

İKTİSADİ VE İDARİ

BİLİMLERDE ULUSLARARASI ÇALIŞMALAR - I

Haziran 2023

EDİTÖRLER

PROF. DR. MUSTAFA METE

DR. ÖĞR. ÜYESİ AYTAÇ TOPTAŞ

DR. FUNDA MERMERTAŞ

Genel Yayın Yönetmeni / Editor in Chief • C. Cansın Selin Temana

Kapak & İç Tasarım / Cover & Interior Design • Serüven Yayınevi

Birinci Basım / First Edition • © Haziran 2023

ISBN • 978-625-6450-47-9

© copyright

Bu kitabın yayın hakkı Serüven Yayınevi'ne aittir.

Kaynak gösterilmeden alıntı yapılamaz, izin almadan hiçbir yolla çoğaltılamaz.

The right to publish this book belongs to Serüven Publishing. Citation can not be shown without the source, reproduced in any way without permission.

Serüven Yayınevi / Serüven Publishing

Türkiye Adres / Turkey Address: Kızılay Mah. Fevzi Çakmak 1. Sokak

Ümit Apt No: 22/A Çankaya/ANKARA

Telefon / Phone: 05437675765

web: www.seruvenyayinevi.com

e-mail: seruvenyayinevi@gmail.com

Baskı & Cilt / Printing & Volume

Sertifika / Certificate No: 47083

İKTİSADİ VE İDARİ

BİLİMLERDE ULUSLARARASI ÇALIŞMALAR-I

Editörler

PROF. DR. MUSTAFA METE
DR. ÖĞR. ÜYESİ AYTAÇ TOPTAŞ
DR. FUNDA MERMERTAŞ

İÇİNDEKİLER

Bölüm 1

TBMM'DE PARLAMENTO DIŞI BİR HÜKÜMET KURMA DENEMESİ:
SADİ IRMAK HÜKÜMETİ VE ANAYASAL BİR ÇÖZÜM ÖNERİSİNE
TEPKİLER

Alper GÜLBAY..... 1

Bölüm 2

DİJİTALLEŞEN BANKACILIK ORTAMINDA ŞUBE BANKACILIĞI
Seliha Seçil BAYRAM..... 21

Bölüm 3

AKTİVİZM, SOSYAL HAREKETLER VE KİTLESEL MOBİLİZASYON;
SOSYAL MEDYANIN ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA
Mahmut Turan EKTİREN 49

Bölüm 4

TÜRKİYE'DE İL ÖZEL YÖNETİMLERİNDE YENİDEN YAPILANMA
ÇALIŞMALARI
Arzu YILDIRIM, Aydın USTA 67

Bölüm 5

FİNANSAL BAŞARISIZLIK TAHMİNİ: TEKSTİL, GİYİM EŞYASI VE
DERİ SEKTÖRÜ ŞİRKETLERİNİN ANALİZİ
Alper OVA..... 83

Bölüm 6

GÜNCEL İŞGÜCÜ PİYASASINDA İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ
FONKSİYONLARININ DEĞİŞEN YAPISI: GİG EKONOMİSİ
Sergen GÜRSOY, Nuri ÇELİKER..... 97

Bölüm 7

STARTUP ŞİRKET KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ
Yasemin KARATEKİN ALKOÇ 117

Bölüm 8

TÜRKİYE'DE EKONOMİK FAKTÖRLERİN İÇ GÖÇ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Emre AKUSTA 125

Bölüm 9

YEŞİL PAZARLAMA (GREEN MARKETING)

Yasin YILMAZTÜRK, Funda DEMİROĞLU 143

Bölüm 10

MAKRO VERGİ PLANLAMA ARACI OLARAK YENİDEN DEĞERLEME ORANININ VERGİLEMEDE ÖLÇÜLÜLÜK İLKESİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Hakan ARSLANER, Deniz ÇİÇEK 163

Bölüm 11

TÜRKİYE'NİN COVID-19 PANDEMİSİ İLE MÜCADELESİNİN 2008 KÜRESEL KRİZİ PENCERESİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Özlem KOÇAK, Zaim Reha YAŞAR..... 187

