyle turizm faaliyetinin temel mantığına ters düşmektedir. Çünkü turizm faaliyetlerindeki artış virüsün hızlı bir şekilde yayılmasına sebebiyet verebilir. Ayrıca hastalanma riski altında olduğunu düşünen bireyler turizm faaliyetlerini ertelemekte ya da salgın riskinin olmadığı bölgelere gelmektedirler. Bu durumda salgınlar ve turizm arasında karşılıklı etkileşimden söz edilebilir (Kiper ve diğ., 2020: 529).

Salgın hastalıkların turizm faaliyetlerini yakından etkilemesinden dolayı turizm talebine negatif yönde tesir etmekte ve ekonomik olarak zarar vermektedir. Verdiği zararlar kısa dönemli ve geçici veya kalıcı olup değişiklik gösterebilmektedir (Eugenio-Martin ve Campos-Soria, 2014: 55). Ayrıca doğal afet veya geçici krizlerin aksine salgının bitiş tarihinin belirsiz olması nedeniyle gelecek kaygılarını arttırmakta ve geniş çapta işsizlik, ekonomik daralma ve sosyolojik problemlere yol açabilmektedir (Torales vd., 2020).

Daha önceden yaşanan salgın krizlerinin turizm faaliyetlerine olan etkilerine bakıldığında; 2001 yılında Birleşik Krallık'ta görülen ŞAP salgını başta kırsal turizme

tesir etmiştir. Asya’da 2003 yılında ortaya çıkan SARS salgını Asya ülkeleri turizm faaliyetlerini negatif yönde etkilemiş ve ciddi ekonomik problemler ortaya çıkarmıştır (Korkut vd., 2020:73). SARS salgınından sonra uluslararası turizm gelirleri -%1.4 oranında azalmıştır (Oran, 2020: 817). SARS salgınının Kamboçya turizm talebine olan etkilerinin geçici olduğu, salgın sonrasında talebin normal bir şekilde devam ettiği bilinmektedir (Tang ve Wong, 2009). ABD ve Meksika’da 2009’da ortaya çıkan Domuz gribi (H1N1) salgını yöresel turizmde az da olsa olumsuz etkiler yaşatmıştır (Küçükaltan, ve diğ., 2015). Genel olarak değerlendirildiğinde kriz süreçlerinde kısa vadeli durağanlık veya turizm gelirlerinde azalma meydana gelmiştir (Papatheodorou ve diğ., 2010: 39). Fakat hiçbir kriz döneminde (2008 ekonomik krizi, Irak Savaşı, SARS virüsü vb.) Covid-19 salgını kadar turist varışlarında sert düşüşlerin yaşanmadığı anlaşılmaktadır (Dwyer ve diğ., 2006). Bunun nedeni Covid-19’un hızlı ve geniş alanlara yayılması, bulaş sürecinin ve tedavisinin belirsizliğini koruması yanında, zorunlu seyahat tedbirleri nedeni ile turizmi doğrudan ve aniden etkilemesidir (Çetin ve Göktepe, 2020: 90). Turizm faaliyetleri Covid-19 salgını nedeniyle 2020 yılında çok büyük oranda düşüş göstermiş ve dünya genelinde durma noktasına gelmiştir (Zheang vd., 2020: 338). Turizm faaliyetlerindeki bu azalış en çok seyahat acenteleri, tur operatörleri ve havayolu şirketlerini negatif yönde etkilemiş ve finansman krizine sokmuştur (Korkut ve diğ., 2020: 81).

Yukarıdaki bilgiler ışığında değerlendirildiğinde turizm sektörünün Covid-19’dan iki farklı yolla etkileneceğini söyleyebiliriz. Bunlardan ilki seyahat sınırlaması ve karantinalar nedeniyle turizm faaliyetlerinin yapılamaması, ikincisi ise ekonomik açıdan müşkül duruma düşen bireylerin turizm faaliyetine katılamamasıdır. Her iki sebebinde turizm talebini düşüreceği aşikârdır. Salgınların turizm talebi için oldukça mühim olduğu ve salgınların meydana geldiği zamanlarda talebin ve gelirin geçici olarak azalacağı öngörülmektedir. Talepte ve gelirdeki bu mecburi azalma sonrası daralan turizm sektörü, gerekli önlemler alınması ve kriz yönetiminin başarıyla yürütülmesi neticesinde pandemi sonrası tekrardan canlanabilecektir. Nitekim yapılan çalışmalar salgının getirdiği stres sonrası insanların yeniden ve yüksek motivasyonla turizm faaliyetlerine katılacağı yönündedir (Kiper vd., 2020: 546). İkinci dünya savaşı sonrası kitle turizmin ortaya çıkması, 2004 SARS salgınından sonra rekreasyon faaliyetlerine katılımın artması bu savı desteklemektedir. Lakin dünyadaki bölgeler ve ülkelerde uluslararası turizm faaliyetlerinin düzelleme eğilimine geçmelerinin farklı düzeylerde olacağı tahmin edilmektedir. Çünkü Covid-19 sürecinde vaka sayılarının fazla olduğu gelişmiş ülkelerin bu durumla baş edememeleri, tedavide yetersiz kalmaları o ülkelere olan güveni sarsmıştır. Bu nedenle virüsün etkilerinin daha az görüldüğü gelişmekte olan bölgelerde turizm sektörünün normalleşme sürecine daha kısa sürede gireceği öngörülmektedir (Oran, 2020: 815).

Covid-19 salgını bireylerin tüketici davranışlarını etkilemiştir. Bu durumun turistik tüketici davranışlarına da yansıtacağı ve ileriki dönemlerde turizm anlayışında farklılıklara yol açacağı beklenmektedir. Salgının turizm üzerindeki etkileri iyi

gözlemlenebilir ve yeni normale adapte olunabilirse Covid-19 krizinin sunduğu bazı fırsatlar da değerlendirilebilir. Çünkü pandemi sonrası seyahat davranışlarında değişiklikler beklenmektedir. Bu değişiklikler; kişisel ekonomik refah ve harcanabilir gelir, maliyet değişiklikleri, algılanan sağlık riskleri ve pandemik kısıtlamaların bir sonucu olarak değişen tüketim kapasitelerini içeren bir dizi faktörden etkilenmektedir (Lee ve Chen, 2011; Gössling vd. 2020:14). Kitle turizminden bireysel turizme yönelme, kalabalık ortamlardan güvenli ve hijyenik özelliklere sahip daha tenha ortamlara doğru yöneliş ve geleneksel turizm anlayışından alternatif turizm imkânlarına doğru talebin artması pandemi sonrası sektörde beklenen değişimlerdir. Kitle turizminin aktif olduğu her şey dahil konseptli konaklama işletmelerinin bu durumla baş edebilmesi için sistemlerinde bazı değişiklikler/yenilikler yapmaları gerekmektedir (Özdemir Altınay, 2020: 225-227). Ayyıldız Yazıcı'nın (2020: 3352) çalışmasında böyle bir durumla rekabet edebilmek için otellerin, günlük ve haftalık olarak kiralanabilecek, içinde mutfağı olan süit dairelerin ya da otel içi villaların yeni satış ve pazarlama stratejilerinin içerisinde yer aldığını belirtmişlerdir. Ayrıca turistlerin sağlık ve güven riski destinasyon algısını değiştirmektedir. Bu nedenle, Covid-19 salgını sonrasında turistlerin altyapısı ve yüksek kaliteli tıbbi tesisleri olan destinasyonlara yönelmeleri beklenmektedir (Wen ve diğ., 2020).

Pandemi sonrası turizm arz ve talebinde yaşanacak değişimleri Türkiye turizmi açısından ele aldığımızda getireceği risklerin yanında sunacağı bazı fırsatlar olduğu da görülmektedir.

Muhtemel fırsatlar:

1. Covid-19 süresince bireylerin daha kısa mesafeli yerleri tercih edeceği, bu nedenle Türkiye'nin Avrupa pazarına yakınlığının bir avantaj olacağı düşünülmektedir.
2. Türkiye'de uzun süredir yapılmaya çalışılan, turizmi dört mevsime yaymak, yaz mevsimindeki yoğunluğu azaltmak ve turizm faaliyetlerini çeşitlendirmek gibi çalışmaların virüs nedeniyle zorunlu olarak bu yönde gerçekleşmesi beklenmektedir.
3. Türkiye'nin birçok ülkeye nazaran virüsle mücadelede başarılı olması Türkiye'nin sağlık sektörüne olan güveni arttırmıştır. Bunun bir getirisi olarak sağlık turizmine olan talebin artacağı söylenebilir. Çınar ve Özkaya (2020: 40-41) Türkiye'nin coğrafi konumu, dünyanın en büyük 7. Jeotermal kaynaklara sahip olması, turizm hizmetini sağlık hizmeti ile birleştirebiliyor olması, fiyatların benzer ülkelere göre daha uygun olması Türkiye'yi medikal turizm alanında avantajlı konuma getireceğini söylemektedir. Bahar ve Çelik İlal (2020: 133), Türkiye'nin kaliteli ve ucuz sağlık hizmeti konusunda önemli bir arza sahip olduğunu ve sağlık turizmi bu süreçte iyi değerlendirilirse, hastaneleri, çalışanları, yatakları, turistik tesisleri dinamik

- hale getirerek, kadrolarını güçlendirerek, sadece sağlık turizminden 45-50 bin dolar gelir edebileceğini öngörmektedir.
4. Kalabalık ortamlardan kaçış ve sosyal mesafe duyarlılığı nedeniyle bireysel olarak yapılabilecek etkinliklerde artış beklenmektedir. Kitle turizm faaliyetlerinin çok fazla olduğu ülkemizde ilk etapta negatif bir durum gibi görünse de uzun vadede avantaja dönüşmesi beklenmektedir.
 5. Geleneksel turizm anlayışından alternatif turizm türlerine (sağlık, kültür, spor, doğa, eko, kırsal, kış ve dağ, kongre, inanç, yayla, gastronomi turizmi) doğru talep artışı beklenmektedir.
 6. Turistik tüketicilerin kitlesellikten uzak durma gayreti ve daha bireysel butik tatillere eğilimlerinin artacağı öngörülmektedir. Bu durumun turistin ortalama harcamasını artırarak turizm gelirini artırıcı etkisi olabilir.
 7. Her şey dahil paket tur sistemlerinin sosyal mesafeyi koruma riskinden dolayı fazla tercih edilmeyeceği böylelikle her şey dahil paket tur sisteminin turizm sektöründe ortaya çıkardığı ucuza konaklama, otel dışı hiçbir harcamanın yapılmaması gibi nedenlerle oluşan düşük turizm gelirinin (Kalkınma Bakanlığı, 2018: 47) uzun vadede ortadan kalkacağı öngörülebilmektedir.
 8. Sektörde arz fazlası nedeni ile ortalamanın altında gerçekleştiği düşünülen turist başına düşen gelir 600-850 USD aralığında bulunmaktadır. Nicelik yerine nitelik hedeflerine yönelerek, hacim ile kalite arasındaki dengenin tekrar düzenlenmesi için yaşanan bu süreç fırsat olarak görülmektedir (Çetin ve Göktepe, 2020: 94).
 9. Kalabalıklardan uzak durma isteği daha az insanın olduğu kırsal yerlere olan talebi artırması beklenilmektedir (Arslan ve Kendir, 2020: 3673). Page ve Getz'e (1997: 13) göre kırsal turizme katılan turistlerin; eğitim ve gelir seviyeleri yüksek, çevreye duyarlı ve tatil harcamaları kitle turizmi harcamalarına göre daha fazla olmaktadır. Yüzölçümünün %67'si kırsal alandan oluşan Türkiye için bu durum rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Ayrıca turizm talebinin yoğun olarak gerçekleştiği Ege ve Güney sahillerinin aynı zamanda kırsal alanlara da sahip olması büyük bir avantaj olarak görülebilir (Özçoban, 2020:863).
 10. Ulusal turizmdeki hareketlenmenin uluslararası turizme göre daha hızlı olacağı öngörülmektedir (Bora, 2020:812). Yasakların esnetilmesi akabinde ilk olarak iç turizm hareketliliğinde bir artış beklenmektedir. Özellikle gelirleri ekonomik duruma göre karşılaştırmalı olarak sabit kalan kamu görevlileri ve emeklilerin, güvenli bir ortam sağlanması durumunda hızla tatil talebinde bulunacakları düşünülmektedir (Çetin ve Göktepe, 2020: 93).
 11. Kamp, karavan, mevsimlik konut kiralama, yat kiralama gibi normal süreçlerde çok fazla tercih edilmeyen tatil türlerine salgın döneminde ilginin artacağı düşünülmektedir.
 12. Salgının; insanların sağlık ve çevre konusunda daha hassas olmasına, duyarlı turizm uygulamalarının daha fazla rağbet görmesine, sorumlu ve

sürdürülebilir turizm (Gössling, 2020) felsefesinin kıymetinin anlaşılmasına yol açacağı beklenmektedir.

13. Bundan sonraki süreçte turistler konaklama tercihlerinde hijyen ve güvene önem verecekleri için, konaklama sektöründe bu alanda yeni adımlar atılmasını ve standartların yükseltilmesini gerekli kılacaktır.
14. Pandemi sektörde online işlemler, dijitalleşme, robot ve otomasyonun önemini arttırmıştır. Bu vb. durumlar 4.0 endüstri çağına uyumu hızlandırabilir.

Oluşabilecek riskler:

1. Home ofis çalışma şeklinin pandemi sürecinde devam etmesinin iş amaçlı seyahatleri azaltacağı beklenmektedir.
2. Uzaktan eğitim, video konferans vb. etkinliklerin bu süreçte yoğun olarak kullanılması kongre, konferans ve sempozyum gibi etkinliklerin yapılması için fiziksel ortam şartını gereksizleştirmiştir. Bu durum kongre turizmini olumsuz yönde etkileyecektir.
3. Uzun süre kapalı kalan turistik işletmelerde çalışanların ekonomik açıdan zor durumda kalacağı ve mecburen gelir elde etmek için başka sektörlere kayacakları beklenmektedir. Bu nedenle sektörde yetişmiş eleman kaybı oluşacağı öngörülmektedir (Özaltın Türker, 2020: 220)
4. Yukarıdaki neden dolayısıyla müşteri memnuniyetsizliğinin ortaya çıkması beklenmektedir (Özaltın Türker, 2020: 220)
5. Sektörde gelişecek teknolojik trendler ve değişimlerin (otomatik kapılar, temassız ödeme, önceden menü rezervasyonları, açık büfenin sonlanması) teknolojik ve yapısal işsizliği artırması beklenebilir (Özcan ve Kar, 2020: 596).
6. Virüsün orta yaş ve üçüncü yaş turizmini belli bir dönem sekteye uğratması beklenmektedir.
7. Mesafe, hijyen ve sanitasyon kurallarına uyma aşamasında kar marjları düşen işletmelerin bu açığı kapatmak için fiyatlarını arttırması nedeniyle yüksek maliyetli tatil anlayışının ortaya çıkması muhtemeldir.
8. Sosyal toplulukları kendi sahip olduğu belirli etnik grup veya kültüre göre özellikle dil, yaşayış, adet ve dine göre değerlendirip, milliyetçi duyguları harekete geçirme ihtimali turizmi negatif yönde etkileyebilir (Aydın ve Doğan, 2020: 106-108).
9. Türkiye turizminin ana pazarını oluşturan Avrupa ülkelerinin salgından çok fazla etkilenmiş olması (Çetin ve Göktepe, 2020: 93) yabancı turist sayısındaki artışın uzun vadeye yayılmasına neden olabilir.
10. Turizm gelirinde azalmanın bir müddet daha devam etmesi beklenmektedir.
11. Turizm yatırımlarında durgunluk oluşabilir.

Sonuç ve Değerlendirme

İnsan sağlığını tehdit eden Covid-19 salgını, kısa bir sürede dünya geneline yayılmış ve ülkeleri sadece sağlık alanında değil ekonomik anlamda da zora sokmuştur. Ülkeler aldıkları tedbirler ve uyguladıkları yasaklar ile hem halk sağlığını hem de ekonomilerini kurtarma çabası içerisindeyler. Covid -19 salgınından en fazla etkilenen sektörün hizmet sektörü ve alt bileşeninde turizm olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Turizm sektörünün Covid-19'dan iki farklı yolla etkileneceğini söyleyebiliriz. Bunlardan ilki seyahat sınırlaması ve karantinalar nedeniyle turizm faaliyetlerinin yapılamaması, ikincisi ise ekonomik açıdan müşkül duruma düşen bireylerin turizm faaliyetine katılamamasıdır. Her iki sebebinde turizm talebini düşüreceği aşikârdır. Türkiye'nin 2020'nin ilk 11 ayındaki toplam turist sayısı bir önceki seneye göre %72 oranında azalmıştır. Turist sayısındaki azalmanın sadece ülkemize özgü değil dünya genelinde olması, ülkemize toparlanma aşamasında bazı fırsatlar sunabilir. Bu durumu aşmanın ilk yolu iç turizm faaliyetlerini hareketlendirmektir. Bu aşamada yapılması gereken yerli turisti teşvik etmek için kampanyalar yapılması ve cazip fırsatların sunulmasıdır.

Covid-19 sonrası turistik tüketici davranışlarında bazı değişimler beklenmektedir. Yeni normal dönemde kitlesellikten uzak, doğa ile iç içe, katılımın az olduğu bireysel tatiller ön plana çıkmaktadır. Bu durum, Türkiye gibi kitle turizminin yoğun olarak yapıldığı ülkelerde bir dezavantaj olarak görülmektedir. Kitle turizmi, genellikle yaz aylarında yapılan, turistin konakladığı yer dışına hiç çıkmadığı, bölgedeki diğer turistik yerleri ziyaret etmediği, yerelden alışveriş yapmadığı dolayısıyla otel dışında hiçbir harcama yapmadığı bir tatil anlayışını kapsamaktadır. Ayrıca bu anlayış ile gelen turistin orta gelir ve altı olduğu aynı zamanda yerli turistten daha ucuza konakladığı yıllardır eleştirilmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2018: 47-48). Türkiye'nin dünya genelinde turist gelen ülkeler sıralamasında ilk on içerisinde yer alması ama turizm gelirleri listesinde ilk 10 da yer alamaması bu durumun bir işareti sayılabilir. Bu nedenlerden dolayı Türkiye turizm politikasında turizmi çeşitlendirme, alternatif turizm türlerini ortaya çıkarma ve turizmi dört mevsime yayma çabası içerisindeydir. Covid-19 salgını sonrası bu durumun kendiliğinden buraya doğru evrilmesi bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Otel yöneticilerinin yeni normalde gerçekleşmesi beklenen yeni tatil anlayışına göre kendilerini şekillendirmeleri gerekmektedir. Nitekim yapılan çalışmalarda bazı otellerin bunun farkında olduğu ve buna yönelik içinde mutfak bulunan çok odalı süit odalar, villa tarzı bağımsız yapılar vb. bazı adımlar attığı görülmektedir.

Pandemi sonrası doğa temelli alternatif turizme doğru bir eğilim olmuştur. Tarım turizmi, kırsal turizm, dağ turizmi yayla turizmi ve eko turizm gibi alternatif turizm türlerini canlandıracak bu eğilim Türkiye için bir fırsat niteliğindedir. Çünkü Türkiye coğrafi olarak geniş bir kırsal alana sahiptir. Kırsal alanların büyük çoğunluğu da kitle

turizminin yoğun olarak gerçekleştiği Ege ve Akdeniz kıyılarında yer almaktadır. Bu durum aynı zamanda o bölgedeki tesisler için de avantajdır.

Yukarıdaki bilgiler ışığında görülüyor ki Covid-19 hem kitsellikten uzaklaşıp alternatif turizm türlerine yönelme hem de turizmi dört mevsime yaymak konusunda büyük bir avantaj sunmaktadır. Bu durumun ülke ve işletmeler bazında çok iyi değerlendirilmesi ve buna yönelik turizm politikaları, tanıtım, reklam faaliyetleri ile desteklenmesi gerekmektedir. Böylelikle uzun vadede hem turist profilinde iyileşme hem de turizm gelirlerinde artış beklenebilir.

Covid-19 sonrası lehimize kullanabileceğimiz bir başka durum ise sağlık turizmidir. Salgın esnasında gelişmiş ülkeler ve Akdeniz çanağındaki turizme rakip ülkeler arasında; vaka, iyileşme, vefat sayılarından ve tedavi olanaklarından pandemi ile mücadeleyi en iyi yöneten ülke Türkiye olmuştur. Uluslararası basında da sık sık yer alan bu durum Türkiye'ye olan güveni arttırmıştır. Bu durum Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısının artırılması için bir fırsattır. Aynı zamanda bundan sonra geçişecek olan tatil anlayışında, sağlık hizmeti ile turizm hizmetini birleştirerek; medikal turizm, termal turizm, ileri yaş turizmi, bakıma muhtaç ve engelli turizmi gibi çeşitli ürünler sunmak Türkiye'nin turizmden elde edeceği geliri de arttıracaktır.

Bundan sonraki süreçte turistlerin temizlik ve hijyen konularında güveni ön planda tutacakları görülmektedir. Buna yönelik atılacak adımlar aynı zamanda kontrollü ve sağlıklı turizmi de destekleyecek, turizmin sürdürülebilirliğini arttıracaktır.

Sonuç olarak salgının etkilerini tamamen yok etmek mümkün değildir. Ancak uygulanacak bazı politikalarla en aza indirmeye çalışılabilir. Bu aşamada turizmde avantajlı olduğumuz alanlara yoğunlaşarak krizi fırsata çevirmeye çalışılmalıdır.

Kaynakça

- Abu Bakar, N. ve S. Rosbi (2020). Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, Vol-7, Issue-4, 189-193.
- Acar, Y. (2020). Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 7-21.
- Akyol, C. (2020). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Covid-19 Salgınına Yönelik Görüşleri. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (JOGHAT)* 3(1), 112-121.
- Alaeddinoğlu, F. ve Roİ, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri. *Van Yüzcüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Salgın Hastalıklar Özel Sayısı, 233-258

- Arslan E. ve Kendir H. (2020). COVID-19 Salgını Sonrası Yükselen Trend Kırsal Turizm: Zile Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3668-3683.
- Atay, L. (2020). Covid-29 Salgını ve Turizme Etkileri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(1).
- Aydın, B. ve Doğan, M. (2020). Yeni Koronavirüs (COVID-19) Pandemisinin Turistik Tüketici Davranışları ve Türkiye Turizmi Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 6 (1), 93-115.
- Bahar, O. ve Çelik İlal, N. (2020). The Economic Effects of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 125-139.
- Çakır, P. ve Barakazı M. (2020). Koronavirüs Sürecinin Turizm Sektörüne Etkisi ve Salgına Karşı Alınan Tedbirler, *Anadolu İni. Sosyal bilimler dergisi*, c:20, s:3, 313-332.
- Çetin G., ve Göktepe, S. (2020). Covid-19 Pandemisinin Turizm Endüstrisi Üzerindeki Etkileri, Editörler: D. Demirbaş, V. Bozkurt ve S. Yorgun, *Covid-19 Pandemisinin Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Etkileri*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Çınar, F. ve Özkaya B. (2020). Koronavirüs (COVID-19) Pandemisinin Medikal Turizm Faaliyetlerine Etkisi. *Sağlık ve Sosyal Refah Araştırmaları Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, 35-50.
- Desbiolles, F. H. (2020) Socialising Tourism For Social and Ecological Justice After COVID-19, *Tourism Geographies*, 22:3, 610-623.
- Düzgün, E. ve Kurt A. (2020). Covid-19 (Koronavirüs) Salgınının Turist Rehberleri Üzerindeki Etkileri: Ankara Turist Rehberleri Odası Örneği, *KSBD*, Sonbahar, Y. 12, S. 23: 18-38
- Dwyer, L., Forsyth, P., Spurr, R. ve Van Ho, T. (2006). Economic Effects of the World Tourism Crisis on Australia. *Tourism Economics*, 12(2), 171-186.
- Eugenio-Martin, J. L. ve Campos-Soria, J. A. (2014). Economic Crisis and Tourism Expenditure Cutback Decision. *Annals of Tourism Research*, 4, 53-73.
- Gössling, S., Scott D. ve Hall, M. C. (2020). Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. Erişim: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hale, T., Petherick, A., Phillips, T. ve Webster, S. (2020). Variation in Government Responses to COVID-19. *Blavatnik school of government working paper*, 31.

- Işık Erol, S. (2020). Covid-19'un Turizm Sektöründe İstihdama Etkisi: İtalya, İspanya ve Türkiye Örnekleri, *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi* Yıl: 2020, Cilt: 8, Sayı: 2, s.38-49.
- Kalkınma Bakanlığı (2018), On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023), Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.
- Kabadayı, M. ve Kardeş, N. (2020). Kovid-19'un (Koronavirüsün) Yerli Turist Davranışı ve Seyahat Eğilimlerine Etkileri, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3703-3719.
- Karadeniz, E, Beyaz F.S., Ünlübulduk, S. ve Kayhan L.E. (2020). Covid-19 Salgınının Turizm Sektörüne Etkilerinin ve Uygulanan Stratejilerin Değerlendirilmesi: Otel Yöneticileri Üzerinde Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4): 3116-3136.
- Kiper, V. O., Saraç, Ö., Çolak, O. ve Batman, O. (2020). Covid-19 Salgınıyla Oluşan Krizlerin Turizm Faaliyetleri Üzerindeki Etkilerinin Turizm Akademisyenleri Tarafından Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(43), 527-551.
- İbiş, S. (2020). Covid-19 Salgınının Seyahat Acenteleri Üzerine Etkisi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1): 85-98.
- Korkut, Y., Eken M., Zeren. F., ve Altunışık R. (2020). Covid- 19 Pandemisinin Turizm Üzerindeki Etkileri: Borsa İstanbul Turizm Endeksi Üzerine Bir İnceleme, *Gaziantep Üni. Journal Of Social Sciences*, 71-86.
- Küçükaltan, D., Tükeltürk, Ş. A. ve Çiftçi, G. (2015). *Otel İşletmelerinde Kriz Yönetimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lee, C. C. ve Chen, C. J. (2011). The Reaction of Elderly Asian Tourists to Avian Influenza and SARS. *Tourism Management*, 32(6), 1421–1422.
- Mahase, E. (2020). Coronavirus: Global Stocks of Protective Gear Aredepleted, with Demand at “100 times” Normal Level, WHO Warns. *BMJ* 2020;368:m543 doi: 10.1136/bmj.m543 (Published 10 February 2020). <https://www.bmj.com/content/bmj/368/bmj.m543.full.pdf>.
- Oran, İ. B. (2020). Covid-19'un Uluslararası Turizm Üzerinde Diğer Krizlerden Farklı Etkileri. *Turkish Studies*, 15(4), 807-826.
- Özaltın Türker, G. (2020). Covid-19 Salgını Turizm Sektörünü Nasıl Etkiler? Turizm Akademisyenleri Perspektifinden Bir Değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(2), 207-224.

- Özcan, ve Kar M. (2020). Büyük Tecrit Sonrası Turizm Sektörünün Geleceği, Editörler: Şeker, M. Özer A. ve Korkut C., *Küresel Salgının Anatomisi İnsan ve Toplumun Geleceği*, Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi.
- Özçoban, E. (2020), Koronavirüs'ün (Covid-19) Turizm Sektörü Üzerindeki Etkileri ve Türkiye'nin Kırsal Turizm Potansiyeli Üzerine Bir Analiz, *Turkish Studies*, 15(4), 853-867.
- Özdemir- Altınay, M. (2020). Covid-19 Salgını Sonrası Alınan Önlemlerle Turizm: Muhtemel Senaryolar. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7 (2), 222-238.
- Öztaş, K ve T. Karabulut (2006). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Page, S.J. and Getz, D. (1997). *The Business of Rural Tourism: International Perspectives*. UK: International Thomson Business Press.
- Papatheodorou, A., Rosselló, J., ve Xiao, H. (2010). Global Economic Crisis and Tourism: Consequences and Perspectives. *Journal of Travel Research*, 49(1), 39-45.
- Skare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020, 02 25). *Covid 19 (2019-n CoV Hastalığı) Rehberi (Bilim Kurulu Çalışması)*. T.C. Sağlık Bakanlığı Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü
- Tang, T. C. ve Wong, K. N. (2009). The SARS Epidemic and International Visitor Arrivals to Cambodia: Is the Impact Permanent or Transitory? *Tourism Economics*, 15(4), 883-890.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). *Sınır Bülteni*, Kasım 2020.
- Torales, J., O'Higgins, M., Castaldelli-Maia, J. M. ve Ventriglio, A. (2020). The outbreak of COVID-19 Corona Virus and its Impact On Global Mental Health. *International Journal of Social Psychiatry*.
- TURSAB (2020). *Son Verilerle Türkiye Turizm İstatistikleri Raporu*, Kasım 2020, Sayı:2.
- Tse, T. S. (2006). Crisis Management in Tourism. Editörler: D. Buhalis, & C. Costa, *Tourism Management Dynamics* (s. 28-38). Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Wen, J., Kozak, M., Yang, S. ve Liu, F. (2020). Covid-19: Potential Effects on Chinese Citizens Lifestyle and Travel. *Tourism Revie*.

- WHO. (2020). Coronavirus Disease (2019). (*COVID-19*) *Situation Report – 52*.
https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200312-sitrep52-Covid-19.pdf?sfvrsn=e2bfc9c0_4 .
- Yenişehirlioğlu, E. ve Sahla H. (2020). Covid 19 Pandemisinin Türkiye İç Turizmine Yansımaları: Değişen Talep Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı Yıl:19 Sayı:37, 355-368.
- Yazıcı Ayyıldız, A. (2020). Covid-19 Salgın Döneminde Otellerin Pazarlama Stratejileri: Kuşadası Örneği. *BMIJ*, (2020), 8(3): 3328-3358.
- Zheng, Y., Goh, E. ve Wen, J. (2020). The Effects of Misleading Media Reports About COVID-19 on Chinese Tourists' Mental Health: a Perspective Article. *Anatolia*, 31(2), 337-340.



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 18.02.2021; Kabul Tarihi: 22.05.2021

Elektronik Ticaret Alışverişinde Tüketicilerin Algıladığı Riskin Ölçümlenmesi: Çok Boyutlu Bir Yaklaşım¹

Dr. Öğr. Üyesi İlhami TUNCER

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İİBF, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü,
ituncer@kmu.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-6883-4461

Öz

Covid-19 salgınının etkisiyle elektronik ticaret (e-ticaret) sektörünün önemi gittikçe artmaktadır. Sektördeki gelişime paralel olarak tüketicilerin karşılaştığı riskler farklılaşmakta ve satın alım sürecinde büyük sorunlar oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı e-ticaret işlemlerinde tüketicilerin algıladığı riski ortaya koymaktır. Bu doğrultuda Konya ilindeki 230 katılımcıdan veriler elde edilmiş ve bu verilerin analizinde en küçük kareler yöntemi ile yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Bu analiz sonuçlarına göre bütün boyutlar algılanan risk ana yapısıyla ilişki iken, tüketicilerin için en fazla riski oluşturan boyutlar benzer olmayan ürün, yetersiz hizmet ve işlem başarısızlığı olmuştur. Ayrıca, araştırmanın bulguları temelinde hem araştırmacılara hem de işletme yöneticilerine öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Algılanan Risk, E-ticaret, Yapısal Eşitlik Modeli
JEL Sınıflandırması: M30, M31

Measuring the Risk Perceived by Consumers in Electronic Commerce Shopping: A Multidimensional Approach

Abstract

With the impact of the Covid-19 outbreak, the importance of the electronic commerce (e-commerce) industry is increasing. In parallel to the development in the sector, the risks faced by the consumers differ and create major problems in the purchasing process. The purpose of this study is to reveal the risk perceived by consumers in e-commerce transactions. Accordingly, data were obtained from 230 participants in Konya province and the least squares method with structural equation model were used in the analysis of these data. According to the results of this analysis, while all dimensions are related to the main structure of perceived risk, the dimensions that pose the highest risk for consumers are dissimilar product, incapable service, and transaction failure. In addition, recommendations were made to both researchers and business managers on the basis of the research findings.

Keywords: Perceived Risk, E-commerce, Structural Equation Model
JEL Classification: M30, M31

¹ Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 17.12.2020 Tarih ve 27519 Sayılı Etik Kurul onay kararı bulunmaktadır.

APA: Tuncer, İ. (2021). Elektronik Ticaret Alışverişinde Tüketicilerin Algıladığı Riskin Ölçümlenmesi: Çok Boyutlu Bir Yaklaşım. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (23), 96-111.

APA: Tuncer, İ. (2021). Measuring the Risk Perceived by Consumers in Electronic Commerce Shopping: A Multidimensional Approach. Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 12 (23), 96-111.

Giriş

İnternet, mobil cihazlar, lojistik altyapı, fiyat avantajı vb. parametrelerdeki değişim ve gelişimler tüketicilerin geleneksel ticaretten çevrimiçi ticarete geçişinde oldukça etkili olmuştur. Özellikle son dönemde covid-19 salgını ve sokağa çıkma kısıtlamalarının bu geçişi daha hızlandırdığını ifade edebiliriz. Örneğin, Türkiye’de ilk 6 aydaki toplam e-ticaret hacmi 2019’un ilk 6 ayına göre %64 artış göstermiştir. Bu oranın oldukça büyük bir değişim olduğunu ifade edebiliriz. Dolayısıyla bu gelişim ve değişimin aslında tüketici davranışlarında da önemli bir değişim yaşandığını göstermektedir. Bunlardan en hızlı değişimi yaşayan alışkanlıklarımızdan biriside satın alma davranışlarının değişimidir. Değişen ve her gün ilerleyen bu alanda tüketicilerinde kara verme sırasında yaşadıkları zorluklar artmaktadır. Bu durumların başında gelen ise tüketicinin satın alma kararı sırasında öngöremediği durumlar nedeniyle karşı karşıya kaldıkları risklerdir. Özellikle son dönemde artan e-ticarete karşı dolandırıcılık, yanlış ürün gönderimi ve kredi kartı bilgilerinin çalınması gibi eylemler tüketicileri endişelendirerek algıladığı riski artırabilmektedir. Bu durum tüketicilerin e-ticaret üzerinden alışveriş davranışlarını olumsuz etkileyebilmektedir. Dolayısıyla tüketiciler satın alma sırasında karşı karşıya kaldıkları bu riskleri sıfıra indirmeyi isterler (Roselius, 1971). Tüketicinin satın alma sırasında karşılaştığı belirsizliklere ise algılanan risk kavramı cevap bulmaktadır (Dholakia, 1997; Hussain vd., 2017; Stone ve Grønhaug, 1993). Ancak risk anlayışı kişiden kişiye değişebilen bir kavramdır (Mello ve Collins, 1998). Bu nedenle birçok çalışmada algılanan riskin boyutlarına dair farklı görüşler mevcuttur. Örneğin, literatürde Jacoby ve Kaplan (1972) *ürün performans riski, fiziksel risk, finansal risk, sosyal risk ve psikolojik risk* olarak beş boyuttan oluşan algılanan riski alt boyutlara ayırarak detaylı incelemiştir. Dahası, literatürde e-ticaret tüketicilerine yönelik yapılan risk araştırmalarında en fazla finansal, ürün performansı, psikolojik ve zaman kaybı boyutlarına odaklanıldığı tespit edilmiştir (Bashir vd., 2021). Bu tespit ne kadar tüketicilerin en fazla maruz kaldığı risk faktörlerinin bunlar olduğunu gösterse de aslında literatürde farklı boyutlara bilim insanları tarafından çok fazla odaklanılmadığına da işaret etmektedir. Ayrıca, e-ticaret sektöründeki parametrelerinde gelişim ve değişim birçok risk unsurunu beraberinde de getirebilmektedir. Ancak literatürdeki incelememizde çalışmalarda bu risk unsurlarına çok fazla odaklanılmadığını ifade edebiliriz. Dolayısıyla literatürde bu durum bir boşluk oluşturmaktadır. Literatürdeki bu boşluğu doldurmak için Bashir vd. (2021) çalışmalarında oldukça kapsamlı bir algılanan risk ölçeği geliştirmiştir. Ancak bu ölçeğin birçok araştırmada da irdelenip geçerliliğinin ve güvenilirliğinin güçlendirilmesi oldukça önemlidir. Dolayısıyla bu çalışmadaki verilerin farklı örneklem ve farklı kültür gibi faktörler nedeniyle analiz edilmesi literatüre önemli katkı sağlayacaktır.

Bu çalışma internet üzerinden alışveriş yapan müşterilerin algılanan risk algılarını farklı ve çok boyutlu bir araştırma modeliyle ölçümlemeyi amaçlamaktadır. Böylece tüketicilerin hangi boyutları daha riskli algıladığı ve hangi boyutları daha az riskli olarak algıladığı gibi sorulara cevap bulmuş olunacaktır. Bu çalışmanın

bulgularının literatüre ve uygulayıcılara önemli katkılar sunması düşünülmektedir. Araştırma modeli temelinde düşündüğümüzde, algılanan risk boyutları sektördeki güncel risk boyutlarını içermesi nedeniyle güncel risk sorunlarının çözümünde önemli ipuçları sağlayabilecektir. Bu modelin kullanıldığı çalışmalar sınırlıdır. Dolayısıyla mevcut modelin geçerliliği ve güvenilirliğinin güçlenmesine katkı sağlayabilecektir. Ayrıca taramamıza göre ulusal literatürde benzer çalışmanın olmadığı tespit edilmiştir. Bu durum ulusal literatürdeki boşluğun doldurulmasına ve zenginleşmesine de önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Algılanan Risk

"Risk", bir karar vericinin hem alternatiflerin sonuçları hem de olası sonuçların ortaya çıkma olasılıkları hakkında önceden bilgi sahibi olduğu durum olarak tanımlanabilmektedir (Dowling, 1986). Ayrıca risk, insani değer taşıyan bir şeyin tehlikede olduğu ve sonucun belirsiz olduğu bir durum veya olay olarak da ifade edilmektedir (Rosa, 2003).

Algılanan risk ise Bauer (1960) tarafından; "tüketicilerin bir ürünü satın alırken karşılaştıkları belirsizlik olarak" tanımlanarak literatüre kazandırılmıştır (Desrochers ve François Outreville, 2020; Dholakia, 1997; Hussain vd., 2017; Stone ve Grønhaug, 1993). Literatürde algılanan risk kavramının yaygınlaşması ise Cunningham (1967) 'de yaptığı çalışma ile gerçekleşmiştir. Cunningham (1967), algılanan riski, bir olayın gerçekleşmesindeki algılanan kesinlik ve olayın gerçekleşmesi durumunda ortaya çıkan sonuç olarak iki boyuttan oluşan bir durum olarak tanımlamaktadır (akt. Hawes ve Lumpkin, 1986). Diğer yandan algılanan risk terimi, bireyin kararının potansiyel olarak olumsuz sonuçlarına ilişkin öznel inancı anlamına gelir (Quintal vd., 2010; Samadi ve Yaghoob-Nejadi, 2009; Tseng ve Wang, 2016).

Literatürde yapılmış ilk çalışmalarda algılanan riskin iki temel boyutundan biri belirsizlik ya da kayıp olasılığı kavramıyla, diğeri ise zarar kavramının sonucu ya da önemi ile ilgili olduğu bulunmuştur (Mello ve Collins, 1998). Ancak ilerleyen yıllarda yapılmış çalışmalarda ise algılanan risk boyutları ile ilgili farklı görüşler mevcuttur. Bunun nedeni çalışmaların alan farklılığından kaynaklandığı düşünülmektedir. Çalışmaların bir kısmı pazarlama veya çevrimiçi satın alma niyetleri bağlamında gerçekleştirilmiş olsa da birçok çalışma insan davranışları ve psikoloji alanında yürütülmüştür. Örneğin; Roselius (1971), algılanan risk boyutlarını; zaman kaybı, tehlike kaybı, ego kaybı ve para kaybı olarak bir tüketicinin bir satın alma kararı nedeniyle karşılaşılabileceği olası kayıpları kategorize ederek açıklamıştır. Diğer yandan Jacoby ve Kaplan (1972) tüketicilerin algıladığı çeşitli risk boyutlarını ürün performans riski, fiziksel risk, finansal risk, sosyal risk ve psikolojik risk olarak tanımlamaktadır. Literatürdeki çevrimiçi alışveriş üzerine yapılan çalışmalarda algılanan risk boyutu olarak en fazla finansal risk, ürün performans riski, psikolojik risk ve zaman kaybı riski

boyutları kullanılmıştır. Ayrıca teslimat riski, sosyal risk, mahremiyet riski ve güvenlik riski boyutları ortalama düzeyde kullanılırken, bilgi ve dolandırıcılık riskinin ise algılanan risk çalışmalarında daha az yer aldığı tespit edilmiştir (Bashir vd., 2021)

Tablo 1: Algılanan Risk Boyutlarına İlişkin Tanımlar

| Terim | Tanım | Araştırmacılar |
|----------------------------|---|---|
| Fiziksel Risk | Bireyin sağlığına zararlı ürünlerin satılması durumunun oluşturduğu risktir. | Roselius, 1971; Jacoby ve Kaplan, 1972 |
| Sosyal Risk | Diğer insanların algılarının bir bireyin internet üzerinden satın alma davranışını etkileme olasılığıdır. | Jacoby ve Kaplan, 1972; Lutz ve Reilly, 1974; Prasad, 1975 |
| Psikolojik Risk | Bireyin duygusal strese maruz kalma olasılığı olarak tanımlanır. | Roselius, 1971; Jacoby ve Kaplan, 1972; Chen, 2012 |
| Finansal Risk | Çevrimiçi alışverişten kaynaklanan parasal kaybı temsil eder. | Roselius, 1971; Jacoby ve Kaplan, 1972; Prasad, 1975; Jarvenpaa ve Todd, 1996; Chen, 2012 |
| Zaman Kaybı Riski | İnternette alışveriş yaparken yaşanabilecek zaman kaybı olasılığıdır. | Roselius, 1971; Zhang vd., 2012; Chen, 2012 |
| Ürün Performans Riski | Tüketicinin satın aldığı ürünün beklediği performansı sağlaması veya sadece kısa bir süreliğine ürünün kullanılabilmesinin olasılık riskidir. | Jacoby ve Kaplan, 1972; Lutz ve Reilly, 1974; Chen, 2012 |
| Güvenlik ve Gizlilik Riski | Tüketicinin finansal işlemler sırasında kişisel bilgilerinin veya satın alma öncesi ve sonrası davranış analiz raporlarının kötü niyetli kişilere geçme riskidir. | Jarvenpaa ve Todd, 1996; Chen, 2012 |

Ekonomik (finansal) risk, tüketicinin satın alma karar sürecinin tüketicinin diğer satın alma işlemlerini etkileyebilmesi nedeniyle ekonomik bir öneme sahiptir. Dolayısıyla ekonomik risk düzeyi tüketicilerin gelir durumu ve alım gücü gibi faktörlerin durumuna göre değişkenlik gösterebilmektedir (Prasad, 1975). Psikolojik ve sosyal risk çalışmalarda çoğunlukla bütünleştirilerek tek boyut olarak ele alınmıştır. Psikolojik risk bireyin kendini nasıl algıladığına ilişkin durumları anlatırken (Jacoby ve Kaplan, 1972), sosyal risk ise tüketicinin satın alma davranışlarının başkaları tarafından ne derece etkilendiğiyle ilgili durumu açıklamaktadır (Prasad, 1975). Zaman riski tüketicinin satın almadan önce araştırma yapmak, alışveriş yapmak veya gönderilen istenmeyen ürünleri iade ya da değiştirmek zorunda kalmasından doğan zaman kaybı

nedeniyle kötü bir satın alma kararı vermesine ilişkin potansiyel zaman kaybını anlatmaktadır (Zhang vd., 2012). Bunun yanında ürün performans riskinin algılandığı bazı durumlar mevcuttur. Örneğin, gri pazar malları olarak nitelendirilen internet üzerinden alışverişlerde tüketici ürünü doğrudan üreticiden veya yetkili bayiden alamadığı için garanti aracı firma tarafından sağlanmaktadır. Dolayısıyla bu durum tüketicinin ürün performansı riskini artırabilmektedir (Chen, 2012).

Bu çalışmada yukarıda ifade edilen algılanan risk boyutlarından farklı olarak bir model oluşturulmuştur. Çünkü gelişmiş e-ticaret sektöründe var olan boyutların tüketicilerin algılanan riskini tam anlamıyla ölçtüğünü ifade edemeyiz. Bu tezi literatürde yapılan çalışmaların odaklandığı boyutları incelediğimizde gözlemleyebiliriz. Benzer boyutlar üzerine odaklanıldığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada sunulan algılanan risk yapısına ait boyutların e-ticaret sektöründe birçok risk parametresini kapsadığını ifade edebiliriz. Böylelikle müşterilerin güncel risk algılarını tam anlamıyla anlayabiliriz. Bu çalışmada yüksek fiyat, aldatma, işlem başarısızlığı, benzer olmayan ürün, yetersiz hizmet, yasadışı ürün, izolasyon, huzursuzluk, hoşnutsuzluk, satın alma öncesi ve satın alma sonrası gecikme risk boyutları kapsamında algılanan risk modeli tasarlanmıştır. Bu model Şekil 1’de sunulmuştur. Bashir vd. (2021) ifade ettiğimiz boyutları aşağıdaki gibi tanımlamıştır;

Yüksek fiyat riski: E-ticaret platformundaki satıcıların ürünlerin fiyatlarını yüksek tutması, gerekli indirimlerin yapılmaması ve ekstra kargo ücretleri gibi parametreleri kapsayan parametrelerden oluşmaktadır. Müşteri bu parametreler çerçevesinde e-ticaret alışverişlerinde ekstra para kaybı endişesi yaşamakta ve bu müşterideki risk faktörünü artırabilir.

Aldatma riski: Çevrimiçi alışveriş sanal bir sistem olması nedeniyle kredi kartı bilgileri verilerek alışveriş gerçekleştirilebilmektedir. Dolayısıyla bu durum kredi kartı bilgilerinin çalınması, gizli ücret alınması ve satış sahtekarlığına neden olabilmektedir. E-ticaret platformu üzerinden müşterilerin yaptığı alışverişte bu durum endişeyi artırmakta ve dolayısıyla risk faktörü barındırmaktadır. Bu risk kapsamı aldatma riski olarak ifade edilmektedir.

İşlem başarısızlığı riski: Bu risk türü genel olarak kişiden ve e-ticaret sitesinden kaynaklanmaktadır. Örneğin, yanlış ürün satın alımı, iade hizmetlerinin olmaması, hasarlı ürün ve ürün kaybı gibi eylemlerin oluşması işlem başarısızlığı riski kapsamına girmektedir.

Benzer olmayan ürün riski: Müşterilerin genel olarak en fazla endişe duyduğu risk boyutlarından biridir. E-ticaret platformundan sergilenen ürünün rengi, boyutu ve işlevinin müşteriye teslim edilen ürünle benzer olmama ihtimali müşteri endişelendirmekte ve risk algısı oluşturmaktadır.

Yetersiz hizmet riski: E-ticaret platformundaki satıcının satın alma öncesi ve sonrası müşterilerin isteklerini karşılayamama ile ilgili endişelerden oluşmaktadır. Özellikle sağlam bir e-ticaret altyapısı olmayışından kaynaklanmaktadır.

Yasadışı ürün riski: Müşterinin e-ticaret platformunda satılan ürünün orijinallğine karşı duyduğu endişe olarak ifade edilmektedir.

İzolasyon risk: E-ticaret sitesinden alınan ürün sonrası müşteride yaşanan duyma endişesi olarak ifade edilebilir.

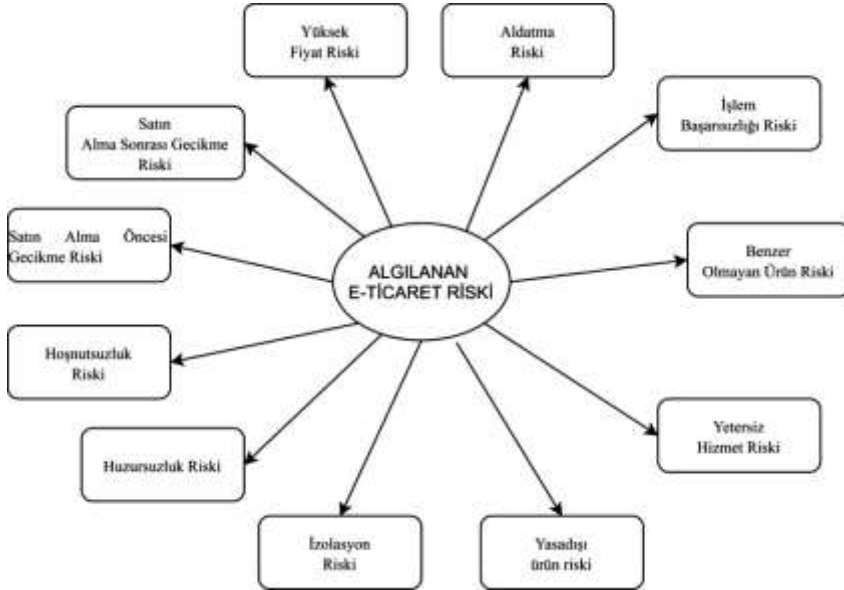
Huzursuzluk riski: Müşterinin e-ticaret alışverişinde yaşayabileceği kötü deneyim, psikolojik rahatsızlıklar ve gereksiz gerginliklerle ilgili endişelerden oluşmaktadır.

Hoşnutsuzluk riski: E-ticaret davranışıyla ilgili müşteride oluşan pişmanlık ve alışveriş hedeflerine ulaşamamanın verdiği gerginliklerin oluşturduğu durum olarak ifade edilmektedir.

Satın alma öncesi gecikme riski: Müşterinin satın alma sürecinde e-platform temelli yaşadığı aksaklıklardan dolayı e-alışveriş eyleminin çok uzun sürme endişesi olarak ifade edilmiştir.

Satın alma sonrası gecikme riski: E-alışveriş sonrası yaşanan süreçte gecikme endişesi olarak açıklanmıştır. Örneğin, ürünün kargoda kaybolması veya zamanında ulaşmamasıdır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Roselius (1971) göre tüketici algıladığı riski minimum düzeyde tutmak için dört farklı strateji izleyebilmektedir. (1) tüketici satın alma işlemlerini sektöre uğrattıkları tehditleri asgari düzeyde tutarak satın alma başarısızlığı ihtimalini azaltabilir veya eğer satın alma işlemi başarısız olmuşsa bunun kendisinde oluşturacağı hasar kaybı düzeyini en aza indirerek algılanan risk düzeyini asgari düzeyde tutabilir. (2) satın alma işlemi sonrası yaşanabilecek kayıp türlerinde değişiklik yaparak tolerans düzeyini artırabilir. (3) satın alma işlemi öteleyebilir veya (4) sorumluluk alarak tahmin edilemeyen riskleri bulunan satın alma işlemi gerçekleştirebilir. Diğer yandan “göze çarpan” tüketicilerin tavsiyeleri satın alma riskini en aza indirmek ve satın alma davranışına motive olmak için yeterli sayılabilir. Göze çarpan tüketiciler, işlevsel olmayan ihtiyaçları yüksek olan ve daha önce satın alış tecrübeli kişiler olarak tanımlanmıştır (Bhatnagar & Ghose, 2004).

Genel olarak algılanan riskin birkaç bağımsız risk çeşidinden oluştuğunu ileri sürmek yanlış olmayacaktır. Yani bazı risk unsurları artarken bazıları azalabilmektedir. Bu nedenle çoğu zaman tüketici risk (değiş-tokuş) davranışını sergileyecektir. Tüketici aldığı bu risk eyleminde kendi algısında bir denge oluşturmaktadır. Örneğin, tüketicinin estetik fayda sağlamak için satın alma davranışı gerçekleştirdiği beyazlatıcı diş macunu fiziksel riski artırırken sosyal risk azaltabilmektedir (Jacoby ve Kaplan, 1972). Dolayısıyla bu noktada tüketicinin algıladığı risk dengesi satın alma işleminde ana unsur oluşturmaktadır. İnternet üzerinden alışveriş davranışını inceleyen çalışmalarda da algılanan risk boyutlarından sosyal risk, ekonomik risk ve güvenlik risklerinin tüketiciyi satın alma davranışını yönlendirdiği bulgusuna ulaşılmıştır (Zhang vd., 2012).

Birçok durumda tüketici daha önce hedeflediği ürünle ilgili bir alışveriş deneyimi yaşamadığı için risk faktörlerini değerlendirirken nesnel bir yaklaşım sergileyebilmesi oldukça zordur. Bu durum tüketicinin satın alma motivasyonunun da satıcı ile ilgili öznel değerlendirmelerin belirleyici olduğu ifade edilebilir (Mello ve Collins, 1998). Dolayısıyla marka sadakati, satıcı güveni, tazminat garantisi ve iade koşulları gibi faktörler tüketicinin riskleri sıfıra indirme çabası ve kayıp yaşamayı önleme gibi eylemlerine katkı sağlayarak tüketicinin satın alma ile ilgili öznel yaklaşımlarını pozitif yönde etkileyecektir (Lutz ve Reilly, 1974; Roselius, 1971). Bu noktadan hareketle, satıcıların iade politikası gibi risk algısını azaltıcı pazarlama iletişim faaliyetleri yürütmesi tüketicilerin satın alma karar süreçlerine önemli katkı sağlayabilmektedir. Dahası, satıcının ürün riski algısı yüksek müşterilere yönelik tüketicilerin deneyim sağlayabileceği showroom gibi ortamlar oluşturması tüketicilerin güvenini artırabilmektedir (Bhatnagar ve Ghose, 2004).

2. Metodoloji

Bu çalışmada elektronik ticaret yoluyla yapılan alışverişlerde tüketicilerin algıladığı risklerin çok boyutlu bir değişken temelinde ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amacı gerçekleştirmek için literatürde daha önce kullanılmış ve güvenilirliği sağlanmış ölçeklerden yararlanılmıştır. Tüketicilerin algıladıkları riski ölçmek için Bashir vd.

(2021) geliştirdiği çok boyutlu ölçekten yararlanılmıştır. Ölçekte cevaplar 5’li likert tipi derecelendirme olarak uygulanmıştır (1: Kesinlikle katılmıyorum,.....,5: Kesinlikle katılmıyorum). Bu çalışmanın evrenini Türkiye’deki 18 yaş üstü e-ticaret kullanıcıları oluşturmaktadır. Ancak ulaşılabilir evren olarak Konya ili tercih edilmiştir. İlk olarak pilot çalışma ile yüz geçerlilik testi yapılmış ve veriler analiz edilmiştir. Veriler Aralık 2020 – Ocak 2021 tarihleri arasında anket yöntemi kullanılarak elde edilmiştir. Ayrıca, anket uygulanmadan önce Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulunun 17.12.2020 tarih ve 27519 sayılı etik kurul onayı alınmıştır. Anket sosyal medya araçları ile paylaşılarak internet üzerinden uygulanmıştır. Örneklem metodu olarak kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Uygulanan anket neticesinde 245 katılımcıya ulaşılmıştır. Bazı soruların bilinçli olarak cevaplanmadığı tespit edilmesi nedeniyle veriden çıkartılmıştır. Analiz için kullanılabilir veri 230 olarak geerleştirmiştir. Evren net olarak bilinmemesi nedeniyle bir eşik değer bulunmamaktadır. Ancak bu çalışmada verilerin analizinde en küçük kareler yöntemi ile yapısal eşitlik modeli uygulanması nedeniyle elde edilen sayının yeterli olduğunu ifade edebilir. nkn bu yöntem ile küçük örneklemeler ile de verimli sonuçlar alınabilmektedir (Ali vd., 2018). Literatürde daha önce yapılmış alışmalar (Lal, 2017; Naranjo-Zolotov vd., 2021; Ng, 2013) bu durumu destekler niteliktedir.

Yukarıda da ifade ettiğimiz üzere bu çalışmada verilerin analizinde en küçük kareler yöntemi ile yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Bu analiz yönteminin birçok avantajı bulunması bu yöntemin kullanılmasında belirleyici olmuştur. Kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi (PLS-SEM), kovaryans temelli yapısal eşitlik modellemesine kıyasla ölçüm modeli (rekleftif ve formatif), örneklem büyüklüğü ve artık dağılımlar açısından minimum talepte bulunması nedeniyle araştırma modelini incelemek için en uygun teknik olarak görülmüştür (Sarstedt ve Cheah, 2019). Ayrıca, PLS-SEM karmaşık modelleri değerlendirmede en iyi performansı gösterdiği tespit edilmiştir (Sarstedt vd., 2019). Bu çalışmada yapılar arası bir ilişki incelenmediği için sadece doğrulayıcı faktör analizi uygulanacaktır. Diğer bir deyişle, ölçüm modeline ilişkin değerler analize dahil edilecektir.

3. Bulgular

3.1. Tanımlayıcı İstatistik Bulguları

Araştırma leğindeki ifadeler ve her bir ifadeye verilen ortalama değerler Tablo 2’de sunulmuştur. Her bir ifadeye ilişkin ortalama değerler ise 2.4 ile 4.0 aralığında değişmektedir. Katılımcıların % 45’i kadın ve % 55’i erkeklerden oluşmaktadır. Yaş temelinde katılımcıların % 25’i 18-20 yaş, % 37’si 25-34 yaş, % 23’ 35-44 yaş, % 9’u 45-54 yaş ve % 6’sı 55-64 yaş aralığında bulunmaktadır. Diğer taraftan katılımcılardan hangi sıklıkla alışveriş yaptığı bilgisi istenmiştir. Katılımcıların yaklaşık %40’ı ayda en az bir kez alışveriş, yaklaşık % 9’u haftada en az bir kez alışveriş, yaklaşık % 21’i üç

ayda en az bir kez alışveriş, yaklaşık % 11'i altı ayda en az bir kez alışveriş ve yaklaşık % 19'u altı ayda en fazla bir kez alışveriş yaptığını ifade etmiştir.

Tablo 2: Algılanan Risk Ölçeği, Ortalama ve Faktör Yükü Değerleri

| Boyutlar | İfadeler | F | O |
|----------------------------------|--|------|-----|
| Yüksek Fiyat Riski | İnternette alışveriş yaparken satıcıların yüksek satış fiyatı belirlemesi nedeniyle ürünü pahalı almış olabilirim. | 0,78 | 3,0 |
| | İnternette alışveriş yaparken satıcının sunduğu düşük oranlı indirimler nedeniyle ürünü pahalı almış olabilirim. | 0,79 | 3,1 |
| | İnternette alışveriş yaparken, üçüncü ödeme taraflarının talep ettiği yüksek işlem ücreti nedeniyle fazla ücret ödemiş olabilirim. | 0,75 | 2,6 |
| Aldatma Riski | İnternette alışveriş yaparken kargo firmasının talep ettiği yüksek kargo ücreti nedeniyle fazla ücret ödemiş olabilirim. | 0,67 | 3,0 |
| | İnternette alışveriş yaparken satıcı kredi kartı numaramı çalabilir. | 0,83 | 3,5 |
| | İnternette alışveriş yaparken satıcı benden gizli bir ücret alabilir. | 0,75 | 2,6 |
| İşlem Başarısızlığı Riski | İnternette alışveriş yaparken satıcı sahtekarlık yapabilir. | 0,73 | 3,6 |
| | İnternette aldığım ürün kargoda kaybolabilir. | 0,75 | 3,2 |
| | İnternet alışverişinde kargoda zarar görmüş bir ürün teslim aldığım olmuştur. | 0,64 | 3,4 |
| | İnternette alışveriş yaparken yanlış bir ürün alabilirim. | 0,63 | 3,1 |
| Benzer Olmayan Ürün Riski | İnternette alışverişimde ödeme iadesi durumunda paramı geri alamayabilirim. | 0,77 | 3,3 |
| | İnternette satın alınan ürünün görünümü, gösterilen resimden farklı olabilir. | 0,85 | 4,0 |
| | İnternet mağazasından satın alınan ürünün boyutu, reklamlarda gördüğümde farklı olabilir. | 0,81 | 4,0 |
| | İnternette mağazasından satın alınan ürünün rengi reklamı verileden farklı olabilir. | 0,86 | 3,9 |
| Yetersiz Hizmet Riski | İnternette satın alınan ürünün işlevi, reklamlarda gördüğümde farklı olabilir. | 0,80 | 3,8 |
| | İnternette satın aldığım ürün, satın alırken rahatlığımı hissedemediğim için beni tatmin etmeyebilir. | 0,80 | 3,7 |
| | İnternette satın aldığım ürün, satın alırken dokunamadığım için beni tatmin etmeyebilir. | 0,75 | 3,8 |
| Yasadışı ürün riski | İnternette satın alınan ürün, satıcı ürünü rahatlıkla iade etmeme izin vermeyebileceği için beni tatmin etmeyebilir. | 0,87 | 3,5 |
| | İnternette mağazasından satın alınan ürünün kalitesi, satıcının reklamını yaptığından daha düşük olabilir. | 0,86 | 3,9 |
| | İnternet mağazasından satın aldığım ürün sahte bir marka olabilir. (ör. orijinal marka olduğu iddia edilirken bir kopya satılır vb.). | 0,90 | 3,9 |
| İzolasyon Riski | İnternet mağazasından satın aldığım ürün hakkında yapılan yorumlar belirli bir internet satıcısı ile ilgili gerçeği yansıtmayabilir | 0,80 | 3,6 |
| | İnternet mağazasından satın aldığım ürün sosyal imajıma uymayabilir. | 0,87 | 3,1 |
| | İnternet mağazasından satın aldığım ürün, ailemin ve arkadaşlarımla önünde beni utandırabilir. | 0,70 | 2,5 |
| Huzursuzluk Riski | İnternette alışveriş yaparken kişisel verilerimin çalınması beni utandırabilir. | 0,83 | 3,4 |
| | Geçmişte internet alışveriş deneyimim hoş olmayan şekilde sonuçlandı. (örneğin, sahte web sitesinden anlaşma yapmaktan veya sahte uygulama kullanmaktan dolayı). | 0,64 | 2,5 |
| | İnternette satın alma işlemi gerçekleştirirken (ör. Kimlik avı dolandırıcılığı nedeniyle) psikolojik olarak rahatsız oluyorum. | 0,83 | 3,1 |
| | İnternette bir satın alma işlemi gerçekleştirirken (örneğin, özel kötü | 0,84 | 3,1 |

| | | | |
|---|--|------|-----|
| | amaçlı yazılımlar nedeniyle) gereksiz gerginlik hissediyorum. | | |
| | İnternette satın aldığım bir ürün ödemesi gerçekleştirirken ruhsal olarak huzursuz olurum. (ör. Depresyon, hastalık vb.) | 0.77 | 2,4 |
| Hoşnutsuzluk Riski | İnternette alışveriş yaparken, ürünün özelliğine ilişkin taleplerimin reddedilmesi internet mağazasından memnun olmamama neden olur. | 0.70 | 3,7 |
| | İnternette alışveriş yaparken, kalitesi düşük bir ürün satan mağazadan alışveriş yapmaktan memnun olmam. | 0.63 | 4,1 |
| | Satın alma hedeflerime ulaşamamanın verdiği rahatsızlık, internette alışveriş memnuniyetsizliğimi artırır. | 0.81 | 3,9 |
| Satın Alma | Uygun alışveriş sitesi aramak zamanımın boşa harcanmasına neden olabilir. | 0.88 | 3,5 |
| Öncesi Gecikme Riski | İnternet satışı yapanlarla iletişim kurmaya çalışmak zamanımın boşa harcanmasına neden olabilir. | 0.90 | 3,4 |
| | İnternet mağazasının ödeme prosedürleri zamanımın boşa harcanmasına neden olabilir. | 0.77 | 2,9 |
| | İnternette alışveriş yaparken, sistem dalgalanmaları (örneğin yavaş internet) zamanımı boşa harcayabilir. | 0.79 | 3,4 |
| Satın Alma Sonrası Gecikme Riski | İnternet mağazasından satın alınan ürün zamanında teslim edilmeyebilir. | 0.68 | 3,9 |
| | İnternet mağazasının iade prosedürü zamanımın boşa harcanmasına neden olabilir. | 0.81 | 3,8 |
| | İnternet mağazasının sipariş iptal prosedürü zamanımın boşa harcanmasına neden olabilir. | 0.88 | 3,6 |

3.2. Ölçüm Modeli

Bu aşamada bu çalışmada kullanılan ölçeğin kısmi en küçük kareler yapısal eşitlik modellemesi ile güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiştir. Ölçeğin güvenilirliği ile ilgili cronbach α (CA), Dijkstra-Henseler'in rho (ρ_A) ve bileşik güvenilirlik (CR) değerleri kontrol edilerek doğrulanmaktadır. Bu değerlerin her biri 0.70 üzerinde olması gerekmektedir (Hair vd., 2019) Tablo 3'deki değerler incelendiğinde her bir boyuta ilişkin CA, ρ_A ve CR değerlerinin eşik değer üzerinde olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla ölçeğin güvenilirliği sağlanmıştır. Ölçek güvenilirliği sağlandıktan sonra modele ilişkin yakınsama geçerliliği test edilmiştir. Bu test için açıklanan ortalama varyans (AVE) ve faktör yükü değerleri incelenmiştir. Bu değerlerin 0.5 üzerinde olması gerekmektedir (Bagozzi vd., 1991; Fornell ve Larcker, 1981). Tablo 2'deki bu değerler incelendiğinde ise her bir faktörün değeri ve AVE değerlerinin (Tablo 3) referans değer üzerinde olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla araştırma modelinin yakınsak geçerliliği sağlanmıştır. Son olarak ise ayrışma geçerliliği test edilmiştir. Bu test için ise araştırmada heterotrait-monotrait (HTMT) korelasyon oranı ve Fornell-Larcker kriteri kullanılmıştır. HTMT'ye göre her bir heterotrait-monotrait korelasyonları arasındaki oranın değeri 0.90'ın altında değer alması gerekmektedir (Henseler vd., 2015). Fornell-Larcker kriterinde ise her bir AVE'nin karekökünün değişkenler arası korelasyon değerlerinden düşük olması gerekmektedir. Tablo 3'teki HTMT ve Fornell-Larcker kriterleri değerlendirdiğinde araştırma modelimizin ayrışma geçerliliğinin sağlandığı anlaşılmaktadır.

Tablo 3: Güvenirlilik ve Geçerlilik Değerleri

| Boyut | AR | BO | HR | HUR | SSG | SOG | YU | YH | YK | ISR | IZO |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Fornell-Larcker kriteri | | | | | | | | | | | |
| AR | 0,77 | | | | | | | | | | |
| BO | 0,61 | 0,83 | | | | | | | | | |
| HR | 0,22 | 0,36 | 0,71 | | | | | | | | |
| HUR | 0,46 | 0,42 | 0,35 | 0,77 | | | | | | | |
| SSG | 0,35 | 0,52 | 0,44 | 0,45 | 0,79 | | | | | | |
| SOG | 0,36 | 0,37 | 0,41 | 0,58 | 0,56 | 0,84 | | | | | |
| YU | 0,59 | 0,76 | 0,35 | 0,36 | 0,57 | 0,47 | 0,85 | | | | |
| YH | 0,49 | 0,69 | 0,42 | 0,54 | 0,63 | 0,58 | 0,64 | 0,81 | | | |
| YK | 0,62 | 0,42 | 0,17 | 0,37 | 0,35 | 0,41 | 0,44 | 0,38 | 0,75 | | |
| ISR | 0,65 | 0,73 | 0,36 | 0,37 | 0,45 | 0,44 | 0,67 | 0,59 | 0,44 | 0,71 | |
| IZO | 0,60 | 0,49 | 0,26 | 0,64 | 0,45 | 0,60 | 0,53 | 0,57 | 0,43 | 0,47 | 0,80 |
| HTMT Değerleri | | | | | | | | | | | |
| AR | | | | | | | | | | | |
| BO | 0,82 | | | | | | | | | | |
| HR | 0,39 | 0,54 | | | | | | | | | |
| HUR | 0,64 | 0,50 | 0,54 | | | | | | | | |
| SSG | 0,52 | 0,68 | 0,75 | 0,59 | | | | | | | |
| SOG | 0,48 | 0,43 | 0,62 | 0,70 | 0,73 | | | | | | |
| YU | 0,81 | 0,90 | 0,56 | 0,43 | 0,76 | 0,56 | | | | | |
| YH | 0,69 | 0,87 | 0,68 | 0,72 | 0,87 | 0,74 | 0,81 | | | | |
| YK | 0,88 | 0,52 | 0,32 | 0,50 | 0,49 | 0,51 | 0,57 | 0,51 | | | |
| ISR | 0,87 | 0,86 | 0,61 | 0,52 | 0,66 | 0,57 | 0,89 | 0,82 | 0,62 | | |
| IZO | 0,85 | 0,61 | 0,49 | 0,85 | 0,63 | 0,73 | 0,66 | 0,76 | 0,57 | 0,66 | |
| CA | 0,66 | 0,85 | 0,52 | 0,78 | 0,71 | 0,86 | 0,82 | 0,74 | 0,75 | 0,67 | 0,74 |
| CR | 0,67 | 0,86 | 0,54 | 0,81 | 0,72 | 0,87 | 0,83 | 0,76 | 0,75 | 0,69 | 0,77 |
| ρA | 0,82 | 0,90 | 0,76 | 0,86 | 0,84 | 0,91 | 0,89 | 0,85 | 0,84 | 0,80 | 0,85 |
| AVE | 0,60 | 0,69 | 0,51 | 0,61 | 0,64 | 0,71 | 0,74 | 0,66 | 0,57 | 0,51 | 0,65 |

Not: AR= Aldatma Riski, BO= Benzer Olmayan Ürün Riski, HR= Hoşnutsuzluk Riski, HUR= Huzursuzluk Riski, SSG= Satın Alma Sonrası Gecikme Riski, SOG= Satın Alma Öncesi Gecikme Riski, YU= Yasadışı ürün riski, YH= Yetersiz Hizmet Riski, YK= Yüksek Fiyat Riski, ISR= İşlem Başarısızlığı Riski, IZO= İzolasyon Riski

Ayrıca bu bölümde algılanan risk yapısı ile boyutları arasındaki ilişkiyi test etmek için ikinci düzey doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu değerler ilişkin beta (β), t-değerleri ve P-değerleri Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4: İkinci Düzey Doğrulayıcı Faktör Analizi

| Boyut ve yapı arası ilişki | (β) | T-değeri | P-değeri |
|--|-------------|----------|----------|
| Aldatma Riski -> algılanan risk | 0,104 | 9,141 | 0,000 |
| Benzer Olmayan Ürün Riski -> algılanan risk | 0,173 | 13,888 | 0,000 |
| Hoşnutsuzluk Riski -> algılanan risk | 0,062 | 4,196 | 0,000 |
| Huzursuzluk Riski -> algılanan risk | 0,129 | 9,621 | 0,000 |
| Satın Alma Sonrası Zaman Gecikme Riski -> algılanan risk | 0,106 | 9,875 | 0,000 |
| Satın Alma Öncesi Gecikme Riski -> algılanan risk | 0,158 | 11,651 | 0,000 |
| Yasadışı Ürün Riski -> algılanan risk | 0,139 | 12,652 | 0,000 |
| Yetersiz Hizmet Riski -> algılanan risk | 0,127 | 13,203 | 0,000 |
| Yüksek Fiyat -> algılanan risk | 0,110 | 7,263 | 0,000 |
| İşlem Başarısızlığı riski -> algılanan risk | 0,123 | 12,815 | 0,000 |
| İzolasyon Riski -> algılanan risk | 0,115 | 10,896 | 0,000 |

Tablo 4'deki değerleri incelediğimizde her bir alt boyutun ana yapı olan algılanan risk yapısı ile ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Algılanan risk üzerinde en fazla etkili olan boyutlar benzer olmayan ürün riski, yetersiz hizmet riski ve işlem başarısızlığı riskidir. Daha az etkili olan boyutlar ise hoşnutsuzluk riski, yüksek fiyat riski ve aldatma riskidir.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada e-ticaret tüketicilerinin algıladığı risklerin çok boyutlu bir yapıyla ölçülmesi amaçlanmıştır. Literatürde özellikle e-ticaretin çoğu sürecini kapsayan çok boyutlu risk ölçeğinin eksikliği dikkat çekmektedir. Literatürdeki bu boşluğa katkı sunan çalışmaların varlığı oldukça sınırlıdır. Dolayısıyla çalışmanın bulguları literatürdeki bu boşluğa oldukça önemli katkılar sunmaktadır.

Bu çalışmanın bulgularına göre tüketicilerin algıladığı riski en fazla etkileyen boyutların benzer olmayan ürün riski, yetersiz hizmet riski ve işlem başarısızlığı riskidir. Bu müşterilerin e-ticaret alışverişlerinde orijinal ürün tedirginliği ve satın alma sürecinde kaliteli hizmet almadıklarını göstermektedir. Katılımcıların bu boyutların ifadelerine verdiği cevapların ortalama değerleri de bu durumu destekler niteliktedir. Diğer taraftan, müşteriler genel olarak yüksek fiyat riskine karşı risk düzeyi daha düşüktür. Bu durum e-ticaretin avantajından kaynaklanabilir. Çünkü e-ticaret sitelerinin en büyük avantajı aynı ürünün fiyatlarını karşılaştırabilme imkanı sunmaktadır. Fiziksel mağazalarda yüksek fiyat riski daha fazla ön plana çıkabilmektedir. Çünkü karşılaştırma imkanı biraz kısıtlıdır. Benzer şekilde aldatma riski de müşterilere tarafından daha az riskli olarak algılanmıştır. Bu müşterilerin platformlara olan güvenini göstermektedir. Geçmişe göre günümüzde dijital platformlarının bu algıda etkisi olabilir. Günümüzde

birçok markalaşmış e-ticaret platformları ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla bu gelişmeler müşterilerin risk algısının azaltılmasında etkili olmuş olabilir. Hoşnutsuz riskinin müşteriler tarafından düşük riskli olması da benzer sebeplere dayanmaktadır. Çünkü gelişen e-ticaret pazarıyla rekabet üst düzeye çıktı ve birçok platform kaliteli ürünler ve hizmetler sunarak rekabet sağlamaktadır.

Bu çalışmanın bulguları literatüre birtakım katkılar sunmaktadır. İlk olarak, literatür incelendiğinde birçok çalışmanın kısıtlı boyutlar çerçevesinde temel e-ticaret risk boyutlarına değindiği gözlemlenmiştir. Bu çalışmada birçok risk boyutunu dikkate alarak bir model oluşturmuş ve e-ticaret riskinin uçtan uca değerlendirilmesine katkı sunmuştur. İkinci olarak, daha önce benzer bir model kullanılmasına rağmen hangi boyutun algılanan risk üzerinde ne kadar etkin olduğuna değinilmemiştir. Bu çalışmada her bir algılanan risk boyutunun ana değişken üzerinde etkinliği analiz edilmiştir. Son olarak ise bu çalışma ile mevcut ölçeğin bulguları güçlendirilerek daha fazla geçerlilik ve güvenilirliğinin olmasına katkı sunmuştur.

