

**Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar
Dergisi (USSMAD)**

**International Journal of Social, Political and
Financial Researches (IJSPFR)**

ISSN: 2791-9854

Aralık- 2021

Cilt: 1 Sayı: 1



**Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar
Dergisi (USSMAD)**

**International Journal of Social, Political and
Financial Researches (IJSPFR)**

ISSN: 2791-9854

Aralık-2021

Cilt: 1 Sayı : 1

İmtiyaz Sahibi – Yayımcı

Dr. Osman GEYİK

Editör- Yayın Kurulu Başkanı

Doç. Dr. Gamze Yıldız ŞEREN

Bilimsel Yayın ve Danışma Kurulu

Prof. Dr. Abdullah Çelik - Harran Üniversitesi

Prof. Dr. Erşan Sever -Aksaray Üniversitesi

Prof. Dr. Farhang Morady- University of Westminster

Prof. Dr. İsmail Şiriner - Batman Üniversitesi

Prof. Dr. Ljiljana Markovic-University of Belgrade

Prof. Dr. Mahmut Tekçe - Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet Şişman - Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Mithat Arman Karasu - Harran Üniversitesi

Prof. Dr. Murat Demir - Harran Üniversitesi

Prof. Dr. M. Mustafa Erdoğan - Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Serkan Benk - İnönü Üniversitesi

Doç. Dr. Abdunnur Yıldız- Fırat Üniversitesi

Doç. Dr. Anıl Gacar- Manisa Celal Bayar Üniversitesi

Doç. Dr. Ayşe Cebeci - Harran Üniversitesi

Doç. Dr. Habip Demirhan - Hakkari Üniversitesi

Doç. Dr. Hasan Türkal - Harran Üniversitesi

Doç. Dr. Mahmut İnan- Harran Üniversitesi

Doç. Dr. Özgür Altındağ - Dicle Üniversitesi

Doç. Dr. Reşat Arıca - Adıyaman Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Ahmet Köstekçi- Fırat Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi M.Sadık Aydın - Mardin Artuklu Üniversitesi

Dr. Adam Sofronijevic-University of Belgrade

SAYI HAKEM KURULU

Doç. Dr. Özgür ALTINDAĞ

Doç. Dr. Reşat ARICA

Dr. Öğr. Üyesi Dilek AKBAŞ AKDOĞAN

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Sadık AYDIN

Dr. Aykut AYDIN

Dr. Miray ÖZDEN

****Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar Dergisi; sosyal , siyasal ve mali alanları kapsayan çeşitli konularda özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makalelerin yayımlandığı bilimsel, uluslararası hakemli ve açık erişimli bir elektronik dergidir. Dergiye gönderilen tüm makalelerin bilimsel, etik ve dil açısından sorumlulukları yazarlara aittir.*

Taranılan İndeksler



Değerlendirme Sürecinde Olan İndeksler



EDİTÖRDEN

Her geçen gün çeşitli sebeplerle dönüşüm kaydeden dünyada bilgi ve bilim de aynı şekilde dönüşüm kaydetmektedir. Bilhassa dijitalleşmenin yaşamın her alanına sirayet ettiği şu günlerde bilginin paylaşımının da dijital çağla senkronize hareket etmesi gerekliliğinden bilgi paylaşımının artması ve bilimsel verilerin dünyayla paylaşılmasının önemi artış kaydetmektedir. Bu gerçeklerden yola çıkılmasının yanı sıra bilimin disiplinler arası yapısının da dikkate alınması sonucu sosyal, siyasi ve mali alanlarda bilimsel yayınların yer alacağı “Uluslararası Sosyal, Siyasi ve Mali Araştırmalar Dergisi- USSMAD” kurulmuştur. 2021 yılında yayın yaşamına başlayan dergi literatüre sosyal bilimlerin çeşitli alanlarında yapılacak çalışmalarla katkı sağlama gayesi gütmektedir. USSMAD; bilimin ve bilginin erişilebilirliğinin artması gerekliliği bilincini taşımasına binaen e-dergi formatında yılda iki kere yayımlanacaktır. Bilimin öneminin giderek daha da anlaşıldığı şu zamanlarda akademik gayelerle çıktığımız bu yolda siz değerli akademisyenler ve araştırmacılarla sosyal bilimler özelinde bilimsel yayınları paylaşmanın heyecanı içerisinde olduğumuzu belirtir, USSMAD’ın akademik çevrelere faydalı olmasını temenni ederim.

Doç. Dr. Gamze Yıldız ŞEREN

USSMAD Yayın Kurulu Başkanı

ARALIK 2021 SAYISI
İÇİNDEKİLER

- Rıdvan ENGİN
Türkiye’de Devlet Üniversitelerinin Misyon, Vizyon ve Temel Değerleri: Stratejik
Planlar Üzerinden Bir Araştırma / Mission, Vision and Basic Values of State
Universities in Turkey: A Research on Strategic Plans1-28
- Neşe KAFA
The Effect of Body Language on Self Selling in Hotel Business 29-40
- Kübra ÖZBEK
Türkiye’de Günah Vergileri ve Özel Tüketim Vergileri Uygulaması / Sin Tax And
Special Consumption Tax Implementation in Turkey 41-52
- Baran HERDEM
Tarihsel Süreç Işığında Sosyal Konut Mekânları / Social Housing Places in The Light
of The Historical Process 53-67
- Seray VANİİ;Ayça Nur UÇAR
Çevre ve Yeşil Vergi Üzerine Türkiye Özelinde Değerlendirmeler / Assessments on
The Environment and Green Tax Specific to Turkey68-81

TÜRKİYE’DE DEVLET ÜNİVERSİTELERİNİN MİSYON, VİZYON VE TEMEL DEĞERLERİ: STRATEJİK PLANLAR ÜZERİNDEN BİR ARAŞTIRMA

Makale Gönderim Tarihi: 02.11.2021

Makale Kabul Tarihi :08.12.2021

Önerilen Atıf Gösterimi : Engin, R. (2021).Türkiye’de Devlet Üniversitelerinin Misyon, Vizyon ve Temel Değerleri: Stratejik Planlar Üzerinden Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar Dergisi (USSMAD)*,C:1-S:1, 1-28

Rıdvan ENGİN*

Özet

Türkiye’de 2000’li yıllardan itibaren kamu mali yönetiminde başlatılan reformlar çerçevesinde üniversiteler dahil olmak üzere tüm kamu idarelerinde stratejik planlama zorunlu hale getirilmiştir. Bu çalışmada Türkiye’de devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan misyon, vizyon ve temel değerleri analiz edilmiştir. Araştırma kapsamına 116 devlet üniversitesi dahil edilmiştir. Misyon, vizyon ve temel değerlerin analizinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonucunda üniversitelerin misyon bildirimlerinde en sık kullandığı ifadelerin “bilgi ve teknoloji üretmek”, “etik değerlere bağlılık” ve “bölgenin kalkınmasına katkı sağlamak” olduğu görülmüştür. Üniversitelerin vizyon bildirimlerinde en sık kullandığı ifadelerin “uluslararası düzeyde tanınan bir üniversite olmak”, “yenilikçi” ve “bilgi üreten” olduğu tespit edilmiştir. Son olarak devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan temel değerler arasında en sık kullanılan ifadelerin “katılımcılık”, “şeffaflık/saydamlık”, “etik”, “yenilikçilik” ve “kalite” olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Devlet Üniversiteleri, Stratejik Planlama, Misyon, Vizyon, Temel Değerler.

MISSION, VISION AND BASIC VALUES OF STATE UNIVERSITIES IN TURKEY: A RESEARCH ON STRATEGIC PLANS

Abstract

Strategic planning has been made compulsory in all public administrations, including universities, within the framework of the reforms initiated in public fiscal management in Turkey since the 2000s. In this study, the mission, vision and basic values in the strategic plans of state universities in Turkey were analyzed. 116 state universities were included in the scope of the research. Content analysis method was used in the analysis of mission, vision and basic values. As a result of the analysis, it has been seen that the expressions most frequently used by

* Dr. Araç. Gör., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, ridvanengin@comu.edu.tr, ORCID Numarası: 0000-0001-7898-0131.

universities in their mission statements are "to produce information and technology", "devotion to ethical values" and "contribution to regional development". It has been determined that the expressions most frequently used by universities in their vision statements are "to be an internationally recognized university", "innovative" and "knowledge generator". Finally, it has been determined that the most frequently used expressions among the basic values in the strategic plans of state universities are "participation", "transparency", "ethics", "innovation" and "quality".

Keywords: *State Universities, Strategic Planning, Mission, Vision, Basic Values.*

GİRİŞ

Üniversiteleri kamu tüzel kişiliğine ve akademik özerkliğe sahip yüksek seviyede eğitim, öğretim, bilimsel araştırma ve yayın yapan kurumlar olarak tanımlamak mümkündür (TDK, 2019: 2446). Üniversiteler, bilgi ve teknoloji üretmek, akademik çalışmalar ve projeler yürütmek, kamu ve özel sektör tarafından ihtiyaç duyulan vasıf sahibi bireyler yetiştirmek ve bu bağlamda gerek bölgesel gerekse ulusal kalkınmaya yardımcı olmak amacıyla faaliyetlerini yürüten eğitim kurumları olarak varlıklarını sürdürmektedirler (Özdem, 2011: 1869).

Yükseköğretim hizmetlerine olan talebin gün geçtikçe artması, bu hizmetlerin çeşitlenmesi ve üniversiteler arasında ciddi bir rekabet ortamının oluşması sonucu küresel düzeyde bir yükseköğretim pazarı ortaya çıkmıştır. Üniversitelerin aynı hizmeti sunan diğer rakipleriyle rekabet ederek gerek ulusal gerekse uluslararası alanda başarılı olabilmeleri büyük ölçüde stratejik yönetim anlayışı çerçevesinde misyon, vizyon, temel değerler ve stratejik amaçlarını belirleyerek faaliyetlerini planlı bir biçimde yürütmelerine bağlıdır (Çınar ve Tütünsatar, 2017: 1182).

Türkiye’de kamu mali yönetimi reformları çerçevesinde üniversitelerde uygulanan stratejik yönetim süreci; üniversitelerin orta ve uzun vadeli önceliklerinin tespit edilmesi, bütçenin hazırlık ve uygulama sürecinde mali disiplinin sağlanması ve kaynakları etkin, verimli ve ekonomik bir biçimde kullanılıp kullanılmadığının izlenmesi ile bu bağlamda şeffaflık ve hesap verebilirliğin sağlanmasına esas teşkil etmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 1).

5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu (KMYKK) ile hukuki boyutunu kazanan stratejik planlama çalışmaları kapsamında Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından kamu idarelerine yol göstermek amacıyla “Kamu İdarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” hazırlanmıştır. Yönetmelikte kamu idarelerinin stratejik planlama çalışmalarına aşamalı olarak geçmesi öngörülmüş ve 2006 yılından itibaren tüm devlet üniversitelerinde stratejik planlama zorunlu hale getirilmiştir.

Bu çalışmada ilk olarak stratejik planlama kavramı teorik açıdan ele alınarak kamu kurumlarında stratejik planlamanın önemi açıklanmıştır. Daha sonra Türk kamu yönetiminde stratejik planlama çalışmalarının nasıl ortaya çıktığı ve gelişim gösterdiği değerlendirilerek devlet üniversitelerindeki stratejik planlama süreci ele alınmıştır. Son olarak Türkiye’de devlet

üniversitelerinin stratejik planları incelenerek misyon, vizyon ve temel değerleri analiz edilmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE STRATEJİK PLANLAMA

Stratejik planlama iki önemli kavramı içerisinde barındırmaktadır: Strateji ve planlama. Eski Yunanca’da ordu anlamına gelen “*straos*” ile yönetmek eyleminin karşılığı olan “*ago*” kelimelerinin bir araya gelmesiyle oluşan “strateji” kavramı özellikle askeri alanda çok sık kullanılmaktadır. Ayrıca kelimenin Latince’de “*nehir yatağı, çizgi, yol*” anlamlarına karşılık gelen “*straum*” kelimesinden türetildiğini ileri sürenler de vardır (Aktan, 2006: 168). Türk Dil Kurumu (TDK) stratejiyi “*bir ulusun veya uluslar topluluğunun, barış ve savaşta benimsenen politikalara destek vermek amacıyla politik, ekonomik, psikolojik ve askeri güçleri bir arada kullanma bilimi ve sanatı*” ya da “*önceden belirlenen bir amaca ulaşmak için tutulan yol*” olarak tanımlamaktadır (TDK, 2019: 2162).

Bir kuruluşun yönetim sürecinin nasıl işlemesi gerektiğine ilişkin kararların alınma aşaması olarak ifade edilen planlama, özü itibarıyla strateji kavramı ile yakından ilgilidir. Planlama teknik bir terim olmakla beraber daha önceden çizilen bir yolun nasıl ve ne şekilde gidileceğini açıklamaktadır. Planlama, bir kuruluşun gelecekteki hedeflerine ulaşmak ya da belli bir noktaya varmak için neler yapması gerektiğini kararlaştırma sürecidir. Diğer taraftan strateji, varılması istenilen yol üzerindeki değişkenleri ve bunların muhtemel etkilerini de göz önünde bulundurmaktadır. Bir diğer ifadeyle strateji gidilecek yolun seçimini, planlama ise seçilen bu yolda nasıl ilerleneceğini ifade etmektedir. Stratejiler uzun vadeli tercihlerle ilgili iken, planlama ise hedeflere ulaşmak için hangi araçların ve yöntemlerin kullanılması gerektiğine kısacası neyin nasıl yapılacağına karar verme aşamasıdır (Öztürk, 2016: 28-30).

Planlamaya ilişkin tanımlarda dikkat edilmesi gereken asıl nokta, kuruluşun geleceğini bugünden görme ihtiyacı ve kontrol etme arzusudur. Bu açıdan planlama, kuruluşun sahip olduğu kaynaklar ile ihtiyaçları arasında denge sağlamayı esas alan bir kaynak dağıtım süreci olarak görülebilir (Yıldırım, 2011: 61).

Stratejik planlama ise kuruluşun amaçlarına ulaşmak için gereken kaynakların elde edilmesini ve tahsis edilmesini etkileyen misyon, vizyon, hedefler, stratejiler ve politikaların belirlenme sürecidir (Glaister ve Falshaw, 1999:108). Stratejik planlama, “bir kuruluşun faaliyetlerinin niteliğini ve yönünü yasal sınırlar içerisinde biçimlendiren kararlar ve eylemler üretmek için disiplinli bir çaba” olarak tanımlanmakta olup (Bryson, 1988: 74) kuruluşun iki önemli sonuca ulaşmasına yardımcı olmaktadır. Birincisi kuruluşla ilgili amaç ve stratejiler belirlemeye yönelik kararlar almak; ikincisi de alınan bu kararlara bağlı kalmaktır (Allison ve Kaye, 2015: 1).

Stratejik planlama bir kuruluşun mevcut durumdaki konumu ile ulaşmaya istediği nokta arasındaki rotayı belirleme süreci olarak nitelendirilebilir. Kuruluş bu süreçte geleceğe yönelik bir perspektifle stratejik amaç ve hedeflerini ortaya koyarak bunlara ulaşmasını sağlayacak yöntemleri bir plan dahilinde ele almaktadır (Mutluer vd., 2011: 121).

1.1. KAMU YÖNETİMİNDE STRATEJİK PLANLAMA DÖNEMİ

Kamu kuruluşları için stratejik planlama, 1980'li yıllardan itibaren başlayan reform çabalarının bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır. Toplumsal ve ekonomik değişimlerin hız kazandığı bu dönemde bilgi ve iletişim teknolojisindeki ilerlemelerin yanı sıra küreselleşmenin de etkisiyle beraber pek çok ülkede reform tartışmaları başlamıştır. Yeni kamu yönetimi olarak adlandırılan bu değişim sürecinin belli başlı hedefleri arasında şeffaf, hesap verebilir, vatandaş odaklı, katılımcı ve planlı hareket eden bir kamu yönetimi oluşturulması yer almaktadır.(Erkan, 2008: 1)

Kamusal ihtiyaçlar ile bunların finansmanında kullanılan kaynaklar göz önüne alındığında kamu kurum ve kuruluşlarının faaliyetlerini bir plan çerçevesinde yürütmesi son derece önemlidir. Kamu mali yönetiminde yaşanan dönüşümler doğrultusunda hayata geçirilen stratejik yönetim süreci; orta ve uzun vadeli amaçların tespit edilmesi, bütçe sürecinde mali disiplinin sağlanması ve kamu kaynaklarının verimlilik, etkinlik ve tutumluluk ilkeleri çerçevesinde kullanılması gibi birçok önemli gelişmeye temel oluşturmaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 1).

Kamuda stratejik planlamanın benimsenmesi ve yaygın hale getirilmesi kamu idarelerine pek çok yönden olumlu katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda stratejik planlama (Yılmaz, 2003: 78);

- Kamu idarelerinin kısa vadeli ve günlük işlere yoğunlaşmak yerine orta vadeli somut amaç ve hedeflere yönelmesini sağlayacaktır.
- Etkin bir harcama ve yönetim sistemini oluşturulmasında önemli bir referans olacaktır.
- Verilerin sistematik ve düzenli bir biçimde elde edilmesi ve analiz edilmesini sağlayacaktır.
- Kamu idarelerinde iç ve dış paydaşların katılım sağladığı bir yönetim kültürünün oluşmasına yardımcı olacaktır.

Kamu idarelerinin politika oluşturmasına ve bunları belirli programlara ve bütçelere dayandırarak uygulamasına yönelik etkili bir araç olarak kabul edilen stratejik planlar, bir taraftan kamu hizmetlerinin bir plan kapsamında görülmesine ve böylece mali yönetimde etkinliğin sağlanmasına, diğer taraftan da kurumsal kültürün oluşmasına katkı sağlamaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 1).

1.2. TÜRK KAMU YÖNETİMİNDE STRATEJİK PLANLAMA

Türk kamu yönetiminde stratejik planlamaya ilişkin çalışmaların başlangıç noktası 2001 yılında yayımlanan “PEIR (Kamu Harcamaları ve Kurumsal Gözden Geçirme) Raporu”dur. Raporda politika ve planların bütçe ile bağlantısının zayıf olduğuna dikkat çekilmektedir. Kamu mali yönetimi ile ilgili sorunları detaylı bir biçimde ele alan bu raporun ve bu rapor kapsamında oluşturulan stratejik çerçevenin Türkiye’de 2000’li yıllardan sonra başlatılan reform teşebbüslerine zemin hazırladığı görülmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 26).

Kamuda stratejik planlamanın gerekliliğini ortaya koyan bir diğer belge, 2003 yılında yayımlanan 58. Hükümet Acil Eylem Planı’dır. Planda tüm kamu kurum ve kuruluşlarında

stratejik planlama uygulamasına geçileceği ve bunun için mevzuatta değişiklik yapılması gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca kamu kuruluşlarında stratejik planların hazırlanması sonucunda kuruluşların politika ve önceliklerini ortaya koyabilecekleri ve performans göstergeleri belirlemek suretiyle başarılarını ölçme imkanı elde edecekleri ifade edilmiştir. Bunların yanı sıra kuruluşların stratejik plan hazırlık sürecinde iç ve dış paydaşların görüşlerini dikkate almaları ve bütçelerini stratejik planı esas alarak hazırlamaları gerektiği vurgulanmıştır (AEP, 2003: 29-30).

Tüm bu gelişmelere paralel olarak Yüksek Planlama Kurulu tarafından “2004 yılı Programı ve Mali Yılı Bütçesi Makro Çerçeve Kararı” yayımlanmış ve kamu idarelerinin kalkınma planında yer alan politikalar ve makro hedefler çerçevesinde stratejik planlarını hazırlamaları ve bütçelerini bu planda yer alan misyon, vizyon ve hedefler doğrultusunda oluşturmaları öngörülmüştür. Bu amaçla 2004 yılı bütçe hazırlıkları kapsamında DPT’nin yayımladığı Stratejik Planlama Kılavuzu’nun tüm kamu kurum ve kuruluşlarının kullanımına sunulacağı ve orta vadede tüm idarelerde yaygınlaştırmak üzere sekiz pilot kuruluşta stratejik planlama çalışmalarının başlatılacağı belirtilmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 26).

DPT daha sonra kamu idarelerinde stratejik planlama çalışmalarına geçişi sağlamak üzere bir takvim belirlemiş ve kamu idarelerinin bu takvime uygun bir biçimde planlarını hazırlamaları gerektiğini kararlaştırmıştır. Bu çerçevede 2006 yılında yayımlanan “Kamu İdarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” hükümlerine göre dört yıllık bir geçiş takvimi oluşturulmuş ve birinci grupta yer alan 17 kamu idaresinin 31.12.2006 kadar stratejik planlarını hazırlamaları istenmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2013: 27).

Bir taraftan pilot kuruluşlarda stratejik planlama çalışmaları devam ederken diğer taraftan da 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile stratejik planlama tüm kamu idareleri için zorunlu hale getirilmiştir. Kamu kesiminde stratejik yönetim modeline geçilmesini öngören 5018 sayılı Kanunun yanı sıra 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu ile 5393 sayılı Belediye Kanunu’nun da yürürlüğe girmesiyle beraber merkezi yönetim kapsamındaki kamu idareleri, sosyal güvenlik kurumları, il özel idareleri ile nüfusu 50.000’in üzerindeki belediyelere stratejik plan hazırlama zorunluluğu getirilmiştir. Bu yasal düzenlemelere ek olarak 15.07.2007 tarihli ve 2007/12702 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile kamu iktisadi teşebbüsleri de stratejik planlama çalışmalarına dahil edilmiştir.

Tüm maddeleriyle 2006 mali yılı başından itibaren uygulamaya giren 5018 sayılı KMYKK’nın 3/n maddesinde stratejik plan “*kamu idarelerinin orta ve uzun vadeli amaçlarını, temel ilke ve politikalarını, hedef ve önceliklerini, performans ölçütlerini, bunlara ulaşmak için izlenecek yöntemler ile kaynak dağılımlarını içeren plan*” olarak tanımlanmaktadır. KMYKK’nın 9. maddesinde “*kamu idareleri; kalkınma planları, Cumhurbaşkanı tarafından belirlenen politikalar, programlar, ilgili mevzuat ve benimsedikleri temel ilkeler çerçevesinde geleceğe ilişkin misyon ve vizyonlarını oluşturmak, stratejik amaçlar ve ölçülebilir hedefler saptamak, performanslarını önceden belirlenmiş olan göstergeler doğrultusunda ölçmek ve bu sürecin izleme ve değerlendirmesini yapmak amacıyla katılımcı yöntemlerle stratejik plan hazırlarlar. Kamu idareleri, kamu hizmetlerinin istenilen düzeyde ve kalitede sunulabilmesi*

için bütçeleri ile program ve proje bazında kaynak tahsislerimi; stratejik planlarına, yıllık amaç ve hedefleri ile performans göstergelerine dayandırmak zorundadırlar” denilmektedir. İlgili maddelere bakıldığında KMYKK’da öngörülen stratejik yönetim modelinin en önemli bileşenlerinden birinin stratejik planlar olduğu açıkça görülmektedir.

Kamu yönetiminde sürdürülen stratejik planlama çalışmaları ile ilgili kazanılan tecrübeler ve bu süreçte ortaya çıkan gereksinimler dikkate alınarak “Kamu İdarelerinde Stratejik Planlamaya İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” yenilenmiş ve revize edilen yeni yönetmelik 26.02.2018 tarihli 30344 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

DPT tarafından sekiz pilot kuruluştaki başlatılan stratejik planlama çalışmaları belirlenen takvim doğrultusunda diğer kamu kurum ve kuruluşları da dahil edilerek günümüze kadar aralıksız olarak devam ettirilmiş ve nihayetinde yaklaşık yirmi yıllık bir planlama deneyimi elde edilmiştir.

2. DEVLET ÜNİVERSİTELERİNDE STRATEJİK PLANLAMA SÜRECİ

Bilgiyi teknolojiye ve ürüne dönüştürebilen; iç ve dış paydaşları ile karşılıklı iletişim içerisinde olan; toplumsal meselelere ve ihtiyaçlara karşı ve hassas; yönetsel, mali ve akademik özgürlüğe sahip bir yükseköğretim kurumu olarak global düzeyde rekabet edebilmesi ve varlığını sürdürebilmesi için üniversitelerin eylem ve faaliyetlerini planlı ve sistematik bir şekilde yürütmesi son derece önemlidir.

Devlet üniversiteleri, aynı hizmeti sunan birden fazla aktörün yer aldığı ve bu nedenle aralarındaki rekabet nedeniyle farklılaşma stratejileri arayışına girilen ayrı bir sektörü meydana getirmektedirler. Bu stratejiler, özel kesimdeki firmalarca uygulanan kâr amacı taşıyan stratejilere tam olarak benzememekle birlikte genel olarak diğerlerine karşı üstünlük kurma ya da daha fazla tercih edilme üzerine tasarlanmıştır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 1).

Türk kamu yönetiminde 5018 sayılı Kanunla yasal bir zorunluluk haline gelen stratejik planlama ile ilgili çalışmalardan kazanılan tecrübeler doğrultusunda kamu idareleri arasındaki farklılıklar gözetilerek üniversiteler, belediyeler ve kamu sermayeli işletmeler için ayrı ayrı rehberler hazırlandığı görülmektedir. Bu çerçevede üniversitelere stratejik plan hazırlık, uygulama, izleme ve değerlendirme aşamalarında yardımcı olmak amacıyla “Üniversiteler İçin Stratejik Planlama Rehberi” yayımlanmıştır. Bu bağlamda söz konusu rehber dikkate alınarak üniversitelerde stratejik planlamanın aşamaları genel hatlarıyla açıklanmaya çalışılacaktır.

2.1. Hazırlık Aşaması

Devlet üniversitelerinde stratejik planlama, çeşitli sorumluluk ve donanımlara sahip fertleri bir araya getiren ve tüm üniversite personelinin sahiplenmesini gerektiren bir süreçtir. Üniversite açısından geleceğin tasarlanma süreci olarak görülen stratejik plan hazırlık çalışmalarında birimler arasında koordinasyon ve uyumu sağlama görevi Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı’na bırakılmıştır.

Bu aşamada rektör üniversitede stratejik planlama çalışmalarının başladığını bir genelgeyle ilan ederek plan hazırlıkları kapsamında misyon ve vizyon bildirimlerinin oluşturulması için bir bakış açısı belirlemektedir. Rektör aynı zamanda stratejik planlama ekibinin de doğal başkanıdır. Ekip, bir rektör yardımcısı başkanlığında ve Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı'nın koordinasyonunda, harcama birimlerinin temsilcileri ile SGDB yöneticisinden oluşmaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 8).

Stratejik planlama çalışmalarına dahil olması gereken birimlerden bir diğeri de Strateji Geliştirme Kurulu'dur. Kurul, rektörün başkanlığında üniversitenin yönetim kurulu üyeleri ve genel sekreterden oluşmaktadır. Stratejik planlama ekibini ve hazırlık programını onaylamak, planlama sürecinin temel aşamaları ile çıktılarını kontrol etmek ve harcama birimlerinin stratejik planlama sürecine aktif katılımını sağlamak Strateji Geliştirme Kurulu'nun görev ve sorumlulukları arasında yer almaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 9).

Stratejik plan hazırlık aşamasında stratejik planlama ekibi tarafından bu sürecin gerektirdiği ihtiyaçları ortaya koyan bir hazırlık programı oluşturulmaktadır. Hazırlık programı genel hatlarıyla stratejik planlama sürecinin her bir aşamasında nelerin yapılması gerektiği ile bunların başlangıç ve bitiş tarihlerini gösteren bir zaman çizelgesinin oluşturulması ve planlama çalışmalarına katkı sağlayacak üniversite personelinin eğitim ihtiyacının tespit edilmesini kapsamaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 10).

2.2. Durum Analizi

Stratejik planlama süreci ilk olarak durum analizi ile başlamaktadır. Durum analizinde üniversitenin geçmişte neyi başardığı ya da başaramadığı ve buna yol açan faktörler ile mevcut durumda sahip olduğu kaynaklar, gelişmeye açık olduğu yönlerin yanı sıra kontrolü dışında meydana gelişmelerin değerlendirmesi yapılmaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 12). Üniversitenin kendisini daha iyi tanıması ve çevresi hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasını sağlayan durum analizinde kısacası şu konulara ilişkin değerlendirmeler yapılmaktadır:

- ✓ Kurumsal tarihçe
- ✓ Yürürlükteki stratejik planın değerlendirilmesi
- ✓ Mevzuat analizi
- ✓ Üst politika belgeleri analizi
- ✓ Faaliyet alanları ile ürün ve hizmetlerin belirlenmesi
- ✓ Paydaş analizi
- ✓ Kuruluş içi analiz
- ✓ Akademik faaliyetler analizi
- ✓ Yükseköğretim sektörü analizi
- ✓ GZFT analizi

Durum analizi esas olarak bir üniversitenin misyonuna uygun bir biçimde hareket edip etmediğini ortaya koyarak vizyonda öngörülen konuma erişebilmek için gerekli ihtiyaçların tespitine ve bu doğrultuda amaç ve hedeflerin belirlenmesine yardımcı olmaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 12).

2.3. Geleceğe Bakış

Geleceğe bakış, bir üniversitenin uzun vadede hangi temel değerler çerçevesinde neyi başarmayı arzu ettiğini ifade etmektedir. Stratejik planda üniversitenin geleceğe bakışının tespit edilmesinden rektör sorumlu olup rektörün bu hususta yardımcıları ile harcama yetkililerinin düşüncelerini de dikkate alması gerekir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 32). Planın geleceğe bakış kısmında şu sorulara yanıt aranmaktadır:

- ✓ Hangi görev ve sorumlulukları yerine getirmek için varız? (misyon)
- ✓ Uzun vadede nereye ulaşmak istiyoruz? (vizyon)
- ✓ Belirlediğimiz misyon ve vizyon doğrultusunda ilerlerken çalışma felsefemiz ne olmalı? (temel değerler)

Üniversitenin stratejik planlama çalışmalarının geleceğe bakış ile kazandırılan perspektif temelinde yürütülmesi gerekmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 32).

2.4. Farklılaşma Stratejisi

Netice itibarıyla bir kamu hizmetini yerine getirmekle yükümlü olan devlet üniversiteleri, bu yükümlülüğün yanı sıra en iyi öğrenciler tarafından tercih edilmek, proje desteklerinden yararlanmak, nicelik ve nitelik bakımından bilimsel yayınları artırmak, yetkin ve alanında uzman öğretim elemanlarını kendi bünyesinde tutmak gibi pek çok konuda birbirleriyle rekabet içerisinde olduklarıdır. Bu rekabet ortamında bir üniversitenin diğerlerinin önüne geçebilmesi ve avantaj sağlayabilmesi ise farklılaşma stratejisine bağlıdır.

Farklılaşma stratejisi üniversitenin yükseköğretim alandaki konumunun belirlenmesi ve paydaşlar tarafından nasıl algılanmak istediği gibi konuları ortaya çıkararak misyon, vizyon ve temel değerler ile stratejik planın amaç ve hedefleri arasında bir bağlantı işlevi görmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 40).

2.5. Amaç, Hedef ve Performans Göstergesi ile Stratejilerin Belirlenmesi

Stratejik planlama sürecini bu aşamasında durum analizi sonucunda ortaya çıkan ihtiyaçlar ile farklılaşma stratejileri göz önünde bulundurularak amaçlar ve bu amaçları gerçekleştirmeye yönelik hedefler tespit edilmektedir. Amaçlar, “*üniversitenin hizmetlerine ilişkin politikaların uygulanmasıyla elde edilecek sonuçların kavramsal olarak ifade edilmesi*” olarak tanımlanabilir. Burada bahsi geçen sonuçlar, durum analizi sonucunda ortaya çıkan sorunların çözümü ya da paydaşların ihtiyaçlarının karşılanmasına ilişkindir. Hedefler ise “*amaçların gerçekleştirilmesine yönelik öngörülen çıktı ve sonuçların belirli bir zaman dilimi içerisinde nitelik ve nicelik olarak ifadesi*”dir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 48-51).