Bölüm 12

KATILIM SİGORTACILIĞI SEKTÖRÜNÜN SWOT ANALİZİ İLE İNCELENMESİ

Ramazan BAŞ 209

Bölüm 13

İKTİSADİ ÇEVRE POLİTİKALARI VE YEŞİL DÜRTMELER

Süleyman AÇIKALIN 221

Bölüm 14

MYO ÖĞRENCİLERİNİN GÖZÜNDEN ZORUNLU STAJIN İSTİHDAM SÜRECİNE ETKİLERİ

Duygu Özyılmaz MİSİCAN..... 243

Bölüm 15

UZAY TAŞIMACILIĞI: YENİ BİR ÇAĞ

Uğur DEMİREL..... 275

Bölüm 1

TBMM'DE PARLAMENTO DIŞI BİR HÜKÜMET KURMA DENEMESİ: SADİ IRMAK HÜKÜMETİ VE ANAYASAL BİR ÇÖZÜM ÖNERİSİNE TEPKİLER

Alper GÜLBAY¹



¹ Dr. Öğr. Üyesi, Onbeş Kasım Kıbrıs Üniversitesi Uluslararası İlişkiler ve AB Bölümü, ORCID NO: 0000-0003-1456-7481, alpergulbay@hotmail.com

1. GİRİŞ

Türkiye’de 14 Ekim 1973’te gerçekleşen Milletvekili Genel Seçiminin ardından ilk hükümet yaklaşık üç buçuk ay sonra kurulmuştur. CHP-MSP Koalisyon Hükümetinin kurulmasına kadar olan süreçte yaşanan gelişmeler, 12 Eylül 1980 yılına kadar sürecek kargaşanın ve siyasal iktidarsızlığın bir anlamda habercisi olmuştur. 70’li yıllara, güçsüz, büyük zorluklarla ve pazarlıklar sonucu kurulan hükümetler, uzlaşamayan siyasal partiler damgasını vurmuştur (Gülbay, 2018, s. 156, 157).

Zoraki kurulan koalisyon hükümetlerine tanık olunan bu süreçte, demokratik siyasetin olağan bir unsuru olan çatışma, olağan dışı bir yapıya bürünerek kabul edilebilir sınırları aşmıştır. Siyasi yelpazede radikal uçlarda yer alan merkezkaç kuvvetlerin demokrasiye zarar verdiği görülmüştür. Partiler arasında uzlaşma gittikçe zorlaşmış, siyasal çatışma bir türlü sınırlandırılmamıştır. Anılan dönemde Türk halkı, farklılıkları ile bir arada yaşama imkânı bulamamış ve barış ortamından mahrum kalmıştır. Bu kapsamda, kutuplaşmalara ve kargaşa ortamına tanık olunan bu dönemin daha iyi anlaşılabilmesi, çalışmanın kavramsal çerçevesinin çizilmesini zorunlu kılmaktadır.

Demokrasi, *“Kamu siyasetine ilişkin önemli sorunlar hakkındaki temel belirleyici kararları bütün halkın pozitif veya negatif olarak aldığı ve almaya yetkili olduğu bir siyasal sistem”* şeklinde tanımlanabilir. Pozitif karar alma, siyasetin halktan kaynaklanması, siyaset önerilerini halkın başlatabilmesi, bir başka ifadeyle, halkın siyasette aktif olması anlamına gelirken; kararların negatif olarak alınması, halkın politika önerilerini sadece onaylamasını veya reddetmesini kapsamaktadır. Kararların negatif olarak alınması yönteminde vatandaşlar, doğrudan politikayı başlatamamakta, ancak bir başka kanaldan başlatılan politikalara onay vermekte veya önerilerine getirilen seçenekler arasından tercihte bulunmaya sevk edilmektedir (Erdoğan, 2004, s. 233, 234).