Bu çalışmanın bulguları uygulayıcılara ve yöneticilere bir takım öneriler sunmaktadır. Bu çalışmanın bulgularına göre müşteriler tarafından en fazla riskli algılanan boyutlar benzer olmayan ürün, yetersiz hizmet ve işlem başarısızlığıdır. Dolayısıyla işletmeler görseldeki ürün ile müşterinin elde ettiği ürünün aynı algılanması için çeşitli teknolojilerden yararlanması bu riski azaltabilir. Örneğin, ürünle ilgili video içeriklerin paylaşılması bu riski azaltacaktır. Çünkü video içeriğindeki ürün fotoğraftaki ürüne göre daha fazla gerçeği yansıtabilir. Diğer taraftan, e-ticaret işletmelerinin aldatıcı içerikler sunması da bu risk artırabilmektedir. Bu kısa vadede karlı bir eylem olarak gözüke de orta ve uzun vadede müşteri kaybına neden olabilmektedir. Bu araştırmanın bulgularına göre yetersiz hizmet sunumu da müşterinin algıladığı riski artırabilmektedir. Dolayısıyla e-ticaret işlemlerinin bilişim teknolojileri altyapısını artırması ve uçtan uca yüksek müşteri denemeyi sağlaması bu riskin düşürülmesine katkı sunacaktır. Uygulamaya baktığımızda bu önerilerin kısmen uygulandığını ifade edebiliriz. Diğer bir bulgu ise işlem başarısızlığı algılanan riski artırmaktadır. Dolayısıyla satın alma sürecinden önce başlayıp satın alma sonrasındaki sürece kadar olan müşteri yolculuğu takip edilerek gerekli yerlerde müşteriyle iletişim sağlanmalıdır. Eğer işlem başarısızlığı riski minimum düzeye indirilmez ise oldukça önemli düzeyde bir müşteri kaybına neden olabilecektir. Sonuç olarak, risk sektörüne göre birçok risk parametresini içinde barındırmaktadır. Eğer e-ticaret işletmeleri müşterilerin alışveriş yapmasını istiyorlarsa ise risk düzeyini minimum düzeyde tutmaları büyük fayda sağlayacaktır. Bu çalışma ve önceki çalışmalar bu tezi destekleyecek önemli kanıtlar sunmaktadır.

Bu çalışmalarda bir takım kısıtlar bulunmaktadır. Bu çalışmada sadece algılanan risk ölçeği test edilmiştir. Dolayısıyla bu riskin sonuçları ile ilgili çalışmada herhangi bir amaç güdülmemiştir. Gelecek çalışmalarda algılanan riskin öncülleri ve sonuçları olabilecek değişkenler dahil edilerek pozitif ve negatif ilişkiler irdelenebilir. Bu çalışmada sektör fark etmeksizin e-ticaret deneyimi yaşamış müşteriler katılımcı olmuştur. Gelecek çalışmalarda sektör bazında irdelenerek sektörlere özgü bulguların

elde edilebilir. Bu ölçeğin güvenilirliği ve geçerliliği konusunda yapılan çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Gelecek çalışmalarda farklı örneklem kitleleriyle çalışmalar yapılması geçerliliğe ve güvenilirliğe katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

- Ali, F., Kim, W. G., Li, J. (Justin), & Cobanoglu, C. (2018). A comparative study of covariance and partial least squares based structural equation modelling in hospitality and tourism research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 416–435. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2016-0409>
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Phillips, L. W. (1991). Assessing Construct Validity in Organizational Research. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 421–458. <https://doi.org/10.2307/2393203>
- Bashir, S., Khwaja, M. G., Mahmood, A., Turi, J. A., & Latif, K. F. (2021). Refining e-shoppers' perceived risks: Development and validation of new measurement scale. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102285.
- Bauer, R. A. (1960). Consumer behavior as risk taking. İçinde R. S. Hancock (Ed.), *Dynamic Marketing for a Changing World* (ss. 389–398). American Marketing Association.
- Bhatnagar, A., & Ghose, S. (2004). Segmenting consumers based on the benefits and risks of Internet shopping. *Journal of Business Research*, 57(12), 1352–1360.
- Chen, C. (2012). *PRIS: A multiple-item scale for measuring perceived risk of internet shopping*. Purdue University.
- Desrochers, J., & François Outreville, J. (2020). Perceived risk and insurance decision taking for small losses. *Journal of Risk Research*, 23(4), 447–460.
- Dholakia, U. M. (1997). An Investigation of the Relationship Between Perceived Risk and Product Involvement. *Advances in Consumer Research*, 24(1), 159–167.
- Dowling, G. R. (1986). Perceived risk: the concept and its measurement. *Psychology & Marketing*, 3(3), 193–210.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.

- Hawes, J. M., & Lumpkin, J. R. (1986). Perceived risk and the selection of a retail patronage mode. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 14(4), 37–42.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115–135.
- Hussain, S., Ahmed, W., Jafar, R. M. S., Rabnawaz, A., & Jianzhou, Y. (2017). eWOM source credibility, perceived risk and food product customer's information adoption. *Computers in Human Behavior*, 66, 96–102.
- Jacoby, J., & Kaplan, L. B. (1972). The Components of Perceived Risk. *ACR Special Volumes*, 382–393.
- Lal, P. (2017). Analyzing determinants influencing an individual's intention to use social commerce website. *Future Business Journal*, 3(1), 70–85.
- Lutz, R. J., & Reilly, P. J. (1974). An exploration of the effects of perceived social and performance risk on consumer information acquisition. *ACR North American Advances*, 1, 393–405.
- Mello, S. C. B., & Collins, M. (1998). Risk Perception And Industrial Buyer Differences. *Encontro Nacional da ANPAD*.
- Naranjo-Zolotov, M., Turel, O., Oliveira, T., & Lascano, J. E. (2021). Drivers of online social media addiction in the context of public unrest: A sense of virtual community perspective. *Computers in Human Behavior*, 106784.
- Ng, C. S.-P. (2013). Intention to purchase on social commerce websites across cultures: A cross-regional study. *Information & Management*, 50(8), 609–620. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.im.2013.08.002>
- Prasad, V. K. (1975). Socioeconomic product risk and patronage preferences of retail shoppers. *Journal of Marketing*, 39(3), 42–47.
- Quintal, V. A., Lee, J. A., & Soutar, G. N. (2010). Tourists' information search: the differential impact of risk and uncertainty avoidance. *International Journal of Tourism Research*, 12(4), 321–333.
- Rosa, E. A. (2003). The logical structure of the social amplification of risk framework (SARF): Metatheoretical foundations and policy implications. *The social amplification of risk*, 47, 47–49.
- Roselius, T. (1971). Consumer rankings of risk reduction methods. *Journal of marketing*, 35(1), 56–61.
- Samadi, M., & Yaghoob-Nejadi, A. (2009). A survey of the effect of consumers'

- perceived risk on purchase intention in e-shopping. *Business Intelligence Journal*, 2(2), 261–275.
- Sarstedt, M., & Cheah, J.-H. (2019). Partial least squares structural equation modeling using SmartPLS: a software review. *Journal of Marketing Analytics*, 7(3), 196–202. <https://doi.org/10.1057/s41270-019-00058-3>
- Sarstedt, M., Hair, J. F., Cheah, J.-H., Becker, J.-M., & Ringle, C. M. (2019). How to specify, estimate, and validate higher-order constructs in PLS-SEM. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 27(3), 197–211. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2019.05.003>
- Stone, R. N., & Grønhaug, K. (1993). Perceived risk: Further considerations for the marketing discipline. *European Journal of marketing*, 27(3), 39–50.
- Tseng, S.-Y., & Wang, C.-N. (2016). Perceived risk influence on dual-route information adoption processes on travel websites. *Journal of Business Research*, 69(6), 2289–2296. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.044>
- Zhang, L., Tan, W., Xu, Y., & Tan, G. (2012). Dimensions of perceived risk and their influence on consumers' purchasing behavior in the overall process of B2C. *Çinde Engineering education and management* (ss. 1–10). Springer.



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 03.03.2021; Kabul Tarihi: 22.05.2021

Eğitim Harcamalarının Finansal Gelişim Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: OECD Ülkeleri Örneği

Burçak ALTIN

Yüksek Lisans Öğrencisi, Yalova Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası
Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı,

brckaltin@gmail.com, Orcid ID: 0000-0002-8230-570X

Hadir UKALO

Yüksek Lisans Öğrencisi, Yalova Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Uluslararası
Ticaret ve Finansman Anabilim Dalı,

hadirukalo@gmail.com, Orcid ID: 0000-0002-2547-1103

Doç. Dr. Feyyaz ZEREN

Sorumlu Yazar, Yalova Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve
Finansman Bölümü,

feyyaz.zeren@yalova.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-0024-3518

Öz

Bilgi ve edinimleri sağlayan eğitim, sosyal anlamda toplumda büyük rol oynadığından dolayı kamu hizmetleri arasında en önemli harcama kalemlerinden birisidir. Gelişmiş ülkelerde eğitimin bütçedeki miktarı ve bakış açısı diğer ülkelere göre önde olmuştur. Sosyal, ekonomik, yönetsel ve kültürel gelişimi sağlamak için büyük etken olan eğitime önemli yatırımlar ve harcamalar yapmak gerekmektedir. Özellikle günümüzde eğitimin ülke ekonomilerinin kalkınmasında önemli bir rol oynaması, eğitime yapılan harcamaların günden güne artmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada, önemli ölçüde yapılan harcamaların ülkenin bütçeleri ve ekonomileri ile ilişkili olmasından dolayı ülkelerin eğitim harcamalarının finansal gelişime olan etkisi analiz edilmiştir. Bu amaçla, panel zaman serisi analizleri kullanılmış ve eğitim harcamalarından finansal gelişime doğru tek yönlü nedenselliğin olduğu, eğitime olan yatırımların artmasıyla ülkelerin finansal gelişmişlik düzeyinin arttığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Eğitim Harcamaları, Finansal Gelişim, Beşerî Sermaye, Panel Zaman Serisi

JEL Sınıflandırması: H52, I25

APA: Altın, B., Ukalo, H. & Zeren, F. (2021). Eğitim Harcamalarının Finansal Gelişim Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: OECD Ülkeleri Örneği. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (23), 112 - 129.

APA: Altın, B., Ukalo, H. & Zeren, F. (2021). An Investigation of the Impact of Education Expenditures on Financial Development: The Case of OECD Countries. Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 12 (23), 112 -129.

An Investigation of the Impact of Education Expenditures on Financial Development: The Case of OECD Countries

Abstract

Education which provides knowledge and acquisitions, because of playing an important role in the society, is one of the most important expenditures among public services. The share of education in the budget in developed countries has been higher than other countries. It is necessary to make significant investments and expenditures on education, which is a major factor in social, economic, administrative and cultural development. Especially in today's modern world, the fact that education plays an important role in the development of the country's economies paves the ground for an increase in education expenditures day by day. In this paper, the impact of education expenditure on financial development is analyzed since the investment and expenditures are related to budgets and economy of that country. Finally, for this purpose, panel time series analysis is used, and it is concluded that there is a one-way causality from education expenditures to financial development, and that the financial development rate of countries increases with the increase in education investments.

Keywords: Education Expenditures, Financial Development, Human Capital, Panel Time Series

JEL Classification: H52, I25

Giriş

Çocukların ve gençlerin toplumdaki yerlerini belirlemek amacıyla gerekli bilgi, beceri ve anlayışları benimsemelerine, kişiliklerini geliştirmelerine, doğrudan veya dolaylı yardım etmesini sağlayan bir süreç olan eğitimin kalkınma ile doğrudan etkileşim içerisinde olduğu bilinmektedir (Türk Dil Kurumu, 2020). Kalkınmayı sağlamak için de insan gücünün yeteri kadar geliştirilmesi ve bu bireylerin kalkınma için yeterli bilgi ve donanımına erişebilmesi eğitim aracılığı ile sağlanabildiğinden dolayı, eğitim yatırımları oldukça önem kazanmaktadır (Arabacı, 2011). Eğitim, kişi ve toplumun gelişmesini sağlayan ekonomik, siyasal ve kültürel değerlerin gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir süreçtir (Korkmaz ve Şahin, 2013: 226). Bu süreçte ülkenin nasıl tanımlandığı ve ülkeye nasıl bir gelecek hazırlandığının belirlenmesi açısından eğitim en önemli göstergelerin başında gelmektedir (Karaarslan, 2005).

Toplumun maddi refahını artırma, ekonomik büyümenin sağlanması ve bunların sürdürülebilirliğinde önemli rol oynayan beşerî sermayeyi Schultz (1961); Becker (1964) ve Kiker (1966) şöyle tanımlamıştır; eğitim ve öğretim iş gücü piyasasında bireyin bilgi, beceri, yetenek ve yeterliliklerinin ve bireysel verimliliğinin artırılmasını sağlamaktadır (Karış, 2019). Beşerî sermaye için gerekli olan iş gücünün eğitilmiş

olması ve bunların sayısının artması ülkenin kalkınma düzeyinde artış sağlamaktadır (Eroğlu, 2001). Eğitim almış bireylerin kullanacağı bilgi, beceri ve anlayışlar sayesinde toplumda verimlilik artacağı için ekonomik büyüme ve maddi refahın artmasını da sağlayacaktır. Bu nedenle eğitim hizmetlerine daha fazla bütçe ve kaynak ayırma çabaları ile birlikte verimli üretim ve teknolojinin gelişmesi amaçlanmaktadır (Tanrıoğen ve diğ., 2016). Bunun sebebi ise eğitim ve bilgi ile ilgili teknolojilerin katma değeri daha yüksektir (Durgun, 2002).

Birçok gelişmemiş ülkede, ücretler her bir bireyin ek eğitim yılı için yüzde 10 artmaktadır. Bu açıdan düşünüldüğünde hem kalkınma için hem de bireysel ücretler için eğitim hizmetlerine yapılan harcamanın önemi vurgulanmış olmaktadır (Idrees ve Siddiqi, 2013: 175). Gelişmiş ülkelerin teknik başarılarının sebepleri arasında kişi başına düşen gelirden söz etmek doğru olmayabilir. İstatistik raporlara ve finansal yükümlülükler bakıldığında bu teknik başarıların sebebi olarak iş gücündeki eğitim seviyesinin yüksekliğinden bahsedilebilir (Uçkaç, 2003). Gelişmekte olan ülkeler, kalkınma sürecinde eğitime özellikle önem vermekte olup, küreselleşen dünya ekonomisinde yer alabilmek için beşerî sermaye yatırımlarına yer vererek, insan gücünün verimliliğini artırmayı hedeflemektedirler (Köktaş, 2009). Ülkelerin ticarete ve kalkınmada başarıya sahip olmalarının altındaki en önemli faktör eğitime yapılan harcamaların iyi bir şekilde finanse edilmesinden geçmektedir (Toprak ve diğ., 2016: 150). Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'nün (OECD) eğitimle ilgili çalışmaları, bireylerin ve ulusların refah düzeyini ve yaşam kalitesinin artmasına, sosyal içeriklere sahip olan bilgi ve becerileri belirlemelerine ve bireylerin bunları geliştirmelerine yardımcı olur (Ömer, 2005).

Bilgi sahibi ve yaratıcı, teknolojiyi üretecek ve kullanabilecek insanların yetiştirilmesinde eğitimin finansmanı büyük rol oynamaktadır. Eğitim hizmetlerinin farklı bölgeler, iller ve de farklı ekonomik düzeylerdeki bireylere verilebilmesi için gerekli olan parasal fona eğitim finansmanı denmektedir (Güngör ve Göksu, 2013). Günümüzde dünyasında eğitime kaynak sağlamada genel olarak üç yaklaşım görülmektedir. Bunlardan birincisi kamu bütçesinden sağlanan kamu finansmanı, ikincisi eğitimdeki parasal fonların öğrencilerin ailelerinden sağlanan özel finansmandır. Üçüncü olarak ise, eğitim hizmetinin farklı bölgelere, farklı sosyoekonomik düzeylere kaynak sağlamaya dayanan karma finansman yaklaşımıdır (Karakul, 2014). Eğitim harcamaları kamu gelir kaynaklarından ve özel gelir kaynaklarından oluşur. Özel kaynaklar; öğrenim, ulaşım ücretleri, kitap kiralama gibi masraflar ve yemek hizmetleri gibi masraflar içermektedir (Hussar ve diğ., 2020).

Bu çalışmada OECD ülkelerinin eğitim sistemi, eğitim harcamaları ile doğru orantılı olarak eğitim seviyelerinin nasıl etkilendiği ve eğitime verilen önem ele alınacaktır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, büyüme ve kalkınmanın önemli unsurlarından biri olan insan gücünün yetiştirilebilmesi için eğitim sisteminin nitelik ve niceliksel gelişimi ve bunun getirmiş olduğu finansal etki ele alınarak, OECD gibi

uluslararası kuruluşlara üye ülkelere ait eğitim harcamaları ve finansal gelişimi arasındaki ilişkinin ekonometrik yöntemlerin de yardımıyla tespit edilmesi olarak belirlenmiştir.

1. Literatür Taraması

Eğitim, ekonomik ve finansal büyüme içerisinde önem teşkil eden bir unsurdur. Eğitim, sadece yeni teknolojinin benimsenmesi ve geliştirilmesinde kolaylık sağlamaz, aynı zamanda yenilikçi kapasitenin geliştirilmesi konusunda yardımcı olur. Wozniak (1987), araştırmasında teknolojinin benimsenme ve üretilebilmesinde eğitim, deneyim ve bilgi edinmenin rolünü analiz etmiştir. Araştırmaya göre; bir ülkenin değişen teknolojiye ne kadar hızlı uyum sağlayabildiği beşerî sermayedeki farklılıklar ile açıklanabilmektedir. Beşerî sermayenin önemini bu araştırmasıyla vurgulayan Wozniak (1987), eğitime yapılan her harcamanın ülkelerin teknolojiye uyum sağlayabilmeleri için önemli olduğunu savunmaktadır.

Quan ve Beck (1987), eğitim harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi ilk yayınlayan araştırmacılarından biridir. Quan ve Beck'e göre eğitim harcamaları ücret ve iş gücü ile doğru orantılıdır. 20. yüzyıl ile birlikte küreselleşen dünyada ülkelerde hızlı bir şekilde artan kamu harcamaları kendisini iyice göstermiştir. Buna bağlı olarak bir kamu harcaması olarak eğitimin finansmanı da aynı şekilde artan talep doğrultusunda bundan kendisine bir pay edinmiştir.

Literatürde yapılan incelemelere göre, eğitimin finansmanı üzerine araştırmalar yapılmış olmasına rağmen, eğitim harcamaları ve finansal gelişim ya da eğitim harcamalarının bir başka finansal gösterge ile olan ilişkisinin ele alındığı saptanamamıştır. İktisadi anlamda eğitim harcamaları ile ekonomik büyüme ilişkilendirilmeye çalışılmış olup, yapılan araştırmalar bu yönde yoğunlaşmıştır. Bu doğrultuda yapılan çalışmalar takip eden paragraflarda sunulmuştur.

Karaarslan (2005), yapmış olduğu analizinde 1997- 2005 yılları arasındaki kamu kesimi eğitim harcamaları verilerini kullanarak devletin eğitim üzerinde yapmış olduğu kamu harcamaları konusunda bir model kurmuştur. Sonuç olarak bir kamu harcaması olan eğitim harcamasının devlet sosyal harcamalarında en fazla paya sahip olan bir harcama kalemi olduğunu belirterek kamuya yüklü bir maliyet sağladığını tespit etmiştir.

Altundemir'in (2008), eğitim harcamalarında Türkiye ve OECD ülkelerini karşılaştırdığı çalışmasında 1995, 2000 ve 2004 yıllarına ait verileri kullanarak eğitim harcamalarındaki, öğrenci sayılarındaki, öğrenci başına eğitim harcamalarındaki ve milli gelirdeki değişimler vurgulanarak analiz derinleştirilmiştir. Yapılan bu çalışma ile birlikte OECD ülkeleri arasında Türkiye'nin eğitim harcamalarının sürekli bir artış

içerisinde olduğunu tespit ederek üye ülkeler arasında yükseköğretimde yaşanan artışın kademeli eğitim modeli olduğu tespit edilmiştir.

Arabacı (2011), yapmış olduğu çalışmada 1997-2010 yıllarını baz alarak Türkiye ve OECD ülkeleri arasında eğitim harcamalarının Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) üzerindeki etkisini inceleyerek, Türkiye ve OECD ülkeleri arasındaki okullaşma ve eğitim harcamaları oranlarında farklılıklar olduğunu tespit etmiş ve bu oranlara bakarak Türkiye'nin bir öğrenciye en az yapması gereken eğitim harcamasının OECD ülkeleri ortalama düzeyinde olması gerektiğini vurgulamıştır.

Idrees ve Siddiqi (2013), panel eşbütünleşme testini kullanarak, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki eğitim harcamalarının ve ekonomik büyümenin arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Sonuç olarak yapılan çalışma ile üretkenliği artıran eğitim harcamalarının miktarını belirleyen en önemli faktörün ekonomik büyüme olduğunu öne sürmüşlerdir.

Güngör ve Göksu (2013) Türkiye, OECD ve AB ülkeleri örneklemini için eğitim harcamaları ve ülkelerin eğitim hizmetlerine ayırdığı bütçe verileri üzerinden yapılan araştırmada eğitimin finansmanını incelenmiştir. Eğitim finansmanının yöntemlerinin farklılığı nedeniyle her ülkede farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Gelişmişlik seviyesine göre eğitim hizmetleri verilmekte olup, buna ayrılan pay ise ona göre şekillenmektedir.

Pamuk ve Bektaş (2014) çalışmalarında ARDL sınır testi ile küreselleşme ve büyüme hızının eğitime yapılan harcamalardaki payının büyüklüğü ile aralarında pozitif ilişki olduğunu vurgulamıştır. Bu çalışma Türkiye açısından değerlendirilmiş olup Granger nedensellik testi ile ulaşılan sonuçta kaynakların yetersizliğinden dolayı eğitime yapılan harcamaların uzun dönemli ekonomik büyümede çok da etkili olmadığını analiz etmiştir.

Çalışkan ve diğ. (2018), panel eşbütünleşme testini kullanarak Türkiye örneklemini için eğitim harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmanın sonucunda eğitim harcamalarında %1'lik değişimin dahi ekonomik büyümeye katkısı olduğu görülmüştür.

Karış (2019) yapmış olduğu çalışmada, eğitim harcamaları ve ekonomik büyüme ilişkisini Türkiye örneğini ele alarak Engle-Granger eşbütünleşme testine ve hata düzeltme modeline dayalı nedensellik testini kullanarak analiz etmişlerdir. Bu testler sonucunda Engle-Granger'a göre iki değişken arasında az bir eşbütünleşmenin olduğunu tespit etmiştir. Nedensellik analizi ile birlikte ise Türkiye'de kısa ve uzun dönemli eğitim harcamalarının iktisadi büyümenin nedeni olduğu anlaşılmıştır.

Çalçalı (2019), Türkiye örneklemini çerçevesinde bir kamu harcaması olan eğitim harcamalarının son dönemlerdeki gelişmeleri üzerine yapmış olduğu çalışmada

Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı olan (PISA) başarı puanları ile OECD ülkeleri arasında karşılaştırmalar ile elde edilen veriler neticesinde Türkiye’de ayrılan eğitim harcamalarının payının merkezi yönetim bütçesi ve Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) oranında artış olduğunu tespit etmiştir. Fakat bu artışa rağmen PISA değerlendirme sonuçlarına göre Türkiye’nin sıralamada altlarda yer aldığı tespit edilmiş ve bunun sonucunda eğitime yapılan harcamaların daha etkin bir şekilde kullanılması gerektiğini ileri sürülmüştür.

Çelen ve diğ. (2020), OECD ülkelerinin 1995-2016 yılları arasında eğitim harcamalarına ve GSYH verilerine bakarak eğitim harcamalarının oranlarının fazla olduğu ülkelerde katma değer yaratarak üretmeye ve böylece gelişmişlik seviyelerinde artışa sebep olduğunu tespit etmişlerdir.

Sonuç olarak literatürde sunulan çalışmaları değerlendirdiğimizde; Wozniak’ın (1987) yaptığı çalışmadan, Çelen ve diğerlerinin (2020) yaptığı çalışmaya kadar genel olarak eğitimin beşerî sermayedeki rolünün hem ülkenin gelişmişlik düzeyinde hem de teknolojiyi benimseme ve geliştirebilmede büyük bir rol oynadığını farklı testler kullanarak analiz etmişlerdir. Bu gelişmişlik düzeyinin artışı, eğitime olan yatırımlar ile açıklanmıştır. Eğitimin, ekonomik büyüme literatüründeki araştırmalara oldukça fazla sayıda konu olduğu, bunun sonucunda ise uzun ve kısa dönemde ülke ekonomilerine çoğunlukla pozitif etkisi görülen beşerî bir unsur olarak ön plana çıkmıştır ve eğitime yapılan her yatırımın kalkınma ile doğru orantılı olduğu görülmektedir. Eğitime yapılan her yatırımın ekonomik ve finansal gelişime olan katkısı da analiz edilmiştir.

2. Araştırmanın Amacı ve Veri Seti

Çalışmanın amacı, OECD ülkeleri ele alınarak finansal gelişim oranları ve eğitim harcamaları verileriyle eğitimin, finansal gelişim üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Ekonomik refahın ve finansal gelişimin artması ülkelerin gelişmişlik düzeyini belirlemektedir. Bu sebeple eğitim ile finansal gelişimin ilişkilendirilmesi eğitime yapılan yatırımların önemini açıklamaya yardımcı olmaktadır.

Bu çalışmada; 37 adet OECD ülkesinden eksiksiz bir şekilde verilerine ulaşılabilen 26 tanesi (Avusturya, İsviçre, Şili, Kolombiya, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, İspanya, Estonya, Finlandiya, Birleşik Krallık, Macaristan, İrlanda, İzlanda, İsrail, İtalya, Japonya, Litvanya, Letonya, Hollanda, Norveç, Yeni Zelanda, Polonya, Portekiz, Slovakya Cumhuriyeti, İsveç ve Meksika) için 1998-2017 dönemlerini içeren yıllık veriler kullanılmıştır. Eğitim harcamaları değişkenine ilişkin veriler OECD’nin (2020) resmî web sitesinden, finansal gelişim değişkenine ilişkin veriler ise Uluslararası Para Fonunun (IMF) (2020) resmî web sitesinden elde edilmiştir. Panel veri seti kullanılarak toplamda 26 ülkenin eğitim harcamaları ve finansal gelişim verileri analiz edilmiştir. Eğitim harcamaları GSYH üzerinden yüzdelik payları ile finansal gelişim oranları ise IMF tarafından oluşturulan finansal gelişim endeksi ile ifade edilmiştir.

OECD ülkelerinin eğitim harcamalarının finansal gelişim üzerindeki etkisinin incelenmesinde yatay kesit bağımlılığını dikkate alan CD testi, delta testi analizi ve panel birim kök testi, panel eşbütünleşme ve panel nedensellik testi gibi yöntemler ele alınarak bu çalışma çerçevesinde analiz edilmeye çalışılmıştır.

3. Araştırmanın Metodolojisi ve Ampirik Bulgular

3.1. Yatay Kesit Bağımlılığı Testi

Eğitim harcamaları ve finansal gelişim ilişkisinin incelendiği bu çalışmada, paneli oluşturan yatay kesitler (ülkeler) arasındaki bağımlılığın var olup olmadığı; bu yatay kesitteki boyutun zaman aralığından büyük olduğu ($N>T$) için Pesaran'ın (2004) geliştirmiş olduğu CD testiyle incelenmiştir. Eş-bütünleşme denklemini kurabilmek için yatay kesit bağımlılığının varlığının test edilmesi gerekmektedir.

Yatay kesit bağımlılığının incelenmesi ilk olarak Breusch ve Pagan (1980) tarafından bulunmuş olan Lagrange Çarpanı testi ile ele alınmış olup zaman verilerinin yatay kesitteki verilerden büyük olması durumunda ($T>N$) kullanılmaktadır. Formül ise aşağıdaki gibi ifade edilmektedir;

$$LM = T \sum_{i=1}^{n-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{P}_{ij}^2$$

Bu yöntem beraberinde literatürde 3 tane daha yatay kesit bağımlılığı testinin türetildiği görülmektedir. Bunlardan Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CDLM testi ile zaman verilerinin yatay kesitteki verilere eşit olması durumunda kullanılmaktadır ($T=N$) ve aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır;

$$CD_{LM} = \sqrt{\frac{1}{N(N-1)} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N (T\hat{P}_{ij}^2 - 1)}$$

Pesaran ve diğ. (2008), Breusch ve Pagan (1980) tarafından geliştirilen yöntemdeki ortalamanın sıfır olmaması durumunda ortaya çıkan sapmayı varyans ve ortalamayı da istatistiğe ekleyerek düzeltmişlerdir. Bu bağlamda düzeltilmiş LMadj test istatistiği ise;

$$LM_{adj} = \sqrt{\frac{2}{N(N-1)} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{P}_{ij} \frac{(T-k)\hat{p}_{ij}^2 - \mu_{Tij}}{\mu_{Tij}}}$$

Dördüncü ve son olarak Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD test ise zaman verilerinin yatay kesitteki verilerinden küçük olduğu durumlarda ($N>T$) kullanılmaktadır. Söz konusu yönteme ilişkin test istatistiği şu şekilde gösterilmektedir:

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^N \hat{P}_{ij}$$

Bu çalışma zaman boyutunun kesit boyutundan küçük olması sebebiyle son olarak bahsedilen Pesaran'ın (2004) CD testinin kullanılması uygun görülmüştür. Paneli oluşturan ülkelerin yatay kesitlerin aralarında ilişki olması; yatay kesitteki verilerden herhangi birine gelen bir makroekonomik etkinin tüm yatay kesit birimlerini aynı düzeyde etkilediği veya yatay kesitteki verilerin birine gelen ekonomik şokun diğer ülkeleri etkilediği varsayımına dayanmaktadır. Genel olarak bakıldığında, yatay kesit bağımlılığı testi sonuçlarından elde edilen bilgiler ile ülkeler arasında sapma veya tutarsızlık olup olmayacağı belirlenmesi mümkün olduğundan dolayı öncelikle veriler arasında yatay kesit bağımlılığının varlığının test edilmesi gerekmektedir (Mercan, 2014: 235; Menyah ve diğ., 2014: 389). Söz konusu testin hipotezleri aşağıdaki şekilde hazırlanmıştır.

H₀: Panelde yatay kesit bağımlılığı yoktur.

H₁: Panelde yatay kesit bağımlılığı vardır.

Elde edilen sonuçta olasılık değeri (probability) 0.10'dan küçük olduğunda, %10 anlamlılık düzeyinde, H₁ hipotezi kabul edilip, H₀ hipotezi reddedilir ve veriler arasında yatay kesit bağımlılığının olduğu sonucuna ulaşılır. Araştırmada değişkenlerden finansal gelişimin ve eğitim harcamalarının yatay kesit bağımlılığının olması CD test ile analiz edilmiş olup, Tablo 1 'de sonuçlar verilmiştir.

Tablo 1: Yatay Kesit Bağımlılığı Test Sonuçları

| Değişkenler | Finansal Gelişim | | Eğitim Harcamaları | |
|-------------------|------------------|----------|--------------------|----------|
| | İstatistikler | Olasılık | İstatistikler | Olasılık |
| LM | 506.782 | 0.000*** | 711.850 | 0.000*** |
| CDLM | 7.130 | 0.000*** | 15.173 | 0.000*** |
| CD | -1.590 | 0.056* | -1.514 | 0.065* |
| LM _{ADJ} | 3.514 | 0.000*** | 14.391 | 0.000*** |

Not: *** %99 ** %95 ve * %90 güvenirlilik seviyesinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 1'e göre finansal gelişim verilerine ait olasılık değerleri %10'dan küçük olduğu için anlamlı oldukları söylenebilir. H₀ hipotezi reddedilip, H₁ hipotezi kabul edilerek serilerde yatay kesit bağımlılığının olduğuna karar verilmiştir. Diğer değişken olan eğitim harcamaları verilerinin CD testine bakılarak %10'dan küçük olduğu için yatay kesit bağımlılığının bu değişken için de var olduğu söylenebilir. Hem eğitim harcamaları bazında hem de finansal gelişim bazında ülkelerdeki herhangi bir etkinin diğer ülkelere etki edebileceği de tablodan görülmektedir. Bu bağlamda, finansal

gelişim için yapılan yatırım ya da yeni politikalar uygulanırken diğer ülkelerdeki uygulanan politikanın etkileri göz önüne alınarak karar verilmektedir.

3.2. Homojenlik Testi

Bu konudaki ilk çalışmalar, Swamy (1970) ile başlamıştır ve daha sonra Pesaran ve Yamagata (2008) tarafından homojenlik testi geliştirilmiştir. Homojen ve heterojenlik panel serisindeki ülkelerin seçimi ile ilgilidir. Eğer seçilen ülkeler topluluğu benzer özellikte ise homojenliği, farklı özellikte ise heterojenliği varsayan testler kullanılmalıdır.

Eğim katsayılarının homojenlik sınamaları Pesaran ve Yamagata (2008) sayesinde geliştirilen ve formülü aşağıda verilen delta testi ile analiz edilmiştir.

$$\hat{\Delta} = \sqrt{N \left(\frac{N^{-1}S - k}{2k} \right)} \sim X^2$$

H₀: Eğim katsayısı homojendir.

H₁: Eğim katsayısı heterojendir.

Tablo 2: Delta Testi Sonuçları

| Değişkenler | Finansal Gelişim | | Eğitim Harcamaları | |
|----------------------|------------------|----------|--------------------|----------|
| | İstatistik | Olasılık | İstatistik | Olasılık |
| $\hat{\Delta}$ | 3.201 | 0.001*** | 10.378 | 0.000*** |
| $\hat{\Delta}_{adj}$ | 3.472 | 0.000*** | 11.647 | 0.000*** |

Not: '***' simgesi %99 güvenilirlik seviyesinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Tablo 2'ye göre eğitim harcamaları ve finansal gelişim değişkenlerinin her ikisinde de olasılık değerleri anlamlı olduğundan dolayı eğitim harcamaları ve finansal gelişim değişkenleri heterojendir. Bu bağlamda homojenliği savunan H₀ hipotezinin reddedilerek H₁ hipotezinin kabul edildiği söylenebilir.

Elde edilen bu iki testin sonuçlarına göre yatay kesit bağımlılığını ve heterojenliği dikkate alan birim kök eşbütünleşme ve nedensellik testlerinin kullanılması uygun olacağı söylenebilir. Bu yöntemler ikinci nesil panel zaman serisi yöntemleri olarak anılmaktadır.

3.3. Panel Birim Kök Testi

Değişkenler için paneli oluşturan veriler arasında yatay kesit bağımlılığının olmasından dolayı serilerin durağan olup olmadığının belirlenmesi ikinci kuşak birim kök testlerinden Pesaran (2007) tarafından geliştirilen CADF testi ile analiz edilmiştir.

Pesaran (2007) tarafından geliştirilen CADF testi aşağıdaki eşitlikte verilmiştir:

$$\Delta y_u = a_i + b_i y_{i't-1} + c_i \bar{y}_{t-1} + d_i \Delta \bar{y}_t + e_{it}$$

Panel istatistiğinin hesaplanması ise:

$$CIPS(N, T) = t - bar = N^{-1} \sum_{i=1}^N t_i(N, T)$$

Bu yönetime ilişkin hipotezler şu şekilde kurulmuştur:

H₀: Panel durağan değildir.

H₁: Panel durağandır.

Tablo 3'te görüldüğü gibi eğitim harcamaları değişkeni seviyesinde birim köke sahipken, birinci farkında %99 güvenilirlikle -3.43'ten büyük olduğu için seri durağan hale gelmiştir. Bu değişken için H₀ hipotezi reddedilmiş ve alternatif hipotez olan panelin durağan bir yapıda olduğu kabul edilmiştir. Finansal gelişim değişkeninde de yine fark alma işlemi sonrasında seviyede birim köke sahip olan panelin durağanlaştığı görülmektedir. Bu bağlamda her iki değişken için de panel birim kök sınaması gerçekleştirilmiş olup, H₁ hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 3: CADF Birim Kök Testi Sonuçları

| Finansal Gelişim | | Eğitim Harcamaları | |
|------------------|--------------|--------------------|--------------|
| Seviye | Birinci fark | Seviye | Birinci fark |
| -1.740 | -3.024* | -2.49 | -4.127** |

Not: CADF testinde kritik değerleri 1% için -4.35, 5% için -3.43, 10% için -3.01 olarak Pesaran'ın (2007) makalesinden elde edilmiştir. *** %99 ** %95, * %90 güvenilirlik seviyesinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda panellerin I(1) seviyesinde durağan olmasından dolayı paneller arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin incelenmesine karar verilmiştir.

3.4. Panel Eşbütünleşme Testi

Birinci farkında durağan olan eğitim harcamaları ve finansal gelişim panelleri arasında uzun dönemli ilişkilerin varlığını Westerlund (2006) tarafından geliştirilen McCoskey ve Kao (1998)'nin LM testine dayalı hem sabit hem de belirli bir trendde olan verilerde yapısal kırılmaları analiz edebilen panel eşbütünleşme testi ile incelenmiştir. Bu test hem yatay kesit bağımlılığının olduğu durumlarında hem de yatay kesit bağımlılığının olmadığı durumlar için de kullanılabilir. Paneli oluşturan ülkeler arasında yatay kesit bağımlılığı bulunmuyorsa asimptotik olasılık değerleri dikkate alınırken, paneli oluşturan ülkeler arasında yatay kesit bağımlılığı varsa bootstrap olasılık değerlerine bakılır (Erdoğan ve Acaravcı, 2017, 78). Westerlund (2006) çalışmasında söz konusu analizin formülü aşağıdaki şekildedir;

$$Z(M) = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^{M_{i+1}} \sum_{t=T_{ij-1}+1}^{T_{ij}} (T_{ij} - T_{ij-1})^{-2} \omega_{i,1.2}^{-2} S_{it}^2$$

Çalışmanın hipotezleri ise geleneksel eşbütünleşme testlerinden farklı olarak ters mantıkla kurularak şöyle sıralanmaktadır.

H₀: Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi vardır.

H₁: Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi yoktur.

Tablo 4: Westerlund Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları

| | |
|-----------------------|----------|
| LM İstatistiği | 4264.479 |
| Asimptotik Anlamlılık | 0.000 |
| Bootstrap Anlamlılık | 0.120 |

Tablo 5: Westerlund Panel Eşbütünleşme Testi-Yapısal Kırılma Tarihleri

| Yapısal Kırılma Sayıları ve Tarihleri | | | | | | | |
|---------------------------------------|------|------|------|----------------|------|------|------|
| Avusturya | 2002 | 2008 | 2012 | Letonya | 2001 | 2007 | 2011 |
| Şili | 2006 | - | - | Litvanya | 2001 | 2007 | 2012 |
| Kolombiya | 2005 | - | - | Meksika | 2001 | 2006 | - |
| Çek Cumh. | 2003 | - | - | Hollanda | 2011 | - | - |
| Danimarka | 2001 | 2010 | - | Yeni Zelanda | 2015 | - | - |
| Estonya | 2003 | 2007 | - | Norveç | 2001 | 2007 | - |
| Finlandiya | 2001 | - | - | Polonya | 2001 | 2008 | - |
| Macaristan | 2004 | 2008 | 2013 | Portekiz | 2006 | 2013 | - |
| İrlanda | 2001 | 2006 | 2010 | Slovakya Cumh. | 2001 | 2010 | - |

| | | | | | | | |
|---------|------|------|---|------------------|------|------|---|
| İzlanda | 2002 | 2010 | - | İspanya | 2009 | - | - |
| İsrail | 2001 | 2007 | - | İsveç | 2001 | 2005 | - |
| İtalya | - | - | - | İsviçre | 2003 | 2007 | - |
| Japonya | 2004 | 2012 | - | Birleşik Krallık | 2001 | 2007 | - |

Tablo 4’te sunulan sonuçlara göre eğitim harcamaları ve finansal gelişim arasında uzun dönemde birlikte hareket görülmektedir. Yatay kesit bağımlılığı durumunda kullanılan bootstrap anlamlılık değerine göre sıfır hipotezi kabul edilmektedir ve bu hipotez paneller arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığına işaret etmektedir. Tablo 5’te görüldüğü gibi İtalya haricindeki 25 ülkede yapısal kırılma gözlemlenmektedir. Belçika, İrlanda ve Portekiz’deki yapısal kırılmayı 1992 yılında Avrupa Döviz Kuru Krizi ile, Kanada’daki yapısal kırılmayı 1994’te imzalanan NAFTA ile açıklamak mümkündür. 1994 yılındaki Latin Amerika ülkelerinin borçlarının artmasından dolayı borç krizinden Meksika da ciddi bir şekilde etkilenmiştir. Bu durum etkilerden dolayı yapısal kırılmalar tabloya yansımıştır. Öte yandan Finlandiya’da 1990-1993 döneminde krizin eşliğinde olan bankaları kurtarmak amacıyla paranın değerinin düşürülmesi ülke ekonomisi üzerinde ciddi bir ekonomik anlamda sorun yaratmış olup bu da yapısal kırılmaya neden olmuştur. Yunanistan, İrlanda ve İspanya’daki kırılmalar 2002 yılında Avrupa Birliği ile ortak para birimine geçişin ülkelerin ekonomileri üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca 1991 yılındaki Soğuk Savaş döneminin sona ermesiyle kırılmaların daha da yoğunlaştığı izlenmektedir (Çeviş ve diğ., 2018: 103). İsveç’te 1991 yılında kredi kolaylığından oluşan balon vergilerin tekrardan yapılandırılması balonun patlamasına neden olmuştur ve bu da 1993 yıllarında büyük bir ekonomik krizin başlangıcı olmuştur. Daha sonradan hükümet dörtte biri kadarına kadar gerileyen bankacılık varlığını bir bedelle devralmış, buna ise Stockholm çözümü ismi verilmiştir. Japonya’daki ekonomik kriz ise finans sisteminde yürütülen deregülasyondan sonra meydana gelen varlık fiyatı balonunun bir süre sonra patlamasından kaynaklanmaktadır (Akkemik, 2011). Ekonomik krizler ile birlikte 2008-2012 küresel Mortgage ekonomik krizi gibi nedenlerden dolayı OECD üye ülkelerindeki çoklu kırılmalar gözlemlenmektedir.

3.5. Panel Nedensellik Testi

Değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerini analiz etmek amacıyla yatay kesit bağımlılığı ve homojenliği dikkate alan Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik analizi, Granger nedensellik testinin panel uzantısı olan bir yöntemdir. Dumitrescu Hurlin nedensellik analizinde test edilecek verilerin ön koşulu birinci farklarında durağan olmasıdır. Bu bağlamda öncelikle değişkenler arasında birinci farklarında durağanlaştırılıp sonrasında nedensellik analizi yapılması gerekmektedir. Dumitrescu Hurlin panel nedensellik analizinin matematiksel hesaplama yöntemi aşağıdaki şekilde yer verilmiştir:

$$Y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_i^{(k)} Y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_i^{(k)} x_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t}$$

H₀: Değişkenler için nedensellik ilişkisi yoktur.

H₁: Bazı değişkenler için nedensellik ilişkisi vardır.

Tablo 4: Dumitrescu ve Hurlin Panel Nedensellik Testi Sonuçları

| H ₀ Hipotezi | Wbar istatistik | Zbar istatistik | Olasılık |
|-------------------------|-----------------|-----------------|-----------|
| FİN→EXP | 1.54850 | 0.82493 | 0.4094 |
| EXP→FİN | 2.66152 | 2.83798 | 0.0045*** |

Not: FİN; finansal gelişimi, EXP; eğitim harcamalarını temsil etmektedir. *** %99 güvenilirlik anlamında kullanılmıştır.

Tablo 6'ya göre 0.4 olasılık değeri anlamsız olduğu için finansal gelişim değişkeninden eğitim harcamalarına doğru (FİN→EXP) herhangi bir nedenselliğin olmadığı görülmektedir. Bu durumda H₀ hipotezi kabul edilmiştir. Öte yandan %99 güvenilirlik düzeyinde anlamlı olduğundan eğitim harcamaları değişkeninden finansal gelişim değişkenine doğru (EXP→FİN) nedenselliğin olduğu görülmektedir. Bu bağlamda H₀ hipotezi reddedilerek, H₁ hipotezi kabul edilmiş varsayılır. Test sonucunda eğitim harcamaları finansal gelişimin bir nedeni olduğu, finansal gelişimin ise eğitim harcamalarının bir nedeni olmadığı sonucuna varılmıştır. Nihai olarak iki değişken arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu söylenebilir. Eğitime olan yatırımın artmasıyla ülkelerdeki finansal istikrarın sağlandığı ve aynı zamanda refah seviyesinin de arttığı söylenebilir. Eğitime yapılan harcamaların artması ile birlikte doğal olarak bireysel bilgi düzeyinde artış beklenmektedir ve bu durumun uzun vadede finansal piyasalara yansdığı görülmektedir. Ekonomik verilere ve bütçe harcamaları oranlarını iyi analiz etmiş yatırımcıların daha makul yatırımlar yapacağı kaçınılmaz bir gerçektir. Yatırımcıların tercih ettiği bir yapıya sahip olmak için ise eğitime ayrılan payın daha da artması gerekmektedir. Literatür incelemesinde de görüldüğü gibi birçok çalışmada eğitime yapılan yatırımlar ülkenin teknolojik, sağlık, sosyal ve kültürel alanda gelişmeleri ile birlikte ekonomide büyümenin olduğu söylenebilmektedir. Bu çalışmada da eğitimin gelişmesi ve ülkelerin eğitime ayırdıkları bütçenin artmasıyla finansal gelişimin de aynı oranda artacağı analiz edilmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Eğitimin bireylerin edinimlerini alması, yeteneklerini geliştirmesi, meslek sahibi olması için gerekli bilgi ve donanıma erişebilmesi, çevreye uyum sağlama becerisi kazandırması gibi kişisel gelişimlerini sağlamaya katkı sağlarken, sosyal davranışlarına etki ederek çevreye uyum sağlayabilme ve yurttaşlık görevlerini gerçekleştirmelerine de

yardımcı olmaktadır. Ayrıca eğitim, kişisel davranışların yanı sıra ekonomik anlamda iyi bir üretici ve tüketici olma yetini sağlamakta, nitelikli beşerî sermayeyi geliştirerek o ülkenin istikrarlılığını ve refah seviyesini artırmaktadır. Bu bağlamda eğitimin hem birey ve hem de toplum açısından ne derecede önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle ülkeler, her bireyin eğitim fırsatlarından faydalanması ve kendilerini yeteri kadar geliştirmeleri için azami çaba göstermektedirler. Bu çabalar içerisinde bütçenin büyük bir payı eğitime ayrılarak harcamaların miktarı ve adaletli bir şekilde dağılımı önem taşımaktadır.

Çalışmada ele alınan OECD ülkeleri bazı Latin Amerika ve bazı Doğu Avrupa ülkeleri hariç, dünyanın en gelişmiş ülkelerinden sayılmaktadır. Eğitim harcamalarının yapıldığı OECD ülkelerinde finansal gelişim endeksinin yüksek olduğu gözlemlenmiştir. OECD ülkelerinde eğitime ayrılan kaynakların fazla olmasından dolayı eğitim yatırımları da o kadar fazla olmaktadır. Eğitim harcamaları ve finansal gelişim ilişkisi 1998-2017 dönemi için, yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ikinci nesil panel veri yöntemleri kullanılarak araştırılmıştır. Çalışma kapsamında kullanılan yöntemler aracılığıyla elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibi özetlenebilir;

- CD ve Delta testlerine göre her iki değişken için de yatay kesit bağımlılığı ve heterojenliğin varlığı tespit edilmiştir.
- Birim kök testi sonuçlarına göre bağımlı ve bağımsız iki değişken de sabitli modelde birim kök içermekte olup, birinci farklarında durağanlaşmaktadırlar.
- Eşbütünlük testine bakılmış olup, değişkenlerin arasında uzun dönemli birlikte hareket ettikleri tespit edilmiştir.
- Nedensellik testi sonuçlarına göre ise, eğitim harcamalarından finansal gelişime doğru tek yönlü nedensellik olduğuna karar verilmiştir.

Çalışmanın sonucunda elde edilen ampirik bulgular eğitim için yapılan harcamaların finansal gelişimi pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Bu bulgu; eğitim için yapılan harcamaların beşerî sermaye birikimine katkı yaparak iş gücü verimliliğini artırdığını ve finansal gelişimi de pozitif yönde etkilediği söylenebilmektedir. Literatürde ilk çalışma olarak adı geçen Quan ve Beck'e (1987) göre de eğitime yapılan her yatırım beşerî unsurun bir parçası olan bireyin gelişimini etkilemiştir ve ekonomik büyümeyi sağlamaktadır. Bu çalışmanın sonucunda da aynı pozitif ilişkiye ulaşılmıştır. Literatür araştırmalarında da eğitim finansmanı ile eğitim harcamaları arasında pozitif yönlü ilişki olduğu gözlemlenmiştir.

OECD ülkelerinde okullaşma oranının fazla olması, eğitim kalitesinin artırılması için yapılan birçok çalışma finansal gelişimi desteklemektedir. Bu sebeple de birçok krizden sonra da OECD ülkeleri ekonomik olarak toparlanmış olup, finansal istikrarını sağlamaya devam etmiştir. OECD ülkelerinde karşılaşılan ekonomik krizler ve işsizlik

oranlarındaki artışı kabul edilebilir düzeylere indirmek için makroekonomik politikaların yeterli olmaması üzerine Avrupa ülkelerinde gündeme gelen altyapı yatırımları ile beşerî sermaye oluşumunu hızlandırmak, iş olanakları konusunda bilgi yayılımını geliştirmek ve çalışanların hareket kabiliyetini artırmak gibi birçok politika uygulanmıştır. Krizler karşısında uygulanan etkin makroekonomik politikaların tek sebebi güçlü bir bilgi ve donanımına sahip olan beşerî sermayedir.

Çalışmada OECD ülkelerindeki okullaşma oranların, eğitim yatırımları için bütçeden ayrılan payların, krizlerden sonraki bütçe paylarının istatistiksel verileri kullanılmamıştır. Bu verilerin de analize katılması finansal gelişime olan etkilerin analiz edilerek kesin sonuca varılmasında yardımcı olacaktır. Devam eden veya yapılacak olan literatür çalışmalarında, bu verilerin kullanılması krizlerden sonra uygulanan politikaların ülkelerdeki eğitimi, finansal gelişimi, refahı nasıl etkilediğinin anlaşılmasını sağlayacaktır. Böylece makroekonomik şoklarda uygulanması gereken doğru politikalar belirlenmiş olacaktır.

Kaynakça

Akkemik K. A. (2011). Japonya (1991) ve ABD (2007-2009) Finans Krizlerinin Politik İktisat Perspektifinden Bir Değerlendirmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12(2), 171-186.

Arabacı, İ. B. (2011). Türkiye’de ve OECD Ülkelerinde Eğitim Harcamaları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 100-112.

Altundemir, M. E. (2008). Eğitim Harcamalarında Türkiye ve OECD Ülkeleri. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2) 51-70.

Becker, G. (1964). Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education. *Columbia University Press*, (15), 187.

Breusch, T., ve Pagan, A. (1980). The Lagrange Multiplier Test and Its Application Tomodel Speciöcation in Econometrics. *Review of Economic Studies*, 47, 239-254.

Çalışkan Ş., Karabacak M., ve Meçik O. (2018). Türkiye’de Uzun Dönemde Eğitim ve Sağlık Harcamaları ile Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (33), 75-96.

Çeviş İ., Ceylan R., ve Yayla N. (2018). AB Borç Krizinin Türkiye Ekonomisini Etkileme Kanallarının Karşılaştırmalı Üstünlüğü. *Sosyoekonomi Dergisi*, 26(36), 103-124.

Çelen A. İ., Karataş A., Akbaba A.N., Beyazıt E. ve Yıldırım M. F. (2020). Türkiye ve Seçilmiş OECD Üye Ülkelerinde Eğitim ve Sağlık Harcamalarının Gelişimi

Üzerine Bir Değerlendirme, Editör: Hatipler M, *Ekonomi ve Yönetim Bilimlerinde Güncel Akademik Araştırmalar*, (ss. 235-247), Ankara: Akademisyen Yayıncılık.

Çalcalı, Ö. (2019). Türkiye’de Kamu Eğitim Harcamalarının Gelişimi ve OECD Ülkeleri ile PISA Etkinlik Karşılaştırması. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(2).

Durgun, Ö. (2002). Küreselleşen Dünyada Kalkınma Süreci Bağlamında Eğitim Harcamaları ve Türkiye Örneği (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Dumitrescu, E. I. ve Hurlin, C. (2012). Testing For Granger Non-Causality Inheterogeneous Panels. *Economic Modelling*, 29(4), 1450-1460.

Eroğlu, A. (2001). Türkiye’de Eğitime Ayrılan Kaynaklar Ve İktisadi Kalkınmada Eğitimin Rolü (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Erdoğan, S. ve Acaravcı, A. (2017). Türk Cumhuriyetlerinde Elektrik Tüketimi, Reel Gelir Ve Dışa Açıklık İlişkisi: Bootstrap-Granger Nedensellik Yaklaşımı. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 3(2), 73-74.

Güngör G. ve Göksu A. (2013). Türkiye’de Eğitimin Finansmanı ve Ülkelerarası Bir Karşılaştırma. *Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi Bilimler Fakültesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, (1)20, 60-72.

Güngör, G. ve Göksu, A. (2013). Türkiye’de Eğitimin Finansmanı ve Ülkelerarası Bir Karşılaştırma. *Celal Bayar Üniversitesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 20(1), 59-72.

Hussar, B., Zhang, J., Hein, S., Wang, K., Roberts, A., Cui, J., Smith, M., Bullock Mann, F., Barmer, A., ve Dilig, R. (2020). The Condition of Education 2020 (NCES 2020-144). U.S. Department of Education. Washington, DC: National Center for Education Statistics.

Idrees, A. S. ve Siddiqi, M. W. (2013). Does Public Education Expenditure Cause Economic Growth? Comparison of Developed and Developing Countries. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 7, 174-183.

IMF Resmi Web Sitesi Veritabanı, Erişim Adresi: <https://data.imf.org/>, Erişim Tarihi: 01.03.2021

Karaarslan, E. (2005). Kamu Kesimi Eğitim Harcamalarının Analizi. *Maliye Dergisi*, 149, 36-73.

Karakul, A. (2014). İran ve Türkiye’de Eğitim Finansmanının Karşılaştırılması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 67-87.

Karış, Ç. (2019). Eğitim Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Üzerine Bir Nedensellik Analizi: Türkiye Örneği. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 1067-1088.

Kiker, B.F. (1966). The Historical Roots of the Concept of Human Capital. *Journal of Political Economy*, 74, 481-499.

Korkmaz, C. ve Şahin, M. (2013). 2009 PISA Başarılarına Göre Ülkelerin Genel ve İnsani Gelişmişlik Düzeyleri Arasındaki İlişki. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (22), 225-247.

Köktaş, A. M. (2009). Türkiye’de Hane Halkı Eğitim Harcamaları Analizi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Ankara.

McCoskey, S. ve Kao, Ch. (1998). A Residual-Based Test of the Null of Cointegration in Panel Data. *Econometric Reviews* 17,57-84.

Menyah, K., Nazlıoğlu, Ş. ve Wolde-Rufael, Y. (2014). Financial Development, Trade Openness and Economic Growth In African Countries: New Insights From a Panel Causality Approach. *Economic Modelling*, 37, 386-394.

Mercan, M. (2014). Feldstein-Horioka Hipotezinin AB-15 ve Türkiye Ekonomisi İçin Sınanması: Yatay Kesit Bağımlılığı Altında Yapısal Kırılmalı Dinamik Panel Veri Analizi. *Ege Akademik Bakış*, 14(2), 231-245.

OECD Resmi Web Sitesi Veritabanı. Erişim Adresi: <https://data.oecd.org/> Erişim Tarihi: 01.03.2021

Ömer, N. (2005). İktisadi Kalkınmada Eğitimin Rolü. *Sosyol Ekonomi Dergisi*, 1, 27-44.

Pamuk M. ve Bektaş H. (2014). Türkiye’de Eğitim Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. Siyaset, *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 78-90.

Pesaran, M. H. (2004). General Diagnostic Tests For Cross Section Dependence in Panels. CESifo Working Paper Series No. 1229; IZA Discussion Paper No. 1240. 1-39.

Pesaran, M.H. (2007) A Simple Unit Root Test in the Presence of Cross-section Dependence, *Journal of Applied Econometrics*, 22 (2), 265-312.

Pesaran, H. ve Yamagata, T. (2008). Testing Slope Homogeneity in Large Panels. *Journal of Econometrics*, 142, 50–93.

Pesaran, M. H., Ullah, A. ve Yamagata, T. (2008) A Bias-adjusted LM Test of Error Cross-section Independence, *Econometrics Journal*, 11, 105–127.

Quan, N. T., ve Beck, J. H. (1987). Public Education Expenditures and State Economic Growth: Northeast and Sunbelt Regions. *Southern Economic Journal*, 54(2).

Schultz, Th. (1961). Investment in Human Capital. *American Economic Review*, 51, 1–17.

Swamy, P. A. V. B. (1970). Efficient Inference in a Random Coefficient Regression Model. *Journal of The Econometric Society*, 311-323.

Toprak, D., Ağcakaya, S. ve Gül, H. (2016). Sosyal Devlet Yaklaşımı Açısından Türkiye’de 1980 Sonrası Eğitim Harcamalarının Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31 (1), 123-165.

Tanrıöğen A., Muntjewerff J., Altun A., Singhal A. ve Varol A. (2016). PISA Sonuçları ile Eğitim Harcamaları İlişkisi, Editörler: Elmas, M., İşman, A. ve Eskicumalı, A. *Sakarya Üniversitesi ICQH2016 Proceeding Book*, 649-656.

Türk Dil Kurumu. Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 01.03.2021.

Uçkaç, A. (2003). Eğitimde Fırsat Eşitliği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul

Westerlund, J. (2006). Testing For Panel Cointegration With Multiple Structural Breaks. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 68, 101-132.

Wozniak G. (1987). Human Capital, Information, and the Early Adoption of New Technology. *The Journal of Human Resource*. 1(22), 101-112.



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 12.03.2021; Kabul Tarihi: 22.05.2021

Does Agricultural Support Policy Affect Crop Production in Turkey?

Doç. Dr. Şerif CANBAY

Department of Economics, Düzce University, Akçakoca Bey Faculty of Political Sciences,
canbay.serif@gmail.com, Orcid ID: 0000-0001-6141-7510

Abstract

One of the most basic requirements of humanity is the need for nutrition. Therefore, the demand for food products that do not have a substitute for human life is quite heavy. To this end, the agricultural sector becomes prominent to meet the need for nutrition but puts economic units in a great search. In this context, the agricultural sector is an important dynamic of the country's economies. This study seeks to answer how support and incentives for the agricultural sector affect agricultural crop production. In this context, the ARDL bounds test with a structural break was conducted using Turkey's 1995-2018 data to determine the effects of agricultural supports on agricultural crop production. According to the analysis results, it was found out that agricultural supports in Turkey positively affect agricultural crop production in both the short and long term.

Keywords: Agricultural support policy, crop production, agricultural sector, economic growth, ARDL bound test

JEL Sınıflandırması: O13, E01, C22

Türkiye'deki Tarım Destek Politikaları Bitkisel Üretimi Etkiliyor Mu?

Öz

İnsanoğlunun en temel gereksinimlerinin başında beslenme ihtiyacı bulunmaktadır. Bundan dolayı insanoğlunun hayatını sürdürebilmesi için ikamesi bulunmayan gıda ürünlerine yönelik talep oldukça yoğundur. Bu noktada beslenme ihtiyacının karşılanması için tarım sektörü ön plana çıkmakla birlikte bu ihtiyaç ekonomik birimleri büyük bir arayış içerisine sokmaktadır. Bu bağlamda tarım sektörü ülke ekonomilerinin önemli bir dinamiği durumundadır. Bu çalışmada tarım sektörüne yönelik destek ve teşviklerin bitkisel üretimi nasıl etkilediği sorusuna yanıt aranmaktadır. Bu kapsamda Türkiye'nin 1995-2018 dönemi verileri ile tarım sektörüne yönelik desteklerin bitkisel üretim üzerindeki etkilerini tespit etmek amacıyla yapısal kırılmalı ARDL sınır testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre gerek kısa gerekse de uzun dönemde Türkiye'de tarımsal desteklerin bitkisel üretimi pozitif yönde etkilediği bulgularına ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tarımsal destek politikaları, bitkisel üretim, tarım sektörü, iktisadi büyüme, ARDL bound test

JEL Classification: O13, E01, C22

Introduction

Nutrition is the most basic requirement that people need to maintain their lives. In this context, economic units are making great efforts to meet this need, which humanity needs the most and cannot be postponed. One of the main reasons for this effort is that the agricultural sector has an important place for macroeconomic performance indicators. At the top of these performance indicators is the contribution of the agricultural sector to employment. Especially for developing countries, this sector is an important employment source (Gollin et al., 2011:1). On the other hand, the agricultural sector also has a significant weight on inflation. This effect can have inflationary outcomes when agricultural products in high demand are not met with sufficient supply.

Agricultural activities without substitutes can have positive or negative effects on the balance of payments in terms of being subject to foreign trade and having a positive effect on poverty reduction, regional development, and economic growth (Doğan et al., 2015; Wickramasinghe, 2017). An import-based agricultural policy leads to the export of existing capital. On the other hand, an agricultural policy based on imports is also a source of trouble for food security in the event of a political crisis on the international platform. Besides, seeds developed in laboratories and food obtained from them to get more efficiency are a serious threat to human health. Therefore, organic agriculture, a sustainable agriculture system, has become widespread globally and started to be subject to international markets (Demiryürek, 2011: 27). For all these reasons that cannot be ignored, incentives, support, and subsidies for the agricultural sector, which have an important place in economies, are of great significance.

According to Vozarova and Kotulic (2016), agricultural incentives play an important role in developing the agricultural sector and the increase of foreign agricultural trade. Kumbhakar and Lien (2010) suggest that innovative agricultural supports will increase crop productivity together with the incentives to be introduced to the agricultural sector. There are few studies in the literature on how support and subsidies for the agricultural sector affect agricultural production or productivity. Hennessy (1998), Skuras et al. (2006), McCloud and Kumbhakar (2008), Gu (2014), Işık and Bilgin (2016), Vozarova and Kotilic (2016), and Akyol (2018) found that support for the agricultural sector increased agricultural crop productivity. Yıldız (2017) obtained the findings of bidirectional causality between variables. Roe et al. (2002) and Şaşmaz and Özel (2019) could not find a statistically significant relationship between the variables. Bezlepikina and Lansink (2006) and Nastis et al. (2012), on the other hand, found that agricultural supports reduced agricultural crop productivity in the findings of their studies. The findings of studies on the subject, which are limited in the literature, reveal different results.

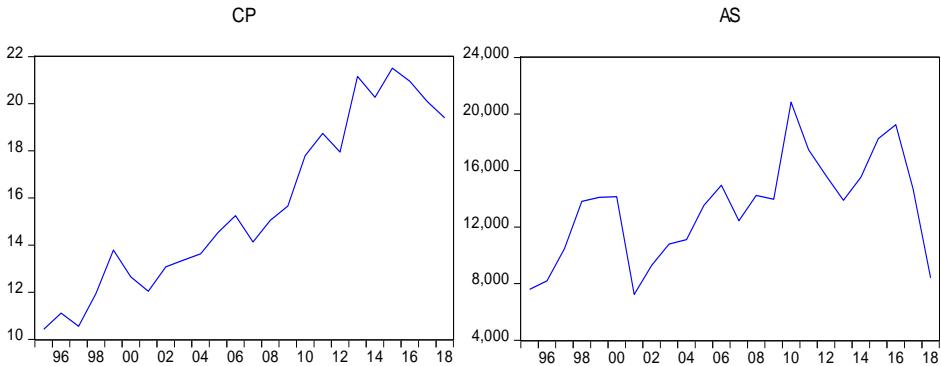
This study explores how agricultural support and incentives affect crop productivity using Turkey's 1995-2018 data. In this context, the bound test based on the Autoregressive Delay Distributed Model (ARDL) developed by Pesaran et al. (2001) was used. The study includes data and model, and then methods and findings, respectively. Finally, in the conclusion chapter, some policy recommendations are presented based on the findings.

1. Data and Model

This study aimed to investigate the impact of agricultural support on crop production using data from 1995 to 2017 in Turkey. Data on the variables contained in the model are taken from the official website of the Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). The crop production (CP) (OECD, 2021a) in the model is presented for wheat, maize, rice, and soybean. Crop production is measured in thousand hectares. The other variable of agricultural support (AS) (OECD, 2021b) is defined as government practices that increase producers or consumers' income or reduce their costs. Irrespective of their objectives and economic impacts, the definition of agricultural support involves the annual monetary value of gross transfers to agriculture from consumers and taxpayers resulting from government policies based on agricultural support. Agricultural support is expressed in terms of million USD.

It is useful to examine the graphs of the variables before the analysis. In time series analysis, the graphs of the variables in the model can provide explanatory information on issues such as refraction, trend, and seasonality. The graphics of the variables drawn in this context are included in Figure 1.

Figure 1: Graphs of variables



The presence of breaks in the graphs of the variables is noteworthy. Detecting these breaks and including them in the model leads to more accurate results.

The study is based on model (1) as follows:

$$CP_t = \beta_0 + \beta_1 AS_t + \alpha_i Breaks + u_t \quad (1)$$

In model (1), the dependent variable is CP and the independent variable is AS. In terms of representing the breaks seen in the graphs of the variables in Figure 1, the Breaks variable shows the dummy variables belonging to the break dates determined in the ADF unit root test with a single break and α_i represents the coefficient of the dummy variables. The index t is the time series of the variables belonging to the variables, β_0 is the constant term coefficient of the model, β_1 is the slope coefficient of the model, and u_t is the error term of the model.

2. Methodology and Findings

In this study, the stationarity levels of variables are firstly examined with the ADF unit root test with a single break. Then, short- and long-term relationships between variables are investigated with ARDL bound testing after the unit root test with a single break.

Table 1 contains the results of the ADF unit root test with a single break for the variables.

Table 1: Single-Break ADF Unit Root Test *

| Variable | t-Statistic | Probability | Date of break |
|-------------|-----------------|--------------|---------------|
| CP | -3.414 | 0.851 | 2012 |
| Δ CP | -7.309** | 0.001 | 2012 |
| AS | -4.311 | 0.331 | 2009 |
| Δ AS | -5.179** | 0.049 | 2005 |

* The unit root test was performed in constant and trend models by taking into account the breaks.

** Expresses stationarity according to %5 level of significance.

According to the results of the ADF unit root test with a single break, when the first degree I(1) differences of the variables are taken, they become stable at the 5% statistical significance level. On the other hand, it was determined that there were breaks for the CP variable in 2012 and the AS variable in 2005 and 2009.

ARDL bound test is a test that provides the opportunity to examine the long-term relationships between variables and the long-term relationships between stationary variables at different levels. ARDL model of the study is as seen in the model (2).

$$CP_t = \theta_0 + \sum_{i=1}^p \theta_{1i} CP_{t-i} + \sum_{i=0}^r \theta_{2i} AS_{t-i} + \alpha_i Breaks + e_t \quad (2)$$

The θ s in the model (2) indicate the coefficient matrix of the independent variables. The p and r symbols show the different lag numbers of the variables, i shows the lag number, and e_t is the error term of the model. Lag numbers were determined by the Akaike Information Criteria (AIC). The dependent variable of the study was added as an exogenous variable to the 2012 ARDL model, which is the break date determined for CP.

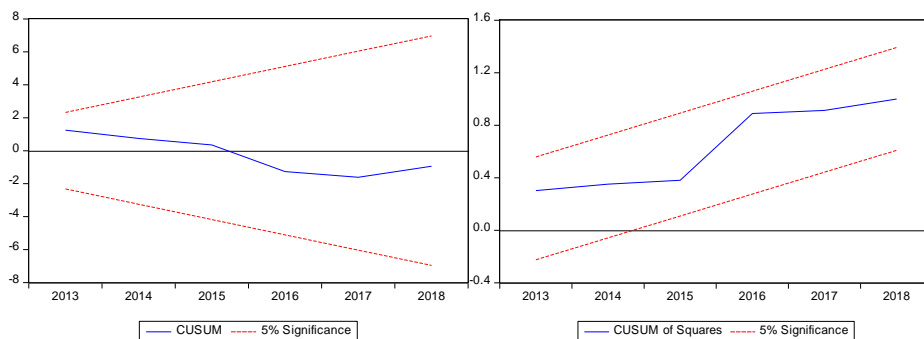
According to the analysis results, it was determined that the ARDL(3,3) model is the appropriate model. Some descriptive tests are required to test the suitability of the ARDL(3,3) model. The results of these tests are shown in Table 2.

Table 2: Descriptive Statistics

| Tests | Calculated Statistics | Prob. |
|---------------------------------|-----------------------|-------|
| Breusch-Godfrey Autocorrelation | 0.524 | 0.769 |
| Breusch-Pagan-Godfrey Test | 7.046 | 0.531 |
| Jargue-Bera Test of Normality | 1.527 | 0.466 |
| Ramsey RESET | 0.335 | 0.574 |

It was determined that there are no autocorrelation and variance problems, and the error terms are normally distributed in the descriptive statistics for the ARDL(3,3) model. Finally, CUSUM and CUSUM-SQ analysis need to be conducted to determine whether the current coefficients are stable or not. The results of the CUSUM and CUSUM-SQ analyzes are shown in Figure 2.

Figure 2: CUSUM and CUSUMQ Results



For the ARDL(3,3) model, it is seen that CUSUM and CUSUM-SQ are within 5% confidence intervals. This result indicates that the coefficients obtained are stable. After these results, the results of the ARDL(3,3) model are presented in Table 3.

Table 3: ARDL (3,3) Model Prediction

| Variable | Coefficient | Stand. Error | t-Statistics | Prob. |
|---------------|------------------|-----------------|-----------------|---------------|
| CP(-1) | 0.092292 | 0.244891 | 0.376871 | 0.7128 |
| CP(-2) | 0.2132 | 0.217998 | 0.977988 | 0.3474 |
| CP(-3) | 0.200728 | 0.207127 | 0.969105 | 0.3516 |
| AS | 0.000313* | 7.46E-05 | 4.188186 | 0.0013 |
| AS(-1) | 6.91E-05 | 0.000105 | 0.660161 | 0.5216 |
| AS(-2) | -0.000122 | 9.43E-05 | -1.295485 | 0.2195 |
| AS(-3) | 0.000241* | 8.87E-05 | 2.722872 | 0.0185 |
| $\Delta 2012$ | 1.308668 | 0.998948 | 1.310047 | 0.2147 |
| C | 1.266429 | 1.853424 | 0.683291 | 0.5074 |

* Expresses significance according to 5% level of significance.

The equation obtained for the bound test is as in equation (3) below:

$$\Delta CP_t = \theta_0 + \sum_{i=1}^p \theta_{1i} \Delta CP_{t-i} + \sum_{i=0}^r \theta_{2i} \Delta AS_{t-i} + \theta_3 CP_{t-i} + \theta_4 AS_{t-i} + \alpha_i Breaks + e_{1t} \quad (3)$$

Besides, the hypotheses of the test are listed below.

$$H_0 : \theta_3 = \theta_4 = 0 \text{ (no cointegration),}$$

$$H_1 : \theta_3 \neq \theta_4 \neq 0 \text{ (cointegration).}$$

In the hypotheses, the statistical value of the bound test is determined by testing whether the coefficients of $\theta_3 = \theta_4 = 0$ expressed in the model with Wald F statistics are equal to zero simultaneously. This statistical value determined for the hypotheses is compared with the lower limit I(0) and upper limit I(1) values specified in the article of Pesaran et. al. (2001: 300). If the calculated value is greater than the critical value of I(1), H_0 is rejected. In other words, there are long-term relationships between variables.

Table 4: ARDL Bounds Testing Results

| K | F-Statistic | 1% Critical Values | |
|---|-------------|--------------------|------|
| | | I(0) | I(1) |
| 1 | 6.028* | 4.94 | 5.58 |

The bound test findings shown in Table 4 indicate that the F statistic value is greater than the critical values, that is, the H_0 hypothesis is rejected. Therefore, this situation shows that the AS variable affects the CP variable in the long term. On the other hand, it should be observed that the error correction mechanism works and what kind of interaction there is between variables in the long and short term should be determined. The error correction mechanism is tested with model (4).

$$\Delta CP_t = \theta_0 + \sum_{i=1}^m \theta_{1i} \Delta CP_{t-i} + \sum_{i=0}^n \theta_{2i} \Delta AS_{t-i} + \theta_3 ECM_{t-1} + e_{2t} \quad (4)$$

The fact that the coefficient of ECM(-1) in the model (4) is between 0 and -1 and statistically significant indicates that the imbalances between the variables improve in the short term. Table 5 shows the short- and long-term results of the error correction model.

Table 5: Short-Term and Long-Term Coefficients

| Short-Term Coefficients and Error Correction Model | | | | |
|---|--------------------|-----------------------|---------------------|--------------|
| Variable | Coefficient | Standard Error | t-Statistics | Prob. |
| C | 1.266 | 1.853 | 0.683 | 0.507 |
| CP(-1) | -0.493 | 0.182 | -2.704 | 0.019 |
| AS(-1) | 0.001* | 0.001 | 3.088 | 0.009 |
| Δ (CP(-1)) | -0.413 | 0.210 | -1.963 | 0.073 |
| Δ (CP(-2)) | -0.200 | 0.207 | -0.969 | 0.352 |
| Δ(AS) | 0.001* | 7.46E-05 | 4.188 | 0.001 |
| Δ (AS(-1)) | -0.001 | 0.001 | -1.101 | 0.293 |
| Δ(AS(-2)) | -0.001* | 8.87E-05 | -2.722 | 0.019 |
| Δ 2012 | 1.308 | 0.998 | 1.3100 | 0.215 |
| ECM(-1) | -0.493 | 0.107 | -4.593 | 0.001 |
| Long-Term Coefficients | | | | |
| Variable | Coefficient | Standard Error | t-Statistics | Prob. |
| AS | 0.001* | 0.001 | 3.542 | 0.004 |
| C | 2.564 | 3.265 | 0.785 | 0.448 |

* Expresses significance according to 5% level of significance

According to Table 5, a statistically significant and positive relationship was found between the AS and CP variables both in the short and long term. Additionally, ECM(-1) coefficient is between 0 and -1, and it is seen to be statistically significant. This means that the error correction mechanism of the model works correctly. This means that deviations in the short term stabilize in the long term.

Conclusion

Turkey's 1995-2018 data were used in this study, which seeks to answer how agricultural support affects crop production. The ARDL limit test was used in the study. According to the results, agricultural support positively affects crop production both in the short and long term in Turkey.

The effects of the agricultural sector on macroeconomic performance indicators are an issue that governments should not ignore. In particular, the way to transfer the effects on employment, growth, inflation, and current account deficit to indicators positively is through the support and incentives to be applied to the sector. According to the World Bank (2021) data, Turkey's agricultural sector's share of GDP was 17.5% in 1990, it declined to 6.4% in 2019. During this period, the share of the manufacturing industry increased from 17.32% to 27.19%. The share of Turkey's agricultural support in GDP was 4.36% in 1990, and this share decreased to 1.06% as of 2019. OECD countries' average agricultural support in 2019 was 281.081 million US dollars, while this support was 7.223 million US dollars in Turkey, well below that of OECD countries (OECD, 2021b). It can be stated that the most important reason for this change in this process is due to the policies implemented by governments. These data are an indicator of the neglect of the agricultural sector in Turkey, although incentives for the sector increase crop productivity.

The existence of import-dependent manufacturing industry in Turkey deepens the current account deficit problem, while the agricultural sector is a sector with the potential to eliminate this problem. Although it is important to support all sectors of the whole economy, it is also important to support the agricultural sector. Globalized economies' resistance to external shocks can be mitigated by supporting sectors with domestic opportunities, such as the agricultural sector. On the other hand, in addition to being a solution to Turkey's unemployment problem, it can lead to economic growth by increasing output. Consequently, the surplus of the agricultural products produced for domestic markets can be exported, and the current account deficit problem can be eliminated with foreign exchange inflow to the country.

The findings of the study reveal the importance of support for the agricultural sector. Therefore, researchers should continue new studies in which different methods and different variables are included in the model. Such studies will be important supportive studies for the future of the industry.