Stratejik planda belirlenen hedeflere ulaşılma seviyesinin tespit edilebilmesi için performans göstergelerinden yararlanılmaktadır. Bu göstergeler ölçülebilirliğin sağlanması için miktar ve zaman boyutunu kapsayacak biçimde tanımlanması gerekmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 55).

Stratejiler ise üniversitenin hedeflerine nasıl ulaşacağını yansıtan kararlar bütünü olarak tanımlanmaktadır. Stratejiler hedeflere yönelik belirlenmekte olup bir hedef için alternatif stratejiler değerlendirilerek bunlar arasından en fazla üç tanesine stratejik planda yer verilmesi gerekmektedir. Stratejiler belirlenirken üniversitenin kaynakları ve farklı alanlardaki yetkinliği dikkate alınmaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 57).

Stratejik planlama çalışmalarına esas oluşturan bir diğer husus maliyetlendirmedir. Üniversiteler, hizmetlerinin istenilen seviyede ve kalitede sunulabilmesi için bütçeleri ile program ve proje bazında kaynak tahsislerini stratejik planlarına dayandırmak zorundadır. Bu sebeple üniversitenin bütçesi stratejik planda yer alan amaç ve hedeflerle ilişkilendirilmekte olup planda belirlenen hedeflerin plan dönemi için tahmini maliyetini tespit etmesi gerekmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 59).

2.6. İzleme ve Değerlendirme Süreci

Üniversite stratejik planının izleme ve değerlendirme süreci, planın başarılı bir biçimde tatbik edilmesi ve hesap verme yükümlülüğünün yerine getirilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu süreçte üniversitenin mevcut stratejik planı incelenerek hedeflenen ve ulaşılan sonuçlar kıyaslanır ve gerek görülmesi halinde planın güncellenmesi söz konusu olabilir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 64).

İzleme süreci, üniversitenin stratejik planında yer alan amaç ve hedeflere göre katedilen aşamaları izlemek maksadıyla sistematik bir biçimde verilerin toplanması ve analiz edilmesini ifade etmektedir. Performans göstergeleri üzerinden amaç ve hedeflerin gerçekleşme sonuçlarının belirli aralıklarla takip edilmesi ve idarecilerin değerlendirmesine sunulması bu sürecin özünü oluşturmaktadır. Değerlendirme ise faaliyetlerin üniversitenin amaç ve hedeflerine ulaşmayı ne ölçüde sağladığı ve karar alma sürecine ne kadar katkı sunduğunu tespit etmek amacıyla yapılmaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 64).

3. DEVLET ÜNİVERSİTELERİNİN GELECEĞE BAKIŞI: MİSYON, VİZYON VE TEMEL DEĞERLER

Üniversitenin misyon ve vizyon bildirimini ile temel değerleri, kurumsal kimliğini oluşmasını sağlayan başlıca unsurlardır. Bir üniversitenin bugüne kadar oluşturduğu bilgi birikimi, tecrübesi, yetkinliği ve saygınlığı, kurumsal kimliğini meydana getiren en önemli parçalardır. Stratejik plan olarak adlandırılan belgenin işlevlerinden biri de üniversitenin kurumsal kimliği ile gördüğü kamusal hizmetler arasında kuvvetli bir bağ oluşturmaktır (Taş, 2005: 105).

Geleceğe bakış sürecinde bir üniversitenin misyon, vizyon ve temel değerler bildirimleri tespit edilmekte olup bu süreç bir üniversitenin uzun vadede ideallerine ulaşabilmesi açısından önem teşkil etmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 32).

Misyon bir üniversitenin varlık gerekçesini ortaya koyan bir kavram iken, vizyon ise üniversitenin misyonunu yerine getirirken ve başarıyı elde ederken gelecekte kendisi için belirlediği en iyi senaryo olarak tanımlanmaktadır (Bryson, 1988: 77). Temel değerler ise

üniversitenin çalışma sürecinde iç ve dış paydaşları ile ilişkisinde gözetilen ilkeler olup bütün ilişkiler bu ilkeler çerçevesinde yürütülmektedir (Usta, 2024: 43).

3.1. Misyon

Misyon, stratejik planlama kapsamında yapılacak çalışmalarını yönlendirmede kullanılacak bir rehber vazifesi görerek kurumsal stratejilere uygun bir yol izlenmesine yardımcı olur. Misyon bildirimini ile birlikte bir üniversitenin hizmetlerini nasıl sunacağı, hizmet felsefesinin ne olacağı, hangi değerlere sahip olacağı ve kendisini diğer üniversitelerden ayıran şeyin ne olacağının ortaya konması beklenmektedir (Güven, 2014: 74).

Misyon bir üniversitenin varlık nedenidir. Stratejik plana esas teşkil eden misyon, üniversitenin bütün çalışma ve faaliyetlerini içine alan geniş bir kavramdır. Misyon bildiriminin üniversitenin mevzuattan doğan yetki ve sorumlulukları ile hizmet alanını belirtmesi gerekmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 33).

Stratejik planlama ekibi üniversitenin misyonunun tespitinde rektörün ve Strateji Geliştirme Kurulunun görüşlerini dikkate alır. Ekip, bu görüşler doğrultusunda iç paydaşların da katılımıyla beraber alternatif misyon taslakları oluşturur. Strateji Geliştirme Kurulu bu taslaklardan faydalanmak suretiyle nihai misyon bildirimini oluşturur. Misyon bildirimini oluşturulurken göz önünde bulundurulması gereken birtakım hususlar bulunmaktadır:

- Misyon bildiriminin kısa, öz ve açık bir şekilde ifade edilmesi gerekmektedir.
- Misyon, üniversitenin temel fonksiyonları ve hizmet sahasının genel bir çerçevesini çizmeli.
- Misyonda anlaşılması güç ve birbirleri ile çatışan ifadeler yer verilmemelidir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 33).

Stratejik planlama çalışmaları doğrultusunda misyonun belirlenme aşamasında üniversitenin harcama birimlerinin yer aldığı geniş katılımın sağlandığı bir çalıştay düzenlenebilir. Böylece farklı düşünce ve görüşler bir araya getirilerek üniversite için en uygun misyon belirlenmeye çalışılır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 34).

3.2. Vizyon

Vizyon, misyonda belirtilen sınırlar içerisinde bir üniversitenin arzu edilen gelecekteki durumunun bir ifadesidir (Raynor, 1998: 371). Vizyonlar geleceğe odaklıdır ve üniversite için bir yön ve amaç duygusu belirleyerek şu anda nerede olduklarından ziyade gelecekte nerede olmak istediklerini de ortaya koymaktadırlar (Kenny, 1994: 17).

Üniversitenin geleceğini simgeleyen vizyon bildirimini, stratejik planın süresi ile sınırlı olmaksızın uzun vadede yapılmak istenen ya da ulaşılması arzulanan konumu ortaya koyacak biçimde oluşturulur. Vizyon bildirimini, mevzuatta belirlenen görev ve sorumluluklar dikkate alınarak paydaşların aktif katılımıyla nihai şeklini almaktadır (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 35). Vizyon oluşturulurken dikkat edilmesi unsurlar kısaca şu şekildedir:

- Vizyon bildirimini iddialı fakat aynı zamanda da ulaşılabilir olmalıdır.

- Akılda kalıcı ve özgün olmalıdır.
- Üniversitenin paydaşlar tarafından gelecekte görülmek istendiği konumu içerecek şekilde tanımlanmalıdır.

Üniversiteler mevcut vizyon bildirimlerini sonraki stratejik planlama döneminde çalışmalarında hiçbir değişiklik yapmadan kullanabileceği gibi bu bildirimleri daraltabilir ya da genişletebilirler. Mevzuat, üst politika belgeleri ve yükseköğretim politikalarında önemli değişikliklerin yapılması halinde üniversite vizyonunu gözden geçirebilir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 36).

3.3. Temel Değerler

Temel değerler, bir üniversite ile ilgili karar alma yetkisine sahip olanların üniversiteyi yönetirken bağlı kalacakları inançları ve çalışma felsefesini yansıtmaktadır. Üniversite içerisinde kurumsal kimliğin ve kültürün oluşmasına katkı sağlayan temel değerler, akademik ve idari personelden nasıl hareket etmeleri beklendiğine ve hangi kurallara göre iş yapmaları ve hizmet sunarken nelere dikkat etmeleri gerektiğine işaret ederek onlara izleyecekleri yolu gösterir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 37). Stratejik planda yer verilecek temel değerleri üç grup altında toplamak mümkündür:

- Üniversite personeline ve paydaşlarla ilişkilerle ilgili değerler,
- Üniversitenin yönetim, karar alma ve hizmet üretimi süreci ile ilgili değerler,
- Üniversite tarafından sunulan hizmet ya da ürünlerin kalitesiyle ilgili değerler.

Stratejik planlama ekibi, rektörün temel değerlerle ilgili bakış açısını tespit ederek yasalarda üniversiteye verilen görevler doğrultusunda paydaşlarla birlikte katılımcı bir taslak oluşturmaktadır. Strateji Geliştirme Kurulu bu taslaktan faydalanarak stratejik planda yer verilecek temel değerlere nihai şeklini vermektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 38).

4. TÜRKİYE'DE DEVLET ÜNİVERSİTELERİNİN STRATEJİK PLANLARINDA YER ALAN MİSYON, VİZYON VE TEMEL DEĞERLERİN ANALİZİ

4.1. Metodoloji

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki devlet üniversitelerinin misyon, vizyon ve temel değerlerini analiz etmektir. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'deki devlet üniversitelerinin stratejik planları incelenerek bu planlarda yer alan misyon ve vizyon bildirimleri ile temel değerlere ilişkin ifadeler analiz edilmiştir.

Türkiye'de 2021 yılı itibarıyla 129 devlet üniversitesi bulunmaktadır. Araştırma kapsamına devlet üniversitelerinin 07.09.2021 tarihi itibarıyla yürürlükteki stratejik planları dahil edilmiştir. Devlet üniversitelerinin stratejik planlarına öncelikli olarak <http://www.sp.gov.tr/tr/> adresinden ulaşılmıştır. 112 devlet üniversitesinin stratejik planına belirtilen web sitesi aracılığıyla erişim sağlanmış, geriye kalan 17 stratejik plana üniversitelerin resmi web sitelerinden ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda 9 devlet üniversitenin stratejik planının olmadığı tespit edilmiş, 3 üniversitenin stratejik planının da 2022-2026 dönemini kapsamaması ve

dolayısıyla henüz yürürlüğe girmemesi nedeniyle araştırmaya dahil edilmemiştir. Son olarak 4 üniversitenin stratejik planına resmi web siteleri aracılığıyla erişim sağlanmış ancak Dicle Üniversitesi stratejik planına ulaşmak mümkün olmamıştır. Sonuç olarak araştırma 116 devlet üniversitesi üzerinden gerçekleştirilmiştir.

116 devlet üniversitesinin stratejik planlarında yer alan misyon, vizyon ve temel değerlere ilişkin ifadeler içerik analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu çerçevede benzer nitelikteki ifadeler tek bir yerde toplanmak suretiyle gruplandırılmıştır.

Araştırma kapsamına alınan devlet üniversiteleri ile yürürlükte olan stratejik planların dönemine ilişkin bilgiler tabloda yer almaktadır.

Tablo 1. Devlet üniversitelerinin araştırmanın yapıldığı tarih itibarıyla yürürlükteki stratejik planları

Stratejik Plan Dönemi	Üniversiteler
2017-2021	Bayburt Üniversitesi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bursa Uludağ Üniversitesi, Çankırı Karatekin Üniversitesi, Erciyes Üniversitesi, Gebze Teknik Üniversitesi, İnönü Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Mustafa Kemal Üniversitesi, Yozgat Bozok Üniversitesi
2018-2022	Abdullah Gül Üniversitesi, Akdeniz Üniversitesi, Artvin Çoruh Üniversitesi, Batman Üniversitesi, Bingöl Üniversitesi, Bitlis Eren Üniversitesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Erzurum Teknik Üniversitesi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Galatasaray Üniversitesi, Gümüşhane Üniversitesi, Hacettepe Üniversitesi, Kafkas Üniversitesi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Kırklareli Üniversitesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Mardin Artuklu Üniversitesi, Mersin Üniversitesi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Siirt Üniversitesi, Sinop Üniversitesi, Cumhuriyet Üniversitesi, Şırnak Üniversitesi, Trakya Üniversitesi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
2019-2023	Afyon Kocatepe Üniversitesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi, Ankara Üniversitesi, Atatürk Üniversitesi, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Bartın Üniversitesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bursa Teknik Üniversitesi, Çukurova Üniversitesi, Ege Üniversitesi, Fırat Üniversitesi, Gazi Üniversitesi, Hakkâri Üniversitesi, Harran Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Pamukkale Üniversitesi, Selçuk Üniversitesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Yalova Üniversitesi

2020-2024	Aksaray Üniversitesi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Amasya Üniversitesi, Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Ardahan Üniversitesi, Balıkesir Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi, Düzce Üniversitesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Giresun Üniversitesi, İskenderun Teknik Üniversitesi, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Kastamonu Üniversitesi, Kayseri Üniversitesi, Kırıkkale Üniversitesi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Munzur Üniversitesi, Ordu Üniversitesi, Sağlık Bilimler Üniversitesi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sakarya Üniversitesi, Tarsus Üniversitesi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Uşak Üniversitesi
2021-2025	Adıyaman Üniversitesi, Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar Üniversitesi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Cerrahpaşa Araştırma Üniversitesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Eskişehir Teknik Üniversitesi, Hitit Üniversitesi, Iğdır Üniversitesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, İzmir Demokrasi Üniversitesi, Karabük Üniversitesi, Konya Teknik Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muş Alparslan Üniversitesi, Samsun Üniversitesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Trabzon Üniversitesi, Türk-Alman Üniversitesi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi

Tabloda araştırmanın örneklemini oluşturan devlet üniversiteleri yer almaktadır. İçerik analizine tabi tutulan 12 stratejik planın 2017-2021 dönemini, 28 stratejik planın 2018-2022 dönemini, 28 stratejik planın 2019-2023 dönemini, 26 stratejik planın 2020-2024 dönemini ve 22 stratejik planın ise 2021-2025 dönemini kapsadığı görülmektedir (Bkz. Tablo 1).

4.2. Bulgular

Devlet üniversitelerinin stratejik planları üzerinden gerçekleştirilen araştırmanın ilk bulguları misyon ifadelerine ilişkindir. Misyon bildiriminde genel olarak üniversitelerin hangi hizmetleri sunacağı, bu hizmetleri sunmakla nihai olarak hangi amaca ulaşmak istediği ve topluma nasıl bir katkı sağlamayı hedeflediği göz önünde bulundurulmaktadır.

Devlet üniversitelerinin stratejik planlarındaki misyon bildirimlerinde en sık kullanılan ifadeler Tablo 2'de yer almakta olup bunlara ilişkin sıklık ve yüzdeler dağılımları gösterilmektedir.

Tablo 2. Devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan misyon ifadelerinin kümelenmesi

Misyon İfadeleri	Sıklık	Yüzde (%)
Bilgi ve teknoloji üretmek	30	25,8
Etik değerlere bağlılık	24	20,6
Bölgenin kalkınmasına katkı sağlamak	20	17,2
Nitelikli bireyler yetiştirmek	19	16,3
Bilime katkı sağlamak	16	13,7
Bilimsel araştırmalar yapmak	14	12,0
Eleştirel düşünebilen bireyler yetiştirmek	11	9,4
Rekabetçi	9	7,7
Toplumsal değerlere bağlılık	7	6,0
Disiplinlerarası araştırmalar yapmak	6	5,1

Devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan misyonları oluşturan ifadeler arasında en sık kullanılanı “*bilgi ve teknoloji üretmek*”tir. 30 devlet üniversitesi stratejik planlarındaki misyon bildirimlerinde bu ifadeyi kullanmıştır. Misyon bildirimlerinde sırasıyla en çok kullanılan ikinci ve üçüncü ifadeler sırasıyla “*etik değerlere bağlılık*” ile “*bölgenin kalkınmasına katkı sağlamak*” bileşenleridir. Tablodaki misyon ifadelerinin sıklık ve yüzdeler dağılımlarına bakıldığında “*rekabetçi*”, “*toplumsal değerlere bağlı*” ve “*disiplinlerarası araştırmalar yapmak*” ifadelerinin diğerlerine kıyasla misyon bildirimlerinde daha az kullanıldığı görülmektedir.

Devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan misyon ifadelerinin kümelenme durumuna bakıldığında üniversitelerin ekseriyetle bilgi ve teknoloji üretimine yoğunlaşarak bulunduğu coğrafi bölgenin gelişimine destek olmayı ve bunları gerçekleştirirken de etik değerlere sıkı bir şekilde bağlı kalmayı hizmet felsefesi haline getirdikleri görülmektedir. Ayrıca çeşitli üretim alanlarında ihtiyaç duyulan vasıflı fertler yetiştirmeyi ve bilimsel araştırmalar yapmak suretiyle bilime katkı sunmayı görev edindiklerini ifade etmek mümkündür.

Tablo 3’te devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan vizyon bildirimlerinde en sık kullanılan ifadeler gösterilmektedir.

Tablo 3. Devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan vizyon ifadelerinin kümelenmesi

Vizyon İfadeleri	Sıklık	Yüzde (%)
Uluslararası düzeyde tanınan bir üniversite olmak	65	56,0
Yenilikçi	41	35,3
Bilgi üreten	19	16,3
Girişimci	16	13,7
Değer yaratan	12	10,3
Nitelikli araştırmalar yapan	9	7,7
Geleceğe yön veren	8	6,8
Kaliteyi sürekli iyileştiren	7	6,0
Refah artışına katkı sağlayan	4	3,4
Özgürlükçü	3	2,5

Devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan vizyonlara ilişkin ifadeler arasında en sık kullanılanı “uluslararası düzeyde tanınan bir üniversite olmak”tır. Analize dahil edilen 116 devlet üniversitesinin 65’i (%56) söz konusu bileşeni içerecek şekilde vizyonlarını belirlemiştir. Üniversitelerin vizyon bildirimlerinde en çok kullanılan ikinci ve üçüncü ifadeler sırasıyla “yenilikçi” ile “bilgi üreten” ifadeleridir. Tabloda yer alan ifadelerin sıklık ve yüzdelik dağılımlarına bakıldığında vizyonların belirlenmesinde “kaliteyi sürekli iyileştiren”, “refah artışına katkı sağlayan” ve “özgürlükçü” ifadelerinin üniversiteler tarafından nispeten daha az kullanıldığı görülmektedir.

Devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan vizyon ifadelerinin kümelenme durumuna bakılırsa üniversiteler genel itibariyle gelecekte kendilerini uluslararası alanda kabul gören ve saygınlık kazanan, yeniliklere daima açık ve bilgi üretmeye odaklı bir kurum olarak görmeyi arzulamaktadır. Ayrıca vizyon bildirimlerinde “uluslararası düzeyde tanınan bir üniversite olmak” ifadesinin en sık kullanılan ifade olması, devlet üniversitelerinin geleceğe yönelik planlarında yalnızca yerel ya da ulusal düzeyde değil aynı zamanda küresel ölçekte hedefler de belirlediklerini açıkça göstermektedir.

Temel değerler, devlet üniversitelerinin asli görevlerinin yerine getirirken göz önünde bulundurulacakları ilke ya da kuralları ortaya koymaktadır. Tablo 4’te devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan temel değerlerin sayısı gösterilmektedir.

Tablo 4. Devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan temel değerlerin sayısal dağılımı

Temel Değerler (N)	Stratejik Plan (N)
0-5 arası	9
6-10 arası	80
10 ve üstü	27

Tabloda görüldüğü gibi 9 stratejik planında yer alan değer sayısı 0 ile 5 aralığında, 80 stratejik plandaki değer sayısı 6 ile 10 aralığında ve 27 stratejik plandaki değer sayısı ise 10'dan fazladır.

Devlet üniversitelerine stratejik planlamanın tüm aşamalarında yardımcı olmak amacıyla yayımlanan “Üniversiteler İçin Stratejik Planlama Rehberi”nde temel değerlerin sayısı arttıkça, bu değerlerin çalışanlar üzerindeki tesirinin azalabileceği öngörülmüş ve bir sınır getirilerek temel değerlerin sayısının 10'dan fazla olmaması gerektiği belirtilmiştir. Buna karşın 27 üniversitenin stratejik planında yer alan değer sayısı rehberde öngörülen sınırın üstündedir. Örneğin Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi ile Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi'nin stratejik planlarında belirlenen temel değer sayısı 22'dir. Stratejik planında temel değerleri mevcut olmayan tek devlet üniversitesi ise Gümüşhane Üniversitesidir.

Tablo 5'te devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan temel değerlere ilişkin sıklık ve yüzdelik dağılımları gösterilmektedir.

Tablo 5. Devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan temel değerlerin kümelenmesi

Temel Değerler	Sıklık	Yüzde (%)
Katılımcılık	75	64,6
Şeffaflık/saydamlık	73	62,9
Etik	66	56,8
Yenilikçilik	64	55,1
Kalite	46	39,6
Liyakat	44	37,9
Hesap verebilirlik	43	37,0
Adalet	38	32,7
Girişimcilik	37	31,8
Evrensellik	34	29,3
Çevreye duyarlılık	33	28,4
Toplumsal/sosyal sorumluluk	33	28,4
Akademik özgürlük	26	22,4
Bilimsellik	25	21,5
Toplumsal duyarlılık	18	15,5
Özgürlük	18	15,5
Sürekli gelişim	15	12,9
Milli ve manevi değerlere bağlılık	11	9,4

Sürdürülebilirlik	9	7,7
Tarihi ve kültürel değerlere bağlılık	9	7,7

Tablo 5’te devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan temel değerlerin sayısal dağılımı ve yüzdelik karşılıkları gösterilmektedir. Tabloda görüldüğü gibi “katılımcılık”, “şeffaflık/saydamlık”, “etik”, “yenilikçilik” ve “kalite” sözcükleri devlet üniversitelerinin stratejik planlarında en sık kullanılan temel değerler arasında yer almaktadır. Bunun yanı sıra “özgürlük”, “sürekli gelişim”, “milli ve manevi değerlere bağlılık”, “sürdürülebilirlik” ve “tarihi ve kültürel değerlere bağlılık” ifadelerinin ise nispeten daha az kullanıldığı görülmektedir.

Devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan temel değerlerin kümelenme durumuna bakıldığında üniversitelerin genel olarak karar alma süreçlerinde iç ve dış paydaşların görüşlerini dikkate alan, faaliyetleri ile ilgili kamuoyunu bilgilendiren, şeffaf ve halka hesap vermekten kaçınmayan, etik değerlere bağlı, yenilikçi ve kalite odaklı bir yükseköğretim kurumu olmayı ilke edindikleri görülmektedir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Türkiye’de kamu mali yönetimini düzenleyen temel kanun niteliği taşıyan 5018 sayılı KMYKK ile yasal bir zorunluluk haline gelen stratejik planlama çalışmaları ilk olarak pilot kuruluşlar düzeyinde başlatılmıştır. Stratejik planlama çalışmaları için seçilen bu pilot kuruluşlar arasında Hacettepe Üniversitesi’nin de yer aldığı görülmektedir. Hacettepe Üniversitesi’nin pilot kuruluş olarak seçilmesiyle başlayan üniversitelerdeki stratejik planlama çalışmaları 2006 yılından itibaren tüm üniversiteleri de içerisine alarak bugüne kadar aralıksız bir biçimde sürdürülmüştür.

Pilot kuruluşlarda yürütülen çalışmaların sağladığı katkıyla beraber stratejik planlama çalışmaları 5018 sayılı Kanunda öngörüldüğü gibi diğer kamu kurum ve kuruluşlarını da kapsayacak şekilde genişletilmiştir. Kamu kurum ve kuruluşlarının idari yapısı, işleyişi ve faaliyet gösterdikleri alanların birbirinden farklı olması belediyeler, üniversiteler ve kamu iktisadi teşebbüsleri için ayrı ayrı stratejik planlama rehberleri hazırlanmıştır. Bu bağlamda devlet üniversitelerine stratejik planlama sürecinin bütün aşamalarında yol göstermek amacıyla 2018 yılında Kalkınma Bakanlığınca “Üniversiteler İçin Stratejik Planlama Rehberi” yayımlanmıştır.

Kalkınma Bakanlığı tarafından yayımlanan rehberde üniversitelerdeki stratejik planlama süreci belirli bölümlere ayrılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bölümlerden biri de “geleceğe bakış”tır. Geleceğe bakış bölümünde üniversiteler stratejik planlama çalışmaları doğrultusunda misyon, vizyon ve temel değerlerini belirlemektedir. Bir başka ifadeyle geleceğe bakış, bir üniversitenin hangi hizmetleri nasıl ve kimin için yaptığını, gelecekte neyi gerçekleştirmek istediği ve ulaşmak istediği konuma ilerlerken faaliyetlerini hangi ilke ve kurallar çerçevesinde yürüteceğini belirleme aşamasıdır.

Üniversiteler misyon bildirimini ile kendi varoluş nedenlerini sorgulayarak nasıl ve ne şekilde hizmet sunacağını ve bu hizmetleri yerine getirirken topluma nasıl bir fayda sağlamayı amaçladığını ortaya koymaktadır. Vizyon bildirimini ise bir üniversitenin kendisi için nasıl bir gelecek planladığını ve uzun vadede paydaşları tarafından nasıl algılanmak ya da nerede görülmek istendiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla bir üniversitenin stratejik planında öncelikli olarak misyon bildirimini ile “nerede” olduğunu sorgulaması ve ardından vizyon bildirimini ile “nereye” ulaşmak istediğini belirtmesi, uzun vadede izleyeceği yol boyunca nasıl hareket etmesi gerektiğinin bilincine ulaşması açısından son derece önemlidir.

Bu çalışmada Türkiye’de devlet üniversitelerinin stratejik planlarının geleceğe bakış bölümünde yer alan misyon, vizyon ve temel değerleri analiz edilmiştir. Yöntem olarak içerik analizi kullanılmış olup ortak yönü olan ve aralarında benzerlik bulunan ifadeler bir araya getirilerek gruplandırılmıştır. 116 devlet üniversitenin stratejik planı üzerinden yapılan araştırmanın sonucunda üniversitelerin misyon bildirimlerinde en sık kullandığı ifadelerin “*bilgi ve teknoloji üretmek*”, “*etik değerlere bağlılık*” ve “*bölgenin kalkınmasına katkı sağlamak*” olduğu görülmüştür. Üniversitelerin vizyon bildirimlerinde en sık kullandığı ifadelerin “*uluslararası düzeyde tanınan bir üniversite olmak*”, “*yenilikçi*” ve “*bilgi üreten*” olduğu tespit edilmiştir. Son olarak devlet üniversitelerinin stratejik planlarında yer alan temel değerler arasında en sık kullanılan ifadelerin sırasıyla “*katılımcılık*”, “*şeffaflık/saydamlık*”, “*etik*”, “*yenilikçilik*” ve “*kalite*” olduğu belirlenmiştir.

Devlet üniversitelerinin misyon bildirimlerine bakıldığında genel olarak faaliyetlerini bilgi ve teknoloji odaklı bir biçimde yürütmeye ve yerel/bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaya gayret ettikleri görülmektedir. Keza bu faaliyetleri yürütürken içerisinde bulunduğu toplumun etik ilke ve kurallarına özen göstermeye çalıştıkları söylenebilir. Vizyon bildirimlerinde kullanılan ifadelerin sıklık derecesine göre uluslararası alanda tanınma ve kabul görme isteği üniversitelerin öncelikli hedefleri arasında yer almaktadır. Bu hedefin yanı sıra paydaşları tarafından yeniliklere ve değişimlere açık, bilgi üreten bir yükseköğretim kurumu olarak algılanmak istedikleri açıkça görülmektedir. Stratejik planlarda yer alan temel değerler açısından değerlendirildiğinde ise kamu yönetimi reformları sonucu yönetim süreçlerinin vazgeçilmez unsurları haline gelen şeffaflık, hesap verebilirlik, katılımcılık, etik ve kalite gibi kavramların devlet üniversiteleri tarafından birer temel değer olarak benimsendiği söylenebilir.

Türkiye’de devlet üniversitelerinin misyon, vizyon ve temel değerlerini ele alan bu çalışmada üniversitelerin genel hatlarıyla kendilerini nerede ve nasıl gördükleri, nereye ulaşmayı hedefledikleri ve bu hedeflere ulaşırken hangi ilke ve değerler çerçevesinde faaliyetlerini gerçekleştirecekleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çalışma yalnızca devlet üniversitelerini kapsamakta olup benzer bir çalışmanın vakıf üniversitelerinde de yapılması mümkündür. Böylece devlet ve vakıf üniversitelerinin misyon, vizyon ve temel değerleri arasında karşılaştırma yapılarak geleceğe bakışlarında ne tür farklılıklar olduğu tespit edilebilir.

KAYNAKÇA

- Abdullah Gül Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/rvSAS+2018-2022_AGU_Taslak_Stratejik_Plani.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Adıyaman Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), <https://adiyaman.edu.tr/files/adiyaman.edu.tr/tr/sayfalar/universitemiz/stratejik-plan/stratejik-plan-2021-2025.pdf>, (Erişim: 07.09.2021).
- Afyon Kocatepe Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/ENiTY+hg8tk_Afyon_Kocatepe_Universitesi_2019-2023_Stratejik_Plan_Taslagi_2021_Yili_Guncellemesi_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/M0iQa+2019-2023_stratejik_plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Akdeniz Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/zPgLw+AU_StratejikPlan_2018-2022_pdf-GUNCELLESTIRILMIS_VERSIYON.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Aksaray Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/7Kyoa+Aksaray_Universitesi_2020-2024_Donemi_Stratejik_Plani.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Aktan, C. C. (2006). "Stratejik Yönetim ve Stratejik Planlama". Kamu Mali Yönetiminde Stratejik Planlama ve Performans Esaslı Bütçeleme. Coşkun Can Aktan (ed.). Seçkin Yayıncılık. Ankara. 167-192.
- Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/FCke8+alku-2020-2024-stratejik-plan.pdf>, (Erişim: 07.09.2021).
- Allison, M., & Kaye, J. (2015). Strategic Planning for Nonprofit Organizations: A Practical Guide and Workbook. John Wiley & Sons.
- Amasya Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/dEX8C+AMASYA_UNIVERSITESI_2020-2024_Stratejik_Plani.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Anadolu Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/BX7Ts+2019-2023_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Ankara Müzik ve Güzel Sanatlar Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/EAvCa+2021-2025_Taslak_Stratejik_Plan_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/63EMi+ASBU_2020-2024_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).

- Ankara Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/o5LRg+Ankara_Universitesi_2019-2023_Stratejik_Planı_1_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/Ve7HM+2020-2024_AYBU_SP_NIHAI_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Ardahan Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/Ve7HM+2020-2024_AYBU_SP_NIHAI_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Artvin Çoruh Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/2CG00+sp.pdf>, (Erişim: 07.09.2021).
- Atatürk Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/kEZHQ+Ataturk_Universitesi_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/fymIq+stratejik_plan_2019-2023_2_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Balıkesir Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/ypvGK+BAUN_2020-2024_Stratejik_Planı_102_sayfa_PDF_1_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/x6fku+Bandirma_Onyediy_Eylul_21-25_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Bartın Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/ffstE+bartın_sp.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Batman Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/KebGC+Batman_Universitesi_2018-2022_Stratejik_Planı.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Bayburt Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/3vzVY+Bayburt_Universitesi_2017-2021_Donemi_Stratejik_Planı_Guncelleme_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/yTtDc+Bilecik_Seyh_Edebali_Universitesi_Stratejik_Planı.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Bingöl Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/zPus4+BINGOL_UNIVERSITESI_STRATEJIK_PLAN_2018-2022.pdf, (Erişim: 07.09.2021).