Demokrasi aynı zamanda iktidara ulaşmayı hedefleyen kurumsallaşmış bir rekabet sistemidir. Çatışma ve rekabet, demokrasinin olmazsa olmaz kavramlarıdır. Siyasal çatışmanın olduğu bir ortamda, çatışmanın çok yoğun bir hal alması olası olduğu gibi, bunun sivil barışı tehlikeye atacak bir toplum üretme riskine dönüşmesi de mümkündür. Demokrasilerde çatışma normal karşılanmakla birlikte, bunun çok fazla olmaması ve konsensüs ile yumuşatılması gerekir. Diğer taraftan rekabetin de dikkatli bir şekilde tanımlanmış ve evrensel kabul görmüş sınırlar içinde olması icap etmektedir (Diomand, 1990, s. 49). Bu bağlamda demokratik siyaset, farklılaşmanın doğal sonucu olarak gruplaşmayı ve çatışmayı içerir. Taraflar arasında *“agonistik”* bir ilişkinin kurulmasını savunan demokratik siyaset; dost-düşman ayrımı üzerine inşa edilen, keskin bir kutuplaşmayı içeren *“antagonistik”* siyaseti reddeder (Schmitt, 2014). Demokrasiler, içinde farklılığı, çoğulculuğu ve muhalefeti barındırması itibarıyla baskıcı rejimlerden ayrılır. Bu siyaset anlayışında çatışma, işbirliği ve

uzlaşma içinde rekabete dönüştürülür (Uslu, 2022, s. 570).

Öte yandan demokrasinin “*gereklilik*” koşulu, “*çoğunluk yönetimi*” olmasıdır. Ancak tarihsel seyir içinde çoğunluğa dayalı diktatörlerin seçilerek göreve geldiği yönetimlere tanık olunmuştur. Demokrasiyi öteki rejimlerden ayıran özellik, insanların temel hak ve özgürlüklerini içermesi açısından, demokrasinin “*yeterlik koşulu*”nda saklıdır (Kongar, 1997, s. 18). Bununla birlikte, çalışmamızın konusunu teşkil eden Sadi Irmak Hükümeti dönemi, demokrasinin “*gereklilik*” koşulunun oluşmadığı bir dönemi kapsamaktadır. 1973 seçimleri sonucu, hiçbir siyasal partinin Parlamentoda çoğunluk sağlayamayarak, tek başına hükümet kurmaya yetecek milletvekili sayısına sahip olamaması, beraberinde uzlaşma temelinde koalisyon arayışlarını gündeme getirmiştir.

Bu çalışmada Cumhurbaşkanınca onaylanan ancak Millet Meclisinde güvenoyu alamayan Sadi Irmak Hükümetinin hangi şartlar altında oluşturulduğu, neden Millet Meclisinin güvenine mazhar olamadığı, Irmak Hükümeti özelinde, “*uzlaşma*” kavramını Türk demokrasisinin neden benimseyemediği konuları üzerinde durulacaktır. Çalışmanın birinci başlığında Irmak Hükümetinin oluşumunu zorunlu kılan şartlar kronolojik bir şekilde incelenmiş, ikinci başlıkta Parlamento çatısı altında Irmak Hükümeti hakkında yapılan değerlendirmelere yer verilmiştir.

2. IRMAK HÜKÜMETİNİN KURULMASINI ZORUNLU KILAN ETMENLER

14 Ekim 1973 tarihinde yapılan seçimlerin ardından Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) 185, Adalet Partisi (AP) 149, Milli Selamet Partisi (MSP) 48, Demokratik Parti (DP) 45, Cumhuriyetçi Güven Partisi (CGP) 13, Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) 3, Türkiye Birlik Partisi (TBP) 1, Bağımsızlar 6 milletvekili kazandı (Gülbay, 2018, s. 139). Seçimler sonrasında hükümeti kurma görevi, Cumhurbaşkanı Fahri Korutürk tarafından seçimde birinci parti olan CHP’ye verildi. CHP lideri Bülent Ecevit, zaman kaybetmeden diğer parti liderleriyle görüşmelere başladı. Ancak Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM)’nde yeterli desteği olan bir Bakanlar Kurulu kurulamayacağı sonucuna vararak Cumhurbaşkanı Korutürk’ten hükümeti kurma görevinden bağışlanmasını istedi. Başka bir alternatifin denenmesi zorunluluğu ortaya çıkınca Korutürk, parti liderleriyle bir dizi görüşmelerde bulundu ve hükümeti kurma görevini AP lideri Süleyman Demirel’e verdi. Demokratik Parti, Demirel’i ima ederek, “*Başarısızlıkları sabit olmamış, yıpranmamış insanlardan*” kurulu bir koalisyonu tercih ettiklerini, bu yüzden AP’ni desteklemeyeceklerini bildirdi. CGP ve MSP ise Parlamentodaki sandalye sayılarının düğümü çözmeye yeterli olmadığını belirtti. Ecevit’e götürülen “*AP-CHP-MSP üçlü koalisyonu*” teklifi, ilginç bir şekilde, “*demokratik parlamenter usullerin dışında bir öneri*” gerekçeyle reddedildi. Sonuç olarak Demirel de, hükümeti kurmayı başaramadı ve görevi Cumhurbaşkanı Korutürk’e iade etti. 226 sayısına ulaşabilmenin şart ol-