References

- Akyol, M. (2018). An Examination of the Relationship Between Agricultural Incentives and Agricultural Added Value: Panel Simulated Equations System Analysis for New Industrialized Countries, *The Journal of International Scientific Researches*, 3(3), 226-236.

- Bezlepkina, I. V. & Lansink, A. O. (2006). Impact of Debts and Subsidies on Agricultural Production: Farm-Data Evidence, *Quarterly Journal of International Agriculture*, 45(1), 7–34.
- Demiryürek, K. (2011). The Concept of Organic Agriculture and Current Status of in the World and Turkey, *GOÜ, Ziraat Fakültesi Dergisi*, 28(1), 27-36.
- Doğan, Z., Arslan, S. & Berkman, A. N. (2015). Development and Problems of Agricultural Sector in Turkey: A Historical Outlook, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 29-41.
- Gollin, D., Lagakos, D. & Waugh, M.E. (2011). The Agricultural Productivity Gap in Developing Countries, *International Growth Center Working Paper*.
- Gu, Z. (2014). Evolution of Post-War Agricultural Support Policies in China's Taiwan, *Asian Agricultural Research*, 6(11), 58-61.
- Hennessy, D. A. (1998). The production effects of agricultural income support policies under uncertainty, *American Journal of Agricultural Economics*, 80(1), 46–57.
- Işık, H. B. & Bilgin, O. (2016). The effects of agricultural support policies on agricultural production: The case of Turkey, *RSEP International Conferences on Social Issues and Economic Studies*, 2nd Multidisciplinary Conference Madrid SPAIN 2-4 November, 111-119.
- Kumbhakar, S. C. & Lien, G. (2010). Impact of Subsidies on Farm Productivity and Efficiency, *The Economic Impact of Public Support to Agriculture, Studies in Productivity and Efficiency 7*, ed. by V. Eldon Ball, Roberto Fanfani, Luciano Gutierrez, Springer, 109-124.
- McCloud, N. & Kumbhakar, S. C. (2008). Do subsidies drive productivity? A cross-country analysis of Nordic dairy farms, *In: Bayesian econometrics. Emerald Group Publishing Limited*, ed. by Siddhartha Chib, William Griffiths, Gary Koop, Dek Terrell. Emerald Group Publishing Limited, 23, 245-274.
- Nastis, S. A., Papanagiotou, E. & Zamanidis, S. (2012). Productive Efficiency of Subsidized Organic Alfalfa Farms, *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 37(2), 280-288.
- OECD (2021), Agricultural Support (indicator). doi: 10.1787/6ea85c58-en [Accessed on 08 March 2021]
- OECD (2021), Crop Production (indicator). doi: 10.1787/49a4e677-en [Accessed on 08 March 2021]

- Pesaran, M. H., Shin, Y. & Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships, *Journal of Applied Econometrics*, 16(3). 289-326.
- Roe, T., Somwaru, A. & Diao, X. (2002). Do Direct Payments Have Intertemporal Effects on U.S.'s Agriculture? in Government Policy and Farmland Markets: The Maintenance of Farmer Wealth, *Trade and Macroeconomics Division International Food Policy Research Institute*, ed. by Charles B. Moss and Andrew Schmitz, Iowa State Press, 115-140.
- Skuras, D., Kostas, T., Dimara, E. & Tzelepis, D. (2006). The Effects of Regional Capital Subsidies on Productivity Growth: A Case Study of The Greek Food and Beverage Manufacturing Industry, *Journal of Regional Science*, 46, 355-381.
- Şaşmaz, M.Ü. & Özel, Ö. (2019). Effect of Agricultural Incentives on the Development of Agricultural Sector: Example of Turkey, *Dumlupınar University Journal of Social Sciences*, 61, 50-65.
- World Bank (2021). Agriculture, Value Added (% of GDP) Database, <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=NV.AGR.TOTL.ZS&country=>[Accessed on 10.02.2021]
- Vozarova, I. K. & Kotulic, R. (2016). Quantification of the Effect of Subsidies on the Production Performance of the Slovak Agriculture, *Procedia Economics and Finance*, 39, 298-304.
- Wickramasinghe, G.A. U. (2017). Fostering Productivity in the Rural and Agricultural Sector for Inclusive Growth in Asia and the Pacific, *Asia-Pacific Development Journal*, 24(2), 1-22.
- Yıldız, F. (2017). The Effect of Agricultural Support Payments Made from the Central Government Budget on Agricultural Production in Turkey: The Period of 2006-2016, *Sayıştay Dergisi*, 104, 45-63.



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 19.12.2021; Kabul Tarihi: 22.05.2021

12 Temmuz Beyannamesi Süreci ve Beyannamenin Türk Siyasal Hayatına Etkisi Üzerine Bir Değerlendirme

Doç. Dr. Hüseyin ÇAVUŞOĞLU

Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü,
huseyindp@hotmail.com, Orcid ID: 0000-0001-7132-3833.

Öz

Bu çalışmada, 12 Temmuz beyannamesi süreci ve beyannamenin Türk siyasal yaşamına etkisi ele alınmıştır. Türkiye’de çok partili hayata geçildikten sonra, iktidar ile muhalefet arasındaki ilişki oldukça gerginleşti ve bu ortamda, Cumhurbaşkanı İsmet İnönü, iktidar ve muhalefet liderleriyle yaptığı görüşmeler sonucunda, “12 Temmuz Beyannamesini” yayımlamıştır. Beyanname ile DP, kurumsal bir kimlik kazanırken, iktidar ile muhalefet arasında karşılıklı bir güven ortamı yakalanmıştır. Beyannamenin hem CHP hem DP açısından önemli sonuçları olmuştur. CHP’de Başbakan Recep Peker istifa ederken; DP’de ise yaşanan ihraçlar ve istifalar sonunda Millet Partisi kurulmuştur. Beyanname, çok partili demokratik düzenin tesisi için gerekli olan bir önlem olarak, Türk siyasal hayatındaki yerini almıştır. Ayrıca Türkiye’nin çok partili hayattan yana olduğu mesajı, batılı ülkelere verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İsmet İnönü, iktidar, muhalefet, Recep Peker.

JEL Sınıflandırması: Z0

An Evaluation on the Process of the 12th July Declaration and its Effect on Turkish Political Life

Abstract

In this study, the process of the July 12 declaration and its effect on Turkish political life are discussed. After the transition to multi-party life in Turkey, relations between the government and the opposition were quite tense, and in this environment, President Ismet Inonu, as a result of his talks with government and opposition leaders, "July 12, Declaration on" was published. With the declaration, while the Democrat Party gained an institutional identity, an atmosphere of mutual trust was achieved between the government and the opposition. The declaration had important consequences for both CHP and DP. While Prime Minister Recep Peker resign from CHP; In DP, as a result of the dismissals and resignations, the Nation Party was established. The declaration has taken its place in Turkish political life as a necessary measure for the establishment of multi-party democratic order. In addition, the message that Turkey favors multi-party life was given to western countries.

Keywords: İsmet İnönü, government, opposition, Recep Peker.

JEL Classification: Z0

Giriş

Siyasal partiler, günümüzde demokrasinin en önemli unsurlardan biri olarak kabul edilmektedirler. Muhalefet de demokrasinin önemli temel değerlerindedir. Türk siyasi hayatı incelendiğinde, 23 Nisan 1920’de Türkiye Büyük Millet Meclisi’nin açılışı sonrası, parlamentoda birinci grup ve ikinci grup olarak adlandırılan 2 grubun ortaya çıktığı görülmektedir. Birinci grup, Mustafa Kemal Atatürk liderliğinde Cumhuriyet Halk Fırkasını (CHF) oluştururken; ikinci grup ise Kazım Karabekir önderliğinde Terakkiperver Cumhuriyet Halk Fırkasını (TPCF) kurmuştur. Kendini muhafazakâr, demokrat bir parti olarak tanımlayan TPCF, Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk muhalefet partisi olup, Rauf Orbay, Refet Bele ve Ali Fuat Cebesoy gibi önemli isimler partide yer almıştır. 13 Şubat 1925’te Diyarbakır’ın Ergani ilçesinde başlayan ve bölgeye yayılan Şeyh Sait isyanı sonrası, Takriri Sükûn (Huzurun Sağlanması) kanunu çıkarılmış, yapılan yargulamada, TPCF’nin bazı yöneticileri bu isyana destek vermekle suçlanmıştır. 17 Kasım 1924’te kurulan Türkiye’nin ilk muhalefet partisinin siyasi ömrü, oldukça kısa sürmüş ve TPCF, 5 Haziran 1925’te kapatılmıştır. 1930 yılına gelindiğinde, güdümlü bir muhalefet partisi deneyimine gidilmiştir. Atatürk’ün isteği, desteğiyle dönemin Paris Büyükelçisi Fethi Okyar’ın genel başkanlığında 12 Ağustos 1930’da Serbest Cumhuriyet Fırkası (SCF) kurulmuştur. Atatürk’ün yakın arkadaşları ve kız kardeşi Makbule Hanım partide yer alırken, CHF’den 15 milletvekili istifa ederek SCF’ye katıldılar. SCF’nin İzmir’de düzenlediği mitingin, parti tarihinde önemli bir yere vardır. Büyük bir katılımı gerçekleştirilen mitingte, bir grubun Atatürk ve CHF aleyhine sloganlar atmasıyla çıkan olaylarda bir çocuk, polis kurşunu ile hayatını kaybetmiştir. 1929 Ekonomik Buhranı, tüm ülkeler gibi Türkiye’yi de etkilemişti. Türkiye’nin özellikle ekonomik durumundan sıkıntı çeken sınıfların, SCF’de toplandığı ve İzmir mitingi ile SCF’nin ilerleyen süreçte güçlü bir iktidar adayı olabileceği belirtilmektedir. Bu ortamda, Atatürk SCF’den desteğini çekmiş ve 17 Kasım 1930’da SCF kendini feshetmiştir. Böylece, tek parti döneminde çok partili bir düzene geçilememiştir (Altınkaş, 2012: 2-14).

II. Dünya Savaşı’nda Türkiye, tarafsızlığını korumuş ve savaş 1945’te sona ermiştir. II. Dünya Savaşı’nı kazanan devletler, demokratik devletler olarak isimlendirilmiş ve savaş sonrası demokratik yönetimler ön plana çıkmıştır. Bu dönemde, Sovyetler Birliği’nin 1925 tarihli Saldırmazlık Antlaşmasını yenilemeyeceğini duyurması, toprak talebi, boğazlarda ortak yönetim gibi Türkiye’ye yönelik ciddi tehditleri olmuştur. Türkiye, II. Dünya Savaşı sonrası, demokrasinin batı ile özdeşleştiği bir ortamda, Sovyetler Birliği’nin tehditlerine karşı batılı devletlerin desteğini alabilmek için, batı gibi demokratik bir ülke olarak görünmek istemiştir. Nisan 1945’ten Haziran 1945’e kadar San Francisco’da BM öncülüğünde 50’den fazla ülkenin katıldığı toplantılara, Türk heyeti de katılmış ve çok partili hayata en kısa sürede geçileceğine vurgu yapılmıştı. Diğer taraftan Cumhurbaşkanı İnönü, 19 Mayıs 1945 ve Meclis açılışında yaptığı konuşmalarda, en kısa sürede çok partili hayata geçileceğini söylemiştir (Kara, 1984: 64-69).

7 Haziran 1945'te Celal Bayar, Adnan Menderes, Fuat Köprülü ve Refik Koraltan imzalı önerge, CHP Meclis Grubuna verilmiştir. Dörtlü Takrir olarak bilinen belgede, ana hatlarıyla anayasa, kanunlar ve CHP Parti tüzüğündeki demokratik olmayan maddelerin çıkarılması, TBMM'nin iktidarı denetlemesine gerçek manada izin verilmesi ve seçimlerin yargı denetiminde yapılması istenmiştir. 12 Haziran'da CHP Meclis Grubu'nda önerge, reddedilmiştir. Dörtlü Takrir'in reddedilmesinden sonra CHP'yi eleştiren yazılar kaleme alan Adnan Menderes, Fuat Köprülü ve Refik Koraltan partiden ihraç edilmişlerdir. İhraçlar sonrası, parti kurma çalışmalarına hız verilmiştir. 4 Aralık 1945 günü Celal Bayar, Cumhurbaşkanı İsmet İnönü ile görüşmüş ve kurulacak parti için İnönü'nün onayını almıştır. 7 Ocak 1946'da Türk siyasal hayatının en önemli partilerinden biri olan Demokrat Parti (DP) kurulmuştur. DP'nin 1947 yılındaki genel seçimlere iyi bir biçimde hazırlanmasını engelleyebilmek adına, CHP 21 Temmuz 1946'da genel seçimlerin yapılmasına karar vermiştir. 21 Temmuz 1946 genel seçimlerinde DP, 16 ilde aday gösterememiştir. Açık oy gizli sayım ilkesi ile yapılan 1946 seçimlerinde, usulsüzlükler ve baskılar yaşanmıştır. Bundan dolayı, 1946 seçimleri, İttihat ve Terakki döneminde yapılan 1912 seçimlerine (Sopalı seçimlere) benzetilmektedir. DP, 465 milletvekilliği için 273 aday gösterebilmiş ve 21 Temmuz 1946 seçimlerinde CHP, tek başına iktidara gelirken; DP 62 milletvekili ile Meclis'e girmiştir (Eroğul, 1998: 11-23; Yücel, 2001: 46-56).

Bu noktada sırasıyla çalışmanın konusu, amacı, önemi ve yöntemine değinilecektir. 21 Temmuz 1946 genel seçimleri sonrası, sert açıklamalarla iktidar-muhalefet arasındaki ilişki gerginleşmiştir. Bu noktada Cumhurbaşkanı İsmet İnönü, 12 Temmuz Beyannamesini yayımlanmıştır. Bu çalışmada, 12 Temmuz beyannamesi süreci ve beyannamenin Türk siyasal yaşamına etkisi ele alınmış olup, çalışmanın amacı, 12 Temmuz beyannamesi sürecinde yaşananları ve beyannamenin Türk siyasal yaşamı üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu bağlamda, 1946 genel seçimleri sonrası kurulan Recep Peker hükümetinin kuruluş süreci, hükümet ile muhalefet arasındaki çatışma noktaları, 12 Temmuz beyannamesi ayrıntılı bir biçimde ele alınmış ve daha sonra beyannamenin DP ve CHP açısından sonuçlarına değinilmiştir. Çalışmanın önemi değerlendirildiğinde, batıya, San Francisco'da BM öncülüğünde yapılan toplantılarda, Türkiye'nin çok partili hayata en kısa zamanda geçeceği yönünde sözler verilmişti. 12 Temmuz beyannamesi ile de Türkiye'nin çok partili yaşama geçtiği, bu düzene devam edeceği ve demokratik hayattan geri dönüşün söz konusu olmayacağı mesajı verilmiştir. Ayrıca, çalışmanın önemi ile ilgili olarak, 12 Temmuz Beyannamesinin, muhalefetin kimlik kazanmasında, önemli bir işlev gördüğü söylenebilir. Çalışmada, "*Var olan kayıt ve belgeleri inceleyerek veri toplama*" olarak tanımlanan "Belgesel Tarama" tekniği kullanılmıştır. Belgesel tarama tekniği kaynaklara ulaşma, okuma, fişleme (not alma) ve değerlendirme olmak üzere dört aşamada gerçekleştirilmiştir. Genel tarama (literatür taraması) amaçlı, belgesel tarama tekniğine yer verilmiştir (Karasar, 1991:183-184).

1. Recep Peker Hükümetinin Kurulması

21 Temmuz 1946 genel seçimlerinden sonra Başbakanın kim olacağı konusunda bir belirsizlik yaşandığı söylenebilir. Başbakanlık teklifi önce Hilmi Uran'a yapılmıştı.

Uran'ın kabul etmemesi üzerine teklif, Recep Peker'e yapılmış ve Peker, başbakanlığı kabul etmiştir. Peker, CHP içinde önemli siyasetçilerden, CHP'nin ilk genel sekreteri olup, Milli Savunma ve İçişleri Bakanlığı gibi önemli görevlerde yer almıştır. Peker'e, "Parti Genel Başkan Vekilliği" görevi verilmemiştir. Çok partili düzene yeni geçilmiş iken; başbakanlık ile parti genel başkan vekilliğinin farklı kişilere verilmesi düşünülmüştür. Parti genel başkan vekilliğine, Şükrü Saraçoğlu getirilmiştir. Bu dönem, Türkiye'nin siyasal hayatı, demokratik düzeni için oldukça hassas bir süreçti. Çok kısa bir süre önce çok partili hayata geçildiğinden dolayı, çoğu siyasetçi başbakanlık gibi ağır bir sorumluluğu almak istememiştir (Tuna, 2006: 42-45). Recep Peker Hükümeti'nde bakanlıkların dağılımı şöyledir: "*Başbakan: Recep Peker (İstanbul), Adalet Bakanı: Mümtaz Ökmen (Ankara), Milli Savunma bakanı: Cemil Cahit Toydemir (İstanbul), İçişleri Bakanı: Şükrü Sökmensüer (Gümüşhane), Dışişleri Bakanı: Hasan Saka (Trabzon), Maliye Bakanı: Halit Nazmi Keşmir (Tokat), Milli Eğitim Bakanı: Reşat Şemsettin Sırer (Sivas), Bayındırlık Bakanı: Cevdet Kerim İncedayı (Sinop), Ekonomi Bakanı: Tahsin Bekir Balta (Rize), Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanı: Behçet Uz (Denizli), Gümrük ve Tekel Bakanı: Tahsin Çoşkun (Kastamonu), Tarım Bakanı: Faik Kurdoğlu (Manisa), Ulaştırma Bakanı: Şükrü Koçak (Erzurum), Ticaret Bakanı: Atıf İnan (İzmir), Çalışma Bakanı: Sadi İrmak (Konya)*" (TBMM, 1946: 12).

5 Ağustos 1946'da Recep Peker hükümeti TBMM'den güvenoyu aldı. Muhalefet ile ilk tartışma, 14 Ağustos'ta hükümet programının mecliste görüşülmesi esnasında yaşandı. Hükümet programı okunduktan sonra DP'den Fuat Köprülü, programı her yönüyle değerlendirebilmek için iki gün süre istemiş fakat bu istek, CHP'liler tarafından kabul edilmemiştir. Karşılıklı sert sözlerden sonra hükümet programı 53 hayır oyuna karşı 378 evet oyu ile kabul edilmiştir (Dereli, 1996: 13-15).

2. Hükümet İle Muhalefet Arasındaki Çatışma Konuları

Recep Peker hükümetinin ilk icraatı, halkın önemli sorunlarından biri olan ekonomi le ilgiliydi. Ekonomik istikrarın sağlanması için Türk Lirasının değerini düşürmeyi içeren "7 Eylül Kararları", Peker hükümetinin attığı ilk adım olmuştur. Fakat bu kararlar, ekonomide bekleneni verememiş, aksine fiyatların daha da artmasına, hayat pahalılığına neden olmuştur. DP, 7 Eylül kararlarından dolayı CHP'yi sert bir biçimde eleştirmiş. Başbakan, aynı sertlikte cevap vermiştir. İnönü de iktidar muhalefet arasındaki bu tartışmayı "muhalefesinde bir gün iktidar olabileceğini" söyleyerek, iki parti arasındaki gerilimi azaltmaya, dağıtmaya çalışmıştır (Ahmad, 2007: 39; Karpat, 2008: 279-282).

Hükümet, Aralık 1946'da hem yurtiçi hem de uluslararası ortamı gerekçe göstererek İstanbul, Edirne, Kırklareli, Tekirdağ, Çanakkale ve Kocaeli'nde sıkıyönetimi altı ay uzatma kararı almıştır. DP'liler ise hükümetin gazeteleri kapatmak, mitinglerin yapılmasını önlemek için bu yola başvurduğunu öne sürmüştür. 4 Aralık'ta altı ilde sıkıyönetim altı ay daha uzatılmıştır. Bu karardan sonra 6 Ocak 1947'de sınıfsal çatışmayı savunarak suç işlediği öne sürülen altı gazete ve dergi süresiz kapatılmıştır (Karpat, 1996: 155).

CHP ile DP arasındaki en önemli tartışma, 18 Aralık 1946'da başlayan 1947 bütçe görüşmelerinde yaşanmıştır. Başbakan Recep Peker'in konuşmasından sonra söz alan DP milletvekili Adnan Menderes, bütçedeki önlemlerin yeterli olmadığını, kırsal kesime yeteri kadar destek verilmediğini, tasarruf önlemlerinin gerçekçi olmadığını, bürokrasi ve vergi sisteminde kökten değişiklik yapılması gerektiğini söylemiştir. Menderes'ten sonra Başbakan'ın yaptığı konuşma, CHP ile DP arasındaki iplerin kopmasına neden olmuştur. Peker'in konuşmasından bir bölüm şöyledir: *“Muhterem arkadaşlarım, Demokrat Parti adına dinlediğiniz Adnan Menderes'in sesinde kötümser ve psikopat bir ruhun mariz karanlıklar içinde şanlı bir milletin ve arkada bıraktığı karanlıklardan azametli, şan ve şerefli bir istikbale gitmek azminde bulunan kudretli bir devletin hayatını bir boşluk halinde ifade eden ruh hâletinin akislerini dinledik..”* Görüldüğü üzere Başbakan Peker “Psikopat bir ruhun ifadesi” şeklinde Menderes'in konuşmasını değerlendirmiştir. Başbakanın bu sert konuşması üzerine DP'liler TBMM'yi terk etmişlerdir. Bu durum karşısında Cumhurbaşkanı İnönü, iki parti arasında arabuluculuğa soyunmuş ve 22 Aralık'ta Çankaya Köşkü'nde Recep Peker ve Celal Bayar ile görüşmüş, 24 Aralık'ta Celal Bayar'ı Çankaya Köşkü'ne tekrar davet etmiştir. İnönü, yaptığı görüşmelerde taraflardan siyasal sistemin işlemlerini istemiştir. DP, Cumhurbaşkanının talebini, yaklaşmakta olan büyük kongreyi de dikkate alarak 9 gün sonra 27 Aralık'ta bütçe görüşmelerine katılmıştır. 48 hayır oyuna karşı 354 evet oyu ile 1947 yılı bütçesi kabul edilmiştir (Satı, 2019: 148-150; Nalbant, 2014: 41-42). Bütçe görüşmesi sonrası yaşananlar, DP'nin Meclis'i terk etmesi, çok partili hayatın hassaslığını ortaya koymuştur.

DP Birinci Büyük Kongresi, 7 Ocak 1947'de yapıldı ve 11 Ocak'ta sona erdi. 548 delegeden 541'inin oyunu alarak, DP Genel Başkanlığına yeniden Celal Bayar seçildi. Ana Davalar Komisyonu Raporu “Hürriyet Misakı” olarak adlandırıldı. Rapora bu ismin verilmesinde “Misakı Milliye” bir atıf olduğu söylenebilir (Zürcher, 2006: 310). Hürriyet Misakına göre; anayasaya aykırı yasaların çıkarılması, cumhurbaşkanlığı ile parti genel başkanlığı vekilliğinin tek kişide toplanmaması, yürürlükte olan seçim yasasının değiştirilmesi, hükümetten istenmiştir. Ayrıca bu belgede, bu isteklerin hükümet tarafından yerine getirilmemesi durumunda, DP'nin TBMM'den çekileceği de belirtilmiştir (Eroğul, 1998: 46-51). DP'nin meclisten çekilmesi, CHP'yi tek parti durumuna düşürecek ve çok partili hayat geçişe önemli bir darbe vurulmuş olacaktı. Kongrede muhalif grup, bütün milletvekillerinin istifa etmesini istemiş, fakat bu istek kabul edilmemiştir (Çiçek, 2018: 87). Bu kongre ile DP, iktidar için önemli bir alternatif olduğunu Türk halkına göstermiştir. DP Birinci Büyük Kongresi, demokratik bir ortamda gerçekleşmiş, delegeler düşüncelerini özgürce ifade etmişlerdir. Kongrenin, iktidar-muhalefet arasındaki gerginliği hem arttırdığı hem de Cumhurbaşkanının iktidar ve muhalefet partilerine tarafsız, eşit bir biçimde davranmasının yolunu açtığı söylenebilir (Öztürkci, 2019: 753).

DP, 6 Nisan 1947'de yapılacak ara seçimler için İzmir'de toplanma kararı almıştı. Başbakan Recep Peker, DP'den önce İzmir'e gelmiş ve Halkevin'de yaptığı konuşmada İstiklal Mahkemeleri ile ilgili kanunun yürürlükte olduğuna vurgu yapmıştır. Başbakanın bu açıklaması üzerine DP İstanbul, Balıkesir, Kastamonu ve

Tekirdağ'da yapılacak ara seçimlere girmeme kararı almış ve CHP ile DP arasındaki ipler kopma noktasına gelmişti. Menderes, Başbakanın bu sözlerine çok sert bir açıklama yapmıştır. Menderes'in "*Memlekette demokrasi devrini açıyoruz, iddiasını ileri sürenler bu devri hile fesat ve zor kullanma temeli üzerine kuracaklarını farz ediyorlar*" şeklinde sözlerinden sonra CHP, Menderes'in dokunulmazlığının kaldırılmasını talep etmiş ve bu karar dönem sonuna bırakılmıştır. Komisyon, 11 Şubat 1948 tarihinde Menderes'in dokunulmazlığının kaldırılmasına gerek görmemiştir (Ahmad, 2007: 99).

16 Şubat 1947'de muhtarlık seçimi yapıldı. 33.328 köyden 30.133'ünün CHP, 1235'inde DP, 1960'ını ise bağımsızlar kazanmıştır. Seçimlerde çıkan olaylarda altı kişi hayatını kaybetmiştir. Adnan Menderes, Uşak ve Kütahya'da yaptığı konuşmalarda, muhtarlık seçimlerinde iktidar baskısından söz edip hükümeti suçlamış, seçimlerde usulsüzlük yapıldığını ve bu durumun demokratik düzenin gelişmesine engel olduğunu vurgulamıştır. 1947 muhtarlık seçimleri, Mersin Arslanköy'deki usulsüzlük ile anılmaktadır (Dereli, 1996: 56; Uçan, 2014: 139).

3. 12 Temmuz Beyannamesi

12 Temmuz'a giden süreçte İngiltere'ye yapılan ziyaretin önemli bir yeri vardır. 10 Mayıs 1947'de İngiliz Parlamentosunun daveti üzerine aralarında DP'den Fuad Köprülü ve Enis Akaygen ve CHP'den heyete başkanlık eden Hüseyin Cahit Yalçın, Nihat Erim gibi isimlerin yer aldığı milletvekilleri Londra'ya gittiler. Heyetin ziyareti 6 Haziran'a kadar sürmüştür. Erim ve Köprülü arasında yapılan görüşmelerde, DP ile CHP arasındaki ilişkinin bir düzene oturtulması, uzlaşmanın gereği, anlaşmazlık noktalarının çözümlenmesi ve iki parti arasında bir dostluğun başlaması konusunda anlaşmaya varılmıştır. Nihat Erim'in İsmet İnönü ile yakınlığı herkes tarafından bilinmekteydi. Bazı bilim insanları tarafından 12 Temmuz beyannamesi sürecinin bu gezi ile başladığı ifade edilmektedir (Arcayürek, 1983: 130).

İktidar ile muhalefet arasındaki ilişkinin gerginleştiği bu ortamda, Cumhurbaşkanı İsmet İnönü, iktidar ile muhalefet arasında arabuluculuk görevine soyunmuştur. Cumhurbaşkanı, konumu gereği Başbakan Recep Peker ve DP lideri Celal Bayar ile yaptığı görüşmeleri, tarafsız bir biçimde değerlendirmiştir. Cumhurbaşkanı İsmet İnönü ile DP lideri Celal Bayar arasındaki ilk görüşme, 7 Haziran'da gerçekleşti. İnönü ile Bayar, 11, 14, 17.20, 26 Haziran ve 5, 7, 10 Temmuz'da görüşmelerine devam ettiler. Üzeyir Avunduk, Vehbi Koç, Mümtaz Ökmen, Hamdullah Suphi Tanrıöver gibi isimler, İnönü ile Bayar arasında arabuluculuk yaptılar. 14 Haziran'da İnönü liderliğinde Recep Peker ve Celal Bayar bir araya gelmişlerdir. Bu görüşme, her iki parti liderinin karşılıklı suçlamaları ile geçmiştir. Baştan beri, DP ile temasa karşı olan Recep Peker, görüşmelerin devamından yana olmadığını belirtmesine rağmen görüşmeler devam etmiştir. 26 Haziran'daki görüşmede, İnönü, Bayar'a görüşmelerin neticesinde bir bildirinin yayımlanmasını önerdi. Bayar, bu öneriyi kabul ederken; Recep Peker ise bu bildirinin CHP'yi zayıf bir konuma düşüreceğini ileri sürerek kabul etmemiştir. Bildirinin taslağı, 2 Temmuz'da ortaya çıkmıştır. Parti başkanlığı ile

Cumhurbaşkanlığının aynı kişide toplanmayacağına ilişkin görüşler, Başbakan Recep Peker'in itirazı ile bildiriden çıkarıldı ve Peker'in itirazlarıyla bildiri on sayfadan altı sayfaya kadar indi. Peker, beyannameye tepkisini 2 Temmuz'da izne çıkarak, İstanbul'a giderek gösterdi. Beyanname 11 Temmuz günü önce radyoda okundu ve 12 Temmuz'da gazetelerde yayımlandı (Gökçeler, 2018: 73-83; Akın, 2005: 93-98). Beyanname İönü, Celal Bayar ve Recep Peker ile yaptığı temasları ve bu temaslarla ilgili fikirlerini dile getirmiştir. Bildiriye bakıldığında, bir iktidar baskısına değinilirken; muhalefetin yani DP'nin ihtilalci olmadığına ve Cumhurbaşkanının her iki partiye eşit mesafede olduğuna vurgu yapılmıştır. 12 Temmuz beyannamesi İsmet İönü'ye göre, çok partili demokratik düzenin tesisi için gerekli olan bir önlem olarak Türk siyasal hayatında yerini almıştır (Avcıoğlu, 1959: 11).

4. Beyanname Sonrası Gelişmeler

Başbakan Recep Peker, 26 Ağustos 1947'de yapılan CHP Grup toplantısında güvenoyu istemiştir. Peker, 35'e karşı 303 oyla parti grubundan güvenoyunu almıştır. CHP tarihinde, bu güne kadar ki güven oylamaları, oy birliği ile alınmıştır. 26 Ağustos 1947'deki güven oylamasında, 35 ret oyunun çıkması, Peker hükümeti için güvensizlik anlamına gelmekteydi. Güven oylaması sonrası Türk siyasal hayatında "35'ler Olayı"¹ olarak tarihe geçen ve liderinin Nihat Erim olduğu hareket ortaya çıkmıştır (Ahmad, 1992, 40-41; Tunaya, 1952: 563-564).

Başbakan Recep Peker, 26 Ağustos'taki güven oylamasından sonra hükümette değişikliğe gitmek istemiştir. İönü'de bu değişikliğe CHP Meclis Grubundan onay alması şartıyla olabileceğini dile getirmiştir. CHP Meclis Grubunda 4 Eylül'de yapılan oylamada 47 ret oyuna karşı 194 kabul oyu ile hükümetteki değişikliğe onay verilmiştir.

Tablo 1: Kabine Değişikliği

| Görevden Alınanlar | Yeni Atananlar |
|--|-----------------------------|
| İçişleri Bakanı Şükrü Sökmenşüer | M. Hüsrev Göle |
| Ticaret Bakanı Atıf İnan | H. Nazmi Keşmir (Vekaleten) |
| Milli Müdafaa Bakanı C. Cahit Toydemir | Münif Birsell |
| Tarım Bakanı Faik Kurdoğlu | Şevket Adalı |

¹ Grup toplantısında ret oyu veren kişiler şu isimlerden oluşmaktaydı: "Nihat Erim, Vedat Dicleli, Kasım Gülek, Kasım Eren, İ. Rüştü Aksal, Cavit Oral, Sinan Tekelioğlu, Fahir Kurtuluş, Mahmut N. Gündüzalp, Cevat Dursunoğlu, H. Suphi Tanrıöver, C. Sait Siren, Şevket R: Hatipoğlu, A. Fuat Cebesoy, Nazif Erkin, Tahsin Banguoğlu, Tezer Taşkıran, İ. Hamit Tıgrel, Sait Odyak, Sedat Çumralı, Muhsin Adil Binal, Hasan Ş. Adsal, Avni Refik Bekman, Muhtar Ertan, Ali Kemal Yiğitoğlu, Abdurrahman Melek, Vehbi Sarıdal, Hilmi Atlioğlu, Kamil Kitapçı, Hilmi Öztarhan, Suut Kemal Yetkin, Raşit Börekçi, Osman Agan, Bekir Kaleli, M. Şevket Esendal."

| | |
|-------------------------------|----------------|
| Çalışma Bakanı Sadi İrmak | T. Bekir Balta |
| Ekonomi Bakanı T. Bekir Balta | Cevat Etkin |

Kaynak: Tuna, S. (2006).

Bu oylamadan dört gün sonra yapılan CHP Parti Divanında Recep Peker, parti genel başkanlığı vekilliği ile başbakanlığın bir arada olması gerektiğini belirtmiştir. Fakat CHP Parti Divanından bu desteği alamamıştır. Bunun üzerine Başbakan Recep Peker, bir gün sonra sağlık durumunu gerekçe göstererek istifa etmiştir (Albayrak, 2004: 122).

Cumhurbaşkanı İnönü, Recep Peker'in istifasından kısa bir süre sonra, Doğu Anadolu ve Karadeniz'i kapsayan geziye çıktı. 14 Eylül'de başlayan bu geziye katılanlar arasında, İnönü'nün eşi Mevhibe hanım, aralarında Nihat Erim'in yer aldığı bazı CHP milletvekilleri ve DP milletvekili Nuri Özsan'ın yer aldığı bir heyet yer almaktaydı. İnönü, geziye çıkmadan önce Bayar ile yaptığı görüşmede, geziye DP'den de bir milletvekilinin katılmasını istemiştir. Böylece, geziye katılmak üzere Nuri Özsan seçilmiştir. Bu geziye DP'nin katılması, muhalefetin meşruiyetinin kabul edildiği anlamına gelmektedir. Cumhurbaşkanı'nı uğurlayanlar arasında DP'den Fuad Köprülü de vardı (Akın, 2009: 57; Ateş ve Gökçeler, 2019: 485).

Cumhurbaşkanı İsmet İnönü'nün yurtiçi gezilerinin amacı, 12 Temmuz Beyannamesinde olduğu gibi demokratik düzenin devam ettiğiydi. İnönü'nün yurtiçi gezisinin ilk durağı, Erzurum'du. İnönü, DP'nin kuruluşundan bu yana ilk defa DP'nin örgütüne ziyaret gerçekleştirdi. Erzurum'dan sonra Kars, Ardahan, Gümüşhane, Trabzon, Rize, Ordu, Giresun ve Samsun'a gerçekleştirdiği ziyaretlerde de DP teşkilatına uğramıştır. İnönü'nün gezilerinde, çok partili hayata geçişin devamı için iktidar ile muhalefet arasında uzlaşma olmasına, çok partilin hayatın önemine, iktidar mensuplarının tarafsız davranmasına, güven ortamının yaratılmasının önemine, tarafsızlık, adalet ve eşitlik ilkelerine vurgu yaptığı görülmektedir. Siyasette "saygı, hoşgörü, anlayış ve uzlaşma" ortamının ortaya çıkmasında bu gezilerin etkili olduğu, halkın iktidar-muhalefet ile ilgili görüşlerini ve halkın taleplerini dinlemek için İnönü'nün bu geziye çıktığı söylenebilir. İnönü'nün yurtiçi gezisi 26 Eylül'de sona ermiştir. İnönü ve beraberindeki heyeti, CHP ve DP'li milletvekilleri karşılamıştır (Çelebi, 2017: 290-95).

12 Temmuz beyannamesinin DP açısından sonucuna baktığımızda, DP içindeki muhalif grup, 12 Temmuz Beyannamesi ile DP'li yöneticileri CHP ile bir anlaşma yapmakla suçladılar ve Hürriyet Misakını hatırlatarak, DP'nin derhal TBMM'den çekilmesini talep ettiler. Bunun üzerine muhalif grubun öne çıkan isimlerinden Sadık Aldoğan, Osman Nuri Köni, Necati Erdem, Mithat Sakaroğlu, Kemal Silivri'li yaptıkları açıklamalarla partiyi zayıflattıkları gerekçesiyle DP'den ihraç edildiler. Bu ihraçlara tepki olarak GİK'ten 6 kişi görevlerinden istifa etti. DP yönetimi, istifa eden Yusuf

Kemal Tengirşenk, Enis Akaygen, Emin Sazak, Ahmet Tahtakılıç, Hasan Dinçer ve Ahmet Oğuz'u partiden ihraç etmiştir. Daha sonra da DP'de yaşanan ihraç ve istifalarla DP'nin milletvekili sayısı 31'e kadar düştü. DP'den istifa ve ihraç edilen milletvekillerinin bir bölümü, TBMM'de "Müstakil Demokratlar" grubunu kurarken; bir bölümü de Hikmet Bayur'un genel başkanlığında Millet Partisi'ni kurdular. Daha sonraki süreçte Müstakil Demokratlar grubu, Millet Partisi'ne katıldı (Ugan, 2014: 119-121).

Sonuç

12 Temmuz beyannamesi süreci ve beyannamenin Türk siyasal yaşamına etkisinin ele alındığı bu çalışmada, 21 Temmuz 1946 genel seçimleriyle Recep Peker'in Başbakanlığı sonrası karşılıklı sert söylemlerle iktidar ile DP arasındaki ilişkinin kopma noktasına geldiği görülmektedir. 7 Eylül kararları, matbuat kanunu, sıkıyönetimin uzatılması, bütçe görüşmesi, DP Birinci Büyük Kongre'nde Hürriyet Misakı'nın kabul edilmesi, muhtarlık seçimi, İstiklal Mahkemeleri ile ilgili kanunun hala geçerli olduğunun anımsatılması, dokunulmazlıkların kaldırılmasına ilişkin DP'den 4 milletvekili ile ilgili teklifin TBMM'ye sunulması gibi hususlar ve DP'nin bir iktidar baskısını dile getirmesi diğer taraftan iktidarın da muhalefeti ihtilalci olmakla suçlaması, iktidar ile muhalefet arasındaki ilişkiyi germiştir. Böyle bir ortamda Cumhurbaşkanı İsmet İnönü, arabuluculuk görevi üstlenip, çok partili hayatın devamı için iktidar ile muhalefet arasında temas kurmuş ve bu temaslar sonucunda, Türk siyasal hayatına "12 Temmuz Beyannamesi" olarak geçen bildiriye kaleme almıştır. DP'nin Meclis'i terk etmesi durumunda, ülkedeki rejim otoriter, tek partiye dönüşebilirdi. Bu ortamda, Cumhurbaşkanı'nın 12 Temmuz Beyannamesi ile attığı adımın önemi ortaya çıkmaktadır. Beyannamenin hem CHP hem DP açısından önemli sonuçları olmuştur. CHP'de Başbakan Recep Peker istifa ederken; DP'de ise bir bölünme yaşanmıştır. DP'de yaşanan ihraçlar ve istifalar sonunda Millet Partisi kurulmuştur.

12 Temmuz beyannamesinin Türk siyasal hayatındaki yeri ve önemini daha iyi anlayabilmek için, sonrasında yaşanan gelişmeleri incelemek gerekir. Cumhurbaşkanı İnönü, 12 Temmuz beyannamesinden kısa bir süre sonra Doğu Anadolu ve Karadeniz'i kapsayan geziye çıkmış ve bu geziye DP de temsilci göndermiştir. Bu geziye, DP'nin katılması, muhalefetin meşruiyetinin kabul edilmesi olarak değerlendirilebilir. İnönü'nün, DP örgütlerini ziyaret ederek, 12 Temmuz'un en önemli amaçlarından birini gerçekleştirdiği söylenebilir. İnönü'nün bu gezisi, 12 Temmuz Beyannamesi doğrultusunda, Cumhurbaşkanı'nın iktidar ile muhalefet arasında tarafsız olacağına bir kanıt olarak gösterilebilir. 1949 yılında Başbakanlığa gelen Şemsettin Günaltay'ın DP'yi ziyareti ve hükümet programını DP'ye vermesi ile çok partili hayatın devamı için çok önemli olan iktidar-muhalefet arasındaki yakınlaşma sağlanmıştır. Yine Şemsettin Günaltay döneminde gizli oy açık sayım ilkesi ve yargı denetiminde seçimlerin yapılmasını öngören seçim kanununun yürürlüğe girmesi, 12 Temmuz Beyannamesinin bir sonucu olarak görülebilir. Bunun yanında 12 Temmuz beyannamesi ile Cumhurbaşkanı İsmet İnönü'nün, tarafsızlığını ortaya koyarak, halkın büyük bir bölümünün sevgisini kazandığı söylenebilir.

Beyannamenin, muhalefet açısından öneminin, DP'ye devletin en üst makamı tarafından güvenceler verilmesi ve muhalefetin kurumsal bir kimlik kazanmasına önemli bir fayda sağlaması olduğu ifade edilebilir. Bu beyanname ile iktidar ile muhalefet arasında karşılıklı bir güvenin tesisi amaçlanmış, bu bildirinin, özellikle batılı devletlere Türkiye'nin çok partili hayata geçtiğini, bu düzene devam edeceğini ve bundan geri dönüşün olmayacağını açıklayan bir belge olma özelliği ve demokrasiye geçişte ortaya çıkan sorunları ortaya koyma gibi bir özelliği de vardır. 12 Temmuz beyannamesi, çok partili demokratik düzenin tesisi için gerekli olan bir önlem olarak Türk siyasal hayatındaki yerini almıştır.

Kaynakça

- Ahmad, F. (1992). *Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980*. İstanbul: Hil yayınları.
- Ahmad, F. (2007). *Demokrasi Sürecinde Türkiye 1945-1980*. İstanbul: Hil yayınları.
- Akın, F. (2005). 12 Temmuz Beyannamesi'nin Türk Siyasi Tarihindeki Yeri ve Önemi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 92-109.
- Akın, R. (2009). *Gazi'den Günümüze Cumhurbaşkanlığı 1923-2007*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Albayrak, M. (2004). *Türk Siyasi Tarihinde Demokrat Parti 1946-1960*. Ankara: Phoenix Yayınevi.
- Altınkaş, E. (2012). Cumhuriyetin İlk Yıllarında İki Demokrasi Deneyimi: TPCF ve SCF. *Akademik Bakış*, 29, 1-16.
- Arcayürek, C. (1983). *Demokrasinin İlk Yılları 1947-1951*. Ankara: Bilgi yayınevi.
- Ateş, A. E. ve Gökçeler, O. (2019). 12 Temmuz Beyannamesinin Gölgesinde Cumhurbaşkanı İsmet İnönü'nün Yurt Gezileri. *İnsan&İnsan*, 6 (21), 477-492.
- Avcıoğlu, H. (1959). "Çok Partili Hayatın Ondördüncü Yılında İnönü ile Mülakat". *Akis*, XVI, 269.
- Çelebi, O. (2017). Taşradan Demokrasiye Açılan Kapı: İsmet İnönü'nün 14-26 Eylül 1947 Tarihli Yurtiçi Gezisi. *Uluslar Arası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(54), 279-295.
- Çiçek, A.C. (2018). Türkiye'de Çok Partili Siyasal Hayatın 'Garanti Belgesi': 12 Temmuz Beyannamesi'nin Söylem Analizi. *Curr Res Soc Sci*, 4(2), 83-96.
- Dereli, U. (1996). *Recep Peker'in Başbakanlık Durumu*. Marmara Üniversitesi SBE, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.

- Eroğul, C. (1998). *Demokrat Parti Tarihi Ve İdeolojisi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Gökçeler, O. (2018). *1946-1950 Yılları Arasında İsmet İnönü'nün Cumhurbaşkanlığı Ve Yönetim Anlayışı*, İstanbul Üniversitesi SBE, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul.
- Kara, N. (1984). Türkiye'de Çok Partili Sisteme Geçiş Kararının Nedenleri. *Yapıt*, 8, 64- 75.
- Karasar, N. (1991). *Bilimsel Araştırma Yönetim*. Ankara: Sanem.
- Karpat, H. K. (1996). *Türk Demokrasi Tarihi*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Karpat, K. H. (2008). *Türk Demokrasi Tarihi Sosyal, Ekonomik, Kültürel Temeller*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Nalbant, Ş. G. (2014). *Türkiye'de Merkez Sağın Kuruluşu: Demokrat Parti'nin Gözünden Cumhuriyet Halk Partisi*. Adnan Menderes Üniversitesi SBE, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Aydın.
- Öztürkci, A. (2019). Türk Siyasal Tarihinde Demokrat Parti Birinci Büyük Kongresi. *Cedrus VII*, 723-740.
- Satı, S. (2019). *Asım Us'un Milletvekilliği Döneminde Yakın Tarihimizin Önemli Olaylarına Bakışı (1927-1950)*. Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi SBE, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karaman.
- Tuna, S. (2006). *Siyasi Açından I. Ve II. Hasan Saka Hükümetleri (1947-1949)*. Gazi Üniversitesi SBE, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- Tunaya, T. Z. (1952). *Türkiye'de Siyasi Partiler 1859-1952*. İstanbul: Arba yayınları.
- T.B.M.M. Tutanak Dergisi, (1946-1947). Dönem 8, C.İ-VI.
- Uçan, M. (2014). *İsmet İnönü'nün Siyasal Hayatı 1922-1960*. Gazi Üniversitesi SBE, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara.
- Ugan, A. A. (2014). *İsmet İnönü Dönemi Türkiye'sinin İç Ve Dış Politikasına Genel Bir Bakış (1938- 1950)*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi SBE, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla.
- Yücel, S. (2001). *Demokrat Parti*. İstanbul: Ülke Kitapları.
- Zürcher, E. J. (2006). *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi*. Çev., Yasemin Saner Gönen, İstanbul: İletişim Yayınları.

EK-1 12 TEMMUZ BEYANNAMESİ

Hükümet Reisi ile ve Muhalefet Lideri ile son günlerde memleketin iç durumu üzerindeki konuşmalarımı ve bu hususta kanaatlerimi ve fikirlerimi söylemek zamanı gelmiştir. 7 Haziran tarihinde görüşmek üzere çağırdığım Bay Celal Bayar bana Demokrat Partinin, idare mekanizmasının baskısı altında bulunduğunu beyan ve şikayet etti. Haberdar ettiğim Başbakan, aynı mevzuları daha evvel aralarında görüştiklerini hikaye ederek, böyle bir baskının olmadığını, idare mekanizmasının memleketin huzurunu bozacak mahiyetteki tahriklere karşı çok güç durumda kaldığını beyan eyledi. Bundan sonra, iki tarafı bir arada dinlemek için, 14 Haziran tarihli buluşmayı tanzim ettim. Başbakan ve Yardımcısı Devlet Bakanı ile Demokrat Parti Genel Başkanı hazır bulundular. İki taraf arasında karşılıklı tartışma içinde iki buçuk saat devam eden bu konuşma, başladığı noktada bitti. Demokrat Parti Başkanı, partisinin baskı altında bulunduğu noktasında ısrar ve partisinin kanun dışı maksatlar ve ihtilal usulleri takip ettiğine dair ithamları reddetti. Hükümet Reisi, idare mekanizmasının baskı yaptığı iddiasını kabul edemeyeceğini ve şikayet vesikalarını tetkik ve takibe hazır olduğunu tekrar söyledi ve Muhalef Partinin çalışma usullerini düzeltmesi lazım olduğu iddiasında kaldı.

17 Haziran tarihinde Bay Bayar'ı tekrar kabul ettim. Bana, vaziyeti arkadaşlarıyla görüştüğünü, benim durumuma karşı teşekkürle mütehasıs olduklarını söyledikten sonra, baskı vardır kanaatinde olduklarını ifade eyledi. Bunun üzerine; iki defa görüştüğüm Başbakan, iktidar partisiyle muhalefet partisinin Büyük Meclisteki münasebetleri ve karşılıklı çalışmaları yolunda hayırlı terakkiler olduğunu takdirle söyledikten sonra, biz de kendimize düşen vazifeleri sadakatle ifa edeceğiz, size söz veriyorum dedi ve iki ay sonra Büyük Meclis toplanıncaya kadar partilerin münasebetlerinde itimadı artıran terakkiler olacağına ümidinin kuvvetli olduğunu ilave eyledi.

Bu beyanatı Bay Bayar'a 21 Haziran tarihinde naklettim. Bay Bayar, bu konuda fiili neticeye intizar edilmesi lazım geleceğini bildirdi. Bundan sonraki tartışmalar Muhalefet Liderinin Sivas nutkunda ve Hükümet Reisinin 2 Temmuz tarihli beyanatında ve ondan sonraki karşılıklı cevaplarda görülmüştür. Vaziyet hulasa olunursa, iki taraf şikayetlerinde ve savunmalarında ısrar etmiş ve şiddetli tartışmalar esnasında karşılıklı iyi niyetlerin ifadesi olan bazı tatmin edici parçalar hatırlarda kalmıştır. Siyasi havayı yumuşatan bir iyilik olmak üzere, dertleri bilenlerin, kendiliklerinden, karşı tarafı teskin edici tedbirler alacakları ümidi uyanmıştır. Bunun dışında olarak, durum, Muhalefet Partisi Liderinin “fiili bir netice beklemek” şeklinde ifade ettiği hükümde görülür. Yani, bir başka türlü söylenirse, vaziyet karşılıklı iddialar bakımından düğüm halini muhafaza etmiştir. Şimdi ben, bu düğümü çözmeğe çalışacağım. İki tarafın şikayet ve müdafaalarının delillerini tafsil etmekte fayda görmüyorum. Zaten bunlar umumi efkarca da kafi derecede bilinmektedir. Gördüm ki, taraflardan hangisinin haksız, yahut hangisinin daha evvel karşısını kırmağa başlamış olduğunu aramakta da fayda yoktur. Ben, idare mekanizmasının baskı yaptığını Hükümet Başkanının kabul etmemesini, öyle bir hareketi tasvip etmeyeceğini katiyetle

beyan eylemesini, bir teminat ifadesi olarak aldım ve bunu Bay Bayar'a söyledim. Ben, Muhalefet Liderinin kanundışı maksatlar ve metotlar isnadını reddetmesini, muhalif parti çalışması için şart olan kanun içinde kalmak esasının göz önünde tutulduğuna ve tutulacağına dair tatmin edici bir teminat olarak kabul ettim ve Başbakanı bunu söyledim. Her iki tarafla uzun konuşmalardan çıkardığım bu neticelere inanmak istiyorum ve inanıyorum. Bizi bu inanişe getiren bu durumu, memlekette siyasi partilerin çalışıp gelişebileceğine kati ümit veren en mühim merhale sayıyorum. Şimdiye kadar, memlekette geçen iktidar ve muhalefet tecrübesinin muvaffak olmamasını, bir seneden beri geçirdiğimiz tecrübeler, onların dayanamaması ve bu günkü siyasi durumu elde edememiş olmalarında görüyorum. Benim kanaatimce, bir buçuk seneden beri geçirdiğimiz tecrübeler ağır ve bazen ümit kırıcı olmuştur; amma, gelecek için her türlü ümitleri haklı çıkaracak bir muvaffakiyet temin edilmiştir. Bu durumu muhafaza etmek onun gelişmesini sağlamak, iktidar ve muhalefet partilerinin vazifeleri olmak lazımdır. Gelecek için tedbirler, benim kabul ettiğim gibi, şu noktadan hareket etmekle bulunabilir. Benim, bu son dinlediğim karşılıklı şikayetler içinde mübalağa payı ne olursa olsun, hakikat payı da vardır. İhtilalci bir teşekkül değil, bir kanuni siyasi partinin metotları ile çalışan muhalif partinin, iktidar partisi şartları içinde çalışmasını temin etmek lazımdır. Bu zeminde ben, Devlet Reisi olarak, kendimi her iki partiye karşı müsavi derecede vazifeli görürüm. İdare mekanizması, yani Valilerimiz ve maiyetleri, bir seneden beri çok ağır bir tecrübe geçirmişlerdir. Öyle zamanlar oldu ki, memlekette hükümetin mevcut olup olmadığı bile şüphe götürür idi.

Sorumlu Hükümetin huzur ve asayiş vazifesi münakaşa götürmez. Fakat, meşru ve kanuni siyasi partilere karşı tarafsız, eşit muamele mecburiyeti, siyasi hayat emniyetinin temel şartıdır. Bu arada, siyasi partilere mensup olan veya görünen hususi maksat sahiplerinin şirretliklerini pervasız olarak tesirsiz bırakmak hususunda partilerin dikkat göstermeleri icap eder. Siyasi partilerin hangisi işbaşına gelirse gelsin, onları, idare mekanizmasında çalışanların, haklarına ve itibarlarına karşı adaletili bir zihniyette olmalarına inandıracaklardır. Zannediyorum ki, Hükümet Reisi ile Muhalefet Lideri arasındaki son tartışmada, iki tarafı sebat ettikleri noktadan ayırmak gayretine düşmeksizin, her iki tarafın bekledikleri şeyleri söylemiş ve temin etmiş oluyorum.

Vatandaşlarıma, Hükümetle ve iktidar partisi ile muhalefet partisi arasında görüşme ve araya girme safhalarını olduğu gibi anlatmış olduğumu ümit ederim. Varmak istediğim netice, başlıca iki parti arasında temel şartın, yani emniyetin yerleşmesidir. Bu emniyet, bir bakımdan memleketin emniyeti manasını taşıdığı için, benim gözümde çok ehemmiyetlidir. Muhalefet, teminat içinde yaşayacak ve iktidarın kendisini ezmek niyetinde olmadığından müsterih olacaktır. Büyük vatandaş kütlesi ise, iktidarın bu partinin veya öteki partinin elinde bulunması ihtimalini vicdan rahatlığı ile düşünebilecektir. Bu neticeye varmak için karşılaştığım güçlükler, çok zaman, yalnız ruhi mahiyette olan amillerdir. Bu güçlükleri yenmek için, siyasi hayatımızı idare eden, iktidarda veya muhalefetteki liderlerin samimi yardımlarını isterim. Bu beyanatımı, neşrinden önce, Başbakanla Muhalefet Lideri görmüşlerdir.

12 Temmuz 1947

T.C. Cumhurbaşkanı

İSMET İNÖNÜ

EK-2 BAŞBAKAN RECEP PEKER'İN İSTİFA MEKTUBU

Cumhurbaşkanlığı Yüksek Katına,

Son dönemde sağlık durumumun büsbütün bozulması türlü sebeplerle ağırlaşan vazife yükünü taşımama imkan bırakmadığından istifamın kabul buyrulmasını istirham ederim.

Yakında hükümetten ayrılan ve hükümete girmiş bulunanlarda dahil olmak üzere bütün mesuliyet arkadaşlarımla vazifelerini başarma hususundaki değerli vasıflarını taktirle kaydederek, haklarında yüksek teveccühlerini dilerim.

İş ve dış bütün devlet işlerinde güçlükleri yenmek için çabalarken bizlerden esirgemediğiniz tesirli yardımlarınızdan dolayı minnettarlık duygularımı arz ederim.

Tazimlerle Başbakan Recep Peker

EK-3 İSMET İNÖNÜ'NÜN RECEP PEKER'E CEVABI

Çekilme mecburiyetinizde olduğunuzu bildiren yazınızı teessürle okudum. Sizin ve değerli arkadaşlarınızın bir seneyi geçen bir zamandan beri ağır devlet vazifelerinde gösterdiğiniz gayret ve fedakârlığı takdirle yad ederek teşekkürlerimi takdim ederim....

Çekilmeniz kabul edilmiştir. Yeni hükümet kuruluncaya kadar vekil olarak vazife arkadaşlarınızla beraber devam etmenizi rica ederim.

Cumhurbaşkanı



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 19.03.2021; Kabul Tarihi: 22.05.2021

Kripto Para, Para mıdır Döngüsünde Kabul Edilebilirlik Üzerine Ampirik Bir Uygulama¹

Doç. Dr. Murat ATİK

Milli Savunma Üniversitesi Kara Harp Okulu İşletme Bölümü
matik@kho.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-5150-0203

Doç. Dr. Yaşar KÖSE

Türk Hava Kurumu Üniversitesi İşletme Fakültesi
ykose@thk.edu.tr, Orcid ID: 0000-0003-0073-2095

Dr. Öğ. Üyesi Bülent YILMAZ

Milli Savunma Üniversitesi Kara Harp Okulu İşletme Bölümü
byilmaz@kho.edu.tr, Orcid ID: 0000-0003-1114-2365

Öz

Kripto Paralar, hayatımızın tüm süreçlerinde kullandığımız diğer para birimleri gibi günümüzde kullanılmaya başlanmıştır. Uluslararası piyasalarda kripto paraların kullanılması ile birlikte ulusal para birimlerinin değerlerinin belirlendiği gibi bir kontrol mekanizmasının olmaması ve hukuki altyapı eksikliği en büyük handikaplar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ortaya çıkan bu olumsuzlukların yanı sıra belki de piyasaları endişelendiren en önemli husus kripto para birimlerinin gerçek para birimleri gibi kullanılıp kullanılmayacağıdır. Söz konusu kripto para birimlerinin takibi de gerçek para birimleri gibi ulusal ve yasal düzenlemeler ve düzenleyiciler tarafından değil şifrelenmiş bir veri tabanı olarak isimlendirilen Blockchain teknolojisi sayesinde yapılabilmektedir. Çalışmanın amacı, Blockchain teknolojisi açıklayarak, bir uygulama yardımıyla kripto para birimlerinin paranın temel fonksiyonlarını sağlayıp sağlayamadığını belirlemektir. Bu aşamada, analiz edilen zaman dilimlerinde birinci ve ikinci nesil birim kök testleri kullanılarak beş farklı kripto para birimi değerlendirilmiş ve kripto para birimlerinin normal para birimleri gibi bir tasarruf aracı ve hesap birimi olma işlevlerini yerine getirip getiremeyeceği incelenmiştir. Birinci ve ikinci nesil birim kök testlerinin bulguları, kripto para birimlerinin tasarruf aracı ve hesap birimi olma işlevlerini yerine getiremeyeceklerini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kripto para, Blockchain Teknolojisi, Para Fonksiyonları, Kriptografi, Bitcoin.

Jel Sınıflandırması: E 41, E 42, E 51, F 31

¹ Bu çalışma 23. Finans Sempozyumunda bildiri olarak sunulmuştur.

APA: Atik, M., Köse, Y. & Yılmaz, B. (2021). Kripto Para, Para mıdır Döngüsünde Kabul Edilebilirlik Üzerine Ampirik Bir Uygulama. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (23), 155-172.

APA: Atik, M., Köse, Y. & Yılmaz, B. (2021). An Empirical Analysis About The Acceptability of The Crypto Currencies As Money. Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 12 (23), 155-172.

An Empirical Analysis About The Acceptability of The Crypto Currencies As Money

Abstract

Crypto Money has started to be used today, like other currencies we use in all processes of our lives. With the use of cryptocurrencies in international markets, the lack of a control mechanism that determines the values of national currencies and the lack of legal infrastructure are the biggest handicaps. In addition to these negativities, perhaps the most important issue that worries the markets is whether crypto currencies will be used as real currencies. The tracking of these cryptocurrencies can also be done by Blockchain technology, which is called an encrypted database, not by national and legal regulations and regulators like real currencies. The aim of the study is to explain Blockchain technology and determine whether cryptocurrencies can provide the basic functions of money with the help of an application. At this stage, five different crypto currencies were evaluated using first and second generation unit root tests in the analyzed time frames and it was examined whether crypto currencies could fulfill the functions of being a savings tool and unit of account like normal currencies. The findings of the first and second generation unit root tests show that cryptocurrencies cannot fulfill their functions as a savings tool and unit of account.

Keywords: Crypto Currency, Blockchain Technology, Functions of Money, Cryptography, Bitcoin.

Jel Classification: E 41, E 42, E 51, F 31

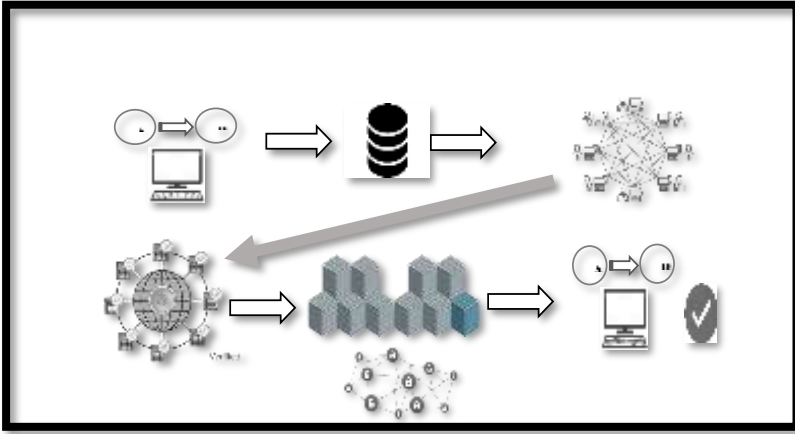
Giriş

Blockchain teknolojisi, kriptografi olarak adlandırılan özel şifreleme metodu ile sürekli büyüyen veri yapısı oluşturan ve doğrulamak için belirli bazı matematiksel algoritmalar kullanan bir mekanizmadır. Blokchain, dağıtık bir defter işlevi (Distributed Ledger) gören “işlem blokları” zinciridir. Dağıtılmış defter, birden çok site, kurum veya coğrafyadaki ağ üzerinden yayılmış ve senkronize bir veri tabanıdır. Dağıtılmış defterler işlemlerin halka açık tanıklara sahip olmasını sağlayarak herhangi bir siber saldırıyı zor hale getirmektedir. Banka ve finans kurumları dağıtık defter teknolojisini kullanarak güvenliğin yanı sıra maliyeti düşürmeyi ve işlem prosedürlerini bu teknoloji ile azaltmayı amaçlamaktadır (Demirdögen, 2019: 311-312).

Ağın her bir düğümündeki (node) katılımcılar, söz konusu ağda paylaşılan kayıtlara erişebilmekte ve aynı kopyanın sahibi olmaktadır. Bunun yanı sıra defterlerde yapılan tüm değişiklikler veya ilaveler, katılımcıların tamamına çok kısa zaman dilimleri içerisinde yansıtılmakta ve kopyalanmaktadır. Dağıtılmış defter teknolojisinin altında yatan, Bitcoin ile aynı teknoloji olan Blockchain teknolojisidir. Blockchain, dağıtık bir veri tabanına benzetilmektedir (Avunduk ve Aşan, 2018: 374; Lemieux, 2016:110-113).

Veri tabanına yapılan eklentiler, her türlü bilgiyi içeren yeni bir “veri bloğu” yaratan üyeler (ağ düğümleri) tarafından başlatılmaktadır. Bu yeni blok ağdaki her noda şifreli bir şekilde kriptografi kullanarak yayınlanmakta ve işlem ayrıntıları açıklanmamaktadır. Genel olarak “fikir birliği mekanizması” olarak adlandırılan önceden tanımlanmış bir algoritmik doğrulama yöntemi ile doğrulanarak yeni blok, blok zincirine eklenmekte ve ağda dağıtılan işlem defterinde güncellenmektedir. Blockchain teknolojisinin işleyiş mekanizması Şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1: Blockchain Çalışma Şekli



Kaynak: (Houben ve Snyers, 2018:17).

Avrupa Merkez Bankası Kripto parayı, sanal paranın bir alt başlığı içinde sınıflamıştır. Bu açıdan incelendiğinde üç tip sanal para vardır: Bunlar; (1) Kapalı sistem içerisinde ve on-line oyunlarda kullanılan sanal paralar, (2) Tek taraflı olarak reel ekonomiye bağlı sanal para birimleri (Bir dönüşüm oranı ile para birimini, sanal mal ve hizmetleri satın almak veya istisnai olarak gerçek mal ve hizmetleri satın almak için kullanılabilir. Örneğin Facebook kredileri) ve (3) İki taraflı reel ekonomiyle bağlantılı sanal para birimleri (Hem sanal parayı satın almak hem de bu para birimlerini satmak için dönüşüm oranları bulunmaktadır. Satın alınan para birimi hem sanal malları hem de hizmetleri olarak satın almak için kullanılabilir). Bitcoin gibi kripto paralar sanal para statüsünde olup hem geleneksel paralar gibi ticaret hayatında hem de sanal ortamda gerçek mal-hizmet satın alımlarında kullanılabilir (Houben ve Snyers, 2018:21).

Kripto para piyasasında yer alan farklı aktörler belirli fonksiyonları yerine getirmektedir. Bunlardan kripto para kullanıcıları, kripto paraya sahip olan ve bunları gerçek veya sanal mal ve hizmetleri satın almada kullanan özel veya tüzel kişilerdir. Madenciler ise, “kriptografik bir bulmaca”yı çözerek blok zincirindeki işlemlerin onaylanmasına katılan aktörler olarak görülmektedir. Madenciler, bilgi işlem bilgileri

aracılığıyla ağa destek vererek karşılığında kripto para alan gruptur. Üçüncü aktör, kripto para birimi değişimini gerçekleştiren kişiler, kurumlar veya platformlardır. Bunlar genellikle belirli bir ücretin ödenmesine karşılık (yani bir komisyon) takas hizmeti sunan kişi veya kurumlardan oluşmaktadır. Genellikle hem bir borsa, hem de döviz bürosu olarak işlev görmektedir. Örnek olarak, Bitfinex, HitBTC, Kraken, CoinbaseGDAX birer değişim platformlarıdır. Dördüncü aktör cüzdan sağlayıcılarıdır. Cüzdan sağlayıcılar; paraları elde tutmak, saklamak ve aktarmak için kripto para birimi kullanıcılarına dijital cüzdan veya e-cüzdan sağlayan işletmelerdir. Bir cüzdan sağlayıcı genellikle bir şifreli para birimi kullanıcısının işlem geçmişini, normal bir banka hesabına benzeyen kolay okunabilir bir formata çevirmektedir. Beşinci aktör kripto para şirketini kuran ve başlangıçtaki kuralları koyan yatırımcılardır. Son aktör grubu ise kripto parayı arz edenlerdir. Bunlar başlangıçta belirli bir karşılık üzerinden veya karşılıksız olarak kripto para arzında bulunmaktadır. Kripto paraları arz edenler, kripto para şirket yatırımcıları ile aynı kişiler veya kuruluşlar olabilmektedir.

Geçtiğimiz birkaç yıl boyunca istikrarlı bir büyüme yaşadıkdan sonra, kripto para birimleri piyasası 2019 Mayıs rakamlarıyla; 185.173.260.589 \$'lık piyasa değerine ulaşmışlardır. Kripto para piyasasında 2.160 farklı kripto para bulunmakta ve günlük ortalama işlem hacimleri 50 Milyar \$ seviyelerine kadar ulaşabilmektedir. Bu piyasaların %50-55'de Bitcoinle işlem yapılmaktadır (<https://coinmarketcap.com/>. e.t .08.05.2019). En yaygın olarak kullanılan Bitcoin'e alternatif olarak çıkarılan Altcoin ve Altcoin'in bünyesinde bulunan, Ethereum, Ripple, Bitcoin Cash, Litecoin, EOS, Binance Coin, Tether, Stellar, Cardano, TRON, Monero, Dash gibi burada daha ismi sayılmayan ancak yapılan analizde kapsama alınan yüzlerce kripto paraların birçoğu günlük işlemlerine devam etmektedir.

1. Paranın Fonksiyonları

Kripto paranın para olarak kabul edilip edilemeyeceğini belirleyebilmek için ilk olarak paranın fonksiyonları incelenmelidir. Herhangi bir nesnenin para olarak kabul edilebilmesi, ekonomide temel olarak üç fonksiyonun yerine getirilmesine bağlıdır. Paranın; değişim aracı olma, hesap birimi olma ve değer saklama fonksiyonu olma özellikleri temel üç fonksiyonudur (Mishkin, 2016: 96-98). Diğer bir bakış açısıyla da para yukarıda belirtilen üç fonksiyona ilave ertelenmiş bir ödeme standardı fonksiyonuna da sahip olmalıdır (Hubbard ve O'Brien, 2014: 28). Keynes, paranın fonksiyonlarına göre bireyler ve işletmeler sırasıyla işlem (transactions), ihtiyat (precautionary) ve spekülasyon nedeni ile para bulundurduklarını belirtmektedir (Akt: Berk, 2011: 121). Keynes'in yaklaşımı paranın yukarıda belirtilen fonksiyonlarına uyarlandığında; işlem nedeni ve değişim aracı olma fonksiyonunu; ihtiyat ve spekülasyon nedenini ile de değer saklama fonksiyonunun benzer anlam taşıdığı değerlendirilmektedir.

Bir değişim aracı olarak para, hemen hemen tüm piyasa işlemlerinde alınan mal ve hizmetlerin karşılığında ödeme aracı amacıyla kullanılmaktadır. Barter (takas)

yönteminde her bir mal ve hizmeti diğeri ile değıştirmek için harcanacak zaman doğal olarak oldukça fazla ve ekonomik olarak rasyonel olmamaktadır. Bu aşamada para, mal ve hizmet değışiminde kabul görmüş bir değışim aracı olarak toplum ve ekonomilerde harcanacak zamanı en aza indirerek ekonomik etkinliğı artırmaktadır. Yine barter ekonomisiyle kıyaslanacak olursa, takas işlemlerindeki işlem maliyetleri oldukça yüksektir. Bu noktada da para bir değışim aracı olarak ekonomilerde işlem maliyetlerini en aza indirerek ekonomik anlamda uzmanlaşma ve işbölümüne katkı sağlamaktadır.

Bir hesap birimi olarak paranın fonksiyonu, mal ve hizmetlerin değerinin para ile ölçülmesinden kaynaklanmaktadır. Paranın fonksiyonu ayrıca çeşitli mal ve hizmetlerin değerinin standardize edilmiş biçimde ölçülmesi ve bunların birbirlerine göre nispi değerlerinin belirlenmesini sağlamaktadır. Paranın hesap birimi olması, işlem maliyetleri azaltarak çok karmaşık ekonomilerde bile kolaylıkla kullanımını sağlamaktadır.

Değer saklama fonksiyonu, bireylerin veya işletmelerin elde ettikleri gelirlerin tamamını veya bir kısmını elde edilen zamandan farklı bir zamanda harcamak istemesinden kaynaklanmaktadır. Gelirin kazanıldığı tarihten harcadığı tarihe kadar satın alma gücünü muhafaza etmesi şeklinde de tanımlanmaktadır (Mishkin, 2016: 98). Paranın değer saklama fonksiyonunu yerine getirmesi açısından para kavramı yerine söz konusu fonksiyonu getirebilecek farklı varlıklarda bulunmaktadır. Örneğin; ev, arsa, mücevher, tahvil, hisse senedi gibi varlıklar da servet veya değer saklamak için kullanılabilir. Hatta bu varlıklar elde bulundurulduğu zaman dilimi içinde kişiye fayda sağlayabilmektedir. Ancak bu tür varlıkların değerini koruyup, hızlı bir biçimde başka bir değışim aracına çevrilebilme olasılığı yani likiditesi düşük kalabilmektedir. Para, varlıklar arasında likiditesi en yüksek olandır ve başka bir varlığa dönüştürülmesine gerek yoktur. Yukarıdaki varlık ve emtiaların paraya dönüştürülmesi için çeşitli işlem maliyetine katlanılmasını gerektirmektedir. Bu işlem maliyetlerinden kaçınmak için diğeri varlıklar değer deposu olarak daha büyük bir getiri beklentisi içinde olsalar da insanlar para tutmaya daha istekli olabilmektedir. Para, en likit varlık olsa da özellikle ülkelerde yaşanan yüksek enflasyon sonucunda satın alma gücündeki düşüşler para tutmanın cazibesini azaltmaktadır. Para ancak satın alma gücünü koruduğu sürece elde tutmada çekici olabilmektedir.

2. Literatür İncelemesi

Kripto paranın oluşturulması, gelişimi, kullanımı, yasal mevzuatı, avantajı ve dezavantajlarıyla ilgili olarak yazında çok sayıda çalışmalar yapılmış ve halen bu konu üzerinde çalışmalar yapılmaya devam etmektedir. Durque (2020), kripto para birimleri ve bunların altında yatan teknolojilerin araştırma ve geliştirilmesinde devletlerin oynadığı rolünü incelemiş, Çin gibi ülkelerin dünyada Amerikan Dolarının hükümlerine karşılık olarak bu yeni dijital para türünün devlet destekli kripto para birimi olarak piyasaya sürmek ve dünya parasına dönüştürmek çabası içinde olduğunu belirlemiştir (Durque, 2020: 65).

Malherbe vd. yaptığı çalışmada, Bitcoin'in deflasyonist ve işlevsiz bir para rejiminin yanı sıra yüksek işlem maliyetlerine neden olabileceği için günlük para olarak kullanılamayacağı, diğer bazı kripto para birimlerinin yeni egemenlik biçimlerini oluşturacağı ve eğer sabit bir parasal arza dayalı olmasını sağlayacak şekilde merkez bankalarının desteklenmesi durumunda parasal rejimde ilginç dönüşümlere yol açılabileceğini ifade etmişlerdir (Malherbe ve diğ., 2019: 127).

Grobys ve Sapkota 146 kripto para birimi hakkında 2014-2018 yılları arasında yaptığı çalışmada kripto para birimlerinin yaklaşık %60'ının temerrüde düştüğünü, oluşturdukları diskriminant modeliyle 1 aylık portföylerde alım ve satımlar sonucunda kripto para iflaslarının %87'sini açıklayabildiklerini ve kripto para birimlerine yatırım yapmaktan kaçınmak isteyen yatırımcılar için oluşturdukları bu modelin bir tarama aracı olarak hizmet edebileceklerini bulmuşlardır (Grobys ve Sapkota, 2020: 5060).

Nishibe yaptığı çalışmada, kripto para birimleri de dahil olmak üzere modern paranın çeşitliliği ve evrimini tartışarak, Gresham yasasının "Kötü para iyiyi kovar" yaklaşımı doğrultusunda kripto para birimleri için, iyi para arayışında olan para kullanıcılarının para seçimini test etmiş ve kripto paranın istikrar kriterlerini geçemediğini tespit etmiştir (Nishibe, 2020: 1).

Fantacci yaptığı çalışmada Friedrich August Von Hayek'in önerdiği "Avrupa Ekonomik Topluluğu tarafından tartışılan tek para birimine uygulanabilir bir alternatif olarak para birimi rekabeti önerisi kapsamında; üye devletler arasında paranın serbest dolaşımının ve tüm döviz kontrollerinin kaldırılmasının, topluluk genelindeki vatandaşların herhangi bir üye devletin para birimini serbestçe kullanmalarına izin verilmesi koşuluyla, ulusal hükümetler tarafından verilen para birimleri arasında kolayca bir rekabete yol açabileceği" öngörüsünden hareketle Hayek tarafından Bitcoin'in öngörülen istikrarlı para ilkelerini gerçekten ne ölçüde somutlaştırdığı ve kripto para birimlerinin çoğalmasının bir parasal rekabet oluşturup oluşturmadığı araştırılmış ve algoritmalar tarafından yönetilen paraların var olduğu piyasalarda erdemli bir rekabetin olmayacağını ve bu anlamda kripto paranın desteklenemeyeceğini ifade etmiştir (Fantacci, 2019: 105-126).

Butler, 2018 yılında FED Başkanın kripto para birimlerinin kara para aklama için harika bir araç olduğunu beyan etmesi, buna paralel olarak birçok medyada atılan başlıkların bu gibi yorumları takip etmesi ve kripto para birimlerinin korkulması gereken önemli bir suç aracı olduğunu öne sürmeleri üzerine yapılan çalışmada popüler düşüncenin aksine, kripto para birimlerinin çok küçük bir suç yüzdesinde kullanıldığını ve birçok kişi için iddia edildiği gibi gelecekte büyük bir tehdit oluşturmadığını göstermiştir (Butler, 2019: 326).