- Bitlis Eren Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/MMrZ2+Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Boğaziçi Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/MXwJc+bu_stratejik_plan_2020-2024-10-07-2020-v5_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/np2zw+Bolu_Abant_Izzet_Baysal_Universitesi_2019-2023_Donemi_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Bryson, J. M. (1988). “A Strategic Planning Process for Public and Non-profit Organizations”. *Long Range Planning*, 21(1), 73-81.
- Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/aMI96+Stratejik_Plani_Guncellemesi.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Bursa Teknik Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), https://depo.btu.edu.tr/dosyalar/btu/Dosyalar/BT%c3%9c_2019-2023_STRATEJ%c4%b0K%20PLAN%202.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Bursa Uludağ Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/4QBBw+Bursa_Uludag_Universitesi_2017-2021_Donemi_Stratejik_Plani_Guncellenmis_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Cerrahpaşa Araştırma Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/FozVg+IUC_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/gGSau+COMU_2021-2025.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Çankırı Karatekin Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/P5cQq+Cankiri_Karatekin_Universitesi_2017-2021_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Çınar, N. F. & Tütünsatar, A. (2017). “Bir Kamu Politikası Olarak Stratejik Planlama ve Üniversitelerde Uygulama: Akdeniz Bölgesindeki Farklı Kuşaktaki Üniversitelerin Misyon ve Vizyonları Üzerinden Bir Değerlendirme”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 22 (4). 1177-1188.
- Çukurova Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/trTma+CU_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Dokuz Eylül Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/BdWGe+DEU_21-25_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Düzce Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/tsnb6+Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).

- Ege Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/GhjAu+Ege_Universitesi_2019-2023_Stratejik_Plani_Revize_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Erciyes Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/EuSau+Erciyes_17-21_Guncelleme_2020.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Erkan, V. (2008). Kamu Kuruluşlarının Stratejik Planlama: Türkiye Uygulaması ve Kuruluşlarda Başarıyı Etkileyen Faktörler. Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası, Yayın No: DPT 2759. Ankara.
- Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/thU80+erzincan_sp.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Erzurum Teknik Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/xqUhE+Erzurum_Teknik_Universitesi_2018-2022_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/qVysq+EwhFY_ESOGU_2018-2022_Donemi_Guncellenmis_Stratejik_Plani_Kamuoyuna_Aciklanacak_Versiyonu.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Eskişehir Teknik Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/uMF3w+ESTU_SP_CB_EP_gu_ncellenmis_28_12_2020.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Fırat Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/pqE2y+Firat_Universitesi_2019-2023_Donemi_Stratejik_Plani.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Galatasaray Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/PUrbM+2018-2022StratejikPlani22032018.pdf>, (Erişim: 07.09.2021).
- Gazi Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/rJtWi+Gazi_Universitesi_2019-2023_Stratejik_Plani_Guncellenmis_Versiyon_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Gebze Teknik Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/fPmzo+GTU_2017-2021_Stratejik_Plani.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Giresun Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/Om0pc+Giresun_Universitesi_2020-2024_Stratejik_Plani_ve_Makam_Onayi-2_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Glaister, K. W., & Falshaw, J. R. (1999). "Strategic Planning: Still Going Strong?". Long Range Planning. 32(1). 107-116.

- Gümüşhane Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/aYKhM+GMS_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Güven, A. (2014). “Kamu Yönetiminde Geleceğin İnşasında Stratejik Bakış”. Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi. 2 (2). 63-80.
- Hacettepe Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/MEUjo+2018-2022_HU_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Hakkâri Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/Yizmi+Hakkari_Universitesi_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Harran Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/PPGUq+Harran_Universitesi_2019-2023_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/IxCT2+stratejik-plan-19-10-2016.pdf>, (Erişim: 07.09.2021).
- Hitit Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/CNgYK+Hitit_Universitesi_2021-2025_Donemi_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Iğdır Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/1LWs4+Iğdir_Universitesi_21-25SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/8Ryam+Isp_Uyg_Bil_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- İnönü Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/W73g0+IU_22-26_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- İskenderun Teknik Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/KOpZw+Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- İstanbul Medeniyet Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/SmId6+Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- İstanbul Teknik Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/WaDGC+ITU_STARATEJIKPLAN_2017_2021.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- İstanbul Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/e7hIm+Istanbul_19-23_SP_Guncel_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- İzmir Demokrasi Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/8XcIK+Stratejik_Plan_2021-2025.pdf, (Erişim: 07.09.2021).

- İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/p8QsK+2020_2024_stratejik_plan_ikcu.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Stratejik Planı (2019-2023), <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/CeZ60+IYTE-Stratejik-Plan-2019-2023.pdf>, (Erişim: 07.09.2021).
- Kafkas Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/atJdw+KAU_2018-2022_Stratejik_Planı-11_07_2017_Kopya_2_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/kPZfw+KSU_2018-2022_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Karabük Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/bPF56+Karabuk_Universitesi_2021-2025_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Karadeniz Teknik Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/s/2629/Karadeniz+Teknik+Universitesi+2019-2023>, (Erişim: 07.09.2021).
- Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/SRFR6+KARAMANOGLU_MEHMETBEY_UNIVERSITESI_2019-2023_STRATEJIK_PLANI.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Kastamonu Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/yZRC4+Kastamonu_Univ_Sp_20-24.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Kayseri Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/hyKzQ+KAYU_2020-2024_STRATEJIK_PLAN.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Kenny, T. (1994). "From Vision to Reality Through Values". *Management Development Review*. 7 (3). 17-20.
- Kırıkkale Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/r0Tc8+KIRIKKALE_UNIVERSITESI_STRATEJIK_PLANI_2020-2024.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Kırklareli Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/c3b4i+stratejik_plan_2018-2022_Taslak_2.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/Q6Pk8+AHI_EVRAN_UNIVERSITESI_2017-2021_STRATEJIK_PLAN.pdf, (Erişim: 07.09.2021).

- Kilis 7 Aralık Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/UHKkq+UNIVERSITEMIZ_2018-2022_YILLIARI_ARASI_STRATEJIK_PLANI.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Kocaeli Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/N8k0O+Kocaeli_Universitesi_2019-2023_Stratejik_Planı_Guncel.pdf, (Erişim: 07. 09.2021).
- Konya Teknik Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/gExgu+KTUN_2021-25_stratejik_plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/se9Pk+DPU_2018_2022_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Manisa Celal Bayar Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/3jMYa+manisa-celal-bayar-universitesi-2018-2022-stratejik-plani.pdf>, (Erişim: 07.09.2021).
- Mardin Artuklu Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/7bwJs+STRATEJIK_PLAN.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Marmara Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/wqXAG+marmara_uni_plani_Duzeltlen_5_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Mersin Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/GxqCW+Mersin_Universitesi_Stratejik_Plan_2018-2022.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/gQA2C+02_strateji_k_plan_bookmarks.pdf, (Erişim: 07.09. 2021).
- Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/x5Cz2+Mugla_Sitki_Kocman_21-25_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Munzur Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/o7MPo+2020_2024_Stratejik_Planı.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Muş Alparslan Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/hnnRA+MUS_ALPARSLAN.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Mutluer, M.K. & Öner, E. & Kesik, A. (2011). Bütçe Hukuku. 3. Baskı. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. İstanbul.
- Necmettin Erbakan Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/GTKXQ+N_E_U_Stratejik_Plan_2019-23.pdf, (Erişim: 07.09.2021).

- Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/taaAq+NHBVU.pdf>, (Erişim: 07.09.2021).
- Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/1tg8G+Nigde_Omer_Halisdemir_Universitesi_2019-2023_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Ondokuz Mayıs Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/vUOtk+2019-2023_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Ordu Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/yTyFM+Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Orta Doğu Teknik Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/1DMGW+2018-2022_ODTU_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/UzCvA+OSMANIYE_KORKUT_ATA_UNIVERSITESI_2019-2023_STRA TEJIK_PLANI_1_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Özdem, G. (2011). “Yükseköğretim Kurumlarının Stratejik Planlarında Yer Alan Vizyon ve Misyon İfadelerinin Analizi”. *Educational Sciences: Theory & Practice*. 11 (4). 1869-1886.
- Öztürk, C. (2016). *Kamu Yönetiminde Stratejik Yaklaşımlar*. SAGE Yayıncılık, Ankara.
- Pamukkale Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/BV8NM+Pamukkale_Universitesi_2019-2023_Stratejik_Plan-Guncel.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Raynor, M. E. (1998). “That Vision Thing: Do We Need It?”. *Long Range Planning*. 31 (3). 368-376.
- Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/kv05o+baskanliga-gonderilen-dus-1122020194210.pdf>, (Erişim: 07.09. 2021).
- Sağlık Bilimler Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/veVDE+Saglik_Bilimleri_Universitesi_2020-2024_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/nxm8O+Sakarya_Uygulamali_Bilimler_Universitesi_2020-2024_Stratejik_Plan_0.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Sakarya Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/kVYGm+Sakarya_Universitesi_2020-2024_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09. 2021).

- Samsun Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/IxzY8+Samsun_Universitesi_2021-2025_YILI_STRATEJIK_PLAN.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Selçuk Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/K2hPM+2019-2023-Stratejik-Plani.pdf>, (Erişim: 07.09.2021).
- Siirt Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/VWEmu+SIIRT_UNIVERSITESI_2018-2022_STRATEJIK_PLANI.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Sinop Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/efO9w+2018_2022_stratejik_plan_Sinop_U_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), https://www.cumhuriyet.edu.tr/strateji/webdosya/10_1097_1104_2018_2022_stratejik_plane92903a78658a56e15df7d18fe7a9ee8.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Şırnak Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/zZsUi+Sirnak_Universitesi_Stratejik_Plan_2018-2022.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Süleyman Demirel Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/PskrI+Suleyman_Demirel_Universitesi_2021-2025_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Taş, H. C. (2005). “5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu Bağlamında Stratejik Planlama”. Türk İdare Dergisi. Sayı: 449. 102-114.
- Tarsus Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/324aO+TARSUS_UNIVERISTESI_2020-2024_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. <http://www.sp.gov.tr/tr/stratejik-plan/g/du/kurum/Devlet+Universiteleri>. (Erişim: 07.09.2021).
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2013). Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018) Kamuda Stratejik Yönetim Çalışma Grubu Raporu. Ankara.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2018). Kamu İdareleri İçin Stratejik Planlama Kılavuzu. 3. Sürüm. Ankara.
- Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/eEynY+TNKU_2020-2024_Stratejik_Plan.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/HfNUO+Tokat_Gaziosmanpasa_Universitesi_2019-2023.pdf, (Erişim: 07.09.2021).

- Trabzon Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/Aya92+Trabzon_Universitesi_2021-2025_Stratejik_Planı.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Trakya Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), <http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/IF59M+tu-stratejik-plani-2018-2022.pdf>, (Erişim: 07.09.2021).
- Türk-Alman Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/dWCG0+TURK-ALMAN_UNNIVERSITESI_2021-2025_STRATEJIK_PLANI.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Türk Dil Kurumu (2019), Türkçe Sözlük, 11. Baskı, Ankara.
- Usta, A. (2014). “Kamu Kurumlarında Stratejik Planlama: Önemi, Bileşenleri, Evreleri ve Uygulanabilirliği”. ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi. 1 (2). 31-53.
- Uşak Üniversitesi Stratejik Planı (2020-2024), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/WTQKe+Hnkmc0vW9o_usak_universitesi_2020-2024_stratejik_plan.pdf, (Erişim: 07. 09.2021).
- Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/MLrnM+Van_YYU_21-25_SP.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Yalova Üniversitesi Stratejik Planı (2019-2023), https://yalova.edu.tr/Files/UserFiles/46/YALOVA_UNIVERSITESI_STRATEJIK_PLAN_2019_2023.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Yıldırım, M. F. (2011). Mahalli İdarelerde Yönetişim ve Belediye Stratejik Planlarının İyi Yönetişim İlkeleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi. DPT Ekonomik Modeller ve Stratejik Araştırmalar Genel Müdürlüğü (Uzmanlık Tezi). Yayın No: 2815. Ankara.
- Yıldız Teknik Üniversitesi Stratejik Planı (2021-2025), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/iwblQ+Yildiz_Teknik_Univ_2021-2025_Donemi_Stratejik_Planı.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- Yılmaz, K. (2003). “Kamu Kuruluşları İçin Stratejik Planlama Uygulaması”. Sayıştay Dergisi. Sayı 50-51. 67-86.
- Yozgat Bozok Üniversitesi Stratejik Planı (2017-2021), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/4hlQG+Bozok_Universitesi_2017-2021Stratejik_Planı.pdf, (Erişim: 07.09. 2021).
- Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Stratejik Planı (2018-2022), http://www.sp.gov.tr/upload/xSPStratejikPlan/files/x4Wh6+BEU2018-2022StratejikPlani_nihai_2_.pdf, (Erişim: 07.09.2021).
- 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu. (2003). Resmi Gazete. Sayı 25326.
58. Hükümet Acil Eylem Planı. (2003). <https://dspace.ceid.org.tr/xmlui/bitstream/handle/1/229/ekutuphane3.4.6.2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, (Erişim: 04.10.2021).

THE EFFECT OF BODY LANGUAGE ON SELF SELLING IN HOTEL BUSINESS

Makale Gönderim Tarihi: 08.11.2021

Makale Kabul Tarihi :10.12.2021

Önerilen Atıf Gösterimi : Kafa, N. (2021). The Effect of Body Language on Self Selling in Hotel Business, *Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar Dergisi (USSMAD)*,C:1-S:1, 29-40

Neşe KAFA*

Abstract

Today, with the effect of technological developments, the differences in the understanding and cultural characteristics of societies are reflected in verbal and non-verbal communication. Non-verbal communication (body language) has an important place in the successful realization of communication in all parts of society. According to various studies, body language is more effective than verbal expressions in the communication process. The realization of sales in accommodation establishments depends on the persuasion of the customer. The customer's belief in the sales staff and persuasion to buy the product depends on the use of body language. In particular, the personnel who are in face-to-face communication with the customer should be knowledgeable about the correct use of body language. The aim of this study is to conceptually examine the importance of personal selling in hotel businesses and how body language effects personal selling. Conceptual literature review was used in the research.

Body language and personal selling concepts were evaluated in terms of accommodation businesses on the axis of literature review in the study. As a result of the literature review, it has been concluded that the correct and effective use of body language by the personnel in the personal sales process will help to achieve more sales in hotel businesses. According to the results obtained in the study, the body language model was developed in personal sales in hotel businesses. In this study, suggestions are presented for hotel businesses, sales personnel and educational institutions according to this model.

Keywords: Body language, personal selling, tourism.

Jel Codes: D83, M31, Z33.

INTRODUCTION

In previous years, communication differences in the cultural aspect of societies were less pronounced. Today, with the effect of technological developments, the differences in social understanding and cultural characteristics are reflected in both verbal and non-verbal communication. The importance of non-verbal communication in all segments of society has a

* Asst. Prof. Dr., Canakkale Onsekiz Mart University, Tourism Management, neskafa@comu.edu.tr,
ORCID ID: 0000-0002-4153-5533

vital role in successful communication. Most of the sales in the shelter administrations in the service sector are realized as self selling. In this respect, the success of self selling is closely related to the correct use of body language of the hospitality management personnel.

First impression is the only thing that cannot be repeated in the world. The first impression is made in 30 seconds. The conscious use of this period allows the impression to rise in opposites. In this case, everybody, regardless of their profession, recognizes and develops their relationships in face-to-face relations with the environment and themselves by using non-verbal cues and non-verbal communication (Baltaş,1997:7)

Earning profit is the main goal in businesses that produce goods and services. In these businesses, the sales process is an important step to make a profit. In addition, self selling has a great role in generating and increasing profits. The communication flow between staff and consumer allows it to change according to the specific needs of each consumer in the self selling (Bozkurt, 2004: 239). Self selling is an organizational function that creates value for customers and manages customer relationships in ways that benefit both the business and its stakeholders (Adewale et al., 2019).

Especially in the hospitality businesses in the service sector, the effective and correct use of all communication channels by the personnel plays an important role in the success of the management. In addition, the sales personnel's effective use of body language creates confidence in the consumer. Thanks to this trust, it will be easier to convince the consumer. Therefore, the correct use of body language in the service sector will both increase the service quality and provide a successful sales process.

The study is important in terms of revealing the importance of personal selling in the tourism marketing literature. At the same time, it is expected that the study will form a basis for the studies to be carried out on body language and personal selling in the literature. On the other hand, it is expected that the study will help accommodation businesses gain awareness about the importance of body language in the marketing process.

1. CONCEPT OF BODY LANGUAGE

Communication is divided into verbal and non-verbal. Verbal language and tone of voice consists of the verbal part; body language makes up the non-verbal part. At this point, words are the primary means of communication, while the secondary tools are non-verbal communication channels. 35% of the messages given are sent through verbal and 65% non-verbal channels (Schmitz, 2012). There are some features in non-verbal communication. These; conveying emotions effectively, making the lack of communication impossible, defining and determining relationships between people, giving information about verbal content, confusing it with words, not being clear, giving reliable messages and being suitable for culture (Kaya, 2001: 22). Non-verbal communication; body language, appearance, use of place and time, colors, clothes, environment and use of accessories (Çakır, 2006: 38).

Understanding the feelings and thoughts of individuals, not only with their words, but also enjoy using these data when voice tone, facial expression and body language (Russell et al.,

2003). When people communicate, they pass most of the data through body language. Hence, the minority of data is conveyed in words (Whipple, 2006: 20). In our daily life, we use silent gestures and imitation signals instead of words. These symbolic signals are part of body language. Body language occurs with gestures and gestures (Schober, 2003: 163).

The first studies investigating the effect of body language on communication were conducted in the 1970s. Researchers in the field of non-verbal communication state that 90% of face-to-face communication between two people is transmitted through non-verbal channels. In this case, non-verbal communication is of great importance in the sales process (Warfield, 2001: 1). According to Landis (2006: 57), a message consists of % 7 verbal communication (words), % 38 voice (tone, ritm etc.), % 55 body movements (especially face expressions).

2. THE IMPORTANCE OF BODY LANGUAGE IN SELF SELLING

Face-to-face sales and marketing have a great importance in the business world, where the level of competition has been constantly increasing in recent years. At this point, the sales representative should make sure that the messages he sends while talking are correct and whether the messages he receives while listening are received by people (Uslu, 2007: 75). People should combine words and what their body language says. If someone smiles and says you're doing a good job in comfort, you should make sure they're telling the truth (Warfield, 2001: 1). The use of words, sound and body language in a communication are characteristics of the ability to send messages. However, in order for a message to be successful and to reach the goal, it is good to answer the following questions as well as the ability to send messages (Baltaş, 1997: 31):

- What do I want to say?
- When should I tell to open the person's communication channels?
- Where should I start communication?

It is important for the sales person to say the words confidently and how they speak, which shapes communication (Scholz et al., 2020). The self selling period begins before the sale, continues in an inspiring and persuasive manner, and continues with the customer's adaptation of the same feelings and thoughts as the seller (Kotler and Armstrong, 2010). Therefore, a successful sales person needs to know how to master subtle hints of body language (Goman, 2015). Sales personnel can predict how the customer is affected by paying attention to the customer's body language before they finish speaking. The customer's body language guides the salesperson's presentation, and each interaction informs the customer's feelings and thoughts. The customer must trust, feel close to, respect and admire the sales person to purchase the product. This is only possible by creating harmony between the customer and the sales representative. If the sales representative's speaking style, speed, body language and clothes are similar, it is possible to communicate with the customer (Çakır 2006: 101).

Self selling is defined as offering goods and services to customers and persuading customers to buy products or services (Kotler and Armstrong, 2010). Therefore, self selling is a personal presentation made to establish a relationship with customers (Bozkurt, 2004: 239)

and a direct verbal communication process (Pauser and Wagner, 2019). The sales person can make a more successful presentation by using the customer's body language while making self selling. In this process, the customer also observes the salesperson's body language and reactions (Barkai, 1990). The most important supporter of success in self selling is the ability to speak effectively. Therefore, sales personnel who want to be successful in their presentations should not forget the principle of effective speaking. The principles of effective speaking can be listed as follows (Bozkurt, 2004: 240; Uslu, 2007: 115):

- Open and honest behaviors should be adopted.
- The advantages offered should be put forward separately. Predetermined examples should be given in this regard.
- Priorities should be specified in quality and price.
- It should be explained who bought the products.
- The sales person should address customers directly by asking questions and responding promptly to customers to determine their level of interest.

The most crucial point in the sales period is that the persuasion period accompanies the sales steps by creating a good communication. Undoubtedly, this communication will continue with verbal communication at the beginning and non-verbal communication from time to time (Hess, 2016). The form of self selling allows sales representatives to change the message according to the specific needs and interests of each consumer with the help of the communication flow between the seller and the consumer. Thus, self selling allow the business to learn many things about consumers. At this point, part of the responsibility of the sales representative is to help the customer find what he wants (Bozkurt, 2004: 239). Accordingly, it is vital for the person to show their willingness to convey the message to the other party in order for the communication to be successful (Parılı and Öztürk, 2002: 107).

3. METHOD

Conceptual literature review was used in the research. In the search carried out through online databases, the research was structured on the axis of the literature. In this direction, first of all, the concepts of body language and personal selling were examined and these concepts were also evaluated in terms of accommodation businesses.

“Literature review is a logically discussed written document based on a comprehensive understanding of the current state of knowledge about a study topic” (Machi and McEvoy, 2016: 28). Hart (1998) states that in a literature review, a research should be shown to contribute to something new. The purpose of the literature review is to attract the attention of the reader by presenting the important parts of the study (Machi and McEvoy, 2016: 265). Thus, literature reviews facilitate the development of theory on the subject under consideration (Webster and Watson, 2002: 13).

4. FINDINGS

Face-to-face communication with customers is important in two ways. The first of these is to give meaning to the non-verbal messages and verbal messages of the operating staff and to increase the level of influence. The second is that the operating personnel can get more clear information about the thoughts and feelings of the customer. Considering that the customers' thoughts about the business are determined within the first 3-4 minutes, the communication ability of the personnel who make the first dialogue with the customer is of particular importance (Demiray, 2006: 170). Therefore, the behaviors of the first dialogues affect the prestige of the business. These personnel must be very successful in verbal and non-verbal communication.

Tourism sector is a labor-intensive service sector. In this respect, the most important feature of the tourism sector is that it is dependent on people. People who receive and provide services in the tourism sector. The success of hotel businesses depends on the satisfaction of the customers or the quality of the service offered to them. At this point, when customers' problems can be answered and individual persuasion skills can be used, sales increase (Hacıoğlu, 2000: 89). Thus, effectively selling the tourism product is linked to the success of the staff during the sales period. Communication, which is the most important factor affecting this success, takes place only verbally. For this reason, non-verbal communication or body language is highly effective in selling products and services in tourism. In this way, learning the body movements and thoughts of the customers in the hospitality businesses will provide a successful sale. While customer satisfaction increases in successful sales businesses, the prestige of the enterprise also increases.

Self selling in hotels; to ensure maximum occupancy rate, to increase extra income other than room income, to contribute to the advertisement of hotels, and to provide teamwork in terms of hotel staff. Self selling in hotels are made with the food department and beverage for customers, housekeeping and staff working in the front office. The functions of self selling personnel in tourism are to establish a face-to-face relationship with existing and potential customers for sales. Nevertheless, it is necessary to develop friendship, solve the problems of the customer, follow, examine and research the developments in the tourism and hotel management sector in order to establish good relations with the customer (Sahilli, 2005). Salespeople have more than one responsibility. These are to attract new customers, retain existing customers, determine competition, conduct market analysis, coordinate sales activities and work to meet the needs of customers (Smith et al., 2000: 1). For example, a customer with an onion allergy might ask if there is onion in the steak and the waiter can answer this question. Only then can the waiter recommend the onion-free mixed grill and say it's delicious. Thus, the sales person can persuade the customer to buy the product (Avcıkurt, 2005: 113). Thus, self selling which is important for success in many sectors, is also a necessary condition for the tourism sector. The tone of the sales staff is very important in hotels, especially in some departments where self selling are made by telephone. In particular, the tone of voice is important in customer service (Warfield, 2001: 1).

Self selling are very important in hotels due to the cultural diversity between staff and customers. Also, people from different cultures interact with hotels. This interaction is generally more consistent between staff and customers. Body language and communication are very important both in private and institutional terms for everyone involved in the tourism sector, which coordinates different cultural points. People from different countries speak different languages and their body language is also different. Universal gestures such as blushing, smiling and expressing fear mean the same in every culture around the world. For example, each person can have a unique smile style (Sel et al., 2015). Therefore, body language may differ according to culture and society (Tutar and Yılmaz, 2003: 68). These differences may arise from lifestyle and climate reasons (Kaşıkçı, 2003, 95). For example; eye contact never bothered Americans, it can be a threatening attitude for the Japanese and they feel uneasy. Therefore, sales person should pay attention to body language such as facial expression and hand movements (Çakır, 2006: 141). Otherwise, these expressions may cause misunderstandings (Kirel, 2007: 97).

Body language reflects not only belonging to a culture or a community, but also character (Altıntaş and Çamur, 2001: 50). Therefore, it is necessary to have the competence to understand the body language of the community. In addition, it is necessary to know the culture, communication and lifestyle of people. When we think of body language, formal wear is an important factor in using the correct body language. In hospitality management, it is thought that the quality, regular and professional appearance of the staff with formal clothes (Çakır, 2006: 52). For example, he gives expressions of seriousness and standing upright with a dark outfit, and confidence, with hand gestures. It is especially important to know how everyone who sells face-to-face with customers uses their body language and how they correct their mistakes. Therefore, personnel who can directly communicate with the customer should be trained about body language. In this way, sales person helps increase sales (Sahilli, 2005).

According to the results obtained from the literature review, a body language model has been developed in personal sales in hotel businesses. The stages of this model are given in Figure 1.

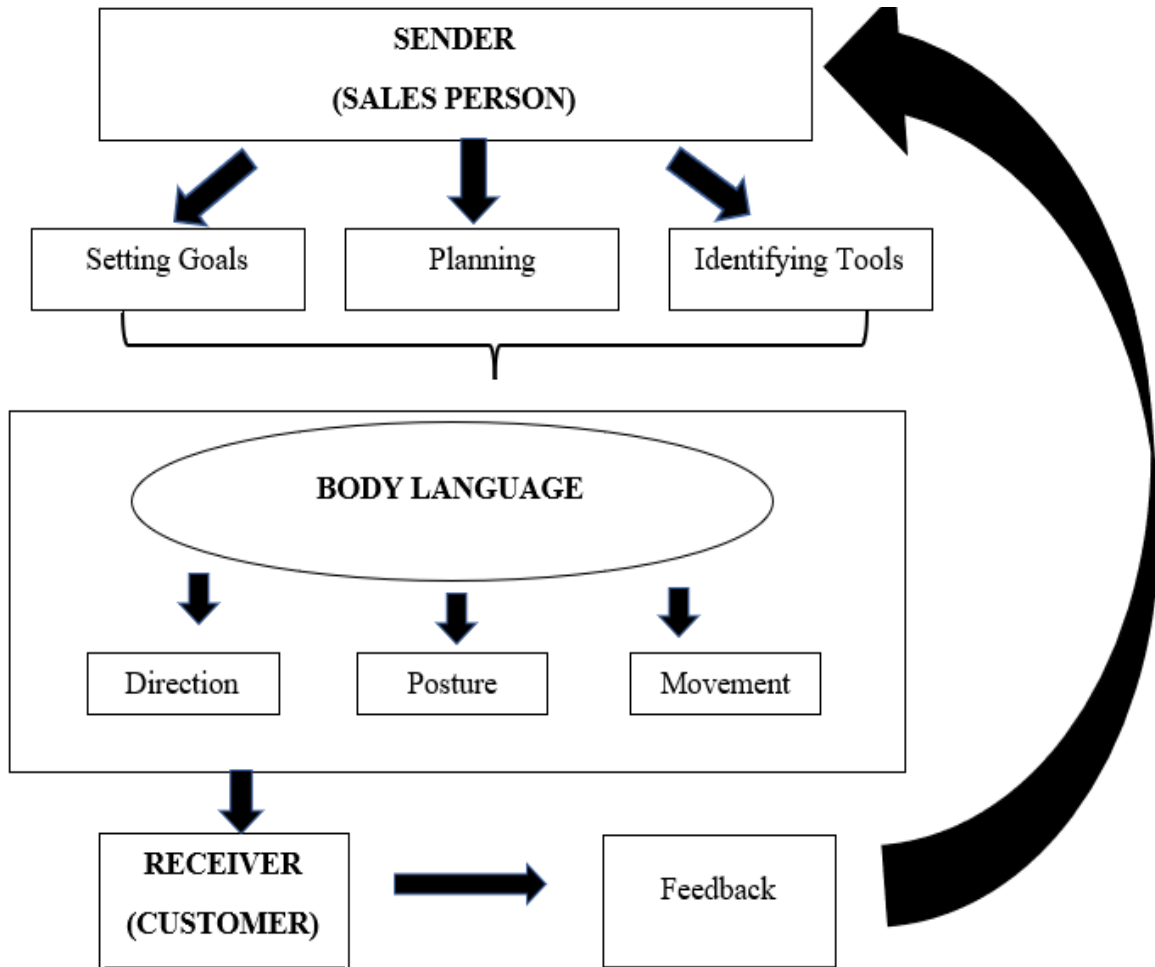


Figure 1: Body Language Model in Personal Sales in Hotel Businesses

According to Figure 1, the body language model in personal sales in hotel businesses consists of 6 stages. These stages consists of setting goals, planning, identifying tools, applying body language, receiver and feedback. Sender (Sales person): The sender is the person who tries to convey meaning to another person in communication and initiates the communication. In line with the above model, the sender who initiates the communication process regarding body language of sales person.

The first stage of the model, setting goals. It is the sales personnel's determination of how to make a sale using body language. It is the analysis of the processes related to body language in the sales process and determining the behaviors in accordance with their targets. Planning is the stage of planning the behavioral changes needed by the sales person in order to achieve the determined goal. At this stage, it is determined that each behavior of the sales person will create on the customer. In addition, it should not be forgotten that human psychology lies in the background of the whole process. It is the determination of how the sales person will benefit from the appropriate body language elements in line with their targets at the stage of determining the tools. In addition, how the process will progress at each level should be established. While these are being determined, the sales person should also know in advance what they will get. It conveys the messages conveyed to the customer by the gestures and facial expressions of the sales person and expresses the physical posture of the personnel. Sales person

should pay attention to body language expressions and should not behave in a way that would make the customer think that they do not believe. In addition, sales person communicate with the customer in three different ways: orientation and posture (Hans & Hans, 2015: 47).

Direction shows the angle of the sales person towards the customer, the sales person should look at the customer's face while meeting with the customer (Baltaş et al., 2007). Making eye contact, meeting, shaking hands is one of the most basic elements in sales and first impressions in sales (Serimoğlu, 2013: 103). Meeting the customer with a sincere smile of the sales person will create a positive first impression in successful communication (Kuhnke, 2016: 124). Posture is the distance that the sales person should leave between the customer and the customer. Sales staff should very well adjust their proximity and distance while talking to the customer. The proximity and distance measures here may differ from culture to culture and even depending on the structure of the geographical region. The proximity measure can be considered between 60-120 cm and the distance measure as 120 cm and above (Baltaş et al., 2007). The hand and arm movements of the sales personnel should move according to the rhythm of the conversation with the customer. For this reason, staff must keep their hands and arms free and be consistent with the words they form. Customers will look at the staff's body position and movement to make a very quick decision as to whether the sales person is a potential threat or trustworthy (Bowden, 2010: 54). For this reason, it should ensure that the actions of the sales person creates a request for help in the customer and come to the conclusion that they are reliable.

Receiver (Customer): At this stage of the model, the person (customer) who is the target of the message is defined as the receiver (Öztürk and Güven, 2019: 160). The receiver (customer) tries to decode the message sent to him and sends a feedback to the sender. Feedback: At this stage of the model, feedback gives information about whether the emotions and thoughts of the sales person is conveyed to the customer correctly and as desired (Koçel, 1993: 297). In order to understand how this stage is going, the sales staff should observe the customer's face and breathing patterns. Thus, the sales person will notice the positive or negative feedback and will be able to re-analyze the body language movements if they have encountered a negative feedback.