duğu bir siyasal ortamda Korutürk, “CHP-AP Koalisyon Hükümeti” kurulmasını talep etti. Siyasal iktidarsızlığı muhtemelen ortadan kaldıracak bu önemli girişim, Ecevit ve Demirel arasındaki söz düellosu yüzünden sonuçsuz kaldı. DP lideri Ferruh Bozbeyleli’nin, “tarafsız ve partisiz bir başbakan” önerisini Ecevit uygun bulmadı. CHP lideri bu alternatifi, 12 Mart 1971 muhtıra sonrası kurulan ve 1973 yılı genel seçimlerine kadar devam eden ara dönem hükümetlerini kastederek, “ara rejim koşullarında bile içlerine sindiremedikleri bir formülü, normal rejim koşullarında uygun bulmadıkları” gerekçesiyle reddetti. “Milli Koalisyon” kurulması için görevlendirilen Kontenjan senatörü Naim Talu’nun da sonuç alamaması sonrasında, CHP ile MSP arasında görüşmeler sıklaştı. İki parti arasındaki koalisyon kurma çalışmaları ümit verici bir seyir takip etti.

Hükümeti kurma görevinin tekrar Ecevit’e verilmesi sonrasında, 7 Şubat 1974’te Bakanlar Kurulu’nun güven oylaması yapıldı. 373 üyenin katıldığı oylamada 235 kabul, 136 ret, 2 çekimser oy kullanıldı. Böylece I. Ecevit Hükümeti (37. Hükümet) nihayet kurulmuş oldu (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 07.02.1974, s. 549-561). Ancak Hükümetin kurulma evresinde, her iki partide karma hükümete direnenler çıktı. Bazı CHP’liler, MSP’nin din sömürücülüğü yaptığını iddia ederken; kimi MSP’liler, siyasi yelpazenin solunda yer alan CHP ile ortaklık kurmak istemedi (Arslan, 2010, s. 122-124). Koalisyonun iki ortağı arasındaki uyuşmazlık, Kıbrıs Barış Harekâtı’nın icrası esnasında da kendisini gösterdi. CHP, Atatürk’ün “Yurtta Sulh Cihanda Sulh” ilkesi etrafında tavır alırken; MSP, Fatih Sultan Mehmet’in “Fetih” ilkesini benimsedi. İkinci harekâtın nerede bitirilmesi konusunda Koalisyon Hükümetinin iki ortağı arasında ciddi görüş ayrılıkları yaşandı. Bununla birlikte Başbakan Ecevit, 1973 seçimlerinde kazandığı “Karaoğlan” imajına ilave olarak, TSK’nın başarıyla gerçekleştirdiği harekât sonrası “Kıbrıs Fatih”i” olarak da kamuoyunda sempati kazandı (Özdemir, 1995, s. 364-368).

Bu arada Kıbrıs Harekâtı öncesinde de hükümet ortakları arasında anlaşmazlıklar mevcuttu. Harekât sonrasında ilişkiler iyice sarsıldı. Ecevit’in muazzam prestij ve popülerlik kazanması, MSP lideri Necmettin Erbakan’ı adeta gözden düşürdü. Kazandığı saygınlığın partisini tek başına iktidara taşıyacağına inanan Ecevit, siyasal bir gafa imza atarak erken seçim istedi (Ahmad, 2014, s. 195, 196). Ulusal bir kahraman haline dönüşen Ecevit’in, Kıbrıs Barış Harekâtı’nın başarısını arkasına alarak erken seçim istemesi ve bu seçimde salt çoğunluğu elde edebileceğini düşünmesi, kendisini stratejik bir hataya sevk etti. İstifa edeceğini açıklayan Ecevit’in ön plana çıktığının farkında olan diğer parti liderleri, erken seçimi önlemek için çözüm yolu aramaya başladılar (Zürcher, 2014, s. 377).