Çarkacıoğlu (2016), Bitcoin'in ile itibari parayı mukayese ederek, Bitcoin gibi kripto paraların mali sistem ve işlem yapma açısından itibari paradan farklarını; aracısız işlem, merkezi olmama, değer taşıma fonksiyonu, düzenleme yetkisi, geriye dönük

işlem durumu ve güvenlik gibi unsurlarla değerlendirerek kripto paralarda herhangi bir manipülasyonun yapılamayacağını ifade etmiştir.

Kaplanhan (2018) ise kripto paraları kriptoloji bilimini kullanarak matematiksel algoritmalarla şifrelenmiş dijital ve sanal bir para birimi olarak tanımlamakta ve kripto paraların kullanımındaki artışı ve değişim aracı olarak kullanılmaya başlamasındaki sebebini ise bir hükümet veya merkezi otoriteye bağlı olmamasına dayandırmaktadır.

Doğan (2020), para olarak görülmeye başlanan kripto paraların bilinme ve kullanım düzeyini tespit etmek amacıyla 400 üniversite öğrencisi ile yaptığı araştırmada üniversite öğrencilerinin kripto paralardan haberdar olduklarını ancak kripto paraları kullanım düzeylerinin düşük olduğunu tespit etmiştir. Bu durum kripto paraların henüz bir değişim aracı olma fonksiyonunu tam olarak yerine getiremediğinin bir göstergesi niteliğindedir.

Parlaktuna ve Güngül (2020), paranın değerli madenlere dayalı sistemlerden elektronik sistemlere geçişine kadarki süreçte ortak özelliğinin paranın somut bir varlık olmasını, bir varlığın para olarak tanımlanması için ekonomik açıdan geçerli 3 fonksiyonuna ilave yasal tanımının da mutlaka yapılması gerektiğini, kripto paraların ekonomik tanımındaki 3 fonksiyonu yerine getirmede hala zayıf kaldığını, değerini anlamak için mutlaka mevcut bilinen bir değerle tanımlanmasının yapılması gerektiğini ifade edilmiştir. Ancak kripto paraların gelişim hızını da değerlendirerek kripto paraların paranın ikamesi olarak hangi düzeyde olduğunu belirlenmesinin ekonomik politikalar geliştirilmesi açısından önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Lee vd. (2018), kripto paralar ile diğer geleneksel varlıklara yatırım riski ve getirisi arasındaki ilişkiyi incelemiş ve kripto para birimleri ile geleneksel varlıklar arasında getiri yönünden korelasyonun düşük olması sebebi ile portföye kripto paraların eklenmesinin getiri performansını arttırdığını tespit etmişlerdir. Bu durum kripto paraların bir yatırım fonksiyonu kimliğini kazanmaya başladığının bir göstergesi niteliğinde olduğu değerlendirilmektedir.

Bazı çalışmalarda ise kripto para sisteminin teorik olarak değiş tokuş ve değer saklama aracı gibi paranın tüm fonksiyonlarını taşıdığı ve merkez bankasına bağlı para birimleri ile aynı finansal araçlara sahip olduğu görüşü de hakimdir (Yıldırım, 2019: 269). Ancak bu görüşün tersine kripto paraları kontrol eden ve aracılık rolünü üstlenen bankacılık sistemi gibi bir kontrol unsurunun olmamasının kripto paralara olan güven unsurunu etkilediğini ifade eden çalışmalarda bulunmaktadır (Kesebir ve Günceler, 2019:607).

Kripto paralara ilişkin yasal zeminde de halen boşluklar vardır. Pirinççi (2018:51), kripto paraların para olarak görülebilmesindeki en büyük engellerden birisini sağlıklı bir hukuk zeminin olmamasını, hak ve yükümlülüklerin tanımlanmamasına bağlamaktadır. Ayrıca bu hukuki boşluğun birçok ülkede olduğunu da ifade etmektedir.

Ülkelerin bu yeni para birimlerine adapte olamaması bazı ülkelerde yasaklanmalarına veya kullanımının sınırlandırılmasına sebep olmuştur (Şenbayram, 2019:89-90). Her ne kadar yasal zemindeki boşluklarda olsa ilginç bir şekilde kripto paraların gün geçtikçe kullanımı artış içerisinde.

3.Uygulama

3.1. Yöntem ve Varsayımlar

Sermaye piyasalarındaki fiyat hareketlerinin rassal olduğu ve bu yüzden önceden fiyat tahmininin yapılamayacağı düşüncesi Etkin Piyasa Hipotezi ile ortaya çıkmıştır. Etkin piyasa hipotezi temel de rassal yürüyüş hipotezine (Random Walk Hypothesis) dayanmaktadır. Söz konusu hipoteze göre etkin olan sermaye piyasalarında hisse senedi fiyatları piyasada rassal bir hareket sergileyecekleri için fiyat hareketlerinin önceden tahmin edilmesi mümkün değildir. Gelecekteki hisse senedi fiyat tahmininin geçmişteki verilerin matematiksel araçlar veya grafikler gibi teknik analizlerle tahmininin yapılamayacağı ve kar edilemeyeceği ifade edilmiştir. Etkin piyasa hipotezine göre piyasada oluşan fiyat ile gelen bilgi arasında bir ilişki bulunmaktadır. Fiyat değişimi gelen yeni bilgilerin piyasa tarafından değerlendirilmesi ile oluşmaktadır. Piyasaların etkinliği piyasaların yeni gelen bilgilere ne kadar sürede tepki verdiğine bağlı olarak değişmektedir. Etkin piyasa hipotezine göre piyasalar; zayıf, yarı güçlü ve güçlü form olmak üzere üç ayrı şekilde gruplandırılmaktadır. Zayıf formda etkinlik, geçmiş fiyat hareketleri ile fiyat tahmininin yapılamayacağı, yarı güçlü formda etkinlikte ise buna ek olarak halka açık diğer bilgilerin (muhasabe bilgileri, finansal tabloları, satın ve birleşme haberleri, temettü bilgileri, vb.) hisse fiyatlarını etkileyeceği ve son form olan güçlü formda etkinlikte de bütün bunlara ek firmaya ait içsel bilgilerin hisse senedi fiyatına etki edeceği görüşü bulunmaktadır.

Etkin piyasa hipotezine göre etkin bir piyasadan geçmiş fiyat hareketlerinden faydalanılarak geleceğe ilişkin tahminlerin yapılması mümkün değildir. Bu piyasalarda ortalamanın üstünde bir getirinin elde edilmesin mümkün değildir (Fama, 1965; Fama 1995). Etkin piyasa hipotezindeki bu varsayım altında kripto para piyasasının zayıf formda etkin olup olmadığı birinci ve ikinci nesil birim kök testleri kullanmak suretiyle tespit edilmiştir. Birim kök testleri sonucunda seçilen kripto paraların durağan olmadığı tespit edilir ise piyasanın zayıf formda etkin olmadığı ve geçmiş fiyat hareketleri ile ortalamanın üstünde bir getiri elde edilemeyecektir. Söz konusu bu durum ile kripto paraların paranın temel fonksiyonları sağlama konusu birleştirilerek kripto paraların para olup olmadığı konusunda genel bir değerlendirmede bulunulacaktır.

3.2.Veri

Analiz için beş kripto paranın piyasa ilk çıkışından itibaren oluşan kapanış fiyatları esas alınmıştır. 10 Haziran 2019 itibariyle Dünya üzerinde bulunan kripto para sayısı 2.225 ve bu piyasaların büyüklüğü 245.174.509.326\$'dır. Aynı tarihte kripto para piyasasında 24 saat içindeki günlük işlem hacmi ise 63.811.093.879\$ olarak

gerçekleşmiştir. Tablo 1’de sunulan rakamlar kripto para piyasasının büyüklüğünü göstermesi açısından önemlidir.

Tablo 1: Beş Kripto Paraya Ait Piyasa Bilgileri

| Kripto Para | Sembol | Pazar Büyüklüğü (\$) | Pazar Payı (%) | Dolaşımdaki Arz | İşlem (24h) (\$) | %1h | %24h | %7d |
|---------------|--------|------------------------|----------------|-----------------|------------------|-------|-------|--------|
| Bitcoin | BTC | \$136.592.350.657 | 55,71 | 17.751.062 | \$17.837.918.347 | - | - | -9,86% |
| Ethereum | ETH | \$25.072.903.651 | 10,23 | 106.430.604 | \$8.153.050.135 | 0,68% | 2,69% | 10,72% |
| XRP | XRP | \$16.389.511.014 | 6,68 | 42.238.947.941 | \$1.723.719.831 | 0,75% | 5,59% | 12,78% |
| Litecoin | LTC | \$7.196.156.454 | 2,94 | 62.161.626 | \$4.460.990.136 | 0,99% | 1,56% | 2,76% |
| Bitcoin Cash | BCH | \$6.753.564.266 | 2,75 | 17.830.125 | \$1.434.124.236 | 1,90% | 3,55% | 12,13% |
| Toplam | | 192.004.486.042 | 78,31 | | | | | |

Not: <https://coinmarketcap.com> internet sayfasındaki veriler kullanılarak oluşturulmuştur. Erişim Tarihi:08.05.2019.

Tablo 1’e göre beş kripto para %78 gibi pazarın önemli bir bölümünü temsil etmektedir. Diğer kripto paralar ise piyasadaki ağırlıklarının düşük olması sebebiyle çalışma kapsamı dışında tutulmuştur. Piyasada en fazla işlem gören söz konusu beş kripto para için yapılacak analizlerin bütünü açıklamak için yeterli olacağı varsayılmıştır.

Tablo 2: Veri Seti ve Tarih Aralığı

| Kripto Para | Sembol | Gözlem Aralığı | Gözlem Sayısı |
|--------------|--------|-------------------------|---------------|
| Bitcoin | BTC | 28.04.2013 – 09.06.2019 | 2234 |
| Ethereum | ETH | 07.08.2015 – 09.06.2019 | 1403 |
| XRP | XRP | 04.08.2013 – 09.06.2019 | 2136 |
| Litecoin | LTC | 28.04.2013 – 09.06.2019 | 2234 |
| Bitcoin Cash | BCH | 23.07.2017 – 09.06.2019 | 687 |

Çalışmaya pazar payı büyüklüğüne göre en fazla payı alan beş kripto alınmış ve gözlem sayısı ve aralıkları Tablo 2’de sunulmuştur. Tablo 2’ye göre piyasadaki en eski kripto paralar Bitcoin ve Litecoin’dir. Litecoin, Bitcoin ile aynı zamanda piyasaya girmesine rağmen pazar payı %2,94’lerdedir.. En fazla pazar payına sahip para birimi ise %55,71 ile Bitcoin olmuştur. Tablo 3’te söz konusu analize dahil edilen kripto paralara ilişkin betimleyici istatistikler verilmiştir.

Tablo 3: Açıklayıcı Özet İstatistik

| Kripto Para | N | Ort. | Std.Sapma | Max | Min | Çarpıklık | Basıklık |
|--------------|------|---------|-----------|----------|-------|-----------|----------|
| Bitcoin | 2234 | 2500.61 | 3391.19 | 19497.40 | 68.43 | 1.816 | 6.309 |
| Ethereum | 1403 | 205.11 | 259.73 | 1396.42 | 0.43 | 1.680 | 5.707 |
| XRP | 2136 | 0.18 | 0.33 | 3.38 | 0.00 | 3.896 | 26.257 |
| Litecoin | 2234 | 33.44 | 52.95 | 358.34 | 1.16 | 2.559 | 10.447 |
| Bitcoin Cash | 687 | 722.39 | 614.16 | 3923.07 | 77.37 | 1.724 | 6.469 |

Tablo 3'teki en çarpıcı nokta standart sapmaların büyük olmasıdır. Söz konusu beş kripto paranın yaklaşık ortalama değeri kadar bir standart sapmaya sahip olmaları söz konusu kripto paraların volatilitelerinin ne kadar yüksek olduğunu kanıtlar niteliktedir. Günlük ve haftalık fiyat değişimlerinin %50'lere kadar ulaşması bu şekilde açıklanabilir. Bitcoin Cash gibi piyasaya yeni giren bir paranın 77.37\$ seviyesinden 3.923\$'lı görmesinin veya aynı oranda düşüşünün sebebinin bulmak zordur. Çünkü ulusal bir paranın fiyatını etkileyen faiz oranı, enflasyon, cari açık, kamu borcu, dış ticaret hadleri, istikrar, hükümet politikaları gibi birçok faktör var iken kripto paralar için bu kadar büyük fiyat değişimlerine yol açacak net bir faktörü belirlemek zordur.

3.3.Analiz

Kripto para piyasasının etkin bir piyasa olup olmadığını belirlemek için beş kripto paranın birim kök içerip içermediğinin yani durağan olup olmadığını belirlemek gerekmektedir. İlk olarak yapısal kırılmaları dikkate almayan birinci nesil birim kök testleri (ADF, PP) ile serilerin durağan olup olmadığına bakılmıştır. Sonra seri içinde yapısal kırılmaların olup olmadığına bakılarak var ise yapısal kırılmaları dikkate alan birim kök testleri (Zivot Andrews Birim Kök Testi, Clemente-Montanes-Reyes Birim Kök Testi) kullanılmıştır. Böylelikle birinci nesil birim kök nesil sonuçlarının doğruluğu teyit edilecektir.

Zaman serisinin durağan olmasından kast edilen ortalaması ve varyansının zaman içinde değişmemesi ve kovaryansının ise dönemler arasındaki gecikmeye bağlı olup zamana bağlı olmaması durumudur (Atik vd., 2015: 254). Zaman serileri durağan olmaması durumunda stokastik ya da deterministik trend içerecektir. Durağan bir zaman serisinin ortalaması, varyansı ve kovaryansı zamandan bağımsız olmakta, zaman içinde değişmemektedir. Böyle bir zaman serisi kendi ortalaması etrafında sabit genişlikte salınımlar gösterecektir. Serinin bu özelliğine ortalamaya dönüş (mean reversion) denilmektedir. Durağan seriler literatürde zayıf durağan (weakly stationary), kovaryans durağan (covariance stationary) şeklinde farklı isimlerle de kullanılmaktadır. Durağanlığı açıklamak için Y_t 'nin bir seri olduğu farz edildiğinde;

$$E(Y_t) = \mu$$

$$\text{Var}(Y_t) = \gamma_0$$

$$\text{Cov}(Y_t, Y_{t+k}) = \gamma k$$

Başlangıç noktasını t noktasından, t+k'ya getirdiğimizde eğer Yt serisi durağan ise Yt, ve Yt+k serilerinin ortalama, varyans ve kovaryanslarının aynı olması gerekmektedir. Ancak k, 0 ise

$$\text{Cov}(Y_t, Y_{t+0}) = \text{Var}(Y_t) = \sigma^2 \text{ şeklinde olacaktır.}$$

Zaman serisi durağan değil (durağan dışı- non stationary) ise serinin ortalaması, varyansı veya her ikisi birden zamana bağlı olarak değişecektir. Seri durağan olmaması durumunda serinin davranışı diğer dönemler için genellenemeyecek ve geleceği tahmin etmek için kullanılamayacaktır (Yalta, 2011).

Bu yüzden serinin durağanlığını kontrol etmek için birinci nesil testlerinden Augmented Dickey Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testleri seçilmiştir. ADF testi, hata terimlerinin farklı varyans ve seri korelasyon içerecek şekilde rassal ve homojen dağıldıkları varsayımı için kullanılmaktadır (Gujarati, 2006).

$$\Delta Y_t = \beta_1 + \beta_2 \cdot t + \delta \cdot Y_{t-1} + \alpha_i \cdot \sum_{i=1}^m \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

ΔY_t = Durağanlığı test edilen serinin birinci farkını,

t= Trend değişkenini,

$\Delta Y_{t,i}$ = Gecikmeli farkı,

ε_t = Ortalaması 0, ardışık bağımlılığı olmayan, varyansı değişmeyen hata terimidir.

ADF birim kök testinde,

$$H_0 = \alpha_1 = 0$$

$$H_1 = \alpha_1 < 0$$

Şeklinde olup, H0'ın red edilmesi serinin durağan olup, birim kök içermediği anlamına gelmektedir. Tablo 4 ve Tablo 5'te ADF ve PP birim kök test sonuçları verilmiştir.

**Tablo 4: Kripto Paralara Ait ADF (Augmented Dickey-Fuller)
Birim Kök Test Sonuçları**

| S.Nu. | Kripto Paralar | I ₀ | | I ₁ | |
|-------|----------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| | | Sabit | Trend + Sabit | Sabit | Trend + Sabit |
| 1 | Bitcoin | -1.8753 (0.344) | -2.9787 (0.138) | -8.6876 (0.000) | -8.6924 (0.000) |
| | | -3.4331[a] | -3.9621[a] | -3.4331[a] | -3.9621[a] |
| | | -2.8626[b] | -3.4118[b] | -2.8626[b] | -3.4118[b] |
| | | -2.5674[c] | -3.1278[c] | -2.5674[c] | -3.1278[c] |
| 2 | Ethereum | -2.3883 (0.145) | -2.6118 (0.275) | -5.7836 (0.000) | -5.7880 (0.000) |
| | | -3.4348[a] | -3.9646[a] | -3.4348[a] | -3.9646[a] |
| | | -2.8634[b] | -3.4130[b] | -2.8634[b] | -3.4130[b] |
| | | -2.5678[c] | -3.1285[c] | -2.5678[c] | -3.1285[c] |
| 3 | XRP | -3.7228 (0.003) | -4.6497 (0.000) | - | - |
| | | -3.4332[a] | -3.9623[a] | - | - |
| | | -2.8627[b] | -3.4119[b] | - | - |
| | | -2.5674[c] | -3.1278[c] | - | - |
| 4 | Litecoin | -2.5355 (0.107) | -3.3516 (0.058) | -8.4228 (0.000) | -8.4272 (0.000) |
| | | -3.4331[a] | -3.9622[a] | -3.4331[a] | -3.9622[a] |
| | | -2.8626[b] | -3.4118[b] | -2.8626[b] | -3.4118[b] |
| | | -2.5674[c] | -3.1278[c] | -2.5674[c] | -3.1278[c] |
| 5 | Bitcoin Cash | -2.1798 (0.214) | -2.7392 (0.221) | -21.7159 (0.000) | -21.7099 (0.000) |
| | | -3.4396[a] | -3.9714[a] | -3.4396[a] | -3.9715[a] |
| | | -2.8655[b] | -3.4163[b] | -2.8655[b] | -3.4164[b] |
| | | -2.5689[c] | -3.1305[c] | -2.5689[c] | -3.1305[c] |

Not: ADF birim kök testi için uygun gecikme sayısı Schwarz Bilgi Kriterine göre belirlenmiştir. [a], [b] ve [c]*** sırasıyla 0.01, 0.05 ve 0.10 için Mac-Kinnon kritik değerlerini göstermektedir. Parantez içindeki değerler testlerin olasılık değerleridir.

Tablo 5: Kripto Paralara Ait Phillips-Perron (PP) Birim Kök Test Sonuçları

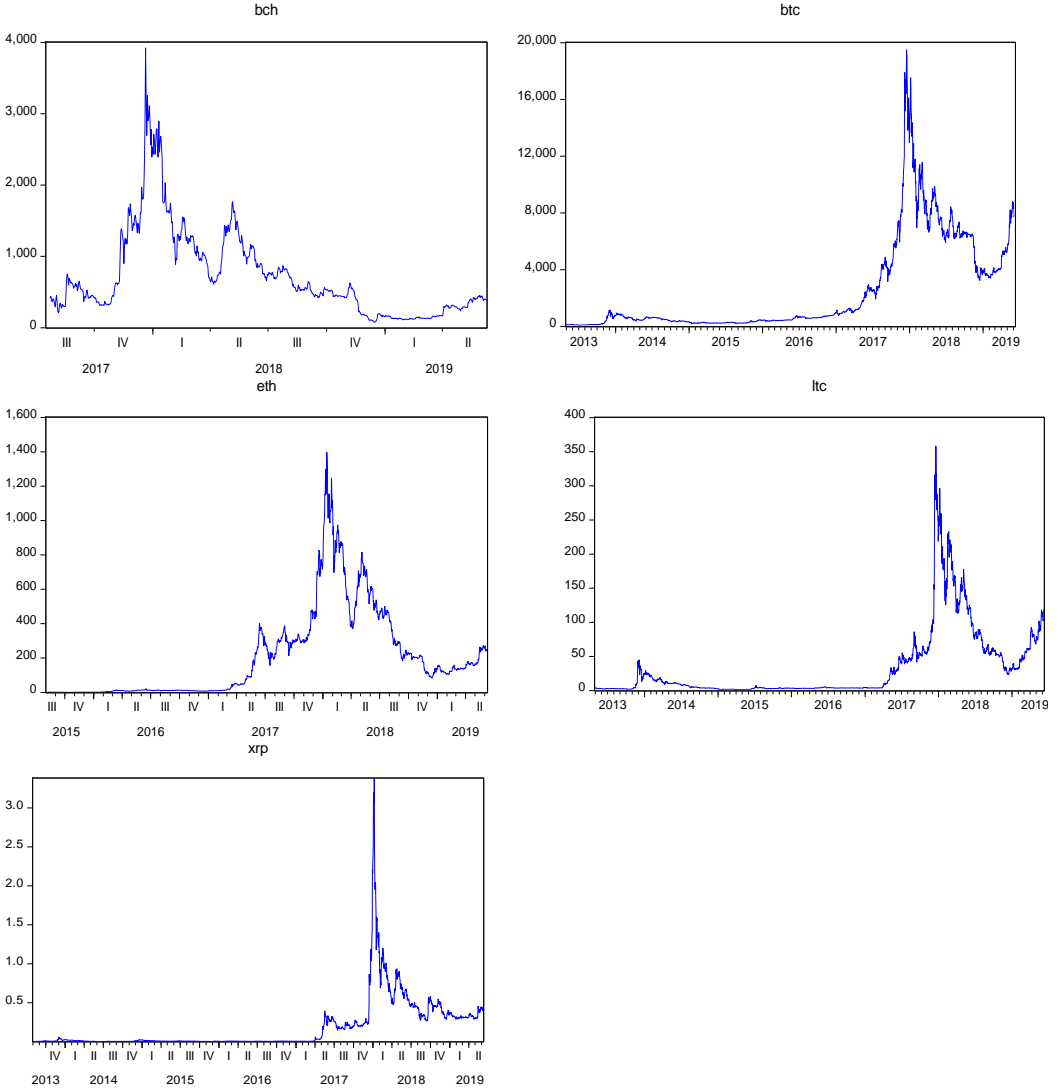
| S.Nu. | Kripto Paralar | I ₀ | | I ₁ | |
|-------|----------------|----------------------|--------------------|----------------------|---------------------|
| | | Sabit | Trend + Sabit | Sabit | Trend + Sabit |
| 1 | Bitcoin | -1.479664 (0.544) | -2.438131 | -43.9357 (0.000) | -43.9274 (0.000) |
| | | -3.4330[a] | -3.9621[a] | -3.4330[a] | -3.9621[a] |
| | | -2.8626[b] | -3.4118[b] | -2.8626[b] | -3.4118[b] |
| | | -2.5673[c] | -3.1278[c] | -2.5673[c] | -3.1278[c] |
| 2 | Ethereum | -1.7014 (0.430) | -1.7607 (0.723) | -35.71651 (0.000) | -35.7064 (0.000) |
| | | -3.4348[a] | -3.9646[a] | -3.4348[a] | -3.9646[a] |
| | | -2.8633[b] | -3.4130[b] | -2.8633[b] | -3.4130[b] |
| | | -2.5678[c] | -3.1285[c] | -2.5678[c] | -3.1285[c] |
| 3 | XRP | -3.579333 (0.006) | -4.3938 (0.002) | - | - |
| | | -3.4332[a] | -3.9623[a] | - | - |
| | | -2.8626[b] | -3.4119[b] | - | - |
| | | -2.5674[c] | -3.1278[c] | - | - |
| 4 | Litecoin | -2.2718 (0.181) | -3.0208 (0.126) | -44.2576 (0.000) | -44.2488 (0.000) |
| | | -3.4330[a] | -3.9621[a] | -3.4330[a] | -3.9621[a] |
| | | -2.8626[b] | -3.4118[b] | -2.8626[b] | -3.4118[b] |
| | | -2.5673[c] | -3.1278[c] | -2.5673[c] | -3.1278[c] |
| 5 | Bitcoin Cash | -2.0343 (0.272) | -2.6021 (0.279) | -27.2361 (0.000) | -27.2252 (0.000) |
| | | -3.4396[a] | -3.9714[a] | -3.4396[a] | -3.9715[a] |
| | | -2.8655[b] | -3.4163[b] | -2.8655[b] | -3.4163[b] |
| | | -2.5689[c] | -3.1305[c] | -2.5689[c] | -3.1305[c] |

Not: PP birim kök testinde tahmin metodu Bartlett Kernel kullanılmıştır. [a], [b] ve [c]*** sırasıyla 0.01, 0.05 ve 0.10 için Mac-Kinnon kritik değerlerini göstermektedir. Parantez içindeki değerler testlerin olasılık değerleridir.

ADF ve PP birim kök test sonuçlarına göre XRP kripto para birimi dışındaki bütün para birimlerinin birim kök içerdiği yani düzeyde durağan olmadıkları görülmektedir. Ancak yapısal kırılmanın varlığı durumunda standart birim kök

testlerinin, birim kök hipotezinin kabulü yönünde sonuçlar vermesi sebebiyle yapısal kırılmanın olup olmadığının test edilmesi gerekmektedir. Öncelikle her bir kripto para biriminin Şekil 1’deki grafikleri incelenmiştir.

Şekil 1: Kripto Paraların Fiyat Hareketleri



Şekil 1’e göre kripto paraların fiyat hareketlerinde yapısal kırılmaların olabileceği görülmektedir. Yapısal kırılmalar kriz, şok gibi durağan dışı bir olay sonrası

oluşabilmektedir. Olası bir yapısal kırılmanın varlığının göz ardı edilmesi, birim kök testlerinin sonuçlarını etkileyerek, geleneksel birinci nesil testlerin H_0 hipotezini red edilmemesine sebep olabilecektir (Çelik, 2016:659-660). Bu yüzden öncelikle tek kırılmayı dikkate alan Zivot-Andrews Birim Kök Testi yapılmış ve sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6: Zivot-Andrews Birim Kök Test Sonuçları

| Değişkenler | Model | Kırılma Dönemi | Kritik Değerler | | | Min. t İstatistiği | k |
|--------------|---------|----------------|-----------------|-------|-------|--------------------|---|
| | | | 1% | 5% | 10% | | |
| Bitcoin | Model A | 17-Jul-17 | -5.34 | -4.8 | -4.58 | -3.724 | 6 |
| | Model B | 19-Aug-15 | -4.93 | -4.42 | -4.11 | -2.613 | 6 |
| | Model C | 15-Sep-17 | -5.57 | -5.08 | -4.82 | -4.743 | 6 |
| Bitcoin Cash | Model A | 9-Nov-17 | -5.34 | -4.8 | -4.58 | -3.649 | 4 |
| | Model B | 24-Nov-17 | -4.93 | -4.42 | -4.11 | -3.235 | 4 |
| | Model C | 15-Jan-18 | -5.57 | -5.08 | -4.82 | -4.556 | 4 |
| Ethereum | Model A | 18-Jul-18 | -5.34 | -4.8 | -4.58 | -3.517 | 6 |
| | Model B | 5-Jan-18 | -4.93 | -4.42 | -4.11 | -3.271 | 6 |
| | Model C | 18-Nov-17 | -5.57 | -5.08 | -4.82 | -4.754 | 6 |
| XRP | Model A | 8-Dec-17 | -5.34 | -4.8 | -4.58 | -5.912 | 6 |
| | Model B | 2-Jan-16 | -4.93 | -4.42 | -4.11 | -5.052 | 6 |
| | Model C | 12-Dec-17 | -5.57 | -5.08 | -4.82 | -8.587 | 6 |
| Litecoin | Model A | 15-Sep-17 | -5.34 | -4.8 | -4.58 | -4.469 | 6 |
| | Model B | 20-Nov-15 | -4.93 | -4.42 | -4.11 | -3.751 | 6 |
| | Model C | 13-Nov-17 | -5.57 | -5.08 | -4.82 | -5.955 | 6 |

Not: Model A, Model B ve Model C sırasıyla Sabitte, Trendde, Hem Sabitte Hem Trendde kırılmanın olduğu modelleri temsil etmektedir. k lag sayısını ve * simgesi %5 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 6'daki Zivot-Andrews Birim Kök Testi sonuçlarına göre XRP kripto para birimi dışındaki kripto paraların tamamının durağan olmadıkları görülmektedir. Ancak yapısal kırılmanın birden fazla olması durumunda Zivot-Andrews Birim Kök Test sonuçları yanlış olabilecektir. Bunu test etmek için iki yapısal kırılmalı birim kök testi olan Clemente-Montanes-Reyes uygulanmış ancak kırılmanın tek olduğu görülmüştür.

XRP fiyat serisinin durağan çıkmasının sebebi diğer kripto paralardan farklı yönlerinin bulunmasıdır. XRP'in diğer kripto paralardan en önemli farkı merkezi olmayan bir teknolojinin merkezi versiyonu olmasıdır. Bitcoin, Ethereum ve diğer kripto paralar milyonlarca küresel madenciyle desteklendiği için hiç kimsenin ağlar üzerinde gerçek kontrolü bulunmamaktadır. XRP ise onu başlatan şirket olan Ripple Labs ve diğer birkaç finans kurumu tarafından kontrol edilmesi tek merkezden yönetilen bir kuruluş haline getirmektedir. Ayrıca XRP'nin bir madencilik süreci de yoktur. Bu yüzden Ripple diğer kripto para birimlerinden farklıdır.

Sonuç

Çalışmaya dahil edilen beş kripto para üzerinde yapılan analizler sonucunda kripto paraların düzeyde durağan olmadıkları yani birim kök içerdikleri tespit edilmiştir. Bu durum kripto paraların ortalamasının, varyansının veya her ikisinin de zamana bağlı olarak değişebileceği anlamına gelmektedir. Böyle bir durum rassal yürüyüş teorisiyle de uyum olarak kripto paraların geçmişteki fiyat hareketlerini kullanarak, geleceğe ilişkin bir fiyat tahmininin yapılmasının mümkün olabileceği anlamına gelmektedir. Etkin piyasa hipotezine göre kripto para serilerinin düzeyde durağan olmaması durumunda geçmişteki fiyat hareketlerini kullanarak normalin üstünde bir getiri elde edilmesi mümkün olmaktadır.

Kripto paraların getiri oranlarındaki değişimler göz önüne alındığında risk faktörünün yüksek olması bir yatırım aracı değil bir şans oyunu gibi algılanmalarına sebep olabilmektedir. Beş farklı kripto para biriminin, incelenen zaman dilimlerinde fiyat oynaklıklarının aşırı derecede yüksek olması ve dolayısıyla aşırı riskli olması, arz-talep uyumsuzluğu, parasal otorite yokluğu gibi nedenlerden sonra beklenen bir sonuçtur. Yatırım aracına etki eden faktörler itibari paralar için belirli iken kripto paralarda net değildir. Kripto paraların kısa zaman diliminde değerinde oluşan yükseliş ve düşüşlerin sebeplerini açıklamak zordur. Bu durum neden yükseldiğinin veya neden düştüğünün belirli olmaması sebebiyle yatırım aracı olarak görülebilme fonksiyonunu sorgulatmaktadır.

Çalışmanın bulguları literatürle de uyumludur. Parlaktuna ve Güngül (2020) kripto paraların, paranın değer saklama ve tasarruf yani servet biriktirme aracı olarak görülme fonksiyonlarını yerini getirmediğini bu yüzden para olarak görülemeyeceğini, Kesebir ve Günceler (2019) kripto paralardaki ani fiyat hareketlerinin kripto paraya olan güven duygusunu etkilediğini ve Nishibe (2020)'de kripto paranın istikrar kriterlerini sağlayamadığı vurgulamışlardır. Bu açıdan incelendiğinde de çalışmada elde edilen bulgular ile örtüşmektedir.

Paranın değişim aracı, tasarruf aracı ve hesap birimi olmak üzere üç temel fonksiyonu vardır. Kripto para birimleri genel olarak bir değişim aracı olarak kullanılabilmesi değerlendirilmekle birlikte, bu para birimlerine olan değişken talep, esnek olmayan arz ve arzın kontrolünü sağlayabilecek bir otoritenin olmaması sebebiyle tasarruf aracı ve hesap birimi olma fonksiyonlarını karşılayamayacağı, bu yüzden kripto paraların mevcut durumda para olarak kabul edilmesinin erken olabileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca birçok ülkede kripto paralarla ilgili yasal düzenlemelerin halen olmaması bu görüşü doğrular niteliktedir. Kripto paraların ortaya çıkış hızları değerlendirildiğinde kısa zaman içinde piyasada geldikleri noktalara bakılarak gelecekte piyasa içinde para, varlık, stok vb. diğer herhangi bir şekilde olabilecekleri görülmektedir.

Kaynakça

- Avunduk, H. ve Aşan, H. (2018). “Blok Zinciri (Blockchain) Teknolojisi ve İşletme Uygulamaları: Genel Bir Değerlendirme”, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1), 374.
- Atik, M., Köse Y., Yılmaz B., Sağlam F. (2015). “Kripto Para: Bitcoin ve Döviz Kurları Üzerine Etkileri”, *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (11), 247-262.
- Berk, N. (2011). *Finansal Yönetim*, 11. Baskı Türkmen Kitabevi.
- Butler, S. (2019). Criminal use of cryptocurrencies: a great new threat or is cash still king?. *Journal of Cyber Policy*, 4(3), 326-345.
- Coinmarketcap <https://coinmarketcap.com/>, Erişim Tarihi 08.05.2019.
- Çarkacıoğlu, A. (2016). Kripto-Para Bitcoin, *Sermaye Piyasası Kurulu Araştırma Dairesi Araştırma Raporu*, 15-17.
- Çelik, N. (2016). Yapısal Kırılmalar Altında Kamu-Özel Kesim Yatırım Harcamaları İlişkisi, *Yönetim ve Ekonomi*, 23(3), 659-660.
- Demirdöğen, Y.(2019). Fintek Ekosistemi İçin Gerekli Düzenlemeler. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10 (24), 311-312.
- Doğan, Ş. (2020). Dijital Çağda Paranın Dönüşümü: Kripto Para Birimleri ve Blok Zinciri (Blockchain) Teknolojisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(3), 859-870.
- Duque, J. (2020). State involvement in Cryptocurrencies. A potential world money?. *The Japanese Political Economy*, 46(1), 65-82.
- Fama, E.F. (1965). The Behavior of Stock Market Prices. *The Journal of Business*, 38 (1), 34-105.
- Fama, E.F. (1995). Random Walks in Stock Market Prices, *Financial Analysts Journal*, 51(1), 75-80.
- Fantacci, L., (2019). Cryptocurrencies and the Denationalization of Money. *International Journal of Political Economy*, 48(2), 105-126.
- Grobys, K.,Sapkota, N. (2019). *Predicting cryptocurrency defaults*, Applied Economics, 52(46), 5060-5076.
- Gujarati, D.N. (2006). *Temel Ekonometri*, (Çev. Ü. Şenesen ve G.G. Şenesen), Literatür Yayıncılık, İstanbul.

- Houben, R. ve Snyers, A. (2018). Cryptocurrencies and Blockchain, *TAX3 Committee*, 17.
- Kaplanhan, F.(2018). Kripto Paranın Türk Mevzuatı Açısından Değerlendirilmesi: Bitcoin Örneği, *Vergi Mevzuatı ve Maliye Teorisi*, Sayı 353 , 106.
- Kesebir, M. ve Günceler, B.(2019). Kripto Para Birimlerinin Parlak Geleceği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 17, 607.
- Lee, D., Chuen K., Guo, L. and Wang, Y. (2018). Cryptocurrency: A New Investment Opportunity?. *The Journal of Alternative Investments Winter 2018*, 20 (3) 16-40.
- Lemieux, V.L. (2016). Trusting records: is Blockchain technology the answer?. *Records Management Journal*, 26(2), 110-113.
- Malherbe, L., Montalban, M., Bédu N., Granier, C., (2019). Cryptocurrencies and Blockchain: Opportunities and Limits of a New Monetary Regime. *International Journal of Political Economy*, 48(2), 127-152
- Mishkin, F.S. (2016). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets* Eleventh Edition Global Edition, Columbia University.
- Nishibe, M., (2020). Good money drives out bad: Introduction to the featured section on The evolution of diverse e-money: Digital-community currencies and cryptocurrencies, *The Japanese Political Economy*, 46(1), 1-16.
- Parlaktuna, İ. ve Güngül, M. (2020), Bitcoin'nin Tanımlanma Sorunu, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı 86, 25-38.
- Pirinççi, A.E.(2018). Yeni Dünya Düzeninde Sanal Para Bitcoin'in Değerlendirilmesi. *International Journal of Economics Politics Humanities and Social Sciences*, 1 (1), 45-51.
- Şenbayram, E.A. (2019). Paranın Geldiği Uç Nokta: Bitcoin. *Harran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3 (4), 89-90.
- Yalta, T. (2011). Zaman Serileri Ekonometrisine Giriş: Durağanlık ve Durağan Dışılık. *TÜBA Ulusal Açık Ders Malzemeleri Konsorsiyumu*, <http://www.acikders.org.tr>, Erişim Tarihi: 14.06.2019).
- Yıldırım, M. (2019). Blok Zincir Teknolojisi, Kripto Paralar ve Ülkelerin Kripto Paralara Yaklaşımları. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10 (20), 269.



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 29.01.2021; Kabul Tarihi: 24.05.2021

Gastronomik Miras: Kelle (Sivas)¹

Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK

Kastamonu Üniversitesi
asimsek@kastamonu.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-3317-2330

Öz

Bu çalışmada gastronomik bir miras olan kellenin üretiminin devam ettirilmesi ve öneminin vurgulanması amacıyla yapılış süreci ve tüketicilerin tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır ve iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk olarak kellenin yapılış sürecinin incelenmesi için kelle hazırlayan üreticilerle görüşülmüştür. İkinci aşamada ise tüketicilerle görüşmeler yapılmıştır. Yapılan görüşmeler sonucunda kelle satışlarının fazla olduğu, şehir dışından da söz konusu işletmelerden kelle tüketenler tarafından sipariş verildiği belirlenmiştir. Ayrıca kellenin cinsiyet farkı olmaksızın uzun yıllardır tüketildiği ve ağırlıklı olarak kış mevsiminde tercih edildiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sivas mutfağı, Kelle, Gastronomi
JEL Sınıflandırması: L66, L83, L84

Gastronomic Heritage: Kelle (Sivas)

Abstract

In this study, in order to continue the production of the kelle and to emphasize its importance that the process of making the kelle which is a gastronomic heritage and the consumption habits of consumers were examined. Semi-structured interview technique, which is one of the qualitative research methods, was used as data collection method and it was carried out in two stages. Firstly, the kelle producers were interviewed to examine the process of making the kelle. In the second stage, interviews were made with consumers. As a result of the interviews, it is determined that the kelle sales are high and kelle is given order from out of the city. In addition, it is concluded that the kelle has been consumed for many years without gender difference and has been preferred mainly in the winter season

Keywords: Sivas cuisine, Kelle, Gastronomy
JEL Classification: L66, L83, L84

¹ Araştırmanın Kastamonu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 30.06.2020 tarih ve 14 nolu Etik Kurulu onay kararı bulunmaktadır.

Giriş

Gastronomi, ne zaman, nasıl, nerede, ne kadar, hangi şekilde, ne yenileceğine (ve içileceğine) yardımcı olan bir tavsiye veya rehberdir. Bu tür tavsiyeler ve rehberlikler yeme-içme ile ilgili bilgi ve becerilerin kazanılmasını kolaylaştırır. Gastronomi ile birlikte yemek, sadece karın doyurma eyleminden ziyade keyifli bir iletişim ve sosyalleşme halini almaktadır (Santich, 2004: 16). Gastronomi kapsamında yöresel mutfaklar, bir bölgenin profilini destinasyon anlamında geliştirmek ve yükseltmek için kullanılabilir güçlü araçlardır (Green ve Dougherty, 2008). Çünkü yiyecek ve içecekler turistlerin göz ardı edemeyecekleri unsurlardır ve özellikle de bazı turistler için en önemli seyahat motivasyonlarından (Goeldner ve Ritchie, 2006). Dolayısıyla gastronomi, turistlerin tatil deneyimlerinin ayrılmaz bir parçasıdır (Kivela ve Crofts, 2006: 357). Yiyecek ile kültür arasındaki bağlantı sayesinde de gastronomi turizmi önem kazanmıştır (Hall vd, 2003).

Gastronomi turizmi, bir destinasyonun sahip olduğu yiyecek ve içecekleri keşfetmek, onların tadını çıkarmak ve benzersiz bir gastronomi tecrübesi yaşamak amacıyla yapılan seyahatleri ifade etmektedir (Wolf, 2002). Gastronomi turizmi faaliyetlerine katılan turistlerin bütün aktiviteleri yiyecek ve içeceklerle ilgilidir (Hall vd, 2003) ve karar verdikleri destinasyonların mutfakları hakkında bilgi sahibi olduklarından dolayı gastronomi turizmi belirli turistik yerlerin tanıtılması açısından önemli bir fırsat sunmaktadır (López-Guzmán ve Sánchez-Cañizares, 2012: 70). Ayrıca söz konusu turistler için yöresel yemekler büyük önem taşımaktadır. Yöresel yemekler, herhangi bir yörede yaşayan insanların kültürüne yerleşmiş, halk tarafından diğer yemeklerden üstün tutulan ve gelenek haline gelmiş yemekleri ifade etmektedir (Hatiopğlu vd, 2013). Aynı zamanda kültürel bir değer taşıyan yöresel yemekler kültürel ve sosyal kazanımların bir yansıması olarak görülmektedir (Bertella 2011). Bu kapsamda Türkiye, sahip olduğu yedi coğrafi bölge içerisinde kendine has farklı yeme-içme alışkanlıklarına, farklı tatlarla ve yöresel yiyeceklere ev sahipliği yapan mutfaklar bakımından oldukça zengindir. Sivas mutfağı da söz konusu mutfaklardan bir tanesidir. Ayrıca Sivas, sağlık turizmi, kış turizmi ve Divriği ilçesi öncülüğünde kültür turizmi kapsamında Türkiye'nin önemli turizm şehirlerinden bir tanesidir. Dolayısıyla şehri ziyaret eden turistlere yerel kültürü yansıtacak yöresel yemeklerin sunulması onların memnuniyetlerinde etkili olabilecektir (Zengin ve Işkın, 2017: 408). Yöresel yemeklerin destinasyonlar için önemli çekicilik ve rekabet avantajı sağladığı, bölgelerin markalaşması açısından etkili olduğu, ziyaret edilen yerlerde yöresel ürünlerin tercih edildiği (Şengül ve Türkay, 2016), turistlerin sosyal medyada gördükleri bir yöresel yemek fotoğrafının destinasyon seçimlerinde etkili olduğu (Eryılmaz ve Şengül, 2016), turistlerin memnuniyetlerini önemli ölçüde etkilediği çoğu araştırma ile desteklenmektedir (Rand vd, 2003; Kivela ve Crofts, 2006; Alonso ve Liu, 2011). Ayrıca hem yöresel yemek tüketim motivasyonlarının hem de farklı kültürlerle ait yemeklerin deneyimlenmesinin bir destinasyonu tekrar ziyaret etme konusunda olumlu bir etkiye sahip olduğu (Bayrakçı ve Akdağ, 2016) görülmektedir. Aynı şekilde Lertputtarak (2012) da yemeğin imajının tekrar ziyaret etme niyetini olumlu bir şekilde etkilediğini belirterek yemek imajını yiyecek ve restoran imajı olmak üzere iki gruba

ayırıştır. Yiyecek imajını yöresel ürünlerle hazırlanmış ve kültürel bir deneyimi ifade eden dünyada tanınmış/popüler bir mutfak şeklinde ifade etmiştir. Restoran imajını ise ilgi çekici restoran çeşitliliği, hizmet kalitesi, dekorasyon, atmosfer, makul fiyatlar gibi özellikler kapsamında değerlendirmiştir. Bu kapsamda 200 yıllık üretim geçmişine sahip olan kellenin Sivas için önemli bir rekabet avantajı ve yöresel yemek kültürünün önemli bir parçası olduğunu söylemek mümkündür. Uzun ve zahmetli hazırlanma sürecine rağmen de yöre halkı tarafından büyük ilgi görmektedir. Genellikle koyun ve kuzuların baş kısımlarından hazırlanan kelle daha çok kış aylarında ilgi görmektedir (URL-1). Fırında yaklaşık 16 saat pişirilen kelle balta ile kırılmakta ve kahvaltıda tüketilmektedir (URL-2). Kış aylarının dışında da özellikle ramazan ayında iftar sofralarında ayrı bir yeri vardır (URL-3).

Sivas mutfak kültürü ile ilgili yapılan akademik çalışmalar incelendiğinde unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerin belirlenmesine (Şimşek vd, 2017), kırsal turizm kapsamında Sivas yöresel mutfağının incelenmesine (Öztürk ve Arıkan, 2018), gastronomi turizmi kapsamında Sivas mutfağının değerlendirilmesine (Zengin ve Işkın, 2017) yönelik çalışmaların olduğu görülmektedir. Bu durumdan hareketle çalışmada, gastronomik bir miras olan kellenin üretiminin devam ettirilmesi ve öneminin vurgulanması amacıyla yapılış süreci ve tüketicilerin tüketim alışkanlıkları incelenmiştir. Kelle gibi yöresel ürünler gastronomik kimlik, çeşitliliğin arttırılması, ürünlerin korunması açısından önem taşımaktadır. Ancak gün geçtikçe yöresel ürünlerin üretiminde problemler yaşanmaktadır. Bu problemlerden en önemlisi de söz konusu ürünlerin olması gereken değeri görememesi ve pazarlama imkanlarının oluşturulamamasıdır (Töre-Başat, Sandıkçı ve Çelik, 2017: 73). Dolayısıyla bu çalışma yöresel ürünlerin korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması ve coğrafi işaret tescili alabilmesi konusunda ilgili kişi ve kurumların bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi açısından önem taşımaktadır. Ayrıca Sivas'ta yaşayan yerel halkla birlikte şehri ziyaret edenlerin yemek için öncelikle tercih ettiği yöresel lezzetlerden bir tanesi olan kellenin ilgili literatüre kazandırılması açısından da araştırma önemlidir.

1. Sivas Mutfağı

Sivas, gerek tarih boyunca geçiş yollarının üstünde bulunması gerekse de çok sayıda medeniyetlerin izlerini taşıması sebebiyle zengin bir mutfak kültürünü içinde barındırır (Şimşek vd, 2017: 738). Et, tahıl ve hamur işleri bakımından zengin olan (Zengin ve Işkın, 2017: 412) Sivas mutfağında sığır ve dana etleri sucuk ve pastırma yapımında kullanılırken mutfaklarda koyun eti daha çok kullanılmaktadır. Pehlî, söğüş, sebzeli et, soğanlı et, Sivas tavası ve çirli et gibi yemekler Sivas'ta yapılan et yemeklerindedir. Çorbalara bakıldığında da kışın en çok peskütan çorbası, bahar ve yaz aylarında ise pancar çorbası tüketilmektedir. Ayrıca katıklı çorba, toyga, urumeli (tarhana), kesme ve keş gibi çorbalar da bulunmaktadır. Madımak, evelik, ebegümeçi, ısırgan, gelin parmağı gibi otlarla yapılan yemekler de Sivas mutfağının sebze yemeklerini temsil etmektedir (Akt: Ertaş ve Gezmen-Karadağ, 2013: 129). Özellikle madımak mutfaklarda çok sık kullanılmakta ve madımak çorbası, madımak mihlaması,

madımlı bökrek gibi yemekler yapılmaktadır (Şimşek vd, 2017: 738). Sivas'ın sahip olduğu yöresel yemeklerden örnekler Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Sivas İlinin Yöresel Yemeklerinden Örnekler

| Çorbalar | Yemekler | | Hamur İşleri | | Tatlılar |
|------------------|----------------------|--------------------|-------------------|--------------------|----------------------|
| Ayran Çorbası | Soğanlı Et | Kelle | Fırın Katmeri | Peksimet | Tel Helvası |
| Bulgur Çorbası | Sivas Köftesi | Haşıl | Fırın Pidesi | Sac Ekmeği | Un Helvası |
| Düğülcek Çorbası | Sivas Tavası | İçli Köfte | Gevrek | Sac Katmeri | Üzümlü Çorba |
| Ekmek Aşı | Sebzeli Sivas Kebabı | Karın Dolması | Gilik | Sivas Kazan Simidi | Yufka Böreği Tatlısı |
| Ekmek Kırmaması | Şalgam Dolması | Kelecoş | Hingel | Tandır Çöreği | Gazete Baklavası |
| İşkembe Çorbası | Pancar Sarması | Kızartma Köftesi | Hızır Kömbesi | Tandır Ekmeği | Karaş |
| Katkılı Çorba | Tıptış Köfte | Lahana Sarması | Kavurma Eriştesi | Tandır Ketesi | Peynirli Helva |
| Kavurma Herlesi | Turşu Mihlaması | Madımlık Kavurması | Kırdök | Yağlama | Lokma Tatlısı |
| Kesme Çorbası | Tas Kebabı | Madımlık Pilavı | Kırk Giliği | Yağlı | Hasuda |
| Keş Çorbası | Pancar Mihlaması | Madımlık Yemeği | Lavaş | Yarımcı Bökrek | Sarığı Burma |
| Pancar Çorbası | Mumbar Dolması | Mirik Köftesi | Mantu (Su Böreği) | Yumurta Eriştesi | Hurma |

Kaynak: Zengin, B. ve Işkın, M. (2017).

Sivas'ın sahip olduğu bitki örtüsü ve soğuk iklim, toplumsal yapısı, tarihi geçmişı ve geçim kaynaklarıyla oluşan yemek kültürü gastronomi turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir (Zengin ve Işkın, 2017: 412). Ayrıca mutfak eşyaları arasında önemli bir yer tutan bıçak Sivas'taki en eski el sanatlarından biridir ve Sivas'taki bıçakçılığın kökeni XII. yüzyıla kadar dayanmaktadır (Mahiroğulları, 2003: 64). Sivas mutfağına yönelik gerçekleştirilen akademik çalışmalar incelendiğinde ise söz konusu çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görölmektedir. Zengin ve Işkın (2017), gastronomi turizmi bakımından Sivas mutfağını değerlendirmiş ve Sivas'ın zengin bir mutfak kültürünün olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca hem yemek çeşitliliği hem de işletme kapasitesi anlamında mevcut turistik potansiyele hizmet edebilecek kapasiteye sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Öztürk ve Arıkan (2018) ise Sivas yöresel mutfağını kırsal turizm kapsamında değerlendirmişlerdir. Kültürel çeşitlilik ve yöresel yemekler bakımından önemli potansiyele sahip olduğunu belirterek Sivas'ta yöresel lezzetler denildiğinde akla gelen, aralarında kellenin de bulunduğu yemekler hakkında bilgiler vermişlerdir. Şimşek (2020), Sivas mutfağına ait coğrafî işaretli yöresel ürünlerin üretiminin tescil belgelerinde belirtilen standartlara uygun olup olmadığını incelemiştir ve söz konusu ürünlerin genel olarak standartlara uygun şekilde üretildiği sonucuna varmıştır. Şeker ve Hastaoğlu (2020) ise gastronomi turizmi kapsamında Sivas yöresel yemeklerinin mikro ve makro besin öğelerini incelemiştirlerdir. Yöresel ürünlerin kalori

değerlerinin nispeten yüksek, hayvansal gıda ağırlıklı ve birçok fonksiyonel gıda bileşenini içeren özellikler gösterdiğini belirtmişlerdir. Şimşek ve arkadaşları (2017) da Sivas ilindeki unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerin envanterini çıkarmayı amaçlamışlardır ve eski yıllarda çok sık yapılan ancak günümüzde neredeyse hiç yapılmayan 15 farklı yemek tarifine ulaşmışlardır.

2. Yöntem

2.1. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniği, görüşülen kişilerden araştırılan konu ile ilgili derinlemesine bilgiler sağlaması ve bu ayrıntılı bilgilerin görüşme tekniği dışında elde edilmesinin zor olmasından dolayı etkili olmaktadır (Arpacı, Zengin ve Batman, 2012). Veri toplama iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk olarak kellenin yapılış sürecinin incelenmesi için kelle hazırlayan üreticilerle görüşülmüştür. İkinci aşamada ise tüketicilerle görüşmeler yapılmıştır. Araştırmanın Kastamonu Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu tarafından 30.06.2020 tarih ve 14 nolu Etik Kurulu onay kararı bulunmaktadır. Araştırma deseni Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Araştırma Deseni

| Veri Toplama Yöntemi | Araştırma Amacı | Katılımcılar | Veri Toplama Aracı | Örneklem | Verilerin Raporlaştırılması ve Analizi |
|----------------------|--------------------------------------|--------------|--------------------|--------------------------------------|---|
| Nitel Araştırma | Fırında Kellenin Yapılış Süreci | Üreticiler | Görüşme | Üreticilerin Tamamı | Ses ve Görüntü Kayıtları Betimsel Analiz |
| | Tüketicilerin Tüketim Alışkanlıkları | Tüketiciler | | Kartopu Örnekleme İle Tüketiciler | |

Görüşme formu, konu ile ilgili literatür taraması, doküman incelemesi yapılarak oluşturulmuştur ve alanda uzman kişilerle iletişime geçilerek sorular hakkında fikir alışverişinde bulunduktan sonra son hali verilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Katılımcılara Yöneltilen Görüşme Soruları

| Üreticilere Yöneltilen Sorular | Tüketicilere Yöneltilen Sorular |
|--|---|
| Kaç yıldır bu işi yapıyorsunuz? | Kaç yıldır kelle tüketiyorsunuz? |
| Fırında kelle sizce kaç yıldır tüketiliyor? Geçmiş hakkında bilginiz var mı? | Ne kadar sıklıkla tüketirsiniz? |
| Şehir dışından sipariş var mıdır? | Tüketirken hangi baharatları kullanırsınız? |
| Günde ortalama kaç tane satarsınız? | Tüketirken ne içersiniz? |
| Saat kaçta satmaya başlırsınız ve kaçta kelle biter? | Ne zaman tüketirsiniz? |
| Üretim aşamasını ayrıntılı bir şekilde anlatır mısınız? | |
| Tüketicilere tavsiyeniz var mıdır? | |

Görüşme formunda yer alan sorular Sivas ilinde bulunan bütün kelle üreticilerine yöneltilmiştir ve toplamda 5 üretici ile görüşülmüştür. Tüketicilerle görüşme yapılırken ise kartopu örnekleme yöntemiyle belirlenen 16 kişi araştırma kapsamına alınmıştır. Bu örnekleme yöntemi de örnekleme için potansiyel birimleri belirmesinin zor olmasından dolayı (Baştürk ve Taştepe, 2013) tercih edilmiştir. Araştırmaya katılım sağlayan toplam 21 kişi ile Şubat-Mart 2020 tarihleri arasında yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Üreticilerle yapılan görüşmeler ortalama 15-20 dakika arasında sürerken tüketicilerle yapılan görüşmeler 10-15 dakika arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşmeler esnasında katılımcıların izinleri alınarak ses ve görüntü kayıtları alınmış, verdikleri yanıtlar da görüşme formuna yazılmıştır. Ayrıca toplanan verilerin geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sağlanması amacıyla çeşitleme yöntemlerinden yöntemsel çeşitleme kullanılmıştır. Bu kapsamda görüşme ile birlikte kellenin üretim ve tüketim sürecinde gözlem yapılarak elde edilen bulgular görüşme bulguları ile teyit edilmiş ve iç güvenilirliğe katkı sağlanmıştır. Dış güvenilirliğin sağlanması için de araştırma sürecinde araştırmacı kendi konumunu açık hale getirmiş, araştırma süreci açık bir şekilde ifade edilerek veri toplama yöntemi ile ilgili ayrıntılı açıklamalar yapılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

2.2. Verilerin Analizi

Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen verilerin nitel araştırma yöntemleri analiz tekniklerinden betimsel analizleri yapılmıştır. Betimsel analiz kapsamında görüşülen kişilerin verdikleri yanıtların doğrudan alıntıları yapılmış, verilerin tamamını temsil edecek frekans, yüzde değerleri belirlenmiş ve elde edilen bulgular kategorize edilerek yorumlanmıştır. Üreticiler K1, K2 K şeklinde, tüketiciler ise T1, T2 ... T şeklinde kodlanmış ve veriler de kodlanarak analizler yapılmıştır.

2.3. Bulgular

Araştırmaya katılan üreticilerin cinsiyet, yaş ve kellecilik yaptıkları sürelerle ilişkin bilgiler Tablo 4'de gösterilmektedir.

Tablo 4. Üreticilere İlişkin Bilgiler

| Katılımcı | Cinsiyet | Yaş | Süre (Yıl) |
|-----------|----------|-----|------------|
| K1 | Erkek | 44 | 21 |
| K2 | Erkek | 35 | 9 |
| K3 | Erkek | 53 | 35 |
| K4 | Erkek | 42 | 20 |
| K5 | Erkek | 60 | 45 |

Üreticilerin tamamının erkek olduğu ve yaş aralıklarının 35-60 arasında olduğu görülmektedir. Katılımcıların kellecilik yaptıkları sürelerle bakıldığında ise K2 katılımcısının en az süreyle (9 yıl), K5 katılımcısının da en fazla süreyle (45 yıl) yaptıkları görülmektedir. Ayrıca üreticilere kaç yıldır kelle üretildiği sorusu

yöneltilmiştir ve bir katılımcı hariç diğer katılımcılar en az 200 yıldır kelle üretiminin olduğunu, büyüklerinden bu şekilde duyduklarını ifade etmişlerdir. K2 kodlu katılımcı; “Eskiden tek bir yerde satılırmış. Ancak şimdi Sivas’ta 5 tane kelleci var.” şeklinde belirtmiştir. Günde ortalama kaç tane kelle satıldığı ve şehir dışından sipariş alma sorularına katılımcıların tamamı ortalama 200’ün üzerinde kelle satışı olduğu yanıtını vermişlerdir. Ayrıca bir katılımcı günlük 400 kelle satıldığını ifade etmiştir. Üreticilerin tamamı şehir dışından çok fazla sipariş aldıklarını da belirtmişlerdir.

Kellenin genellikle sabah saat 04.00’de satılmaya başlandığı ve yaklaşık 5 saat içerisinde bütün kellelerin satıldığı sonucuna varılmıştır. Ancak bazı günlerde sabah 05:00’de başlandığı ve en geç 10.00’da tükendiği tespit edilmiştir. Kellenin hazırlanma sürecine ilişkin üreticiler; “Bir gün önce öğle saatlerinde (12.00-13.00) koyun, kuzu ve koç kelleleri, kelle tavası içerisinde hava almayacak şekilde fırına yerleştirilir ve odun ateşinde ertesi gün sabah saat 04.00-05.00’e kadar pişer. Yani yaklaşık olarak en az 16 saat pişer. Pişen kelle balta yardımı ile kırılarak servis edilir.” açıklamasını yapmışlardır.



Resim 1. Kelle Fırını, Tavasası ve Pişmiş Kelle

Üreticilere son olarak tüketicilere vermek istedikleri tavsiyeler sorulmuştur ve tamamı kuzu kellesinin en lezzetli olduğunu, koyun kellesinden ise çok et çıktığını belirtmişlerdir. Kellenin tok tuttuğunu ve yanak etlerinin çok güzel olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca tavadaki kellelerden üsttekilerin kızarmış olduğunu, alttakilerin ise yumuşak olduğunu belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyet, yaş ve kelle tükettikleri sürelerle ilişkin bilgiler Tablo 5’de gösterilmektedir.

Tablo 5. Tüketicilere İlişkin Bilgiler

| Katılımcı | Cinsiyet | Yaş | Süre (Yıl) |
|-----------|----------|-----|------------|
| T1 | Erkek | 32 | 22 |
| T2 | Erkek | 31 | 20 |
| T3 | Kadın | 50 | 35 |

| | | | |
|-----|-------|----|----|
| T4 | Erkek | 58 | 50 |
| T5 | Erkek | 46 | 30 |
| T6 | Erkek | 36 | 25 |
| T7 | Kadın | 58 | 50 |
| T8 | Erkek | 30 | 22 |
| T9 | Kadın | 58 | 31 |
| T10 | Erkek | 56 | 35 |
| T11 | Kadın | 52 | 25 |
| T12 | Erkek | 28 | 23 |
| T13 | Kadın | 45 | 35 |
| T14 | Erkek | 32 | 15 |
| T15 | Erkek | 35 | 25 |
| T16 | Kadın | 62 | 55 |

Araştırma kapsamına alınan tüketicilere ilişkin bilgiler incelendiğinde katılımcıların 6'sının kadın, 10'unun erkek olduğu görülmektedir. Yaş aralıklarına bakıldığında 28-62 arasında değiştiği, kelle tüketiminin de 15 yıl ile 55 yıl arasında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların kelleyi tüketme sıklıkları, mevsimi ve tüketirken kullandıkları baharatlara ilişkin bilgiler Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Tüketme Sıklığı, Tüketilen Mevsim ve Kullanılan Baharatlar

| Katılımcı | Tüketme Sıklığı | Tüketilen Mevsim | Kullanılan Baharatlar |
|-----------|-------------------|----------------------------|-------------------------------|
| T1 | Haftada 1 kez | Kış mevsimi ve Ramazan ayı | Kekik, pul biber, tuz |
| T2 | Yılda 5 kez | Yıl boyunca | Kekik, pul biber, tuz |
| T3 | Ayda 1 kez | Kış mevsimi ve Ramazan ayı | Kekik, pul biber, tuz |
| T4 | Yılda 6 kez | Kış mevsimi | Kekik, pul biber, tuz |
| T5 | Yılda 4 kez | Kış mevsimi ve Ramazan ayı | Kekik, pul biber, tuz |
| T6 | Ayda 2 kez | Yıl boyunca | Kekik, pul biber, tuz, kimyon |
| T7 | Yılda 3 kez | Kış mevsimi | Kekik, pul biber, tuz |
| T8 | Ayda 2 kez | Kış mevsimi ve Ramazan ayı | Kekik, tuz |
| T9 | Yılda 3 kez | Kış mevsimi | Kekik, pul biber, tuz |
| T10 | Yılda 5 kez | Kış mevsimi | Kekik, pul biber, tuz |
| T11 | Yılda 3 kez | Kış mevsimi | Kekik, pul biber, tuz |
| T12 | Ayda 2 kez | Kış mevsimi | Kekik, pul biber, tuz |
| T13 | Ayda 1 kez | Kış mevsimi | Tuz |
| T14 | İki Haftada 1 kez | Kış mevsimi | Kekik, pul biber, tuz |
| T15 | Haftada 2 kez | Kış mevsimi | Kekik, pul biber, tuz |
| T16 | Haftada 1 kez | Kış mevsimi | Kekik, pul biber, tuz |

Kelle tüketim sıklıkları incelendiğinde haftada bir kez tüketenlerin olduğu gibi yılda üç kez tüketen katılımcıların bulunduğu tespit edilmiştir. Kellenin tüketildiği mevsimin ise ağırlıklı olarak kış mevsimi olduğu görülmektedir. Ancak yıl boyunca ve ramazan ayında iftarda tüketenlerin de olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların tamamı kelle yerken kesinlikle tuz kullandıklarını, 15 kişi kekik kullandığını, tercihe bağlı olarak da pul biber ve kimyon da kullanıldığını ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcılar; *“Kelle yerken mutlaka ekme olarak pide yeriz. Kullanılan baharatlar dışında kellenin yanında tere, roka gibi yeşillikler de tüketenler vardır.”* diye eklemiştir.

Katılımcıların kelle yerken yanında tükettikleri içecekler incelendiğinde (Tablo 7) neredeyse tamamının çay içtiği görülmektedir. Ancak sadece bir katılımcı ayran içtiğini ifade etmiştir. Kellenin tüketildiği zaman aralığının ise 06.00’da başladığı, en geç 10.30’da sona erdiği belirlenmiştir. Ayrıca tüketiciler; *“Kelleyi daha çok sıklıkla tüketmek istiyoruz fakat özellikle son yıllarda kelle fiyatlarının çok yükselmesi tüketimimizi de etkilemiştir. Bu yüzden yıllara göre tüketimimiz ister istemez azalmaktadır.”* açıklamasını yapmışlardır ve T13 kodlu katılımcı; *“Sivas halkı için kelle çok önemlidir ve kültürel bir değerdir aslında. Anne ve babamızdan gördük ve severek yeriz. Hatta eskiden erkek çocuklar kellenin çene kemiğini tabanca yaparak oynarlardı.”* şeklinde eklemeler yapmıştır.

Tablo 7. Beraberinde Tüketilen İçecekler ve Tüketme Zamanı

| Katılımcı | İçecek | Tüketme Zamanı (Saat) |
|-----------|--------|-----------------------|
| T1 | Çay | 08.00-09.00 |
| T2 | Ayran | 06.00-10.00 |
| T3 | Çay | 09.00-10.30 |
| T4 | Çay | 06.00-08.00 |
| T5 | Çay | 06.00-08.00 |
| T6 | Çay | 06.00-10.00 |
| T7 | Çay | 08.00-10.00 |
| T8 | Çay | 07.00-08.00 |
| T9 | Çay | 09.00-10.30 |
| T10 | Çay | 09.00-10.00 |
| T11 | Çay | 08.00-10.00 |
| T12 | Çay | 09.00-10.30 |
| T13 | Çay | 08.00-09.00 |
| T14 | Çay | 07.00-08.00 |
| T15 | Çay | 06.00-07.00 |
| T16 | Çay | 07.00-08.00 |

Sonuç

Sivas ili ile özdeşleşmiş kültürel bir yiyecek olan kellenin yapılış sürecinin incelenmesi ve tüketicilerin tüketim alışkanlıklarının değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma kapsamında kelle üreticileri ve tüketiciler ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Son yıllarda, hayvansal ve tarımsal ürünlerdeki taklit ve tağşişin artması, tüketicilerin daha doğal olduğunu düşündüğü yöresel ürünlerin tüketimini yaygınlaştırmaktadır. Tüketici bilincinin artması ile birlikte de fazla katkı maddesi içermeyen, az işlenmiş ve doğal ürünlerin tercih edilmesi yöresel ürünlerin üretiminin ve pazarlamasının önemini arttırmaktadır. Bu kapsamda ürünlerin üretiminden pazarlanmasına kadar her aşaması tüketici istek ve tercihlerine göre şekillenerek kalite, fiyat beklentisi gibi (Kadanalı ve Dağdemir, 2016; 15) etkenler önemli rol oynamaktadır.

Üreticilerle yapılan görüşmeler sonucunda gastronomik bir miras niteliğindeki kellenin 200 yıllık bir üretim geçmişine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ancak kellenin geçmişi ile ilgili verilen bilgiler üreticilerin tecrübelerine, usta çırak ilişkisine ve duyularına göre belirtilmiştir. Seçim de (2018) Konya etli ekmeğinin genel özelliklerini incelediği çalışmasında tarihçe hakkında; etli ekmeğin ne zaman yapıldığının net olarak bilinmediğini, görüşme yapılan kişilerin görüş ve duyularına göre bilgiler aktardığını ifade etmiştir. Ayrıca kellenin üretim süreci detaylandırılarak pişirilmesine yönelik önemli noktalara ulaşılmıştır.

Tüketicilerle yapılan görüşmeler sonucunda kellenin yöresel yemekleri arasında oldukça önemli olduğu, ağırlık olarak kış mevsiminde kahvaltı için kültürel bir ürün olduğu sonucuna varılmıştır. Günümüzde uygulanan yüksek fiyatlar sebebiyle tüketicilerin satın almasını olumsuz yönde etkilediği de çalışma sonuçları arasında yer almaktadır. Ancak Köksal (2014) ise yöresel bir ürün olan ceviz ezmesinin pahalı olmasına rağmen tüketicilerin pahalı olarak görmediklerini ve satın alma davranışlarına yönelik olumsuz bir etki göstermediğini belirtmiştir.

Bölgesel kültürün sembolik özelliklerini yansıtan yöresel ürünler, destinasyonun çekiciliğini arttırarak turistleri yerel kültüre yaklaştıran ürünler olarak bilinmektedir (Sormaz vd., 2019). Bu çalışma da Sivas yöresi için sembolik bir ürün olan kellenin incelenmesi bakımından önem taşımaktadır ve çalışma sonuçlarından hareketle söz konusu ürünün değerli bir gastronomik ürün olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla bu ürünün tanıtılması ve pazarlanması önem taşımaktadır. Yöresel ürünlerin pazarlanmasına yönelik ortak sorunlar incelendiğinde, genellikle pazarlamanın küçük işletmeler tarafından yürütülüyor olması, güncel ve teknik pazarlama yaklaşımlarından uzak kalma ya da tutundurma faaliyetlerini etkin kullanamama olduğu görülmektedir. Bu kapsamda söz konusu küçük işletmeler birlikte hareket ederek sorunları ortak bir akılla çözme çabasına girebilirler (Köksal, 2014: 167). Ayrıca hem kellenin hem de benzer yöresel ürünlerin önemini vurgulanması ve üretiminin devam ettirilmesi için akademik çalışmaların sayısı artırılabilir. Bu kapsamda ulusal ve uluslararası turizm,

gıda ve yiyecek fuarlarında tanıtımı yapılabilir. Kültürel bir değer olan kellenin gelecek kuşaklara aktarılması amacıyla coğrafi işaret alınarak tescilli sağlanabilir. Böylece kellenin gerek koruma altına alınması gerekse de coğrafi işaretli olmasından dolayı önemli bir pazarlama aracı haline gelmesinin kolaylaşacağı söylenebilir. Coğrafi işaret ile tescillenmiş ürünler üretildiği bölgeyi bir çekim merkezi haline getirebilmektedir ve ürünlere ait standartların ve kalite seviyesinin teminatı anlamına gelmektedir. Ürünün gerçek üreticilerine de katma değer sağlamaktadır (Yalçın, 2013: 208). Ayrıca coğrafi işaretli ürünlerin tüketicilerin daha fazla ödeme isteğini olumlu yönde etkilediği (Teuber, 2011; Toklu, Ustaahmetoğlu ve Öztürk-Küçük, 2016; Toklu, 2016; Dokuzlu vd., 2019) akademik çalışmaların sonuçlarında görülmektedir.

Sivas ilinin sahip olduğu tarihi ve kültürel değerler ile kelle gibi gastronomik ürünler entegre edilerek gastronomi turizmine yönelik seyahat motivasyonları sağlanabilir. Yöresel ürünlerin bir yöreyi temsil etmesi sebebiyle siyasi iradenin bu ürünlere sahip çıkmasının (Köksal, 2014) tanıtım ve tutundurma çalışmalarını güçlendireceğini de söylemek mümkündür. Özellikle kellenin tanıtımına yönelik etkinliklerin planlanması ve şehir dışından alınan siparişlerin arttırılabilmesi için ürünün saklama süresini uzatacak inovatif uygulamalar geliştirilebilir. Ayrıca gelenekselliğinin korunması ve üretimin devam etmesi için kelle üreticilerinin yanında çırak yetiştirilmesine önem verilmelidir. Sürdürülebilir bir gastronominin oluşturulmasında yöresel ürünlerin ve yemeklerin devamlılığının sağlanması, geleneksel tariflerin ve mutfağın gelecek nesillere aktarılması büyük önem taşımaktadır (Yurtseven, 2011). Yöresel bir yemeğin gelenekselliğini veya yöresel kimliğini kaybetmesi durumunda kendine has özelliklerini ve lezzetini de kaybedecektir. Bu durumda sürdürülebilirliği tehlikeye girerek devamlılığı sağlanamayacaktır (Babat, Gökçe ve Varışlı, 2017: 817).

Kaynakça

- Alonso, A. D. ve Liu, Y. (2011). The Potential for Marrying Local Gastronomy and Wine: The Case of The 'Fortunate Islands', *International Journal of Hospitality Management*, 30, 974-981.
- Arpacı, Ö., Zengin, B. ve Batman, O. (2012). Karaman'ın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 59-64.
- Babat, D., Gökçe, F. ve Varışlı, A. (2017). Hatay Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliğinde, Yöresel Yiyecek Üreticilerinin Rolü. *1st International Sustainable Tourism Congress*, 816-830.
- Baştürk, S. ve Taştepe, M. (2013). Evren ve Örneklem. Editör: S. Baştürk, *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (ss. 129-159), Ankara: Vize Yayıncılık.

- Bayrakcı, S. ve Akdağ, G. (2016). Yerel Yemek Tüketim Motivasyonlarının Turistlerin Tekrar Ziyaret Eğilimlerine Etkisi: Gaziantep’i Ziyaret Eden Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 96-110.
- Bertella, G. (2011). Knowledge In Food Tourism: The Case of Lofoten and Maremma Toscana, *Current Issues in Tourism*, 14 (4): 355-371.
- Dokuzlu, S., Demir, B., Bilal, Ü. R. Ü. M., Güler, V., Yavuz, S. A. R. I., Yıldız, G. ve Aksoy, O. (2019). Tüketicilerin Yöresel Ürün Satın Alma Davranışları: DAP Bölgesi Ürünleri. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 25(1), 97-108.
- Ertaş, Y., ve Gezmen-Karadağ, M. (2013). Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 117-136.
- Eryılmaz, B. ve Şengül, S. (2016). Sosyal Medyada Paylaşılan Yöresel Yemek Fotoğraflarının Turistlerin Seyahat Tercihleri Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 32-42.
- Goeldner, C. R. ve Ritchies, B. J. (2006). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies* (10th Ed.). New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Green, G. P., ve Dougherty, M. L. (2008). Localizing Linkages for Food and Tourism: Culinary Tourism As A Community Development Strategy. *Community Development*, 39(3), 148-158.
- Hall, C.M. ve Sharples, L. (2003). The Consumption of Experiences or The Experience of Consumption? An Introduction to The Tourism of Taste. Editörler: C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, ve B. Cambourne, *Food Tourism Around The World: Development, Management, and Markets* (pp. 1–24). Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsevier.
- Hatioğlu, A. Zengin, B. Batmaz, O., ve Şengül, S. (2013). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3 (1), 06-11.
- Kadanalı, E. ve Dağdemir, V. (2016). Tüketicilerin Yöresel Gıda Ürünleri Satın Alma İstekliliği. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 33(1), 9-16.
- Kivela, J.J. ve Crotts, J.C. (2005). Gastronomy Tourism, *Journal of Culinary Science & Technology*, 4 (2-3), 39-55.
- Köksal, Y. (2014). Yöresel Ürünlerin Ulusal Pazarlara Açılmasında Karşılaşılan Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri; Burdur Ceviz Ezmesi Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(3), 159-171.