RESULTS

According to the stage of applying the body language of the model, ensuring sales depends on convincing the consumer to buy. According to the result obtained in the study, the personnel must convince the customer by using the body language correctly in the personal selling process. Some studies in the literature support this statement (Parılı & Öztürk, 2002; Driver, 2014).

In the study, it was concluded that eye contact, head-to-face movements, hand-arm movements, sitting arrangement and distance, which include the elements of body language, should be consistent with the words used by the staff. Similar results have been reported in some studies in the literature (Akgemci et al., 2008; Goman, 2008). Some studies mention the

importance of smiling face in the first contact of sales personnel (Goman, 2008; Serimoğlu, 2013; Kuhnke, 2016).

Another stage of the model in the study is the movement stage. At this stage, it should ensure that the actions of the sales personnel create a request for help in the customer and come to the conclusion that they are reliable. Yıldız and Akdeniz R (2019) included the importance of trust in the personal selling process in their study. This makes it necessary to use body language correctly. In particular, the person who communicates face-to-face with the customer should use body language well. For this reason, the success of sales in accommodation businesses depends on the effective use of body language by the sales personnel. Moreover, with this sale, the customer will be satisfied and the accommodation business will generate income.

Another stage in the model proposed in the study is the stance stage. According to the results of the study, the personal zone distance in the field of tourism should be determined according to the culture of the customer. For example, the Japanese are used to crowds, while some cultures prefer to keep their distance. Another result obtained in the study is that the personnel should analyze the feedbacks well during the sales process. This result is similar to the studies of Parıltı and Öztürk (2002), Yıldız and Akdeniz Ar (2019). In addition, this result is the last stage of the model proposed in the study. In line with the results obtained in the study and the proposed model, the following can be suggested regarding the responsibilities of hotel businesses, sales personnel and educational institutions:

Especially the skills of the employees in the tourism sector are effective in ensuring customer satisfaction. For this reason, in-service training on the use of body language should be given to all tourism employees, especially accommodation establishments. Body language related to different cultures should also be included in these trainings. Responsibilities of sales personnel; It consists of learning the signs related to body language to be used at all stages of the sales process, applying this information consciously, observing and analyzing the body language of the customers, gaining confidence by showing that he understands the customer according to body language observations. It would be beneficial to apply courses on subjects such as nonverbal communication and culture to the students in universities that train personnel to be employed in hotel businesses. Accordingly, the need for qualified personnel, which is one of the most important needs of the tourism sector, will be met through these trainings.

In the general study, it was concluded how important body language is in realizing a successful sale, and it is expected that this study will guide and form a basis for similar studies in the related literature.

REFERENCES

- Adewale, A.G., Adeniran, A.J. and Oluyinka, S. A. (2019). The effect of self selling and marketing on firm sales growth (A study of PZ. and Dangote Nigeria Plc). *Journal of Business Management*, 5 (1), 19-35.
- Akgemci, T., Aslan, Ş. and Düşükcan, M. (2008). *Yöneticinin el kitabı*. Konya: Eğitim Publications.
- Altıntaş, E. and Çamur, D. (2001). *Sözsüz iletişim ve beden dili*. Ankara: Nobel Publications.
- Avcı Kurt, C. (2005). *Turizmde tanıtma ve satış geliştirme*. İstanbul: Değişim Publications.
- [Baltaş, A., Ürkmez, İ. and Sevil, İ.](#) (2007). *Satışta iletişim ve beden dili*. İstanbul: Remzi Publications.
- Baltaş, Z. (1997). *Bedenin dili*. İstanbul: Remzi Publications.,
- Barkai, J. L. (1990). Nonverbal communication from the other side: Speaking body language. *San Diego Law Review*, 27 (1), 101-125.
- Bowden, M. (2010). *Winning body language, control the conversation, command attention and convey the right message-without saying a word*. Newyork: The McGraw-Hill Companies.
- Bozkurt, İ. (2004). *İletişim odaklı pazarlama tüketiciden müşteri yaratmak*. İstanbul: Kapital Media Publications.
- Çakır, Ö. (2006). *Profesyonel yaşamda kişisel imaj ve sosyal yaşam etiketi*. İstanbul: Yapı Kredi Publications.
- Demiray, U. (2006). *Genel iletişim*. Ankara: Pegem Publications.
- Goman, C. K. (2008). *The nonverbal advantage secrets and science of body language at work*. California: Berrett-Koehler Publishers.
- Goman, C. K. (2015). *How the best salespeople read body language*. Taken from: <https://www.forbes.com/sites/carolkinseygoman/2015/12/01/why-the-best-sales-people-read-body-language/?sh=d8a9aee764c7>.
- Hacıoğlu, N. (2000). *Turizm pazarlaması*. Bursa: Vipaş Inc.
- Hamlin, S. (1988). *How to talk so people listen: The real key to job success*. New Delhi: Universal Book Stall.
- Hans, A. and Hans, E. (2015). Kinesics, haptics and proxemics: Aspects of non-verbal communication. *Journal of Humanities and Social Science*, 20 (2), 47-48. doi: 10.9790/0837-20244752
- Hart, C. (1998). *Doing a literature review: Releasing the social science research imagination*. UK: Sage Publications.

- Hess, U. (2016). *Nonverbal communication, encyclopedia of mental health*. Netherlands: Elsevier.
- Kaşıkçı, E. (2003). *Dokuz köyden kovulmayan doğrucu beden dili*. İstanbul: Hayat Publications.
- Kaya, D. (2001). *Etkili iletişim sunum teknikleri ve beden dili*. İstanbul: Harp Academies Printing House.
- Kırel, Ç. (2007). Sanal örgütlerde örgütsel davranışın geleceği. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 7 (1), 93-110.
- Kotler, P. and Armstrong. G. (2010). *Principles of marketing*. UK: Pearson Publishers.
- Kuhnke, E. (2016). *Body language learn how to read others and communicate with confidence*. UK: John Wiley and Sons Ltd.
- Landis, J. (2006). İletişim becerileri, Ö. Gelbal (Ed.). Ankara: HYB Publications.
- Machi, L. A. and McEvoy, B. T. (2016). *The literature review six steps to success*. UK: Sage Publications.
- Mather, D. (2012). *Body language secrets*. UK: Hodder & Stoughton.
- Öztürk, A. and Güven, Ö. F. (2019). *Bankacılık ve sigortacılıkta pazarlama*. İstanbul: Beta Publications.
- Parıltı, N. and Öztürk, Y. (2002). Kişisel satış sürecinde yeni bir ikna yöntemi: SPIN. *Journal of Gazi University Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 4 (3), 103-110.
- Parıltı, N. and Öztürk, Y. (2002). Kişisel satış sürecinde yeni bir ikna etme yöntemi: SPIN. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (3), 103-110.
- Pauser, S. and Wagner, U. (2019). A Wearable sales assistant: Capturing dynamic nonverbal communication behaviors using sensor technology. *Marketing Letters*, 30, 13-25. doi: 10.1007/s11002-019-09483-x
- Russell, J. A., Bachorowski, J.-A. and Fernández-Dols, J.-M. (2003). Facial and vocal expressions of emotions. *Annual Review of Psychology*, 54, 359-349. doi: 10.1146/annurev.psych.54.101601.145102
- Sahilli, S. (2005). Otel işletmeciliğinde kişisel satış faaliyetleri. *Marketing World*, 19, 48-54.
- Schmitz, A. (2012). *A primer a communication studies*. Taken from: <http://2012.books.lardbucketorg>.
- Schober, O. (2003). *Beden dili davranış anahtarı*. S. Özbent (Ed.). İstanbul: Arion Publications.
- Scholz, T. Redler, J. and Pagel, S. (2020). Re-designing adaptive selling strategies: The Role of different types of shopping companions. *Review of Managerial Science*, 2021 (15), 1243-1280. doi.org/10.1007/s11846-020-00385-1

- Sel, A., Calvo-Merino, B., Tuettenberg, S. and Forster, B. (2015). When you smile, the world smiles at you: ERP evidence for self-expression effects on face processing. *Psychology, Medicine Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 10 (10), 1316-1322. doi: 10.1093/scan/nsv009
- Serimoğlu, N. (2013). *Etkili iletişim*. İstanbul: Cinius Publications.
- Smith B., Hansen E. and Olah, D. (2000). *Self selling for the forest products industry*. Virginia: Virginia Polytechnic Institute and State University Publication.
- Sürücü, M.İ. (2014). Yönetimde ikna becerileri, F. M. Harmancı, M. Gözübenli and A. E. Alaç (Ed.), Güvenlik sektöründe insan ilişkileri. Ankara: Nobel Publications.
- Tutar, H. and Yılmaz, K. (2003). *Genel iletişim*. Ankara: Nobel Publications.
- Uslu, A. T. (2007). *Kişisel satış teknikleri*. İstanbul: Beta Publications.
- Warfield, A. (2001). Do you speak body language. *Training and Development*, 55 (4), 60-81.
- Webster, J. and Watson, R. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *MIS Quarterly*, 26 (2), 13-23. doi:10.2307/4132319
- Whalen, D. J. (1996). *I see what you mean-persuasive business*. New York: Sage Publications.
- Whipple, R. (2006). Es-Body language: Decoded. *T+D*, 60 (2), 20-22.
- Yıldız, C. and Akdeniz Ar, A. (2019). *Phenomenological analysis of sales strategies based on persuasion from the perspective of customer*. 2nd International Symposium of Bandırma, 17-19 September, Bandırma, Turkey.

TÜRKİYE’DE GÜNAH VERGİLERİ VE ÖZEL TÜKETİM VERGİLERİ UYGULAMASI

Makale Gönderim Tarihi: 18.10.2021

Makale Kabul Tarihi :01.12.2021

Önerilen Atıf Gösterimi : Özbek, K. (2021). Türkiye’de Günah Vergileri ve Özel Tüketim Vergileri Uygulaması, *Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar Dergisi (USSMAD)*,C:1-S:1, 41-52

Kübra ÖZBEK*

Özet

Vergiler, devletler için kamu hizmetlerinin finansmanında kullanılacak en önemli gelir kaynaklarından birisidir. Bir harcama vergisi olan Özel Tüketim Vergisi(ÖTV), vergi türleri arasında önemli bir paya sahiptir. Özel Tüketim Vergilerinin hazineye gelir sağlama olan mali amacı dışında mali olmayan amaçları da vardır. Toplum bireylerinin sağlığını korumak, huzurlu ve güvenli bir ortam sağlamak amacıyla devlet, otoritesini kullanarak genel olarak erdemsiz mallar üzerinden vergi alır. Bu mallardan alınan vergiler ile tüketimin azalması hedeflenir ve sosyal refah sağlanmaya çalışılır. Literatüre günah vergisi olarak geçen, alkol ve tütün mamulleri gibi bir takım mal ve hizmetler üzerinden alınan vergiler Türkiye’de ÖTV kapsamında değerlendirilmektedir. Bu çalışmada, Özel Tüketim Vergilerinin III sayılı cetvelinde yer alan alkollü içkilere uygulanan vergi tutarları ve kaçakçılık verileri ele alınarak alkollü içkilerin tüketim miktarları incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Vergiler, Günah Vergisi, Özel Tüketim Vergisi

Jel Kodu: H2

SIN TAX AND SPECIAL CONSUMPTION TAX IMPLEMENTATION IN TURKEY

Abstract

Taxes are one of the most important sources of income for states to be used in financing public services. Special Consumption Tax (SCT) has an important place among these taxes. Special Consumption Taxes have non-financial purposes apart from the financial purpose of generating income for the treasury. In order to protect the health of the members of the society and to provide a peaceful and safe environment, the state uses its authority to collect taxes on vices in general. With the taxes taken from these goods, it is aimed to decrease consumption and social welfare is tried to be provided. Taxes levied on a number of goods and services such as alcohol and tobacco products, which are referred to as sin taxes in the literature, are

* Lisansüstü Öğrencisi, Mardin Artuklu Üniversitesi, İktisat, k.ozbek14@gmail.com , ORCID: 0000-0002-7786-6035

considered within the scope of Special Consumption Taxes in Turkey. In this study, the tax amounts applied to alcoholic beverages in Schedule III of Special Consumption Taxes and smuggling data were examined, and the consumption amounts of alcoholic beverages were examined.

Keywords: Taxes, Sin Taxes, Special Consumption Tax

GİRİŞ

Tarih boyunca devletler için vergiler en önemli finansman kaynaklarından biri olmuştur. Bu vergiler ile devletler gelir dağılımında adaleti sağlamak, ekonomik istikrar ve kaynak dağılımında etkinliği sağlamak gibi mali amaçlarını gerçekleştirirler. Alınan vergilerin mali amacı dışında sosyal devlet anlayışı gereği mali olmayan sosyal amacı da bulunmaktadır. Literatüre günah vergisi olarak geçen, topluma zararlı olduğu düşünülen alkol, tütün gibi bağımlılık yaratan mal ve hizmetler birçok medeniyette tüketimin azaltılması için vergiye tabi tutulmuştur. Ancak bu vergiler her zaman sosyal amaca hizmet etmek için değil mali projeleri finanse etmek için de kullanılmıştır. Her ne kadar literatürdeki yeri tartışmalı olsa da devletler günah vergileri ile bireylerin ve toplumun sağlığına zararlı olan mal ve hizmetlerin tüketimini azaltmayı hedeflemektedir.

Çalışmamızın temel amacı günah vergisi kapsamında, bireylerin sağlığını ve toplumun refahını korumak adına tüketimiyle birlikte negatif dışsallığa neden olan alkollü içkiler üzerine uygulanan ÖTV tutarı ve bu tutarın alkollü içki tüketimi üzerindeki etkisidir.

Çalışmamızda günah vergisi olarak adlandırılan vergi uygulamasının Türkiye’de Özel Tüketim Vergileri içerisindeki payı ele alınmıştır. Günah vergisi kapsamında vergilendirilen alkol ve tütün mamulleri Türkiye’de Özel Tüketim Vergileri III sayılı listenin A ve B cetvellerinde yer almaktadır. A cetvelinde meyve-sebze suları, gazoz çeşitleri, sular, bira, şarap ve rakı gibi tüketim maddeleri yer almaktadır. B cetvelinde ise tütün mamulleri yer almaktadır. Çalışmamızda alkollü içkiler üzerinden alınan ÖTV’nin 2010-2020 yılları arasındaki vergi tutarları ve değişen bu tutarların alkollü içki tüketimindeki etkisi tablolar yardımıyla incelenmiştir.

Günah vergisi kavramı ile başlayan çalışma, birçok medeniyette kavram olarak günah vergisi olarak tanımlanmamış olsa dahi uygulanan vergilerin konu olarak aynı doğrultuda olması sebebiyle mal ve hizmetlere uygulanan vergiler incelenmiştir. Çalışmanın devamında Türkiye’de günah vergisi kavramının karşılık bulduğu özel tüketim vergileri ele alınmıştır. Yıllar içerisinde alkollü içkilere uygulanan artan vergi oranlarıyla meydana gelebilecek vergi gelirlerindeki azalış Laffer eğrisi ile ifade edilmiştir. Son olarak alkollü içki tüketiminin 2010-2020 yılları arasında değişen miktarları incelenmiştir.

1. GÜNAH VERGİSİ KAVRAMI

Çağdaş ekonomik terimlerle günah vergileri, “topluma zararlı” olduğu düşünülen davranışları azaltmak için tasarlanmış vergilerdir yani dışsallık vergileridir(Gifford, 1997: 2).

Tüketim vergileri içerisinde bulunan Günah Vergisi, sigara ve alkol gibi bağımlılık yaratan, insani düşkünlük ya da dini açıdan suç kabul edilen durumlar üzerinden alınan bir vergi çeşididir (Lorenzi, 2004: 60). Günah vergisinin, birçok medeniyette farklı mal ve hizmetler üzerinden alındığını görebilmekteyiz. Tarih boyunca neredeyse her devlet halkın alkol tüketimini farklı neden ve yöntemlerle kısıtlamaya çalışmıştır. M.Ö. 2200 yılında Çin İmparatoru Yute halkının sarhoşluk halini kontrol altında tutabilmek için pirinç şarabını bulan ve üreten mucidi sürgüne yollamıştır ve yine M.Ö. 1122 yılında Çin’de alkol tüketimi ile ilgili kanunlar çıkarılarak şarap üretimi durdurulmuştur. Mısır’da Firavunlar da alkol tüketiminin yasaklanmasına yönelik kanunlar çıkarmışlardır. Aynı şekilde Yunanistan ve Roma’da da hem alkol tüketimini yasaklamaya hem de bu durum için çeşitli önlemler almak adına birçok düzenleme yapıldığı bilinmektedir(Gifford, 1997:2). Günah vergileri ile ilgili tarihte meydana gelen bir diğer olay ise Amerika’da meydana gelmiştir. Bağımsızlık Savaşı ile büyük bir borç yükü ile karşı karşıya kalan hükümet ihtiyaç duyulan paranın halkın çok miktarda tükettiği viski üzerinden alınmasına karar vermiştir. Ancak bu durum halkın ayaklanmasına neden olmuştur. Bu olay tarihe “Viski İsyanı” olarak geçmiştir. Viski vergisi Başkan Thomas Jefferson tarafından kaldırılmıştır(Thornton, 2004: 12-13). Yine Amerika’da papaların dini projelerini finanse etmek için fahişelerden vergi aldığı bilinmektedir. Papa X. Leo binlerce kayıtlı fahişeden günah vergisi adı altında vergi toplamıştır. Kadınların Araf’taki ruhlarını ücret karşılığında kurtarmış ve günah çıkarma ücretlerini de artırmıştır(Lorenzi, 2004:1).

Günah vergileri birçok devlette görüldüğü gibi Osmanlı’da da görülmektedir. Osmanlı Devleti’nde içkiden toplanan vergi devlet için önemli bir gelir kaynağıydı. Devlet vergiyi üretim yapan gayrimüslimlerin şahsi kullanımlarına ayırdıkları kısımdan almayıp ihtiyacından fazla olan üretim kısmından almaktaydı. Osmanlı Devleti’nde içkinin hukuki açıdan yasaklanması ilk kez Fatih Sultan Mehmed Kanunnamesi’nde yer almaktadır. Ancak kanunnamede yer alan bu yasak ve ceza gayrimüslimleri kapsamamakla beraber İslam dini gereği haram kabul edilmesine rağmen gizli gizli içen Müslümanlara yönelik bir yasaktır. Daha sonra 1507’de toplumun dini yapısına uymadığı ve aynı zamanda toplum içerisinde düzenin ve huzurun bozulduğu temeline dayandırılarak “İçki Yasaknamesi” yayınlanmıştır. Yasaklar bununla sınırlı kalmayıp Osmanlı Devleti’nin her döneminde farklı uygulamalarla devam ettiği görülmektedir.(Öztürk, 2017). Osmanlı’da alkollü içeceklerden toplanan vergilere farklı isimler verilmiştir. “Şıra resmi” adıyla toplanan vergilere daha sonra “zecriye”, “reftiye” ve “idhaliye” gibi çeşitli isimler verilmiştir. Alkollü içecekler dışında tütün mamülleri satışından da 1863 yılında “tönbeki beyiyesi” adıyla vergi toplanmıştır (Batrel, 2002; akt; Egeli ve Eroğlu, 2018).

Tarihin birçok döneminde karşımıza çıkan bu vergilerin toplanmasında farklı nedenlerin olduğu görülmektedir. Her ne kadar asıl amacının toplumun sağlığını ve refahını korumak olduğu ileri sürülse de asıl amacının devletlerin bu vergileri bir finansman kaynağı olarak kendi çıkarları için kullandıklarını söyleyebiliriz. Çıkarılan yasalara, konulan yasaklara rağmen bu mal ve hizmetlerden alınan vergiler tam anlamıyla tüketimin sona erdirilmesinde etkili olamamıştır.

Bu vergiler genel anlamda topluma negatif dışsallık yaratan zararlı alışkanlıkların karşılığı olarak alınır. Günah vergisinin alınmasında farklı amaçlar söz konusudur. Mali açıdan devlete bir gelir sağlama durumu varken öte yandan paternalist devlet anlayışı gereği ortaya çıkabilecek zararları engelleme ve toplumu koruma amacı taşımaktadır (Aktuğ ve Polat, 2016) .

Literatürde günah vergileri hakkında birçok görüş ileri sürülmüştür ve tarafların bir kısmı bu vergilerin haklı gerekçelerle alındığını savunurken diğer bir kısım ise bu vergilerin alınmasının lehine görüşler ileri sürmektedir.

Günah vergisi taraftarları görüşleri (Buyrukoğlu vd. , 2016) :

- Alkol ve uyuşturucu gibi bağımlılık yaratan tüketim maddelerinin talep esnekliği düşüktür. Artan vergi oranları hâsılatı etkilemeyecektir.
- Bu vergiler ile toplum sağlığı koruma altına alınmış olur. Devletler söz konusu ürünler üzerinden alınan vergiler ile talebi düşürmeyi hedefler.
- Günah vergisi ile meydana gelen negatif dışsallıklar finanse edilebilir. Örneğin, insan sağlığına zarar veren maddeler satın alınırken sadece fiyatı ödenir ancak uzun vadede zararlı maddeler nedeniyle ortaya çıkacak olan hastalıkların maliyetleri açıkta kalır. Aradaki maliyet açığı alınan vergilerle finanse edilir. Buna mali literatürde dışsallıkların içselleştirilmesi denir.

Günah vergisine karşı olan görüşler (Buyrukoğlu vd. , 2016):

- Genel anlamda vergiler kabul edilmezken günah vergisinin meşruluğu mali literatürde tartışmalıdır.
- Artan vergi oranları bireyleri alışkanlıklarından vazgeçirmez aksine günah vergileri tüketicileri kayıt dışı sektöre yönlendirir ki bu da suça teşvik anlamına gelmektedir. Bu durum sosyal refahı olumsuz etkiler.
- Bir başka görüşe göre günah vergileri, eğer tüketicileri cezalandırmak içinse görev alanının vergi hukuku değil ceza hukuku olması yönündedir.
- Günah vergisi ile bireyin özgür iradesine müdahale söz konusudur. Politikacılar da diledikleri an diledikleri mal ve hizmetleri günah vergisi adı altında yüksek vergi oranlarına mahkûm edebilmektedir.

Günah vergilerini destekleyen ve desteklemeyen görüşleri ele aldığımızda, devletlerin bu vergilere karşı tutumu, verginin konusu her ülkede değişkenlik göstermektedir. Çalışmamızın bir sonraki bölümünde günah vergisinin Türkiye'deki karşılığı ve işleyişi alınacaktır.

2. TÜRKİYE'DE GÜNAH VERGİSİ

Türkiye'de vergi sistemi içerisinde günah vergisi adıyla sınıflandırılan bir vergi türü olmasa da özel tüketim vergilerini ele aldığımızda günah vergisi kapsamına giren bazı tüketim maddelerinin özel tüketim vergileri içerisinde yer aldığını görebilmekteyiz. Özel tüketim vergileri, kanunla belirtilen belirli mallar üzerinden çeşitli nedenlerle alınan, genel vergilerden ayrılan bir vergi çeşididir (Susam, 2019). Özel Tüketim Vergileri, belirli mal grupları üzerinden tek seferde alınan bir vergi çeşididir. ÖTV maktu ya da nispi tutar şeklinde tahsil edilmektedir.

Belirlenen vergi tutarı malın üretim ya da dağıtım aşamalarının sadece birine uygulanmaktadır. Her ülkede verginin konusu farklı olsa da genel olarak aynı tüketim malları üzerinden alınmaktadır. Bu alışkanlık verici maddeler ile lüks tüketime konu olan maddeler ve sürümü yüksek olan bazı ilk maddeler şeklinde gruplandırılmaktadır. Alışkanlık verici maddeler arasında alkollü içecekler, tütün mamulleri gibi tüketim malları bulunur. Lüks tüketime konu olan mallar grubuna da mücevher, motorlu taşıtlar, beyaz eşya gibi tüketim mallarını koyabiliriz. Sürümü yüksek olan ilk maddeler arasında ise petrol ve petrol türevleri, kimyasal mallar, çimento gibi mallar yer almaktadır(Turhan, 1998). 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu, 12.06.2002 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Özel tüketim vergisine tabi olan mallar dört ayrı listede gösterilmektedir. Özel tüketim vergisinin asıl amacı gelir elde etmekken bir de toplumun sosyal refahına yönelik amacı da söz konusudur. Bireylerin sağlığını olumsuz etkileyen tüketim maddelerinden olan alkol ve tütün üzerinden özel tüketim vergisi alınmaktadır. Bu durum bize bu vergileri günah vergisi kapsamında değerlendirebilmemiz için bir gerekçe oluşturmaktadır. Günah vergisi kapsamında kabul edilen tütün ve alkollü içecekler Türk vergi sisteminde özel tüketim vergileri kapsamına dahil edilmektedir(Sandalcı ve Sandalcı, 2018). Çalışmanın konusunu oluşturan alkollü içkiler bu listelerden üç sayılı listede yer almaktadır. Tablo 1’de Özel Tüketim Vergisine konu olan 3 sayılı listede yer alan ürünler gösterilmektedir. III sayılı listede tütün ve tütün mamulleri, kolalı içecekler, sular, her türlü alkollü içki (şarap, bira vb.) ve gazozlardan oluşan 28 adet mal listelenmektedir.

Tablo 1: ÖTV Oranları (III Sayılı Liste)

Mal İsmi	Vergi Oranı (%)	Asgari Maktu Vergi Tutarı(TL)
Meyva suları (üzüm şırası dahil) ve sebze suları (fermente edilmemiş ve alkol katılmamış), ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler katılmış olsun olmasın (Yalnız ambalajlanmış olanlar ve/veya toptan teslim konu edilenler) (Sebze suları ve Türk Gıda Kodeksine göre %100 meyve suyu sayılanlar hariç)	10	-
Sular (mineral sular ve gazlı sular dahil) (ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler katılmış veya aromalandırılmış) ve alkolsüz diğer içecekler (20.09 pozisyonundaki meyve ve sebze suları hariç) (Yalnız ambalajlanmış olanlar ve/veya toptan teslim konu edilenler) (Doğal mineralli doğal maden suyu ile üretilmiş, tatlandırılmış, aromalandırılmış meyveli gazlı içecekler; şalgam suyu; Türk Gıda Kodeksine göre çeşnili ve aromalı/aromalandırılmış içme sütleri, bebek ve devam sütleri sayılanlar ile 2202.10.00.00.11, 2202.10.00.00.12, 2202.10.00.00.13, 2202.91.00.00.00 hariç)	10	-
Sade gazozlar	10	-
Meyvalı gazozlar	10	-
Alkolsüz biralar	35	-

Malttan üretilen biralar	10	2,3933
Taze üzüm şarabı (kuvvetlendirilmiş şaraplar dahil); üzüm şarası (20.09 pozisyonunda yer alanlar hariç) (2204.10 köpüklü şaraplar ve 2204.30 diğer üzüm şaraları hariç)	63	11,7678
Köpüklü şaraplar	0	79,5059
Vermut ve diğer taze üzüm şarapları (bitkiler veya kokulu maddelerle aromalandırılmış) (2205.10.10.00.00, 2205.10.90.00.12 hariç)	0	119,9941
Alkol derecesi hacim itibarıyla %18 veya daha az olanlar	0	95,2890
Alkol derecesi hacim itibarıyla %22 ve fazla olanlar	0	326,9929
Fermente edilmiş diğer içecekler (elma şarabı, armut şarabı, bal şarabı, sake gibi), tarifinin başka yerinde belirtilmeyen veya yer almayan fermente edilmiş içeceklerin karışımları ve fermente edilmiş içeceklerle alkolsüz içeceklerin karışımları	0	11,7678
Alkol derecesi ne olursa olsun tağyir (denatüre) edilmiş etil alkol ve damıtım yoluyla elde edilen diğer alkollü içkiler [Alkol derecesi ne olursa olsun tağyir (denatüre) edilmiş etil alkol hariç]	0	326,9929
Alkol derecesi hacim itibarıyla %80'den az olan tağyir (denatüre) edilmemiş etil alkol; damıtım yoluyla elde edilen alkollü içkiler, likörler ve diğer alkollü içecekler [(2208.90.91; 2208.90.99) Alkol derecesi hacim itibarıyla %80'den az olan tağyir (denatüre) edilmemiş etil alkol hariç, (2208.20; 2208.50; 2208.60; 2208.70 ve 2208.90 hariç)]	0	326,9929
Üzüm şarabı veya üzüm cibresinin damıtılması yolu ile elde edilen alkollü içkiler	0	326,9929
Cin ve Geneva	0	326,9929
Votka (2208.60.91.00.00, 2208.60.99.00.00 hariç)	0	326,9929
Muhtevası 2 litreyi geçmeyen kaplarda olanlar (Alkol derecesi hacim itibarıyla %45,4'den fazla olanlar)	0	326,9929
Muhtevası 2 litreyi geçen kaplarda olanlar (Alkol derecesi hacim itibarıyla %45,4'den fazla olanlar)	0	326,9929
Likörler	0	326,9929
Diğerleri (2208.90.48.00.11, 2208.90.71.00.11 hariç)	0	326,9929
Rakı (Muhtevası 2 litreyi geçmeyen kaplarda olanlar)	0	326,9929
Rakı (Muhtevası 2 litreyi geçen kaplarda olanlar)	0	326,9929

Kaynak: https://www.gib.gov.tr/fileadmin/mevzuat/otv_oranlari_tum/04012021_III_sayili_liste.pdf

III sayılı listenin A ve B cetvellerini incelediğimizde sağlığa zararlı olan tüketim maddelerinin yer aldığını görebilmekteyiz. Özel tüketim vergisi kapsamında vergilendirilen bu mallar hem Türkiye'de hem de Dünya genelinde günah vergisi kapsamında yer alan mal ve hizmetler ile aynıdır.

3. TÜRKİYE'DE ALKOLLÜ İÇECEKLERİN VERGİLENDİRİLMESİ VE TÜKETİM ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Tüketim harcamaları üzerinde vergilerin etkisi mevcuttur zira tüketiciler mal ve hizmetlere uygulanan vergi ile tüketim harcamalarını planlarlar. Günah vergisinin mali ve mali olmayan amaçlarının olduğunu yukarıda belirtmiştik. Şimdi bu vergilerin mali amacının gerçekleşip gerçekleşmediğini, vergilerin tüketim üzerindeki etkisini Haldun - Laffer etkisi ile ele alalım:

Haldun – Laffer Etkisi

Arz yönlü iktisat teorisi temsilcisi olan Arthur Laffer tarafından geliştirilen Laffer Eğrisi, vergi oranları ile vergi gelirleri arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Arthur Laffer, vergi oranlarındaki düşüşlerin sonucunda piyasadaki toplam üretim miktarının artacağını, bu durum yatırımcıları yeni yatırımlara teşvik edeceğini varsaymaktadır. Vergilerdeki düşüş ile birlikte vergi gelirlerinin artacağını tersi durumda ise artan vergi oranları ile birlikte vergi gelirlerinin azalacağını Laffer eğrisi ile analiz etmiştir (Karabulut, 2006).

Laffer eğrisini (Laffer, 2004) çalışmasında şu şekilde ifade etmektedir:

“Laffer eğrisini ben bulmadım. Örneğin 14. yüzyıl Müslüman filozoflarından İbni Haldun Mukaddime adlı eserinde şu şekilde yazmıştır: “Hanedanlığın başlarında düşük vergilendirme büyük gelir getirir. Hanedan büyüdükçe, hanedanlığın sonlarına doğru yüksek vergilendirmenin hâsılatı küçük bir gelire denk gelir.”

Laffer aynı çalışmasında eğrinin teorisi ile ilgili şu ifadeleri kullanmıştır (Laffer, 2004):

“Vergi oranları ve vergi gelirleri arasındaki ilişki vergi gelirleri üzerinde iki ayrı etkiye neden olmaktadır. Bunlar aritmetik etki ve ekonomik etkidir. Aritmetik etkiye göre, eğer vergi oranları düşürülürse vergi gelirleri de (vergi tabanındaki her dolar için) vergi oranındaki düşüş kadar azalacaktır. Tam tersi olan vergi oranlarındaki artış için de bu durum geçerlidir. Ekonomik etkiye göre ise, düşük vergi oranlarının iş, çıktı ve istihdam üzerindeki olumlu etkisinden bahseder. Vergi oranlarını yükselterek vergilendirilen faaliyetlere katılanları cezalandırmak ekonomide ters etkiye neden olur. Aritmetik etki her zaman ekonomik etkinin tersi yönde çalışır. Bu nedenle, vergi oranı değişikliklerinin ekonomik ve aritmetik etkileri birlikte ele alındığında toplam vergi gelirleri üzerindeki sonuçları çok da belirgin olmadığı görülmektedir” (Laffer, 2004).