Parlamentodaki siyasal partilerin sahip oldukları sandalye sayılarının güçlü bir hükümet kurmaya olanak sağlamaması, parti liderlerinin hükümet kurma konusunda yaşadığı görüş ayrılıkları, Kıbrıs Barış Harekâtı başarısını

arkasına alan Ecevit'i erken seçim istemeye yönlendirdi. Türkiye Büyük Millet Meclisinin görev ve yetkilerini tam olarak yerine getiremediğini ve ilk seçimde tek başına iktidara geleceğini düşünen Ecevit, Millet Meclisinin 12 Kasım 1974 tarihli oturumundaki konuşmasının bir bölümünde,

“Bu Parlamento kompozisyonu içinden sürekli ve güçlü bir Hükümet çıkarılma olanağı yoktur. Beş ayını Hükümet bunalımı ile geçirdiğimiz son bir yıl; bu Parlamento kompozisyonu içinden güçlü, istikrarlı, sürekli, tutarlı bir Hükümet çıkaramayacağını açıkça göstermiştir. Bunun da nedeni, benim görüşüme göre bellidir. Çünkü bu Parlamento daha bir yıl önce seçilmiştir; ama toplum öylesine hızlı ilerlemektedir ki, bu Parlamento çoğunluğu, şimdiden toplumun en az 10 yıl gerisinde kalmıştır” ifadelerini kullandı (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 12.11.1974, s. 89-91).

Yukarıda anlatılan gelişmelerin ardından, yaklaşık dokuz ay üç hafta süren I. Ecevit Hükümeti (26.01.1974 - 17.11.1974) sona erdi. CHP-MSP ortaklığının dağılmasından sonra yeni bir koalisyon hükümetinin kurulmasına yönelik çalışmaların sonuçsuz kalması üzerine, tarafsız bir parlamenter tarafından yeni hükümetin kurulmasını içeren bir başka yönetime başvuruldu. Bu yola başvurulmasında, *“partilere dayalı bir hükümet kurma çabalarının sürdürülmesinin, bunalımı uzatmaktan başka bir sonuç vermeyeceği”* düşüncesi etkili oldu. Belirtilen koşullar altında, Anayasa çerçevesinde başka bir alternatif olarak Parlamento içinden ve dışından atanacak bakanlarla bir hükümet kurma zorunluluğu ortaya çıktı.

12 Kasım 1974'te Cumhurbaşkanı Korutürk, Kontenjan Senatörü Sadi Irmak'ı¹ hükümeti kurmakla görevlendirdi. I. Ecevit Hükümeti dönemindeki siyasi gelişmeleri yakından takip eden Korutürk, *“Türkiye'nin kaderinin ve*