- Lertputtarak, S. (2012). The Relationship Between Destination Image, Food Image, and Revisiting Pattaya, Thailand. *International Journal of Business and Management*, 7(5), 111-121.
- López-Guzmán, T., ve Sánchez-Cañizares, S. (2012). Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study In Spain. *Review of Economics & Finance*, 1, 63-72.
- Mahiroğulları, A. (2003). XIX. Yüzyılın Ortalarından Birinci Dünya Savaşına Kadar Sivas' in Sosyo Ekonomik Yapısı. *Sosyoloji Konferansları*, (27), 49-73.
- Öztürk, İ., ve Arıkan, V. (2018). Kırsal Turizm Kapsamında Sivas'ın Yöresel Mutfağı. *International Rural Tourism And Development Journals*, 2(1), 23-28.
- Rand, G. E. D., Heath, E., ve Alberts, N. (2003). The Role of Local and Regional Food In Destination Marketing: A South African Situation Analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112.
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training. *International Journal of Hospitality Management*, 23(1), 15-24.
- Seçim, Y. (2018). Yöresel Bir Ürün Olan Konya Etliekmeği ve Genel Özellikleri Hakkında Nitel Bir Çalışma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 197-209.
- Sormaz, Ü., Onur, N., Güneş, H. F. ve Nizamlıoğlu, H. F. (2019). Türk Mutfağı Geleneksel Ürünlerinde Yöresel Farklılıklar: Tarhana Örneği. *Aydın Gastronomy*, 3(1), 1-9.
- Şeker, İ.T. ve Hastaoğlu, E. (2020). Gastronomi Turizmi Kapsamında Sivas Yöresel Yemeklerinin Mikro ve Makro Besin Öğelerinin İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (4), 1879-1894.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği). *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(29), 63-87.
- Şimşek, A. (2020). Coğrafi İşaretili Yöresel Ürünlerin İncelenmesi: Sivas Mutfağı Örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 317-327.
- Şimşek, A., Türkmendağ, T., ve Türkmendağ, Z. (2017). Unutulmaya Yüz Tutmuş Yöresel Yemeklerin Turizm Potansiyeli Sağlamadaki Önemi: Sivas İli Örneği. *Uluslararası Kültürel Miras ve Turizm Kongresi*, Konya, 737-746.

- Teuber, R. (2011). Consumers' and Producers' Expectations Towards Geographical Indications. *British Food Journal*. 113 (7): 900-918.
- Toklu, İ. T. (2016). Tüketiciler Coğrafi İşaret İçin Daha Fazla Ödemek İster Mi? Artvin Balı Üzerine Bir Araştırma. *Karadeniz Araştırmaları*, (52), 171-190.
- Toklu, İ. T., Ustaahmetoğlu, E. ve Öztürk Küçük, H. (2016). Tüketicilerin Coğrafi İşaretili Ürün Algısı ve Daha Fazla Fiyat Ödeme İsteği: Yapısal Eşitlik Modellemesi Yaklaşımı. *Journal of Management & Economics*, 23(1), 145-161.
- Töre-Başat, H., Sandıkçı, M. ve Çelik, S. (2017). Gastronomik Kimlik Oluşturmada Yöresel Ürünlerin Rolü: Ürünlerin Satış ve Pazarlanmasına Yönelik Bir Örnek Olay İncelemesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(2), 64-76.
- URL-1: (<https://www.hurriyet.com.tr/kelle-kirdirmek-icin-sabah-firinlara-akin-edi-40661987>)
- URL-2: (<https://www.haberler.com/elle-yenen-kelle-sivas-ta-kahvalti-sofralarinin-9574851-haberi/>)
- URL-3: (<https://www.buyuksivas.com/kuzu-kelle/>)
- Wolf, E. (2002). *Culinary tourism: A Tasty Economic Proposition*. <http://www.culinarytourism.org/faq.php>
- Yalçın, B. (2013). Yöresel Ürünlerin Pazarlanması Üzerine Değerlendirmeler. *Akdeniz Sanat Dergisi*, 6(11), 205-213.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yurtseven, H. R. (2011). Sustainable Gastronomic Tourism In Gokceada (Imbros): Local and Authentic Perspectives. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(18), 17-26.
- Zengin, B. ve Işkın, M. (2017). Yerel Mutfakların Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi: Sivas Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (40), 404-415.



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 09.03.2021; Kabul Tarihi: 25.05.2021

Türkiye’de Fijital (Phygital) Pazarlama Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Araştırma: Bref’le Hijyene Yolculuk Projesi Örneği¹

Dr. Öğr. Üyesi Arzu ŞEKER

Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO,
arzu.seker@batman.edu.tr, Orcid ID 0000-0002-3179-5956.

Öz

Fijital pazarlama, tüketicilere en iyi deneyimi sunmak için fiziksel ve dijital kanalların senkronize şekilde bir arada kullanılmasıdır. Çok daha güçlü ve etkili olan bu pazarlama anlayışı, markanın tanınabilirliğini artırmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de çok az sayıdaki fijital pazarlama uygulama örneklerinden ilki olan “Bref’le Hijyene Yolculuk Projesi”örnek olay olarak incelenmiştir. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı çalışmada, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak markanın ürün müdürüyle derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiş ve analiz edilmiştir. Sonuç itibarıyla yeni teknolojilerin benimsenerek kullanılmasıyla değişimin öncüsü olma veya değişen trendleri yakalamada, tüketiciye daha çok şey hissettirme ve anlatmada, müşteri kazanma ve müşteri sadakati oluşturmada, eğlenceli ve heyecan verici kişisel deneyimler yaşatarak tüketicilere çok daha etkin mesaj vermede ve etkileşim kurmakta fijital pazarlama uygulamalarının oldukça başarılı sonuçlar verdiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Fijital, Fijital Pazarlama, Arttırılmış Gerçeklik, Sanal Gerçeklik.

JEL Sınıflandırması: M30,M31,M39.

Qualitative Research on Phygital Marketing Applications in Turkey: Case Study- Journey to Hygiene with Bref Project

Abstract

Phygital marketing uses both physical and digital channels together by synchronizing them to provide the best experience to consumers. This marketing approach, which is much stronger and more effective, increases the brand's recognition. In this study “Journey to Hygiene with BrefProject” the first of very few examples of phygital marketing practices in Turkey has been investigated as a case study. In the study, in which qualitative research method was used, a semi-structured interview form was used to conduct an in-depth interview with the product manager of the brand and analyzed. As a result, it has been revealed that phygital marketing practices have achieved very successful results in being the pioneer of change or catching changing trends, by making the consumer feel and tell them more, gaining customers and building customer loyalty, communicating much more effective messages and interacting with consumers much more effectively by creating fun and exciting personal experiences.

Keywords: Phygital, Phygital Marketing, Augmented Reality, Virtual Reality.

JEL Classification: M30,M31,M39.

¹ **Batman Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurul Komisyonu tarafından 17.04.2021 tarih, E.11412 sayılı ve 2021/01-28 nolu kararı bulunmaktadır.**

APA: Şeker, A. (2021). Türkiye’de Fijital (Phygital) Pazarlama Uygulamaları Üzerine Nitel Bir Araştırma: Bref’le Hijyene Yolculuk Projesi Örneği. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (23), 187-206.

APA: Şeker, A. (2021). Qualitative Research on Phygital Marketing Applications in Turkey: Case Study- Journey to Hygiene with Bref Project. Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 12 (23), 187-206.

Giriş

1990’larda başlayan dijital dönüşümlerle, insanların hayatlarında ve konforunda büyük değişimler meydana gelmiştir. İşletmeler için geleneksel pazarlama faaliyetlerinin sınırlılığı, yetersizliği ve hızla gelişen teknolojilerin de etkisiyle dijital pazarlamaya eğilim gösterilmeye başlanmıştır. Dijital pazarlama, ürün ve hizmetleri pazarlamak için dijital ortam ve platformlar kullanılarak, tüketicilere internet üzerinden ses, metin, video vb. içerikleri iletilerek yapılmaktadır. Günümüzde ise değişen tüketici tipolojisi nedeniyle dijital pazarlama yöntemlerinin fiziksel bir çıktısı olmadan çok da işe yaramadığını fark eden yenilikçi markalar, dijital ve geleneksel pazarlama yöntemlerini harmanlayarak fiijital (phygital)pazarlamaya yönelmeye başlamışlardır. Çünkü fiijital pazarlama yöntemleri ile yüksek erişimli, erişim maliyeti düşük ve fiziksel çıktısı olabilen, tüketiciye dokunan pazarlama projeleri yaratılabilmektedir(Özmen, 2013:365; Çapan, 2020).

Dijitalleşen günümüz dünyası, zamanla fiijitalleşmeye başlamıştır. İlk kez 2007 yılında Amerikan Reklam Ajansları Birliği Başkanı tarafından yıllık bir toplantıda kullanılan bu kavram, pazarlama dünyasında zamanla popüler kavramlar arasına girmeye başlamıştır (Gül, 2020). "Phygital" terimi, müşteriler için benzersiz ve etkileşimli bir deneyim yaratma çabasıyla, fiziksel ve dijital dünyaları birbirine bağlamak için teknolojiyi kullanma anlamına gelmektedir. Yani müşterilere en iyi deneyimi sunmak için hem fiziksel hem de dijital kanallar senkronize edilmektedir (Vel vd., 2015:427). Dijital ve fiziksel dünyaların birbirine karışmasını ifade eden fiijital kavramı bu trendle ortaya çıkmaktadır. Fiijital dünyanın gelişimi ile hayatımızda bizi etkileyen pek çok unsur da değişmekte ve değişmeye devam edecektir. İşletmeler veya markalar, tutundurma stratejilerini geliştirirken mevcut yöntemlerin yanı sıra yeni ve farklı yöntemler kullanmaya çalışmaktadırlar. Elbette buradaki amaç tanınabilirliği artırmak ve sürdürülebilir kılmak, müşteri sadakati oluşturup devamlılığı sağlamaktır. Fiziksel ve dijital kanalların bir karması olan fiijital pazarlama yöntemlerinin kullanılması giderek artmaktadır (www.webtures.com/tr). Fiijital pazarlama henüz çok genç bir kavramdır ancak gelişimi ve uygulamadaki yaygınlığı çok zaman almayacaktır.

1. Neden Fiijital Pazarlama?

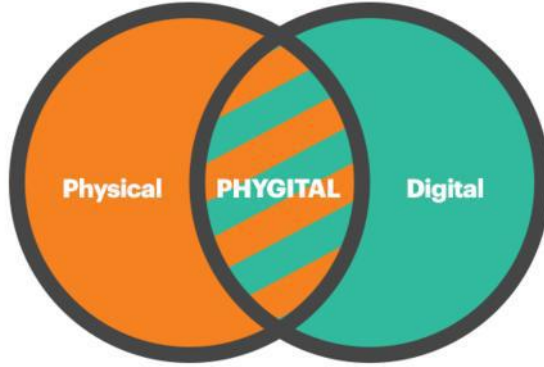
Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle beraber işletmelerin rekabet gücü, yenilikçiliği ve ekonomik olarak büyümelerinde artışlar yaşanmaktadır. Bilişim teknolojilerinin ve endüstrinin bir bütünü olan, üretim ve endüstride dördüncü sanayi devrimini temsil eden Endüstri 4.0, dijital dünyanın devrimi olarak kabul edilmektedir. Endüstrideki bu gelişmeler, işletmelerin “Yeni”yi keşfetme ve deneme isteği ağır basan, marka sadakati kısa süren tüketiciler nedeniyle pazarlamaya bakış açılarını değiştirebilmelerine olanak sağlamaktadır (Ertuğrul ve Deniz,2018:168). Bu yeni dijital devrim olan Endüstri 4.0 ile artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik uygulamaları ile kurulan sirk gösterileri, drone’larla yapılan teslimatlar, yüz tanıma sistemleri, otonom robotlar, telefon aplikasyonları, karanlık fabrikalar, dijital barkodla alınan sınıf

yoklamaları ve evde herkesin rahatlıkla istediği her şeyi üretebileceği 3D yazıcılar gibi pek çok gelişme yaşanmakta ve hayal edilen birçok şey somut uygulamalarla hayatımızda yer almaya başlamıştır (Yıldırım, 2020:766-777). İşletmeler, pazara hızlı ulaşmada, kısa süren sadakatleri ve çok sık değişen müşteri ihtiyaç ve beklentileri nedeniyle gerekli inovasyon, teknoloji, esneklik ve yeteneği sağlayacak akıllı üretim yapıları oluşturmaya ve bunları tüketicilere ulaştırmaya ihtiyaç duymaktadırlar (Yıldırım, 2019). Siber fiziksel sistemler üzerine yükselen Endüstri 4.0’a doğru ilerlerlerken işletmeler dijital çağa uygun bir yapıda yeniden yapılanmalıdır. Bu doğrultuda internetin yayılmasıyla beraber ortaya çıkan dijital pazarlama geleneksel pazarlamada karşılaşılan eksiklikleri gidermekte ve tüketicilere ulaşmada son derece etkili olmaktadır. Web tabanlı teknolojiler, internet, akıllı telefonlar ve yeni nesil diğer etkileşimli teknolojiler gibi yeni medya araçlarının kullanılarak potansiyel ve mevcut tüketicilerle pazarlama açısından iletişim faaliyetlerinde bulunulması olarak tanımlanabilen dijital pazarlama (ChaffeyveSmith, 2013), inovatif ve gelişim potansiyeli çok yüksek olan bir pazarlama alanıdır. Teknolojideki gelişmelerle beraber, daha interaktif yöntemleri kullanarak daha yenilikçi yaklaşımlarla güncellenen dijital pazarlama, geleneksel pazarlamanın çok ötesindedir (Balta Peltekoğlu, 2016:65-66). Ancak günümüz tüketicileri dijital dünyanın sunduğu olanaklara rağmen geleneksel alışverişteki bazı aktiviteleri de beraberinde isteyebilmekte ve dijital pazarlama faaliyetlerine kısmen mesafe koyabilmektedir. Bunu gören işletmeler, tüketicilere hem dijital hem fiziksel dünyayı bir arada sunabilmeye çalışmışlardır ve böylelikle ortaya fijital pazarlama kavramı çıkmıştır.

Fijital pazarlama, 21. yüzyılın tüketicisi için karşı konulamaz olan entegre bir komplekste geleneksel satış promosyonu unsurları ile dijital marka aktivasyonunun unsurlarının bir kombinasyonu şeklinde çözümler sağlayabilmektedir. İşletmeler bugün, tüketicilerle fiziksel ve dijital olmak üzere iki tür iletişim kanalı kullanmaktadırlar. Fiziksel iletişim kanalları arasında ürün ambalajı, broşürler, reklam afişleri veya sadakat kartları vb. bulunurken dijital iletişim daha çok sosyal medyaya, web sitelerine veya e-postalara odaklanmaktadır. İletişim kanalları arasındaki iletişim eksikliğinden dolayı işletmelerin müşterileri hakkında yeterli bilgi sahibi olamaması gibi riskler ortaya çıkabilir. Dolayısıyla pazarlama iletişimde fiziksel ve dijital dünyaların markalaşma sürecinde nasıl işbirliği yaptığını anlamaları işletmelerin kurumsal hedefleri arasında önemli yer tutmalıdır (Moravcikova ve Kliestikova, 2017:148-150). Fijital pazarlama, müşterilerin fiziksel bir mağazaya girdiklerinde edindikleri deneyimi artırmaktadır. Dijital araçlar kullanılarak, müşterilere arzuladıkları kullanışlı, kişiselleştirilmiş ve heyecan verici alışveriş deneyimi sağlanmaktadır. Bu şekilde, işletmeler aslında müşterilerine daha düşük maliyetle daha fazla değer sunabilmektedirler (Sorensen, 2020).

Mobil teknolojilerin geliştirilmesi yalnızca insanların davranışlarını değil, aynı zamanda etkileşimle ilgili beklentilerini de etkilemektedir. Nerede olurlarsa olsunlar, insanlar mobil ortamlarda, fiziksel ortamlardakine benzer yetenekler beklemeye başlarlar. Özellikle Y kuşağı için, fiziksel ve dijital ortamlar arasında bir eşik mevcut

olmamaktadır. Bu kuşağın %82'si hem internetteki hem de mağazadaki ürünlere erişme isteğine sahiptir. Örneğin bankacılık sektöründe müşterilerin %64'ünün fiziksel şubeleri ziyaret etmeyi sevdiği ve %63'ünün şubelerde çalışan kişileri önemli bulduğu düşünüldüğünde, işletmelerce müşterinin sadece sorunlarını çözmek için değil, aynı zamanda şube ziyaretleriyle bilgi edinmek, öğrenmek, bağlantı kurmak ve işlem yapmak için daha proaktif ortamlar araştırılmaktadır (Rodrigez, 2018). Yine turizm alanında özellikle şehir turizmi tipolojilerinin fijiital deneyimlerle dönüşmeleri önemlidir. Müze, tiyatro ve sinemaların kültür turizmi; kongre ve sergi turizmi, etkinlik turizmi ve hatta alışveriş turizmi, fijiital perspektifler kullanılarak, cazibe merkezlerinin zenginliği ve turizm deneyimlerinin genişletilmesi mümkündür (Ballina vd., 2019:666). Şirketlerin çoğunun (%55), dijital pazarlamaya yatırım yapması ile fiziksel ve dijital pazarlama arasındaki köprü de birbirine hızla yaklaşmaktadır. Bununla birlikte, fiziksel pazarlamanın tüm pazarlama iletişimi işlevinin büyük ölçüde dijital yönüne bağlı olduğuna dikkat edilmelidir. Bu nedenle, dijital pazarlamaya yönelik tutarlı bir yatırım artışının, fiziksel pazarlamanın gerçek gücünü de kademeli olarak ortaya çıkaracağı gözlemlenebilecektir (Vel vd., 2015:427).



Şekil 1: Fiziksel Konseptin Araçları,
(Kaynak: Moravcikova ve Kliestikova, 2017)

Yukarıda Şekil 1 'de görüldüğü gibi 21. Yüzyılın dijital dünyası fiziksel dünya ile birleştirilmiştir. Geleneksel pazarlama anlayışı model ve araçları, dijital ve çevrimiçi pazarlama unsurları ile zenginleştirilmiştir. Tüketiciler en son teknolojiyle beraber ayrıca bireysel deneyimlerle, ürün, hizmet veya marka ile çok daha kolay ve etkili bir şekilde etkileşim kurma fırsatlarını talep etmektedirler (Moravcikova ve Kliestikova, 2017:150). Tüketici davranışlarına yönelik bir araştırmada, insanların %78'i bir ürün veya markaya ilişkin kendi araştırmalarına güvenip değer verirken, %49'u hala işletmelerin mağazada yardımcı olmasını ve tavsiyelerde bulunmasını bekledikleri ortaya çıkmıştır (www.selligent.com). Bu da gerçek yaşamın sanal dünyada yer

almasının dışında artık sanal dünyanın gerçek hayat içinde yer aldığı yeni trendlerin kendini gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Fiziksel ve dijital kelimelerinin bir araya gelmesinden oluşan fijitalin ortaya çıkmasını sağlayan ve son yıllarda hayatımızda giderek yer edinmeye başlayan sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik gibi teknolojiler ve buluşlardır. Milgram ve Kishino’nun (1994:4-5), artırılmış gerçekliği “gerçek dünya nesnelere yerine dijital ortam ürünlerinin kullanıldığı gerçeklik ortamıdır”, diye tanımlarken Özarslan (2011:2), “gerçek ortamlar ile bilgisayarda oluşturulan sanal nesnelere etkileşimine imkân sağlayan bir teknolojidir” diye nitelenmektedir. Azuma (1997) ise, gerçekliğin baştan oluşturulmadığını, var olan gerçekliğin desteklendiği sanal ortamlar olarak tanımlarken, gerçek ve sanalın birleştirilerek, gerçek zamanlı bir etkileşim ve üç boyutlu görüntüleme imkânı sağlayan teknolojik sistemler olduğunu belirtir. Sanal gerçeklik ise, bilgisayarlar tarafından yaratılan dinamik bir ortamla karşılıklı iletişim olanağı tanıyan ve insanlara gerçekmiş hissi veren bir benzetim modelidir (Pimental ve Teixeira, 1995). Bir başka tanıma göre artırılmış gerçeklik; gerçek dünyada varolan nesnelere ya da mekânların, bilgisayar ortamında yapay olarak üretilen sanal öğeler ile zenginleştirilerek ortaya konmasıdır (Altınpulluk, 2015:124). Sanal gerçeklik, insan ve bir makine arasındaki iletişimi artırmak amacıyla geliştirilen, insan duyularına hitap eden çoklu ortam (Stone, 1991:284-285) olmakla beraber, görsel ve işitsel iletişimle yetinmeyerek insan ve makine etkileşiminin hissetme yoluyla artırmaya çalışan bir teknolojidir. (Oppenheim, 1993:215).

Artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik gibi yeni nesil teknolojiler günümüzde eğitim, tıp, pazarlama, turizm, alışveriş, eğlence, yiyecek-içecek, ulaşım, planlama, yönetim, müze, oyun, mimari, askeri, inşaat, cihaz kurulumu, tamir, dekor ve sinema gibi alanlarda kullanılmaktadır (Demirezen, 2019:18). Artırılmış gerçeklik (Augmented Reality-AR) ve sanal gerçeklik (Virtual Reality-VR) kavramları genelde birbirleriyle karıştırılabilmektedir. Sanal gerçekliğin amacı, gerçek dünyanın modellendiği üç boyutlu ve etkileşimli sanal ortamlar oluşturmaktır. Artırılmış gerçeklik ise gerçek-zamanlı ve etkileşimli olarak gerçek dünyayı, bilgisayar ortamında geliştirilen sanal verilerle zenginleştirmeyi amaçlamaktadır. Diğer bir ifadeyle, ilk kavram gerçekliği olduğu gibi sanal dünyaya taşımayı amaçlarken, ikinci kavram gerçekliği sanal bilgilerle zenginleştirmeye odaklanmaktadır (Somyürek, 2014: 63). Sanal gerçekliğin bir türü olan artırılmış gerçeklik, bireyin, gerçek dünyaya eklenen veya birleştirilen sanal nesnelere ile birlikte gerçek dünyayı görmesine imkân vermektedir. Sanal gerçeklik teknolojileri ise bireyi sentetik yani gerçek olmayan bir ortamın içine alır, onu dünyadan soyutlamaktadır (Azuma, 1997: 355-356).

Fijital pazarlama, insanların alışveriş yapma şeklini değiştirirken, işletmeler dijital çözümleri kullanarak akıllı mağazalara dönüşmektedirler. Etkileşimli uygulamalar, alışveriş yaparken tüketicinin farklı bir deneyim yaşamasını sağlamaktadır. Yeni teknolojilerin kullanılmasıyla birlikte fiziksel ortamda dijital deneyimler yaşamak mümkün olmaktadır. Fiziksel dünya içinde sunulan dijital kolaylıklar, pazarlamada

yeni bir devrin başladığını göstermektedir (www.webtures.com). Bu şekilde bütünleştirilen pazarlama stratejileri, özellikle marka algısını pekiştirmeye katkı sağlamaktadır. Pazarlama dünyasının bu yeni konsepti nihai tüketici ilerestoranlar, marketler, mağazalar, oteller gibi fiziksel mecralarda yüz yüze gelinen her marka için uygundur. Uygulamalarda ana odak genellikle mobil teknolojidir ve lokasyon bazlı uygulamalarla son kullanıcıya bildirim göndermek, etkileşime girmek, özel kampanyalar oluşturmak en çok kullanılan yöntemlerdendir. Fiziksel olarak yakın olunan mekanlardan online bildirimler almak, bu mekanlara uğrama sıklığını olumlu yönde artırmaktadır. Keza Google'a göre, lokasyon bazlı reklamlar, tüketicilerin %32'sini bu mağazalara ziyaret etmeye ve kampanyalı ürünleri satın almaya ikna etmektedir (www.crmmedya.com). Özellikle günlük yaşamlarında dijital araçlara güçlü bir şekilde bağlı, şeffaflığa ve güven değerlerine inanan, dijital bir pazarda bilgiye sahip, güçlü bir iletişim ve kolay erişime sahip olan 1980 ve sonrası doğumlu olanların oluşturduğu Y kuşağı, alışveriş sürecinde ne istediklerini bilmektedirler. Nitekim, Y kuşağının %88'i bir akıllı telefona sahip ve %39'u dijital dünyada etkileşim içerisinde (Chastel vd., 2019:3-4).

Artık tüketiciler tek bir kanalla yetinmemekte ve farklı mecralardan yararlanmaktadır. Aynı zaman diliminde hem fiziksel mağaza hem mobil hem deinternet gibi çoklu kanalları kullanarak alışveriş yapmakta, deneyimlerini kesintisiz yaşamakta ve sosyalleşebilmektedir. Günümüz tüketicisi ne istediğini bilerek hareket etmekte ve seçim yapmaktadır. Fijital dünya ise özellikle genç tüketicilere çok daha cazip gelmektedir. Y ve özellikle 1995 sonrası doğumlu olan Z kuşağı, hem çevrimiçi hem çevrim dışı dünyaların farklı olabileceğini düşünmemektedir. Deneyimin hem dijital hem fiziksel alanların her ikisinin birleştirilmesi yoluyla, bireylerle ya da markayla iletişim kurulabileceği, deneyim ve etkileşimin bu iki dünyada iç içe geçebileceği fikrini önemsemektedirler. Araştırmalar, geleneksel ve sadece dijital ortam ve teknolojileri kullananlara göre fijital tüketicilerin daha çok alışveriş ve harcama yaptıklarını göstermektedir (Odabaşı, 2017: 44; Inceismail, 2020:22-24).

Dünyada pek çok markanın fijital konseptli pazarlama uygulamalarını hayata geçirmesine rağmen, ülkemizde henüz çok az işletmenin fijitale yöneldiği görülmektedir.Örneğin; dünya perakende devi Tesco şirketi, tüketicilerin telefonlarına indirdikleri Homeplusuygulamasıyla ürün barkodlarını tarayarak alışveriş yapabildikleri ve evlerine kadar teslim edilmesini sağladıkları dünyanın ilk sanal mağazasını 2012 yılında Seul'de metro istasyonunda açmıştır (www.businessstoday.in;www.archello.com). 2013'te Brezilya'da Babalar Günü'nü kutlamak amacıyla üç içecek markası için fijital konseptli bir kampanya başlatan Diaegoşirketi, geliştirilen bir yazılım aracılığıyla, Diaego'nun tüm ürünleri web'e bağlanarak akıllı hale getirilmiştir. Herkese aynı mesajı veren QR kod teknolojisinden farklı olan uygulamayla, her bir ürünü türünün tek örneği, benzersiz, kişiselleştirilmiş bir ürüne dönüştürerek tüketiciye özel bir mesaj iletmektedir (www.marketingweek.com).Dünya üzerindeki ilk gerçek boyutlu ve koşu ayakkabısı biçiminde tasarlanan LED koşu parkurunu Filipinler'de inşa eden Nike, koşu aktivitesini teknolojiyle birleştirmiştir. Koşu yolunun yanında LED ekran bulunmakta

ve koşan kişi kendi avatarını görebilmektedir. Koşucunun avatarı ayakkabısına bağlanan bir parça vasıtasıyla LED ekranda beliriyor ve koşu yapan kişinin kendine meydan okumasını sağlıyor (thebrandage.com; brandlifemag.com).Ruj koleksiyonununutandırmak, farkındalık yaratmak ve yeni müşteriler kazanmak amacıyla 2016’da bir Snapchat Lens yaratan Şikago merkezli Urban Decay şirketi, koleksiyonundaki her bir rengi denemeyi mümkün kılabilen ve seçenekleri daraltmaya yardımcı olan, ruj denemenin gerçek deneyimine çok yaklaşır bu uygulamayı hayata geçirmiştir (popsugar.com,09.11.2020). Alman perakende şirketi Bonprix’inQR koduyla mağazaya check-in yaptıktan sonra, beğendikleri bir kıyafeti, etikette yer alan kodu uygulamaya okutup kendi bedenlerini seçerek, bu kıyafetin onlar için uygun bir deneme kabinine yerleştirilmesini sağlayabildikleri akıllı telefon uygulaması ile mağaza deneyimini yeniden tasarlamıştır (pazarlamasyon.com). Yine McDonald’s etkileşimliPick 'n' Play reklam panosu uygulaması, Amazon’un çalışanın olmadığı fijital marketi Amazon Go, L’oreal Paris’in ürünlerin sanal olarak denemesini sağlayan Make Up Genius uygulaması, İkea’nınHomeplus uygulaması, Audi’nin Londra ve İstanbul’daki sanal showrooamları, Nike’in geri bildirimli GPS uygulaması, Amerikan perakende şirketi Kroger’in müşterileri mağaza içerisinde yönlendirmek için bulut tabanlı yazılımları ve mağazadaki sensörleri kullandığı teknoloji gibi daha pek çok uygulama, kampanya, etkinlik gibi fijital konseptli pazarlama kararları hayata geçirilmiştir. Bref’in Hijyene Yolculuk Projesi, Persil’in Lekeleri Yok Et Kampanyası, Getir ve BiTaksi şirketlerinin fijital mobil uygulamaları ülkemizdeki ilk fijital pazarlama faaliyetlerinin örnekleri olarak söylenebilir. Dünyada ve ülkemizde bunlara benzer fijital pazarlama eksenli uygulamalar ve kampanyalar gün geçtikçe artmakta, artmaya da devam edeceği görülmektedir. Elbette fijital pazarlama yaklaşımında işletmelerin dikkat etmesi gereken hassas noktalar olduğunu belirtmekte fayda vardır. Nitekim fijital pazarlama, yüksek riskli bir perakende stratejisine sahiptir, şöyle ki; kullanılan yazılımların hata vermesi veya çökmesi, donanımların arıza vermesi, tüm marka değerini olumsuz etkileyecektir. Çünkü potansiyel müşteri, markayı çözülmemiş problemlerle ilişkilendirebilecek, profesyonellikten uzak olduğu fikrine götürebilecektir. Geleneksel alışverişe fazla bağlı olan Y kuşağı müşterilerinin klasik bir satış sürecini tercih edeceğinin de dikkate alınması gerekmektedir (Chastel vd.,2019:4). Ayrıca fijital dünya, her zaman her yerde, dijital başlayıp mağazada biten alışverişler neticesinde markanın tüketici temas noktalarında ürününü zamanında buldurmasını, yani uygun bir lojistiği de gerekli kılmaktadır (Odabaşı, 2017: 44).

Çalışma kapsamında dünyada ve ülkemizde hayata geçirilen fijital uygulamalar incelenmiş ve fijital pazarlama anlayışında öne çıkan başlıca unsurlar ve temaların öne çıktığı görülmüştür. Fijital pazarlama faaliyetleri için bu temalar yeni teknolojilerin kullanımı, dikkat çekici ve eğlenceli olması, merak ve heyecan uyandırması, etkileşim, kişisel deneyimler yaşatılması ve bu doğrultuda mesajların tüketicilere iletilmesidir. Bu da yeni müşteri kazanımını sağlayacak ve müşteri sadakati yaratacaktır. Bunu gerçekleştirebilmek için ise işletmelerin gelişen yeni teknolojiler ve buluşları kullanmaları ve gelişen trendleri yakalamaları gerekmektedir.

2.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Arttırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik teknolojileri gibi gelişmiş teknolojilerin kullanıldığı bir pazarlama anlayışı olan fijital pazarlama anlayışı Türkiye’de henüz çok yenidir. Bu konuda yapılmış tezler ve akademik çalışmalarla beraber bu çalışmanın da Türkiye’deki ilgili akademik yazına kaynak olacağı ve bu alanda çalışmak isteyen pazarlama sektöründeki kişilere önemli bir katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Çok yakın bir süreçte bir tez çalışmasında fijital pazarlama uygulamaları analizine örnek olay olarak konu edilmiş (İnceismail, 2020) ve Türkiye’de ilk kez bir fijital pazarlama faaliyetini hayata geçirmesi nedeniyle Türk Henkel Kimya A.Ş’nin temizlik kategorisindeki Bref markasının “Bref’le Hijyene Yolculuk Projesi-VR Gözlük Uygulaması” örneklem olarak seçilmiş ve örnek olay nitel olarak incelenmiştir.

3. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma nitel araştırma yaklaşımı benimsenerek yürütülmüştür. Yıldırım ve Şimşek (2008: 39), nitel araştırmaları doküman analizi, derinlemesine görüşme ve gözlem yapmagibi veri toplama yöntemlerinin kullanılarak, olayların ve algıların, gerçekçi ve bütüncül bir şekilde doğal ortamlarda ortaya konulduğu bir süreçten oluşan araştırmalar olarak tanımlamaktadır. Bir konuyu veya olayı daha derinlemesine bilgi elde etmeyi kolaylaştıran nitel araştırmalar, derinlemesine incelendiğinde her sosyal olgunun hem kendi içinde hem de diğerlerinden farklılıkta derinlikte ve zenginlikte anlamlar taşıdığı fikrinden hareket etmektedir (Kümbetoğlu, 2005: 33- 34). Çalışmada bir konunun bir ya da birden fazla unsur kullanılarak derinlemesine araştırılması yaklaşımı olan örnek olay incelemesi (Güler, Halıcıoğlu ve Taşşın, 2013: 301)yöntemi kullanılmıştır. Amaçlara ve verilerin çözümlenme biçimlerine bağlı kalınmasına ve önermeler geliştirilmesine göre bir örnek olay incelemesi genellenebilmektedir. Böylelikle olay incelemesine ait bulguların diğer olaylara da uygulanabilir olduğu söylenebilecektir (Punch, 2005: 147).

3.1 Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Çalışmada veri toplamak için derinlemesine bireysel görüşme tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırmada derinlikli görüşme, temel veri toplama tekniklerindedir ve (Punch, 2005: 165) konuya ilişkin literatür taranarak hazırlanan belirli temalar altında arttırılmış sorular ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Bireysel görüşme için yarı-yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formundaki sorular için uzman görüşüne başvurulmuştur. Bu çalışmada derinlemesine görüşme yapılmasındaki amaç, görüşülen kişinin bilgi, duygu, tecrübe ve gözlemlerine görüşme yoluyla ulaşılabilir olması, açık uçlu sorularla detaylı cevapların alınmasına imkân veren, yüz yüze, birebir görüşülerek vaka ile ilgili tüm boyutlarıyla bilgi toplanmasına imkân vermesidir (Tekin, 2006: 101).Araştırmaya ilişkin veri toplama kullanılan mülakata ilişkin Batman Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurul Komisyonu tarafından 17.04.2021 tarih, E.11412 sayılı ve 2021/01-28 nolu karar ile Etik onayı verilmiştir.

Bu kapsamda Türk Henkel Kimya A.Ş ile mail aracılığıyla iletişim kurulmuş, şirketin Bref markasına ait söz konusu projesi hakkında görüşme talebinde bulunulmuş ve çalışmanın amacı bildirilmiştir. Çalışmaya ilişkin görüşme talebi Bref markası ürün müdürü Sn. Çağla Şamhal tarafından olumlu yanıtlanmıştır. Ürün müdürü Sn. Çağla Şamhal iledijital platformdan yüz yüze derinlikli bireysel görüşme gerçekleştirilmiştir. Ayrıca çalışmaya konu olan etkinliği gerçekleştiren Türkiye’de fijital kelimesini ismine taşıyan ilk ve tek reklam ajansı olan LobbyPhygital Ajansı ile de iletişim kurularak söz konusu projeye ilişkin bir takım nicel ve görsel veriler de alınmıştır.

3.2 Verilerin Analizi ve Değerlendirmesi

Yapılan bireysel görüşmede verilerin sağlıklı bir şekilde kayıt altına alınması için görüşme esnasında izin istenerek ses ve görüntü kaydı alınmıştır. Kayıt altına alınan veriler daha sonra yazılı bir metine dönüştürülmüş ve betimsel analize tabi tutulmuştur. Nitel veri analiz yöntemlerinden biri olan betimsel analiz süreci verilerin belirlenen temalara göre özetlenip, yorumlanması ile gerçekleştirilmektedir. Veriler, araştırma sorularının ortaya koyduğu temalara göre düzenlenebileceği gibi görüşme ve gözlem süreçlerinde kullanılan sorular ya da boyutlar dikkate alınarak da sunulabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 224). Bu doğrultuda betimsel analiz için fijital pazarlamanın kavramsal çerçevesine uygun olarak, yeni nesil teknolojilerin kullanımı, eğlence, ilgi çekicilik, heyecan ve merak uyandırma, müşteri deneyimi, müşteri sadakati, yeni müşteri kazanımı gibi temalar belirlenerek değerlendirilmiştir. Bulgular, değerlendirilip yorumlandıktan sonra inceleyip teyit etmesi için görüşme yapılan Çağla Şamhal’a gönderilerek yorumlanan bulgular teyit edilmiştir.

4. Bulgular ve Değerlendirme

Çalışmaya konu edilen ve global bir şirket olan Henkel, güçlü markalar, inovasyonlar ve teknolojiler sayesinde üç iş birimiyle dengeli ve çeşitlilik gösteren bir portföyle faaliyet göstermekte ve bu birimlerde lider konumlara sahiptir. 1876 yılında kurulan Henkel, 2019 yılına gelindiğinde, 20 milyar Euro’dan fazla satış ve 3,2 milyar Euro’dan fazla faaliyet kârı bildirmiştir. Yapılandırıcı piyasasında dünya çapında bir liderdir. Beauty Care ile Çamaşır ve Ev Bakım İş Birimlerinde ise, dünya genelinde pek çok piyasa ve kategoride lider konumlara sahiptir. Sürdürülebilir değerler yaratan ve 52000 ‘i aşkın çalışanıyla dünya çapında güçlü bir şirket kültürüne sahiptir. Şirketin ilk ürünü çamaşır deterjanıydı ve Çamaşır ve Ev Bakım iş birimi Henkel’in başarı hikâyesinde bir dönüm noktası olmuştur. Şirket Türkiye’de Türk Henkel Kimya A.Ş olarak faaliyet göstermektedir. Türkiye’nin ilk çamaşır yumuşatıcısı Vernel, ilk bulaşık deterjanı Pril, hassas çamaşırlar için üretilen ilk özel deterjanı Perwoll de yenilikçi anlayışı daima ön plana alan Henkel tarafından üretilmiştir. Henkel bünyesindeki markalar (Persil, Pril, Vernel gibi) dünya genelindeki tüketicilerin günlük yaşamlarının ayrılmaz parçası haline gelmiştir. Çamaşır ve Ev Bakım iş biride dünya çapında girdiği pazarlarda lider konumdadır. Bref markası ise Banyo ve tuvalet temizlik ürünleri adlı grupta olup, Çamaşır ve Ev Bakım ürün portföyünde yer almaktadır.

Bref'in Türkiye Pazarındaki Yeri

Türkiye pazarında Çamaşır/Ev bakım kategorisindeki Bref markasının kullanım alanında jenerik bir marka haline geldiği, ancak markanın tüketiciye yeteri kadar anlatılamamış olması, markanın geleneksel pazarlama yöntemlerinin yetersiz kaldığı görüşünü benimsemesini ve yeni nesil pazarlama yöntemlerini hayata geçirmesine ön ayak olmuştur. Markanın global düzeydeki stratejilerini Türkiye pazarına uygulayan Türkiye'deki süreçleri ve pazardaki dinamiklerin yürütülmesine ilişkin hem çizgi hem de çizgi üstü tüm pazarlama iletişim ve sorumluklarını yerine getiren, markanın Türkiye'deki tüm sürecini kontrol eden Ürün Müdürü Çağla Şamhal, bu durumu şöyle ifade etmektedir;

Henkel bünyesinde Çamaşır ve Ev bakım kategorisinde bir markamız olan Bref, bir tuvalet ürünüdür, eğlenceli ve bu kategoriye tüketicilere öğretmeye çalışan bir marka ancak hala kategori penetrasyonu (Pazar yaygınlığı) düşüktür. Bref, her ne kadar bu kategoriyle ilgili akla ilk ve hatta tek gelen marka olsa da, biz hala o tuvalet blokları ne işe yarar ne iş yapar tüketiciye geçirmeye çalışıyoruz çünkü on evden birine giriyoruz ve şuan bununla mücadele ediyoruz. Yaptığımız pazar araştırmalarında tüketicilere tuvalete (klozete) takılan topçukların markaları diye bahsettiğimizde Bref'ten bahsediyorsunuz diye dönütler alıyoruz. Aslında başka marka satın almışsa bile onu Bref olarak bilmektedir. Kategoriyi ismini vermesi nedeniyle jenerik bir marka olduğumuzu söyleyebiliriz.

Etkinliğin Teknik ve Uygulama Detayları

Türkiye'nin isminde dijital kelimesini kullanan ilk ve tek ajansı LobbyPhygital ile beraber gerçekleştirilen "Bref'le Hijyene Yolculuk- VR Gözlük Uygulaması" ismi verilen dijital pazarlama etkinliği 2016'da iki etap şeklinde İstanbul'da gerçekleştirilmiştir. LobbyPhygital ajansı ile iletişime geçilmiş ve etkinliğe ait elde edilen görseller, KVKK kapsamında kullanılamamıştır ancak Youtube üzerinden yayında olan videosu (<https://www.youtube.com/watch?v=2Z70SngFebs>) izlenebilmektedir. Etkinliğe ilişkin detaylar aşağıda verilmiştir (Şamhal; LobbyPhygital);

Bref ile Hijyene Yolculuk projemizde seçtiğimiz lokasyonlara temizlik temalı camdan bir oda kurduk ve bu camdan odanın içini Bref'in kokuları ile donattık. Platforma davet ettiğimiz katılımcılardan sanal gerçeklik (VR) gözlüğü takmalarını istedik. Gözlüklerini takan katılımcılar, temiz bir banyo görüntüsü ile karşılaştılar. Bref'in banyo temizliğinin her aşamasında yer aldığını VR kurgumuzun içine ekleyerek, onları temizliğin ferahlatıcı yolculuğuna çıkardık. Verdiğimiz indirim kuponları ile de uygulamamızın satışa dönüşmesini sağlamayı başardık. Böylelikle Türkiye'de Home Care

(Ev Bakım) kategorisinde VR kullanan ilk marka olmayı başardık. Teknik olarak ise temiz bir banyo kiralarak, bu banyonun içerisinde 360 derece bir çekim gerçekleştirdik. Hologram teknolojisi ile ürün özelliklerini yazdık. VR gözlüğü takan tüketicinin yakalayacağı noktalara ürünün kokusunu taşıyan ocaliptus yaprağı konumlandırdık. Ürün özelliklerini okuyabilmeleri ve hijyen yolculuğuna çıkabilmeleri için bu yaprağı takip etmelerini istedik. Yaprığın yolculuğunu takip eden tüketiciler sonunda yaprağın klozete düşmesi ile bir sifon sesi duyular ve 3D fluidanimation ile desteklediğimiz klozetten saçılan ferah tertemiz bir tornadonun içerisine girmenin tadını çıkarttılar. Tasarladığımız 3 tarafı cam ile çevrili mekatronik standımızda camların arasından akan mavi sular ile ürünün sifon çekildiğinde oluşturduğu mavi suya dikkat çektik ve temizlik hissi yarattık. Standımızın içerisine yerleştirdiğimiz klima ile ferahlık hissini yaşatırken, koku otomatı ile sürekli standımızın içerisine verdiğimiz okaliptüs kokusu sayesinde ferahlık ve temizlik hissini pekiştirirken ürünümüzün kokusuna da dikkat çektik.

Bref’in Fijital Pazarlama Konseptli Bu Etkinliğinin Amacı

Banyo ve tuvalet temizlik ürünleri kategorideki ürünlerin Bref nezdinde sadece temizlik ve hoş koku değil, uzun süreli ferahlık hissini verebildiğinin kişisel olarak deneyimlenmesi, bu hissin yaşatılması ve bunun gerçekleştirilebilmesi için dijital teknolojilerden faydalanılarak tüketicilere anlatılmasının amaçlandığı Fijital pazarlama etkinliğine ilişkin Şamhal’ın ifadeleri şöyle olmuştur:

Brefşuanürünlerini iki kanada ayırmıştır. Bref’inürünlerini Premium ve Core olarak iki kanada ayırdığı dönemde, Premium segmentinde, pazara Bref Blue Aktive lansmanıyla girmiştir. Bref Blue Aktiv ürünüyle tüketicilere verilmek istenen şeydi; bu kategorideki ürün sadece WC’ de güzel kokmayı sağlayan bir ürün değil, tüketicilere ferahlık veren bir üründür. Yani iletişim ferahlık üzerinedir. Katılımcılar, Bref’le ferahlık iletişimi kurduktan sonra, kendi hayal gücünde ferahlık hissi neyse Bref’in hissettirdiği de o ferahlık hissidir. Mavi suların ve serinliğin ferahlığını hissettikleri bir deneyim alanı oluşturuldu. İnsanlara okyanus etkisini vermek için, duvarlardan camlardan mavi suyun aktığı bu ferahlığın hissedildiği deneyimi yaşatabilme amacıyla etkinlik düzenlenmiştir.

Hedeflenen Kitle ve Yeni Müşteri Kazanımı

Pazarlama iletişinden tüketicilerle kişi başına erişim maliyetlerini en aza indirilebilmesi nedeniyle de fijital proje, uygulama ve kampanyalar tercih edilmektedir. Fijital pazarlama faaliyetleriyle tüketicilere maksimum düzeyde uygun maliyetlerle

erişim sağlanırken aynı zamanda ölçümlenebilir olmaktadır ve satışa yönlendirilerek sonuçlanan projeler yaratılabilmektedir (Yalçınkaya, 2017: 53). Markalar herhangi bir pazarlama faaliyetinde ulaşmak istedikleri tüketici kitlesini önceden belirlemektedir. Bref'in bu kampanyada ulaşmak istediği hedef kitle ve müşteri kazanımına yönelik görüşleri şöyledir;

Bref olarak ürünü kullanmayanlar da dâhil olmak üzere tüm tüketiciler hedef kitemiz ancak bütünlüğe konu olan ürün Premium sınıfında olduğu için hedeflediğimiz kitle kategori olarak bu ürünü kullanan ve yeniliklere açık, 20-44 yaş arası, yeni ürün denemeye yatkın, kadın erkek ayrımı olmaksızın, (araştırmalarımızda Türkiye'de her ne kadar alışverişi kadın yapıyor görünse de aslında ürünü sepete atan veya alışveriş listesine karar veren genelde erkektir. Bu nedenle ilk bakışta sanki sadece kadınlar hedefleniyor gibi algılanabilmektedir. Ayrıca üniversite öğrencileri gibi genç yaş grupları da hedef kitemizde yer almaktadır)tüm tüketiciler hedef kitemizi oluşturmaktadır. Bu etkinlikleri müşteri kazanımı olduğunu düşünüyoruz elbette, zaten rakamsal bir penetrasyon artışı yaşanmasında bunu göstermektedir. Ancak sadece etkinliğin rakamsal katkısını ölçmek mümkün değildir.

Etkinliğinde Alınan Sonuçlar

Bref'in tüketiciler nezdinde yaratılmak istenen ferahlığa ilişkin hissiyatın, katılımcılara kişisel deneyimler yaşatarak oluşturulduğuna inandıklarını, diğer pazarlama faaliyetlerin payıyla beraber, bu etkinlik sonucu alınan etkileşim ve olumlu sonuçların beklentilerini karşıladığını belirten Şamhal, bunu şöyle ifade etmiştir;

Etkinliğimiz İstanbul'da toplam 2 meydana ve 3 AVM'de gerçekleştirildi. 11-12 Haziran'da Bağdat Caddesi, 25-26 Haziran'da Bakırköy ile 1-2 Ekim 2016 Forum İstanbul, 8-9 Ekim 2016 Marmara Forum ve 15-16 Ekim 2016 Palladium AVM olmak üzere iki etap olarak düzenlendi. Etkinlik sonucu 2.500.000 kişiye görünürlük sağlandı, 7.000 kişiye VR deneyimi yaşatıldı, 10.000 flayer (el ilanı) ve 5.000 üründe dağıtım gerçekleştirildi (Lobby). Bu etkinlikten sonraki 18 aylık süreç sonucunda ürün pazar penetrasyonumuz (hedef kitledeki yaygınlık) %180 oranında arttığı tespit edilmiştir. Bu artışın gerçekleşmesinde diğer faaliyetlerimizle beraber elbette bu etkinliğin payının yüksek olduğu kanısındayız.

Markanın Dijital Teknolojilere Yaklaşımı

Neredeyse çeyrek yüzyılı aşkın süreden beri internetin ticari kullanımıyla iş dünyası çok büyük bir hızla değişmiştir. Hemen hemen bütün işletmeler müşterilerle artık "dijital bir ilişki" oluşturmanın önemini vurgulamaktadır. Özellikle akıllı telefonlar, akıllı ürünler, nesnelerin interneti yapay zeka gibi dijital teknolojiler ve cihazlar, yakın

gelecekte tüketicilerin yaşamlarında önemli dönüşümler vaat etmektedir. İşletmeler, dijital teknolojilerdeki gelişmelerin, pazarlama sürecini ve stratejilerini nasıl yeniden şekillendirdiğini anlamaya çalışmaktadırlar (Kannan ve Li, 2017:23). Son yıllarda Artırılmış Gerçeklik (AG) olarak ifade edilen AugmentedReality (AR) teknolojisi, dijitalleşen dünyanın son dönemlerdeki önemli gelişmelerinden biridir. Artırılmış gerçeklik teknolojisi pek çok alanda kullanıldığı gibi hayatımızda da giderek artan şekilde yer almaya başlamıştır (İçten ve Bal, 2017:111). Bireylerin, bilgisayar tarafından simüle edilmiş bir dünyada hareket ettiği gerçek zamanlı bir ortam sunan Sanal Gerçeklik (VR) teknolojisi de kullanıcıların hareketlerinin izlendiği ve aynı zamanda çevrenin kullanıcıların hareketleriyle eş zamanlı olarak görüntülediği bir ortam olmaktadır ve kullanımı giderek pek çok alanda yaygınlaşmaktadır (Craig vd., 2009: 1).

Faaliyet gösterdikleri iş birimlerinde değişim öncüsü olmaya devam etmek ve gelişen trendleri yakalayabilmek için dijital teknolojilerden çokça yararlanan Henkel, ürünlerini geliştirirken ekledikleri inovatif teknolojileri ve iletmek istedikleri mesajları tüketiciye ulaştırabilmek adına, pazarlama karar ve stratejilerinde bu teknoloji ve buluşlardan faydalanmaya çok sıcak baktıklarını belirten Şamhal, bakış açılarını şöyle ifade etmektedir:

Henkel olarak dijital teknolojilere çok sıcak bakmakla beraber, özellikle Bref gibi kategorisini oluşturmaya çalıştığımız bir ürünle ilgili daha da sıcak bakıyoruz. Çünkü teknolojilerle fiziksel bir ortamda deneyim yaşatarak daha yakın çalıştığımız bir pazarlama metodunda, tüketiciye daha çok şey anlatma ve hissettirme fırsatımız oluyor. Bref için daha önce hayata geçirdiğimiz VR Gözlük Uygulaması Etkinliği dışında başka bir ürün çeşidinde de benzer bir etkinlik yaptık. Bref’in kuruyken yeşil elma, sifon çekilip ıslandığında ise nilüfer çiçeği gibi koku veren bir inovasyonla piyasaya sürdüğümüz ürünü Bref Parfüm Switch’i tüketicilere anlatabilmek için sahada standlarda bu farklı kokuların hissedilebilmesine yönelik fiziksel bir ortam ve deneyimsel mekanizma geliştirdik. Bu deneyimin yaşatılacağı standlarda tüketici butona bastığında,Bref Parfüm Switch ıslanmış gibi nilüfer çiçeği gibi kokmaya başlıyor.Tüketicilerin buinovatif teknolojiyle üretilen ürünümüzü deneyimlemeleri gerekiyordu. Bu nedenle de hem firma olarak hem de marka olarak böyle teknolojilerden ve pazarlama uygulamalarından çokça faydalanıyoruz. Değişimin öncüsü olma veya değişen trendleri yakalamak için bu teknolojiler ve ilerde çıkacak yeni teknolojilerden faydalanmaya bakış açımız böyledir.

Bref, kendi kategorisinde pazarda lider olmaya ve yenilikçi yaklaşımını sürdürmekte kararlı ve dünyadaki benzer gelişmelerden

ve uygulamalardan da oldukça verim alacak şekilde takip etmekte ve faydalanmaktadır. Daha önce de belirttiğim gibi Bref'in iki ürün kanadı mevcuttur. Mesela Bref'in Premium segmentteki bir ürünümüzün lansmanında bir parfüm atölyesi kurduk. Davet ettiğimiz tüketiciler Bref'in notalarından kendi Bref'lerini oluşturmalarını istedik. Bir Alman parfüm markasının yaptığı bir PR çalışmasından esinlendik. Vernel'de tüketicilere Vernel kokulu havlu hediye ettik. Olabildiğince dünyadaki gelişmeler ve uygulamalardan da faydalanıyoruz.

Fijital Etkinliğin Boyutları (Müşteri Deneyimi, Etkileşim, Eğlence, Dikkat Çekme, Heyecan, Merak Uyandırma)

Fijital pazarlamada olası bir senaryo, bir veya daha fazla sosyal medya platformunda bir perakendecinin takipçi ve beğeni sayısı, canlı bir mağaza içindeki etkileşimin göstergesidir. Takipçi ve "beğeni" sayıları TV reklamlarında, reklam panolarında, el ilanlarında yerini buldu ve yavaş yavaş daha "fiziksel platformlara" doğru yol almaktadır. Fijital pazarlama, nihai ürün satın alma niyetinden daha çok deneyime odaklanma olarak görülebilir. Nitekim bazı yazarlar, insanların fiziksel alışveriş deneyiminden keyif aldıkları ve bunu e-mağazaların rahatlığı ve satın alınabilirliği yerine tercih edebilecekleri gerçeğini vurgulamaktadır. Ancak pazarlamacılar geleneksel pazarlama karması unsurlarını, pazarlamanın dijital yönlerini fiziksel deneyimlerle ilişkilendirerek keyifli bir deneyim yaratan bir anlayışa dönüştürmektedirler (Vel vd., 2015:427). Etkinlikteki görme, koku alma, işitme, hissetme gibi dört duyuya birden hitap etmeye dayalı bir deneyim yaşatma amacı kapsamında etkileşime geçilen bireylerden alınan geri dönüşlere ilişkin görüşler ise şöyle ifade edilmiştir;

2016 yılında hem dijital hem fiziksel bir deneyim ile tüketiciler neredeyse yeni tanışıyorlardı. Bu nedenle oluşturduğumuz dört duyuya hitap eden ve içerisinde VR bir deneyiminin de olduğu projemiz çok fazla dikkat çekti. Bref marka algısı olarak yenilikçi ve inovatif olarak akıllara kazandı. Deneyim sağlayan tüketiciler mutlaka Bref'i deneyeceklerini iletterek ayrıldılar. Fazlasıyla ilgi çekici ve merak uyandırıcıydı. Bunun en güzel kanıtı hem meydanlarda hem de AVM'lerde sonunu göremediğimiz ve stand kapısının önünde uzayıp giden kuyruklardı. Deneyimi yaşayıp standtan çıkan herkesin yüzünün güldüğünü gözlemledik. Dikkat çekmesi ve merak uyandırması nedeniyle çok yoğun bir ilginin olduğu etkinlik, katılımcılarca hem çok eğlenceli hem de heyecan verici bulundu.

Müşteri Sadakati Oluşturma

Fijital pazarlama, markaların ne yapacağını, uygun zamanda, uygun mesajlarla, uygun mecralarda, tüketicilerin temas noktalarında bulunabilmeyi ve onlara dokunabilmeyi olanaklı kılmaktadır. Fijital dünya, eş zamanlı, sosyal, hibrit ve

süreklilik taşıyan bir tüketici yolculuğunu gerektirmektedir. Çevrimiçi ve çevrimdışı kanallar arasında gidip gelerek bir seçim yapma zorunluluğunu ortadan kaldırmaktadır. Fiziksel ve dijital dünyaları birleştirerek, marka ile tüketiciyi birbirleriyle buluşturan fijital, kurduğu bu köprüyle başka bir ekosistem yaratmaktadır. Fijital pazarlama, tüketicileri yalnızca bir marka kullanıcısı olmasının yanı sıra marka sadakatini oluşturma amacını taşımaktadır (Odabaşı, 2017: 43-44; İnceismail,2020). Bunların sonucunda fijitalin müşteriye, markaya veya ürüne yönelik güçlü veya havalı bir imaj, yeni ve kolay teknoloji, güven, rahatlık gibi değerler sunarak sadakat oluşturmada başarı gösterdiğini söylemek mümkündür. Nitekim Şamhal’ın bu konudaki görüşleri de bunu desteklemektedir;

Böyle etkinlik ve uygulamalar, markaylatüketici arasında bir bağ kurmasına yardımcı oluyor. Bu bağ asla kopmayacak bir bağlılık değil tabi ki zaten hedeflenen de bu değildir. Böyle deneyimlerle benim markam hep aklının bir köşesinde ve hep onu hatırlayacaktır. Rafa gittiğinde önünde çok alternatif varken beyin daha önce deneyimlediğini alıyor. Yapılan etkinlikte kişisel deneyim sayesinde markayla bağ kuruyor, sempati geliyor, markayı hatırlaması daha kolay oluyor ve tercih etmesi neredeyse garantileniyor.Mevcut veya yeni müşterilerde kesinlikle satın alma isteği oluşturuyor.

Fijital konsept, iletişim teknolojilerindeki en son bilgi ve yenilikleri kullanır, dolayısıyla pazarlama iletişimi çok daha dinamik, daha hızlı gelişir ve insan algısının sınırlarını zorladığından, bu konseptin araçları, işletmelerin tüketicileriyle iletişim kurmasını kolaylaştırır. Fijital pazarlama aynı zamanda çok kanallı müşteri deneyimi olarak adlandırılır; çevrimiçi, telefonla veya mağazada yapılan satın alımları sorunsuz bir müşteri deneyimi süreci ile sağlamaya çalışan çok kanallı yaklaşım anlamına da gelir (Moravcikova ve Kliestikova, 2017:149). Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi markaların da güçlü ve sürdürülebilir pazarlama iletişimi için bu anlamda çok dinamik olmaları gerektirmektedir. Hızla gelişen teknolojilerle tüketicilerdeki değişim ve beklentilerin farkında olan markalar hedefledikleri tüketici grupları için fijital pazarlama ve fijital deneyimleri yaratmak durumundadırlar. Elbette, dikkat çekici, yaratıcı, eğlenceli ve merak uyandırıcı fijital pazarlama stratejileriyle tüketicilere ulaşan işletmeler başarılı olmaktadır. Bu anlamda işletmenin fijital pazarlamaya bundan sonraki bakışı şöyle ifade edilmiştir;

İnovasyona çok açık bir şirketiz. İnovasyonları deneyimleyip geri bildirimleri değerlendirip diğer markalarımıza da uyarlayıp uyguluyoruz. Markalar arası pazarlama uygulamaları sinerjik olarak hayata geçiriyoruz. Bizim kategorilerimiz ve pazarımız çok dinamik, dolayısıyla dijital dünyanın ilerlediği noktada geride kalma lüksümüz bulunmuyor, aksi halde müşteri kaybetme ve rekabet edememe gibi durumları yaşarız. Ürünü tüketiciye gerektiği gibi anlatamadıktan sonra onu teknolojik olarak geliştirmek yeterli değildir. Bunu

anlatmanın en önemli ayağı dijital teknolojilerdir. Hissettirmek, vermek istediğimiz duygunun tüketiciye geçebilmesi için de bu teknolojileri fiziksel ortamlarla birleştirmemiz en verimli şekli olduğunu görüyoruz. Bundan sonra dünyada ve özellikle firmanın merkezinin olduğu Almanya'daki yenilikler, yeni teknolojiler ve deneyimleri yakından takip ediyoruz. Buraya da uyarlayıp uyguluyoruz ve uygulamaya da devam edeceğiz.

Sonuç ve Öneriler

İnsanlara dijital dünyadaki gelişmelerin desteğiyle, fiziksel bir takım deneyimleri sunan fiijital pazarlamayla, tüketiciler, fiziki ortamlarda yaptıkları alışverişleri dijital dünyanın içinde gerçekleştirebilmektedirler.Yani fiijital pazarlama,insanlara fiziksel ortamlardaki bazı deneyimleri dijital teknolojilerden aldığı destekle sunmaktır. Özellikle işletmelerin pazarlama stratejilerini belirlerken yeni nesillere uyum sağlaması ve ayak uydurması, bu nesillerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamak adına yeni teknikler kullanması da oldukça zorlaşmaktadır. Bu nedenle de devamlılığın sağlanması, marka bağlılığının oluşturulması, tanınırlığın ve bilinirliğin artırılması açısından fiijital pazarlama sık karşılaşılan pazarlama yöntemi olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu yeni nesil pazarlama anlayışı, günümüz modern pazarlama iletişimde marka değerinin ve ürünlerin tüketicilerce algılanması açısından psikolojik etkiler eşliğinde ayrıca tüketicilerin tercihlerini belirlemede veya yönlendirmede oldukça etkilidir. Günümüz dünyasının modern yaşam biçiminde tüketicilere dijital ortamlarda gerçek ortamlardaki alışveriş deneyimlerini yaşatarak tüketicilere pek çok avantaj sağlanırken, işletmelerin de yeni müşteri kazanımı, müşteri sadakati, tanınırlık ve sürdürülebilirlik gibi pazarlama başarılarıyla satış hacimlerinin artmasına katkı sunmaktadır. Çalışmaya konu edilen Bref markasına ait kampanya, ülkemizdefiijital konseptteuygulanan ilk pazarlama etkinliğidir vemarkanın beklentilerini karşılayarak diğer pazarlama faaliyetlerini desteklediği ve başarı sağladığı ortaya çıkmıştır. Nike'nin Nike by Melrose Mağazası, Timberland'ın interaktif mağaza konsepti, Amazonun çalışsınız Amazon Go mağazası, Tesco'nunHomePlus uygulamasıyla alışveriş yapılabilen Güney Kore'deki sanal marketi, McDonald's'ın deneysel reklam panosu olan Pick 'n' Play uygulaması, Pizzahut'ın AR uygulaması, Vitra'nın sanal banyo konsepti projesi, Volvo'nun sanal test sürüşünü deneyimleme imkanı veren Google Cardboard projesi gibi dünyada pek çok örneği olan ve ülkemizde de Persil markasının Lekeleri Yok Et projesi, Vodafone'nin Gelecek Heyecan Verici Kampanyası (2017), Boyner'in Wepublic Projesi (2016), Getir (2015) ve BiTaksimobil uygulamaları gibi fiijital pazarlamaanlayışı kapsamındaki kararlarla giderek artan sayıda marka ve işletmenin fiijitalleşme yolunda olduğu anlaşılmaktadır.Arttırılmış gerçeklik veya sanal gerçeklik teknolojilerinin kullanıldığı pazarlama faaliyetlerihedef kitlenin ilgisini çekmekte, özellikle sosyal medya üzerinden elektronik ağızdan ağza pazarlama ile kampanyaların yayılması esas alınarak bilinirliğin artmasının yanı sıra satışların artışı da gerçekleşmektedir (Öztürk Göçmen, 2018:187).Fiijital pazarlama eksenli uygulamalar ve kampanyalarla iletilmek istenen mesajlar müşteri deneyimiyle eğlenceli, dikkat çekici, pratik, rahat, zamandan tasarruf ettiren, gün geçtikçe de teknolojiyle beraber

daha da gelişerek artmakta artmaya da devam etmektedir. Nitekim arttırılmış gerçeklik uygulamaları kullanılarak tanıtılan ürünleri deneyimleyen katılımcıların bu deneyimden tatmin olma durumuna paralel olarak ürünü satın alma niyetini olumlu yönde etkilendiği ortaya çıkmıştır(Avcılar vd.,2019:265). Arttırılmış ve sanal gerçeklik teknolojilerinin kullanılarak hayata geçirilen fijital pazarlama uygulamaları, işletmelere pazarlama, tanıtım ve tutundurma faaliyetlerine katkı sağlayarak sürdürülebilir rekabet avantajı sağlar, hizmet kalitesini artırır, sürdürülebilirliği destekler, çekiciliği artırır, imaj oluşturur, memnuniyet sağlar, satışları artırır ve marka sadakati sağlar (Demirezen, 2019:18). Fijital pazarlama anlayışı daha çok sektörde daha çok marka ve işletme tarafından daha yeni ve farklı teknolojiler kullanılarak geliştirilmekte ve uygulanmaktadır. İşletmelerin dijital dünyaya ayak uydurup değişen tüketici beklentilerini karşılayabilmeleri açısından fijital pazarlama anlayışını benimsemeleri, diğer pazarlama strateji ve kararlarıyla bütünleştirerek hayata geçirmeleri yerinde olacaktır. Yapılan çalışmanın alana yönelik yapılacak araştırmalara zemin oluşturacağı düşünülmekle beraber, daha kapsamlı ve yeni araştırmalarla konunun zenginleştirilebileceğine inanılmaktadır.

Kaynakça

- Altınpulluk, H. (2015). Arttırılmış gerçekliği anlamak: kavramlar ve uygulamalar (Kitap tanıtımı: Understanding augmentedreality: concepts and applications by A. B. Craig). *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 123-131.
- Archello (2020). <https://archello.com/project/tesco-opens-worlds-first-virtual-stor> (08.11.2020)
- Avcılar, M.Y., KülterDemirgüneş, B. ve Açar, M.F. (2019). “Arttırılmış Gerçeklik Uygulamalarının KullanıcıDeneyimi, Tatmin Ve Satın Alma Niyeti ÜzerindekiEtkilerinin İncelenmesi”. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 24, Temmuz 2019, ss. 235-271.
- Azuma, R. T. (1997). A Survey of AugmentedReality. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 6(4), 355-385.
- Ballina, F. J., Valdes L., ve Del ValleE. (2019).“The Phygitalexperience in the smarttourism destination, *International Journal Of TourismCities*”, vol. 5 no. 4 2019, pp. 656-671. DOI 10.1108/IJTC-11-2018-0088.
- Balta Peltekoğlu, F. (2016). *Halkla ilişkiler nedir?* İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Brandlifemag (2020). <http://www.brandlifemag.com/benzersiz-bir-kosu-deneyimi/>, (09.11.2020)
- Businessstoday (2020). <https://www.businessstoday.in/magazine/lbs-case-study/case-study-tesco-virtually-created-new-market-based-on-country->

- [lifestyle/story/214998.html;https://archello.com/project/tesco-opens-worlds-first-virtual-store](https://www.archello.com/project/tesco-opens-worlds-first-virtual-store) (08.11.2020)
- Chaffey, D., Smith, P.R. (2013), E-Marketing Excellence. New York: Routledge.
- Chastel, A., Grondin, S., Baland, J. ve Maniere, C.I. (2019).“PhygitalBoom May Lead To Luxury Implosion”, Skema Business School – Master of Science, Luxury & Fashion Management – Mauricon – 2018, EasyChairPreprint No: 1394.
- Crmmedya (2020). <https://www.crmmedya.com/fijital-pazarlama-nedir/>,(06.11.2020).
- Çapan, A. (2020). “Fijital Devrim”, *Sektörüm Dergisi*, <https://www.sektorumdergisi.com/fijital-devrim/>, (15.11.2020).
- Demirezen, B. (2019). “Artırılmış Gerçeklik Ve Sanal GerçeklikTeknolojisinin Turizm Sektöründe KullanılabilirliğiÜzerine Bir Literatür Taraması”. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:3 Sayı:1 ss:1-18.
- Ertuğrul, İ. ve Deniz, G. (2018). “4.0 Dünyası: Pazarlama 4.0 ve Endüstri 4.0”.*BEÜ SBE Dergisi.*, 7(1), 158-170.
- Gül, Z. (2020).“Fijital Pazarlama Nedir?”, İstanbul İşletme Enstitüsü, <https://www.iienstitu.com/blog/fijital-pazarlama-nedir/>, (04.11.2020).
- Güler, A.; Halıcıoğlu, M.B. ve Taşğın, S. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara:Seçkin Yayıncılık..
- İnceismail, E. (2020). Fijital Pazarlama İletişimi ve Marka Etkileşimi: Fijital Uygulamalar Üzerine Bir Analiz. *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kümbetoğlu, B.(2005). Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma. İstanbul:Bağlam Yayınları.
- Marketingweek (2020). <https://www.marketingweek.com/case-study-diageo-connected-whiskies/>, (08.11.2020)
- Milgram, P., veKishino, F. (1994). “A taxonomy of mixedrealityvisualsdisplays”. *IEICE Transactions on Information and Systems*, 77(12), 1321-1329
- Moravcikova, D. ve Kliestikova,J.(2017).“Brand Building with Using Phygital Marketing Communication”, *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 5, No. 3, pp.148-153. March 2017.
- Odabaşı, Y. (2017). Pazarlama Fijital Dünyanın Neresinde? *Branmap Dergisi* s.16

- Oppenheim, C. (1993). "Virtual Reality And The Virtual Library". *Information Services and Use* (13):215-227.
- Özarlan Y. (2011). “Öğrenen içerik etkileşiminin genişletilmiş gerçeklik ile zenginleştirilmesi”. 5. International Computer&Instructional Technologies Symposium (ICITS 2011), Fırat Üniversitesi, Elazığ.
- Özmen, Ş. (2013). Ağ ekonomisinde yeni ticaret yolu: E-ticaret. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Öztürk Göçmen, P.(2018). “Artırılmış Gerçeklik Uygulamaları ile Yeni Medya Reklam Tasarımı”. *STD 2018 Aralık- e-ISSN 2149 – 6595*, Sayfa: 175-191.
- Pazarlamasyon (2020). <https://pazarlamasyon.com/markalar-alisveris-deneyimini-gelistirmek-icin-mobil-uygulamaları-nasil-kullanıyorlar/> (09.11.2020)
- Phygitallobby (2020). <http://www.lobby.com.tr/phygital/>,(15.11.2020)
- Piemental, K. ve Teixeira, K. (1995). *Virtual Reality: Through the New Looking Glass*. New York: Intel/McGraw-Hill Press.
- Popsugar (2020). <https://www.popsugar.com/beauty/Urban-Decay-Vice-Lipstick-App-41744622> (09.11.2020).
- Punch, K. F. (2005). *Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Rodriguez, E. (2018). “Phygital: A new dimension in customer experience”, everisUS, <https://everisus.medium.com/phygital-a-new-dimension-in-customer-experience-40d940f1cb58>,(06.11.2020).
- Somyürek, S. (2014). “Öğrenme Sürecinde Z Kuşağının Dikkatini Çekme: Artırılmış Gerçeklik”, *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama* Cilt:4 Sayı:1 Yıl:2014.
- Sorensen, K. (2020). “Phygital – The New Marketing Frontier”, *Marketing Strategy*, <https://www.konstruktdigital.com/marketing-strategy/phygital-marketing/>,(08.11.2020)
- Stone, R.J. (1991). “Virtual Reality and Cyberspace: From Science Fiction to Science Fact”. *Information Services & Use*, 11(5), 283-300.
- Tekin, H.H. (2006). “Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme”, *Sosyoloji Dergisi*, 3 (13), (101-116).

- Thebrandage (2020). <https://www.thebrandage.com/nikeden-led-avataşinizla-kendinize-karsi-yaristiginiz-kosu-pisti>(09.11.2020).
- Universal Consumer Profile (2020). <https://www.selligent.com/platform/capabilities/universal-consumer-profile-cdp-capabilities>, (05.11.2020)
- Webtures (2020). <https://www.webtures.com/tr/blog/sozluk/fijital-pazarlama/>,(06.11.2020).
- Yalçınkaya, N. G. (2017). Fijital (Phygital) Dünya. Brandmap.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6. Baskı), Ankara:Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (6. Baskı), Ankara:Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, Y. (2020). “Farklı disiplinlerde Endüstri 4.0”. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(21), 756-789. DOI: 10.26466/opus.624938.
- Yıldırım, Y. (2019). “Endüstri 4.0’a kapsamlı bir bakış: 2011’den bugüne”. *Bilgi Dünyası*, 20(2), 217-249. DOI: 10.15612/BD.2019.754



Araştırma Makalesi, Gönderim Tarihi: 12.03.2021; Kabul Tarihi: 27.05.2021

KOBİ'lerin İhracat Engelleri: Bartın İli Örneği¹

Dr. Öğr. Üyesi Sabahattin ÇETİN

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik
scetin@bartın.edu.tr, Orcid ID: 0000-0001-9686-1806

Dr. Öğr. Üyesi Emine GENÇ

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik
egenc@bartın.edu.tr, Orcid ID: 0000-0003-1178-6929

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Said KÖSE

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik
mskose@bartın.edu.tr, Orcid ID: 0000-0001-7505-2735

Arş. Gör. Yunus Emre TOPCU

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik
ytopcu@bartın.edu.tr, Orcid ID: 0000-0003-4324-1376

Arş. Gör. Halil KARLI

Bartın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik
hkarli@bartın.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-5366-9774

Öz

Ülkelerin ekonomik büyüme sağlayabilmelerinin en önemli araçlarından biri ihracattır. İhracat hem büyük firmalar hem de KOBİ'ler için pazar paylarını ve gelirlerini arttırabilmelerine imkân veren gelişim stratejilerinden biridir. Büyük işletmeler sahip oldukları kurumsal yapı sayesinde ihracat süreçlerini kolaylıkla gerçekleştirirken KOBİ'ler ihracat süreçlerinde çok farklı sorunlarla karşılaşabilmektedirler. Bu çalışma, Bartın ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin algılanan ihracat engellerini tespit etmek ve bu engellere yönelik öneriler getirmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılarak Bartın ilinde faaliyet gösteren 10 işletme ve 4 kamu kurumuyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda KOBİ'lerin algıladıkları iç ihracat engelleri insan kaynağı yetersizliği, pazar araştırmasının gerçekleştirilmemesi ve lojistik maliyetlerinin yüksek oluşu, dış ihracat engelleri, döviz dalgalanmaları ve Bartın ilinin konumu olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bartın, İhracat Engelleri, KOBİ

JEL Sınıflandırması: F10, F23, F61

¹ Bu çalışma 2019-SOS-A-007 Nolu "Bartın İli Dış Ticaret Analizi" isimli Bartın Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesinden üretilmiştir. Bartın Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik kurulununun 08.07.2020 tarih ve 2020-SBB-0139 nolu etik kurulu onay kararı bulunmaktadır.

APA: Çetin, S., Genç, E., Köse, M.S., Topcu, Y. E. & Karlı, H. (2021). KOBİ'lerin İhracat Engelleri: Bartın İli Örneği. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (23), 207-231.

APA: Çetin, S., Genç, E., Köse, M.S., Topcu, Y. E. & Karlı, H. (2021). Exporting Barriers of SMEs: A Case Study of Bartın. Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 12 (23), 207-231.

Exporting Barriers of SMEs: A Case Study of Bartın

Abstract

One of the most important tools for countries to achieve economic growth is export. Export is one of the development strategies that allows both large companies and SMEs to increase their market shares and revenue. While large enterprises can easily perform their export processes thanks to their institutional structure, SMEs may encounter different problems in their export processes. This study aims to identify the perceived export barriers of SMEs operating in Bartın province and to make suggestions for these barriers. This study was carried out with 10 enterprises and 4 public institutions operating in Bartın province using semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods. As a result of the research, insufficient human resources, lack of market research and high logistics costs are internal barriers, while foreign exchange fluctuations and the location of Bartın are external barriers.

Keywords: Bartın, Export Barriers, SME

JEL Classification: F10, F23, F61

Giriş

Günümüzde firmalar hem yerel düzeyde hem de uluslararası düzeyde büyük bir rekabet halindedir. Bu yüzden birçok firma faaliyetlerine devam edebilmek için yeni stratejilere yönelmektedir. Bu stratejilerden biri de uluslararasılaşmadır (Internationalization). Uluslararasılaşma, firmaların kuruluşunu gerçekleştirdiği ülke dışında daha fazla pazar payı elde etmek amacıyla gerçekleştirdiği uygulamalardır (Investopedia, 2020; Ulaş, 2009). Uluslararasılaşma başta küçük ve orta ölçekli firmalar olmak üzere birçok firmanın büyümesine ve karlılığına katkı sunmaktadır (Wolff ve Pett, 2000: 34). Firmaların tercih edebileceği bayilik, lisans anlaşması, şirket satın alma, yeni ortakla şirket kurma, yerel bir şirketi satın alma ve ihracat olmak üzere çeşitli uluslararasılaşma yöntemleri bulunmaktadır (Masum ve Fernandez, 2008). İhracat, kaynak kullanımının sınırlı olması, görece daha esnek yapıda olması ve daha az risk içermesi nedeniyle en çok tercih edilen uluslararasılaşma yöntemidir (Olejnik ve Swoboda, 2012; Uner, Kocak, Cavuşgil ve Cavuşgil, 2013). Bununla birlikte ülkelerin gelişim tarihlerini incelediğimizde, ihracat ülke ekonomilerine gelir kaynağı yaratması sebebiyle ekonomik kalkınma için önemli bir koşul olarak tanımlanmıştır. (Mpunga, 2016). Bu nedenle mal ve hizmet ihracatı çoğu ülke için önemli bir makroekonomik amaçtır.