Haldun – Laffer etkisi kısaca şunu ifade etmektedir: Bir mal veya hizmet grubunda vergi oranları yükseldikçe vergi geliri artar ancak bu yükseliş belli bir seviyeden sonra vergi gelirinin azalmasına neden olur.

Tablo 2 : Alkollü İçecekler Üzerinden alınan Ötv Tutarları (2010 – 2020)

YILLAR	BİRA(TL)		ŞARAP(TL)		KÖPÜKLÜ ŞARAP(TL)		RAKI(TL)	
	Nispi (%)	Maktu (TL)	Nispi (%)	Maktu (TL)	Nispi (%)	Maktu (TL)	Nispi (%)	Maktu (TL)
2010	63	0,44	0	2,44	0	16,12	0	51,48
2011	63	0,53	0	2,94	0	19,82	0	63,48
2012	63	0,62	0	3,44	0	23,19	0	77,00
2013	63	0,64	0	3,61	0	24,39	0	81,01
2014	63	0,77	0	4,17	0	28,20	0	93,67
2015	63	0,8966	0	4,8419	0	32,7229	0	113,6338
2016	63	1,1691	0	5,7476	0	38,8303	0	148,3335
2017	63	1,2605	0	6,197	0	41,8668	0	159,9331
2018	63	1,5592	0	7,6662	0	51,7935	0	213,0168
2019	63	1,9125	0	9,4033	0	63,5302	0	261,2875
2020	63	2,0442	0	10,0511	0	67,9074	0	279,2902

Kaynak: Gelir İdaresi Başkanlığı,

https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/mevzuat/otv_oranlari_tum/ozeltuketimoranlari-OpenPage.htm?page=kwfewfk33

Tablo 2’de alkollü içkiler üzerinden alınan özel tüketim vergisi tutarları gösterilmektedir. Tabloda da görüldüğü üzere Türkiye’de gerek köpüklü gerekse köpüksüz şaraptan ve rakıdan alınan nispi ÖTV tutarı %0 olup, sadece asgari maktu ÖTV uygulanmaktadır. Ancak biraya hem nispi hem de maktu vergiler uygulanmaktadır. 1 litre rakıda 2010 yılında 51.48 lira olan ÖTV tutarı 25 Aralık 2020 verilerine göre 279.2902 liraya çıkmıştır. Tabloya baktığımızda 2010-2020 yılları arasında alkollü içkilerden alınan vergi tutarının sürekli artış gösterdiğini görebilmekteyiz. Artan vergi tutarlarının tüketim üzerindeki etkisi tablo 3’te incelenmiştir.

Tablo 3: Alkollü İçkiler Tüketimi (2010 – 2020)

YILLAR	BİRA (litre)	KÖPÜREN ŞARAP (litre)	ŞARAP (litre)	RAKI (litre)	TOPLAM (litre)
2010	921.500.292	252.761	59.455.609	46.380.793	1.027.589.455
2011	925.564.164	432.641	58.642.735	48.810.329	1.033.449.869
2012	998.823.252	826.771	56.410.914	44.611.011	1.100.671.948
2013	878.912.869	641.885	62.240.038	42.336.790	984.131.582
2014	943.199.212	627.896	62.858.199	40.267.282	1.046.952.589
2015	908.197.848	413.440	63.626.641	39.201.309	1.001.1439.238
2016	900.341.561	488.622	51.293.001	35.447.822	987.571.006
2017	915.104.416	1.127.797	66.427.742	37.316.029	1.019.975.984
2018	965.401.865	1.347.929	77.197.699	35.934.117	1.079.881.610
2019	884.910.874	1.634.407	74.838.070	27.763.381	989.146.732
2020	874.210.912	1.098.617	68.068.248	30.379.327	973.757.104

Kaynak: <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/23/Alkol-Ve-Alkollu-Ickiler-Daire-Baskanligi/> (Erişim Tarihi: 10.06.2020)

Tablo 3’te 2010 – 2020 yılları arasındaki alkollü içkilerin tüketim miktarları gösterilmektedir. Buna göre 2010 yılında alkollü içkilerin toplam tüketim miktarı 1.027.589.455 litredir. 2020 yılında ise bu miktar 973.757.104 litre olarak gerçekleşmiştir. Yıllar arasında tüketim miktarları net bir seyirde devam etmediği, artış ve azalışların olduğu görülmektedir. Alkollü içkilerin tüketim miktarları incelendiğinde 2010 yılına göre biranın tüketim miktarında azalış yaşanmıştır. Her iki şarap türünde ise tüketiminde artış meydana gelmiştir. Rakının tüketim miktarı ise ilgili süreçte dönem dönem artış gösterse de 2020 yılında 2010 yılına nispeten azalış göstermiştir. Bu verilerle alkollü içkilerden alınan maktu ÖTV oranlarındaki artışın tüketimi azaltmaya yönelik etkin bir uygulama olduğu söylenememektedir.

Günah vergisi kapsamında değerlendirilen alkol ve sigara tüketimi üzerinden alınan vergilerin tüketim miktarları üzerinde ortaya çıkardığı etkileri ele alan birçok çalışma yapılmıştır. Günah vergisi kapsamında değerlendirilen alkol ve sigara tüketimi üzerine çalışma yapan Canbay (2017)’a göre, tütün mamulleri gibi bağımlılık yaratan tüketim maddeleri üzerine uygulanan yüksek oranlı ÖTV, talep esnekliği düşük olan bu maddeleri tüketen tüketicilerin tüketimini azaltmada çok etkili olamamaktadır.

Koç ve Koç (2020) çalışmalarında, Türkiye’de alkollü ürünler üzerinden alınan ÖTV ile alkollü ürünlerin tüketim miktarları arasındaki ilişkiyi kısa ve uzun dönem nedensellik

testleri Granger ve Toda-Yamamoto) ve doğrusal regresyon analizi tekniğini kullanarak açıklamaya çalışmışlardır. Elde edilen bulgulara göre, yüksek vergilerin aşırı alkol tüketen bireyler ve gençler üzerinde de tüketimi azaltıcı yönde etkisi olduğunu göstermektedir. Alkol üzerinden alınan ÖTV’de meydana gelen artışların alkol tüketimini azalttığı sonucuna ulaşmışlardır. Ancak kayıt dışı sektörlerdeki tüketim verilerinin net olarak bilinmemesi bize toplam vergideki artış ve azalış hakkında net bir bilgi vermemektedir.

Sandalcı ve Sandalcı(2018) çalışmalarında, 2004-2017 yılları arasındaki alkol ve tütün üzerinden alınan ÖTV’nin bu ürünler üzerindeki etkisini araştırmış ve belli sonuçlara ulaşmışlardır. Bu çalışmaya göre, alkollü içecekler ve tütün mamullerine uygulanan vergilerin bu ürünlerin tüketimi üzerindeki etkisinin sınırlı olduğu görülmektedir.

SONUÇ

Tüketimi esnek olmayan ve erdemsiz mallara yönelik alınan vergiler literatürde günah vergileri olarak adlandırılmış olduğunu ifade ettik. Türkiye’de her ne kadar günah vergisi olarak adlandırılan bir vergi türü olmasa da Türk Vergi Sistemi’nde özel tüketim vergileri kapsamındaki mal ve hizmetleri günah vergisi adı altında inceleyebilmekteyiz çünkü özel tüketim vergilerinin III sayılı listesinde sosyal faydası olmayan ve toplumun sağlığını olumsuz etkileyen mal ve hizmetler yer almaktadır. Günah vergisi ile vergilendirilen alkol ve tütün de III sayılı listede yer almaktadır. Bu nedenle çalışmada ÖTV kapsamındaki III sayılı liste dikkate alınmıştır. Ayrıca, listede bulunan alkollü içkilerin 2010-2020 yılları arasındaki vergi tutarlarına ve tüketim miktarları da çalışmada gösterilmiştir.

Alkollü içkiler üzerinden alınan özel tüketim vergileri devlet kurumu açısından önemli bir gelir kaynağını oluşturmaktadır. Ancak bu vergilerin amacı her zaman mali olmamaktadır. Yani asıl amacın toplumun sağlığını korumakta devletin vergiler üzerindeki bir diğer amacıdır. Bu durum her zaman olumlu sonuçlar doğurmayıp toplumu kaçak tüketime de yönlendirebilmektedir. Bu yıllar arasında alkollü içeceklere yönelik olarak özel tüketim vergilerinin maktu miktarlarında artışlar meydana gelmiştir. Ancak, alkollü içeceklerin tüketimine baktığımızda 2010 yılında 1.027.589.455 litre olan toplam alkol tüketimi 2020 yılında 973.757.104 litreye düşmüştür. Sadece bu verilere bakarak artan vergi oranlarının tüketim üzerinde etkili olduğunu söyleyemeyiz zira Ticaret Bakanlığı ve Emniyet Genel Müdürlüğü’nün yayınlamış olduğu kaçakçılıkla mücadele verilerini de ayrıca incelemek gerekir. Ticaret Bakanlığı kaçakçılıkla mücadele verilerine göre tütün-alkol yakalama tutarı 2010 yılında 20.422.326 TL iken 2020 yılında bu tutar 478.205.221 TL olmuştur. Yıllar içerisinde bu tutar artarak devam etmiştir. Yine Emniyet Genel Müdürlüğü’nün alkollü içki kaçakçılığı ve sahteciliği kapsamında gerçekleştirilen operasyonlarda 422.741 şişe ve 796.320 litre kaçak/sahte alkollü içki ele geçirilmiştir.

Çalışmamızda yer alan üzerinden günah vergisi alınan rakı verilerini incelediğimizde 2010 yılında asgari maktu vergi tutarı 51.48 TL iken tüketim miktarı 46.380.793 litredir. 2020 yılına baktığımızda ise asgari maktu vergi tutarının 279.2902 TL olduğunu, tüketimin ise 30.379.327 litre olduğunu görebilmekteyiz. Rakıda artan vergi tutarları ile birlikte tüketiminin azalması sonucunda Laffer eğrisi varsayımının gerçekleştiğini söyleyebiliriz. Yıllar içerisinde

artan vergi oranları tüketimin azalmasına yol açmıştır. Bu durum vergilerden elde edilen gelirin azalmasına neden olmuştur. ÖTV artışı bizi toplam vergi kaybı ile baş başa bırakır. Kaybedilen vergi geliri tutarı kaçakçılık piyasasına doğru kaymıştır.

Tüketimiyle bağımlılık yaratan alkollü içkilerde meydana gelen vergi artışlarının genel olarak tüketimi azaltmadığını görebilmekteyiz. Vergilenen bu ürünler kişileri alışkanlıklarından vazgeçirmek yerine kişileri daha ucuz fiyata, kalitesi düşük, potansiyel olarak sağlığa daha zararlı olan mallara yöneltmektedir. Bu durumda günah vergilerinin zararlı alışkanlıkları önlemede yetersiz kaldığını söyleyebiliriz. Hatta bu durum kaçak piyasanın oluşmasına ve kaçakçılığın önünün açılmasına zemin hazırlamaktadır(EMG Kaçakçılıkla Mücadele Raporu, 2019). Günah vergileri ile amaçlanan toplum sağlığını korumak çözüm olmak yerine daha büyük sorunların meydana gelmesine sebep olmaktadır.

Ortaya çıkan tüm veriler ele alınınca vergileri arttırmanın tek başına yeterli olmadığını, günah vergilerinin amacını yerine getirmediğini, sadece vergileri arttırarak tüketicileri cezalandırmak yerine kapsamı genişleterek mücadele edilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktan, C. C. (2009). Arz Yönlü İktisat Teorisi ve Haldun- Laffer Eğrisi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 1 (2).
- Aktuğ, M., & Polat, S. (2016). Günah Vergileri: ABD ve Türkiye'deki Mevcut Durumun Karşılaştırılması. *I. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu* .
- Bilgin, H. K. (2018). Laffer Eğrisi için Uygulamalı Bir Analiz: Türkiye. *ARHUSS*, 1 (2), 84-99.
- Buyrukoğlu, S., Bozdoğan, D., & Köktaş, A. M. (2016). Paternalist Devlet Anlayışının Bir Gereği Olarak Günah Vergileri: Türkiye Örneği. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9 (3), 15-31.
- Canbay, T. (2017). Bir Günah Vergisi Olarak Türkiye’de Sigaranın Vergilendirilmesinin Vergi Kaybı Açısından Değerlendirilmesi. *International Journal of New Trends in Social Sciences* , 1 (1), 01-10.
- Emniyet Genel Müdürlüğü. (2019). *Yayınlarımız*. Emniyet Genel Müdürlüğü KOM Daire Başkanlığı Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele 2019 Raporu: <https://www.egm.gov.tr/kurumlar/egm.gov.tr/IcSite/kom/YAYINLARIMIZ/T%C3%99CRK%C3%87E/2019-RAPORU-TR.pdf> adresinden alınmıştır
- Eroğlu, A., & Egeli, H. (2018). Günah Vergilerinin Şiddet Olayları Üzerindeki Etkisi. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5 (1), 69-80.
- Gelir İdaresi Başkanlığı . (tarih yok). *Yararlı Bilgiler*. Gelir İdaresi Başkanlığı : https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/mevzuatek/otv_oranlari_tum/ozeltuketimoranlari-OpenPage.htm?page=kwfewfk33 adresinden alınmıştır

- Gifford, A. (1997). Whiskey, Margarine, and Newspapers: A Tale of Three Taxes. *Taxing Choice* .
- Hayrulloğlu, B. (2015). Türkiye'de Tütün Mamülleri ve Alkollü İçkilerde Özel Tüketim Vergisinin Başarısı. *Journal of Life Economics* , 89-112.
- Karabulut, T. (2006). Laffer Etkisinin Türkiye Uygulaması 1980-2003. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (16), 367-377.
- Kavaklı Demir, E., & Çelikay, F. (2020). Paternalist Anlayış Perspektifinden Erdemsiz Mallar ve Kamu Müdahalesi: Amprik Bir Değerlendirme. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 20 (39), 53-69.
- Koç, N., & Koç, Ö. E. (2020). Alkol Tüketimi İle Alkol Üzerinden Alınan Özel Tüketim Vergisi İlişkisinin İncelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 18 (3), 212-226.
- Kotakorpi, K., & Haavio, M. (2011). The Political Economy Of Sin Taxes. *European Economic Review* , 575-594.
- Lorenzi, P. (2004). Sin Taxes. *Society*, 41 (3), 59-65.
- Orkunoglu, I. F., & Yereli, A. B. (2018). Mükelleflerin Vergiye Direnme Yöntemleri ve Türkiye'de Günah Vergilerindeki Artışların Değerlendirilmesi. *Sosyoekonomi*, 26 (35), 169-193.
- Önkan, Ö. (2018). Günah Vergileri Açısından Avrupa Birliği Ülkelerinin Gıda Ürünlerinde İndirilmiş Katma Değer Vergisi Oranlarının Değerlendirilmesi. *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 8 (2), 149-166.
- Özkan, E. (2017). *Alkol ve Tütün Ürünlerinde Uygulanan Özel Tüketim Vergileri ve Tüketim İlişkisi Çerçevesinde Türkiye Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ.
- Özkan, E., & Çetin, M. (2018). Türkiye'de Vergi-Tüketim İlişkisi: Alkol ve Tütün Ürünlerine Yönelik Bir Saha Araştırması. *Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute*, 21 (40), 271-287.
- Öztürk, Y. (2017). *XIX. Yüzyıl Arşiv Belgelerine Göre Osmanlı Devleti'nde İçki ve Yasakları*. Yüksek Lisans Tezi , Ordu.
- Rabin, M., & O'Donoghue, T. (2003). Studying Optimal Paternalism, Illustrated by a Model of Sin Taxes. *American Economic Review*, 93 (2), 186-191.
- Rabin, M., & O'Donoghue, T. (2006). Optimal Sin Taxes. *Journal of Public Economics* 90 , 1825-1849.
- Sandalcı, İ., & Sandalcı, U. (2018). Türkiye'de Günah Vergileri Kapsamında Özel Tüketim Vergisi Uygulaması. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4 (4), 1-14.
- Snowdon, C. (2012). The Wages of Sin Taxes. *Adam Smith Institute* .

- Susam, N. (2019). *Kamu Maliyesi*. İstanbul: Beta.
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2020, 05 12). *Yıllara Göre Ticari Eşya ve Uyuşturucu Yakalamaları*. 06 08, 2021 tarihinde Ticaret Bakanlığı Gümrük İstatistikleri: <file:///C:/Users/ACER/Desktop/seminer/7-Yillara%20Gore%20Ticari%20Esysa%20ve%20Uyusturucu%20Yakalamalari.pdf> adresinden alındı
- Taylor, Y. (2012). Vergi Teorisi Açısından Özel Tüketim Vergileri ve Türk Özel Tüketim Vergisi Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi* , 435-467.
- Thornton, M. Harm Reduction and Sin Taxes : Why Gary Becker Is Wrong. *The Dynamics of Intervention: Regulation and Redistribution in the Mixed Economy Advances in Austrian Economics*, 8, 357-376.
- Turhan, S. (1998). *Vergi Teorisi ve Politikası*. İstanbul.
- Tütün ve Alkol Daire Başkanlığı. (tarih yok). T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı: <https://www.tarimorman.gov.tr/TADB/Menu/23/Alkol-Ve-Alkollu-Ickiler-Daire-Baskanligi> adresinden alınmıştır
- Yurdakul, A., & Turan, D. (2009). Zararlı Alışkanlığı Önlemeye Yönelik Bir Araç Olarak Günah Vergileri ve Etkinliği. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 1 (2).

TARİHSEL SÜREÇ IŞIĞINDA SOSYAL KONUT MEKÂN LARI

Makale Gönderim Tarihi: 15.10.2021

Makale Kabul Tarihi :03.12.2021

Önerilen Atf Gösterimi : Herdem, B. (2021). Tarihsel Süreç Işığında Sosyal Konut Mekânları, *Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar Dergisi (USSMAD)*,C:1-S:1, 53-67

Baran HERDEM*

Özet

Bu çalışmada, öncelikli olarak konut mekânının kavramsal ifadesi ve fonksiyonel özellikleri açıklığa kavuşturulmaya çalışılmıştır. Konutun irdelenmesinin ardından, çalışmanın ana odak noktasında bulunan alt sınıflara yönelik olan sosyal konut mekânlarının kavramsal incelemesi yapılmıştır. Sosyal konutun ortaya çıkma nedenleri ve tarihsel süreçteki dönüşümü, seçilmiş bazı ülkelerin uygulamaları üzerinden ortaya konulması çalışmanın hedefleri arasındadır. Bu bağlamda, kamu müdahalesi sonucu ortaya çıkan sosyal konutların, üç önemli tarihsel kilit noktası olduğu literatür çalışmalarından hareketle belirlenmiştir. Mevcut çalışma, bu tarihsel kilit noktalarının ışığında sosyal konut mekânlarının, barınma gereksinimi ve toplumsal refah açısından önemli bir konumda olması münasebetiyle devletlerin kentsel politikalarında önemli bir yer edindiği gerçekliğine ışık tutmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal konut, mekân, sanayi devrimi, kentleşme, yoksulluk

SOCIAL HOUSING PLACES IN THE LIGHT OF THE HISTORICAL PROCESS

Abstract

In this study, primarily the conceptual expression and functional features of the housing place were tried to be clarified. After examining the housing, a conceptual analysis of the social housing places for the lower classes, which is the main focus of the study, was made. It is among the objectives of the study to reveal the reasons for the emergence of social housing and its transformation in the historical process, through the practices of some selected countries. In the light of these historical key points, the present study sheds light on the reality that social housing places have gained an considerable position in the urban policies of states due to the fact that they are in an important position in terms of housing need and social welfare.

Keywords: Social housing, space, industrial revolution, urbanization, poverty

* Gaziantep Üniversitesi, Kent Çalışmaları, baranherdem@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-9546-8655

GİRİŞ

Makinanın emek gücünü tahakküm altına almasını ifade eden Sanayi Devrimi, toplumların yapısında büyük dönüşümlere yol açmıştır. Sanayileşme kentlere farklı bir kimlik edindirmiştir. Bu yeni kimlik, üretim sürecinin tarım dışı alanlara kaymasıyla birlikte gelen yeni işkolları ve bu işkollarının gerektirdiği uzmanlaşma, iş bölümü gibi tarımsal üretim sürecinde görülmeyen özelliklerden oluşmaktadır. Yeni kimlik, kaçınılmaz olarak kentlerdeki toplumsal ilişkileri de dönüştürmüş ve yeni kentsel yaşam formları yaratmıştır. Diğer taraftan, tarım topraklarına makinanın girmesiyle önemsizleşen emek gücü, kırdaki yaşam döngüsünün dışında kalmıştır ve bu değişen döngü, emek gücünden başka bir şeyi olmayan insanların, kentlere doğru göç etmesiyle sonuçlanmıştır.

Sanayi Devrimi peşi sıra önemli dönüşüm sürecini kentsel mekânlara davet etmiştir. Urry'den hareketle mevcut analizimize güçlü bir arka plan oluşturabiliriz. Urry'e göre "toplumsal etkileşimlerin zamansal düzenindeki değişimler, genellikle mekânsal örüntülemeledeki değişimleri gerektirir" (Urry, 1999, s. 95). Kırdan kente doğru gerçekleşen kitlesel göç sonucunda kentlerin nüfusları hızlıca artmıştır. Emek güçlerinden başka hiçbir şeyleri olmayan insanların kentlere akın etmesiyle birlikte kentsel mekânlarda sosyo-ekonomik sorunlar vuku bulmuştur. Bu sorunların en başında ise 'barınma' ihtiyacı gelmektedir. Barınma probleminin yanında, göç eden insanların yoksul olması, kentlerdeki yoksulluk seviyesinin yükselmesine ve bunun yanı sıra sağlık, eğitim, güvenlik gibi alanlardaki sorunların derinleşmesine yol açmıştır.

Kentlerdeki artan yoksulluk ve buna bağlı sosyolojik etkenler, göç eden nüfusun karşılanması gereken doğal ihtiyaçları gibi nedenlerden dolayı devletlerin kentsel alana yönelik müdahalesini gerekli kılmıştır. Devletlerin, kentleşme sonucunda ortaya çıkan kentsel krizin çözümü için, özellikle barınma sorununa yönelik yapmış olduğu müdahaleler ön plana çıkmıştır. Her ülke kendi sosyolojik değerleri ve yürütmüş olduğu ekonomik plan doğrultusunda gerek konut ihtiyacının teminini bizzat sağlamış ya da kredi uygulamasıyla mülk sahipliğini destekleyerek konut sorununa çözümler getirmiştir (Alkışer & Yürekli, 2004).

Devletlerin bizzat temin etmiş olduğu ve genellikle alt sınıflara yönelik olan 'Sosyal Konut' mekânları, tarihsel süreçte Sanayi Devrimi'nin ortaya çıkmış olduğu İngiltere'den başlamış ve diğer sanayi ülkelerine doğru gelişim göstermiştir. Böylelikle sosyal konut mekânları, düşük gelirli ailelerin veya bireylerin barınma sorununa çözüm olarak kentsel yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Devletlerin konut sorununa olan yaklaşımları kendi sosyo-ekonomik yapılarına paralel olarak farklı şekillerde gelişim göstermiştir.

Sosyal konut mekânlarının, devletlerin 'konut sorununa' müdahalesi sonucunda ortaya çıkmış olması mevcut konu literatüründe üzerinde konsensüs sağlanmış bir gerçekliktir. Bu nedenle, sosyal konutun varoluşunu incelerken konut kavramının kendisine de odaklanması gerekmektedir. Bu amaca uygun olarak çalışmamızın başlangıç noktasını, konutun kavramsal tanımlaması ve fonksiyonel özelliklerinin ortaya konulması oluşturacaktır. Çalışmanın devamında, konutun toplumsal mekân açısından konumunu belirledikten sonra barınma ihtiyacını kendi imkanlarıyla karşılayamayan toplumsal sınıfların talepleri karşısında devletlerin nasıl bir aksiyon içerisinde oldukları, Castells'in kentsel kriz kavramı ışığında tartışılmıştır. Çalışmanın son boyutunda ise kentleşmenin yoksul sınıflar açısından yaratmış olduğu çeşitli sorunlar arasında olan barınma sorunu karşısında kamusallığın gölgesinde ortaya

çıkmiş olan sosyal konut mekânları ve bu mekânların toplumlar açısından konumunun tarihsel süreç içerisindeki dönüşümü bazı örnek ülkeler üzerinden irdelenecektir.

1. BARINAKTAN ÖTESİ: KONUT MEKÂNI

İnsanlar doğaları gereği zaruri ihtiyaçlara sahiptirler. Bu zaruri ihtiyaçlardan bir tanesi de ‘barınma’dır. İlkel yaşamın hâkim olduğu tarihlerde dahi, mağaralarda sürdürülen yaşamlar barınmanın en temel ihtiyaçlar arasında olduğunun önemli göstergelerindedir. Barınma gereksinimi, insanlara her daim korunaklı, sınırları belirli olan mekânlara ihtiyaç duymasına yol açmıştır. Bu duygunun sonucunda da dışı kapalı, sınırları; duvar, pencere, çit gibi metaforlarla belirli olan, içerisinde diğer yaşamsal faaliyetlerin sürdürülebildiği mekânlar yaratılmasıyla sonuçlanmıştır. Bu nedenle, konut kavramının en bilindik tanımlanması, barınma sorununa çözüm olarak ortaya çıkmış mekânlar olarak yapılmaktadır.

Konutlar temelde barınak mekânlarıdır; fakat tarihsel süreçte, konutun üstlenmiş olduğu toplumsal rol daha farklı anlamlara bürünmüştür. Tekeli, konutun sahip olmuş olduğu fonksiyonel özellikleri şöyle sıralamıştır: (a) bir barınak olma, (b) üretilen bir mal olma, (c) bir tüketim malı olma, (d) yatırım olarak spekülâtif değer artışlarına el koyma, (e) güvence sağlama, (f) toplumsal ilişkilerin yeniden üretilmesinde bir araç olma, (g) kentsel çevrenin oluşturulmasında bir kültürel artifact olma” (Tekeli, 2010, s. 57). Tekeli’nin sıralamış olduğu konut özelliklerinden hareketle konutun, barınma gibi zaruri ihtiyaca çözüm olmasının yanı sıra iktisadi bir meta değeri görmesi, konutu toplumsal anlamda farklı bir konuma getirmiştir. Metalaşan konut, piyasanın bir ürünü haline gelmiştir, dolayısıyla piyasa kuralları konut üretiminde ve tüketiminde etkili olmuştur.

Konut mekânları yapısı gereği sahip olduğu özelliklerle her anlamda güvenlik sigortası görmektedir. Çünkü konut; taşınmaz, sabit ve uzun ömürlü mallardır. İçerisinde yaşayan bireyleri dış tehditlere karşı koruması ve alınıp satılabilen değerli bir piyasa ürünü olması sebebiyle de mülk sahibini ekonomik durumlar karşısında avantajlı duruma getirmesi gibi özellikleriyle maddi ve manevi güvenlik sigortası sağlamaktadır. Konut mekânları aynı zamanda iyi bir yatırım aracıdır. Birikimi olan bireylerin, güvenlik sigortası özelliği gören konutu, barınmanın ötesinde bir yatırım aracı olarak görmesi bu nedenle doğaldır (Özgür, 2012).

Güvenlik sigortası ve yatırım aracı olabilen konut, aynı zamanda bir toplumsal statü sağlayan argüman olarak da karşımıza çıkar. Sahip olunan konutun konumu, fiyatı ve özellikleri, tüketimi yapılan metanın, aynı zamanda bir yaşam formu sunması nedeniyle bir statü aracıdır ve birey, tüketimde bulunduğu konut aracılığıyla mevcut sosyal sınıf konumunu ortaya koymayı amaçlar (Bourdieu, 2015; Debord, 2019; Veblen, 2015).

Bireyin gözlerini açtığı ve yaşamını idame ettirdiği, toplumsal normlarla ilk tanıştığı yer olması nedeniyle konut mekânları toplumsal ilişkilerin yeniden üretiminin sağlandığı alanlardır (Alver, 2007; Lefebvre, 2016). Birey ailesiyle birlikte benlik duygusunu bu yaşam alanında gerçekleştirir, yakın çevresiyle etkileşimi, sahip olmuş olduğu konut mekânında anlam kazanır. Yani konut bireylerin sosyalleştikleri ve toplumsal normların yeniden üretildiği yerler olması sebebiyle sosyolojik anlamda karşılığı olan mekânlardır.

Konutun bir gereksinmeden çıkıp piyasanın bir nesnesi haline gelmesi sebebiyle konut üretimi de piyasanın doğal işleyişine bırakılmıştır. Yani bireyler kendi çabalarıyla kendilerine

uygun şekilde konut üretim ve tüketim sürecine müdahil olmuşlardır. Konutun böyle bir sürece tabii olması, konut mekânlarını sosyal sınıflar arasında toplumsal eşitsizliğin derinleştiği ve eşitsizliğin yeniden üretildiği bir alana dönüştürmüştür (Harvey, 2002). Piyasa düzeninde çözümlenemeyen konut üretiminin krize girmesi ve bu krizin toplumsal bir sorun haline gelmesi de bu nedenledir.

2. KENTSEL KRİZE BİR ÇÖZÜM MEKANİZMASI: SOSYAL KONUT MEKÂN LARI

Tarihsel süreç içerisinde konutun insan yaşamında artarak devam eden önemini vurgulamak bir önceki başlığın ana temasını oluşturmaktaydı. Toplumsal yaşam açısından bu denli önemli bir konumda bulunan konut yetersizliği ise toplumların önemli problemlerinin başında gelmektedir. Konut yetersizliğine sebep olacak çeşitli etkenler söz konusudur; kentleşme sonucu kentsel merkezlerin nüfus sayısında patlama yaşanması, mevcut konutların insan ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalması, savaşlar ve doğal afetler bu etkenlerin başlıcalarını oluşturmaktadır. Konutun bir kentsel kriz haline gelmesi ise tarihsel süreçte ‘Sanayi Devrimi’ ile ortaya çıkmıştır (Engels, 2013). Makinanın emek gücünü tahakküm altına almasını ifade eden Sanayi Devrimi ile birlikte kentleşme süreci büyük bir ivme kazanmıştır. Kentleşme kavramı, kırdan kente göçü ifade ederken bir diğer taraftan ise kentin de kendi içinde gelişimine karşılık gelmektedir (Harvey, 2016).

Kentleşme ile birlikte kırsal kesimlerde yaşayan ve geçimlerini tarım üzerinden sağlayan insanlar, yeni ekonomik geçim kaynaklarıyla çekim merkezine dönüşen kentlere doğru göç etmişlerdir. Kırdan kente yaşanan bu göç, kentin nüfus sayısının birdenbire artmasına, bu yeni oluşan nüfus yapısı da kentin mevcut ekonomik ve sosyal yapısının değişimine yol açmıştır. Castells, teknolojik ilerlemenin mekânı ve daha sonrasında toplumsal yaşamı dönüştürmesi ilişkisini şöyle ifade etmiştir: “teknolojik ilerleme > kentsel yoğunlaşma > toplumsal düzensizlik; ayrıca teknolojik ilerleme > yapay ortam’ın doğal ortam üzerinde üstünlük kurması > insan doğasının düzeninin bozulması” (Castells, 2017, s. 20).