1 Sadi Irmak, genel oyla seçilen yüzelli üye ile Cumhurbaşkanınca seçilen onbeş üyeden kurulu Cumhuriyet Senatosunun, Cumhurbaşkanınca göreve getirilmiş bir üyesidir. “Mahmut Sadi Irmak, 1904 yılında Konya Seydişehir’de doğdu. İlköğrenimini, Rüştüye’yi ve Konya Sultanisi’ni birincilikle bitirip biyoloji öğretmenisi oldu. Aynı yıl İstanbul Hukuk Fakültesi’ne girdi. 1923 yılında Devlet Bursu ile Berlin Üniversitesinde tıp ve biyoloji öğrenimi görüp 1929 yılında tıp doktoru oldu. Hagen ve Düsseldorf hastanelerinde asistan olarak çalıştı. Yurda dönünce Ankara Hükümet Tabipliği ve Gazi Terbiye Enstitüsü biyoloji öğretmenliği görevlerinde bulundu. 1933 yılında İstanbul Tıp Fakültesi doçentliğini kazandı. 1940 yılında fizyoloji profesörü oldu. 1943 yılında Konya Milletvekili seçilip, aynı yıl Halkevleri Yüksek Danışma Kurulu Başkanlığı’na, sonra da Diyarbakır Bölge Müfettişliğine getirildi. 7 Haziran 1945’te Türkiye’nin ilk çalışma bakanı oldu. 1947’de Uluslararası Çalışma Konferansı ikinci başkanlığına seçildi. Eylül 1947’de bakanlıktan ayrıldı. CHP’nin 1950’de seçimleri kaybetmesi üzerine bir süre siyasetten uzaklaştı. 1950 yılında yeniden ilim ve meslek hayatına dönen Irmak, önce Münih, daha sonra İstanbul Tıp Fakültesi’nde akademik hayatını sürdürdü. 1974 yılında Kontenjan Senatörü seçildi. CHP’nin Milli Selamet Partisi (MSP) ile kurduğu koalisyon hükümetinin istifasından sonra 17 Kasım 1974’te partiler üstü hükümeti kurmakla görevlendirildi. Oluşturduğu hükümet için TBMM’de yapılan güven oylamasında, 450 milletvekilinden yalnızca 18’inin lehinde oy kullanması dolayısıyla güvenoyu alamamasına karşın 31 Mart 1975’e değin başbakanlık yaptı. 12 Eylül Darbesi’nden (1980) sonra 15 Ekim 1981’de kurulan Danışma Meclisi’ne Konya üyesi olarak atandı ve 27 Ekim’de bu meclisin başkanlığına seçildi. Irmak bu görevi TBMM Başkanlığına Necmettin Karaduman’ın 4 Aralık 1983’te seçilmesine kadar sürdürdü. 11 Kasım 1990 tarihinde İstanbul’da vefat etti.” (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 2014, s. 821, 822).

ülkenin güvenliğinin, kendi aralarında anlaşmazlığa düşmüş bir hükümetin sorumluluğuna terk edilemeyeceğini” belirterek Irmak Hükümeti (17.11.1974 - 31.03.1975)’nin EK-A’da sunulan Bakanlar Kurulu listesini onayladı (Korutürk: Meclisi görevini icraya davet kaçınılmaz bir ödevdi, 1974). 19 Kasım 1974’te “Yeniden kurulan bazı bakanlıklar ile Başbakan Sadi Irmak tarafından teşkil olunan Bakanlar Kurulu’na atanan bakanların listesine dair Cumhurbaşkanlığı tezkeresi” Millet Meclisinde okundu (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 19.11.1974, s. 111-115).

24 Kasım 1974 tarihinde Sadi Irmak tarafından Hükümet Programı Meclise sunulduğunda, Hükümetinin kurulmasını zorunlu kılan koşullar bizzat Başbakan tarafından şu şekilde açıklandı: I. Ecevit Hükümetinin çekilmesinden sonraki süreçte, siyasi partilerin yeni bir koalisyon kurmaya yönelik yoğun çalışmaları sonuçsuz kalmıştı. Parlamento aritmetiğinin dayattığı güçlükler, siyasi partilerin hükümetin kuruluşu konusunda görüş ayrılıkları içinde bulunması, “partilere dayalı hükümet kurma çabalarının sürdürülmesinin, bunalmı uzatmaktan başka bir sonuç vermeyeceği” düşüncesi, “ülkenin karşı karşıya bulunduğu iç ve dış sorunlar nedeniyle gecikmenin ağır sonuçlar doğuracağı” kaygısı, Anayasa çerçevesinde başka bir alternatif olan Irmak Hükümetinin kurulmasını zorunlu kılmişti. Irmak’a göre, partiler arasında anlaşma olanağı kalmaması durumunda, partiler dışı bir hükümet kurulması, demokratik bir tercihti ve diğer ülkelerde de önceden denenmişti. Irmak, hükümetinin işbaşında kalma süresinin, Parlamento çoğunluğuna dayalı bir koalisyon hükümetinin kurulması veya yeni bir seçim yapılmasına karar verilmesi durumunda sona ereceğini belirtti (Türkiye Büyük Millet Meclisi, 2013, s. 4372-4393).