İhracat, firmalara önemli bir büyüme ve karlılık, devletlere ise makroekonomik göstergelerde iyileşme sağlamasına rağmen birçok firma ihracat gerçekleştirilememektedir. Ölçek düzeyinde özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler

(KOBİ) büyük firmalara göre daha büyük zorluk yaşamaktadır (Revindo, 2017). Zaman içinde kaynaklarını ve yeteneklerini geliştiren büyük şirketler yönetim bilgileri ve ihracat bölümleri sayesinde ihracat faaliyetlerini kolaylıkla yürütebilmekteyken KOBİ'lerin bu tür bir uzmanlığa sahip olmaması nedeniyle ihracat engellerini aşamama olasılığı artmaktadır (Paul, Parthasarathy ve Gupta, 2017). Bu durum dünyanın birçok ülkesindeki KOBİ'lerin ihracata katılım oranlarıyla da desteklenmektedir. Örneğin Avrupa birliği ülkeleri içinde Avrupa dışına yapılan ihracatta KOBİ'lerin payı %42'dir (Eurostat, 2017). Bu oran gelişmekte olan ülke KOBİ'lerinin ihracatında ise %34 düzeyine gelebilmektedir (World Trade Organization [WTO], 2016).

KOBİ'ler ülke ekonomilerinin gelişmesi açısından oldukça önemli bir rol üstlenmektedir. KOBİ'lerin istihdam yaratma, inovasyon ve ekonomik yenilenmeye büyük katkısı bulunmaktadır (Westhead, Wright ve Ucbasaran, 2004). Bu yüzden KOBİ'lerin ihracata yönelmesi ekonomik büyüme, işsizliğin azalması, döviz gelirlerinin artması vb. nedenlerden dolayı oldukça önemlidir. İhracatın potansiyel faydalara rağmen, birçok ihracat engelinin bulunması başta KOBİ'ler olmak üzere birçok firmanın ihracat yapmasını engellemektedir. İhracat engelleri “firmanın uluslararası operasyonları başlatma, geliştirme veya sürdürme yeteneğini engelleyen tüm davranışsal, yapısal, operasyonel ve diğer kısıtlamalar” olarak tanımlanmaktadır (Leonidou, 1995).

İhracat engelleri üzerine literatürde çok sayıda çalışma olmasına rağmen bu çalışmaların büyük çoğunluğunun gelişmiş ülkelerde gerçekleştirildiği (Suarez ve Ortega, 2003; Neupert vd., 2006, Sinkovics, Kurt ve Sinkovics, 2018), gelişmekte olan ülkelerde ve KOBİ düzeyindeki çalışmaların daha kısıtlı kaldığı gözlenmiştir (Leonidou, 2004; Gebrewahid ve Wald, 2017). Küreselleşme çağında, firmaların ihracat engellerinin tespit edilmesi firmaların dış pazarlara uyum sağlamalarında ve başarılı bir uluslararasılaşma süreci geçirmelerinde önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Silva, Franco ve Magrinho, 2017). Türkiye'deki işletmelerin %99.6'sını ve istihdamın %77'sini KOBİ'ler oluşturmakta olup 171.5 milyar dolarlık ihracattan ise %66'lık bir paya sahiptirler (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2018, Türkiye İhracatçılar Meclisi [TİM], 2020). Bu oran diğer gelişmiş ve gelişmekte olan ülke KOBİ'leriyle karşılaştırıldığında oldukça yüksek düzeydedir. Bartın ili, 2019 Aralık itibariyle 26.337,15 \$ ihracat hacmine ulaşan ve en az ihracat yapan 13. şehirdir (TİM, 2020). Türkiye'nin ihracat hacmine göre bu oran çok düşük kalmaktadır.

Bu çalışmada amaç, Bartın ilinde dış ticaretin özellikle de ihracatın gelişmesini engelleyen iç ve dış engelleri belirlemek ve bu engellere yönelik öneriler sunmaktır. Bu çalışmanın, Bartın iline 25 km mesafede Filyos Vadisi'nde yapılması beklenen projeye birlikte bölgenin gelişme potansiyeli dikkate alındığında; mevcut firmaların ihracat engellerini tespit ederek, bölgemizde ihracata yönelmek isteyen ve bu bölgeye yatırım yapmak isteyen firmalara potansiyel çözümler getirerek literatüre önemli bir katkı sunması beklenmektedir.

Giriş bölümünü takiben çalışmanın ikinci bölümünde iç ve dış ihracat engellerine yönelik bir literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın metodolojisi ortaya konulurken dördüncü bölümde çalışmaların bulguları aktarılmıştır. Çalışmanın son kısmında çalışmanın sonuçları literatürle karşılaştırılarak değerlendirilmiş ve öneriler sunulmuştur.

1. Literatür Taraması

KOBİ'ler, uluslararası pazarlardan da pay alabilmek için ihracata yönelmektedirler. KOBİ'ler bu süreç içerisinde birçok ihracat engeliyle karşı karşıya kalmaktadırlar. İhracat engellerinin firmalar ve devlet tarafından doğru şekilde anlaşılması firmaların ihracat engellerinin etkilerini öngörmesi ve azaltması yönünde fırsat yaratırken devletin ise firmalara teşvik edici politika ve destekler sağlamasına katkı sunmaktadır (Revindo, 2019). İhracata yönelik engellerin araştırmacıların dikkatini çekmesi 1960'ların ortalarına dayansa da gerçek anlamda yoğunluk 1980'lerden sonra oluşmuştur (Leonidou, 2004). Araştırmacıların ihracat engellerine yönelik yoğunlaştığı konulardan biri de ihracat engellerinin sınıflandırılmasıdır. İhracat engellerini sınıflandırma üzerinde farklı görüşler bulunmaktadır. İç engeller ve dış engeller, yerel ve dışsal, kontrol edilebilir ve kontrol edilemez, insan odaklı ve ürün odaklı, statik ve dinamik olmak üzere birçok farklı sınıflandırma bulunmasına rağmen en çok kullanılan sınıflandırma iç engeller ve dış engeller sınıflandırmasıdır (Kahiya, 2017). Bu çalışma da iç ve dış engeller sınıflandırmasını temel almaktadır.

Literatürü incelediğimizde iç ve dış engellerle ilgili farklı alt sınıflandırmaların yapıldığı görülmektedir (Kahiya, 2013; Leonidou, 2004; OECD, 2020; Tesfom ve Lutz, 2006). Bu çalışmada The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2020)'nin iç ve dış engeller sınıflandırması kullanılmıştır.

İç engeller; firmanın organizasyonel kaynakları, kabiliyetleri ve ihracata yönelik şirketin tutumuyla birlikte oluşan engellerdir (OECD, 2020). İç engeller, firmanın kontrol edebilme imkânının bulunduğu kendinden kaynaklı engellerden oluşmaktadır (Rantanen, 2020: 23).

- Bilgi engelleri (Informational barriers); bilgi yetersizliği nedeniyle uluslararası pazarların araştırılması, seçilmesi ve iletişim kurulması yönlü sorunları açıklamaktadır (OECD, 2020). İhracat konusunda yeterli deneyime sahip olmayan firmalar dış pazar koşulları analizleri, uluslararası piyasa verileri ve müşterilerle temas konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları için ihracata karşı negatif tutum sergileyebilmektedir (Leonidou, 2004).

- İnsan Kaynakları engelleri (Human resource barriers); uluslararasılaşma açısından insan kaynaklarının yetersiz olmasıdır (OECD, 2020). İnsan kaynaklarına yönelik sorunların anlaşılması ve düzenlemeye çalışılması KOBİ'lerin başarısı için gerekli şartlardan biridir. KOBİ'lerin yöneticileri/ sahipleri sürdürülebilir bir rekabet

avantajı elde etmek için insan kaynağı planlaması, eğitimi ve geliştirme, ücret yönetimi ve performans yönetimi gibi konuları görmezden gelmemeleri gerekmektedir (Paul vd., 2017). Ayrıca şirketlerin ihracat performansı üzerinde şirket üst yöneticilerinin yaşı, deneyimi, eğitim seviyesi ve yabancı dil bilgisi önemli bir etki yaratmaktadır (Tekin ve Nas, 2017). Bu nedenle deneyimli personellerin şirket içerisindeki memnuniyetini arttırmak amacıyla politikalar geliştirmeli ve şirket ile insan kaynakları arasında bağ güçlendirilmelidir (Sağlam, 2019). Bu durumun sağlanabilmesi için insan kaynağı politikalarının en üstten en alta kadar özenle belirlenmesi ve organize edilmesi gerekmektedir.

- Finansal engeller (Financial barriers); uluslararasılaşmayla ilgili finansman yetersizliğidir (OECD, 2020). Firmalar hem işletme sermayesi konusunda hem de ihracat finansmanı konusunda engellere sahiptirler (Camra-Fierro vd., 2012).

- Ürün ve fiyat engelleri (Product and price barriers); yabancı firmalar tarafından şirketin ürün ve fiyatlandırma stratejisinin uyarlanmasıyla ilgili engelleri açıklamaktadır. İhracat gerçekleştirmek isteyen firmanın, yeni ürün geliştirme, ürünü yeni pazara uyarlayabilme, gerekli kalite standartlarını sağlama, rekabetçi fiyat sunabilme, yeterli üretim kapasitesine sahip olma gibi birçok unsuru sağlaması gerekmektedir (OECD, 2020).

- Dağıtım, Lojistik ve Promosyon engelleri (Distribution, logistics and promotion barriers); dış pazarlardaki dağıtım, lojistik ve tanıtım unsurlarıyla ilgili engellerdir (OECD, 2020). Firmanın yurtdışı dağıtım ağı için güvenilir bir aracı bulması, lojistik süreçlerin ayarlanması, lojistik ve sigorta maliyetleri, firmanın yurtdışı pazarlara kendini tanıtmak için kullandığı fuar, web sitesi, katalog vb. uygulamalar ile ilgili sorunlar yer almaktadır (Leonidou, 2004).

- Dış engeller; firmanın faaliyet gösterdiği ülke/ülkelerden kaynaklanan engellerdir (OECD,2020).

- Süreçsel engelleri (Procedural barriers); yabancı müşterilerle yapılan operasyonel süreçlerle ilgili engellerdir (OECD, 2020). Firmaların ihracat ile ilgili gerçekleştirmesi gereken süreçler, gerekli belgeler ve olumsuz bulunan kurallar ve düzenlemelerle ilgili sorunlardır (Sinkovics, Kurt ve Sinkovics, 2018).

- Devlet engelleri (Governmental barriers); yerli ve yabancı hükümetlerin yerli şirketler ve ihracatçılarla ilgili eylemleri veya eylemsizlikleriyle ilgili engellerdir (OECD, 2020). Devletlerin ihracata karşı tutumları ihracatın gelişmesi üzerinde etkilidir. İhracat düzenlemeleri, yetersiz diplomatik destek, yetersiz devlet teşvikleri ve bilgilendirme hizmetleri ihracatı sınırlamaktadır (Gebrewahid ve Wald, 2017).

- Müşteri ve yabancı rakip engelleri (Customer and foreign competitor barriers); ihracat operasyonları üzerinde hemen etkisi olabilecek firmanın dış pazardaki müşterileri ve rakipleriyle ilişkili engellerdir (OECD, 2020). Müşteri tercihleri ve ihracat gerçekleştirmek istenen sektördeki rekabet düzeyi önemli bir engel oluşturmaktadır.
- İş çevresi engelleri (Business environment barriers); şirketin faaliyet gösterdiği veya faaliyet göstermeyi planladığı dış pazarların ekonomik, politik-yasal ve sosyo-kültürel ortamıyla ilgili engelleri tanımlamaktadır (OECD, 2020). Döviz kuru riski, yabancı firmalara karşı getirilen katı düzenlemeler, ödemelerle ilgili sıkıntılar vb. durumlardır (Sinkovics vd., 2018).
- Tarife ve tarife dışı engeller (Tariff and non tariff barriers); dış pazarlarda hükümet politikaları ve düzenlemeleri tarafından getirilen ihracat ve uluslararasılaşmaya yönelik getirilen kısıtlamalarla ilgili engellerdir. Devletler kendi pazarlarını korumak, mülkiyet hakları vb. sebeplerle, yüksek gümrük vergisi, kotalar, kısıtlayıcı teknik standartlar, yüksek gümrük ücretleri ve ticaret anlaşmalarıyla ihracat engelleri oluşturabilmektedir (OECD, 2020).

İhracat engellerine yönelik hem uluslararası hem de ulusal birçok çalışma gerçekleştirilmiştir (Sönmez ve Arslan, 2007; Gebrewahid ve Wald, 2017). Uluslararası literatürü değerlendirdiğimizde, Suarez-Ortega (2003) İspanya'nın alkollü ürünler ihracatına yönelik ihracat engellerini araştırmıştır. Potansiyel pazarlar hakkındaki bilgi eksikliği, pazar araştırmaları için finansal yetersizlik, yetersiz insan kaynağı, yüksek rekabet ve ihracat süreçleri hakkındaki bilgi eksikliğinin önemli ihracat engelleri olarak tespit etmişlerdir. Pinho ve Martin (2010) Brezilya KOBİ'lerinin ihracat engellerine yönelik gerçekleştirdikleri çalışmada, ihracat gerçekleştirmeyen firmaların bilgi eksikliği, personel engeli, teknik uygunluk, rekabet derecesi ve mali yardım eksikliği gibi engellere sahipken ihracatçı firmaların ise ürünün lojistik süreçlerinin ihracat engeli olduğunu belirlemiştir. Khatkhat, Arslan ve Umair (2011) gerçekleştirdiği çalışmada Pakistan'da tekstil sektöründe faaliyet gösteren KOBİ'lerinin enerji krizi, politik-ekonomik-sosyokültürel çevre, pazarlama, fonksiyonel, kalite, fiyat rekabeti, ödeme yöntemi, dil ve belgeleme sorunların ihracat engeli oluşturduğunu tespit etmiştir. Camra-Fierro vd. (2012) Ürdün İmalat sektöründe ihracatçı firmaların ekonomik/politik-yasal engeller, devlet engeli, finansal engel ve bilgi engeline sahip olduğunu ortaya koymuştur. Cahen, Lahiri ve Borini (2016) Brezilya'da faaliyet gösteren teknoloji ihracatçıların dış kurumsal engeller, firma yeterliliği engeli ve insan kaynağı engeline sahip olduğunu ortaya koymuştur. Akimana (2017) Ruanda KOBİ'lerinin ihracata yönelik finansman eksikliği, bilgi eksikliği, ürün ve fiyat engeli, rekabet sıkıntısı ve süreçler gibi engelleri bulunduğunu belirlemiştir. Boşcor (2017) Romanya KOBİ'lerinin kur riski, ödeme yöntemi, insan kaynağı, finansal engel, devlet engelinin ihracat gerçekleştirme önünde engel olduğunu tespit etmiştir. Revindo (2017) Endonezya KOBİ'lerine yönelik gerçekleştirdiği çalışmada ihracata yönelik engelleri ihracat gerçekleştiren firmalar, ihracat gerçekleştirmeyi hedefleyen firmalar ve ihracat

gerçekleştirmeyi hedeflemeyen firmalar olarak üç grupta değerlendirmişlerdir. İhracatçı firmaların algıladıkları engelleri; kur dalgalanmaları, pazar ülkede ekonomik şartlar, ihracat sigortalama, ödeme yöntemi ve pazar ülkesinde rekabet kısıtlayıcı kanunlar, ihracat hedefleyen firmaların algıladıkları engeller; kur dalgalanmaları, ihracat sigortalamaları, pazar ülkedeki rekabet kısıtlayıcı kanunlar, pazar ülkedeki ekonomik şartlar, ödeme yöntemi ve ihracat hedeflemeyen firmaların algıladıkları engeller; kur dalgalanmaları, ihracat sigortalama, ödeme yöntemi, pazar ülkesindeki rekabet kısıtlayıcı kanunlar, hedef ülkedeki karmaşık kanun ve düzenlemelerdir. Wijayarathne ve Perera (2018) Sri Lanka’da ihracat engelleri olarak finansal, yetersiz devlet desteği, yetersiz teknoloji, ihracat süreçlerinin karmaşıklığı, rekabetçi fiyat, yüksek sigorta maliyeti ve yetersiz devlet danışmanlığını ortaya koymuştur. Sinkovics, Kurt ve Sinkovics (2018) İngiltere Kobilerinin ihracat engellerini iç engeller; kapasite yetersizliği, insan kaynağı yersizliği, dağıtım ağı sorunu, yeni ürün geliştirme sorunu, bilgi yetersizliği, yöneticilerin ihracatla ilgilenecek yeterli zamanının bulunmaması ve dış engelleri; süreç engelleri, iletişim sorunu, kültürel farklılıklar, farklı iş uygulamaları olarak değerlendirmişlerdir. Mokheth (2019) Lesotho İmalat KOBİ’lerinin finansal engeller, kapasite engeli, bilgi engeli, yolsuzluk güvenilir aracı, lojistik maliyetler gibi ihracat engellere sahip olduğunu belirtmişlerdir. Mendy, Rahman ve Bal (2020) Bangladeş KOBİ’lerinin ihracat engellerinin belirlenmesi üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada İhracat engellerini, politik engeller; politik istikrar, yasal süreçler, hızlı hizmetlerin yetersizliği, yolsuzluk, sosyal engeller; dil sorunu, farklı sosyal yaklaşımlar, yetişmiş insan kaynağı eksikliği, eğitim veren kurum yetersizliği ve ekonomik engeller; finansal, gümrük süreçleri, gümrük vergileri ve kur riski olarak bulmuşlardır.

Türkçe literatür açısından da ihracat engelleri önemli çalışma konularından birini oluşturmaktadır. Bu alanda gerçekleştiren çalışmalar hem bölgesel ihracat engellerine hem sektörel engellere üzerine gerçekleştirilmiştir. Sektörel açıdan değerlendirdiğimizde; Mobilya sektörüne yönelik gerçekleştirilen çalışmalarda Çoban (2005) ihracat engellerini tedarik kaynağı ile iş birliği sorunları, rekabetçi fiyat uygulamaları, yabancı ülkelerdeki tüketici alışkanlıkları, pazara yönelik bilgi eksikliği, yüksek vergi oranları, ödeme yöntemi ve ürün kalitesi olarak tespit etmişlerdir. Sönmez ve Arslan (2007) ise kur riski, rekabet, devlet desteği ve teşvikler, yurtdışı pazar bilgisi yetersizliği, tarife ve tarife dışı engeller, insan kaynağı sıkıntısı, finansman ve bürokratik engelleri ortaya koymuşlardır. İnan ve Nabıkoğlu (2009) ise ihracat engellerini ihracat gerçekleştirmeyen firmalar açısından devlet, finansal, bilgi, güvenilir aracı ve ihracatçı firmalar açısından güvenilir aracı, finansal, devlet ve yabancı devlet engeli olarak tespit etmişlerdir. Ağan ve Erdoğan (2016) imalat firmalarının ihracat engellerini; firma boyutuna, ihracat miktarına ve sıklığına göre farklılıklar göstermekle birlikte en büyük engelleri; girdi maliyet, finansal maliyet, süreç maliyetleri ve vergiler olarak belirlemiştir. Cura ve Zerenler (2017) otomotiv yan sanayi ihracatçılarının algıladıkları engelleri; finansman, kurlardaki belirsizlik, güvenilir aracı/temsilci bürokratik işlemler, politik istikrarsızlık ve devlet kısıtlamaları, iletişim ve rekabet olarak tespit etmiştir. Bölgesel odaklı ihracat engellerine yönelik gerçekleştirilen

çalışmalarda Keskin, Koşan ve Ayık (2009) Erzurum OSB KOBİ'lerinin ihracat gerçekleştirmesinde mevzuat sorunları ve bürokratik engeller, ekonomik istikrarsızlık, bilgi eksikliği ve finansal engellere sahip olduğunu ifade etmiştir. Özeltürkay ve Çerçel (2014) Mersin OSB KOBİ'lerinin ihracat engelleri arasında firmanın kendi yetersizliği, pazar engelli, finansal engeller, bilgi eksikliği, bürokratik engeller, kültürel farklılıklar, ulaşım maliyetleri ve destek eksikliklerinin bulunduğunu tespit etmiştir. Çütçü, Özdemir ve Erkan (2017) Gaziantep KOBİ'lerine yönelik gerçekleştirdiği çalışmada ihracat deneyimi ile pazar hâkimiyeti ve firma çalışan sayısı ile ihracat miktarı arasında pozitif ilişki tespit etmiştir. Çetinkaya Bozkurt ve Tunç (2018) Antalya KOBİ'lerinin ihracat engelleri arasında kur riski, ülke ekonomisinde istikrarsızlık ve devlet desteğinin yetersiz olması engellerini belirlemiştir.

Araştırmanın amacı ve ilgili literatür çerçevesinde çalışmada “Bartın ilinde dış ticaretin gelişmesini özellikle de ihracatı engelleyen nedenler nelerdir?” sorusuna yanıt aranmıştır. Bu sorunun yanıtını derinlemesine irdeleyebilmek amacıyla şu alt sorular ortaya çıkmıştır.

- Bartın ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin algıladıkları işletme içi ihracat engelleri nelerdir?

- Bartın ilinde faaliyet gösteren KOBİ'lerin algıladıkları işletme dışı ihracat engelleri nelerdir?

2. Materyal ve Metot

Bu çalışmanın amacı, Bartın ilinde dış ticaretin özellikle de ihracatın gelişmesini engelleyen iç ve dış engelleri belirlemek ve bu engellere yönelik öneriler sunmaktır. Bu çerçevede araştırma kapsamında veri elde etmek için mülakat yönteminden yararlanılmıştır. Mülakat tekniği duygu, düşünce ve niyet gibi doğrudan gözlem yapılamayan durumlarda kullanılmaktadır (Merriam, 2018). Mülakat tekniklerinde ise yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Bu teknik, görüşmenin bazı bölümlerinin yapılandırılmış, bazı bölümlerinin ise yapılandırılmamış ve bireyin serbest tepki vermesine olanak sağlayan sorulardan oluşmaktadır (Erkuş, 2013). Ayrıca bu teknikte araştırmacı tarafından hazırlanan sorular üzerinde yanıtlayıcının kısmen düzeltme ve düzenleme hakkı da bulunmaktadır (Sönmez ve Alacapınar, 2013). Ancak katılımcıya araştırmacıyı belirlediği görüşme rehberi dışına çıkmaya sınırlı düzeyde izin verilir. Böylece görüşme araştırmacıya hem görüşme rehberi doğrultusunda ilerlenmesini hem de ihtiyaç duyulduğunda derinlemesine gidilmesine olanak sağlamaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2014). Dolayısıyla araştırma amacına en uygun veri toplama tekniği yarı yapılandırılmış mülakat olduğu için bu teknik tercih edilmiştir.

Yarı yapılandırılmış mülakat formu oluşturulurken OECD'nin (2020) iç ve dış engeller sınıflandırması kullanılmıştır. İç engeller 5 ana başlık ve 15 alt sorudan oluşmaktadır. Dış engeller ise 3 ana başlık ve 9 sorudan oluşmaktadır. İşletmelere tüm

sorular sorulurken kamu kurumlarına bu sorulardan sadece o kurumun faaliyetleri arasında olabilecek sorular sorulmuştur.

Çalışma kapsamında Bartın ilinde faaliyet gösteren ve ihracat yapan firmalar iki farklı kurumdan alınan bilgiler çerçevesinde belirlenmiştir. Görüşme yapılacak işletmeler belirlenirken işletmelerin sürekli ihracat yapmaları ve ihracat işlemlerini Bartın ilinde gerçekleştirmeleri dikkate alınmıştır. Bazı işletmelerin dış ticaret işlemlerini il dışında gerçekleştirmeleri ve bazılarının da tek seferlik ihracat yapmaları nedeniyle araştırma kapsamına alınmamıştır. Değerlendirmeler sonucunda farklı sektörlerde faaliyet gösteren 10 işletme belirlenerek görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İşletmelerle görüşme gerçekleştirmeden önce Bartın Üniversitesi Etik kurulundan 2020-SBB-0139 nolu etik kurulu kararı ile izin alınmıştır. Araştırmaya katılan işletmeler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan İşletmeler

| | İşletmeler |
|----|---|
| 1 | SELKO Ateş Tuğla ve Sanayi A.Ş. |
| 2 | Madeş Office Furniture |
| 3 | Darkwood Ayakkabı |
| 4 | Bartın Makina Sanayi ve Tic. Ltd. Şti. |
| 5 | TEKLAS Kauçuk San. Ve Tic. A.Ş. |
| 6 | Öz-Tem Orman Ürünleri Temizlik İnşaat San. ve Tic. Ltd.Şti. |
| 7 | Yepsa Yelkenciler |
| 8 | Bartın Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. |
| 9 | Işıklar Yapı Ürünleri |
| 10 | Hanset Çelik Mobilya |

Araştırmanın bulguları sunulurken işletmelerin gizliliği kapsamında Tablo 1’deki işletme sıralamasından bağımsız olarak katılımcı işletmeler Firma1, Firma2, ... Firma10 şeklinde kodlanmıştır.

İşletmelerin dış ticarete karşılaştıkları problemlere yönelik kamu kurumlarının bakış açısını belirlemek üzere dış ticaret ve sanayi ile ilgili 4 farklı kamu kurumunda görev yapan yöneticilerle de görüşme gerçekleştirilmiştir. Görüşme yapılan kamu kurumları ve görüşme yapılan katılımcılar Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 2: Görüşme Yapılan Kamu Kurumları ve Görüşülen Katılımcılar

| | Kamu Kuruluşları |
|---|---|
| 1 | Bartın Gümrük Müdürlüğü |
| 2 | Bartın Belediyesi Liman İşletme Müdürlüğü |
| 3 | KOSGEB |
| 4 | Bartın Ticaret ve Sanayi Odası |

Yapılan tüm görüşmeler elektronik kayıt altına alınmış ve sonra yazıya dökülmüştür. Araştırma kapsamında toplam 470 dakikalık ses kaydı bulunmaktadır.

Araştırma verilerinin analizinde ise betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu yaklaşıma göre elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır. Daha sonra yapılan bu betimlemeler açıklanır ve yorumlanır, neden sonuç ilişkileri incelenir ve bir sonuca ulaşılır (Yıldırım ve Şimşek, 2011).

3. Bulgular

3.1. İç Engeller

3.1.1. Firma ile İlgili Engeller

Bartın'daki işletmeler Avrupa, Güney Amerika, Afrika ve Uzak Doğu olmak üzere dünyanın birçok bölgesine ihracat yapmaktadır. Özellikle Türkiye'nin kara ve deniz komşu olan Azerbaycan, Bulgaristan, Ukrayna, Rusya, Romanya, Gürcistan, Irak, İtalya, Mısır, İsrail ve Libya yapılan ihracatta önemli bir paya sahiptir. Bunun yanında İngiltere, İspanya, Polonya, Letonya, Arnavutluk, Sırbistan, Brezilya, Uruguay, Nijerya, Fas Dubai ve Katar da ihracatın yapıldığı diğer ülkeler arasındadır.

Yapılan görüşmelerde işletmelerin %60'ı faaliyet yürüttükleri pazarlar hakkında yeterli bilgiye sahip olduklarını belirtmiştir. İşletmelerin %40'ının ise iş yaptıkları pazar hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı görülmüştür. İki işletme arasındaki iş ilişkileri ithalatçı firmaların ihracatçı firmaları araştırıp bulması sonucunda oluşmaktadır.

Firma 7 pazar araştırmaları ile ilgili şu bilgiyi vermiştir; “Pazar araştırması için doğrudan bir çalışmamız yok. Talep gelen her yer ile çalışabiliyor. Fuarlara da katılıyoruz. Ancak genelde müşteri firmayı buluyor ve birlikte çalışmaya başlıyoruz.”

İşletmelerin yeni pazarlara girme konusunda hedefleri bulunmaktadır. Ancak görüşülen işletmelerin büyük çoğunluğunun pazar araştırması faaliyetlerini yürütmedikleri görülmüştür. Pazar araştırması adına yapılanlar ise sadece fuarlara katılım ile sınırlı kalmaktadır. Fuarlarda iletişim kurdukları müşterilerle iş yapılmaya çalışılmakta. Ancak girilecek pazarın yapısı, ülkenin ekonomik, sosyolojik ve hukuki durumu gibi önemli birçok konu hakkında detaylı bir araştırmanın yapılmadığı görülmektedir. Bazı işletmeler de fason üretim yaptıkları için ayrıca bir pazar araştırmasına ihtiyaç duymamaktadırlar.

Bu kapsamda Firma 2'nin ifadesi “Pazar araştırması olarak fuarlara katılıp stant açılıyor çeşitli ülkelerde, bulunan müşterilerle mail üzerinden ve telefonla görüşülüyor” şeklindedir.

Pazar araştırmaları konusunda bölgedeki kamu kuruluşları tarafından bilgilendirmeler yapılmaktadır. Örneğin KOSGEB, çeşitli destek programları ile

bölgedeki işletmelere destek vermekte ve ayrıca işletmelere birebir ziyaretler gerçekleştirerek KOSGEB'in ve Ekonomi bakanlığının ihracat konusunda sunmuş olduğu destekler ve hizmetler ile ilgili bilgilendirme faaliyetlerinde bulunmaktadır. Aynı şekilde Ticaret Odası tarafından da gerekli eğitimler ve bilgilendirmeler yapılmaktadır. Ancak Ticaret Odası bünyesinde ayrı bir dış ticaret bilgilendirme ofisi bulunmamaktadır.

“Yakın zamanda KOSGEB'in koordinasyonunda Bartın Sanayi ve Teknoloji İl Müdürlüğü, BAKKA Bartın PDO, Bartın OSB Müdürlüğü ve Bartın TSO iş birliğiyle işletmelerde ihracat farkındalığının oluşturulması ve hali hazırda ihracat yapan işletmelerin ihracatlarını artırması, hiç ihracat yapmayanların ise ihracata başlamalarına katkı sağlamak amacıyla 3 aşamalı bir dış ticaret programı düzenlenecektir. İlk aşamada hem eğitimci hem de aktif olarak ihracat yapan bir eğitmenin teorik ve uygulamalı bir eğitim verilecek. Programın sonunda katılımcı işletmelerin bir sonraki yıl için ihracat stratejisi taslak olarak belirlenecek. İkinci aşamada ise ihracat stratejisi hazır olan işletmelere KOSGEB yurtdışı pazar destek programı ve kapsamı anlatılacak ardında proje hazırlama eğitimi verilecek. Son aşamada ise projesi uygun bulunanlara KOSGEB Yurt Dışı Pazar Destek Programı kapsamında destek sağlanacak. Buradaki amaç işletmelerin ihracat projesi gerçekleştirme yetkinliğine ulaşması. Diğer bir amaç da üniversitedeki ihracat konusundaki tecrübeli hocalar ile işletmeleri bir araya gelmesine katkı sağlayarak işletmelerin ihracat yolculuklarında gerçek anlamda Kamu-Üniversite- Sanayi iş birliği yaratarak ihracat projelerinin başarısını artırmak.”

Yapılan görüşmelerde işletmelerin %70'inin yönetim kademesindeki çalışanlarının uluslararası işletmecilik konusunda deneyime sahip olduğu görülmüştür. İşletme yöneticilerinin uluslararası ticaret konusunda deneyim sahibi olmaları işletmeler için en büyük avantaj olduğu söylenebilir.

3.1.2. İnsan Kaynağı Yetersizliği

Bartın ilinin küçük olması insan kaynağı noktasında işletmeler için sorun teşkil ettiği görülmektedir. İstenilen tecrübeye ve yetkinliğe sahip çalışanların bulunmasında problem yaşandığı görülmektedir. Özellikle işletmeler yabancı dil bilen çalışan bulma konusunda sıkıntı yaşamaktadırlar.

Firma 2, Firma 5, Firma 6 ve Firma 8 bu durumu şu şekilde ifade etmişlerdir; “İnsan kaynakları konusunda sıkıntı var. Özellikle Bartın'da İngilizce bilen lojistik personeli bulmak oldukça zor”

Yapılan görüşmelerde işletmelerin hiçbirinin dış ticaret konusunda çalışanlarına eğitim vermediği görülmüştür. Bazı işletmeler Ticaret Odası tarafından yapılan eğitimlere çalışanlarını gönderdiklerini belirtmişlerdir. Ancak işletmeler tarafında ayrı bir kurum içi eğitim programını uygulanmadığı görülmüştür.

3.1.3. Finansal Engeller

Bartın'daki işletmelerin %50'si Eximbank'ın kredi imkânlarından bazı dönemlerde faydalandıklarını belirtmişlerdir. Ancak genel olarak işletmelerin dış ticaret faaliyetlerini özsermayeleri ile karşılamaya çalıştıkları görülmektedir. Ekonomik dalgalanmalar ve kredilerdeki faiz oranlarından çekindikleri için işletmelerin ek finansal kaynak aramak noktasında tedbirli davrandıkları ve sermaye limitleri ölçüsünde faaliyetlerine yön verdikleri tespit edilmiştir.

Firma 5 “Yatırımımızı kendi sermayemiz ile gerçekleştirdiğimiz için kazandıkça adım adım ilerlemeyi tercih ediyoruz. Risk almayı sevmediğimiz için de büyüme amaçlı yeni pazar arayışı gerçekleştiriyoruz” şeklinde finansal bakış açısını sunmuştur.

Görüşülen kamu kurumları Türkiye’de ihracatla ilgili teşviklerin mevcut olduğunu ancak Bartın’daki işletmelerin kullanım oranının düşük olduğunu aktarmışlardır. Gümrük müdürlüğü özellikle yurtdışında fuarlara katılma, yurtdışında acente açma gibi Türkiye genelinde herkes için uygulanan ihracat teşviklerine dikkat çekmiştir. KOSGEB il müdürlüğü işletmelerin ihracat potansiyelinin olduğunu ve finansman konusunun önemine ve kendilerinin yönlendirme yaptıklarına dikkat çekmiştir.

“İhracat potansiyeli var işletmelerin ancak bilgi eksikliğinden dolayı yapmıyorlar. Finansmandan daha büyük sorun ihracat konusunda bilgisiz olması. Finansman problemi çok önemli bir sorun değil. Ancak ciddi bir ihracat kanalı bulunur bir yatırım gerekir o zaman finansmanla ilgili kobiler sorun yaşıyorlar. Bu finansmanı bulmaları için yönlendiriyoruz.”

TSO, diğer kamu kurumları ile iş birliği halinde gerek finansal olanaklar gerekse işletmelerin talep ettikleri her konuda eğitim vermeye çalıştıklarını belirtmiştir. Şu ana kadar ki bilgilendirme toplantıları ve eğitimlere işletmelerden katılımın olduğunu da belirtmişlerdir.

İşletmelerin satış faaliyetlerinde genellikle peşin ödeme yöntemini tercih ettikleri görülmüştür. Zaman içerisinde güven duydukları işletmeler ile ya da pazarda güvenilir olduklarını kanıtlamış işletmeler ile vadeli ve akreditif ödeme yöntemlerini kullandıklarını da belirtmişlerdir.

Firma 2 kullandıkları ödeme yöntemine ilişkin “Peşin ödeme yöntemi ile başlarız zamanla müşteri talebi doğrultusunda vadeli ödeme yöntemine döneriz” şeklinde açıklamada bulunmuştur.

Sonuç olarak işletmeler yatırımlarını sermayeleri oranında yaptığı ve ödemelerde peşin ödeme yöntemini tercih ettikleri için genel olarak finansal anlamda sıkıntı yaşamadıklarını aktarmışlardır.

3.1.4. Ürün ve Fiyat Engelleri

İşletmelerin tamamının yurtdışı pazarlarda istenilen kalite belgelerine sahip oldukları görülmüştür. İşletmeler bazı ülkelerin ürün standartlarında özel kalite belgeleri talep ettiklerini ancak bunları temin etmekte zorlanmadıklarını ifade etmişlerdir.

“İhracata Avrupa’da başladığımız için gerekli tüm kalite belgelerine sahibiz” (Firma 2, Firma 3, Firma 4). “Rusya gibi bazı ülkeler özel kalite belgeleri talep edebiliyor ancak belgenin temininde sorun yaşamıyoruz” (Firma 5).

Kamu kurumları belgelendirme konusunda işletmelere gerekli desteğin verildiğini anlatmışlardır. KOSGEB il müdürlüğü gerekli belgelerle ilgili maliyetlerin %60’ının hibe olarak verildiğini belirtmiştir.

“İhracat için gerekli olan belgelerle ilgili maliyetlerin %60’ının hibe olarak veriyoruz. Proje vs. gerekmiyor doğrudan veriyoruz. Patent maliyetlerinin %60’ının hibe olarak destekliyoruz”.

Gümrük il müdürlüğü dış ticaret işlemlerinde her ülkenin standartlarının farklı olduğuna ve Türkiye’deki her limanın yetkisinin farklı olduğuna dikkat çekerek işletmelerin bu konuda bilgi yetersizliğinin olduğunu ifade etmiştir.

Araştırma kapsamında görüşülen işletmeler yurtiçi ve yurtdışı pazarlar arasında ürün farklılığına gidilmesi konusunda müşteri talebinin belirleyici olduğunu açıklamışlardır. Genel olarak işletmeler müşterinin taleplerini göz önünde bulundurarak üretim gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir.

Ürün kalitesine yönelik Firma 3 “Çalıştığımız her ülkenin talepleri farklı olabiliyor, müşteriden gelen talepler doğrultusunda ürün kalitesi belirleniyor” şeklinde açıklamada bulunmuştur.

Görüşülen işletmelerin %30’u yurt dışı pazarlarda faaliyet göstermek için firmanın ölçek boyutunun etkisi olduğunu düşünmektedir. Diğer işletmeler firmalarının zaten tam kapasite ile çalışmaları, ürün çeşitliliğine gidilmesi gibi nedenlerden ötürü ölçek boyutunun etkisinin olduğunu düşünmemektedirler.

“Ürün çeşitliliği fazla olduğu için ölçek boyutunun etkisi olmamaktadır” (Firma 7).

3.1.5. Ulaşım Maliyetleri, Reklam Engelleri

İşletmelerin kullandıkları teslim şekilleri ulaştırma maliyetleri açısından en önemli hususlardan birisidir. Bartın’daki işletmelerin %40’ının sadece EXW Teslim (Ticari işletmede/fabrikada teslim) yöntemini kullandıkları %20’sinin FOB Teslim

(gemi bordasında-güvertede teslim) yöntemini kullandıkları diğerlerinin de müşteri talebi doğrultusunda diğer teslim yöntemlerini kullandıkları görülmüştür.

Firma 2 kullandıkları ödeme yöntemlerini “Ülke ve firma talebi doğrultusunda EXW, CIP, CIF teslim yöntemleri ile çalışmaktayız” şeklinde ifade etmiştir.

EXW teslim yöntemini tercih eden işletmeler taşıma maliyetlerine müşteriler katlandığı için taşımanın ek bir maliyet oluşturmadığını ancak müşterilere düşük fiyat vermek zorunda kaldıklarını ifade etmişlerdir. Diğer işletmeler taşıma maliyetlerinin dış ticarete önemli bir sorun olduğunu özellikle konum avantajına sahip firmalarla rekabet etmelerinin zor olduğunu belirtmişlerdir.

“Taşıma maliyetlerinin işletmemizin uluslararası ticaretine etkisi çok fazla. Üretim sürecimizin büyük bir kısmının şehir dışında olması ve özellikle rakiplerimizin İstanbul’da yer alması önemli dezavantaj yaratmaktadır” (Firma 4). “Taşıma maliyetlerinin dış ticaretimize etkisi çok fazla oluyor. Taşıma maliyetleri genellikle müşteriye ait olduğu için özellikle uzak bölgelere çok düşük fiyat vermek zorunda kalıyoruz” (Firma 9).

Liman müdürlüğü taşıma maliyetlerinin işletmeler için önemli olduğunu ayrıca Bartın limanının kapasitesinin sınırlı olmasından kaynaklı planlama faaliyetlerinin maliyetler üzerinde oldukça etkili olduğunu açıklamışlardır.

“Limanın en büyük avantajı şehre uzak olması. Zonguldak limanı bu açıdan dezavantajlı örneğin. Ukrayna’ya yakın olmak diğer bir avantaj. 15 tane firmayla çalışıyoruz, çok farklı firma var ve bu bir dezavantaj. Zaten limanın kapasitesi belli. Boşaltma için süre var. Cezai yaptırımı var. Lojistik maliyetler önemli bir kalem. Yükleme boşaltma elamanları daha etkin kullanılırsa maliyet düşecek. Planlamada sıkıntı var. 10-15 gemi 1 haftaya sıkıştırılabiliyor. Firmanın farklı departmanları birbirinden kopuk. Belli bir planlamaya göre farklı günlere yayamıyorlar gemileri. Makine, insan gücü ve planlama hızlanma ve maliyet açısından çok önemli”.

Görüşülen işletmelerin %60’ının yurtdışında herhangi bir depo, acenta, bayi vb. iştiraki bulunmamaktadır. Bir işletmenin Avrupa’da bayileri, bir işletmenin Almanya’da deposu ve diğer bir işletmenin de Bulgaristan, Sırbistan ve Meksika’da fabrikalarının mevcut olduğu görülmüştür.

“Almanya’da depolarımız mevcut. Depoların hem satış ağı hem de satış sonrası hizmetler için ideal bir konumda olması faaliyetlerimizi önemli ölçüde destekledi” (Firma 2).

İşletmelerin %50’si tanıtım faaliyetleri kapsamında fuarlara katılmaktadırlar. Bunun yanı sıra internet sitesi ve katalog tanıtım faaliyetleri kapsamında kullanılan

diğer ortamlardır. İşletmelerin bir kısmı yeterli müşteriye sahip olduklarını bu nedenle tanıtım faaliyetlerine ihtiyaç duymadıklarını açıklamışlardır.

3.2. Dış Engeller

3.2.1. Dış Pazar Ortamına İlişkin Engeller

Bartın'ın coğrafi yapısı dikkate alındığında bölgede faaliyet gösteren işletmeler için bölgenin coğrafi yapısı bir takım avantaj ve dezavantajlar barındırmaktadır. İşletmeler en dezavantajlı durumun bölgenin konumu itibarıyla taşıma maliyetlerini arttırdığı konusunda hemfikirdir. Teşvik nedeniyle bölgede yatırım yapan işletmeler, teşviklerin bitmesiyle birlikte Bartın'ın avantajlı konumunun taşıma maliyetlerini arttırmasıyla birlikte dezavantajlı duruma düştüğünü belirtmişlerdir.

“Teşviklerin bitmesiyle birlikte bölgede faaliyet göstermek negatif bir etkiye dönüştü. Özellikle taşıma maliyetleri faaliyet gösterdiğimiz sektör açısından olumsuz etkileniyoruz.” (Firma 2, Firma 3).

Taşıma maliyetlerinin yanı sıra özellikle yurtdışından gelen müşterilerin Bartın'a sadece karayolu ile gelebilmesi de dezavantaj olarak görülmektedir.

“Özellikle bizimle ilk defa çalışacak müşterilerimiz üretim tesislerimizi ve işletmemizi görmek istiyor. Yurtdışından İstanbul veya Ankara'ya gelen müşterilerimiz havayolu ulaşımı olmadığı için Bartın'a karayolu ile gelmek zorunda kalıyor. Bu durum bizim için dezavantaj oluşturuyor.” (Firma 8).

Bölge, Karadeniz'e kıyısı olması nedeniyle Bartın'da faaliyet gösteren birçok işletme için bir avantaj oluşturmaktadır. Bartın'da faaliyet gösteren işletmelerin yurtdışı pazarlarının büyük bir kısmını Karadeniz'e komşu olan ülkeler oluşturmaktadır. Bölgede limanın da bulunması, işletmelerin mevcut pazarlarına daha hızlı ve kolay ulaşmalarını sağlamaktadır. Bunun yanı sıra bölgeden hammadde çıkaran işletmeler için de Bartın'da faaliyet göstermek avantajlı olmaktadır.

“Karadeniz coğrafyasında faaliyet göstermek açısından avantajlı. Aynı zamanda liman olması da bir avantaj...” (Firma 10).

“Hammadde bu bölgede çıkıyor büyük avantaj...” (Firma 9).

“Dezavantaj yok, avantaj var. Bartın ve çevresinde defne yaprağı daha kaliteli ve renk olarak daha iyi. Bu durum bizi pazardaki en güçlü firmalar arasına sokuyor” (Firma 6).

Proje kapsamında görüşülen kamu kuruluşları Bartın'ın konumunun ilk bakışta dezavantaj gibi görünse de aslında birçok fırsat ve avantajı barındırdığını ifade etmişlerdir. Özellikle bölgede bir demir-çelik kümelenmesi, taşımada maliyet avantajı

sağlayacak liman olması ve Filyos projesinin hayata geçmesi bölge dinamikleri açısından olumlu bir durum olarak görülmektedir.

KOSGEB: “Çin’in bir köyünden bile ihracat yapıyor şehir bir dezavantaj değil. Aksine limandan dolayı Bartın’ın lojistik olarak avantajı var.”

Gümrük Müdürlüğü: “Yatırımcı olsanız nereye yaparsınız. Burada ne üretebilirsiniz? Burada belirli bir sektör var. Demir-çelikte kümelenebilir. Demir-çelik haricinde burada çimento fabrikaları var. Buradaki firmalar için çok büyük avantaj, özellikle ihracat açısından önemli bir avantaj sunmaktadır. Sektörünüze göre yer seçmek gerekir. Burada demir çelik var. Tekstil buraya geldi kalkınmada öncelikli bölge olduğu için. 4. Bölgesi avantaj ama ihracat yapacağı zaman taşıma konusunda sorun oluşturuyor.

Liman Müdürlüğü: “Uluslararası ticaret için coğrafi yapı uygun. Yükün çeşidine göre liman kapasitesi artırılabilir. Salgın ve Karadeniz coğrafyasındaki siyasi gelişmeler limanın etkinliğini olumlu ve olumsuz etkileyebiliyor.”

Bölgede faaliyet gösteren işletmeler, paydaşları (tedarikçiler ve müşteriler) ile kurumsal bir iletişim ağı üzerinden iletişim kurmamaktadır. Bilgi yönetimi ve geri bildirimler genellikle internet, mail ve telefon üzerinden kurulmaktadır. İletişim genellikle işyeri sahipleri ve varsa ihracat birimi üzerinden kurulmaktadır. Az da olsa birkaç firma yurtdışındaki bayiler üzerinden dolaylı olarak iletişime geçmektedir. Bunun yanı sıra işletmelerin potansiyel müşterilere ulaşmakla ilgili bir pazarlama politikaları bulunmamakta, ilk müşterilerin işletmeleri internette araştırarak buldukları belirtmişlerdir.

“Müşteri bizi buluyor, ya da daha önce çalıştığımız işletmelerin referansı ile bize ulaşıyor” (Firma 7).

Firma 10 “Müşterinin firmayı internet üzerinden bulduğunu” ifade etmiştir.

Bölgede faaliyet gösteren işletmelerin rekabet durumları incelendiğinde; İşletmelerin tamamı endüstriyel tüketiciler ile iş yapmaktadır. Endüstriyel tüketiciler satın almada fiyat, kalite, teslim zamanı rasyonel kriterleri göz önünde bulundurarak satın alma işlemini gerçekleştirmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak işletmeler; fiyat, kalite ve teslim zamanı gibi rasyonel kriterlere göre rekabet etmektedirler.

“Yurtdışı pazarlarda birçok rakip var. Türkiye’den de rakipleri var. Önemli olan malı yüklerken hassas olmak, ürüne zarar vermemek. Teslimde gecikme olmaması çok önemli, rakiplerimize bu şekilde rekabette fark yaratabiliyoruz. Her koşulda kaliteli üretim yapılmalı.” (Firma 5).

İşletmeler genel olarak faaliyet gösterdikleri sektörler için ihracat kısıtlaması olmadığını belirtmelerine rağmen bazı durumlarda birtakım sorunlar ile

karşılaşmaktadırlar. Bunlar; Gümrük vergisi yüksek olan bazı ürünlerde yaşanan ihracat sıkıntıları, ihracat yapılan bazı ülkelerde de yasal faktörlerden dolayı ülkeye bitmiş ürün sokma noktasında sıkıntılar ve politik ilişkilerde dönemsel olarak yaşanan ihracat kısıtları olarak sıralanabilir.

İşletmeler döviz kurlarındaki dalgalanmalardan olumsuz yönde etkilendiklerini belirtmişlerdir. Kurda meydana gelen dalgalanmalar özellikle dolarda meydana gelen artış, hammadde fiyatlarını arttırdığından ürün maliyetleri üzerinde olumsuz etkisi olmaktadır. İşletmeler döviz kurunda meydana gelen bu dalgalanmalarla ilgili herhangi bir önlem almadıklarını aktarmışlardır. Döviz kurunda meydana gelen artış yalnızca hammaddeyi yerli para cinsinden temin eden işletmeler için olumlu bir etki yapmaktadır. Genel olarak bölgede faaliyet gösteren işletmelerin büyük çoğunluğu döviz kuruna bağımlı olarak hesaplanan hammadde fiyatlarından dolayı kur artışından olumsuz yönde etkilenmektedir.

3.2.2. Bürokratik Engeller

Bölgede faaliyet gösteren işletmeler ihracat işlemlerinde herhangi bir bürokratik engelle karşılaşmadıklarını belirtmekle birlikte, KDV ideleri ve ihracat yapılan ülkelerdeki konsolosluklar/ateşelikler v.b. kurumlardan destek beklemektedir. Ayrıca şirketlerin yaklaşık %50'si devletin ihracata yönelik sağlamış olduğu teşviklerden yararlanmaktadır. Bu teşviklerin başında fuar teşvikleri ve KOSGEB projeleri gelmektedir. Bununla beraber bazı teşviklerin prosedür gerektirmesi işletmelerin bu teşviklerden yararlanmasını zorlaştırmaktadır.

“KOSGEB teşvikleri genelde yetersiz. Örneğin; bir makineyi satın almak istediğinizde önce makineyi alıyorsunuz. Makinenin parası satın aldıktan sonra ödeniyor. Yeni açılan işyerleri için bu sermayeyi bulmak zor olabiliyor” (Firma 10).

Proje kapsamında görüşülen kamu kurumları ihracata yönelik bürokratik engellerin uluslararası ticaret yapan firmalar önünde uluslararası prosedürlerden ibaret olduğu uluslararası ticareti ilk kez yapan firmalara birtakım yükler oluşturduğunu fakat istenilen belgelerin bir kez alındıktan sonra işletmelere herhangi bir zorluk oluşturmadığını ifade etmişlerdir. Ayrıca bazı ürünlerde ilgili bakanlıklar tarafından belirlenen standartlara uygunluk, işletmeler tarafından bürokratik bir engel olarak görülebilmektedir.

KOSGEB: “İhracat yaparken bürokrasiyle karşı karşıya kalınıyor. İşletmeler alışkın olmadığı ilave bürokrasiyle karşılaşılıyor. Ancak bence sorun teşkil etmiyor. Profesyonel eleman istihdam ederek bürokratik işletmeler azaltılabilir. Çok fazla bürokratik engel yok ancak ilk defa karşılaşınca sorun teşkil ediyor. İhracata başlayan bir işletme alışınca bürokratik işlemlerden şikâyet etmiyor.”

Liman Müdürlüğü: “Bürokratik olarak yaşadıkları sıkıntıları firmalar bizimle paylaşırlar. Çok sayıda toplantılar yaptık. Hafta sonu gelen gemilere gümrükleme yapılamıyordu bu sorunu çözdük artık yapılıyor. Herhangi bir sıkıntı yaşamıyoruz. Her kurum ihracat yapan firmaları gerekli kolaylığı sağlıyor. Liman açısından sıkıntı yok.”

Gümrük Müdürlüğü: “İkili anlaşmalar...İhracat yapılan ülkenin mevzuatına uygunluk çok önemlidir. Biz Gümrük Müdürlüğü olarak gelen ürünlerden vergi tahsil eden bir kurumuz. Gelen malların kabul edilmesi için ilgili bakanlıklarca belirlenen şartları taşıyıp taşımadığını kontrol ettikten ürünün boşaltılmasına izin veriyoruz. Örneğin; kömür geliyorsa Çevre Bakanlığı'nın kömürün Türkiye'ye girmesi için uygun olduğuna dair istenen belgeler var. Ayrıca Çevre Bakanlığı kömürü alır tahlil eder. Kalorisine, diğer şartlara uygun olmasına bakar. Eğer bu belgeler tam ise ve gerekli şartlar uygun ise ürünü kabul ediyoruz. Bu bütün ürünler için gereklidir.”

3.2.3. Kültürel ve Dil Farklılıkları

Bölgede faaliyet gösteren işletmelerin büyük çoğunluğu yurtdışı pazarlardaki müşterilerin farklı dil, alışkanlık ve davranışların yapmış oldukları ticaret üzerinde bir etkisi olmadığını belirtmiştir. Bazı işletmeler ise yurtdışı pazarlarındaki farklılıkları o bölgeyi tanıyan personelin istihdam edilmesi ile aştıklarını belirtmiştir. Bazı durumlarda müşterilerden gelen talebin farklı ve çeşitli olması üretim bandında değişik gerektirdiğinden bu durum ihracatı olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmanın amacı, Bartın ilinde dış ticaretin özellikle de ihracatın gelişmesini engelleyen iç ve dış engelleri belirlemek ve bu engellere yönelik öneriler sunmaktır. Araştırma kapsamında on işletme ve dört kamu kurumu belirlenerek mülakat yöntemi ile veri toplanmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlar şöyledir:

- İşletmeler nitelikli insan sermayesi konusunda problem yaşamaktadır. Özellikle yabancı dil yeterliliğine sahip personel bulma konusunda sıkıntı yaşanmaktadır.
- İşletmeler tarafından iş yapılması düşünülen ülkeler ile ilgili pazar araştırması yapılmadığı görülmüştür.
- İşletmelerde uluslararası ticaret alanında kurum için eğitim verilmediği belirlenmiştir. İşletmeler farklı kamu kurumları tarafından verilen eğitimlere çalışanlarını göndermelerine karşın kendileri işletme içinde ayrıca eğitim programı uygulamamaktadır.
- İşletmelerin büyük çoğunluğu dış ticaret finansmanını öz sermayeleri ile karşılamaktadır. Dolayısıyla finansman konusunda problem yaşamamaktadırlar.
- Ürün ve hizmetler ile ilgili istenilen standartların karşılanması ve belgelenmesi konusunda problem yaşanmamaktadır. Ancak işletmelerin ülkelerin istediği farklı standartlar ve kalite belgeleri konusunda bilgi eksikliği bulunmaktadır.

- Bartın limanını kullanamayan işletmeler tarafından taşıma maliyetleri bölge için önemli bir problem olarak değerlendirilmektedir.
- İşletme girdilerinde ithal ürün bulunmasından dolayı döviz kurlarındaki değişimden işletmeler olumsuz etkilenmektedir.
- Bürokratik işlemler işletmeler tarafında engel olarak nitelendirilmemektedir. Bu konuda farklı kamu kurumları tarafından çeşitli destekler sağlanmaktadır.
- Kültürel ve dil farklılıkları işletmeler tarafında ciddi bir problem olarak algılanmamaktadır.

Bu çalışma sonucunda Bartın ili özelinde ihracat engelleri sıralanmış ve bu engelleri gidermek için çeşitli öneriler sunulmuştur. Bu bulgular Bartın ili için önemli olmakla birlikte örneklemeden örnekleme değişeceği öngörülmelidir. Literatürde araştırmanın bulgularıyla benzer ve farklı sonuçlar bulunmaktadır.

İnsan kaynağı sorunu çalışma ve literatürde en fazla rastlanan sorundur. Çeşitli ülkelerde yapılan çalışmalarda KOBİ'lerde var olan insan kaynağı yetersizliği tespit edilmiştir (Suarez ve Ortega, 2003; Sönmez ve Arslan, 2007; Cahen vd., 2016; Gebrewahid ve Wald, 2017; Boscior, 2017; Sinkovics vd., 2018; Mendy vd., 2020). Çalışmamızdaki bir diğer sorun olan potansiyel pazarlar hakkındaki bilgi eksiliği de literatürde yaygın olarak görülmektedir (Suarez ve Ortega, 2003; Çoban, 2005; Sönmez ve Arslan, 2007; Özeltürkay ve Çerçel, 2014). Kur riski, çalışmamız ve literatürde yayında olarak rastlanan diğer bir engel olarak görülmektedir. Özellikle kur dalgalanmaları ve ithal girdi oranı yüksek olan ülkelerde kur riski büyük bir sorun olarak görülmektedir (Sönmez ve Arslan, 2007; Boşcor, 2017; Çetinkaya vd., 2018; Mendy vd., 2020). Çalışmamızda önemli bir diğer bulgu olan kurum içi eğitim eksikliği literatürde nadir olarak rastlanmaktadır. Mendy, Rahman ve Bal (2010) yaptıkları çalışmada eğitim veren kurum yetersizliğinden bahsetmişlerdir.

Çalışmada öz sermayesini kullanan işletmeler finansal bir sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Ancak literatürdeki bulgular genel olarak bunun tam tersi sonuçları vermektedir. Literatürde yaygın bir biçimde finansal yetersizlik önemli bir ihracat engeli olarak görülmektedir (Suarez ve Ortega, 2003; Keskin vd., 2009; İnan ve Nabıkoğlu, 2009; Camra vd., 2012; Özeltürkay ve Çerçel, 2014; Ağan ve Erdoğan, 2016; Boşcor, 2017; Wijayarathne ve Perera, 2018; Mokheth, 2019; Mendy vd., 2020). Çalışmanın literatürde farklılaşan bir diğer sonuç ise bürokratik engellerdir. Çalışmamızda bürokratik engeller işletmeler tarafından bir sorun olarak görülmezken literatürde yaygın bir sorun olarak görülmektedir (Sönmez ve Arslan, 2007; Keskin vd., 2009; Özeltürkay ve Çerçel, 2014; Cura ve Zerenler, 2017). Kültürel farklılıklar çalışmamız örnekleminde yer alan işletmeler için genel bir sorun olarak görülmezken literatürde kültürel farklılıklar konusunda sıkıntılar tespit edilmiştir (Khattak vd., 2011; Özeltürkay ve Çerçel, 2014; Sinkovics vd., 2018).

Elde edilen bulgular çerçevesinde karşılaşılan problemlerin çözümüne dönük birtakım öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler şöyledir:

- İşletmelerin büyük çoğunluğunda pazar araştırmasının yapılmadığı görülmüştür. İhracatın artırılmasında pazarların ve ürünlerin çeşitlendirilmesinin büyük önemi bulunmaktadır. İşletme çalışanların (üst yönetim dahil olmak üzere) pazar araştırmasının niçin ve nasıl yapılması gerektiği konusunda bilgilendirilmesi ve konunun önemi hakkında farkındalık oluşturulması, ihracatın artırılmasında önemli bir faktör olacaktır.
- İşletmeler kurum içi eğitim programları ile faaliyetlerinin etkinliğini arttıracaktır.
- Akademik danışmanlık sistemi kurularak işletmelerin kendi faaliyet alanlarına dönük araştırma yapan öğretim üyelerinden destek alması sağlanabilir.
- Bartın Üniversitesi'nde 60 farklı ülkeden 1300 kişiden fazla uluslararası öğrenci öğrenim görmektedir. Bu öğrenciler aracılığıyla farklı ülkeler ile iletişim kurularak ihracat artırılabilir.
- Türkiye'de Eximbank kredileri başta olmak üzere ihracatçılara sağlanan çok sayıda ve farklı yapıda kredi ve destek imkânı bulunmaktadır. İşletmelerin bu olanaklardan haberdar edilmesi ve desteklenmelerinin sağlanması ihracat kapasitelerinin artmasını destekleyecektir.
- İhracat işlemlerinde peşin ödeme yöntemi ihracatçıyı güvence altına alan en etkili yöntem olmakla birlikte müşteri portföyünün dolayısıyla ihracat hacminin artması açısından diğer ödeme yöntemlerinin de kullanılması gerekmektedir.
- İşletmeler müşterilerin özel talepleri doğrultusunda üretim gerçekleştirme kapasitesine sahiptir ve gerekli tüm kalite belgelerine sahiptirler. Bu kapasitenin farklı pazarlarda da kullanılması işletmenin ihracat hacmini arttıracaktır. Bu doğrultuda işletmelerin yeni pazar bulma konusunda teşvik edilmesi gerekmektedir.
- Teslim yönteminde ihracatçıyı güvence altına alan en etkili yöntem EXW teslim yönteminin Bartın'daki işletmeler tarafından tercih edildiği görülmüştür. Bu şekilde taşıma maliyetleri ve taşıma riskleri alıcı işletmeye yüklenmektedir.
- Yurtdışında herhangi bir depo, acente, bayi vb. iştiraki bulunan işletmelerin dış ticaret hacminin daha yüksek olduğu çalışma sonucunda tespit edilmiştir. Bu doğrultuda işletmelerin iştirakler aracılığı ile çalışmalarının teşvik edilmesi bu konuda bilgilendirmelerin yapılması önem arz etmektedir.
- İşletmelerin bir kısmı fuarlara katılmakla birlikte tanıtım faaliyetleri katalog dağıtımı ile sınırlı kalmaktadır. İşletmelere tanıtım faaliyetlerini arttırmalarının yeni pazarlar ve müşteriler bulmaları açısından önemi konusunda bilgilendirme yapılmalıdır.
- Bartın'ın özellikle taşıma maliyetlerini arttırdığı ile ilgili dezavantajlı durum Filyos Vadisi projesinin hayata geçirilmesi ile avantajlı bir konuma dönecektir. Özellikle Karadeniz'e komşu olan ülkelerde mevcut ve potansiyel müşterilere daha az taşıma maliyeti ve daha hızlı teslim süreleri ile rekabette belirleyici olan fiyat ve teslim sürelerinde rekabet üstünlüğü sağlanacaktır.

- Bartın'da faaliyet gösteren işletmelerin kurumsal kaynak planlaması programı (ERP) kullanımı teşvik edilerek tedarik zinciri süreçlerinin iyileştirilmesi ve müşteri ilişkileri yönetimi programları (CRM) kullanımı teşvik edilerek de yurtdışı müşterilerle iletişimin etkin bir yapıya kavuşması sağlanabilir.
- Bölgede faaliyet gösteren işletmeler potansiyel müşterileri tespit etmek ve bunları mevcut müşteriler haline getirmek için fuar dışında bir strateji uygulamamaktır. Genellikle müşterilerin kendilerini bulduğunu belirtmektedirler. Bu nedenle pazarlama faaliyetlerini potansiyel müşteriler bulunması ve bu işletmeler mevcut müşteriler haline getirilmesi amacıyla pazarlama politikaları geliştirmeleri gerekmektedir
- İşletmeler rakipleri ile fiyat, kalite ve teslim süreleri ile rekabet etmektedir. Bölgede Filyos Limanı gibi işletmelerin kullanabilecekleri bir liman hem taşıma maliyetlerini düşürecek hem de teslim sürelerini kısaltacaktır. Bartın Organize Sanayi Bölgesinde hem Filyos Limanı'na hem de Bartın Limanı'na yapılabilecek demiryolu İşletme Liman arasındaki taşıma problemlerini ortadan kaldıracaktır.
- Bölgede demir-çelik sektöründe bir kümelenme mevcuttur. Demir-çelik sektörünün bölgede daha da etkili olması açısından sektöre yönelik teşvikler arttırılabilir. Yine bölgede tekstil sektöründe fason üretim yapan işletmeler vardır. Fason üretim yerine kendi markaları ile ihracat teşvik edilmelidir.

Bu çalışma sadece Bartın ilini kapsayacak şekilde gerçekleştirilmiştir. Bölgede yapımı devam eden Filyos limanının etkileri düşünüldüğünde sadece Bartın değil bölgeye yakın olan tüm illerde benzer çalışmaların yapılması önem arz etmektedir. Yapılacak çalışmalar bölgedeki dış ticaret engellerinin tespit edilmesine ve çözüme dönük önerilerin geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Böylece bölgedeki işletmelerin ihracat performanslarının arttırılması sağlanacaktır.

Kaynakça

- Ağan, Y. ve Erdoğan, E. (2016). The perception of export barriers by turkish manufacturing firms. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 53, 614.
- Akimana, V. (2017). Internal and External Factors Affecting Exporting SMEs in Rwanda. In *Management Challenges in Different Types of African Firms* (pp. 37-58). Springer, Singapore.
- Boşcor, D. (2017). Barriers faced by Romanian SMEs in exporting. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences*, 10(1), 203-208.
- Cahen, F. R., Lahiri, S. ve Borini, F. M. (2016). Managerial perceptions of barriers to internationalization: an examination of Brazil's new technology-based firms. *Journal of business research*, 69(6), 1973-1979.

- Camra- Fierro, J., Centeno, E., Al- Hyari, K., Al- Weshah, G. ve Alnsour, M. (2012). Barriers to internationalisation in SMEs: evidence from Jordan. *Marketing Intelligence & Planning*.
- Cura, F. (2017). İşletmelerin ihracat faaliyetlerinde karşılaştıkları sorunların ihracat tecrübeleri ile ilişkisi: Konya otomotiv yan sanayiine yönelik bir uygulama. *Social Sciences Studies Journal*, 3(5), 110-118
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. ve Tunç, H. (2018). Kobilerde dış ticaret sorunları: Antalya İli örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 381-398.
- Çoban, S. (2005). Kayseri mobilya sanayinin dış ticaret yapısı ve sorunlarına yönelik bir araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2005(2), 73-82.
- Çütcü, İ., Özdemir, A. ve Erkan, H. (2017). Kobi'lerin ihracat piyasalarında karşılaştığı sorunlara ilişkin algıları: Gaziantep'teki kobiler üzerine bir araştırma. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 6(5).
- Eurostat (2020, Nisan 14). International trade in goods by enterprise size. Erişim adresi https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/International_trade_in_goods_by_enterprise_size.
- Erkuş, A. (2013). Davranış Bilimleri İçin Bilimsel Araştırma Süreci, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Gebrewahid, G. G. ve Wald, A. (2017). Export barriers and competitiveness of developing economies: the case of the Ethiopian leather footwear industry. *Journal of African Business*, 18(4), 396-416.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe Yöntem ve Analiz, Seçkin Yayınları, Ankara.
- Investopedia. (2020, Nisan 17). Internationalization. Erişim adresi <https://www.investopedia.com/terms/i/internationalization.asp>.
- İnan, H. ve Nakıboğlu, Ö, B. (2009). Kobilerin ihracatta karşılaştıkları engellerin belirlenmesine yönelik mobilya sektöründe gerçekleştirilen bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 228-246.
- Kahiya, E. T. (2013). Export barriers and path to internationalization: a comparison of conventional enterprises and international new ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(1), 3-29.
- Kahiya, E. T. (2017). Export barriers as liabilities: near perfect substitutes. *European Business Review*, 29 (1), 61-102.

- Keskin, G., Koşan, A. K. ve Ayık, Y. Z. (2009). Bölgesel gelişme aracı olarak KOBİ'ler ve ihracat sorunları (Erzurum'da bir araştırma). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(2), 279-290.
- Khattak, J. K., Arslan, M. ve Umair, M. (2011). SMEs' export problems in Pakistan. E3 Journal of Business Management and Economics, 2(5), 192-199.
- Leonidou, L. C. (1995). Empirical research on export barriers: review, assessment, and synthesis. Journal of International Marketing, 3(1), 29-43.
- Leonidou, L. C. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. Journal of Small Business Management, 42(3), 279-302.
- Masum, M. ve Fernandez, A. (2008). Internationalization Process of SMEs: Strategies and Methods. Master Thesis, Mälardalen University School of Sustainable Development of Society and Technology Västerås Sweden
- Mendy, J., Rahman, M. ve Bal, P. M. (2020). Using the "best- fit" approach to investigate the effects of politico- economic and social barriers on SMEs' internationalization in an emerging country context: Implications and future directions. Thunderbird International Business Review, 62(2), 199-211.
- Merriam, S. B. (2018). Nitel Araştırma Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Mokhethi, M. C. (2019). The perceived export barriers of micro, small, and medium enterprises: an analysis from lesotho-based manufacturing Enterprises. Manag Econ Res J, 5(2019), 7683.
- Mpunga, H. S. (2016). Examining the factors affecting export performance for small and medium enterprises (SMEs) in Tanzania. Journal of Economics and Sustainable Development, 7 (6), 41-51
- Neupert, K. E., Baughn, C. C., ve Dao, T. T. L. (2006). SME exporting challenges in transitional and developed economies. Journal of Small Business and Enterprise Development, 13 (4), 535-545.
- OECD. (2020, Mayıs 1). Barriers to SME Access to International Markets. Erişim adresi <https://www.oecd.org/cfe/smes/glossaryforbarrierstosmeaccessstointernationalmarkets.htm>.
- Olejnik, E. ve Swoboda, B. (2012). SMEs' internationalisation patterns: descriptives, dynamics and determinants. International Marketing Review, 29(5), 466-495.
- Özeltürkay, E. Y. ve Çerçel, S. (2014). Organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren firmaların karşılaştıkları ihracat engelleri: Mersin Tarsus organize sanayi

- bölgesinde bir uygulama. Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi, 4(2), 271-286.
- Paul, J., Parthasarathy, S. ve Gupta, P. (2017). Exporting challenges of SMEs: a review and future research agenda. *Journal of World Business*, 52(3), 327-342.
- Pinho, J. C. ve Martins, L. (2010). Exporting barriers: insights from Portuguese small- and medium-sized exporters and non-exporters. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(3), 254-272.
- Rantanen, L. (2020). Barriers to high-tech SME internationalization: finnish health-tech companies entering Saudi Arabian market. Master Thesis, Turku University.
- Revindo, M. D. (2017). Types and severities of export barriers: evidence from Indonesian SMEs. *Economics and Finance in Indonesia*, 63(2), 150-175.
- Revindo, M. D., Indrawati, S. M. ve Massie, N. W. G. (2019). Policy Options to Remove Export Barriers Encountered by Indonesian SMEs. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 8(1), 37-69.
- Sağlam, M. (2019). Firma ve Yönetici Özelliklerine Göre İhracat Performans Düzeylerinin İncelenmesi: İstanbul İli İhracatçı Firmalar Üzerine Bir Araştırma. *Yıldız Social Science Review*, 5(1), 85-102.
- Silva, J. R., Franco, M. ve Magrinho, A. (2016). Empirical investigation of the effects of industry type and firm size on export barriers. *Journal of Business Economics and Management*, 17(6), 1052-1065.
- Sinkovics, R. R., Kurt, Y. ve Sinkovics, N. (2018). The effect of matching on perceived export barriers and performance in an era of globalization discontents: Empirical evidence from UK SMEs. *International Business Review*, 27(5), 1065-1079.
- Sönmez, A. ve Arslan, A. R. (2007). İhracat yapma şekline göre karşılaşılan sorunlar; mobilya endüstrisi örneği. *Politeknik Dergisi*, 10(4), 403-409.
- Sönmez, V. ve Alacapınar, F. G. (2013). Örneklandırılmış Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Suarez-Ortega, S. (2003). Export barriers: insights from small and medium-sized firms. *International Small Business Journal*, 21(4), 403-419.
- Tekin, E., ve Nas, T. İ. (2017). Firma ve Üst Düzey Yönetici Özelliklerinin Türkiye'de Faaliyette Bulunan KOBİ'lerin İhracat Performansı Üzerindeki Etkisi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 72(4), 1185-1217.

- Tesfom, G. ve Lutz, C. (2006). A classification of export marketing problems of small and medium sized manufacturing firms in developing countries. *International Journal of Emerging Markets*.
- TİM (2020, Nisan 24). İhracat rakamları. Erişim adresi <https://www.tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari>.
- TÜİK (2020, Nisan 27). KOBİ ihracat oranları. Erişim adresi <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30664>.
- Ulaş, D. (2009). Küreselleşme Sürecinde Dışa Açılma Stratejileri, Nobel yayınevi, Ankara.
- Uner, M. M., Kocak, A., Cavusgil, E. ve Cavusgil, S. T. (2013). Do barriers to export vary for born globals and across stages of internationalization? An empirical inquiry in the emerging market of Turkey. *International Business Review*, 22(5), 800-813.
- Westhead, P., Wright, M. ve Ucbasaran, D. (2004). Internationalization of private firms: environmental turbulence and organizational strategies and resources. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(6), 501-522.
- Wijayarathne, J. M. D. S. ve Perera, M. P. S. R. (2018). Sri Lankan SMEs and perceived export barriers: evidence from manufacturing sector. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 1-10.
- Wolff, J. A. ve Pett, T. L. (2000). Internationalization of small firms: an examination of export competitive patterns, firm size, and export performance. *Journal of Small Business Management*, 38(2), 34-47.
- WTO (2016, Mayıs 15). Leveling the trading field for SME'S. Erişim adresi https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/world_trade_report16_e.pdf
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık, Ankara.



Kitap Değerlendirmesi, Gönderim Tarihi: 08.03.2021; Kabul Tarihi: 27.05.2021

A Comparative Study of de Certeau and Fiske: Based on the Concepts of “Tactics and Strategies”

Dr. Hüseyin KARAKUŞ

karakushus62@gmail.com, Orcid ID: 0000-0003-4043-2935

Introduction

This paper will particularly deal with the practices of cultural consumption based on de Certeau’s most notable two concepts: “strategy” and “tactics”. Though acknowledging that “consumption is never a passive enterprise”, as emphasized by De Certeau in *the Practice of Everyday Life*; this study will try to oppose to some idealized conception of the everyday consumption; principally focusing on the ideas of John Fiske, in *Understanding Popular Culture* and *Reading the Popular*, as one of “the most enthusiastic supporters” of de Certeau, and will try to challenge to the wide-known perception of him “as a theorist of the little victories” by suggesting that “the tactics that de Certeau makes mention are not libratory in the material sense of the word as they do no more than disrupt the fatality of the established order” (Buchanan, 2000: 99). Moreover it is important to note that though de Certeau and Fiske tend to be evaluated within the same “empowerment discourse” in the study of popular culture, what seems to have been underestimated is the very fact that de Certeau’s theory of “resistance” differs from the one that is greatly employed by Fiske in the sense that de Certeau’s interest is in “subtle movements of escape and evasion” (Buchanan, 2000: 94). In other words, the aim of this study is to emphasize that de Certeau in *the Practice of Everyday Life* does not offer a study of everyday resistances to the power in the sense Fiske argues; but, draws a picture of how people make their everyday lives.

A Reading on de Certeau

“In a field overly enamored of the contemporary, de Certeau offers the historian’s detailed appraisal of the past. In a field obsessed with the local, de Certeau offers itineraries to elsewhere. In a field where culture tends to be synonymous with the US model, de Certeau points to the other. In a field awash in ordinary, de Certeau grasps the singular. In a field beset with nihilism, de Certeau evokes abiding faith in human history. In a field associated with celebrity stardom, de Certeau provides beguiling self-effacement” (An anonymous reviewer; as cited in Highmore, 2006:xii).

APA: Karakuş, H. (2021). A Comparative Study of de Certeau and Fiske: Based on the Concepts of “Tactics and Strategies”. *Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 12 (23), 232-238.