Kentleşmeyle birlikte kentsel mekânda vuku bulan en büyük problemlerden bir tanesi, konut yetersizliği nedeniyle yaşanan barınma sorunudur. Çünkü kentlerdeki konut miktarı, kentleşme sonucunda oluşan yeni demografik tablo karşısında yetersiz kalmıştır. Göç eden nüfusun yoksul ve işsiz olması ve konut azlığı kentsel bir kriz haline gelmiştir. Kentsel krizin detaylandırılması adına başvurulacak önemli kaynaklardan bir tanesi Manuel Castells’tir. O, kentsel krizi, kentleşme üzerinden şu şekilde açıklamıştır:

Kentsel kriz, ekoloji sorununun temelinde yatan ve üretici güçler ile üretim güçleri arasındaki çelişkiyle bağlantılı daha genel bir krizin özel bir biçimidir. Örneğin eğer konut, ulaşım gibi konularda bir kriz varsa, bu, büyük ölçüde kentleşme sürecinin biçimiyle ilgilidir ki bu da, insan faaliyetlerin toplumsal örgütlenmesi ile bu faaliyetlerin maddi temeli arasındaki bir tür ilişkinin sonucudur (Castells, 2017, s. 19).

Konut üretiminin bireylerin kendi sorunu olarak ele alınması ve konutun kendisinin piyasanın bir nesneni olarak görülmesinden dolayı mekân üretimine, normal üretim süresince halledilmesi gereken bir olgu olarak yaklaşılmıştır. Fakat Sanayi Devrimi sonrası gelen göç ile birlikte kentsel yaşamın dönüşüme uğraması, kentte mekânsal ayrılıkların yaşanması, bu

mekânsal ayrılıkların toplumsal eşitsizliği yeniden üretmesi(Harvey, 2002), bunun karşısında düşük gelirli sınıfların yoksulluğa, suça, daha kötü yaşam şartlarına doğru sürüklenmesi ve bu problemler karşısında piyasanın etkisiz kalması gibi nedenlerle devlet müdahalesi gerekli olmuştur. Castells devlet müdahalesini yine sermayenin lehine olan bir zorunluluk olarak görmektedir: “Devlet müdahalesi, (sermaye açısından) daha az karlı ancak ekonomik faaliyetlerin yürütebilmesi ve/veya toplumsal çelişkileri yatıştırabilmek için gerekli olan sektörleri ve hizmetleri sağlamak açısından zorunlu olmaktadır” (Castells, 2017, s. 39).

Devletin özel teşebbüslerin eksik kaldığı alanlara müdahalede bulunmasının çeşitli gayeleri olduğu bir gerçektir. Hem toplumsal yaşam üzerindeki etkin rolünü koruma isteği sebebiyle olması hem de Marksist perspektifin savunduğu, sermayenin boşlukta bıraktığı yerleri doldurup doldurulan alanların yeniden piyasaya emanet etmesi gibi unsurlar bu gayelerden bazılarıdır (Harvey, 2015b; Lefebvre, 2017). Fakat bu konu çalışmanın kapsamını aştığından, devlet müdahalesinin konut alanına nasıl yansıdığıyla sınırlı tutulacaktır. Bu bağlamda Keleş, devletin konut sorununa dolayısıyla kentsel alana müdahalesini üç başlık altında özetlemiştir.

Birincisi, başta devlet olmak üzere kamu kuruluşlarının yatırımcı olarak konut pazarına girmeleridir. Konut yapmak ve gereksinme duyanlara satmak ya da kiralamak böyle bir karışma türüdür. İkincisi kamu yönetimlerinin kendi güçleri ve olanaklarıyla konut sorunlarını çözemeyen sınıf ve kümelerle teknik yardımda bulunmaları, ucuz arsa sağlamalarıdır. Düşük faizli ve uzun erimli konut kredileri, konut ödenekleri, kira parası desteklemeleri ve kira sınırlamaları bu tür yardımın değişik türleriydi (Keleş, 2015, s. 266).

Toplumsal sınıfların tümüne hitap etmesi gereken konut arzının talep karşısında yetersiz kalmasından ötürü ortaya çıkacak olan sosyo-ekonomik sorunlar, devlet kurumunun doğrudan sorumluluğu altındadır. Bu nedenle yukarıdaki ilgili alıntıda da Keleş’in altını çizmiş olduğu üzere, devletin; düzenleyici, teşvik edici ve doğrudan üretici rolüyle bu alanda var olması beklenmektedir. Sosyal konut mekânları, konut sorununa devlet müdahalesinin bir yansıması olarak gün yüzüne çıkmıştır (Alkışer & Yürekli, 2004; Bingöl, 2019).

İlgili bölüm başlığı altında konut sorununun toplumsal bir sorun olması hasebiyle devlet kurumunun çeşitli gayeler doğrultusunda ve farklı yöntemlerle önemli bir rol sahibi olduğu incelenmiştir. Bu bağlamda değerlendirebileceğimiz, kamusalığın tahakkümü altında doğan ve gelişen sosyal konut mekânlarının kavramsal ifadesi ve tarihsel süreç içerisindeki dinamikler doğrultusunda nasıl bir dönüşüm yaşadığını ortaya koyabilmek bir sonraki başlıkla beraber mümkün olacaktır.

2.1 Kavramsal Olarak Sosyal Konut Mekânları

Çalışmanın ilk aşamasında ele almış olduğumuz konutun sahip olmuş olduğu fiziksel, sosyal ve psikolojik özellikler nedeniyle hem barınak hem de barınaktan çok daha öte şeyleri ifade ettiğini ortaya koymuştuk. Hem bir gereksinme hem de talep argümanı olan konutun, piyasa üretimi tarafından yeterli düzeyde karşılanamaması durumlarında konut üretiminin krize girdiğini ve bu krizin daha büyük kentsel krizlere yol açtığını daha önceki bölümlerde irdemiştik. Çalışmanın bu bölümünde ise kentsel kriz olan konut sorununa çözüm olarak kentsel yaşamın parçası haline gelmiş olan sosyal konut mekânları irdelenecektir.

Genel olarak sosyal konut olarak nitelendirilen bu kentsel mekânların tanımlanmasında, ülkeden ülkeye sosyo-ekonomik değerlerin farklılaşmasından ötürü çeşitli kavramsallaştırmalar tercih edilmektedir. Bunlar; kamu konutu, halk konutu, müşterek konutlar, toplu konutlar, belediye konutları, işçi konutları, memur konutları, komünal-müşterek konutlar gibi kavramsallaştırmalardır (Alkışer & Yürekli, 2004). Devleti oluşturan kamu kuruluşlarının konut sorununa çözüm üretmek adına, konut üretim sürecine müdahil olarak, dar gelirli ve yoksul sınıflar için üretmiş oldukları sosyal konutların kavramsal ifadesi değişiklik gösterse de hitap ettikleri sınıflar ve sunmuş oldukları yaşam formu sebebiyle ortaklaşılır (Beşirli vd., 2016; Bingöl, 2019). Keleş “halk konutu adı da verilen toplumsal konut ‘yoksul veya dar gelirli ailelerin barınma gereksinimlerini karşılayabilecek biçimde standartlaştırılmış, en küçük boyut ve nitelikte, sağlık koşullarına uygun, sağlam ve ucuz konut’” (Keleş, 2015, s. 268) olarak tanımlamıştır. Ortak özellikleri, düşük gelir düzeyine sahip bireyler ve aileler için üretilmiş, ucuz ve küçük yapılar olmalarından ötürü bu yapılar, kentteki diğer konutlardan fiziksel olarak da sunmuş olduğu yaşam formu açısından da farklılaşmaktadırlar. Piyasada talep unsuru olarak üretilen konutlar gibi çeşitlilik arz eden, geleceğe yönelik yatırım aracı, toplumsal yaşamda statü sağlayan, sosyo-kültürel sermayenin yeniden üretimindeki bir mekanizma olabilme fonksiyonlarını karşılıksız bırakmaktadır.

Sosyal konut mekânlarının kavramsal ifadesinin gerçekleştirilmesinin ardından sosyal konut mekânlarının tarihsel süreç içerisindeki dönüşümünün ayyuka çıkarılması çalışma açısından önemlidir. Bu minvalde bir sonraki başlık, çalışmanın bu ihtiyacına cevap olacaktır.

2.2 Sosyal Konut Mekânlarının Tarihsel Süreci

Kentsel yaşamda konut ihtiyacını karşılayamayan alt ve orta sınıflara yönelik konut sorununun çözümü adına, devlet ve diğer kamu kuruluşlarının girişimleri neticesinde sosyal konut mekânları kentin bir parçası haline gelmiştir. Sosyal konut mekânları için üç önemli tarihsel kilit nokta mevcut olduğunu dile getirebiliriz: Birincisi, konut ihtiyacının ortaya çıkmasına yol açan Sanayi Devrimi; ikincisi II. Dünya Savaşı; üçüncüsü de 1970’lerden sonra ortaya çıkan neoliberal dönemdir (Keleş, 1996; Kunduracı, 2013). Devletlerin kentsel yaşama müdahale etmesi sonucunda ve genellikle alt sınıflara yönelik olan sosyal konut yapıları, tarihsel süreçte, Sanayi Devrimi’nin ortaya çıkmış olduğu ve dolayısıyla konut sorununu ilk olarak yaşayan İngiltere’den başlamış ve diğer sanayi ülkelerine doğru gelişim göstermiştir.

2.2.1 Sosyal Konut Mekânının Doğuşu ve Gelişimi: Sanayi Devrimi’nden İkinci Dünya Savaşına

Toplumları tekdüzeleştirilen, makinanın boyunduruğuna tabii kılan Sanayi Devrimi, kent ve kır yaşamına da büyük etkileri olmuştur. Kırdaki işsiz kalan nüfusun, kentlerin yeni ekonomik ve sosyal imkânlar olarak görülmesi sebebiyle kentlere doğru akın etmişlerdir. Kentleşme ile birlikte ortaya en önemli sorun olarak barınma problemi meydana gelmiştir.

Sanayi Devrimi’nin ilk olarak ortaya çıktığı ve kent yaşamının büyük dönüşümlere uğradığı Britanya, kentleşme sürecini tecrübe eden ilk ülke olmuştur. “1750’de Britanya’da nüfusu 50.000’den fazla olan yalnızca iki kent –Londra ve Edinburg- vardı; bu sayı 1801’de sekiz, 1851’de –dokuz tanesi 100.000’in üzerinde olmak üzere yirmi dokuz oldu” (Hobsbawn, 2018, s. 80). Sanayileşme sürecinin Britanya’nın kentsel nüfusunda yaratmış olduğu patlamayı

somutlaştırabilmek açısından ilgili alıntı son derece önem arz etmektedir. Britanya'daki kentleşme sürecinin ayyuka çıkarılması bağlamında bir başka değerli katkıyı ise Engels'in sanayileşmenin kentsel mekânı nasıl dönüştürdüğü ve toplumsal sınıfların bu dönüşümü nasıl deneyimlediklerine yönelik gözlem ve notlarından hareketle ortaya koymuş olduğu '*İngiltere'de Emekçi Sınıfların Durumu*' eseriyle elde edebilmekteyiz. Engels, emeğinden başka bir sermayesi olmayan kentsel mekâna göç etmiş nüfusun, fabrika çevrelerinde yaptırılan tek katlı işçi odaları ile barınak sorununa kısmi olarak çözüm getirilmeye çalışıldığını ve fabrikaların olduğu bu mahallelerin; haliyle sefaletin, suçun, pisliğin, bakımsızlığın mekânı haline gelmiş olduğunu aktarmıştır (Engels, 2019). İşçi sınıfının dışında yer alan, gelir seviyesi yüksek sınıflar ise yaşam alanlarını, işçilerin barındıkları bu yerlerden uzak yerlere taşınmasıyla mekânsal farklılaşmaya yol açmışlardır (Mumford, 2007). Engels'in Manchester kentine yönelik çizmiş olduğu mekânsal farklılaşma portresi, sanayileşmenin kentleşme süreçlerini nasıl şekillendirdiğini göstermesi bakımından değerlidir:

Manchester'ın tam ortasında aşağı yukarı bir buçuk kilometre uzunluğunda ve genişliğinde, sadece bürolardan ve büyük mağazalardan oluşan büyük bir ticari bölge vardır.(...) Salford ve Hulme, Pendleton ve Chorlton'un önemli bir bölümü, Ardwick'in üçte ikisi ve Cheetham Hill ile Broughton'un büyük bir kısmı (...) işçi bölgeleridir. Bu bölgelerin dışındaki muhitlerde ise üst ve orta burjuvazi oturur. Orta burjuvazi özellikle Chorlton'da ve Cheetham Hill'in aşağı bölgelerinde, işçi bölgelerinin yakınlarındaki düzenli sokaklara yerleşmiştir. Üst burjuvazi ise Chorlton ve Ardwick'de kentten uzakta bahçeli villalarda, Cheetham Hill, Broughton ve Pendleton'un rüzgarlı tepelerinde, sıhhatli kır havasında, konforlu evlerinde ve her yarım saatte ya da on beş dakikada bir kente giden bir otobüsün kalktığı bölgelerde yaşarlar (Engels, 2019, s. 80).

Sanayileşmenin en güçlü hissedildiği ve dolayısıyla kentleşmenin ivme kazanması sonucunda ortaya çıkan konut sorununu ilk olarak deneyimleyen ülke Britanya, çözüm için de ilk adımı atan ülke olmuştur. Konut üretim sürecine bizzat müdahil olan İngiltere, ilk somut adımı sosyal konut mekânı inşa ederek gerçekleştirmiştir. "Sosyal konut alanında bilinen ilk büyük sosyal konut uygulaması İngiltere'de, Londra'nın 'Bethnal Green' bölgesinde yapılmıştır. (...) Bethnal Green sosyal konutları yaklaşık 6000 kişinin kötü koşullar altında yaşadığı barınakların yerine yapılmışlardır" (Kunduracı, 2013, s. 55). Sosyal konut uygulamalarında diğer Avrupa ülkeleri de İngiltere gibi konut sorunu ile ilgilenmiştir. Fakat literatürde, Sanayi Devrimi ile I. Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde, ülkelerin konut sorununa yönelik ciddi yaklaşımlar sergilemediklerine dair ortak görüş söz konusu olmuştur (Kunduracı, 2013; Keleş, 1996).

Konutun normal üretim süreci tarafından karşılanamadığı zamanlarda yani kentleşmenin arttığı, doğal yıkım olaylarının gerçekleştiği veya savaş gibi kentlerde yıkıcı etkilere sahip durumlarda konut krizi ortaya çıkmaktadır. Tıpkı Sanayi Devrimi gibi I. Dünya Savaşı da savaşa katılan toplumların yaşamında büyük dönüşümlere yol açmıştır. Savaşın yıkıcılığı kentlerde barınma sorununu artırmış, sefalet ve yoksulluk da yine savaşın sonuçları olarak ortaya çıkmıştır. Bu tür olağanüstü durumlarda, karar verici ve uygulayıcı olarak devlet ve diğer kamu kuruluşları sorunlara müdahalede bulunmaktadır. Savaşın konut mekânlarına olan olumsuz etkisi üzerine, bu dönemde kamusal konut üretiminde, doğal olarak artışlar görülmüştür. Bu artışların nicel olarak ifadesi şöyledir: "Sosyal konut projelerinin sayısı 1. Dünya Savaşı'nın hemen öncesinde 300'e ve 1922'de 1.350'ye ulaşmıştır. 1. Dünya Savaşı'ndan 1925'e kadar yapılan toplam sosyal konut sayısı ise 100.000'e yaklaşmaktaydı" (Kunduracı, 2013, s. 57).

Sosyal konutun Amerika'daki gelişimi Avrupa ülkelerindeki gelişiminden farklı şekilde gelişmiştir. Amerika konutu her daim piyasanın bir sorunu olduğu doktrininden hareket etmiştir ve ancak 1937'de ilk konut yasasını yürürlüğe koymuştur (Bostanoğlu, 1993). 1937 konut yasasının oluşumu yani, Amerika'nın konut alanına müdahale etme gereği duymasının yine küresel çapta etkisi görülen 1929 ekonomik buhranının büyük etkisi olmuştur. Kriz "ABD toplumunun hızla yoksullaşmasına ve kentlerdeki konut fiyatlarının orta ve dar gelirler için karşılanamaz düzeye çıkmasına yol açmıştır" (Kunduracı, 2013, s. 57). ABD'de görülen mevcut durum, Avrupa ülkelerinde kendisini göstermiş ve kamusal yatırımlar zorunluluk arz etmiştir (Beşirli vd., 2016). II. Dünya Savaşı'nın yaklaştığı tarihlerde, kentleşme sürecini geriden takip eden Türkiye örneğinde, başkent Ankara'nın memur kesiminin konut ihtiyacını karşılayabilmek adına kamusal girişimlerin mevcut olduğunu bilmekteyiz (Çoban, 2012). Bunun yanı sıra Türkiye'nin kentleşme sürecinde Avrupa'daki uygulamalardan hareketle ucuz ve kaliteli konut tedarik edilmesinin önemli bir aracı olan kooperatif mekanizmasının etkinleşmeye başlaması önemli bir ayrıntıyı oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, 1935 yılında Ankara'da kurulan Bahçelievler Konut Kooperatifi konut ihtiyacı problemine ucuz ve kaliteli çözüm getirmenin ilk adımını oluşturmuştur (Tekeli, 2009, 2012).

2.2.2 İkinci Dünya Savaşı: Refahın Bir Parçası Olan Sosyal Konut Mekânları

II. Dünya Savaşı, nükleer silahın kullanılması ve yaklaşık olarak elli milyon insanın yaşamını yitirmesiyle sonuçlanan, insanlık tarihinin en kanlı ve en büyük savaşıdır. 50 milyona yakın insanın yaşamını yitirdiği bu savaş, ardında harabeye dönmüş kentler, yıkılmış işyerleri ve yaşam alanları, işsizlik, yoksulluk ve sefalet bırakmıştır (Hobsbawn, 2017). II. Dünya Savaşı'ndan sonra dünyada uluslararası antlaşmalar imzalanmış, bu antlaşmalar yine o dönemde kurulan Birleşmiş Milletler örgütü güvencesi altına alınmıştır. Büyük devletler savaş ekonomisine ayırdıkları fonları, toplumsal refahın oluşturulmasına ayrılmıştır.

Bu bağlamda, yıkıcı savaşın imzasını attığı kentlerin yeniden imar edilmesi ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Sosyal konut mekânları da bu dönemin en önemli aracı olarak bu imar planlarındaki yerini almıştır (Keleş, 1996). Özellikle, 10 Aralık 1948 BM İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi'ndeki birey ve ailelerin sahip olmuş olduğu haklara değinilmesi, bu dönemin refah politikalarına yöneleceğinin belirtisi olmuştur. Bildirgenin 25.Maddesi "Herkesin kendisinin ve ailesinin sağlık ve refahı için beslenme, giyim, konut ve tıbbi bakım hakkı vardır" ifadesiyle bu hakların karşılanması zorunlu ihtiyaçlardan olduğu açıkça vurgulanmıştır.

Bildirgedeki temel haklardan çalışmamızı ilgilendiren, konutun bir hak olarak görülmesi ve savaşın yol açmış olduğu konut krizi nedeniyle devletlerin hızlıca konut yatırımlarına yönelmeleridir. Sosyal konut yatırımları bu dönemde, önceki dönemlere oranla hızla artış göstermiştir. Keleş, refah dönemi sosyal konut yatırımlarına yönelik farklı bir duruma dikkat çekmiştir. Sosyal konut mekânları, II. Dünya Savaşı yıllarına kadar dar gelirli sınıflar için üretilen mekânlar olmaları sebebiyle ön plana çıkmıştır; fakat savaşın etkisiyle orta sınıfa ait birey ve ailelere yönelik konut ihtiyacı doğması, sosyal konut mekânlarının hitap ettiği sınıfsal çapı genişletmiştir (Kurtuluş, 2011).

Bu minvalde, 1937'de ilk konut yasasını çıkaran ABD, tarihsel döneme uygun şekilde hareket etmiş ve "1949 Yasası'nın yürürlüğe girmesinden sonra, federal hükümet, yoksullar

için 1,2 milyon adet, orta-gelirli aileler için sekiz yüz bin adet ve yaşlılar için de yedi yüz bin adet yeni konut yapımını gerçekleştirmiştir” (Bostanoğlu, 1993, s. 157). Sosyal konut konusundaki adımları 1890'lara dayanan Avrupa devletleri, refah döneminde sosyal konut üretimi konusunda gerekli adımları atmıştır. Britanya hükümetinin başına geçen İşçi Partisi, “1945-1951 yılları arasında yaklaşık olarak %90'ı kiralık sosyal konut olmak üzere, 1 milyondan fazla konutun inşası tamamlanmıştır” (Manoochehri, 2012,s.27; akt. Olgun, 2014, s. 113). İşçi Partisi'nin yerine gelen Muhafazakâr Parti de konut üretimi sürecine devam etmiş ve planlanan konut arzına ulaşmaya çalışılmıştır. “1951-1954 yılları arasındaki toplam konut üretiminin yaklaşık olarak %80'lik bir kısmı belediyelerce gerçekleştirilmiş, ancak 1954 yılından itibaren hükümet, konut sunumunda özel sektörü kamu sektörüne tercih etmeye başlamıştır” (Harloe,1990, s.97; akt. Olgun, 2014, s. 113).

Hollanda da büyük konut ihtiyacı söz konusu olması nedeniyle konut üretiminde aksiyon alınmıştır. Nitekim Hollanda, 1980'lere kadar “2,5 milyona yakın konut üretmiştir ve bu rakamlar ülke konut stokunun %37'sine denk gelmektedir” (Davis, 2001, s.16; akt. Kunduracı, 2013, s. 60). Hollanda'da konut ihtiyacını karşılayamayan toplumsal sınıfların ihtiyaçlarına cevap verebilmesi adına kamusal yatırımların gelmiş olduğu noktayı Uitermark şöyle özetlemektedir: “9000 kadar konutun inşa edildiği ve iki odalı bir daire için bekleme süresinin o ana kadar görülmüş en düşük bekleme süresi olan iki yıla düştüğü 1982 yılında Amsterdam olgunluk dönemine girmiştir” (Uitermark, 2014, s. 274). Türkiye örneğinde ise kentleşmenin ağır ilerleyişi yapılaşmaya da sirayet etmiştir. Nitekim bu dönemde, kooperatifleşme ivme kazanmış ve sosyal konutların ve kamu konutlarının üretimi bu çerçevede içerisinde gerçekleştirilmeye çalışılmıştır (Keleş, 1996). Kentleşmenin ağır ilerlediği bu dönemlerde Türkiye kentleşme tarihinde özellikle 1980'lerden sonra patlama yapacak gecekondulaşma olgusu kendisine yer edinmiştir (Çavuşoğlu, 2016; Karpat, 2016). Kentsel mekâna eklenmeye başlayan yoksul nüfus, kentin sahipsiz arazilerinde bir gecede inşa edilen, derme çatma konutları üretmesiyle bir konut üretim arzı oluşturmaya başlamıştır (Keyder, 2018). Fakat literatüre gecekondu yapıları olarak geçen mevcut konut üretim tarzı, legal bir üretim sürecinden geçmemesi ve sahip olduğu fonksiyonların güvenilirlik sınırları içerisinde yer almaması nedeniyle sosyal konut mekânları bağlamında çalışılması birtakım sakıncalar yaratacağından ilgili çalışmanın odak noktasının dışında yer almaktadır.

Refah dönemi olarak adlandırılan mevcut tarihsel dönemde sosyal konut mekânlarının, kentsel mekânlarda önemli bir yer edindiği sonucuna varabilmekteyiz. Alt sınıfların refah düzeyinin yükselmesi bağlamında önemli mekanizma olan sosyal konutların bu yükselişi, neoliberal düzenin tahakküm yıllarının başlamasıyla beraber durağan bir konuma geçmiştir. Bu minvalde, kentsel mekânsal eşitsizlik noktasında önemli bir misyona sahip olan sosyal konutların değer kaybetmesinin nedenlerine ve sonuçlarına odaklanmak elzemdir.

2.2.3 1980 Sonrası Gelişen Yeni Piyasa Düzeni: Sosyal Konut Mekânının Değer Yitirisi

Sosyal konut mekânları devletin ekonomik düzendeki etkin rolüyle paralel şekilde gelişen yapısal mekânlardır. Özel sektörün sıkıştığı yerde kamu kuruluşları ihtiyaçlara cevap verebilmek adına, olağanüstü durumlarda, piyasaya müdahale etme zorunluluğunu yerine

getirmiştir. İlgili çalışmamız da sosyal konut mekânlarının bu zorunlu müdahalenin sonucunda ortaya çıkmış olduğunun altını defaatle çizmektedir.

II. Dünya Savaşı sonrası gelişen refah devlet uygulamaları 1970’li yıllarda piyasa düzeninin krize girmesiyle sorgulanır duruma gelmiştir. 1970’li döneminin öne çıkan düşüncesi bireysel özgürlükler olmuştur ve bu nedenle sosyal adalet, kamusal müdahale gibi olgular bu dönemin negatif olarak görülen düşüncelerdir.

Bireyin homo-economicus olması gerektiği düşüncesinin güç kazandığı bu dönemde ‘1974 Petrol Krizi’ ile birlikte kapitalizm mevcut yapısıyla küresel çapta büyük bir krize girmiştir. 1980’li yıllara yaklaşırken kriz yönetim uzmanı olan kapitalizmin, yeni bir ekonomik düzeni temel almasıyla birlikte, krizden çıkmanın yolunu bir kez daha bulmuş ve bununla birlikte büyük toplumsal dönüşümlere imza atmıştır. Kapitalizmin krizden çıkmasını sağlayan bu yeni düzenin adı neoliberalizmdir. Harvey neoliberalizmi şöyle tanımlamaktadır:

Neoliberalizm her şeyden önce bir politik-ekonomik pratikler teorisidir. Bu teori, insan refahını artırmanın en iyi yolunun güçlü özel mülkiyet hakları, serbest piyasalar ve serbest ticaretin temel alındığı bir kurumsal çerçeve içinde bireysel girişim beceri ve hürriyetlerini serbest bırakmak olduğunu iddia eder (Harvey, 2015a, s. 10).

Neoliberalizm, liberalizmden farklı olarak devlet gücünün tamamen geri çekilerek piyasanın kendi işleyiş mantığına terk edilmesi gerektiği noktasında ayrılır. Yeni piyasa düzenin temel dayanağında devlet yatırımlarının tamamen ekonomik ve sosyal yaşamda özel teşebbüsün önünü açacak şekilde yeniden örgütlenmesini amaç edinmektedir: “liberal toplum modeli bir ideal olarak yerinde duruyordu, ancak bu ideale yalnızca piyasanın gücüyle ulaşılamayacağı ve devletin yol gösterici eliyle desteklenmesi gerekeceği kabul ediliyordu” (Clarke, 2014, s. 103).

Serbest piyasa düzeninin kendi içerisinde şekillenen kuralları mevcuttur. En temel kural ise şeylerin fiyatının, piyasanın kendi iç işleyişinde belirlenmesidir. Piyasa düzenine hiçbir şekilde müdahale söz konusu olmamalıdır ve bu sebep ile devletin piyasadaki rolünün sınırlandırılarak özel teşebbüsün önünü açması beklenmektedir. Çünkü serbest piyasa ekonomisinin temel savı “piyasanın, kaynakları politik kurumlardan daha etkin dağıtır” (Przeworski, 2016, s. 2) düşüncesine dayanmaktadır.

Mevcut konunun başında belirttiğimiz gibi sosyal konut mekânları devlet yatırımlarının gölgesi altında var olmuştur. 1970’li yıllarla birlikte devletin piyasa düzeninden çekilmesi ve sosyal adalet gibi toplumsal olguların çözülmeye uğramasıyla birlikte, konut üretimi piyasanın rekabetçi ortamına terk edilmiştir. Bu nedenle, refah döneminde sosyal hak olarak belirlenen konut hakkında gerilemeler ise kaçınılmaz olmuştur. Bu dönemde devlet yatırımlarının doğrudan konut yatırım sürecine dahil olmak yerine, kredi uygulamalarıyla konut sahibi olma özendirilmiştir. Sosyal konut yatırımlarının öncü ülkesi olan İngiltere neoliberal ekonomik ortamının gerekliliklerine yerine getirerek konut üretim alanından sermaye lehine çekilerek mevcut sosyal konut politikasında değişime gitmiştir. Yeni sosyal konut politika ise konutların kiracılarına satılması, sermayeye devredilmesi veya yıkılarak ortadan kaldırılmasına dayanmaktadır (Stone, 2003).

Avrupa devletleri konut üretiminden çekilerek sorunu özel teşebbüslerin söz sahibi olduğu piyasa düzenine bırakmışlardır. Sosyal konut konusunda Avrupa’nın önemli konut arzına sahip olan Hollanda’da da durum aynı şekilde gerçekleşmiştir. “Dünyanın diğer

yerlerindeki siyasal akımlarını takip eden devlet, çeşitli kemer sıkma politikaları uygulamaya başladı. Keynesyen-Fordist refah devletinin ayırt edici özelliği konut arzıydı fakat 1980’lerde büyük çaplı devlet harcamaları giderek yatırımdan ziyade masraf olarak görülmeye başlandı” (Uitermark, 2014, s. 275).

ABD açısından sosyal konut uygulaması farklı bir anlam kazanmıştır. Köklü sosyal ve ekonomik politikalar amacıyla ortaya konulmuş olan HOPE VI programı yürürlüğe konulmuştur. “HOPE VI, mekânların fiziksel yapısını dönüştürmenin yanı sıra, yoksulluğun yoğunlaşmasını dengede tutabilmek için yeniden geliştirilen alana yeni sakinleri- daha yüksek gelirli olanları - getirerek sosyal konutların sosyal ve ekonomik yapısını değişime uğratmıştır” (Curley, 2005, s. 108). Neoliberal politikalar doğrultusunda konut üretimi piyasanın hâkimiyetine bırakılırken ABD ortaya koymuş olduğu yeni amaç doğrultusunda sosyal konut mekânlarına geniş çaplı sosyolojik bir misyon yüklediği görülmektedir.

Neoliberal ekonomik düzenin Türkiye’ye sirayet etmesinin başlangıç noktasını 24 Ocak Kararları oluşturmaktadır (Aydın & Taşkın, 2017; Boratav, 2005). Neoliberal ekonomik düzenin küresel çaptaki uygulamalarının transferi olan 24 Ocak Kararları ile birlikte konut üretiminde de piyasa düzeni ön plana çıkmıştır. Bunun yanı sıra 1980’lerden sonra ivme kazanan kentleşme, kentsel mekânlarda gecekondulaşma olgusunu zirveye ulaştırmış ve gecekondulu mekânlarına legal statü verme girişimleri söz konusu olmaya başlamıştır (Çavuşoğlu, 2016). Bu dönem Türkiye kentleşme sürecinde sosyal konut mekânları açısından bahsetmemiz gereken en önemli gelişme ise TOKİ’nin elde etmiş olduğu kazanımlarla birlikte konut üretiminde etkin rol almasıdır (Aksoy, 2014). Niceliksel olarak TOKİ’nin etkinliğini somutlaştıracak olursak “kurumun 2003-2018 yılları arasında ürettiği toplam 810.762 adet konuttan yaklaşık 698.497 adedi sosyal konut (%86) niteliğinde olup büyük çoğunluğu kurumun tip-projeler kullanarak gerçekleştirdiği uygulamalar” (Bingöl, 2019, s. 85) olduğunu belirtebiliriz.

Özel teşebbüs girişimlerinin ekseriyetle orta ve üst sınıfa yönelik konut üretim mantığı, TOKİ’nin özellikle düşük gelire sahip toplumsal sınıfların ihtiyacına yönelik konut üretim alanında etkinliğiyle bütün toplumsal sınıfların konut talebine karşılık verilmesi amaçlanmıştır. Kurtuluş çizmiş olduğu farklı aktörlerin ve etkenlerin gölgesi altında kalan Türkiye kentleşme süreci portresi, mevcut süreci idrak etmemizi kolaylaştırması bağlamında imkân sunmaktadır.