3. IRMAK HÜKÜMETİNE TEPKİLER

24 Kasım 1974’te Bakanlar Kurulu programı, Türkiye Cumhuriyetinin 17. Başbakanı, 38. Cumhuriyet Hükümeti Başkanı Sadi Irmak tarafından okundugunda, hükümetin, bütün siyasî partilere karşı eşit, tarafsız ve saygılı bir tutum içinde bulunacağı belirtiliyordu. Programda, devlet dairelerine partizanlığın sızmasına ve partizan davranışlara imkân verilmeyeceği yer alıyordu. Irmak, hükümet olarak başlıca amaçlarının, kamu yönetiminde kesin bir tarafsızlığın sağlanması olduğunu ifade etti. Aynı zamanda, CGP’nin Parlamentodaki üyeleri arasından dört bakanın kabinde yer almış olmasının, bu partinin Hükümette bir koalisyon ortağı olarak bulunduğu anlamına gelmediğinin altını çizdi. Daha önce yapılan resmî açıklamalarda bu partinin Parlamentodaki üyeleri arasından bakan seçilmesini engellememe kararı aldığını vurguladı (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 24.11.1974, s. 131-144).

Hükümet Programı hakkında görüşmeler, Millet Meclisinde 27 Kasım 1974 tarihinde yapıldı. DP Grubu adına Mehmet Altınsoy, CGP Grubu adına Mehmet Altınyedioğlu, CHP Grubu adına Bülent Ecevit ve Turan Güneş, MSP Grubu adına Necmettin Erbakan, AP Grubu adına Süleyman Demirel;

şahısları adına, Alparslan Türkeş, Ali Acar ve Yasin Hatipoğlu söz aldılar.

DP Grubu adına söz alan Niğde Milletvekili Mehmet Altınsoy, Hükümet Programından ziyade, Irmak Hükümetinin kuruluş biçimine vurgu yaptı. *“Bu Hükümetin kuruluş şekli ve terkibi ne ölçüde demokrasi ve Anayasa gerçeklerini aksettirmektedir?”* sorusunu sordu. Sadi Irmak’ın çoğunluğu sağlamak için temaslarda bulunduğunu, DP, MSP ve CGP’nin çoğunluk hükümeti için *“evet”* dediklerini, ancak bu partilerin toplam üyelerinin Mecliste çoğunluk oluşturamadığını belirtti. AP veya CHP’den asgari bir tanesinin katılması halinde çoğunluğa dayalı hükümet kurulabildiğini, ancak bu iki partinin de Irmak Hükümetine katılmayı reddettiklerini ifade etti. Bu durumu, *“Cumhuriyet Halk Partisi ve Adalet Partisinin uzlaşmaz ve anlaşılmaz tutumu, karşımıza seneler sonra bir olağandışı hükümet modeli daha çıkardı.”* şeklinde tarif eden Altınsoy; Anayasanın temel yapısının Parlamenter Demokrasi esasına dayandığının altını çizerek, Irmak Hükümetinin partiler dışı hükümet olduğunu belirtti. Kabine üyelerine karşı kişisel bir güvensizlik içinde olmadıklarını, Irmak Hükümetinin iyi niyetle ve sorumluluk duygusuyla hareket ederek, bir *“acele hal hükümeti”* kurduğunu söyleyen Altınsoy; hükümetin güvenoyu alması halinde Meclislerle Hükümet arasında çalışma düzeninin aksaklıklara sebep olabileceğini, özellikle Bütçe Karma Komisyonunun teşekkül etmesi ve işlemesi süreçlerinin çok sıkıntılı olacağını savundu. *“Her ne olursa olsun, yeter ki bir hükümet olsun”* fikri ile hareket edilmemesi gerektiğini, Anayasa boşluklarını arayarak partiler dışı hükümet kurmanın, milletin de arzu etmeyeceği bir hal çaresi olduğunu açıkladı (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 27.11.1974, s. 157, 158).