APA: Karakuş, H. (2021). De Certeau ve Fiske'nin “Taktik ve Strateji” Kavramlarına Dayalı Karşılaştırmalı Bir Çalışma. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (23), 232-238.

De Certeau is intellectually an exciting thinker in the sense that he was a man greatly interested in the practices of everyday life, "in what constituted the ordinary" (Ward, 2000:2). Following the "French tradition of concern about 'everyday life'", that particularly came visible in the work of historians associated with the Annales School (Dant, 2003:71); de Certeau offered a distinctive way of interpreting the "everyday life" in the societies of the twentieth century, where the consumer capitalism reigned. He was virtually unique amongst other theorists in that he "concentrated mainly on issues of resistance and agency, rather than extant systems of power and dissimulation" (Gardiner, 2000:168). However, he was also the one whose theories, particularly that of "strategies and tactics"; were, and still are, the most poorly interpreted (Buchanan, 2000:86), as will be discussed in the following parts of the study.

De Certeau's focus, as one of the least pessimistic thinkers, on the "everyday life" was unusual, particularly when compared to the theorists of Frankfurt School for whom "everyday life under modernity was thoroughly routinized and degraded" (Gardiner, 2000:158). In *the Dialectic of Enlightenment*, Adorno with Horkheimer emphasized that the everyday life under the dominance of culture industries; which led not only to the commodification and standardization of cultural forms, but also to "the standardization and automatization of responses", served particularly well to weaken the individual resistance to the dominant ideology of capitalism (Gardiner, 2000:160). In a field, where the role of the individual was confined to "moving about, working, eating, and sleeping in a series of technocratically constructed and utilitarian spaces within which nothing was left to chance" (Gardiner, 2000:170), de Certeau said something revolutionary: "People walk their own way through the grid of city streets. People read in ways that escape the social hierarchy and 'imposed system' of written texts" (as cited in Davis, 2008).

De Certeau, referring to Foucault's analysis of "discipline" in *Discipline and Punish*, commented that (1984: xiv):

"If it is true that the grid of "discipline" is everywhere becoming clearer and more extensive, it is all the more urgent to discover how an entire society resists being reduced to it, what popular procedures...manipulate the mechanisms of discipline and conform to them only in order to evade them, and finally what 'ways of operating' form the counterpart, on the consumer's...side, of the mute processes that organize the establishment of socioeconomic order".

Though he acknowledged the very fact that "the individuals were caught up in the nets of discipline" (1984: xiv), de Certeau wanted to understand anti-disciplines, "the silent and unacknowledged forms of resistance" (Gardiner, 2000:168), particularly detected in the activities of everyday consumption.

"De Certeau was critical of the impact of consumer society" but, unlike the

Frankfurt theorists' view of the individual; that is he/she was "assumed to be passive and guided by the established rule", he "investigated the ways through which individuals manage to maintain some control of their everyday lives" (Dant, 2003:75). In *the Practice of Everyday Life*, de Certeau argued that "consumption is never a passive enterprise; rather it is another form of production as it involves consumer's art of using and making-do with objects". He emphasized that the role of the individual was not solely confined to consuming, but "producing" as well. However this sort of production that de Certeau mentioned was different from the capitalist modes of production in the sense that it did "not manifest itself in products as such but, rather through its ways of using the products imposed by a dominant order" (as cited in Buchanan, 2000:83); as, for instance, exemplified in indigenous Indians' confrontation to the Spanish colonizers (1984: xiii):

"Submissive, and even consenting to their subjection, the Indians nevertheless often made of the rituals, representations, and laws imposed on them something quite different from what their conquerors had in mind; they subverted them not by rejecting or altering them but by using them with respect to ends and references foreign to the system they had no choice but to accept... They escaped it without leaving it. The strength of their difference lay in procedures of consumption".

In contrast to the theorists of Frankfurt School, de Certeau emphasized that the popular masses are not victims of "false-consciousness" as they do not simply internalize the values and beliefs supplied to them" (Gardiner, 2000:171), as detected in the everyday activities of consumption that were "tactical" in character.

On the Concepts of "Strategy" and "Tactics"

De Certeau makes it clear that consumer capitalism is certainly oppressive and domineering. However, he also points out, "ultimately it cannot fully contain the spontaneous and imaginative energies of the individual" (as cited in Gardiner, 2000:164) operating in a regular daily routine. "Talking, reading, dwelling, shopping, cooking, etc" – all these are spheres in which the individual creativity makes itself visible.

As Ahearne points out (as cited in Gardiner, 2000:168) "de Certeau's work on everyday life resolves primarily around the distinction between 'tactics' and 'strategies'". According to de Certeau, "strategy is a technique of place, and tactics is a technique of space" (as cited in Buchanan, 2000:89); that is "the powerful construct 'places' where they can exercise their power-cities, shopping malls, schools, workplaces, and houses whereas the weak make their own spaces within those places by making the places temporarily theirs as they move through them, occupying them for as long as they need or have to" (Fiske, 1989:32). In other words, "the place of a tactic belongs to the other". Tactics are the characteristic of everyday practice that "insinuates itself into the other's place silently and almost

invisibly" since being without a place, tactics are dependent on time, watching for opportunities and manipulating events" (de Certeau, as cited in Dant, 2003:79). Tactics, "as the arts of the weak" (de Certeau: 1984:37), are opportunistic and spontaneous; and employed when an individual "does not possess strong resources for resistance or autonomy". Strategies, on the other hand, sharply contrasting with tactics, are determined with the presence of a proper place intended to serve as a "homebase" for the exercise of power and domination" (de Certeau, as cited in Gardiner, 2000:172). Buchanan emphasizes that "strategy works to limit sheer number of variables affecting us by creating some kind of protected zone, a place in which the environment can be rendered predictable if not properly tamed" whereas tactics "is the approach one takes to everyday life when one is unable to take measures against its variables" (2000: 89). In other words, tactics, referring to the practices that strategy has not been able to tame, make themselves visible in lack of authority.

A Reading on de Certeau from the Eyes of Fiske

John Fiske in *Understanding the Popular* (1989b:193) suggests that what he attempts to do is to outline a theory of popular culture that "is both positive and optimistic". Applying the theories of de Certeau, Barthes, Hall, and Bakhtin, "that are European in origin", to the popular culture of the United States; Fiske gives a reading of popular culture products, ranging from "shopping malls to Madonna, from beaches to jeans" (1989b:x).

Fiske, seeing "popular culture as a site of struggle", concentrates on the popular tactics by which the dominant forces are coped with, evaded or resisted (1989b:20). According to Fiske, who particularly employs the theories of de Certeau; popular culture, "barring the traces of the constant struggle between domination and subordination", assumes the potential for a "social change" (1989b:19), in which "the tactics of everyday life" are to play a vital role. However what seems to have escaped from Fiske, as one of the most enthusiastic supporters of de Certeau's theories, particularly that of "tactics and strategies", is the very fact that "de Certeau's interest is not in the production of difference, but in the different productions", as Buchanan puts into words (2000:94).

According to Fiske "everyday life is constituted by the practices of popular culture, and is characterized by the creativity of the weak in using the resources provided by a disempowering system while refusing to submit to that power" (1989b:47), as popularized in the theory of "excorporation". Excorporation, as he puts forward (1989b:15) refers to "the process by which the subordinate make their own culture out of the resources and commodities provided by the dominant system". He argues that the study of "popular culture requires the study not only of the cultural commodities out of which it is made, but also the ways that people use them" (1989b:15), reproducing the theories of de Certeau who advocates that "what is counted is the ways of using not what is used" (1984:35). Though Fiske never denies

that his analysis of the popular culture mostly is based on the theories of de Certeau, what is disturbing about Fiske's analysis is his overwhelming optimism of consumer capitalism and his celebration of the popular culture for its "empowering" quality as, for instance, detected in his example of "torn-jeans". Fiske suggests that "wearing torn jeans is an example of the contradictions that are so typical of popular culture, where what is to be resisted is necessarily present in the resistance to it" (1989b:4).

"Torn-jeans" are not the only examples used by Fiske to explain the theory of "excorporation". For instance; according to Fiske, Madonna, as a popular icon, serves to the "feminine resistance" in the sense that "her image is a site of semiotic struggle between the forces of patriarchal control and feminine resistance, of capitalism and the subordinate, of the adult and the young" (1989a: 87). Fiske asserts that while Madonna's performance could easily be read as a celebration of sexist patriarchal male pleasures, some girls in the audience may "excorporate" the message that Madonna "celebrates females taking charge of their own sexuality in a liberating way". Even the excess in her appearance, according to Fiske; that is "excesses of jewelry, of make-up, of trash in her style", invite the viewer "to question ideology and offers scope for resistance" (1989a:105).

De Certeau's (1984) depiction of "consumer-as-trickster" has also been employed by Fiske. According to Fiske, "shopping mall as the terrain of 'guerilla warfare'" is where the "art and tricks of the weak" can cause most damage on (1989a:14). For instance, Fiske too optimistically interprets an apron bearing the slogan "Woman's place is in the mall" as women's subversion of patriarchy; taking this interpretation further, he compares shopping women with guerrillas for the way "they resist marginalization by spending their husbands' money" (1989a:15). Moreover Fiske asserts that "buying commodities offers a sense of freedom and subversion of dominant ideologies; therefore, consumption should be celebrated for its empowering quality" (as cited in Bilgin, 2010:310).

Considering all the assumptions discussed above, regarding the study of everyday life, it is without doubt that Fiske celebrates popular culture, under the dominance of consumer capitalism, for its "empowering quality". However, the disturbing facts lies in his study of popular culture; as, for instance, detected in his "interpretation of any ways of operating or consumers' meaning-making labor as *subversion*", as suggested by Bilgin, (2010:310). As Bilgin (2010: 310) emphasizes "one may question whether the apron example Fiske uses can still be considered a sign of subversion if the slogan has been conceived by a male designer or if the apron is a gift from a man". Though the same criticism can also be applied to de Certeau; that is he "seems to underestimate the extent that acts of consuming are socially structured and bound by social relations as well as institutions" (Bilgin, 2010:311); de Certeau never speaks of consumerism in a celebratory way; nor gives an emphasis on its "empowering quality" as he is "not relying on a conception of the perfectly rational, autonomous subject" (Gardiner, 2000:173). Though, for de Certeau, the consumer is

never characterized as being "passive, dupe, spectator or slave" (Bilgin, 2010: 307); he/she is never assumed to be "the master". In this sense, consumers, though trapped in a dominating and manipulative system, are "poachers", armed with "clever tricks, knowing how to get away with things, hunter's cunning" (de Certeau, 1984: xix).

"Resistance", on the other hand, is another concept that seems to have been poorly understood by Fiske. De Certeau's use of "resistance" should be evaluated within the material sense of the word; that is "resistance" in de Certeau, refers to the movements of "escape" and "evasion". However, Fiske makes use of the word in such a way that "resistance" refers to the altering of the dominant, as, for instance, exemplified in his view on feminist movement suggesting that "individual women, in their lives, constantly make 'guerrilla raids' upon patriarchy, win small, fleeting victories. And gradually, reluctantly, patriarchy has to change in response" (1989b:20). De Certeau's resistance, on the other hand, does not aim at structural changes on the system; but rather an "escape" from it.

Conclusion

Within a pessimistic picture of the consumer and the modern society in the field of cultural studies, de Certeau evoked optimism in the sense that he offered "the possibility of theorizing everyday life" (Buchanan, 2000b:94). In contrast to the depiction of the consumer as a mindless, passive creature, thoroughly pacified by the ideology of consumerism; de Certeau talked about the "cunningness" of people. In a field where it was already asserted that "conformity" has replaced "consciousness"; de Certeau advocated that everyday life was full of activities that might resist to the pressure to conform.

However, as he became increasingly recognized within the field, and his theories became more appealing to other cultural theorists; he faced with the potential of misinterpretation. As discussed in this study, within the theories of de Certeau "tactics and strategies" are the most recognized; but also poorly understood and idealized ones, as already discussed in Fiske's analysis of popular culture. It is without doubt that "de Certeau's arguments regarding the nature of consumption challenged a range of orthodoxies" (Gardiner, 2000:179). However, though he seems to "overemphasize the resistant qualities of everyday consumption" (Gardiner, 2000:179), it would be inconvenient to suggest that de Certeau attributes "utopian" qualities to popular consumption, as in the case of Fiske.

References

Bilgin, E. (2010). "An interdisciplinary review of resistance to consumption, some marketing interpretations, and future research suggestions" in *Consumption Markets & Culture*, Vol.13, No.3, p. 299-323.

- Retrieved from <http://docs.business.auckland.ac.nz/Doc/Review-of-resistance-to-consumption-marketing-interpretations-future-research-suggestions.pdf>.
- Buchanan, I. (2000). Introduction to "Other People: Ethnography and Social Practice" in *the Certeau Reader* (eds. Ward, G.), Oxford: Blackwell Publishers, p. 97-101.
- Buchanan, I. (2000) "Tactics and Strategies" in *Michel De Certeau: Cultural Theorist*, London: Sage Publications, p. 86-108.
- Dant, T. (2003). "The Critique in Everyday Life" in *Critical Social Theory*, London: Sage Publications, p. 65-85.
- De Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life*, Berkeley: University of California Press, Volume 1, California: California Press.
- Fiske, J. (1989a). *Reading the Popular*, New York: Routledge.
- (1989b). *Understanding Popular Culture*, New York: Unwin Hyman, p. 1-49.
- Gardiner, M. (2000). "Michel de Certeau: the cunning of unreason" in *the Critique of Everyday Life*, New York: Routledge, p. 157-180.
- Highmore, B. (2006). Preface and Acknowledgements in *Michel de Certeau: Analysing Culture*, New York: Continuum International Publishing Group, p. ix-1.



Derleme Makale, Gönderim Tarihi: 16.05.2021; Kabul Tarihi: 27.05.2021

A Promising Opportunity for the Integration of Syrian Refugees in Turkey: New Targets in Accessing the Labor Market through Vocational Education and Training

Prof. Dr. Mahmut ÖZER

Milli Eğitim Bakanlığı

mahmutozer2002@yahoo.com, Orcid ID: 0000-0001-8722-8670

Abstract

In recent years, the wars across the world have dramatically increased the demographic mobility among countries. Particularly, the Syrian civil war led to the displacement of millions of people within Syria and also caused the leave of Syrians from their country. The responsibilities of neighboring countries have increased considerably. Turkey, which has been implementing 'open-door diplomacy' since 2011, is the country hosting the highest number of refugees in the world as of 2021. This study evaluates Syrian refugees' access to vocational education and training (VET) in Turkey. In this context, the importance of policies to increase access to vocational training centers (VTCs), which have a major potential in facilitating their transition to the labor market and supporting their social integration, is highlighted. In addition, new steps taken by the Ministry of National Education (MoNE) towards the integration of Syrian migrants are discussed.

Keywords: Syrian refugees, vocational education and training, integration, labor market

JEL Classification: H52, I24, I25

APA: Özer, M. (2021). Promising Opportunity for the Integration of Syrian Refugees in Turkey: New Targets in Accessing the Labor Market through Vocational Education and Training. Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 12 (23), 239-251.

APA: Özer, M. (2021). Suriyeli Göçmenlerin Entegrasyonu İçin Önemli Bir İmkân: Mesleki Eğitim Üzerinden İşgücü Piyasasına Erişimde Yeni Hedefler. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (23), 239-251.

Türkiye’de Suriyeli Göçmenlerin Entegrasyonu İçin Önemli Bir İmkân: Mesleki Eğitim Üzerinden İşgücü Piyasasına Erişimde Yeni Hedefler

Öz

Dünyada son yıllarda yaşanan savaşlar ülkeler arasında demografik hareketliliği çok dramatik bir şekilde artırmıştır. Bu bağlamda Suriye iç savaşı milyonlarca insanın Suriye içerisinde yer değiştirmesine yol açarken bir o kadar da Suriyelinin ülkelerini terk etmelerine yol açmıştır. Elbette bu süreçte komşu ülkelere düşen sorumluluklar oldukça artmıştır. 2011 yılından itibaren ‘açık-kapı diplomasisi’ uygulayan Türkiye, 2021 yılı itibariyle dünyada en fazla göçmene ev sahipliği yapan ülke konumundadır. Bu çalışmada Suriyeli göçmenlerin mesleki eğitime erişim durumları değerlendirilmektedir. Bu bağlamda, işgücü piyasalarına geçişlerini kolaylaştırmada ve toplumsal entegrasyonlarını güçlendirmede önemli potansiyele sahip mesleki eğitim merkezlerine erişimi artırmaya yönelik geliştirilecek politikaların önemine vurguda bulunmaktadır. Ayrıca, Milli Eğitim Bakanlığı tarafından Suriyeli göçmenlerin entegrasyonuna yönelik atılan yeni adımlar değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Suriyeli göçmenler, mesleki eğitim, entegrasyon, işgücü piyasası

JEL Sınıflandırması: H52, I24, I25

Introduction

In recent years, there has been a remarkable increase in the number of people forced to leave their country due to wars and violence. The increase has heaved in sight in demographic mobility, increasing from 33.9 million in 1997 to 68.5 million in 2017 (UNHCR, 2017). One of the major reasons for the increase is the Syrian civil war (Cantekin, 2019). One of the greatest demographic movements of the century was experienced with the start of the war in 2011. Turkey has demonstrated the most humanitarian approach and has opened the borders to Syrians who are victims of war with its 'Open-Door Policy'. Additionally, Turkey has conducted comprehensive projects to increase their access to health, education and fundamental humanitarian services. Currently, Turkey is the country hosting the highest number of refugees in the world, with a population of approximately four million (Adalı & Türkyılmaz, 2020; Cantekin, 2019). The age interval of Syrian refugees is comparatively quite young, and it is critically important for education and access to the labor market in the long term (Adalı & Türkyılmaz, 2020).

Education is particularly important in the structural integration of refugees (Koehler & Schneider, 2019). In this context, the education needs of Syrians, who initially lived in camps in border provinces in Turkey, were met in the camps. For this

purpose, temporary education centers (TECs) were established in the camps, and education was provided in Arabic language and based on Syrian curriculum in order to facilitate their adaptation to Syria after the war period. In fact, this approach represents the first phase of refugee education policies in Turkey and is mostly based on the prediction that the war will end in a short time and Syrian refugees will return to their countries (Emin, 2016). However, this prediction became inaccurate as time passed, and revisions in refugee education policies have become inevitable (Unutulmaz, 2017, 2019). The Turkish language courses are also included in TECs program in addition to Arabic language, and the curriculum is revised without a major change in its structure.

Meanwhile, the mobility of Syrian refugees towards out of the camps has increased. Movements have started to increase, especially towards the provinces where the labor market provides more potential for employment. TECs have also become more widespread outside the refugee camps and in different provinces of Turkey. For example, while only 36 of the 425 TECs in 21 provinces located in camps in 2017, the vast majority of TECs provided educational services outside of the camps (Unutulmaz, 2019).

As the war maintains its effect in Syria, education policies in Turkey evolved from temporary approaches to the permanent solutions (Bircan & Sunata, 2015; Emin, 2016). As the number of Syrians and their duration of stay increased, the necessity of new regulations has emerged. Consequently, Syrian refugees have been taken under temporary protection with the Foreigners and International Protection Law No. 6458 which was published in the Official Gazette (11 April 2013, no. 28615). The educational services for Syrian children were revised comprehensively through the circular titled 'Education and Training Services for Foreigners' (no. 2014/21) and published by the MoNE in 2014. Based on this regulation, Syrian children were enabled to enroll in Turkish public schools in addition to TECs. After 2016, TECs were expected to be closed over a three-year period without new registration based on the purpose of full integration of Syrian refugees with the Turkish formal education system (Unutulmaz, 2019). After this stage, the enrollment of Syrian refugees in Turkish public schools at all levels has remarkably increased. TECs have been closed by the end of 2020.

MoNE has taken important steps to facilitate the integration of Syrian children into the education system after the regulation in 2016. Firstly, the "Project on Promoting Integration of Syrian Kids into the Turkish Education System" (PIKTES) was initiated in cooperation with the European Union (EU) (Dolapcıoğlu & Bolat, 2019; Tüzün, 2017). Within the scope of the project, Syrian children in school-age are supported with Turkish and Arabic language. Additionally, they are provided remedial education for basic skill deficiencies, transportation for education, psychosocial support, and educational materials free of charge (Sarmini, Topçu, & Scharbrodt, 2020). Thus, Syrian children were supported comprehensively to facilitate their transition to Turkish public schools. These policies have yielded positive results, and the enrollment rate of

Syrian children to primary education has increased over time (Emin, 2016, 2019). MoNE currently continues the PIKTES project, which aims to integrate Syrian children into the education system.

On the other side, vocational education and training (VET) is not adequately highlighted in the integration of Syrians into the Turkish education system. In this regard, Germany has made significant improvements in social integration of immigrants through the advantages of dual VET system (OECD, 2017; Stoewe, 2018; Tanrikulu, 2020). Based on this approach, Germany both supports the integration of immigrants, and also tries to meet the human resource need of its labor market (Hindy, 2018). The first steps considering the advantages of VET for immigrants' integration have started to be taken in the 2020s in Turkey. This study evaluates the level of Syrians' access to VET within transition of refugees to public schools after 2016, and the potential of VTCs offering dual VET and significant opportunities for participation to the labor market as in Germany. Based on discussions, suggestions for improving the refugees' integration through VET are made.

1. Vocational Education and Training in Turkey

As it extends a long time and tradition, VET has a major role in secondary education in Turkey. VET in secondary education is offered through two options in Turkey: *Vocational and Technical Anatolian Highschools* (VTAHs) and *Vocational Training Centers* (VTCs). Both options cover four-year education, while the VET program is more academic and theoretical in VTAHs, it is more practical based in VTCs. On-the-job training is provided one day a week at school and other days in companies in VTCs (Özer, 2018, 2019a, 2019b). Therefore, VTCs combine on-the-job training in schools and companies, mostly similar to the dual VET system in Germany. VTC also covers the traditional apprenticeship, journeyman and mastership programs. While the number of students studying in VET at secondary education level is around 1.5 million in Turkey, about 10% of VET students in VTCs.

The programs in VTCs differ significantly from those in VTAHs in terms of age flexibility in enrollment and support provided during the education (Özer, 2018). First of all, VTCs do not only address the high school age population including secondary school graduates, but are also accessible to adults. On the other hand, students enrolled in VTCs receive one third of the minimum wage and are insured against occupational diseases within the scope of occupational health and safety for four years (during their education period). Therefore, VTCs are accepted as a successful model in raising the human resources needed by local labor markets with its opportunities through active participation of the sectors. Employment rates of VTC students also show appreciation of the model: 88% of graduates are employed in their field of education, while 75% of them are employed in companies where they have been trained for four years.

Concrete steps have been taken for years to increase access to VET and reduce youth unemployment by facilitating the transition to the labor market in Turkey. Since the end of 2018, these steps have been planned and implemented in a more systematic way. The training programs in all available vocational fields have been updated in line with the demands of the labor market and aligned with national occupational standards (Canbal et al, 2020). The collaborations have been enhanced with the sectors in all vocational fields and the active participation of sector representatives in all aspects of VET has been promoted and ensured. The scholarship opportunities for students have been enriched in order to increase the attractiveness of VET among students. These systematic steps have started to be productive in a short time, and the number of students who take vocational track has been constantly increasing (Özer & Suna, 2019). Moreover, the preference of academically high-performing students towards VET has increased remarkably, and students from the top percentiles (top %1) have started to prefer VET programs in the last three years. In order to alleviate the skill mismatches in the labor market, new regulations have been made in order to balance the supply and demand in VET on a rational basis, and to increase the matching of VET high schools and institutions with the sector needs (Özer & Suna, 2020; Suna et al, 2020).

MoNE has attached a particular attention to on-the-job training in order to strengthen the cycle of education-production-employment in VET and supported the productions of students within this scope. In 2020, the amount of production made within this scope of VET has increased 100%. MoNE also established 43 R&D centers in VET institutions and focused on the production of patents, utility models, designs and brands within the scope of intellectual property. These improvements have led to a six-fold increase in the number of registered products compared to previous years (Özer, 2021a). The improved production capacity of VET contributed to production of materials such as masks, disinfectants, and face protective shields at the beginning of the Covid-19 pandemic, enabling them to deliver the required areas in a short time in 81 provinces of Turkey (Özer, 2020a, 2020b, 2020c). The production within the scope of VET was not only limited to these products, but it was also able to produce highly complex products from mask machines to respirators.

As a result, the improvements in the VET system have contributed a lot to meet the human resources needed by the labor market with all required standards (Özer, 2020d, 2020e). MoNE constantly conducts new projects to further improve the quality of VET (Özer, 2021a, 2021b; Özer, Gençoğlu, & Suna, 2020). Therefore, the opportunities offered by VET and the potential to reduce youth unemployment also create an important opportunity for the integration of Syrian refugees. Below, the potential of VET for the integration of Syrian refugees is discussed.

2. Syrian Refugees' Access to Vocational Education and Training

VET is one of the mostly used instruments in the integration of immigrants into their new country. Through the active use of VET, immigrants can participate in the labor market in a relatively short time and their employability increases. On the other hand, the schooling rates of immigrants seem to decrease in further levels of education in most countries. The reasons and suggestions for this problem are beyond the scope of this study. Therefore, VET leads to an important opportunity for social integration for immigrants who do not attend the advanced levels of education. A major problem of migrants who are outside the school age population is that they are obliged to work informally in the labor market (Del Carpio & Wagner, 2015; Siviş, 2020). In this case, they mostly work in inadequate conditions with low wages and without health insurance, and these lead to social disharmony. Therefore, access of immigrants to VET has a critical function especially for this age group.

The first comprehensive step regarding Syrians' participation in the education and labor market in Turkey was taken in 2016. Within this scope, it has been decided to close the TECs gradually and the collective integration of Syrian refugees to the Turkish education system was aimed. On the other hand, a new regulation for the legal participation of refugees' under temporary protection in the labor market in 2016 creates a legal framework for the participation of refugees in the labor market. This regulation is a comprehensive step towards the employment of Syrians in the labor market. Therefore, both steps have revealed the potential of VET for the integration of Syrians through its relation to the labor market. However, the potential of VET for the integration of refugees cannot be used adequately in Turkey (Şimşek, 2019; Tanrikulu, 2020).

While the Syrians' interest towards VET has stayed at a similar level since 2016, the first steps towards using the potential of VET more effectively were taken in the 2020s. "Social and Economic Integration through Vocational and Technical Education I and II" (SEUP I and SEUP II) and "Program for Facilitating the Access of Syrian and Host Communities to Employment through Quality Apprenticeships and Vocational Training in Turkey" (IMEP) projects have been initiated in cooperation with the MoNE and the German Development Bank (KfW). With these new projects, it is aimed to promote the integration of Syrians into the education system and the labor market.

SEUP projects are aimed to improve the infrastructure of VTAHs, which are located in provinces where Syrians are mostly populated, and to increase the access of Syrian children to VET through VTAHs. On the other side, the main focus of the IMEP is to improve the quality of apprenticeship training in VTCs rather than VTAHs. For this reason, it addresses and includes a wider group in the Syrian refugees. IMEP also includes support for the development of Turkish language skills of refugees.

As of 2021, a total of 13,739 Syrian students have enrolled in VET institutions: 10,835 of them in VTAHs and 2,904 of them in VTCs. The provinces with the highest number of Syrians and the number of Syrian students in VTAHs and VTCs are given in Figure 1 and Figure 2, respectively. Figure 1 shows that 85% of Syrian refugees are studying in VTAHs in the first ten provinces with the highest number of students. On the other hand, 71% of refugees are studying in VTCs in the top ten provinces with the highest number of students.

Figure 1: Top Ten Provinces with the Highest Number of Syrian Refugees in VTAHs

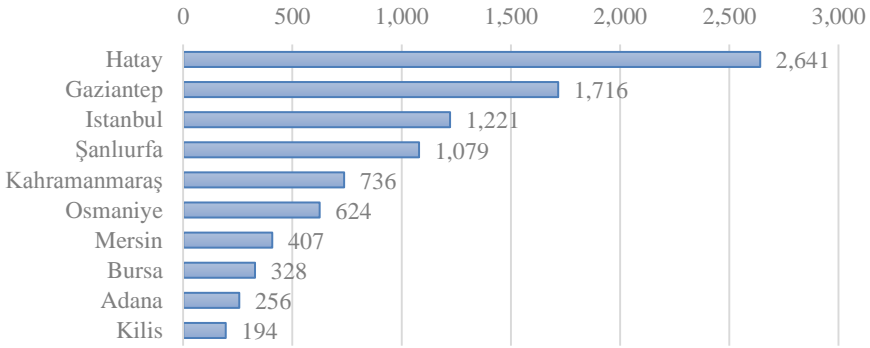
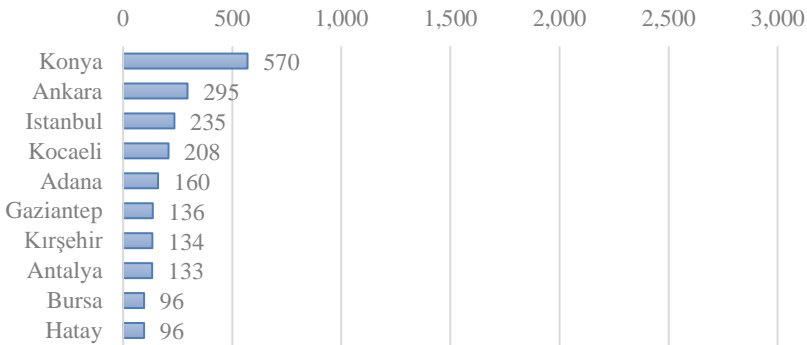


Figure 2: Top Ten Provinces with the Highest Number of Syrian Refugees in VTCs



The numbers in both Figure 1 and Figure 2 show that Syrians' access to VET is extremely limited. The rate of Syrians studying at VTCs, which is more advantageous especially in transition to the labor market, to total students in VTCs is only 2%. There is a need to reconsider the advantages provided by VTCs for refugees in this regard.

Providing a wage support of at least one third of the minimum wage every month during the training at VTCs will provide significant financial support for Syrian refugees. In addition, it is an important advantage that there is no age limit to enroll in VTCs. Hence, VTCs appear to be an effective option for Syrian migrants' smooth transition to the labor market.

MoNE announced an action plan to increase Syrians' access to VTCs in an assessment meeting in April 2021. In this manner, MoNE declared that the target is to increase the rate of Syrians studying at VTCs from 2% to 10% by the end of 2021 considering the inclusion of Syrian immigrants who are not of school age in VTCs (Anadolu Agency, 28 April 2021). For this purpose, a comprehensive study has been started in 15 provinces with the highest number of Syrians. This study aims to introduce the opportunities and advantages of VTCs for Syrian refugees in a detailed and comprehensive way. In particular, the IMEP project is intended to be used for increasing the participation of refugees in VTCs. On the other hand, active participation of local authorities in this process will be ensured through the participation of chambers of industry and commerce, local administrators and stakeholders in the selected provinces. There are successful examples of VET, especially in the provinces where Syrian refugees are highly concentrated, in cooperation with sector representatives and local actors (Siviş, 2020). These local experiences also highlight the potential of new projects of the MoNE for the refugees.

MoNE has been preparing to take another step for education and integration of refugees through VTCs. Within the scope of a new regulation, additional Turkish language support will be provided on the school days in order to support language skills of Syrian refugees in VTCs. When this regulation is put into practice, the quality of on-the-job training -which is mostly performed in companies- will also increase.

Conclusion and Discussion

Turkey is the country with the highest number of Syrian refugees since 2011 due to the civil war in Syria. Since the beginning of Syrian civil war, Turkey has made a rare sacrifice to provide comprehensive support for Syrians, from their shelter needs to their access to healthcare and education, and their transition to the labor market. The present study discusses Syrian refugees' access to VET and new projects by MoNE which facilitates Syrians' access to the labor market and supports their integration.

Turkey initially provided education services to Syrians with the expectation that the war would end and the refugees would return to their countries in a short while. Based on these expectations, the education of refugees is provided mainly in the TECs which are located in the camps and mainly with Syrian teachers based on the updated Syrian curriculum in the Arabic language. As the civil war continues and the number of Syrian migrants increases each year, permanent arrangements have been made

regarding the status of Syrians and their access to the available education services. Since 2016, the TECs have been closed gradually, and Syrians have been included in the Turkish education system. Many projects such as PIKTES, which provides multilevel support including Turkish language courses, have been conducted to facilitate participation of refugees in the Turkish education system.

With the contribution of this support, schooling rates of Syrians at primary and secondary education level are regularly increasing every year. However, the schooling rates decrease particularly in high school level. Many factors lead to this decrease; such as the participation in a new education system at intermediate level rather than primary level, and inadequate skills in the Turkish language (Taştan & Çelik, 2017). These reasons behind the low schooling of Syrian refugees at high school level are beyond the scope of this study. Education is one of the key factors in refugees’ socioeconomic achievement and overcoming their disadvantages in society (Koehler & Schneider, 2019). Therefore, this study examines Syrian refugees’ access to VET, which currently offers an alternative opportunity within the scope of education of immigrants.

VTCs, where on-the-job training is performed in companies four days in a week and academic education at school one day, present diverse advantages for Syrian refugees’ education. Providing wage support of at least one third of the minimum wage each month during four years of education and the flexibility in enrollment age lead a great potential as an instrument for both refugees in schooling age and adults in their integration into the labor market and society. Germany has been able to make significant improvement in social integration of Syrian refugees by using this instrument as well as for other immigrants’ integration into Germany in earlier periods (OECD, 2017; Stoewe, 2018; Tanrikulu, 2020). In Europe, dual VET systems, where VET is given in a company-based environment, are considered as instruments that provide effective access to stable and well-paid jobs in the labor market (Koehler & Schneider, 2019). Integration policies of immigrants in Europe are also predominantly based on VET (Aerne & Bonoli, 2021; CEDEFOP, 2019; Chadderton & Edmonds, 2015).

In Turkey, the education program in VTCs is mostly similar to the dual VET system in Germany, which has been successfully implemented for years. As shown in this study, Turkey has started to take new steps to use this powerful instrument more systematically in the 2020s. Main limitation is that Syrians’ access to VET is currently quite limited. It is quite significant to initiate a new policy to increase the rate of Syrians studying at VTCs from 2% to 10% by the end of 2021. In order to achieve this goal, MoNE has planned to include different stakeholders, from administrators in provinces where Syrians are concentrated, to chambers of industry and commerce, and these collaborations are perceived as quite positive by stakeholders. In a study on VET for immigrants, it is recommended to assess the vocational skills of immigrants in their country in advance (Ereş, 2017). In this context, assessing the vocational skills they already gained in Syria, especially for adults, and arranging the VTC programs based on needs will increase the efficiency of the training process and access to VTCs.

Although immigrants' access to VET is resisted by employers in most countries in Europe (Aerne & Bonoli, 2021), local authorities and sector representatives in Turkey are willing for their participation in the labor market (Siviş, 2020) and this increases the feasibility and possible achievement of the projects. Making new arrangements in VTC programs in a way that would promote refugees to improve their Turkish language skills shows how seriously the MoNE approaches the problem. As the new policy succeeds, the Turkish language skills of refugees will be improved and their transition to the labor market will be much easier. The advantages of the new approach make VTCs an attractive and effective option for adult Syrian refugees, too.

References

- Aerna, A. and Bonoli, G. (2021). Integration through Vocational Training. Promoting Refugees' Access to Apprenticeships in a Collective Skill Formation System. *Journal of Vocational Education & Training*, doi: 10.1080 / 13636820.2021.1894219.
- Anadolu Agency (2021, 28 April). *Syrian Refugees' Access to Vocational Training Centers for Social and Economic Integration Will Be Increased* <https://www.aa.com.tr/tr/egitim/suriyeli-siginmacilarin-social-and-economic-integration-to-be-increased / 2223180>
- Adalı, T. and Türkyılmaz, A. S. (2020). Demographic Data on Syrians in Turkey: What Do We Know?. *International Migration*, 58(3), 196-219.
- Bircan, T. and Sunata, U. (2015). Educational Assessment of Syrian Refugees in Turkey. *Migration Letters*, 12(3), 226-237.
- Canbal, M. S., Kerkez, B., Suna, H. E., Numanoğlu, K. V. and Özer, M. (2020). A New Step for Paradigm Change in Vocational and Technical Secondary Education: Updating Educational Programs. *Journal of Education and Humanities: Theory and Practice*, 11(21), 1-26.
- Cantekin, D. (2019). Syrian refugees living on the edge: Policy and practice implications for mental health and psychosocial wellbeing. *International Migration*, 57 (2), 200-220.
- CEDEFOP (2019). *Creating Lawful Opportunities for Adult Refugee Labor Market Mobility*. Luxemburg: Publications Office of the European Union.
- Chadderton, C. and Edmonds, C. (2015). Refugees and Access to Vocational Education and Training across Europe: A Case of Protection of White Privilege? *Journal of Vocational Education & Training*, 67(2), 136-152.

- Del Carpio, X. V. and Wagner, M. (2015). *The Impact of Syrian Refugees on the Turkish Labor Market*. Policy Research Working Paper 7402, World Bank Group.
- Dolapcıoğlu, S. and Bolat, Y. (2019). The Education Issues of Syrian Students under Temporary Protection Status. *Research in Education*, doi: 10.1177 / 0034523719892019.
- Emin, M. N. (2016). *Education of Syrian Children in Turkey: Basic Education Policies*. Ankara: SETA.
- Emin, M. N. (2019). *Education of Syrian Children in Turkey: Building the Future*. Ankara: SETA.
- Ereş, F. (2017). Problems of Immigrants who Attend Vocational Training Centers towards Vocational Courses. *TÜBAV Science*, 10(2), 93-101.
- Hindy, L. (2018). *Germany's Syrian Refugee Integration Experiment*. The Century Foundation, 1919/2019.
- Koehler, C. and Schneider, J. (2019). Young Refugees in Education: The Particular Challenges of School Systems in Europe. *Comparative Migration Studies*, 7, 28.
- OECD (2017). *Finding Their Way: Labor Market Integration of Refugees in Germany*. Paris: OECD Publishing.
- Özer, M. and Suna, H. E. (2019). Future of Vocational and Technical Education in Turkey: Solid Steps taken After Education Vision 2023. *Journal of Education and Humanities*, 10(20), 165–192.
- Özer, M. and Suna, H. E. (2020). The Linkage between Vocational Education and Labor Market in Turkey: Employability and Skill Mismatch. *Kastamonu Education Journal*, 28(2), 558–569.
- Özer, M., Gençoğlu, C. and Suna, H. E. (2020). Policies Implemented to Reduce Inequality in Education in Turkey. *OMÜ Faculty of Education Journal*, 39(2), 294-312.
- Özer, M. (2020a). Vocational Education and Training as “A Friend in Need” during Coronavirus Pandemic in Turkey. *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 9(2), 1-7.
- Özer, M. (2020b). The Contribution of the Strengthened Capacity of Vocational Education and Training System in Turkey to the Fight against Covid-19. *Journal of Higher Education*, 10(2), 134-140.

- Özer, M. (2020c). Educational Policy Actions by the Ministry of National Education in the Times of COVID-19 Pandemic in Turkey. *Kastamonu Education Journal*, 28(3), 1124-1129.
- Özer, M. (2020d). Paradigm Change in Vocational Education in Turkey. *Gazi University Journal of Gazi Education Faculty*, 40(2), 357-384.
- Özer, M. (2020e). *Paradigm Change in Vocational Education: Turkey's Test with Vocational Education*. Istanbul: Maltepe University Publications.
- Özer, M. (2021a). New Steps taken to Strengthen Vocational Education in Turkey. *International Journal of Turkish Educational Sciences*, 9(16), 1-16.
- Özer, M. (2021b). A New Step towards Narrowing the Achievement Gap in Turkey: "1,000 Schools in Vocational Education and Training" Project. *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 10(1), 97-108.
- Sarmini, I., Topçu, E. and Scharbrodt, O. (2020). Integrating Syrian Refugee Children in Turkey: The Role of Turkish Language Skills (A Case Study in Gaziantep). *International Journal of Educational Research Open*, 1: 100007.
- Siviş, S. (2020). Integrating Bottom-Up into Top-Down: The Role of Local Actors in Labor Market Integration of Syrian Refugees in Turkey. *International Migration*, doi: 10.1111/imig.12775.
- Suna, H. E., Tanberkan, H., Eroğlu, E., Özer, M. and Gür, B. S. (2020). Horizontal Skills Mismatch in Vocational Education in Turkey: The Reasons for out-of-field Employment. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 40(2), 931-955.
- Stoewe, K. (2018). *Education Levels of Refugees: Training and Education in the Main Countries of Origin*. IW-Report 37/2017. Germany: Köln.
- Şimşek, D. (2019). Transnational Activities of Syrian Refugees in Turkey: Hindering or Supporting Integration. *International Migration*, 57(2), 268-282.
- Tanrıkulu, F. (2020). Comparing of Migrants' Education Policies of Turkey and Germany. International Conference on Social Science Research ICONSR 2020, 31-40.
- Taştan, C. and Çelik, Z. (2017). *Türkiye'de Suriyeli Çocukların Eğitimi: Güçlükler ve Öneriler*. Ankara: Eğitim-Bir-Sen Stratejik Araştırmalar Merkezi.
- Tüzün, I. (2017). *Türkiye'de Mülteci Çocukların Eğitim Hakkını ve Karşılıklı Uyumu Destekleyen Yaklaşımlar: Politikalar ve Uygulamalar*. European Liberal Forum.

- Unutulmaz, K. O. (2017). Integration of Syrians: Politics of Integration in Turkey in the Face of Closing Window of Opportunity, In: D. Eroğlu-Utku, K. O. Unutulmaz and I. Sirkeci (Eds.), *Turkey's Syrians: Today and Tomorrow*. Transnational Press London, London.
- Unutulmaz, K. O. (2019). Turkey's Education Policies towards Syrian Refugees: A Macro-Level Analysis. *International Migration*, 57(2), 235-252.
- UNHR (2017). *United Nations High Commissioner for Refugees Global Trends: Forced Displacement in 2017*. UNHR, Geneva.



Derleme Makale, Gönderim Tarihi: 18.03.2021; Kabul Tarihi: 28.05.2021

Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi: Vaka Değerlendirmeleri

Dr. Öğretim Üyesi Nurullah KAYA

Erzurum Teknik Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü Muhasebe- Finansman ABD
nurullah.kaya@erzurum.edu.tr, Orcid ID: 0000-0001-5088-8261

Öz

Son zamanlarda, iş dünyasının malzeme ve enerji kullanımını azaltarak verimliliği arttırmak için zorlandıkları görülmektedir. Malzeme akış maliyet muhasebesi yardımcı olabilecek bir yönetim aracı olarak önerilmiş ve ISO 14051 standardında uluslararası bir çevre yönetimi muhasebe standardı, işletme tarafından değerlendirilmek üzere ortaya çıkmıştır. Bu makale, mevcut malzeme akış maliyet muhasebesi literatürünün bir incelemesini sunmaktadır. Çalışmanın amacı, malzeme akışı maliyet muhasebesi aracının gelecekteki gelişimi için bir temel oluşturacak vakaların ele alınarak araştırma gündeminin geliştirilmesidir. Çalışmada, şirketler için uygulamanın kapsamı ve soruşturma yöntemlerinin genişletilmesinin belirlendiği bir yol haritası ana hatlarıyla belirtilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Malzeme Akış Maliyeti Muhasebesi, Çevresel Yönetim Muhasebesi, ISO 14051

Jel Sınıflandırması: M 4, M 41

Material Flow Cost Accounting: Case Evaluations

Abstract

Recently, it has been seen that business world has been forced to increase efficiency by reducing material and energy use. Material flow cost accounting has been proposed as a helpful management tool, and an international environmental management accounting standard in ISO 14051 has emerged for use by companies. This article provides a review of the current material flow cost accounting literature. The study aims to develop the research agenda by considering the cases that will form the basis of the future development of the material flow cost accounting tool. The study tried to outline a road map in which the scope of application and expansion of investigation methods for the companies that determined.

Keywords: Material Flow Cost Accounting, Environmental Management Accounting, ISO 14051

Jel Classification: M 4, M 41

APA: Kaya, N. (2021). Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi: Vaka Değerlendirmeleri. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12 (23), 252-278.

APA: Kaya, N. (2021). Material Flow Cost Accounting: Case Evaluations. Bartın University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 12 (23), 252-278.

Giriş

Gün geçtikçe artan “azaltılmış çevresel etkilerle daha yüksek üretkenlik elde etme baskısı” ile işletmelerin ekonomik ve çevresel performansı eşzamanlı olarak iyileştiren eko-verimli kararlarını desteklemek amacıyla faaliyetlerinde tüm girdi ve çıktıları hesaba katmalarını sağlayan araçlara erişimi gerekli olmaktadır (Kokubu ve Tachikawa, 2013:351). Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi (Material Flow Cost Accounting MFCA), eko-verimli kararları destekleyebilecek böyle bir araç olarak önerilmiştir. Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesinin potansiyel önemi, Eylül 2011’de malzeme akışı maliyet muhasebesi için ISO 14051 standardının Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO) tarafından yayımlanmasıyla daha da tanınmıştır.

Maliyet akışı maliyet muhasebesi (MAMM), en temel Çevresel Yönetim Muhasebesi (Environmental Management Accounting EMA) araçları olarak tanımlanmıştır (Jasch ve Lavicka 2006:1245; Schaltegger ve Wagner, 2005:46). Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi tarafından sağlanan veriler ayrıca yatırım değerlendirmesi, çevresel etki değerlendirmesi, kısa ve uzun vadeli çevresel bütçelemeyi içerebilecek Çevresel Yönetim Muhasebesi faaliyetlerinin geliştirilmesi için bir temel sunmaktadır (Burritt ve Schaltegger, 2001:159; Jasch ve Lavicka 2006:1246; ISO, 2011). Bu delillere dayanarak, Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi ile ilgili bilginin, Çevresel Yönetim Muhasebesi literatüründe en gelişmiş konular arasında olacağını (veya olması gerektiğini) varsaymak makul olacaktır. Bununla birlikte, mevcut yayınların incelenmesi, bu alanda yapılan yaklaşık 20 yıllık araştırmaya rağmen, cevaplardan daha fazla soru kaldığını göstermektedir.

Bugüne kadar Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi ile ilgili güncel araştırmalar ağırlıklı olarak kavramsal olmuştur. Sınırlı vaka çalışmaları olsa da, bunlar büyük ölçüde deneyimli araştırmacıların benimseme ve uygulama sürecini kolaylaştırmada merkezi bir rol oynadığı eylem temelli projelerdir (Heupel ve Wendisch, 2003:334; Jasch ve Lavicka 2006:1246; Nakano ve Hirao, 2011:1189; Schaltegger vd. 2012:2). Ayrıca, deneyimli araştırmacıların varlığında bile, yöneticileri Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi faaliyetiyle ilgili esaslara ikna etmek zor olabilir. Örneğin Gale (2006), Kanada’daki Mackenzie Kâğıt Bölümü’nde Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi yaklaşımı ile çevresel harcamaların genellikle iki kattan fazla olduğunu ortaya koyarken, finansal tablolarda bildirilenlerin ikna edilmediğini belirtmiştir.

Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi ile ilişkilendirilen normatif kökenlerin kendileri için sorunlu olmasa da, Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesinin iş dünyası tarafından ele alınması ve geliştirilmesi isteniyorsa, şu anda konuyla ilgili araştırmaların yönü hakkında bilinen bir şey tespit edilmesi gerektiği söylenebilir. Bu bilgi daha sonra faydacı bir araştırma gündeminin gelişimini bildirmek için kullanılabilir. ISO 14051’in piyasaya sürülmesiyle gelecekteki Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi tekniklerinin araştırılmasına olan ilginin artması beklenmektedir. Bu araştırmanın etkili olması için bilinen ve bilinmesi gerekenler bağlamında yerleştirilmesi önemlidir (Katherine vd. 2015). Bu makale, çağdaş organizasyonların gelişmiş kaynak verimliliğini ve azaltılmış

çevresel etkiyi destekleyen yönetim araçlarına erişim gerektirdiğini kabul ederek, Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesinin daha iyi anlaşılması için bir literatür taramasını esas almıştır. Amaç, bilginin geliştirilebileceği bir araştırmanın gerçekleştirilmesi ve Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi faaliyetlerinin kuruluşlar tarafından daha fazla tanıtılması ve iyileştirilmesidir.

1. Çevresel Yönetim Muhasebesinin Tarihçesi

Nüfus artışı ve son derece sınırlı bir arz karşısında sınırlı kaynaklara olan talebin artmasıyla birlikte son yıllarda, yüksek düzeyde üretkenliği destekleyen iş araçlarının geliştirilmesine ve aynı zamanda kaynak kullanımını ve olumsuz çevresel etkileri en aza indirme konusunda büyük ilgi gösterilmektedir. Kurumsal ekonomik ve çevresel yönetime daha bütüncül bir yaklaşıma duyulan ihtiyaç, 1990'lı yılların başında Çevresel Yönetim Muhasebesinde gelişmeye yol açmıştır (Christ ve Burritt, 2013:165). Çevresel Yönetim Muhasebesi, çevresel bilgileri açıkça göz ardı etmemesi nedeniyle eleştirilen geleneksel yönetim muhasebesiyle ilgili sıkça belirtilen eksiklikleri gidermek ve hatalı sonuçlara yol açabilecek bir durum ortadan kaldırmak için bir başlangıç noktası sağlamaktadır (de Beer ve Friend, 2006:550; Godschalk, 2008:251; Schaltegger ve Burritt, 2000; Tsai vd. 2012:104). Bu nedenle, çevresel yönetim muhasebesi, kuruluşlara, iş faaliyetlerinin çevresel konular üzerinde nasıl etkili olduğu ve etkilendiği ile ilgili fiziksel ve parasal verinin açıkça dikkate alındığı bir bilgi sistemi sunmaktadır (Burritt vd. 2002:42). Çevresel yönetim muhasebesinin işletme ile olan ilgisi, akademik ve profesyonel literatürde sunulan ve maliyet tasarrufu, daha verimli malzeme kullanımı ve artan gelir akışlarının sürekli olarak desteklendiği mevcut vaka çalışmalarının gözden geçirilmesiyle netleşmiştir. (Beer ve Friend, 2006; Deegan, 2003; Ditz vd. 1995; Schaltegger vd. 2012:5; Ván ve Gärtner, 2011:285).

Böylece, ÇYM'nin gelişimi ile işletmeler, bu maliyetler hakkında daha doğru bilgi sağlarken yalnız bir ürüne dağıtılan maliyetleri değil aynı zamanda çevre maliyetlerini ölçebilecek ve tanımlayabileceklerdir. Bu arada işletmeler, çevresel konularının farkındalığı ile çevre performanslarını geliştirebilirler (Burritt vd. 2009:435). Aslında çevre maliyet bilgisi, para birimleri (finansal, maliyet tasarrufları ve kazançlar) ve fiziksel akışların (kaynaklar, enerji ve su) kullanımının kaydedilmesi ile kaynakları yönetmede, işletmenin karar almasına yardımcı olabilir (Kaya, 2016:187).

Bugüne kadar çevresel raporlama, özellikle 2003 yılında Malezya'da ACCA Çevresel Raporlama Rehberi ve ACCA Çevresel Raporlama Ödülü' nün başlatılmasından sonra dikkate alınmıştır. O dönemde Çevresel Yönetim Muhasebesi hakkında çok az şey tartışılmış, ancak Çevresel Yönetim Muhasebesi, Ağustos 2005'te özellikle Uluslararası Muhasebeciler Federasyonu (IFAC) tarafından Çevresel Yönetim Muhasebesi Uluslararası Rehberlik Belgesi yayımlandıktan sonra önem kazanmıştır (EPA, 1995).

Son yirmi yılda çevresel yönetim muhasebesi, literatürünün bir dizi farklı araç içerecek şekilde geliştiği görülmüştür. Lang vd. (2005:147), Malzeme Akış Maliyet Muhasebesinin bunların en temel ve en gelişmişleri olduğunu öne sürmektedir. Yakın zamanda yayımlanan ISO 14051 standardı, malzeme akışı maliyet muhasebesini "hem

fiziksel hem de parasal birimlerdeki süreçlerde ya da üretim hatlarındaki malzeme akışlarını ve stoklarını ölçmek için bir araç” olarak tanımlamaktadır (ISO, 2011). Malzeme akışı maliyet muhasebesi, bu ilke ile desteklenmiştir. Bir kuruluş tarafından satın alınan tüm materyaller sonunda ürün dışı atık veya negatif ürün olarak da adlandırılan ürün veya atık olarak bırakılmalıdır (Fakoya ve van der Poll, 2013:139; Jasch, 2009). Jasch vd. (2010:94) malzeme akışı maliyet muhasebesini çevresel yönetim muhasebesi faaliyetlerinin uygulanmasının başlangıç noktası olarak tanımlamaktadır.

2. Malzeme Akış Maliyet Muhasebesi

Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi (Material Flow Cost Accounting MFCA), maliyet muhasebesi sistemini çevresel bir bakış açısıyla yeniden ele alan ve ürün maliyetlerini entegre bir şekilde inceleyen Çevresel Yönetim Muhasebesi (ÇYM) yöntemlerinden biridir. Bu yöntem, ürün ve ürüne ait kayıpların / atıkların maliyetlerini birlikte parasal ve hacimsel olarak hesaplamaktadır. Yeni ve sürekli bir iyileştirme ve maliyet muhasebesi yaklaşımı olan bu yöntem, işletmenin özellikle atığa dayalı tüm maliyetlerini ve tüm üretim süreçlerini çevresel bir bakışla ele almaktadır. MAMM, hem çevresel etkilerin hem de maliyetlerin eş zamanlı olarak azaltılmasını ve verimliliğin artırılmasını amaçlamaktadır (Kaya, 2016:186).

MAMM'nin ayırt edici özelliklerinden en önemlisi geleneksel maliyet muhasebesinin aksine sadece satılabilir ürünleri değil, imalat süreci boyunca ortaya çıkan atık ve hatalı ürünleri de göz önüne almasıdır. Bu sayede, geleneksel maliyet muhasebesi hesaplamalarında tanımlanmayan atık maliyetleri üzerinden işletmenin saklı kalan maliyetlerini hesaplamaktadır. Bir başka deyişle MAMM, malzeme kayıplarını parasal anlamda görünür hale getirerek atık maliyetlerini ortaya koymaktadır. Ayrıca MAMM, malzeme akışı, maliyetler ve üretim sürecine ilişkin diğer bilgileri entegre bir yaklaşım ile ele almaktadır. MAMM'nin üretim hattına uygulanması ile fabrika içindeki sorunların net bir resminin ortaya konulması sağlanmış olmaktadır. Dolayısıyla bu sorunların çözülmesi ile işletme atık üretimini azaltabilmekte ve malzeme verimliliğini artırabilmektedir. Bu da maliyetlerin azaltılmasını beraberinde getirmektedir. Böylelikle malzeme akışı maliyet muhasebesi, çevresel etki ile ekonomik fayda arasındaki bağı destekleyen bir araç olarak ön plana çıkmaktadır. Yine MAMM, kayıp / atıkların azaltılmasını sağlayarak maliyeti düşüren ve bu sayede rekabet edebilirliği artıran çevreye duyarlı bir yönetim aracıdır (Katherine vd. 2015).

Malzeme dengeleri, çok farklı seviyelerde yer alabilir. Fiziki bilgi, bütün bir işletme veya belirli bir departman için girdi malzemeleri, atık akışları, süreçler veya ekipmanlar hatları, ürün veya hizmet hatları gibi bilgi kullanım amacına bağlı olarak toplanabilir. İdeal olarak, daha detaylı düzeylerde yapılan malzeme dengesi, bir bütün olarak bir site veya işletme için yapılan bir malzeme dengesi ile uyumlu bir şekilde toplanacaktır. Ancak uygulamada, sık sık farklı düzeylerde malzeme dengesi, karşılıklı olarak kontrole tabi tutulmaz. Bu nedenle, malzeme dengeleri tutarlı değildir (Kaya, 2016:187).

Bir malzeme kullanımının tam ve entegre bir fotoğrafı için malzeme akımlarının ayrıntıları, malzeme tedariki, dağıtım, stok, iç dağıtım, kullanım ve ürün sevkiyatının yanı sıra, çöp toplama, geri dönüşüm, arıtma ve atıkların bertaraf edilmesi, gibi malzeme dengesi sayıları ile bağlı, farklı örgütsel malzeme yönetim adımları üzerinden takip edilmelidir. Bu hesap türü “malzeme akışı muhasebesi” olarak adlandırılmaktadır.

MAMM fiziksel ve parasal olmak üzere iki farklı unsuru içermektedir. ÇYM literatüründe, MAMM “çevresel maliyet muhasebesi” adı verilen şemsiye altına giren araçlar grubunda değerlendirilmektedir (malzeme akışı maliyet muhasebesi tarafından sağlanan bilgiler, çeşitli çevresel bütçe biçimleri gibi geleceğe yönelik diğer çevresel yönetim muhasebesi araçlarının uygulanmasını desteklemek için kullanılabilir de) (Papaspypopoulos vd. 2012:137). Çevresel maliyet muhasebesinde olduğu gibi, genellikle bir parasal çevresel yönetim muhasebesi aracı olarak sınıflandırılmasına rağmen, MAMM “karşılık gelen fiziksel bilgilere” erişmeye, ancak özellikle “malzemeler ve enerji akışları” na dayanmakta ve genellikle kısa vadeli yönetime odaklanarak geçmişe yönelik olarak sınıflandırılmaktadır. (Bennett vd. 2013: Burritt ve Schaltegger, 2001:162; Wendisch ve Heupel, 2005:31). Ayrıca, bir MAMM sisteminin uygulanması yoluyla sağlanan bilgilerin rutin olarak üretilmesi beklenmektedir (Burritt vd. 2002:44).

Jasch (2011:259), ÇYM'nin “enerjinin, suyun, malzemelerin ve atıkların kullanımı, akışları ve nihai kaderi üzerine” özel önem vermesinin nedenini ortaya koymaktadır: Enerji, su ve malzemelerin yanı sıra atık ve emisyonların oluşumu, örgütsel faaliyetlerin çevresel etkilerinin birçoğuyla doğrudan ilgilidir ve malzeme satın alma maliyetleri birçok kuruluşta önemli bir etkidir. Dolayısıyla, malzeme ve enerji akışlarına ve bunların maliyetlerine odaklanarak, malzeme akışı maliyet muhasebesi, gelişmiş eko-verimlilik için fırsatların daha net bir şekilde ifade edilip anlaşılabilirdiği bir temel sağlamaktadır (Scavone, 2006:1278). Ayrıca, önceki araştırmalar, boşa harcanan malzemelerle ilgili maliyetlerin, bireysel kuruluşlar için toplam çevre harcamalarının % 40 -70' ine kadar ulaşabileceğini göstermiştir. Çevresel harcamalar, çevre koruma maliyetini içeren çevre üzerindeki etkilerle ilişkili işletme giderleri olarak tanımlanmaktadır (Bautista-Lazo ve Short, 2013:146; Jasch, 2009). Sonuç olarak, malzeme ve enerji akışlarının etkin yönetiminin hem ekonomik hem de çevresel olarak çağdaş organizasyonlar için önemli bir taahhüt teşkil ettiği söylenebilir.

3. Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesinin Gelişimi

MAMM1990'ların sonlarında Almanya'nın Augsburg kentindeki Institut für Management und Umwelt (IMU) tarafından “Akış Maliyeti Muhasebesi” adı altında geliştirilmiştir (Federal Ministry For The Environment, 2003; METI, 2007). Uygulamanın imalat konusundaki potansiyel ilgisi Japon makamlarının dikkatini çekmiş ve 2000 yılında Japon Ekonomi, Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (METI) Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesinin değiştirilmiş bir versiyonunu Japon iş sektörüne tanıtmaya başlamıştır (Kokubu ve Tachikawa, 2013:357). Bu sürecin önemli bir unsuru 1999 yılında başlayan “Çevresel Yönetim Muhasebesi Teşvik Projesi” idi (Onishi vd. 2009:398). Japon çabası, METI tarafından Mart 2007'de yayınlanan Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi Kılavuzu'nun yayımlanmasıyla sonuçlanmıştır (METI, 2007).

Bugüne kadar, Almanya ve Japonya'nın küresel MAMM'nin gelişiminde önderleri olduğu öne sürülmüş olsa da, uygulamaya olan ilgi artmakta ve Avrupa, Asya, Orta Doğu ve Kuzey Amerika gibi farklı bölgelerden ortaya çıkmaktadır (Jasch ve Savage, 2008:324; Jindrichovska ve Purcărea, 2011:209; Kokubu ve Tachikawa, 2013:357).

Literatürde, MAMM'nin Japonca ve Almanca sürümleri sıklıkla ayrı ayrı ele alınmaktadır. Örneğin Japonca sürümü, öncelikle ürün serileri veya süreçleriyle ilgilenmiştir (IFAC, 2005). Öte yandan, Alman sürümü, tesis çapında yönetim ile daha fazla ilgilenmektedir (IFAC, 2005). Bununla birlikte, son yıllarda MAMM savunucuları adına daha faydacı bir duruş görüldüğü ve artık MAMM deneyi ile ilgili sistem sınırlarının hem örgütsel şartlar hem de uygulama nedenleri tarafından belirleneceği konusunda daha fazla kabul görüldüğü ileri sürülebilir (Kokubu ve Tachikawa, 2013:358). Ayrıca, MAMM'nin uygulanma düzeyine bakılmaksızın (şirket, tesis, maliyet merkezi, süreç veya ürün), temel prensipler esasen değişmeden kalacaktır (Jasch, 2003b).

Son yıllarda MAMM'nde dikkate değer bir gelişme görülmektedir. Özellikle, uygulamanın Japon şirketlerindeki başarısı, 2008 yılında Japon Endüstri Standartları Komitesi (JISC) tarafından Uluslararası Standardizasyon Örgütü' ne sunulması için katalizör olmuştur. Daha sonra ISO 14051, MAMM'nin ilk baskısının Eylül 2011'de yayımlanması yönündeki çabalarının sonucu olarak bir çalışma grubu oluşturulmuştur (Kokubu vd. 2009: Trappey vd. 2013:642). Bu standardın geliştirilmesine Japonya, Almanya, Brezilya, İngiltere, Finlandiya, Malezya, Meksika ve Güney Afrika öncülük etmişlerdir (Schmidt ve Nakajima, 2013:361). ISO 14051'in genel amacı, "Malzeme Akış Maliyeti Muhasebesi için genel bir çerçeve sunmaktır" (ISO, 2011). Ek olarak, ISO 14051 ortak terminolojiler, amaçlar ve ilkeler, temel unsurlar ve MAMM uygulama sürecine genel bir bakış hakkında bilgi sağlamaktadır (ISO, 2011).

Yeni yayınlara paralel olarak ISO 14051, MAMM'nin şirkete evrensel olarak uygulanabilirliğine özel önem vermektedir (Kokubu ve Tachikawa, 2013:358). Muhtemelen tartışılabilir ve MAMM'nin fiziksel ürünlerin imalatına dâhil olan kuruluşlar için daha yararlı olacağı düşünülse de (IFAC, 2005), uygulama ya da imalatçı olmayan hizmet veya kar amacı gütmeyen sektörler ile imalatçı ortamlarda da uygulanabilir. (Jasch, 2009: Pappaspyropoulos vd. 2012:139). Nitekim ISO 14051, "MAMM, ürünleri, hizmetleri, büyüklükleri, yapıları, yerleri ve mevcut yönetim ve muhasebe sistemleri ne olursa olsun, malzeme ve enerji kullanan herhangi bir kuruluş için geçerlidir" (ISO, 2011).

Son olarak, ÇYM'nde olduğu gibi, MAMM öncelikle bireysel organizasyonlardaki maddi akımları değerlendirmek üzere geliştirilmiştir. Burada amaç, kaynak verimliliğini artıran ve aynı zamanda işletmenin ekonomik ve çevresel performansını iyileştiren eko-verimli kararları desteklemektir (METI, 2007). Bununla birlikte, son yıllarda, MAMM tekniklerinin Tedarik Zinciri Yönetimine yardımcı olmak için nasıl genişletilebileceği konusunda ilgi artmaktadır (Jasch, 2011:261; Jindrichovska ve Purcărea, 2011:209; METI, 2007: Schrack ve Prammer, 2013:151). Örneğin, 2008 ve

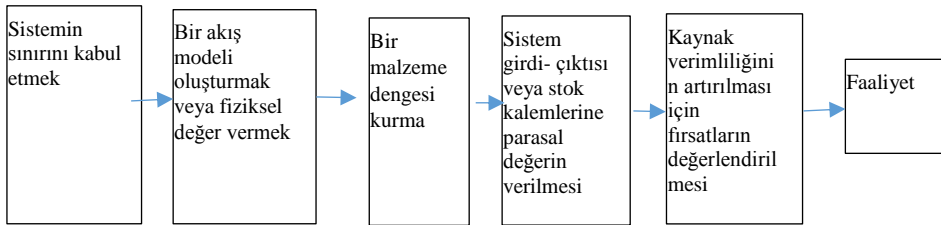
2011 yılları arasında Japon METI, MAMM'ni 50 tedarik zincirine dâhil ederek bu potansiyeli inceleyen bir proje yürütmüştür (Kokubu ve Tachikawa, 2013:358). MAMM'ni hem yukarı hem de aşağı yönde tedarik zinciri ortaklarını içerecek şekilde genişletme kapasitesi ayrıca yakın zamanda yayımlanan ISO 14051 standardında (ISO, 2011) açıkça tanınmıştır.

Son yıllarda MAMM gelişiminde çok hızlı bir gelişme yaşanmış olsa da, konuyla ilgili mevcut delilleri içeriğe yerleştirmek için önce temel malzeme akışı maliyet muhasebesi sürecine kısa bir genel bakış sağlamak gereklidir. Böyle bir genel bakış aşağıda verilmiştir.

3.1. Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi Süreci

Terminolojideki küçük farklılıklara ve kullanılan sistem sınırlarına rağmen, MAMM Akışı Maliyet Muhasebesi uygulama süreci mevcut literatürde tutarlı bir şekilde temsil edilmiştir. Bu işlemde yer alan ana adımları gösteren bir akış şemasını anlama kolaylığı için Şekil 1' de verilmiştir. Uygun bir sistem sınırı kabul edildikten sonra, herhangi bir MAMM deneyinin uygulanmasında ilk adım, organizasyon boyunca malzeme ve enerji akışı genel bir anlayışı geliştirmektir. Bu, yaygın olarak "akış modeli" olarak adlandırılan görsel bir temsil yoluyla elde edilir (Kokubu ve Tachikawa, 2013:36; Scavone, 2006:264; Strobel ve Redmann, 2002:74). Akış modelleri, esasen örgütsel süreçlerin heterojen bir tasviridir ve bu nedenle, her bir model, bireysel organizasyonların dâhil olduğu çok özel faaliyetlere göre farklılık gösterecektir. Dahası, akış modellemesi MAMM'nin uygulanmasında önemli bir adımı temsil ederken, Heupel ve Wendisch (2003:347), bir akış modelinin yapımının, ilave faaliyetlerden izole edilerek kullanıldığında kurumsal gelişim için bir katalizör olabileceğini öne sürmektedir. Aslında, bu bilgi, parasal bir unsurdan yoksun olsa da, kurumun çevresel performansının iyileştirilmesine yardımcı olabilecek malzeme veya madde akış analizinin yapılması için temel olarak kullanılabilir. Bir akış modeli oluşturmak için kullanılacak çok sayıda yazılım paketi olsa da, Kokubu ve Tachikawa (2013:359), bilgisayarla üretilen modellerin, kâğıt veya post-it notlarının çoğu kez eşit derecede etkili olduğu elle yapılan gösterimler için gerekli olmadığını öne sürmektedir.

Şekil 1 Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi Süreci



Kaynak: (Katherine vd. 2015)

Akış modeli tamamlandığında, bir sonraki adım, akış modelinde geçen her adımda veya depolanan malzeme ve enerji miktarını temsil eden atama değerlerini içerir. Bu amaçla gerçek rakamların kullanılması arzu edilmekle birlikte, somut

miktarların mevcut olmadığı durumlarda tahminlerin aşırı yanlışlıktan şüphelenmek için bir neden olmadığı sürece uygun bir veri sağlayabileceği yaygın olarak kabul edilmektedir (METI, 2007). Bu değerlerin nasıl elde edildiğine bakılmaksızın, tüm unsurların malzeme akış maliyeti muhasebesi işleminde bir sonraki adım için gerekli olan karşılaştırılabilir ölçüm birimlerine (örneğin kilogram) dönüştürülmesi önemlidir.

Akış modeline değer atamanın amacı, kütle dengesi, girdi-çıkıta dengesi veya eko balans olarak da adlandırılan bir malzeme dengesi oluşturmaktır (IFAC, 2005). ISO 14051’ de belirtildiği gibi (ISO, 2011): Kütle ve enerji, sadece dönüştürülebildiğinden, bir sisteme giren fiziksel girdiler, sistemdeki stok değişikliklerini hesaba katarak sistemden gelen fiziksel çıktılarına eşit olmalıdır.

Yukarıda tarif edilen bir “denge” kavramı, fizikteki koruma yasasından ödünç alır (Huang vd. 2012:110; Victor vd. 1998:204). Bu nedenle, enerji ve kütle asla kaybolmaz ve bir malzeme dengesinin gelişmesi için sağlam bir bilimsel temel vardır ve bu verilerdeki önemli boşlukların araştırılması önemlidir.

Malzeme dengesi tamamlandığında, akış modelinde her adım için bulunan her giriş ve çıkış için parasal değerler atamak gerekir. MAMM’nde çeşitli maliyet kategorileri ele alınmıştır. Bunlar: maddi maliyetler; taşıma malzemeleri ve kurum içi enerji ile ilişkili masrafları içeren ve işgücü, amortisman ve nakliye masraflarını içeren sistem maliyetleri ve son olarak, atık yönetimi maliyetleridir (Kasemset vd. 2013:359). Ayrı bir maliyet kategorisinde tanınmayı savunan bazı yazarlar ile enerjiyi hesaba katmanın en iyi yolu hakkında bazı tartışmalar vardır, ancak bu karar genellikle bireysel organizasyonların kendi takdirine bırakılmıştır. (Jasch, 2011:266; METI, 2007). Nitekim 2005 yılında yapılan bir Kokubu ve Nashioka araştırması, kuruluşların çevresel muhasebe faaliyetlerinde enerji maliyetlerini genel malzeme maliyetlerinin aksine dikkate alma ihtimalinin daha yüksek olduğunu bildirmektedir (Kokubu ve Nashioka, 2005:359).

Malzeme kullanımı ve maliyet tahsisi ile ilgili daha temel konuların yanı sıra, ISO 14051 ayrıca bir miktar merkezden bir değere taşınan maliyetlerle nasıl başa çıkılacağına dair açık rehberlik de içerir (ISO, 2011). Bu standart aynı zamanda dâhili olarak geri dönüştürülmüş malzemelerin işlenmesini de kapsar. Sistem sınırları içinde geri dönüştürülen veya yeniden kullanılan materyallerin atık üretimini sınırlamanın yanı sıra, bakir kaynaklara duyulan ihtiyacı azaltması nedeniyle özellikle önemlidir. Bu nedenle, dâhili olarak geri dönüştürülmüş malzemelerin işletmenin hem ekonomik hem de çevresel performansı üzerinde olumlu bir etkisi olabilir (Jasch, 2009; Sarkis, 2012:210). Bu şekilde geri dönüştürülen bir malzemenin yaygın bir örneği, sistemi atık su olarak bırakmadan önce, belirli bir kalite seviyesinin korunması şartıyla, bazen birkaç işlem için kullanılabilen sudur. Yukarıda ifade edilen ISO 14051, malzemelerin hiç bir şekilde geri dönüştürülmesi gerekmediğinin, orijinal süreç içindeki verimsizlik delilini temsil ettiğini savunur (ISO, 2011). Bununla birlikte, sıfır atığın gerçekleştirilmesinin her zaman mümkün olmadığı ve kaynak talebini sınırlayan kapalı devre bir sistemin geliştirilmesinin birçok işletme için en gerçekçi seçeneği sunması

muhtemel olduğu kabul edilmektedir (Burritt vd. 2009; Jasch, 2009; Staniskis, 2012:1019).

Kütle bakiyesi akış modelinin geliştirilmesi ve ilgili maliyetlerin tahsisi şüphesiz malzeme akışı maliyet muhasebesi sürecinde önemli adımları olsa da, bunlar kendi içinde bir amaç değildir. Bu nedenle, yönetimin bu sonuçları özetlemesi, değerlendirmesi ve yorumlaması gerekir. Bu verinin, bireysel maliyet / miktar merkezlerinde yürütülen faaliyetlere aşına olması muhtemel ilgili yöneticilere ve personele iletilmesi de önemlidir. Bu yapıldığında, potansiyel iyileştirme fırsatları tanımlanabilir ve uygun önlemler alınabilir (ISO, 2011, Schaltegger ve Csutora, 2012:11). Planlanan faaliyetlerin gerçek sonuçlarla karşılaştırılmasına imkân sağlamasının yanı sıra eko-verimliliği artıracak ve her ikisini de azaltacak sürekli iyileştirme için bir programı kolaylaştırması nedeniyle, malzeme akışlarını, stokları, maliyetleri ve olumsuz çevresel etkilerini düzenli olarak yeniden değerlendirmek gerekir (Lang-Koetz vd. 2006:142; METI, 2007). Bu, çevresel bütçelemeyi veya çevresel temel performans göstergelerini kullanmayı içerebilir (Burritt ve Schaltegger, 2001:165; Schaltegger vd. 2012:6).

Özetle, uygun planlama ve sürekli iyileştirme için bir program ile birlikte kullanıldığında, bir akış modelinin hazırlanması, malzeme ve enerji girdilerinin, çıktıların ve stokların miktarının belirlenmesi ve malzeme akışı maliyet muhasebesi kapsamında gerekli olan ilgili maliyetlerin tahsisi, birçok önemli amaca hizmet etmeyi amaçlamaktadır. Bunlar şöyle ifade edilebilir: (IFAC, 2005: Kokubu ve Tachikawa, 2013:359; METI, 2007: Onishi vd. 2009:402; Scavone, 2005:269; Schaltegger vd. 2002: Schaltegger vd. 2012:8; Scheide vd. 2002:104).

- Verimsizlik alanlarının belirlenmesi ve anlaşılması;
- Gelişmiş verimlilik ve doğrudan malzeme maliyetlerinde azalma;
- Üretilen atık miktarında bir azalma ve azaltılmış ekolojik etki;
- Diğer üretim maliyetlerinde bir düşüş (örneğin atık işleme, arıtma ve ilgili altyapı maliyetleri);
- Daha doğru ürün maliyeti;
- İnovasyon için teşvikler;
- Kaynak kullanımı ile ilgili bölümler arası iletişimin geliştirilmesi
- Geliştirilmiş yönetim kontrolü.

Yukarıda sunulan potansiyel faydalar listesine bakarak, işletme kuruluşlarının MAMM ile etkileşime girmesi için yeterli teşvik var gibi görünmektedir. Bununla birlikte, uygulamanın genellikle oldukça sınırlı olduğu da gözlenmiştir. Bu paradoksu anlamak için mevcut çalışmaları ve ampirik araştırmaların sonuçlarını dikkate almak gerekir.

Aşağıda MAMM'nin uygulamadaki mevcut delilleri, mevcut bilgi eksiklikleri ve MAMM anlayışını ilerletmek için daha fazla bilginin gerekli olduğu alanları tespit edilip amaçlar dikkate alınarak inceleme genişletilecektir.

4. Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesinin Ampirik Delili

Bugüne kadar pratikte MAMM ile ilgili ampirik deliller, öncelikle eylem temelli projelere odaklanmış olup “eylem temelli”, araştırmacıların malzeme akışı maliyet muhasebesinin çalışmakta olduğu kuruluşların geliştirilmesi için gereken uzmanlığı ve gözetimi sağlamada aktif rol aldıkları çalışmayı tanımlamak için kullanılmaktadır. MAMM literatürünün çağdaş ve biraz normatif doğası göz önüne alındığında, bu beklenmeyen bir şey olmadığı ifade edilebilir. Bununla birlikte, MAMM gündemini ileriye taşımak için, kuruluşların uygulamanın esası hakkında yeterince ikna olması ve akademik yardım yokluğunda uygulamaya devam etmek için hazırlıklı olmaları gerekir. Bunun nasıl elde edilebileceğini anlamak için ampirik delil gereklidir ve cevaplanması gereken birçok soru vardır. Bu nedenle, bu bölüm, ağırlıklı olarak vaka temelli olan önceki araştırmalara genel bir bakış sunmaktadır (Katherine vd. 2015).

4.1. Uygulama Delili

Literatürün gözden geçirilmesiyle ortaya çıkan ilk tespit, şimdiye kadar, esasen tüm ampirik çalışmaların eyleme dayalı vaka çalışmaları ile sınırlı kalmasıdır. Nitekim yazarlar MAMM'nin öncelikli odak olduğu tek bir anket veya görüşme temelli kantitatif veya kalitatif bir çalışma bulamamışlardır. MAMM'nin bahsedildiği ankete dayalı araştırmalar, genel olarak ÇYM araçlarının kullanımı ve bilgi oluşturma girişimleriyle ilgilenmektedir. Örneğin, Kokubu ve Nashioka (2005:359) tarafından 2005 yılında yapılan bir Japon şirket araştırması, şirketlerin %73,5'inin MAMM'ini bir ÇYM aracı olarak bilmesine rağmen, sadece %6,5'inin operasyonlarında kısmen uyguladığını ve hiçbirinin tamamen uygulamadığını ortaya koymuştur. Yazarlar, MAMM'in METI'nin üstlendiği Japonya'daki ticari tanıtım faaliyetleri konusundaki yüksek farkındalığını ortaya koymuştur (Katherine vd. 2015).

Buna karşılık, 2010 yılında Schaltegger vd. (2011), çalışma katılımcılarının sadece % 51,6'sının malzeme akış analizi bilgisine sahip olduğunu ve bunların sadece % 56,3'ünün iş operasyonları içinde tekniği uyguladıklarını göstermiştir. İlginç bir şekilde, bu rakamlar 2002'de yapılan benzer bir çalışmada % 33 ve % 32'lik nispi bir düşüşü temsil etmektedir. Bu bulgular, Almanya'da akış maliyeti muhasebesinin devlet teşviki aşamasından geçtiğinden, tekniğin kullanılmadığını ve zor kullanıldığını öne süren Schmidt ve Nakajima (2013:362) gözlemlerini desteklemektedir. Ayrıca, malzeme akış analizinin (ve daha sonra malzeme akış analizine verilen MAMM aktivitesinin gerekli bir öncülünü oluşturması), katılımcı firmalarda, tekniğin kendisi yararlı olmadığından değil, kuruluşların varlığından haberdar olmadığından kaynaklanması mümkündür. Kesinlikle teşvik edici olmamakla birlikte, yukarıda belirtilen çalışmalardan elde edilen sonuçlar Burritt ve Tingey-Holyoak (2012:43) tarafından toplanan Avustralya delilleriyle de tutarlıdır. Güney Avustralya'da bulunan profesyonel muhasebe firmalarının bir anketi raporunda, bu araştırmacılar, örnek

raporun %50'sinin sürdürülebilirlikle ilgili maliyet muhasebesi kullanarak, MAMM'nin kullanılmadığını tespit etmiştir (Burritt ve Tingey-Holyoak, 2012:43). Dobes (2013:261), bir Çek girişimini tartışırken, az sayıda şirketin “süreçlerinde enerji kullanımı ve malzeme akışının verimliliğini” izlemesini ve sonuç olarak kaynak verimliliğini yönetmekte güçlük çektiğini kabul etmektedir.

Yukarıda sunulan deliller MAMM'nin kendisini normatif literatürde önerildiği şekilde uygulanamayacağını göstermektedir. Ayrıca, kuruluşlar MAMM hakkında bilgi sahibi olsalar bile, bu onların uygulamayı benimsemelerini garanti etmemektedir. Schaltegger vd. (2011), bilgi ve uygulamanın aslında yakından ilişkili olduğunu ve bir çevresel muhasebe aracının ne kadar iyi tanındığına dair delil olduğunu göstermektedir. Bu gözlem, inovasyonun yayılması ile ilgili literatürle uyumludur (Rogers, 2003). Bununla birlikte, özellikle MAMM uygulandığında bu ilişkinin doğası kabul edilemez ve daha fazla araştırma yapılması gerekmektedir.

4.2. Vaka Temelli Araştırma

ÇYM çalışmalarından elde edilen mevcut ankete dayalı deliller, MAMM'nin işletme tarafından daha fazla uygulanmasını savunanlar için aşırı derecede olumlu bir tablo sunmamaktadır. Ancak bu bulgular, MAMM literatürünün çoğunun dayandığı, eylem temelli vaka araştırmasında bildirilen genel olarak olumlu sonuçların aksinedir. 2000'li yılların başından beri literatür, maliyet bilgilerinin akış yönetimi teknikleriyle entegrasyonunun incelendiği örnek olay incelemelerini değerlendirmiştir. Bu vaka çalışmaları genellikle artık malzemelerle ve ürüne dönüşmeyen maddelerle ilişkili maliyetlerin önemi ile ilgili deliller sunmaktadır (Scheide vd. 2002:108; Thurm, 2002:132). Ampirik deliller, ürün dışı çıktılarla ilişkili parasal maliyetin bir kuruluşun toplam çevresel giderinin %90'ı kadar yüksek olabileceğini göstermektedir (Gale, 2006:1246; Jasch vd. 2010:90; Jasch ve Danse, 2005:351; Jasch ve Lavicka, 2006:1222). Bu giderler, çevresel harcama alanlarını tespit eden daha önceki deliller ışığında ele alındığında, toplam işletme maliyetlerinin % 22'sine kadar çıkabilmektedir. (Ditz vd. 1995)'e göre, birçok şirkette önemli olmakla beraber ürün dışı çıktıların kontrol edilmesi ve / veya azaltılması ile bağlantılı potansiyel fayda beklenmektedir. (Burritt, 2004:27; Jasch ve Lavicka, 2006:1222).

Mevcut örnek olay incelemeleri, kurumların genel maliyetlerini azaltmaya yönelik daha düşük maliyetli bir yaklaşımla çevresel harcamalarını azaltma potansiyelini ortaya koymaktadır (Kokubu ve Tachikawa, 2013:359). Pek çok çalışma, genel olarak “iyi temizlik” faaliyetleri olarak adlandırılan hususlarla önemli maliyet azaltma ve çevresel iyileştirme potansiyelini ampirik olarak desteklerken (Jasch ve Danse, 2005:351; Scavone, 2006:270), yeni sermaye teçhizatı için yatırıma eşlik edebilecek potansiyel faydayı dikkate almak gibi bazı durumlarda gerekli de olabilir. (Kokubu ve Tachikawa, 2013:360). Örneğin, Arjantin'den yapılan bir çalışmada Scavone (2006:270), MAMM'nin bir şeker kamışı şirketinin verimliliğini artırmak için yeni donanımlara 350.000 ABD doları yatırım yapmaya nasıl yönlendirdiğini göstermektedir. Bu kararın sonucu olarak şirket, her yıl 72.000 ABD doları tasarruf sağladığı görülmüştür. Staniskis ve Stasiskiene (2006:1019), Litvanyalı araştırmacılardan daha temiz üretim için yapılan sermaye yatırımının genellikle 3 yıl

veya daha az geri ödeme süresi olan tüm kalemlerle büyük ölçüde iyileştirilmiş ekonomik ve çevresel performansa yol açtığını gösteren bir takım vaka çalışmalarından deliller sunmaktadır (Staniskis ve Stasiskiene, 2005:1019). Ayrıca, yalnızca yeni donanım satın alınmasının ötesinde, Hyršlová ve diğ. (2011:16), MAMM'nin yeni ve daha verimli teknolojilerin geliştirilmesi için bir katalizör sağlayabileceğini öne sürmektedir.

MAMM'ni araştıran mevcut çalışmanın çoğu, akış çizelgelerinin sağlandığı durumlarda, basit bir doğrusal üretim sürecini, yani işlemdeki malzemeyi, atık ve ürünler gibi üretim işlemleriyle ilgilenmiştir (Heupel ve Wendisch, 2003:361; Staniskis ve Stasiskiene, 2006:1019; Schaltegger ve diğ. 2012:9). Bu çalışmalar şüphesiz önemli olsa da, malzeme akışı maliyet muhasebesinin imalat dışı ortamlarda yararlı olup olmadığını ve eğer öyleyse, malzeme akışı maliyet muhasebesinin bu kuruluşlarda en iyi şekilde nasıl uygulanabileceğini göstermek için çok az şey yapılabilir. MAMM'nin enerji veya malzeme kullanan herhangi bir işletmede uygulanabileceği delilleri ışığında bakıldığında (ISO, 2011, Jasch, 2009), birden fazla sektörde veri eksikliği mevcut bilgilerdeki büyük bir yetersizliği temsil ettiği görülmektedir.

Önceki paragrafta ele alındığı gibi, mevcut zamana kadar MAMM öncelikle imalat sektöründe uygulanmıştır (Papaspypopoulos vd. 2012:139). Bununla birlikte, MAMM'nin hem hizmet hem de kar amacı gütmeyen sektörlerde uygulanabileceği de öne sürülmüştür (Jasch, 2011: Papaspypopoulos vd. 2012:139). Bu doğru olsa da, her iki sektörle ilgili olarak bu önermeyi destekleyen deliller yeterince gelişmemiştir. Dikkate değer istisnalardan biri, Papaspypopoulos vd. (2012:139), Yunanistan'da bulunan kâr amacı gütmeyen bir kuruluş olan Makedonya Avcılık Federasyonu ve Trakya'yı ele almaktadır. Yazarlar MAMM'inin "sektörün işleyişini destekleyebileceği ve karar vermesi için faydalı göstergeler sağlayabildiği" sonucuna varmıştır (Papaspypopoulos vd. 2012:139). Organizasyonda Çevresel Maliyet Muhasebesi ve MAMM'nin kullanımını, özellikle geleceğe yönelik ve / veya uzun vadeli odaklı olan ek ÇYM araçları ile tamamlamaya yönelik önerilerde bulunulmuştur.

4.3. Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi Uygulaması

MAMM uygulamasının gerçek şekli, daha fazla çalışmayı gerektiren başka bir alandır. Avrupa'daki araştırmalar genel olarak şirket çapında uygulama ve MAMM verilerinin mevcut bilgi teknolojileri uygulamalarına entegrasyonunu ileri bilgi teknoloji seçenekleri ve Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) sistemlerini (Onishi vd. 2009:401) ve yakın zamanda Güney Afrika'da ortaya çıkacak araştırmalarda (Fakoya ve van der Poll, 2013:138), tüm kuruluşların bu tür karmaşık sistemlere erişimi olmadığını kabul etmektedirler. Örneğin, Heupel ve Wendisch (2003:343) bir grup KOBİ'de akış maliyet muhasebesinin uygulanmasını tartışmakta ve uygulamanın daha basit programlama sistemleri kullanılarak uygulanabileceği sonucuna varmaktadır. Bu, özellikle 2003' ten beri, KOBİ'lerin % 15'inin ERP teknolojisine erişiminin mümkün olduğu Çek Cumhuriyeti ve Polonya gibi ülkelerde önemli olduğu belirtildi (Heupel ve Wendisch, 2003:343).

Deegan (2003), KOBİ’lerde debi maliyet muhasebesinin potansiyel rolünü gözlemlemiştir. Bu potansiyel, Avustralya’ da Yeminli Mali Müşavirler Enstitüsü ve EPA Victoria ile işbirliği içinde gerçekleştirilen ve ÇYM uygulamalarının, her biri bir miktar malzeme akışı analizi ve çevresel maliyetlendirme içeren dört farklı vaka organizasyonunda tanıtıldığı bir projede özel olarak gösterilmiştir. Heupel ve Wendisch, (2003:343) gibi, Deegan, (2003) de KOBİ’lerde akış maliyeti muhasebesinin potansiyel önemini savunmuş ve aşağıdaki gözlemleri yapmıştır:

Mevcut muhasebe sistemleri iyi bir şekilde kabul edilebilir ve uzun yıllardır uygulanmış olabilir ve bu nedenle mevcut sistemlerin güçlü ve zayıf yönlerinin değişiklik önerilmeden önce bilinmesi önemlidir. Yararlı olduğu, maliyetlerin şu anda nasıl tahsis edildiğini veya işlendiğini anlamak için diyagramlar oluşturulmalıdır.

Jasch ve Danse (2005:351) Kosta Rika’dan deliller sunarken, Deegan’ın gözlemine katılarak Avusturya’dan pilot çalışmalara dayanan Jasch’ın (2003a:372), “mevcut bilgi sistemlerinin eleştirel bir gözden geçirmesi” görüşü ile herhangi bir MAMM pilot çalışmasının başlatılmasının önemli bir adım olduğunu öne sürmektedir. (Herzig vd. 2012; Staniskis ve Stasiskiene, 2005:287). Son yıllarda, MAMM’nin mevcut muhasebe ve / veya çevresel yönetim sistemlerinden bağımsız olarak herhangi bir organizasyonda uygulanabileceğini öne süren ifadeler görülmektedir (ISO, 2011). Bu durum, MAMM’nin bağımsız bir sistem olduğu anlamına gelebilir, ancak birçok durumda MAMM için gereken bilgilerin mevcut kaynaklardan edinilebileceği de öne sürülmüştür (Scavone, 2005:263; Scavone, 2006:1278; Schaltegger vd. 2012:14). Dolayısıyla, MAMM bilgilerinin diğer örgütsel sistemlere entegre edilebileceği ile ilgili şeklin net olmadığı ancak gelecekteki çalışmalar için potansiyel olarak verimli bir alan sunmasının beklendiğini belirtmişlerdir (Lang-Koetz vd. 2006:153; Strobel ve Redmann, 2002:78).

5. Gelişmekte Olan Ekonomilerden Deliller

Daha önce belirtildiği gibi, MAMM, öncelikle gelişmiş ülkelerde gerçekleştirilen projelerden kaynaklanan bir yönetim yeniliğidir. Bununla birlikte, gelişmekte olan ekonomilerde MAMM tekniklerinin nasıl uygulanabileceği konusunda ilgi artmaktadır. Schaltegger vd. (2012:14), bu potansiyeli Vietnam’daki bir bira üretim tesisi bağlamında araştırmış ve eyleme dayalı bir örnek olay incelemesi ile MAMM’nin verimsizlik alanlarını belirleme ve iyileştirme çabalarının alanlara yönelik olmasını sağlama konusunda büyük bir potansiyele sahip olduğunu gösterebilmişlerdir. Jasch ve Danse (2005:351), Avusturya ve Kosta Rika’daki ÇYM faaliyetlerinin karşılaştırmalı bir çalışmada benzer bulgular ortaya koymuş ve malzeme akışı maliyet muhasebesinin, çevre düzenlemeleri konusunda daha esnek olma eğilimi gösterdiği için, gelişmekte olan ekonomilerde daha yaygın olan “iyi temizlik” fırsatlarını belirlemede yardımcı olabileceğini öne sürmektedirler. Ayrıca Burritt vd. (2009), Filipinler’de bulunan bir pirinç fabrikasında çevresel yatırım değerlendirme için geçici bir araç olarak maddi ve enerji akışı maliyet değerlendirmeleri için potansiyel olduğunu göstermiştir (örneğin, önceki yatırım kararlarını geçmişe dönük olarak değerlendirmek için kullanmışlardır). Nitekim gelişmekte olan ülkeler giderek daha sıkı çevresel yönetim biçimleri talep eden küresel bir pazarda rekabet etmeye başladıkça, MAMM bu

ülkelerdeki kuruluşlara kaynak kullanımını kontrol etmenin bir yolunu ve ekonomik ve çevresel verimlilik konusundaki kararlılıklarını göstermenin bir yolunu sunabilir. Son yıllarda yüksek ekonomik büyüme ile birlikte, bunun özellikle Çin ve Hindistan gibi ülkelerde önemli olduğu söylenebilir (Xiaomei, 2004:54).

6. Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi ile Çevresel Yönetim Muhasebesi Arasındaki İlişki

Burritt vd. (2002:46), MAMM'nin muhtemel ÇYM araçları çerçevesinde tek olduğunu öne süren, MAMM'nin alternatif ÇYM araçları ile karşılaştırılabilirliğini ve uyumluluğunu araştıran yetersiz araştırma olduğunu göstermişlerdir (Lang-Koetz vd. 2006:141). Bu alandaki az sayıda çalışmadan biri Lang vd. (2005:155), çeşitli pilot çalışmalar kapsamında, Çevresel Performans Göstergeleri (EPI), girdi-çıkıtı dengesi ve akış maliyeti muhasebesi arasındaki ilişkiyi değerlendiren yazarlar, potansiyel olarak "güçlü bir araç" olmasına rağmen, akış maliyet muhasebesinin uygulamada "daha az yaygın" olduğu sonucuna varmışlardır (Lang vd. 2005:155). Örneğin, Lang vd. (2005:155), Çevresel Performans Göstergelerinin uygulandığını ve aslında tercih edilen şekilde, akış maliyetinin muhasebeleştirilmesinin gerekçesini, örgütün zaten maddi maliyetler ve kayıplar konusunda iyi bir anlayışa sahip olduğu ve örgütün maddi akışlarının karmaşıklığının, yüksek olmadığını belirlemişlerdir. Ancak yine de, şirketin malzeme akışı maliyet muhasebesi faaliyetleriyle ilgili faydayı görememesiyle ilgili olduğu söylenebilir. (Lang vd. 2005:155)

Birçok şirket için, Çevresel Performans Göstergeleri düzenli olarak sağlanmakta ve her iki veya üç yılda bir girdi-çıkıtı dengesi kurulması, iddialı çevre yönetimi için iyi bir birleşim gibi görünmektedir. Bazı şirketler için, akış maliyeti muhasebesi mevcut maliyet muhasebesi sistemini iyileştirmek için ilginç bir seçenek olabilir. İlgili bir çalışma Japon ilaç firması olan Tanabe Seiyaku, MAMM'nin yatırım değerlendirmedeki potansiyel rolü ile MAMM'i verilerinin performans değerlendirme ve iyileştirme için nasıl kullanılabileceğine dair bir örnek sunmaktadır (Burritt ve Saka, 2006:1270; Onishi vd. 2009:402). Schaltegger vd. (2012:13); Burritt vd. (2009). Bu çalışmalara ek olarak, Scavone (2006:269), Arjantin'den malzeme akış maliyeti yönetiminde çevre odaklı dengeli bir ölçüm kartı için rol olabileceğini öne süren deliller sunmaktadır. Bununla birlikte, MAMM literatüründeki birçok konuda olduğu gibi, bu teklifle ilgili bilgi sınırlıdır ve bu iddiaları desteklemek için ek deliller gerekmektedir.

Yukarıda sunulan tartışmalara dayanarak, MAMM bir dizi ek ÇYM ile uyumlu görünecektir (Burritt vd. 2002:45; Jasch, 2006:1224). Bu nedenle, KOBİ'lerde farklı araçların birleşimi halinde ve farklı bağlamlarda kullanıldığında elde edilen artan performans yararı incelenmiştir. Bazı durumlarda MAMM'nin kendi başına faydası olabilir. Diğer durumlarda ise ekonomik ve çevresel performansta eşdeğer iyileştirmeler sağlamak için bir araç birleşimine ihtiyaç duyulabilir. Benzer şekilde, bazı bağlamlarda MAMM, Lang vd.(2005) çalışmasında olduğu gibi diğer ÇYM araçlarından veya araç birleşimlerinden daha az etkili olabilir.

7. Tedarik Zinciri Yönetimi Aracı Olarak Malzeme Akışı Maliyet Muhasebesi

Son yıllarda, Tedarik Zinciri Çevre Yönetimine yardımcı olmak için ÇYM'nin ve daha özel olarak MAMM'nin nasıl kullanılabilceğinin daha iyi anlaşılması konusunda büyük bir ilginin varlığı söz konusudur (IFAC, 2005; ISO, 2011, Jindrichovska ve Purcarea, 2011:224). MAMM için METI Rehberi, MAMM verilerinin tedarik zincirine transferini, MAMM faaliyeti hiyerarşisinde en ileri konulardan biri olarak tanımlamaktadır (METI, 2007). Ayrıca, tedarik zincirinde kullanılırsa, MAMM tarafından sağlanan veriler daha sonra yaşam döngüsü değerlendirmesi yoluyla daha fazla analizi desteklemek için kullanılabilir (Jasch, 2011; Nakano ve Hirao, 2011:1192). Yine Weigand ve Elsas (2013:41) tarafından açıklandığı gibi, bakir kaynaklara daha az talep eden döngü tedarik zincirleri sınırlı vaka çalışmaları MAMM bilgilerinin çevre Tedarik Zinciri Yönetimine yardımcı olma potansiyelini desteklerken (Kokubu ve Tachikawa, 2013: 361; Viere vd. 2007:301; Viere vd. 2011:38), bilgilerin toplanması ve verilerin gizliliği ile ilgili sorunlar ayrıca kabul edilir (Weigand ve Elsas, 2013:41).

8. Mevcut Araştırmaların Değerlendirilmesi

Bir önceki bölüm, MAMM ile ilgili bilgi kesinlikle artarken, konunun genel anlayışının sınırlı kaldığını ve daha fazla araştırma yapılması gerektiğini açıkça göstermektedir. Çok sayıda çalışma MAMM ile ilişkili potansiyele dikkat çekmektedir ve bir dizi eyleme dayalı vaka çalışması “işe yaramaktadır” gibi görünecek deliller sağlamıştır. Bununla birlikte, bu çalışmaların MAMM'nin uygulamada iyi kullanılmadığını gösterdiği ilave delillerle çelişkilidir. Dolayısıyla, vaka temelli araştırmalardan elde edilen olumlu sonuçlar kabul edilirse, akademik çalışmanın bu paradoksu anlama ve çözme arayışında rolü olduğu görülmektedir. MAMM'nin bu şekilde anlaşılmasını ilerletmek, farklı organizasyonlarda uygulamanın yayılmasını teşvik etmenin yollarını bulmak için esastır.

Yukarıda beyanlardan yola çıkarak, bu gündemin başlaması için en mantıklı yol, normatif iddialar malzeme akışı maliyet muhasebesinin tüm organizasyonlarda faydalı olduğunu iddia etse de, bu iddiaları destekleyecek deliller olmadan geçerliliğinden şüphe etmek için yeterli sebep vardır.

Ayrıca, Almanya’ da, artık gerçekleşmeyecek bir akış maliyet muhasebesi gündemiyle ilgili organizasyonların varlığı söz konusudur (Schaltegger vd. 2011; Schmidt ve Nakajima, 2013:364). Bu organizasyonlardan bir veya daha fazlasını araştırmak ve bu geri çekilme kararının neden alındığını bulmak ilgi çekici olacaktır. MAMM tarafından sağlanan bilgiler istenilen faydayı sağlayamadı mı? Sistemin yönetimindeki maliyetler, elde edilen faydaların üzerinde mi? Oysa MAMM'nin devlet teşviki göz önüne alındığında, Almanya’da MAMM'nin benimsenmesinin ana katalizörleri arasında olduğu belirtilmiştir. Bunun nedeninin aslında sistemin yerine getireceği inancına karşı kurumsal baskı olduğu söylenebilir (Schmidt ve Nakajima, 2013:364).

MAMM'nin kullanıldığı ve en büyük faydayı sağlaması muhtemel olan örgütsel fonksiyonları incelemek de bu bağlamda ilginç olabilir. Burritt vd. (2002:48), örneğin, farklı fonksiyonlar önermekte ve yöneticileri farklı türlerdeki çevresel muhasebe bilgilerine güvenmektedirler. Ayrıca, Kokubu ve Tachikawa (2013:361), MAMM'nin başarılı bir şekilde uygulanmasının, muhasebe, işletme, çevre, mühendislik ve kalite kontrol dahil olmak üzere birden fazla departman tarafından sağlanan uzmanlığa bağlı olduğunu öne sürmektedirler. Bu nedenle, MAMM'nin uygulandığı kuruluşlarda gerçekte sağlanan bilgileri kullananların ve hazırlıklarıyla kimlerin ilgilendiğinin araştırılması gerekecektir. O zaman, MAMM'ni teşvik etme çabalarının, belirli fonksiyonlarda bulunan bireysel yöneticilere yönelik olması halinde daha etkili olması beklenebilir.

Bu inceleme için analiz edilen literatüre dayanarak, mevcut araştırmalara hâkim olan üretim odağı aynı zamanda potansiyel bir endişe alanı sunmaktadır. MAMM'nin geleneksel üretim ortamlarında (IFAC, 2005) ve malzeme akışının karmaşık ve potansiyel maliyetlerin yüksek olduğu organizasyonlarda daha yararlı olacağı öne sürülmüştür (Lang ve diğ. 2005:148 Loew, 2003:51). Yukarıda belirtilenler, her iki sektörle ilgili olarak bu iddiayı destekleyecek az miktarda ampirik delil olduğunu belirtmektedir. MAMM bu sektörlerde yararlı olabilir, ancak aynı zamanda hizmet ve kar amacı gütmeyen kuruluşların her biri farklı veya biraz değiştirilmiş araçlar gerektirebilir.

Bu nedenle, bu potansiyeli incelemek için MAMM araştırmasının mevcut odağını üretim faaliyetlerinin ötesine genişletme ihtiyacı vardır. Bu tür bir araştırma geliştirilmekte olan MAMM için sektöre özel rehberlik sağlayabilir veya alternatif olarak, bu kuruluşlarda kullanım için daha uygun görülen yeni araçların geliştirilmesini destekleyebilir. İlgili çekebilecek potansiyel sektörler arasında şunlar bulunmaktadır: hizmet kuruluşları, kar amacı gütmeyen kuruluşlar, birincil üretim, madencilik ve kaynaklar ve kamu hizmetleridir. Ayrıca, bu alanda daha fazla bilgi verebilecek araştırma yöntemleri şunları içerir: karşılaştırmalı vaka çalışmaları, görüşmeler ve istatistiksel analizin kullanıldığı ankete dayalı araştırmalardır (Katherine ve diğ. 2015).

Gelecekteki araştırmalar için bir başka yol da, MAMM'nin rutin bilgi üretimini içeren geçici bir araç olarak kullanılabilirliğini değerlendirmek ve karşılaştırmak olacaktır. Daha önce ifade edildiği gibi, MAMM'nin genel olarak "Çevresel Maliyet Muhasebesi" terimine girdiği görülmektedir (Papaspyropoulos vd. 2012:139). Burritt vd. (2002:48), bu bilginin, çoğu maliyetleme sisteminden beklenen şekilde rutin olarak üretilmesi gerektiğini ima etmektedirler (Herzig vd. 2012). Bununla birlikte, MAMM'nin geçici olarak kullanıldığında hala değerli bilgiler sunabileceği konusunda bazı öneriler bulunmaktadır. Bu, bir kereye mahsus bir kararın amacı için veya zaman zaman düzensiz bir şekilde, gelecekteki katılım için belirli bir plan içermeyen bir araç olarak kullanılabilir. Örneğin, Lang vd. (2005:148), akış maliyeti muhasebesinin izole edilmiş bir analiz olarak kullanılmasının maliyet tasarrufu ve çevresel iyileştirme potansiyelleri hakkında hala faydalı bilgiler sağlayacağını belirtmektedirler. Bu şekilde kullanıldığında yazarlar "çok MAMM tasarlandığı amaç için kullanıldığında, mevcut

maliyet muhasebesi sistemine ek olarak, Lang vd. (2005:149) sürecin “çok çaba ve nasıl yapılacağı” gerektiren çok daha zor hale geldiğini öne sürmektedirler.

Daha önce belirttiği gibi MAMM’ni araştıran vaka çalışmalarının birçoğunun hem ekonomik hem de çevresel gelişme için fırsatları tanımlamak için kullanılan tek bir maliyet değerlendirmesine dayandığı tartışılmaktadır (Jasch, vd.2006:1124). Bu bilgi daha sonra kıyaslama amacıyla ve hem maddi hem de enerji verimliliğini artıran değişiklikleri başlatmak için kullanılır (Schaltegger vd. 2012:14).

Dolayısıyla, MAMM’nin değerinin rutin bir araç olarak değil, yeni tesise yatırım yapmayı veya yeni ürünler geliştirmeyi düşünürken verimlilik ve maliyet tasarrufu potansiyellerini değerlendirmek için geçici bir süreç olarak gerçekleştirilmesi söz konusu olabilir (Lang-Koetz vd. 2006:153). Bu, yıllık veya iki yılda bir veya yönetim tarafından gerekli görüldüğü zaman yapılabilir. Bunun MAMM ile ilişkili kontrol işlevini bozabileceği iddia edilebilse de (Lang-Koetz vd. 2006:153; Schaltegger vd. 2002), bazı avantajlar sağlam kalacaktır. Bu yaklaşım, tedarik zincirine uygulandığında, kuruluşlar arasında devam eden bilgilerin koordinasyonuna olan ihtiyacı ortadan kaldıracığı için de faydalı olabilir (Weigand ve Elsas, 2013:41). Bu potansiyeli anlamak için, her iki yaklaşımın da dikkate alındığı karşılaştırmalı, uzunlamasına yayın yapılması yararlı olacaktır.

Son olarak, MAMM başvurusunda ülkeler arası farklılıkları göz önünde bulundurmamak faydalı olabilir. Sınırlı olmakla birlikte, Bölüm 6’da rapor edilen ankete dayalı araştırmalar, MAMM bilgisi ve kültürler arasında benimseme konusunda farklılıklar olabileceğini göstermektedir (Burritt ve Tingey-Holyoak, 2012:46; Kokubu ve Nashioka, 2005:361; Schaltegger vd. 2011). Ancak tartışmalar, ulusal çalışmalar, mevcut literatürde büyük ölçüde bulunmadığını savunmaktadır. MAMM’nin geliştirilmesinin, hem Almanya hem de Japonya’daki (farklı kültürler) iki ayrı ve farklı kültürden etkilendiği göz önüne alındığında, bir büyüklüğün aslında her ülkede faaliyet gösteren organizasyonlara uymaması olabilir (Weigand ve Elsas, 2013:41). Bazı kültürlerde bunun daha problemlili olması mümkündür (Deegan, 2007). Bu nedenle mevcut rehberlerin, belirli kültürler ve ülkelere yönelik değişiklikler gerekebilir. Bununla birlikte, şu anda bu tür deliller sadece spekülatif ve bu tür bir eylemin MAMM faaliyetlerinin şirketler tarafından daha fazla benimsenmesine yardımcı olup olmayacağını belirlemek için ek araştırma yapılması gerekmektedir.

9. Gelecekteki Araştırmalar için Değerlendirmeler

Yukarıdaki tartışmadan görülebileceği gibi, MAMM literatürünün geliştirilmesi gereken birçok alan ve halen ele alınması gereken birçok soru vardır. Bunu yapmak için, yapılabilecek iki ana öneri vardır.

Birincisi, günümüzde MAMM’ni araştırmak için kullanılan araştırma yöntemlerinin pratikte son derece sınırlı olduğu açıktır. Eylem temelli vaka çalışmasına odaklanma şüphesiz önemli olmakla birlikte, çağdaş araştırmacı için mevcut olan çok çeşitli metodolojik yaklaşımlara ve araçlara bakar. Özetle, ankete dayalı araştırma azdır, görüşme temelli araştırma yoktur ve neredeyse hiç bulunmayan nispeten küçük

numunelerin temel yüzdelik sayısının ötesinde istatistiksel analizin kullanılmasıdır. Beklenebileceği gibi, mevcut tek boyutlu zihniyet araştırma bulgularının geliştirilebilirliğini ciddi şekilde sınırlandırmakta ve MAMM literatürünün şimdi bulunduğu konuma katkıda bulunmuş olabilir.

Neuman (2006), farklı araştırma yöntemlerinin yanı sıra nitel ve nicel araştırma tasarımlarının birbirleriyle rekabet halinde olması gerektiğini değil, birbirlerini tamamlayan farklı araçlar olarak görülmesi gerektiğini savunmaktadır. MAMM’ni farklı araştırma perspektiflerinden gözlemleyerek, mevcut gelişmenin daha doğru bir resminin tespit edilebileceği muhtemeldir; bu, uygulamadaki engellerin ve imkânların tanımlanmasını içerebilir (Neuman, 2006). Özellikle ankete dayalı istatistiksel araştırmalar, malzeme akışı maliyet muhasebesinin farklı ortamlarda kullanımı ve tanıtımı için önerilerin yanı sıra daha genel bulgular için de izin verebilir. Bu nedenle, bu alandaki araştırmacıların mevcut yaklaşımları tamamlamak için alternatif araştırma yöntemlerini ve araştırma süreçlerini dikkate almaları önerilir, çünkü sonuçta MAMM’nin bir konu olarak daha çeşitli ve eksiksiz bir şekilde anlaşılmasına yol açacaktır.

İkincisi, şu ana kadar teorik olarak bilgilendirilmiş araştırmalar, MAMM literatüründe neredeyse yoktur. Bu durum MAMM’ne özgü değildir, çünkü teorik çalışmalar tüm ÇYM disiplini genelinde kıttır (Burritt, 2005:37; Jalaludin vd. 2011:548), bunun neden böyle olabileceği konusundaki soruyu gündeme getirmektedirler. Parker (2005:548), çevresel muhasebe araştırmasının durumunu tartışırken, teori ve uygulamanın “birbiriyle ilişkili ve tartışmalı bir şekilde karşılıklı katkıda bulunma potansiyeline sahip olduğunu” not ederken, Thomas (1997:93) daha fazla soruşturma aydınlatmak yerine teorik bakış açılarının kısıtlayabileceğini savunmaktadır.

MAMM için teorik bir temel geliştirilmesinin bu uygulamalı bilimde kullanılmasının birkaç nedeni vardır. Yapı sağlamadaki ve bilgiyi organize etme yolundaki rolü dikkate alındığında, teori bu literatür taramasında tanımlanan soruların çoğuna cevap verebilir. Örneğin, MAMM’nin ne zaman çalıştığını anlamak için bir yönetim aracı olarak MAMM’nin geliştirilmesinde bu noktada mantıklı bir ilerleme önerilmiştir. Mevcut yönetim ve çevresel muhasebe bilgisi acil durum teorisi üzerine çizim, MAMM’nin kullanıldığı ve ekonomik ve çevresel performansı arttırdığı tespit edilen şartların belirlenebileceği bir temel sağlayabilir (Bouma ve van der Veen, 2002:281; Christ ve Burritt, 2013:168; Qian vd. 2011:113). İnovasyonun yayılması ile ilgili araştırma çizimleri, MAMM’nin farklı organizasyonlara ve iş bölümlerine nasıl yükseltilebileceğini anlamak için kullanılabilir (Rogers, 2003). İnovasyonun yayılması aynı zamanda MAMM’nin benimsenmesinin önündeki potansiyel engellerin yanı sıra uygulama sürecini kolaylaştırabilecek değişkenleri belirlemek için de kullanılabilir.

Teori, kuruluşların neden MAMM’i kullandıklarını veya kullanmadıklarını cevaplamak için kullanılabilir. Bu konuda faydalı olabilecek potansiyel çerçeveler arasında yeni kurumsal sosyoloji (Bouma ve van der Veen, 2002:281; Qian ve Burritt,

2008:241), meşruiyet teorisi ve paydaş teorisi (Deegan, 2007) bulunmaktadır. Bu liste ayrıntılı olmamakla birlikte, bu alanın daha da gelişmesine katkıda bulunabilecek diğer teorik yaklaşımlar ve paradigmlar olmasına rağmen, ilgili konular üzerine yapılmış araştırmalara dayanan bir başlangıç noktası sunmaktadır.

Bununla birlikte, bu çabaların erken olabileceği söylenebilir. MAMM bilgilerinin diğer ÇYM araçları ve bilgi sistemleriyle nasıl etkileşimde bulunduğu dair mevcut anlayışı ilerletmek önemli olsa da (Lang-Koetz vd. 2006:154; Strobel ve Redmann, 2002:81) tekerleği yeniden icat etmek için gereklidir. Özellikle MAMM’ni orijinal haliyle anlaşılması çok sınırlı olduğunda, kısmen bu alanda mevcut deneysel delillerin dar ve az gelişmiş doğası nedeniyle, yazarların, MAMM hakkında zaten bilinenleri ve aracı daha da geliştirmeye çalışmadan önce bilinmesi gerekenleri pekiştirmenin artık gerekli olduğu inancıdır (Katherine vd. 2015).

Sonuç

MAMM, işletme faaliyetlerinde malzeme ve enerji akışlarının açıkça tanınması ve bu akışların işletme giderlerinin farklı alanlarla ilgili olduğu konusunda daha iyi bir anlayışla iyileştirilmiş ekonomik ve çevresel performansa yol açacak kararları desteklemek için tasarlanmış nispeten yeni bir araçtır. MAMM’nin bir işletme aracı olarak potansiyel önemi, yakın zamanda ISO 14051’in MAMM’ni piyasaya sürülmesiyle tanınmıştır. Bu gelişme göz önüne alındığında, geleceğin MAMM’ne dünyanın her yerinden akademisyenler ve kuruluşlar tarafından gösterilen ilgi artmaktadır.

Değerlendirme birkaç alanı kapsamaktadır. Bunlar arasında: MAMM’nin daha genel ÇYM bilgisi ve gelişimi bağlamında neler olduğuna dair temel bir bakış; MAMM’nin bir yönetim aracı olarak geliştirilmesi; MAMM süreç ve MAMM ile ilgili pratikte ampirik delillerin gözden geçirilmesi ve sentezidir. Son olarak, geleceğe yönelik bir araştırma gündemine yönelik değerlendirmeler, MAMM aracının yararlılığı hakkındaki mevcut delil durumuna dayanarak elde edilmiştir.

Mevcut MAMM literatürünün kapsamlı ve dengeli bir sentezini sağlamak için bu derlemede bir çaba gösterilmiş olsa da burada yapılan gözlemler birkaç sınırlama ışığında görülmelidir. MAMM aslen Almanya ve Japonya’da geliştirilmiştir. Sonuç olarak, bu ülkelerden çıkan ilk çalışmaların çoğu, yerel organizasyonlar tarafından kullanılmak üzere tasarlanmıştır. Dolayısıyla, özellikle 1990’ların sonlarından ve 2000’li yılların başlarından itibaren yalnızca Almanca veya Japonca yayımlanabilecek yayınlar olduğu kabul edilmektedir.

Bu derlemede incelenen mevcut literatür, büyük ölçüde normatif argümanlar tarafından yönlendirilen girişimleri bir ÇYM alt disiplini ortaya çıkarmıştır. Değerlendirme, uygulamada MAMM ile ilgili ampirik delillerin az gelişmiş olduğunu ve MAMM araştırmacıları adına neredeyse tek boyutlu bir zihniyet olarak nitelendirilebilecek olanlarla mevcut bilgilerin kısıtlandığını ortaya koymuştur. Ayrıca, MAMM’nin geliştirilmesi ve uygulanması için gözle görülür bir teorik açıklama eksikliğinin var olduğu görülmektedir.

Bugüne kadar yapılan MAMM araştırmalarında, MAMM'nin ekonomik ve çevresel bir yönetim aracı olarak geliştirilmesinde ek yatırım yapılmasının haklı çıkmasında önemli adımlar atılmıştır. Gerçekten de MAMM'nin ticari kuruluşlar için değerinin ampirik olarak desteklendiği çok sayıda vaka çalışması vardır. Bununla birlikte, mevcut bilgileri yeni bakış açıları ve yaklaşımlarla tamamlama ve geliştirme zamanı gelmiş görölmektedir. Bu girişim yalnızca yeni araştırma yöntem ve teorilerini değil, aynı zamanda makalede ele alınan farklı araştırma sorularını da sormayı içermelidir.

Kaynakça

- Bautista S-Lazo ve T. Short, (2013). Introducing The All Seeing Eye of Business: A Model for Understanding the Nature, Impact and Potential Uses of Waste *J. Clean. Prod.*, 40, s. 141-150
- Bennett, S. Schaltegger, D. Zvezdov (2013). *Exploring Corporate Practices in Management Accounting for Sustainability*, ICAEW, London
- Bennett, M. D., Bouma, J. J., & Wolters, T. J. (Eds.). (2002). *Environmental management accounting: Informational and institutional developments (Vol. 9)*. Springer Science & Business Media.
- Bouma J.J., M. Van Der Veen (2002). *Wanted: A Theory for Environmental Management Accounting*.
- Burritt R, S. Schaltegger (2001). *Eco-Efficiency in Corporate Budgeting, Environmental Management Health*, 12, s. 158-174
- Burritt R.L., (2004). Environmental Management Accounting: Roadblocks on the Way to The Green and Pleasant. *Land Bus. Strat. Environmental*, 13, s. 13-32
- Burritt R.L., (2005). Challenges For Environmental Management Accounting, P. M. Rikhardsson, M. Bennett, J.J. Bouma, S. Schaltegger (Eds.), *Implementing Environmental Management Accounting*, Springer, Netherlands, s. 19-44
- Burritt R.L, T. Hahn, S. Schaltegger (2002). Towards A Comprehensive Framework for Environmental Management Accounting: Links Between Business Actors And Environmental Management Accounting Tools *Aust. Accounting Review*, 12, s. 39-50
- Burritt, RL, Herzig, C Ve Tadeo, BD., (2009). 'Environmental Management Accounting for Cleaner Production: The Case of A Philippine Rice Mill', *Journal of Cleaner Production*, Vol. 17, s. 431-439.

- Burritt R.L., C. Saka (2006). Environmental Management Accounting Applications And Eco-Efficiency: Case Studies From Japan, *J. Clean. Prod.*, 14, s. 1262-1275
- Burritt R.L., J. Tingey-Holyoak (2012). Forging Cleaner Production: The Importance of Academic-Practitioner Links for Successful Sustainability Embedded Accounting, *J. Clean. Prod.*, 36, s. 39-47
- Christ K.L., R.L. Burritt (2013). Environmental Management Accounting: The Significance of Contingent Variables for Adoption, *J. Clean. Prod.*, 41, s. 163-173
- De Beer P., F. Friend (2006). Environmental Accounting: A Management Tool for Enhancing Corporate Environmental And Economic Performance, *Ecological. Economi*, 58, s. 548-560
- Deegan C., (2003). Environmental Management Accounting: An Introduction and Case Studies for Australia Available From:<[Http://www.epa.vic.gov.au/bus/accounting/docs/final_report.Pdf](http://www.epa.vic.gov.au/bus/accounting/docs/final_report.Pdf)> (08.03.11 tarihinde erişildi)
- Deegan C., (2007). *Financial Accounting Theory (Second Ed.)*, McGraw-Hill Australia Pty Ltd, North Ryde
- Ditz C., J. Ranganathan, R.D. Banks (1995). Green Ledgers: Case Studies in Corporate Environmental Accounting, *World Resources Institute*, Washington DC
- Dobes V., (2013). New Tool For Promotion of Energy Management and Cleaner Production on No Cure, No Pay Basis. *J. Clean. Prod.*, 39, s. 255-264
- EPA, (1995). *Life Cycle Design Framework and Demonstration Projects*, Office of Research And Development Washington D.C,
- Fakoya M.B. , H.M. Van Der Poll (2013). Integrating ERP And MFCA Systems for Improved Waste-Reduction Decisions in A Brewery in South Africa, *J. Clean. Prod.*, 40, s. 136-140
- Federal Ministry For The Environment (2003). *Guide to Corporate Environmental Cost Management*, Berlin, Germany
- Gale R., (2006) Environmental Costs At A Canadian Paper Mill: A Case Study of Environmental Management Accounting, *J. Clean. Prod.*, 14, s. 1237-1251
- Godschalk S.K.B., (2008) Does Corporate Environmental Accounting Make Business Sense?

- S. Schaltegger, M. Bennett, R.L. Burritt, C.M. Jasch (Eds.), *Environmental Management Accounting for Cleaner Production*, Springer, s. 249-265
- Herzig C., T. Viere, S. Schaltegger, R.L. Burritt (2012). Environmental Management Accounting. *Case Studies in South-East Asian Companies*, Routledge, London and New York
- Heupel T. , N. Wendisch (2003). *Green Success: Process-Based Environmental Cost Accounting Implementation in Smes in Germany*, M. Bennett, P. Rikhardsson, S. Schaltegger (Eds), Environmental Management Accounting – Purpose and Progress, Springer, Netherlands, s. 333-363
- Huang C.-L., J. Vause, H.-W. Ma, C.-P. Yu (2012.) Using Material/Substance Flow Analysis to Support Sustainable Development Assessment: A Literature Review and Outlook, *Resource. Conserv. Recycl.*, 68, s. 104-116
- Hyršlová J. , M. Vágner, J. Palásek (2011). Material Flow Cost Accounting (MFCA) – Tool for The Optimization of Corporate Production Processes, *Bussines Management. Educations*, 9, s. 5-18
- IFAC (International Federation of Accountants) (2005). *International Guidance Document on Environmental Management Accounting*, IFAC, New York
- International Organization for Standardization (ISO) (2011). ISO 14051: Environmental Management: Material Flow Cost Accounting: General Framework, *International Organization for Standardization*, Geneva, Switzerland
- Jalaludin D. , M. Sulaiman, N.N.N. Ahmed (2011). Understanding Environmental Management Accounting (EMA) Adoption: A New Institutional Perspective, *Social Responsibility J.*, 7, s. 540-557
- Jasch C., (2003a). *Austrian Pilot Projects on Environmental Management Accounting Following The UN DSD EMA Methodology* M. Bennett, P.M. Rikhardsson, S. Schaltegger (Eds). *Environmental Management Accounting – Purpose and Progress*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht, s. 75-88
- Jasch C., (2003b). The Use of Environmental Management Accounting (EMA) for Identifying Environmental Costs, *J. Clean. Prod.*, 11, s. 667-676
- Jasch C., (2006.) How to Perform an Environmental Management Cost Assessment in One Day *J. Clean. Prod.*, 14, s. 1194-1213

- Jasch C., (2009). *Environmental and Material Flow Cost Accounting*, Springer, Netherlands, Dordrecht
- Jasch C., (2011). Environmental Management Accounting: Comparing And Linking Requirements at Micro And Macro Levels –A Practitioner’s View, R.L. Burritt, S. Schaltegger, M. Bennett, T. Pohjola, M. Csutora (Eds). *Environmental Management Accounting And Supply Chain Management*, Springer, s. 255-277
- Jasch C., D. Ayres, L. Bernaudat (2010). Environmental Management Accounting (EMA) Case Studies in Honduras – an Integrated UNIDO Project, *Issues Social Environmental Accounting*, 4, s. 89-103
- Jasch C., M. Danse (2005). Environmental Management Accounting Pilot Projects in Costa Rica, P.M. Rikhardsson, M. Bennett, J.J. Bouma, S. Schaltegger (Eds.), *Implementing Environmental Management Accounting*, Springer, s. 343-364
- Jasch C. , A. Lavicka (2006.) Pilot Project On Sustainability Management Accounting With The Styrian Automobile Cluster, *J. Clean. Prod.*, 14, s. 1214-1227
- Jasch C. , D.E. Savage (2008). The IFAC International Guidance Document on Environmental Management Accounting, S. Schaltegger, M. Bennett, R.L. Burritt, C.M. Jasch (Eds), *Environmental Management Accounting For Cleaner Production*, Springer, s. 321-336
- Jindrichovska I., I. Purcărea (2011) CSR and Environmental Reporting in the Czech Republic and Romania: Country Comparison of Rules and Practices, *Accounting Management Information System*, 10, s. 202-227
- Kasemset C., S. Sasiopars, S. Suwiphat (2013). The Application of MFCA Analysis in Process Improvement: A Case Study of Plastics Packaging Factory in Thailand, Y.-K. Lin, Y.-C. Tsao, S.-W. Lin (Eds.), *Proceedings Of The Institute of Industrial Engineers Asian Conference 2013*, Springer, Singapore, s. 353-361
- Kaya N. (2016). *Çevresel Yönetim Muhasebesi*, Türkiye Âlim Kitabevi, s. 184- 187
- KokubuK. , (2009). *M.K.S. Campos, Y. Furukawa, H. Tachikawamaterial Flow Cost Accounting With ISO 14051*, s. 15-18, *ISO Insider*. January–February 2009.
- Kokubu K., E. Nashioka (2005). Environmental Management Accounting Practices in Japan, P.M. Rikhardsson, M.Bennett, J.J. Bouma, S.Schaltegger (Eds.), *Implementing Environmental Management Accounting*, Springer, s. 321-342

- Kokubu K., H. Tachikawa (2013). *Material Flow Cost Accounting: Significance and Practical Approach*, J. Kauffman, K.-M. Lee (Eds.), Handbook of Sustainable Engineering, Springer, Netherlands, s. 351-369
- Lang C., D. Heubach, T. Loew (2005). *Using Software Systems to Support Environmental Accounting Instruments*, P.M. Rikhardsson, M. Bennett, J.J. Bouma, S. Schaltegger (Eds.), Implementing Environmental Management Accounting, Springer, s. 143-168
- Lang, C., Koetz, T. Loew, S. Beucker, M. Steinfeldt, U. Horstmann, T. Sieghart (2006). *Environmental Accounting Instruments: Implementation & Continuous Use—Concepts for the Application of Input-Output Balance, Environmental Performance Indicators and Flow Cost Accounting*, Material Flow Management, Springer, s. 131-157
- Loew T., (2003). Environmental Cost Accounting: Classifying and Comparing Selected Approaches, M. Bennett, P. Rikhardsson, S. Schaltegger (Eds.), *Environmental Management Accounting - Purpose and Progress*, Springer, Netherlands, s. 41-56
- Ministry of Economy, Trade And Industry (METI) (2007). *Guide for Material Flow Cost Accounting*, Ministry of Economy, Trade and Industry, Version 1. March 2007
- Nakano K., M. Hirao (2011). Collaborative Activity with Business Partners for Improvement of Product Environmental Performance Using LCA, *J. Clean. Prod.*, 19, s. 1189-1197
- Neuman W.L., (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, (Sixth Ed.), Pearson Education, Boston
- Onishi Y., K. Kokubu, M. Nakajima (2009). Implementing Material Flow Cost Accounting in a Pharmaceutical Company, S. Schaltegger, M. Mennett, R.L. Burritt, C.M. Jasch (Eds.), *Environmental Management Accounting for Cleaner Production*, Springer, s. 395-409
- Papaspyropoulos, K.G., V. Blioumis, A.S. Christodoulou, P.K. Birtsas, K.E. Skordas (2012). Challenges in Implementing Environmental Management Accounting Tools: The Case of a Nonprofit Forestry Organization, *J. Clean. Prod.*, 29–30, s. 132-143
- Parker L.D., (2005). Social and Environmental Accountability Research: A View from the Commentary Box, *Account. Audit. Account. J.*, 18, s. 842-960

- Qian W., R.L. Burritt (2008). The Development of Environmental Management Accounting: An Institutional View, S. Schaltegger, M. Bennett, R.L. Burritt, C.M. Casch (Eds), *Environmental Management Accounting For Cleaner Production*, Springer, s. 233-248
- Qian W., R.L. Burritt, G. Monroe (2011). Environmental Management Accounting in Local Government: A Case of Waste Management, *Account. Audit. Account. J.*, 24, s. 93-128
- Rogers E.M., (2003). *Diffusion of Innovations, (Fifth Ed.)*, Free Press, New York
- Sarkis J., (2012). A Boundaries and Flows Perspective of Green Supply Chain Management, *Supply Chain Management*, 17, s. 202-216
- Scavone G.M., (2005). Environmental Management Accounting: Current Practice and Future Trends in Argentina, P.M. Rikhardson, M. Benntett, J.J. Bouma, S. Schaltegger (Eds), *Implementing Environmental Management Accounting: Status And Challenges*, Vol. 18, Springer, Netherlands, s. 257-277
- Scavone G.M., (2006). Challenges in Internal Environmental Management Reporting in Argentina, *J. Clean. Prod.*, 14, s. 1276-1285
- Schaltegger S., R.L. Burritt (2000). *Contemporary Environmental Accounting – Issues, Concepts and Practice*, Greenleaf Publishing, Sheffield, UK
- Schaltegger S., M. Csutora (2012). Carbon Accounting for Sustainability and Management. Status Quo and Challenges, *J. Clean. Prod.*, 36, s. 1-16
- Schaltegger S. , C. Herzig, O. Kleiber, J. Müller (2002). Sustainability Management in Business Enterprises: Concepts and Instruments for Sustainable Organisation Development, *The Federal Ministry for The Environment, Nature Conservation And Nuclear Safety and the Centre for Sustainability Management, Leuphana University, Lueneburg*
- Schaltegger S. , T. Viere, D. Zvezdov (2012). Tapping Environmental Accounting Potentials of Beer Brewing. Information Needs for Successful Cleaner Production, *J. Clean. Prod.*, 29–30, s. 1-10
- Schaltegger S., M. Wagner (2005). Current Trends in Environmental Cost Accounting – And Its Interaction with Eco-Efficiency Performance Measurement and Indicators, P.M. Rikhardsson, M. Bennett, J.J. Bouma, S. Schaltegger (Eds), *Implementing Environmental Management Accounting*, Springer, s. 45-62

- Schaltegger S., S.E. Windolph, C. Herzig (2011). *From Knowledge to Application: Dissemination of Sustainability Management Tools in Large German Companies*, Centre for Sustainability Management, Leuphana University, Lueneburg
- Scheide W., G. Dold, S. Enzler (2002). Efficient Eco-Management Using ECO-Integral — How to Save Costs and Natural Resources at the Same Time, M. Bennett, J.J. Bouma, T. Walters (Eds), *Environmental Management Accounting: Informational And Institutional Developments*, Kluwer, Dordrecht, s. 93-111
- Schmidt M., M. Nakajima (2013). *Material Flow Cost Accounting as an Approach to Improve Resource Efficiency in Manufacturing Companies*, Resources, 2, s. 358-369
- Schrack D., H.K. Prammer (2013). Integration of External Costs and Environmental Impacts in Material Flow Cost Accounting – A Life Cycle Oriented Approach, E. Guenter, A. Bergmann (Eds), *Proceedings From The EMAN-EU 2013 Conference on Material Flow Cost Accounting*, Springer, Singapore, s. 150-154
- Staniskis J., (2012). Sustainable Consumption And Production: How to Make It Possible, *Cleaning Technology Environmental Policy*, 14, s. 1015-1022
- Staniskis J.K., Z. Stasiskiene (2005). Industrial Waste Minimization – Experience from Lithuania, *Waste Manag. Res.*, 23, s. 282-290
- Staniskis J.K., Z. Stasiskiene (2006). Environmental Management Accounting in Lithuania: Exploratory Study of Current Practices, Opportunities and Strategic Intents, *J. Clean. Prod.*, 14, s. 1252-1261
- Strobel M., C. Redmann (2002). Flow Cost Accounting, an Accounting Approach Based on the Actual Flows of Materials, M. Bennett, J.J. Bouma, T. Walters (Eds.), *Environmental Management Accounting: Informational and Institutional Developments*, Kluwer, Dordrecht, s. 67-82
- Thomas G., (1997). What's The Use of Theory?, *Harvard Education Review*, 67, s. 75-104
- Thurm R., (2002). ‘Counting What Counts’ — Raising Transparency Through Environmental Management Accounting at Siemens, M. Bennett, J.J. Bouma, T. Walters (Eds), *Environmental Management Accounting: Informational and Institutional Developments*, Kluwer, Dordrecht, s. 123-135

- Trappey A.J., M.F. Yeh, S.C.-Y. Wu, A.Y. Kuo (2013). ISO 14051-Based Material Flow Cost Accounting System Framework for Collaborative Green Manufacturing, *2013 IEEE 17th International Conference on Computer Supported Cooperative Work in Design (CSCWD)*, s. 639-644
- Tsai W.-H., Y.-S. Shen, P.-L. Lee, H.-C. Chen, L. Kuo, C.-C. Huang (2012) Integrating Information About the Cost of Carbon Through Activity-Based Costing, *J. Clean. Prod.*, 36, s. 102-111
- Ván H., S. Gärtner (2012) The Benefit Side of Environmental Activities and the Connection with Company Value, R.L. Burritt, S. Schaltegger, M. Bennett, T. Pohjola, M. Csutora (Eds), *Environmental Management Accounting And Supply Chain Management*, Springer, s. 281-300
- Victor P., S. Hanna, A. Kubursi (1998) How Strong is Weak Sustainability?, Faucheux, M. O'Connor, J. Straaten (Eds.), *Sustainable Development: Concepts, Rationalities and Strategies*, Vol. 13, Springer, Netherlands, s. 195-210
- Viere T., S. Schaltegger, J. Von Enden (2007). Supply Chain Information in Environmental Management Accounting – The Case of a Vietnamese Coffee Exporter, *Issues Social Environmental Accounting 1*, s. 296-310
- Viere T., J. Von Enden, S. Schaltegger (2011) *Life Cycle and Supply Chain Information in Environmental Management Accounting: A Coffee Case Study*, R.L. Burritt, S. Schaltegger, M. Bennett, T. Pohjola, M. Csutora (Eds), *Environmental Management Accounting and Supply Chain Management*, Springer, s. 23-40
- Weigand H., P. Elsas (2013). Construction and Use of Environmental Management Accounting Systems with the REA Business Ontology, *J. Emerg. Tech. Accounting*, 9, s. 25-46
- Wendisch N., T. Heupel (2005). *Implementing Environmental Cost Accounting in Small and Medium-Sized Companies*, P.M. Rikhardsson, Et Al. (Eds.), *Implementing Environmental Management Accounting*, Springer, s. 193-205
- Xiaomei L., (2004). *Theory and Practice of Environmental Management Accounting: Experience of Implementation in China*, *Int. J. Tech. Manag. Sustain. Dev.*, 3, s. 47-57

Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi Yazım Kuralları

Aşağıdaki yazım kurallarına uymayan yazılar değerlendirmeye alınmayacaktır. Dergiye gönderilecek yazıların;

Sayfa Sayısı: Ekler ve Kaynakça dâhil **25** sayfayı geçmemesi gerekir.

Yazım kurallarına uygun olan bir Word dosyası ile makalenin kendisi ve ayrı bir Word dosyasında da unvan, isim, çalıştığı (akademik veya özel) kurum, e-posta adresi ve varsa dipnot içeren 2 dosya ekli olacak şekilde **DERGİPARK** sistemi **üzerinden** gönderilmesi gerekmektedir.

Sayfa boyutları: Genişlik: 16,5 cm. ve Yükseklik: 24,2 cm. (Özel).

Sayfa yapısı kenar boşlukları:

Üst boşluk: 3,25 cm. Sol boşluk: 2 cm, Cilt payı:0

Alt boşluk: 2,5 cm. Sağ boşluk: 2 cm Cilt payı:0

Makale Adı: İlk harfler büyük diğerleri küçük Times New Roman 13 punto bold

Yazar adı: İlk harfler büyük diğerleri küçük; Soyadlar: Tümü büyük harf, Times New Roman 10 punto, bold

Yazarın çalıştığı (akademik veya özel) kurum: İlk harfler büyük, diğerleri küçük Times New Roman 9,5 punto

E-posta adresi: Tüm harfler küçük Times New Roman 9 punto

Yazar Orcid No: Tüm rakamlar Times New Roman 9 punto

Makalenin bölümleri arasına sayfa boşluğu ve kesme boşluğu konulmayacak, sadece en sona (Kaynakça'dan da sonra), sayfa düzeninden (Kesmeler altındaki) "Sonraki Sayfa" kesme aralığı eklenecektir.

Sayfalara numara verilmeyecektir.

Öz, anahtar kelimeler, abstract ve keywords, Jel Sınıflandırması ve Jel Classification : 90-120 kelime arasında olmalıdır. Yazı tipi: Times New Roman,10 punto, italik. “Öz”, “Anahtar Kelimeler”, “Abstract” ve “Keywords”, “Jel Sınıflandırması” ve “Jel Classification” ara başlıkları: Bold.

Ana yazıdaki Yazı tipi: Times New Roman,10 punto. Paragraf girintileri ve aralıkları:

Paragraf aralığı en az ve 12 nk. Önce: 0 ve Sonra 10 nk.

Hizalama: İki yana yasla. Ana hat düzeyi: Gövde metni.

Girintiler: Sağ ve Sol: 0, sadece ilk satır: 1 cm.

“Karşılıklı girintiler” ve “Aynı stildeki paragrafların arasına boşluk ekleme” kısımları işaretlenmeyecektir.

Dipnot Yazı Tipi: Times New Roman, 9 punto

Tablo, şekil, grafik vb. adları: Times New Roman 10 punto bold ve ana yazı paragraf girintileri ile yazılmalı, görüntüyü bozması durumunda sayfaya ortalı şekilde ayarlanmalıdır.

Tablo, şekil, grafik vb. altındaki kaynak: “Kaynak” başlığı bold, kaynak bilgisi normal, tümü: Times New Roman 9 punto.

Tablolar ve şekiller A4 vb. sayfa formatına göre değil, dergimiz sayfa boyutlarına göre hazırlanacak, gerekirse en az 8 punto olacak şekilde yazı tipi boyutu küçültülecektir.

Resim formatındaki şekiller okuma güçlüğü doğurmayacak kadar yüksek, dosyanın boyutunu 2 MB’tan daha fazla arttırmayacak kadar düşük çözünürlükte (veya dpi değerinde) olmalıdır.

Makaleler, burada belirtilmeyen özel bir durumu yoksa, şu bölümleri içermelidir:

► Başlık sayfası: Yazar/ların ünvanları, tam adları ve çalıştıkları kurumlar, iletişim bilgileri, makale üst başlığı. 90-120 kelime arası Türkçe özet ve 3-5 arası anahtar kelime. 90-120 kelime arası İngilizce özet ve 3-5 kelime arası anahtar kelime.

► Ana makale metni

► Kaynaklar

► Ekler, tablolar, şekiller

Atıflar: APA 6 usulü kaynak göstermenin benimsendiği dergimizde atıflar metinde parantez içerisinde yazar soyadı, yayın yılı ve (:) işaretinden sonra sayfa numarası verilmelidir. Örneğin: (Taşdelen, 2001: 42) şeklinde verilmelidir. Atıflarda noktalama işaretlerine ve alfabetik sıraya dikkat edilmelidir. Eğer atıfta bulunulacak kaynak birden daha fazla yazarlı ise birinci yazarın soyadı ve diğerlerini ise diğerleri anlamına gelen “ve diğ.” şeklinde verilmelidir. Örnek: (Altunışık ve diğ., 2001). Ancak, söz konusu kaynak kaynakça bölümünde tüm yazarların isimleri verilerek yazılmalıdır.

Metnin içinde atıfta bulunulan kaynaklar, makalenin sonunda **Kaynakça** başlığı altında toplanır. Kaynakçadaki kaynaklar, yazarın (ya da derleyeninin) soyadı, çok yazarlıysa ilk yazarın soyadı, kaynak bir kuruma (örneğin, Merkez Bankası) ya da süreli yayına aitse (örneğin, Business Week), kurum ya da süreli yayının adının baş harfi dikkate alınarak alfabetik sıraya göre düzenlenir. Bir yazarın ya da yazar grubunun birden fazla yayınına atıfta bulunulmuşsa, bu kaynaklar yayım tarihi temel alınarak sırayla verilir (yayım yılı önce olan önce verilir). Bu kaynaklar aynı yılda yayımlanmışsa, yayın yılının yanına a, b, c gibi harfler konarak sıralanır.

Yazım Biçimleri:

Kitaplar için:

Tek Yazarlı Kitaplar

Ataöv, T. (1989). *Bilimsel Araştırma El Kitabı*. 2. Baskı, Ankara: Savaş Yayınları.

İki Yazarlı Kitaplar

Tuna, O. ve Yalçıntaş, N. (1976). *Sosyal Siyaset*. İstanbul: Filiz Kitabevi.

İkiden Fazla Yazarlı Kitaplar

Altunışık, R., Coşkun, R. ve Yıldırım, E. (2002). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Adapazarı: Sakarya Kitabevi.

Çeviri Kitap

Durkheim, E. (1985). *Toplumbilimsel Yöntemin Kuralları*. Çev., Celal Baki Akal, İstanbul: Bilim-Felsefe-Sanat Yayınları.

Editörlü Kitap

Demirkol, Ş. (2002). Değişim Mühendisliği, Editörler: Coşkun, R., ve R. Altunışık, *Stratejik Boyutuyla Modern Yönetim Yaklaşımları*, (ss. 163-176), İstanbul: Beta. Yay.

Yazar Adı Olmayan Kitaplar

Devlet Planlama Teşkilatı (1984). *Türkiye'de Sanayileşme Sorunları*, Ankara: DPT Yayınları, 102.

Encyclopedia Britannica, Turkey, 22, 125-140.

Sarç, Ö. C. (1973). Milli Gelir. İktisat Ansiklopedisi, 2, İstanbul: Ak Yayınları.

Sürelî Yayınlar (bilimsel dergilerdeki makaleler)

Ahıska, Y. (1990). Ticaret Bankalarının İşlevleri. *Banka ve Ekonomik Yorumlar*, 27(12), 37-44.

Neilson, G., Pasternack, P.A. ve Mendes, D. (2000). The Four Faces of Organizational DNAs. *Management*, 45(3), 45-53.

Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi Yayın İlkeleri

Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, yılda iki defa yayımlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Dergimiz 06.04.2015 tarihinden itibaren EBSCO Host'ta taranmaktadır.

Amaç, içerik ve Yazım Dili

Dergide genel anlamda sosyal bilimler, özelde işletme, iktisat ve yönetim bilimleri alanında, özgün araştırmaya dayanan makaleler başta olmak üzere, rapor, derleme ve benzeri bilimsel nitelikteki yazılar, konferans notları, örnek olay, kitap tanıtımı, ilginç olgu bildirimleri, editöre mektuplar, toplantı, haber ve duyuru vb. makale dışı yazılara da yer verilir. Dergi; iktisat, işletme, kamu yönetimi, siyaset bilimi, uluslararası ilişkiler, maliye ve yönetim bilişim sistemleri bilim alanlarından ve konuları, bu alanlarla ilgili olmak kaydıyla; felsefe, psikoloji, sosyoloji, hukuk, iletişim başta olmak üzere çeşitli disiplinlerden yazılara açıktır. Yazarlar, yayın kurulunun belirlediği yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmış, Türkçe, İngilizce, Fransızca ve Almanca dillerindeki çalışmalarını dergiye katkıda bulunabilirler. Dergi, Yayın Kurulu'nun karar ve uygulamasıyla, aynı zamanda elektronik ortamda da yayımlanabilir.

Yazıların Değerlendirilmesi

Yayımlanan makalelerin her türlü ortamdaki yayın hakları Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisine aittir. Değerlendirme için makale gönderen yazarlar bu kuralı peşinen kabul etmiş sayılır. Makaleler, aşağıda "Yazım Kuralları" başlığı altında belirtilmiş şartlara uygun şekilde ve adetteki nüshalar halinde gönderilmelidir.

Yayımlanmak üzere gönderilen bir makale, daha önce başka bir yerde yayımlanmamış olmalıdır. Dergiye gönderilen çalışmaların öncelikle Dergi Editörlüğü tarafından dergi yayın ilkelerine uygunluğu değerlendirilir. Bu aşamaya ilişkin değerlendirme sonuçları yazarlara çalışmanın dergi editörlüğünün eline

geçmesini izleyen süreç içerisinde bildirilir. Dergiye gönderilen ve editör tarafından hakemlere gönderilmeye değer bulunan makale türündeki yazılar, ilgili alanda uzmanlaşmış en az iki hakeme gönderilir. Bu süreçte hakem ve yazar kimlikleri gizli tutulur. Dergi editörlüğü hakemlerden gelen bilgiler doğrultusunda son değerlendirmeyi yapar ve hakem raporlarını yazarlara gönderir. Son değerlendirme aşamasında düzeltme isteminde bulunulan çalışmalar için değerlendirme süreci yeniden başlar.

Editör, hakemlerden gelen nihai raporları dikkate alarak, son değerlendirmeyi yapar. Dergiye gönderilen bir çalışmanın yayımlanması, hakem değerlendirme sonuçları ve dergi editörlüğünün görüşleri doğrultusunda gerçekleşir. Hakemler açısından yayımlanabilir aşamasına gelen tüm yazılar için son değerlendirme, Yayın Kurulu tarafından yapılır. “Yayımlanabilir” kararı verildikten sonra yazı yayım sırasına alınır ve nihai aşama yazar(lar)a bildirilir. Yazısı yayım sırasına alındığı bilgisini alan yazar(lar)ın, Telif Formu'nu doldurup Dergi Editörlüğü'ne ulaştırması gereklidir. Aksi durumda ilgili yazı yayımlanamaz. (Telif Formu, yazısını yayımlamak isteyen yazarların talebi doğrultusunda e-posta yoluyla gönderilecektir). Değerlendirme süreci için hedeflenen toplam süre 45 gündür. Yayımlanan her sayının hakem kurulu o sayı içerisinde yer almaktadır.

Değerlendirme Kriterleri

- a) Çalışmanın ilgili bilim alanına özgün katkısı, çalışmada bu katkının ne ölçüde ifade edildiği ve gerekçelendirildiği
- b) Sorunun ve çalışma amacının ortaya konuluşu, nasıl gerekçelendirildiği, çalışmanın bu amaç doğrultusunda bir bütünlük oluşturup oluşturmadığı
- c) Çalışmanın kuramsal çerçevesinin bilimsel çalışma sistematığına uygunluğu, çalışmanın amaçlarına ne derecede odaklandığı, temel kavram, değişken, süreç ve nedensel ilişkilerin ne ölçüde açıklandığı, çalışmanın temel varsayımlarını, varsa hipotezlerini ne ölçüde desteklediği

d) Çalışmanın varsayımlarının, varsa hipotezlerinin ne şekilde ortaya konduğu, açık bir şekilde ifade edilip edilmedikleri, çalışmanın amaçlarına uygunlukları, yeterince ve güçlü argümanlarla desteklenip desteklenmedikleri

e) Çalışmanın ilgili literatürden yararlanma, konu ile ilgili birincil kaynaklar olarak tanımlanabilecek kaynakları uygun ve yerinde kullanma derecesi, gerekli tartışmaları yeterince içerip, içermediği

f) Çalışmanın temel varsayım/hipotezlerinin desteklenmesi amacıyla herhangi bir araştırma gerçekleştiriliyorsa bu araştırmanın yeterince açıklanıp, açıklanmadığı, kullanılan metodolojinin amaçları, temel varsayım ve varsa hipotezlerinin sınanması açısından uygunluğu

g) Çalışma bulgularının yeterince açıklanıp açıklanmadığı, elde edilen bulguların ve yansımalarının ne ölçüde tartışıldığı, çalışmanın temel kısıtlarına ne ölçüde değinildiği, çalışma sonucunda bilimsel/uygulamaya yönelik çıkarımlarda bulunup bulunulmadığı

h) Çalışmanın bilimsel çalışma sistematığına uygun bir sistematik ile hazırlanıp hazırlanmadığı

i) Çalışmanın özetinin yeterliliği, amaç, temel varsayım, yöntem, bulgu, sonuç vb. öğeleri ne ölçüde içerdiği, çalışmanın bütünü hakkında yeterince bilgi verip vermediği, kullanılan dilin açıklığı

j) Çalışmanın bilimsel yazım kurallarına uygunluğu

k) Yazının başlığı ile içeriğinin tutarlılığı

l) Yazıda kullanılan dilin anlaşılabilirliği, yazım kurallarına uygunluğu

m) Kullanılan tablo ve şekillerin anlaşılabilirliği, çalışmanın amaçları açısından uygunluğu

Dergide, kitap tanıtım ve eleştirileri, yayın duyuru ve özetleri, önceden yazılmış bir makaleye getirilen ekler, eleştiri ve yorumlar, yanıtlar ve yanıtla yanıtlar da yer alabilir. Ayrıca konferans, kongre gibi toplantılar ve diğer bilimsel etkinlikler

hakkında haberlerin yanı sıra, örnek olay incelemeleri ve raporlar da yayımlanabilir. Bu tür yazıların dergide yayımlanması ile ilgili karar, editörün önerisi ile Yayın Kurulu tarafından verilir. Dergiye gönderilen tüm yazılar önce editör tarafından ön değerlendirmeye alınır. Dergi kapsamında yer alması öngörölmüş konular ile doğrudan ilişkili olmayan ya da bilimsel bir yazı formatına içerik ve şekil şartları açısından uymayan yazılar, editör veya Yayın Kurulu tarafından hakemlik süreci başlatılmadan geri çevrilebilir veya yazılarla ilgili değişiklik önerileri yapılabilir.

Dergi Yayın Kurulu, peşinen; TÜBİTAK Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun *“Bir çalışmanın hazırlanma ve yayımlanma aşamasında etiğe aykırı kabul edilecek”* aşığıdaki davranış tanımlarını aynen benimsemiştir. Bu tanımlara uyan davranışları reddeder, bu özelliklere sahip yazı ve çalışmaları yayımlamayı kabul etmez.

- Uydurma (Fabrication): Araştırmada bulunmayan verileri üretmek, bunları rapor etmek veya yayımlamak,

- Çarpıtma (Falsification): Değişik sonuç verebilecek şekilde araştırma materyalleri, cihazlar, işlemler ve araştırma kayıtlarında değişiklik yapmak veya sonuçlarını değiştirmek,

- Aşırma (intihal) (Plagiarism): Başkalarının fikirlerini, metotlarını, verilerini, yazılarını ve şekillerini sahiplerine atf yapmadan kullanmak,

- Duplikasyon (Duplication): Aynı araştırma sonuçlarını, birden fazla dergiye yayım için göndermek veya yayımlamak,

- Dilimleme (Least Publishable Units): Bir araştırmanın sonuçlarını, araştırmanın bütünlüğünü bozacak şekilde ve uygun olmayan biçimde parçalara ayırarak çok sayıda yayım yapmak,

- Destklenerek yürütölen çalışmaların sonuçlarını içeren sunum ve yayınlarda destek veren kurum veya kuruluş desteğini belirtmemek,

- Araştırma ve makalede ortak araştırıcı ve yazarların yazılı görüş birliği olmadan, araştırmada ve makalede aktif katkısı bulunanların isimlerini çıkartmak veya yazarlıkla bağdaşmayacak katkı nedeniyle yeni yazar(lar) eklemek veya yazar sıralamasını değiştirmek.

Dergideki yazılar resmi değildir, makale sahibinin adıyla yayımlanır ve sahibinin düşüncelerini yansıtır. Fakültenin düşüncelerini yansıtmaz. İncelemede, imkân haricinde gözden kaçmış Şekilde yukarıdaki özelliklere uyan (yani yayın etiğine uymayan) alışmalar dergide yer alırsa, bundan da çalışmanın sahibi sorumludur.

Dergide yer alan yazılardan kaynak gösterilerek aktarma ve alıntı yapılabilir. Yazının içeriğinde olabilecek çarpıtmalardan alıntı yapan ve yayımlayan kişi ya da kuruluşlar yasalar karşısında sorumludur. Yayın Kurulu, yazıda gerekli gördüğü sözcükleri değiştirebilir.

Dergide yayımlanan yazılar için herhangi bir ücret (telif) denmez. Dergiye gönderilen yazılar yayımlansın ya da yayımlanmasın geri gönderilmez. Yayımlanan makale ve çalışmaların telif hakkı Dergi'ye, hukuki ve bilimsel sorumlulukları yazarlarına aittir.

E – ISSN: 2148-2497
Yıl/Year: 2021
Cilt/Volume: 12
Sayı/Issue: 23



libf.bartın.edu.tr