(...) Bir yandan yoğun nüfus alan ve büyüyen Gaziosmanpaşa, Mahmutbey gibi gecekonduların yarattığı altkentleşme, diğer yandan, Halkalı, Beylikdüzü ve Esenyurt’ta yarattığı düşük maliyetli konutlardan oluşan toplu konut projelerinin yarattığı altkentleşme ve Bahçeşehir gibi yüksek maliyetli altkent projelerinin yarattığı altkentleşme bir arada gelişmektedir (Kurtuluş, 2011, s. 94).

Toplumsal mekânda yaşayan sınıfların yaşam kalitesini yukarı doğru çekmeye çalışılan “30 Mutlu Yıllar olarak nitelendirilen 1945-1975’li yıllara kadar olan dönem politikalarından, neoliberal düzene geçilmesiyle birlikte toplumsal refah yerine bireysel refahın ön plana çıkmış olduğu görülmektedir. Toplumların düşük gelirli sınıflarının, kentsel mücadelelerinde bir tampon mekanizma misyonuna karşılık gelen sosyal konut mekânları da bu refah dönüşümünden etkilenerken tarihsel süreç içerisinde gerilediği görülmektedir.

SONUÇ

Barınma insan yaşamının temel ihtiyaçları arasında yer almaktadır. Bu ihtiyacın çözümü için var olan konut mekânları, bu nedenle toplumsal mekân açısından önemlidir. Mevcut çalışmamızda, konutun hem barınak olarak hem de iktisadi bir güvenlik sigortası olduğu, bir tüketim nesnesi olarak sosyal statü aracı olarak kullanılabilirdiği ortaya konulmuştur. Toplumsal mekânın toplumsal sınıflardan oluştuğu ve konutun bu denli farklı fonksiyonlarının olması, toplumsal sınıflar açısından konut mekânının değerini başkalaştırmakta olduğunu belirtebiliriz. Konutun kavramsal ve fonksiyonel ifadesinin ardından, kentleşme ve doğal yıkım gibi nedenlerden ötürü konut arzının sağlanamaması ve bu durumdan dolayı yaşanan toplumsal sorunlardan ötürü, devlet ve diğer kamu kuruluşlarının konut üretim sürecine müdahil olma zorunluluğu doğmuştur.

Konut arzı yetersizliğinin ortaya çıktığı ve bir toplumsal krize yol açmasının ilk olarak insan hayatında ve özellikle emek gücüyle çalışan insanların hayatında büyük dönüşümlere yol açan Sanayi Devrimi ile birlikte gerçekleşmiştir. Kötüleşen yaşam şartları, talep ve beklentilerin mevcut çözüm mekanizmaları ile çözülememesi üzerine, Sanayi Devrimi'ni ilk deneyimleyen ülke olan İngiltere'de, devlet aracılığıyla çözüm yolları aranmıştır. Bu çözüm yolları ve atılan adımlar, tarihsel süreçte diğer sanayi kentlerine yayılım göstermiştir. Bugün kentsel mekânlarda kendisine yer edinen ve ilgili çalışmamızın teması olan sosyal konut mekânının ortaya çıkışının tarihsel köklerine bu şekilde ulaşılmıştır.

Kamu müdahalesi sonucunda ortaya çıkan bu yapıların, kentsel yaşamın bir parçası haline gelmesinin üç dönüm noktasının olduğunu çalışmamız sonucunda, literatür çalışmalarından destekle ifade edilmiştir. Sosyal konut mekânlarının tarihsel süreçte dalgalı süreçler yaşadığı aşikârdır. I. Dünya Savaşı'na kadar ciddi uygulamaların görülmediği, 1929 ekonomik krizinin ardından yükselişe geçen ve II. Dünya Savaşı sonrasında gelişimini daha da hızlandıran ve olgunlaşan sosyal konut mekânları, neoliberal düzenin getirmiş olduğu anlayışla beraber gelişmiş ülkeler tarafından bir külfet niteliğine dönüşmesiyle gerileme dönemine girdiği saptanmıştır.

Sosyal konut mekânlarının ortaya çıkışı, gelişimi ve durağanlaşması dönemlerinin bir başka okuması aynı zamanda bu mekânlara ihtiyaç duyan toplumsal sınıfların kentsel mekâna tutunmalarını da beraberinde dönüştürmektedir. Engels'ten alıntılıdığımız pasajın net şekilde ortaya koyduğu üzere toplumsal sınıflar kentsel mekânı eşitsiz bir şekilde tüketmektedirler (Lefebvre, 2015; Şengül, 2002). Tarihsel süreç içerisinde sosyal konut mekânlarının ivme kaybetmesi, alt sınıfların kentsel mekâna tutunma stratejilerini de zayıflatmaktadır. Kentsel mekândaki düzen halinin Castells'in ifadesiyle kentsel krize dönüşmemesi adına toplumsal sınıfların çıkarının hesaba katılması gereklidir. Bu anlamda sosyal konut mekânlarının, toplumsal sınıflar arasındaki eşitsizliği azaltma bağlamında etkin bir rolü olmasından hareketle kentsel mekânın sosyo-ekonomik yapısına kendi gerçekliğini dayatmaya devam edecektir.

KAYNAKÇA

- Aksoy, A. (2014). İstanbul'un Neoliberalizmle İmtihanı. İçinde A. B. Candan & C. Özbay (Ed.), *Yeni İstanbul Çalışmaları* (ss. 27-46). Metis Yayıncılık.
- Alkışer, Y., & Yürekli, H. (2004). Türkiye'de "Devlet Konutu"nun dünü, bugünü, yarını. *itüdergisi/*, 3(1), 63-74.
- Alver, K. (2007). *Siteril Hayatlar*. Hece Yayınları.
- Aydın, S., & Taşkın, Y. (2017). *1960'tan Günümüze Türkiye Tarihi* (5. bs). İletişim Yayınları.
- Beşirli, H., Koçancı, M., Bakır, M. A., Özdemir, Z., & Gülle, M. Y. (2016). *Sosyal Konut Uygulamaları ve Yoksulluğun Yönetimi Üzerine Ampirik Bir Çalışma*. Siyasal Kitabevi.
- Bingöl, O. (2019). Sosyal Konut Yerleşmelerinde Kentsel Mekân Üretimi: İstanbul Kayabaşı 24. Bölge Sosyal Konut Yerleşmesi. *MEGARON*, 14(1), 83-99.
- Boratav, K. (2005). *1980'li Yıllarda Türkiye'de Sosyal Sınıflar ve Bölüşüm İlişkileri* (2.). İmge Yayınevi.
- Bostanoğlu, Ö. (1993). Amerika Birleşik Devleti'nde Evsizlik. *Amme İdaresi Dergisi*, 26(3), 153-168.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi* (D. F. Şannan & A. G. Berkkurt, Çev.). Heretik Yayınları.
- Castells, M. (2017). *Kent, Sınıf, İktidar* (T. Asuman, Çev.; 2.). Phoenix.
- Clarke, S. (2014). Neoliberal Toplum Kuramı. İçinde Ş. Başlı & T. Öncel (Çev.), *Neoliberalizm: Muhalif Bir Seçki* (2., ss. 91-105). Yordam Kitap.
- Curley, A. M. (2005). Theories of Urban Poverty and Implications for Public Housing Policy. *The Journal of Sociology & Social Welfare*, 32(2), 96-119.
- Çavuşoğlu, E. (2016). *Türkiye Kentleşmesinin Toplumsal Arkelolojisi* (2.). Ayrıntı Yayınları.
- Çoban, A. N. (2012). Cumhuriyetin İlanından Günümüze Konut Politikası. *nkara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67(3), 75-108.
- Debord, G. (2019). *Gösteri Toplumu* (A. Ekmekçi & O. Taşkent, Çev.; 9.). Ayrıntı Yayınları.
- Engels, F. (2013). *Konut Sorunu* (T. Genç, Çev.). Alter Yayıncılık.
- Engels, F. (2019). *İngiltere'de Emekçi Sınıflarının Durumu* (O. Emre, Çev.; 2.). Ayrıntı Yayınları.
- Harvey, D. (2002). Sınıfsal Yapı ve Mekânsal Farklılaşma Kuramı. İçinde B. Duru & A. Alkan (Çev.), *20. Yüzyıl Kenti* (ss. 147-172). İmge Yayınevi.
- Harvey, D. (2015a). *Neoliberalizmin Kısa Tarihi* (A. Onacak, Çev.). Sel Yayıncılık.

- Harvey, D. (2015b). *Sermayenin Mekanları* (B. Kıcıır, D. Koç, & S. Yüksel, Çev.; 2.). Sel Yayıncılık.
- Harvey, D. (2016). *Sosyal Adalet ve Şehir* (M. Moralı, Çev.; 5.). Metis Yayıncılık.
- Hobsbawn, E. (2017). *Kısa 20.Yüzyıl: 1914-1991 Aşırıliklar Çağı* (Y. Alogan, Çev.; 10.). Everest.
- Hobsbawn, E. (2018). *Sanayi ve İmparatorluk* (A. Ersoy, Çev.; 6.). Dost.
- Karpat, H. K. (2016). *Türkiye’de Toplumsal Dönüşüm* (2.). Timaş.
- Keleş, R. (1996). Sosyal Konut Politikası Kavramı Üzerinde Bir Deneme ve Türkiye’de Sosyal Konut Politikası. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 21(2), 167-234.
- Keleş, R. (2015). *100 Soruda Türkiye’de Kentleşme, Konut ve Gecekondu* (2. bs). Cem Yayınevi.
- Keyder, Ç. (2018). Enformel Konut Piyasasından Küresel Konut Piyasasına. İçinde S. Savran (Çev.), *İstanbul Küresel ile Yerel Arasında* (5. bs, ss. 171-191). Metis Yayıncılık.
- Kunduracı, N. F. (2013). Dünyada ve Türkiye’de Sosyal Konut Uygulamaları. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 22(3), 53-77.
- Kurtuluş, H. (2011). İstanbul’un Banliyöleşme Deneyiminde Metropolen Çeperdeki Tarihsel Çiftliklerin Rolü. *Toplum Bilim*, 26, 87-98.
- Lefebvre, H. (2015). *Şehir Hakkı* (I. Ergüden, Çev.; 3.). Sel Yayıncılık.
- Lefebvre, H. (2016). *Mekanın Üretimi* (I. Ergüden, Çev.; 4.). Sel Yayıncılık.
- Lefebvre, H. (2017). *Kentsel Devrim* (S. Selim, Çev.; 5.). Sel Yayıncılık.
- Mumford, L. (2007). *Tarih Boyunca Kent* (G. Koca & T. Tosun, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Olgun, H. (2014). *Türkiye’de Sosyal Konut Politikası: Seçilmiş Avrupa Ülkeleriyle Karşılaştırmalı bir Analiz* [Doktora]. Gazi Üniversitesi.
- Özgür, E. F. (2012). Tüketime Bağlı Bir Kimlik Ögesi Olarak Konut ve Planlama Açısından Bir Değerlendirme. *Tasarım+Kuram*, 14, 29-45.
- Przeworski, A. (2016). *Kapitalizmde Devlet ve Ekonomik* (E. Kırmızıaltın & H. A. Öznazık, Çev.; 2.). Heretik Yayınları.
- Stone, M. (2003). *Social Housing in the UK and US: Evolution, Issues and Prospects*.
- Şengül, T. (2002). Sınıf Mücadelesi ve Kent Mekanı. *Praksis*, 2, 9-31.
- Tekeli, İ. (2009). *Modernizm, Modernite ve Türkiye’nin Kent Planlama Tarihi*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Tekeli, İ. (2010). *Konut Sorununu Konut Sunum Biçimleriyle Düşünmek*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

- Tekeli, İ. (2012). Türkiye’de Yaşamda ve Yazında Konutun Öyküsü (1923- 1980). Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Uitermark, J. (2014). Reel Bir Adil Kent mi? İçinde A. Y. Şen (Çev.), *Kar İçin Değil Halk İçin* (ss. 262-286). Sel Yayıncılık.
- Urry, J. (1999). *Mekanları Tüketmek* (R. G. Öğdül, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Veblen, T. (2015). *Aylak Sınıfın Teorisi* (H. Bilir & E. Kırmızıaltın, Çev.). Heretik Yayınları.

ÇEVRE VE YEŞİL VERGİ ÜZERİNE TÜRKİYE ÖZELİNDE DEĞERLENDİRMELER

Makale Gönderim Tarihi: 15.10.2021

Makale Kabul Tarihi :05.12.2021

Önerilen Atıf Gösterimi : Vanii,S.;Uçar, A.N. (2021). Çevre ve Yeşil Vergi Üzerine Türkiye Özelinde Değerlendirmeler, Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar Dergisi (USSMAD),C:1-S:1, 68-81

Seray VANII*
Ayça Nur UÇAR**

Özet

İnsanoğlunun var oluşundan bu yana dünya her geçen gün değişim göstermektedir. Söz konusu değişimlerden bir tanesi de çevre üzerinedir. İnsan faaliyetleri neticesinde özellikle sanayileşme süreciyle beraber dünyada çevre kirliliği önemli bir sorunsal haline gelmiştir. 1970'lerden günümüze giderek dünya gündemini daha fazla meşgul eden çevre kirliliği her şeyden evvel küresel bir sorundur. Maliye literatürü açısından bakıldığında ise bu sorun aynı zamanda küresel kamusal bir maldır. Küresel kamusal bir mal olması çözüm noktasında küresel iş birliğini gerekli kılarken sahip olduğu dışsallıklar da devlet müdahalesini gündeme getirmektedir. Devletlerin çevre kirliliğinin yaratmış olduğu negatif dışsallıklar karşısında etkin kullandığı araçlardan bir tanesi vergilerdir. Literatürde çevre ya da yeşil vergiler adını taşıyan söz konusu müdahale araçları bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada yeşil vergiler Türkiye özelinde incelenmiştir. Özel tüketim vergisi (ÖTV), çevre temizlik vergisi (ÇTV), geri kazanım katılım payı ve motorlu taşıtlar vergisi (MTV) Türkiye'de uygulanan vergilerden çevre kapsamında ele alınabilecek vergiler olsa da mali gayelerin ön planda olduğu ifade edilebilir. Bu noktada çevre koruması gayesine yönelik faaliyetlerin daha ön planda olması, küresel iş birliklerinde aktif rol alınması ve toplumsal farkındalığın sağlanması Türkiye çevre politikalarının etkin işleyebilmesi adına atılması gereken adımlardır.

Anahtar Kelimeler: Çevre Vergisi, Yeşil Vergiler, Çevre Kirliliği

Jel Kodları: H20, H23, H71,

* Lisansüstü Öğrencisi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Maliye Anabilim Dalı, serayvanii@gmail.com, 0000-0002-8950-3960

** Lisansüstü Öğrencisi, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Maliye Anabilim Dalı, aycanurucar@gmail.com, 0000-0001-5272-1334

ASSESSMENTS ON THE ENVIRONMENT AND GREEN TAX SPECIFIC TO TURKEY

Abstract

Since the existence of humankind, the world has changed day by day. One of these changes is on the environment. As a result of human activities, especially with the industrialization process, environmental pollution has become an important problem in the world. Environmental pollution, which has become more and more preoccupying the world agenda since the 1970s, is above all a global problem. From the point of view of the financial literature, this problem is also a global public goods. While a global public goods necessitates global cooperation in the solution, its externalities also bring up state intervention. One of the most effective means used by states in the face of negative externalities created by environmental pollution is taxes. These intervention tools, which are called environmental or green taxes in the literature, are the main subject of this study. In the study, green taxes were examined in Turkey. Although there are taxes that can be addressed within the scope of the environment from the taxes applied in Turkey, special consumption tax (SCT), environmental cleaning tax (ECT), recovery participation share and motor vehicle tax (MVT) can be stated that financial purposes are at the forefront. At this point, the activities aimed at environmental protection are at the forefront, taking an active role in global cooperation and ensuring social awareness are the steps that should be taken in order for Turkey's environmental policies to function effectively.

Key Words: Environmental Tax, Green Taxes, Environmental pollution

Jel Codes: H20, H23, H71

GİRİŞ

İnsanların ve diğer canlıların yaşamı için gerekli olan ortamı sağlayan çevreyi etkin ve sürdürülebilir bir biçimde kullanmak canlıların yaşamı için oldukça önemlidir. Ancak insanlar söz konusu önemli noktadan uzaklaşarak üretime ve tüketime yönelmiştir. İnsanların göz ardı ettiği çevre bir süre sonra ciddi tahribatlara uğramış ve kendini yenileme kapasitesini kaybetmeye başlamıştır. Özellikle sanayi devrimi ile üretim artışı hız kazanmış, kaynaklar etkisiz kullanmış ve çevre tahrip edilmiştir. Çevreye verilen zararlar ciddi boyutlarda sorunlara yol açmış ve çevre kirliliğini azaltıcı politikalar küresel dünyanın gündemine gelmiştir.

Çevre sorunlarının yarattığı negatif dışsallıklar ve küresel sorunlar gereği vergilerin uygulanması çevrenin kirliliğini azaltmak, gelecek nesillere yetecek doğal ortamı sağlamak açısından oldukça önemlidir. Dünyada ve Türkiye’de bu amaca yönelik olarak yeşil vergi politikaları uygulanmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye’de çevre kirliliğinin durumu, uygulanan yeşil vergilerin içeriği ve toplanan vergilerin çevreyi korumaya yönelik yeterliliği incelenecektir. Bu kapsamda

çalışma üç ana bölümde tasarlanmıştır. İlk bölümde çevre kirliliği genel hatlarıyla ele alınarak ayrıca Türkiye özelinde bir inceleme yapılmıştır. İkinci bölümde yeşil vergiler kavramsal açıdan irdelenmiş, uygulama alanı ve türlerine yer verilmiştir. Son bölümde ise yeşil vergilerin Türkiye uygulamaları incelenmiştir

1.ÇEVRE KİRLİLİĞİNİN TANIMI, KAPSAMI VE NEDENLERİ

Çevre, insanların ve diğer canlıların yaşamları boyunca etkileşim içinde buldukları doğal ve beşeri ortamdır. Çevre şartlarına bağlı olarak canlılar hayatlarını idame ettirme yöntemlerini şekillendirmişlerdir. Bu yüzden çevre kavramını anlamak önemlidir. 2872 sayılı Çevre Kanunu çevre tanımını şu şekildedir: “*Canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri ve karşılıklı olarak etkileşim içinde buldukları biyolojik, fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel ortamdır.*”[†]. Buradan yola çıkarak çevre kavramı en genel haliyle insanların ve diğer canlıların yaşamlarını devam ettirebilmek adına muhtaç oldukları tüm dış etkenler olarak tanımlamak mümkündür. Çevrenin tanımında yer alan tüm etkenler belli kurallar çerçevesinde varlıklarını sürdürürken insan çevreyi tahrip ederek kendi yaşam koşullarına uyarlamaya çalışmıştır. Uyum içerisinde yer alan çevre insanın yarattığı tahribatlar yüzünden çok fazla zarar görmüştür ve görmeye devam etmektedir (Canpolat, 2009:7). Çevre kirliliği yeni bir durum olmamakla beraber ölüm ve hastalıkların en önemli sebeplerinden bir tanesidir. Örneğin 2015 senesinde 9 milyon ölüme kirliliğin sebep olduğu tahmin edilmektedir ki söz konusu rakam tüberküloz ve AIDS’den kaynaklı ölüm sayısının 3 katından fazladır. Doğal çevre kalitesi üzerinde bozulmalara sebep olan hemen her insan faaliyeti kirlilik olarak kabul edilmektedir. (Ukaogo, Ewuzie & Onwuka, 2020: 419). 2872 sayılı Çevre Kanunu ise çevre kirliliğini “*Çevrede meydana gelen ve canlıların sağlığını, çevresel değerleri ve ekolojik dengeyi bozabilecek her türlü olumsuz etki*”[‡] olarak tanımlamıştır. Çevre kirliliği mevzuat eksikliği, yoksulluk ve kirlilikten ötürü genelde orta ve düşük gelirli ülkelerde gelişmiş ülkelere nazaran daha fazla gerçekleşmektedir (Ukaogo, Ewuzie & Onwuka, 2020: 419). Çevre kirliliği her şeyden evvel küresel bir sorun olarak kabul edilmelidir. Bu sorun gerek gelişmiş gerek gelişmekte olan ülkelerde ortak bir sorundur ve uzun vadeli ciddi neticeler meydana getirmektedir (Rai, 2016). Çevre dolayısıyla aynı zamanda küresel kamusal bir maldır. Bu kapsamda çevre ile ilgili problemlerin çözümü küresel bir mal olduğundan ortak politikalar üretilmesini gerektirmektedir. Yerel ve bölgesel etkileri de söz konusu olan çevre sorunları birikerek küresel problemlere yol açmaktadır. Söz gelimi bölgesel nitelik taşıyan nehirlerin kirliliği, nehrin döküldüğü büyük denizler sebebiyle küresel bir sorun haline alabilmektedir (Mutlu, 2006: 62).

Çevre kirliliği sonrasında çevre kalitesinde düşüş yaşanmakta, biyolojik çeşitlilik ve gıda tahılları zarar görmektedir. Özellikle kentsel, endüstriyel ve teknolojik devrim sonrasında doğal kaynakların sömürüsü ve atık miktarının artması çevre kirliliğini her geçen gün arttıran sebepler olarak ele alınmalıdır. Kirliliğe sebep olan maddelere kirleticiler denmektedir. Bu kirleticiler; hava kirliliği, su kirliliği, toprak kirliliği, gürültü kirliliği, radyoaktif ve termal kirlilik olarak sınıflandırılabilir (Rai, 2016). İnsan faaliyetleri sonucu ortaya çıkan kirliliğe

[†] (Bkz: 2872 Sayılı Çevre Kanunu, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2872.pdf>)

[‡] (Bkz: 2872 Sayılı Çevre Kanunu, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2872.pdf>)

evsel atıklar, ormansızlaşma, tarımsal atıklar, elektronik atıklar gibi sebepler de eşlik etmektedir. Bunların yanı sıra insan nüfusunda yaşanan artış da insan faaliyetlerini artırdığından çevre kirliliğine daha da katkıda bulunmaktadır (Detaylı bilgi için bkz: Tablo 1). Çevre kirliliği sonrası ortaya çıkan etkiler ise sadece insanlar üzerinde değil aynı zamanda hayvanlar üzerinde de etkilidir (Ukaogo, Ewuzie & Onwuka, 2020: 419).

Tablo 1: Çevre Kirliliğinin Sebepleri

• Sanayileşme	• Nüfus artışı	• Keşif ve madencilik
• Kentleşme	• Toksik metaller	• Partikül madde
• Gaz halindeki kirleticiler	• Endüstriyel atıklar	• Tarımsal atıklar
• Elektronik atıklar	• Kanalizasyon	• Ormansızlaşma
• Çöplerin yasadışı olarak boşaltılması	• Ekolojik olarak zararlı teknolojilere bağımlılığın artması	• Doğal kaynakların hızlı sömürülmesi

Kaynak: (Ukaogo, Ewuzie & Onwuka, 2020: 419-420 & Appannagari, 2017: 153'den yazarlar tarafından oluşturulmuştur)

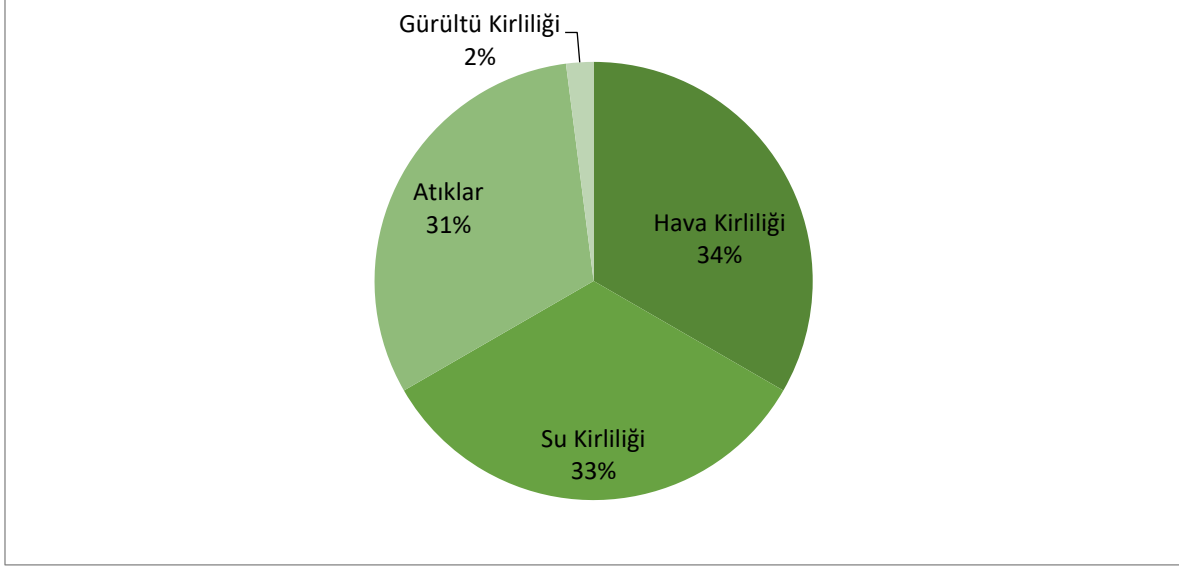
Yaşanan çevrenin yok olması, solunan havanın kirlenmesi, atmosferin yok olması, hastalıklara yol açması gibi sebeplerle çevre kirliliğinin azaltılması oldukça önemli bir konudur. Bu noktada insanoğlu çevreyi korumakla mükelleftir. Doğru hükümet politikaları, sürdürülebilir planlar, kamu ve özel sektörün ortak hareket etmesi gibi hamlelerin hayata geçmemesi halinde yaşanan çevre daha da kirli bir hale gelecektir (ECAVO, 2021). Çevre kirliliğinin devam etmesi halinde dünyada birçok bölgenin sular altında kalacağı diğerlerinin ise çöle dönüşeceği öngörülmektedir. Gerek gelişmiş gerek gelişmekte olan ülkeler için ortak olan bu sorunsal çevre kirliliğiyle etkin mücadeleyi gerektirmektedir. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) 2015 senesinde sürdürülebilir kalkınma hedeflerine 2030 senesine kadar ulaşılmasını öngörmektedir. Bu noktada 7.Hedef dünyada sürdürülebilir kalkınmanın sağlanabilmesi adına uygun fiyatlı ve temiz enerjilerin kullanılması gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Bu politika gelecek nesillerin ihtiyaçlarının karşılanabilmesi ve insan refahının en üst düzeye çıkabilmesi adına gereklidir (Rahman ve Alam, 2021: 1063).

1.1. Türkiye’de Çevre Kirliliğinin Durumu

Türkiye’de çevre kirliliğinin sebepleri; ısınma amaçlı kalitesiz yakıt kullanımı, yenilenebilir enerji kaynaklardan yeterince faydalanmamak, toplumun çevre bilinciyle ilgili gerekli eğitimleri alamaması, kirliliklerden arındırıcı alt yapıya sahip olunmaması ve çevre sorunlarıyla mücadele etmek için yeterli mali kaynak ayrılmamasıdır. Türkiye’de en önemli çevre sorunları; hava kirliliği ve su kirliliğidir. Ayrıca atıkların yarattığı kirlilikler, erozyonların sebep olduğu kirlilikler ve gürültü kirliliği de Türkiye’deki çevre sorunları arasında yer almaktadır. 2019 senesi için illerin birinci öncelikli çevre sorunları arasında hava ve su kirliliği gelmektedir. Onu atıklar

takip etmekte gürültü kirliliği ise diğer kirliliklere oranla oldukça düşük bir oranda gerçekleşmektedir (Bkz: Grafik 1)

Grafik 1: İllerin Öncelikli Çevre Sorunları (% , 2019)



Kaynak: (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2020: 13).

Türkiye’de hava kirliliği 71 ildeki en önemli çevre sorunudur. Evsel ısınma, maden işletmeleri, karayolu trafiği, termik santraller, imalat sanayi işletmeleri ve diğer sanayi faaliyetleri hava kirliliğinin en önemli sebepleri arasında gösterilebilir. Özellikle Batı Karadeniz, Marmara Bölgesi ve İç Ege’de hava kirliliği sanayi kaynaklı yoğunluk göstermektedir. Alım gücü yetersizlikleri sebebiyle ısınmada kalitesi düşük yakıt tercih edilmesi söz konusu kirliliğe önlem alınması noktasında önemli bir engeldir. Su kirliliği ise 73 ilde önemli bir çevre sorunudur. Meriç-Ergene, Susurluk-Gediz, Kızılırmak-Yeşilirmak, Doğu Karadeniz-Çoruh ve Van Gölü Havzalarında su kirliliği oldukça önemli sorunlardır. (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2020: 1-2).

Atık sorunu ise Türkiye’de yaşanan bir diğer çevre sorunudur ve en önemli kaynağı düzensiz depolamadır. Bunun yanı sıra hafriyat atıkları, hayvancılıktan kaynaklanan atıklar, mermer ocakları atıkları gibi sebepler de söz konusudur. 35 ilde düzensiz depolama, 15 ilde yasa dışı atık boşaltımı, 8 ilde hayvancılık atıkları sorunu bulunmaktadır. Bu noktada sıfır atık uygulamalarının yaygınlaşması ve atıkların mevzuata uygun yönetimi oldukça önemlidir. Bir diğer çevre kirliliği ise gürültü kirliliğidir. Antalya ve Eskişehir için bu birinci öncelikli çevre problemidir (T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2020: 2).

2 ÇEVRE VERGİLERİ (YEŞİL VERGİ)[§]

Vergiler her ne kadar mali gelir kaynağı olarak temel bir finansman olsa da vergi yasalarının yeşil bir yapı kazanması hükümetlerin çevresel hedeflere ulaşmasında önemli bir araçtır (Milne, 2007: 8). Çevre sorunları karşısında hem vergi artışları hem de vergi indirimleri uygulanabilir. Bunlardan ilki zararlı faaliyetler karşısında caydırıcı etki yaratırken ikincisi çevresel faydaları artırmanın bir yolu olabilmektedir. Çevre kirliliğinin vergilendirilerek içselleştirilmesi fikrinin temeli Arthur C. Pigou tarafından tanımlanan Pigouvian vergilerinden kaynaklanmaktadır. Çevre sorunlarının ortaya çıkardığı negatif dışsallıklar karşısında içselleştirmeyi hedef alan vergilere bu açıdan Pigouvian vergileri de denmektedir. Günümüzde Pigouvian vergiler çevre kirliliğiyle mücadelede etkili bir yol olarak görülmektedir (Şeren, 2020: 168-169).

Günümüzde oldukça gündemde olan küresel ısınmanın temelinde yatan karbon salınımının ve diğer sera gazlarının emisyonunun fazlalığı, sanayileşme ve ulaşım kaynaklı araç sayısının artması ile birlikte fosil yakıt tüketiminin yükselmesi, ağaç kesimleri nedeniyle hava kirliliğinin artması gibi birçok neden küresel ısınmanın etkisini tetiklemiştir. Küresel ısınma nedeniyle ve insan eliyle artan çevre kirliliğinin önüne geçmek amacıyla belirlenen çevre politikaları kapsamında insanları bu maliyete ortak etme düşüncesi yeşil verginin temelini oluşturur. Çünkü bireylere bu konu hakkında hassasiyet kazandırabilmek için en etkili yollardan bir tanesi vergilendirme uygulanmasıdır. (Ertekin ve Dam, 2020: 68). Yeşil vergiler için iklim değişikliği temelinde en ideal yol fosil yakıtların karbon içeriği üzerinden bir verginin alınmasıdır. Yakıtların atmosferdeki sera gazını artırması yoluyla karbondioksit üretimine yol açması karşısında vergi çözümü dış maliyetleri içselleştirerek, ödemeyi kirleticinin yapmasına sebep olmaktadır (Milne, 2007: 9).

Yeşil vergilendirme özetle; çevrenin korunması, kirlenmesinin önlenmesi gibi amaçlarla bireylerin veya firmaların çevreye olan negatif etkisi baz alınarak “kirleten öder ilkesi” mantığıyla çevre tüketiminin finansmanına parasal olarak dahil olmalarıdır. (Bilgin ve Orkunoğlu, 2010: 81). Yeşil vergilerin genel özellikleri Tablo 2 de sıralanmıştır.

Tablo 2: Yeşil Verginin Genel Özellikleri

➤ Yeşil vergiler çevreye negatif dışsallık yaratan faaliyetlerin maliyetlerine yük bindirerek tüketiminde azalmaya neden olurlar
➤ Yeşil vergilendirme; bireylerin veya firmaların çevreye olumsuz etkisi olmayan faaliyetlere yönelmelerini sağlar
➤ Çevreye zararlı olmayan teknoloji ihtiyacı üreticiyi yeni teknik arayışlara yönlendirerek teknolojinin gelişmesini pozitif yönde etkiler
➤ Yeşil vergilendirmeyle birlikte vergi gelirlerinde yükselme meydana gelerek ekonomiye pozitif yönde etki sağlayacaktır

Kaynak: (Ağacan,2014:51)'ten faydalanılarak yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

[§]Literatürde çevre kirliliğine yönelik kullanılan vergilere hem çevre vergileri hem de yeşil vergiler denilmektedir. Çalışmada çevre vergileri “yeşil vergiler” olarak ifade edilmektedir.

Doğal kaynakları verimli şekilde kullanarak gelecek nesillere tahrip olmamış çevre koşulları miras bırakmak, insan sağlığının ve doğanın dengesini bozmadan süreklilik arz edecek şekilde ekonomik kalkınmayı gerçekleştirmek sürdürülebilir kalkınmanın temellerini oluşturur. Bu hedeflenen amaca ulaşma konusunda gerçekleştirilen ekonomik ve sosyal politikaların çevre politikası ile birlikte uygulanması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. (Toprak, 2006:147-149). 20.Yüzyılın son çeyreğinde sıkça gündeme getirilen sürdürülebilir kalkınma ve çevre kirliliği kavramları ülkeleri harekete geçirmiştir.1970’li yıllarda çevre kirliliği nedeniyle yaşanan ve yaşanabilecek olumsuzluklara yönelik gerçekleştirilen konferanslar, çalışmalar ve sözleşmeler sonucu konsorsiyumlar tarafından verilen taahhütlere göre bu olumsuzlukları gidermede en etkin çözüm yolunun vergiler olacağı kanaatine varılmıştır. Çünkü ekolojik sistem sadece bugün var olan canlılara ait değil gelecekte var olacak canlılar için de mirastır. Bu sebeple var olan çevre kirliliğinin azaltılması veya önlenmesi ve canlıların sağlıklı bir çevrede yaşam sürme hakkı çevre vergilerinin temel bileşenini oluşturur. Artan sanayileşmenin ve enerji kullanımının meydana getirmiş olduğu çevre tahribatının azaltılması yeşil vergilerin birincil amaçlarından (Jamali,2005:71). Çevre tüketiminin bugün gerçekleştirilen tüketim miktarını değiştirmeden gelecek nesillerin refahını arttırması ancak çevreye duyarlı tüketimin gerçekleştirilmesiyle mümkündür. Bu açıdan çevre tüketiminde yeşil vergilerin uygulanması kalkınmanın sürdürülebilirliği ve büyüme açısından önem arz etmektedir. Yeşil vergilerin ülkeler boyutunda uygulanışında tereddüt yaratan en önemli husus vergilerin ekonomik kalkınma açısından olumsuzluk yaratacağı düşüncesidir. Ancak küresel boyutta gerçekleştirilen çalışmalar sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesinde yeşil vergilerin etkinliğini ortaya koymuştur (Jamali,2005:71). Yeşil vergiler uygun tasarlandığı vakit çevreyi kirletenler ve kirleten faaliyetler üzerinde etkili olabilmektedir. Bu noktada şeffaflık ve kesinlik yeşil vergilerin etkinliğinde kritiktir (OECD, 2011: 12).

Ekonomik dengeler büyük oranda maliye politikalarının tasarımına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Dolayısıyla mali politikalarda doğru kompozisyonun sağlanması toplumsal adalet özelinde pozitif dışsallık yaratacağından kamu gelirlerinin de doğru kompozisyonda artması gerekmektedir (Geyik ve Şeren, 2021: 17-18). Yeşil vergileri bu bakımdan da ele almak mümkündür. Kirliliğin daha çok düşük gelirli haneleri etkilediği göz önüne alındığında vergiler yoluyla yapılacak bir düzenleme adaletin iyileştirilebilmesi bakımından rol oynayabilir (European Commission, 2021).

2.1. Yeşil Verginin Uygulama Alanları ve Türleri

1970’li yıllardan itibaren çevre kirliliği konusunda Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, OECD gibi birçok kuruluş çözüm odaklı çalışmalar gerçekleştirmeye başlamıştır. Özellikle 1970-1980 aralığında gerçekleştirilen yasaklayıcı ve kontrol edici düzenlemeler 1980’li yılların sonuna doğru yerini vergi gibi araçlara bırakmıştır (Canpolat, 2009:131). Yeşil vergiler gerek çevresel sorunlara yönelik çözüm üretmek gerek kamu gelirlerini arttırmak bakımından uygulanan politika araçlarıdır. Özellikle son zamanlarda daha fazla ilgi gören söz konusu vergiler dış çevresel maliyetleri içselleştirme politikaları yoluyla maliyet etkin çevre politikalarının üretilmesine yol açmaktadır. Dolayısıyla pek çok ülke kirliliğin yarattığı dışsallıklar karşısında söz konusu vergileri kullanmaktadır (OECD, 2019b). Yeşil vergiler genel

olarak; enerji, ulaşım, kirlilik ve kaynaklar üzerindeki vergileri kapsamaktadır (European Commission, 2021).

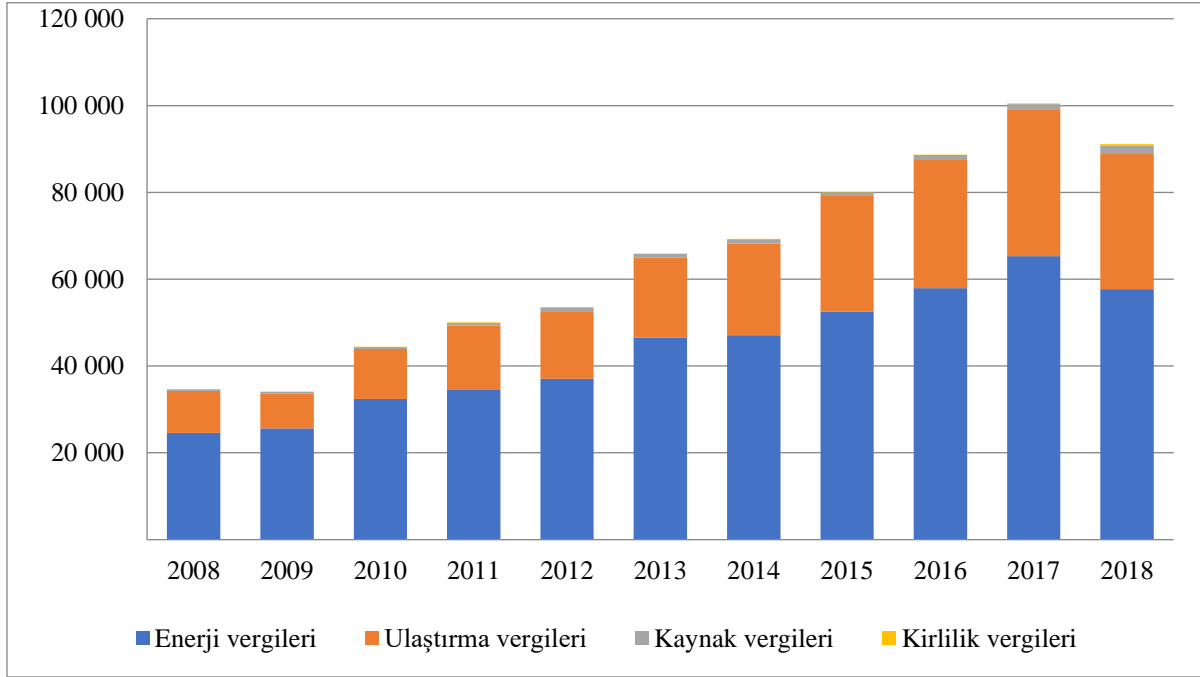
- **Enerji-Karbon Vergileri:** Benzin, motorin, kömür, doğalgaz, elektrik gibi enerji ürünlerinin tüketimleri sırasında alınan enerji vergileri yeşil verginin %75 ini oluşturmaktadır (Özdemir, 2009: 24). Enerji vergilerinin uygulanmasındaki temel neden enerji kullanımında ortaya çıkarak ozon tabakasına zarar veren bunun yanı sıra küresel ısınma ve iklim değişikliğine sebebiyet veren karbon salınımını kontrol altında tutmaktır. Bir diğer neden ise hükümetlerin bütçelerine gelir sağlamasıdır. (Ağacan,2014:93). Küresel ısınmayla mücadele kapsamında uygulanan karbon vergileri de AB’de çoğunlukla enerji vergileri kapsamında ele alınmaktadır. Bunun nedeni ise çevre kirliliğine enerji ürünlerinin kullanımının sebep olması ve karbon vergilerinin enerji ile olan ilişkisidir. (Bilgin ve Orkunoğlu, 2010: 82)
- **Ulaşım (Taşımacılık) Vergileri:** Bir motorlu araç sahibi olma ya da kullanma ulaşım vergilerinin uygulama alanını oluşturmaktadır (Canpolat, 2009:103). Uçak, gemi, tren gibi vasıtalarda çevre vergilerinin tanımına uyum gösterdiklerinden dolayı bu kapsama dahildirler. Ulaşım vergilerinin uygulanışında motor gücü veya aracın ağırlığı gibi özellikler kriter olarak alınmıştır (Ağacan,2014:97-98) AB ülkelerinde yeşil vergilerin %23,2’lik kısmını ulaşım vergileri oluşturmaktadır (Özdemir, 2009: 24).
- **Kirlilik Vergileri:** Hızlı nüfus artışı, üretim ve tüketimde meydana gelen artış, yaşanan teknolojik ilerlemeler gibi nedenlere bağlı olarak çevre kirliliği artış göstermiştir (Dikmen ve Çiçek, 2020: 70). Kirlilik vergileri kapsam olarak hava kirliliğine sebep olan emisyon miktarını, su kirliliğini, gürültü kirliliğini ve katı atıkları içermektedir. Ayrıca motor yağları üzerinden tahsil edilen vergiler motor yağının toprak ve su kirliliğine sebebiyet vermesinden dolayı kirlilik vergileri kapsamında ele alınmaktadır (Ağacan,2014:98-99).
- **Doğal Kaynak Vergileri:** AB ülkelerinde genellikle kömür, petrol gibi değerli kaynakların çıkarılmasında kira bedeli olarak uygulanan doğal kaynak vergileri ilaveten su, orman gibi doğal kaynakların kullanımını, hayvanlar üzerinden gerçekleştirilen avcılık faaliyetlerini ve yabancı bitkilerin kullanımını da kapsamaktadır (Ağacan,2014:99). Çünkü bu kaynakların kullanımı çevre tahribatına yol açarak ekolojik sisteme zarar verecek ve iklim değişikliğine neden olacaktır. Bu gibi çevreye zararlı faaliyetlerin önüne geçmek amacıyla doğal kaynak vergileri hükümetler tarafından tercih edilmektedir (Dikmen, Çiçek.2020: 70-71). Doğal kaynak vergileri ve kirlilik vergilerinin toplamının yeşil vergiler içerisindeki payı %1,5-2 paya sahip olarak düşük bir orana tekabül etmektedir (Özdemir, 2009: 25).

3. TÜRKİYE’DE YEŞİL VERGİLENDİRME

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’na göre çevreyi korumak hem devletin hem de vatandaşların görevi olarak 56.maddede belirtilmiştir. Buna göre “*Herkes, sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir. Çevreyi geliştirmek, çevre sağlığını korumak ve çevre kirlenmesini önlemek Devletin ve vatandaşların ödevidir.*” (T.C. Anayasası, 1982). Ayrıca Onuncu Kalkınma Planı döneminde yayınlanmış olan 2013-2015 Orta Vadeli Programı’nda (OVP) da çevre korunması hususuna odaklanılmış, çevresel mevzuatın uygulanması,

kaynakların etkin kullanımı adına odak noktaları belirlenmiştir. 2015-2017 OVP’de ise çevre kirliliğiyle mücadelede vergi politikalarının altı çizilerek, büyüme ve çevre dostu yaklaşımlar üzerinde durulmuştur. Buna göre yeşil büyümeye yönelik fırsatların değerlendirilmesi ve teknolojilerin geliştirilmesi gerekliliği belirtilmiştir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 37). Türkiye’de çevre sorunlarıyla mücadelede yeşil vergi uygulamaları yeni olmasına rağmen Avrupa Birliği ve OECD ülkeleriyle karşılaştırıldığında toplam vergi gelirleri içerisindeki payı oldukça yüksektir. Bu duruma bir neden sunmak gerekirse Türkiye’de doğal gaz, petrol gibi enerji kaynaklarına uygulanan yüksek vergi oranları gösterilebilir. Enerji vergileri kapsamındaki olumsuz dışsallıklara sahip bu kaynaklara uygulanan yüksek vergi oranlarını, tüketicilerin veya üreticilerin çevreye karşı duyarlılık kazanmasını sağlamak ve çevre sorunlarıyla mücadele kapsamında uygulandığını söylemek çok doğru olmayacaktır. Türkiye’de yeşil vergi kapsamındaki uygulamaların çevre kirliliği ile mücadele amacından çok kamu geliri fonksiyonunun ağır bastığı görülmektedir (Ertekin ve Dam, 2020:73).

Grafik 2: Türkiye’de Çevre Vergileri (2008-2018, Milyon TL)



Kaynak: (TÜİK, 2018)

Grafik 2’ye göre Türkiye’de en çevre vergileri içerisinde en yüksek payı enerji vergileri almakta onu ulaştırma vergileri takip etmektedir. Kaynak vergileri ve kirlilik vergileri ise en az paya sahip çevre vergileri arasında yer almaktadır.

Türkiye’de çevrenin korunması adına vergi ve teşvik gibi mali mekanizmaların gelişim kaydetmesi gerekmektedir. Bu noktada mali mekanizmaların çeşitlilik kazanması, aşırı su tüketiminin engellenmesi, yenilenebilir enerjinin teşviki, vergisel düzenlemeler, atık yönetimi gibi politikaların üzerinde durulması gerekmektedir (T.C. Kalkınma Bakanlığı, 2018: 78).

3.1 Türkiye’de Uygulanan Yeşil Vergi Türleri

Türk vergi sisteminde çevre kirliliği ile mücadeleye yönelik olarak uygulanan ilk ve tek vergi türü belediyeler tarafından tahsil edilen ve belediye kanunu uyarınca uygulanan çevre temizlik vergisi (ÇTV) olmuştur. Vergi kapsamına dahil olmasa da 2019 yılından itibaren plastik poşet kullanımının önüne geçmeye yönelik olarak uygulanan geri kazanım katılım payı da çevre kirliliğiyle mücadele kapsamında uygulanan kamu gelirdir (Ertekin ve Dam, 2020:73-74). Bu kapsamda değerlendirilebilecek diğer vergi türleri ise Özel Tüketim Vergileri (ÖTV) ve Motorlu Taşıtlar Vergisidir (MTV).

3.1.1. Çevre Temizlik Vergisi

İlk olarak 1993 yılında alınan ve çöp vergisi olarak da anılan ÇTV, çevre sorunlarına karşı uygulamaya konulan ilk yeşil vergidir ve bir yerel yönetim vergisidir. Fakat ÇTV’nin çevre sorunlarına karşı etkin bir mücadele aracı olduğunu söylemek mümkün olmamaktadır. Gerek yapısı gerek tarifesi gerek mükellef çevresi açısından belirlenen hedeflere ulaşma konusunda yeterli kapasiteye sahip olmadığı görülmektedir (Ertekin ve Dam,2020: 74 & Samancı ve Karagöz, 2019: 73). Belediye sınırları içerisinde yer alıp, çevre temizlik hizmetlerinden faydalanan işyeri, konut ya da diğer binalar ÇTV’ye dahil olup, vergi su tüketim miktarı üzerinden metreküp başına hesaplanmaktadır (Belediye Gelirleri Kanunu Genel Tebliği, 2020). 2018 senesinde ÇTV yerel yönetim gelirlerinin %4.42’sini ve genel yönetim bütçe gelirlerinin %0.051’ini oluşturmaktadır. Buna göre toplam vergi gelirleri içerisindeki payı ise %0.085’tir ve bu oldukça düşük bir orandır (Samancı ve Karagöz, 2019: 73).

3.1.2 Geri Kazanım Katılım Payı

Hammaddesi petrol olan ve plastikten üretilen naylon poşetlerin çevre üzerinde yarattığı tahribat büyüktür. Naylon poşetlerin doğadan neredeyse 1000 yılda yok oluşu, içerdiği zararlı kanserojenler, toprağa, suya ve besin zincirine karışmasıyla yarattığı negatif etkiler sadece insanlar için değil tüm canlılar için tehlike yaratmaktadır. 2019 yılında uygulanmaya başlanan ve literatürde poşet vergisi olarak da anılan geri kazanım katılım payı plastik poşet kullanımından kaynaklanan çevre kirliliğinin önüne geçmek amacıyla naylon poşetlerin ücrete tabi tutulması şeklinde uygulamaya konulmuştur. Türkiye’de yeni uygulamaya konulan geri kazanım katılım payının amacı naylon poşet kullanımını tamamen yasaklamak değil kişi başına düşen poşet kullanımını AB standartlarına uygun şekilde düşürmektir (Ertekin ve Dam, 2020:76-78).

3.1.3 Özel Tüketim Vergisi

Türkiye’de tüketicilerin zorunlu tüketim ihtiyaçları dışında lüks olarak nitelendirilen tüketim malları için ödedikleri ÖTV, çevreye olumsuz dışsallıkları olan ve insan sağlığında negatif etkiler yaratan katı, sıvı ve gaz yakıtların (petrol ve petrol ürünleri) vergilendirilmesinde uygulanmasından dolayı yeşil vergi kapsamında değerlendirilebilir (OECD, 2019a). Çünkü ÖTV bu malların tüketiminde azaltma yaratarak çevreye olumlu yansıtacak şekilde tüketim davranışlarında değişikliğe sevk edebilir. Bu açıdan ÖTV’nin Türkiye’ye çevre açısından katkısı, doğrudan çevre kirliliği ile mücadele kapsamında uygulanan bir vergi olmaktan ziyade fiyatlarda gerçekleştirilen artışla tüketimde yaşanan azalış sonucu ortaya çıkmaktadır. Fakat ÖTV’nin vergi tarifesi incelendiğinde ve diğer ürünlerle kıyaslama yapıldığında petrol ve

akaryakıt ürünleri üzerinden uygulanan vergi oranlarının diğer ürünlerle kıyaslandığında daha düşük olduğu ve bu nedenle çevre sorunları üzerine etkinlik sağlama konusunda verimli olmadığı görülmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde ÖTV uygulamasında mali amacın baskın olduğu göze çarpsa da çevreye negatif dışsallık yayan enerji kaynaklarının tüketiminin azaltılması açısından çevre kirliliği nedeniyle oluşan maliyetlere olumlu etkisi nedeniyle dolaylı yeşil vergi kapsamında incelenebilir (Sezer ve Dökmen, 2018: 174).

3.1.4 Motorlu Taşıtlar Vergisi

Türkiye’de uygulanan MTV’yi ÖTV’de olduğu gibi dolaylı yeşil vergiler kapsamında ele almak mümkündür. MTV’nin doğrudan çevre kirliliğine yönelik müdahalesi olmasa da dolaylı olarak çevre kirliliğine olumlu etkisi olduğunu söylemek mümkündür. MTV ile yakıt tüketerek karbon salınımına neden olan motorlu araçlar vergiye tabi tutulmuştur. Bu araçlar tarafından salınan karbon gazının küresel ısınma ve çevre kirliliği üzerindeki olumsuz dışsallıkların azaltılmasına katkı sağlaması, toplu ulaşım araçlarına yönelimi sağlaması ve yeni gelişen teknolojilerde kirliliği önlemeye yönelik adımların sağlanması MTV’nin yeşile duyarlı vergi kapsamında ele alınmasını sağlamaktadır. OECD ülkelerinin birçoğu MTV uygulamasında hem araç alımı hem de kullanımında vergi oranlarını karbondioksit emisyonuna göre belirleyerek gerçekleştirmektedir (Çelikkaya, 2011:108). Ancak Türkiye’de MTV’ nin vergi tarifesi belirlenirken aracın yaşı ve silindir hacmi gibi kriterler baz alınmaktadır. Uygulanan kriterler doğrultusunda taşıtların çevre üzerinde yarattığı kirlilik oranının göz önüne alınmadığı aşıkardır. Çünkü motorlu araçların yaşı ilerledikçe vergi oranları düşmekle birlikte çevreye karşı olumsuz etkileri artış göstermektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde Türkiye’de uygulanan MTV çevre kirliliğine yönelik olmaktan ziyade mali amaçlarla uygulanmaktadır (Sezer ve Dökmen, 2018: 173).

SONUÇ

Çevre ve doğal kaynaklar, insanların ve diğer canlıların yaşamını sürdürebilmesi için önem arz etmektedir. Çevre canlıların yaşaması için gerekli ortamı sağlamanın yanı sıra ekonomik faaliyetlerin yapılabilmesi için kaynak sağlamaktadır. Çevre ve insan yaşamının ayrı düşünülmediği düzende çevrenin korunması için alınacak mali önlemler oldukça önemlidir.

Dünya’da 1970’lerde öne çıkan çevre vergileri doğal kaynakları verimli kullanmak, çevre tahribatını azaltmak ve sürdürülebilir kalkınma için ele alınmıştır. Bu amaçla dünyada çeşitli konferanslar, kongreler ve sözleşmeler yapılmıştır. Yapılan çalışmalar sonucunda çevre korunması ile ilgili uygulanabilir araçların; vergi politikası, sübvansiyon politikası, regülasyon ve kontroller olduğu ortak görüşüne varılmıştır. Bu politikalar arasından en hızlı sonuç veren vergi politikalarıdır. Çevre tahribatında Türkiye’de hava kirliliği, su kirliliği ve atık kirliliği en önemli çevre sorunlarından. Bu sorunların temel sebepleri fosil yakıt kullanımındaki fazlalık, hızlı nüfus artışı, gerekli çevre bilincinin olmaması ve çevre kirliliğini azaltabilecek politikalarındaki eksikliklerdir.

Türkiye’de çevrenin korunmasına yönelik yeşil vergi yeni bir politika sayılır. Türkiye’de yeşil vergi kapsamına ÇTV, geri kazanım katılım payı, ÖTV ve MTV girmektedir. Çevre kirliliğini ve doğa tahribatını azaltmak için sadece vergilerin yüksek oranda toplanması yeterli değildir aynı zamanda toplanan vergilerin çevre kirliliğini azaltıcı politikalara

yönlendirilmesi gerekmektedir. Türkiye’de yeşil vergi kapsamında alınan vergiler fosil yakıt tüketimini ve sera gazlarının yoğunluğunu azaltıcı, su kaynaklarını koruyucu ve geri dönüşümü etkin bir şekilde kullanıma yönlendirmeli ayrıca politikaların etkin olabilmesi için gerekli denetimler de yapılmalıdır.

Son olarak çevrenin küresel kamusal mal niteliği de dikkate alınması gereken bir diğer husustur. Bölgesel ya da yerel düzeyde alınacak önlemler kadar bunun küresel düzlemde de ciddiyetle ele alınması ve çözümler üretilmesi gerekmektedir. Türkiye bu noktada küresel iş birliklerinde bulunmalı ve bu küresel sorun karşısında çözüm üreten/mevcut çözümleri destekleyen bir aktör konumunda olmalıdır.

KAYNAKÇA

- 2872 Sayılı Çevre Kanunu, Kabul Tarihi: 9/8/1983 Yayımlandığı Resmi Gazete: Tarih: 11/8/1983 Sayı: 18132 <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2872.pdf> (Erişim Tarihi: 01.10.2021)
- Ağacan, İ. (2014). Çevre kirliliği sorunları ile mücadelelerde Türkiye’de uygulanan çevre vergileri ve çevre vergisi bilinci, Sakarya Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- Appannagari, R. R. (2017). Environmental pollution causes and consequences: a study. North Asian International Research Journal of Social Science and Humanities, 3.8: 151-161. https://www.researchgate.net/profile/Ramamohana-Reddy-Appannagari/publication/323944189_Environmental_Pollution_Causes_and_Consequences_A_Study/links/5ab3dfeea6fdcc1bc0c3f043/Environmental-Pollution-Causes-and-Consequences-A-Study.pdf (Erişim Tarihi: 02.10.2021)
- Belediye Gelirleri Kanunu Genel Tebliği. (2020). Sayı: 31349, Seri No: 53, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/12/20201229M1-6.htm> (Erişim Tarihi: 02.10.2021)
- Bilgin, S., & Orkunoğlu, I. F. (2010). Fiskal ve ekstrasfiskal amaçlar bağlamında 1970’lerden günümüze çevre vergileri. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 77-108. <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423881281.pdf> (Erişim Tarihi: 29.10.2021)
- Canpolat, SY. (2009). Çevre vergileri ve Türkiye uygulaması. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Bölümü Maliye Anabilim Dalı Mali Hukuk Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- Çelikkaya, A. (2011). Avrupa Birliği üyesi ülkelerde çevre vergisi reformları ve Türkiye’deki durumun değerlendirilmesi, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 97-120. <https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php> (Erişim Tarihi: 12.11.2021)
- Dikmen, S., & Çiçek, H. G. Avrupa Birliğinde çevre vergisi gelirlerinin karşılaştırmalı analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (57), 57-88. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesiibd/issue/58546/682132> (Erişim Tarihi: 30.10.2021)

- ECAVO. (2021). Causes & Effects Of Pollution: Consequences Of Pollution, Effects Of Pollution On The Environment. <https://ecavo.com/pollution-causes-effects/> (Erişim Tarihi: 05.10.2021)
- Ertekin, Ş., & Dam, M. (2020). Türkiye’de çevre vergilerinin çevresel etkileri üzerine bir değerlendirme. *Journal of Yaşar University*, 15, 66-87. <https://dergipark.org.tr/en/pub/jyasar/issue/52606/655644> (Erişim Tarihi: 29.10.2021)
- European Commission. (2021). Green Taxation – in support of a more sustainable future. https://ec.europa.eu/taxation_customs/green-taxation-0_en (Erişim Tarihi: 01.10.2021)
- Geyik, O., & Şeren, G. Y. (2021). Vergilerin Sosyal Harcamalar Özelinde Toplum Geri Dönüşü: Türkiye Üzerine Bir Analiz. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 17-28. <http://aksarayiibd.aksaray.edu.tr/en/download/article-file/1881507> (Erişim Tarihi: 29.10.2021).
- Jamali, T. (2007). Ekolojik vergiler. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Mali Hukuk Anabilimdalı. Doktora Tezi.
- Milne, J.E. (2007). Green Taxes And Climate Change: Theory And Reality. CESifo DICE Report 4/2007. <https://www.ifo.de/DocDL/dicereport407-forum2.pdf> (Erişim Tarihi: 01.10.2021)
- Mutlu, A. (2006). Küresel kamusal mallar bağlamında sağlık hizmetleri ve çevre kirlenmesi: Üretim, finansman ve yönetim sorunları. *Maliye Dergisi*, 150, 53-78. <https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/12/img-150.pdf#page=60> (Erişim Tarihi: 02.10.2021)
- OECD. (2011). Environmental Taxation A Guide for Policy Makers. <https://www.oecd.org/env/tools-evaluation/48164926.pdf> (Erişim Tarihi: 01.10.2021)
- OECD. (2019a). Environmental Performance Reviews Turkey HIGHLIGHTS 2019 (Erişim Tarihi: 12.11.2019)
- OECD. (2019b). Revenue Statistics. Special feature: Identifying environmentally-related tax revenues in Revenue Statistics. <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/52465399-en/index.html?itemId=/content/component/52465399-en> (Erişim Tarihi: 29.10.2021)
- Özdemir, B. (2009). Küresel kirlenme sürdürülebilir ekonomik büyüme ve çevre vergileri. *Maliye Dergisi*, 156, 1-36. <http://web.bilecik.edu.tr/onur-polat/files/2019/09/K%C3%BCresel-Kirlenme-S%C3%BCrd%C3%BClebilir-Ekonomik-B%C3%BCy%C3%BCme-ve-%C3%87evre-Vergileri.pdf> (Erişim Tarihi: 28.10.2021)
- Rahman, M. M., & Alam, K. (2021). Clean energy, population density, urbanization and environmental pollution nexus: Evidence from Bangladesh. *Renewable Energy*, 172, 1063-1072. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0960148121004596?casa_token=gJn

[0PtP8nRwAAAAA:oVyfguSm2UH5GcAF3ZSiDZ1Bmg8Zgsp9Ez6M0qy-XIyRk6RIOIAOA7YqAXyQinmd73OcTrraRg](https://doi.org/10.1501/0PtP8nRwAAAAA:oVyfguSm2UH5GcAF3ZSiDZ1Bmg8Zgsp9Ez6M0qy-XIyRk6RIOIAOA7YqAXyQinmd73OcTrraRg) (Erişim Tarihi: 02.10.2021)

- Rai, P.K. (2016). Particulate Matter and Its Size Fractionation. Chapter One. Biomagnetic Monitoring of Particulate Matter. <https://www.sciencedirect.com/topics/earth-and-planetary-sciences/environmental-pollution> (Erişim Tarihi: 01.10.2021)
- Samancı, M. Ve Karagöz, B. (2019). Türkiye’de Çevre Temizlik Vergisinin Değerlendirilmesi. Türkiye Siyaset Bilimi Dergisi. 2(2). 73-92. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/893941> (Erişim Tarihi: 01.10.2021)
- Sezer, Ö., & Dökmen, G. (2018). Kirleten Öder İlkesi Çerçevesinde Türkiye’de Çevre Vergileri Ve Negatif Dışsallıklar Sorunu. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (57), 163-181
- Şeren, G.Y. (2020). Tax as a Solution for Climate Change, [Grima, S.](#), [Özen, E.](#) and [Boz, H.](#) (Ed.) Contemporary Issues in Business Economics and Finance (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, Vol. 104), Emerald Publishing Limited, Bingley, 165-178. <https://doi.org/10.1108/S1569-375920200000104011>
- T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı. (2020). Türkiye Çevre Sorunları Ve Öncelikleri Değerlendirme Raporu (2019 Yılı Verileriyle). Ankara. <https://webdosya.csb.gov.tr/db/ced/icerikler/tu-rk-yecevresorunlariveoncel-kler-2020-20210401124420.pdf> (Erişim Tarihi: 02.10.2021)
- T.C. Kalkınma Bakanlığı. (2018). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023). Çevre Ve Doğal Kaynakların Sürdürülebilir Yönetimi, Çalışma Grubu Raporu. Ankara. https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/04/Cevre_ve_DogalKaynaklarinSurdurulebilirYonetimiCalismaGrubuRaporu.pdf (Erişim Tarihi: 05.10.2021)
- T.C.Anayasası. (1982). <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2709.pdf> (Erişim Tarihi: 13.11.2021)
- Toprak, D. (2006). Sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde çevre politikaları ve mali araçlar, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Volume: 2, S: 4. (Erişim Tarihi: 11.10.2021)
- TÜİK. (2018). İstatistiklerle Çevre. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Cevre-2018-33675> (Erişim Tarihi: 02.10.2021)
- Ukaogo, P. O., Ewuzie, U., & Onwuka, C. V. (2020). Environmental pollution: causes, effects, and the remedies. In *Microorganisms for sustainable environment and health* (Vol. 21, 419-429). Elsevier.

ISSN: 2791-9854

ussmad.journal@gmail.com

www.ussmad-journal.com