CGP Grubu adına söz alan Kayseri Milletvekili Mehmet Altımyedioğlu, Başbakan Sadi Irmak’ın kişiliğine saygı duyduklarını, Hükümet Programının çok iyi hazırlandığını, programın memleketin ihtiyaçlarına cevap veren ciddi hususları içerdiğini belirtti. Irmak Hükümetinin, *“çeşitli çözüm yolları denendikten sonra, ülkeyi hükümet boşluğundan kurtarmak için bulunabilmiş son çözüm yolu”* olduğuna dikkat çekti. Tarafsız başbakan başkanlığında partiler dışı bir hükümet kuruluşunun, normal şartlarda başvurulacak bir yol olmadığını ifade eden Altımyedioğlu, hükümet boşluğunun yarattığı tehlikelerden korunmak için, zorunlu olarak böyle bir tercihe başvurulduğunu, Cumhuriyetçi Güven Partisi Grubu olarak Irmak Hükümetine güvenoyu vereceklerini açıkladı (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 27.11.1974, s. 158-162).

CHP Grubu adına söz alan Zonguldak Milletvekili Bülent Ecevit, başlangıçtan itibaren Sadi Irmak tarafından kurulan hükümetin Hükümet Programı ile ilgilenmediklerini, programda sadece erken seçim zorunluluğuna yeteri kadar ağırlık verilip verilmediği hususuna dikkat edeceklerini ifade etti. Anayasaya göre, siyasal partilerin demokrasinin vazgeçilmez unsurları olduğunu belirterek, siyasal partilere dayanmayan bir hükümetin, CHP’nin demokrasi anlayışına ters olduğuna vurgu yaptı. Ecevit’e göre, böyle bir hükümet, Anaya-

sanın demokrasi anlayışına da uygun değildi. Hükümetin kurulduktan sonra garip bir durumun oluşacağını, Anayasanın “*dışlilerinin*” birbirine uymayacağını, bu “*dışlilerin*” bir araya geldiği zaman ortaya işleyen bir “*makine*” çıkmayacağını belirtti. Bunun en belirgin kanıtının Bütçe Komisyonunda ortaya çıkacağını söyledi. Yaşanılan dönemde, ekonomileri en gelişmiş ülkelerde bile güçlü ve kararlı hükümetlere gerek duyulurken, Türkiye’de bu gerekliliğe fazlasıyla ihtiyaç duyulduğunun altını çizdi. Ülkenin uzun süre etkin bir hükümetten yoksun olmaması gerektiğini belirten Ecevit, “*uyumsuz koalisyonlar*” ve “*aşırı uzlaşmalarla*” ile sorunların çözülemeyeceğini belirtti (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 27.11.1974, s. 162-174).

MSP Grubu adına söz alan Konya Milletvekili Necmettin Erbakan, konuşmasında Irmak Hükümetinin Hükümet Programının her bir konu başlığı hakkında görüşlerini bildirmekle beraber, daha önce koalisyon ortağı oldukları CHP’ye yönelik pek çok eleştiriyi de beraberinde dile getirdi. CHP’nin “*Ben hiçbir icraat hükümeti içerisinde görev almam, mutlaka bir erken seçime gitmek lâzım gelir*” tarzında bir düşünceye sahip olduğunu ifade etti. Ecevit’in düşüncesinin,

“Efendim ben çok kısa bir zaman sonra seçime gidilmesini istiyorum; en geç Martta, Nisanda, Mayıs... Bu devreye kadar bana bir parti lazım. Bana ortak olacak ki ben iktidar olayım. Bu devreyi geçtikten sonra seçime gideceğim ve bu ortağımı da bir kenara iterek tek başıma iktidar olup yürüyeceğim. Binaenaleyh, şu beş, altı aylık devre için ihtiyacım olan, şu işi görececek kim var ortada”

şeklinde olduğunu iddia etti. Ecevit’in sarf ettiği “*Ya biter, ya biter*” sözü ile koalisyon kurulamayacağını, öte yandan diğer partilerin de CHP’nin “*arkasına takılarak*” erken seçim istediğini belirtti. En ufak bir zorlukla karşılaşılması halinde tekrar seçime gidilmemesi gerektiğini açıkladı. Sadi Irmak’ın, “*birkaç ay önce Kontenjan Senatörü olmuş muhterem bir kimse*” olduğunu; Irmak Kabinesinin, üç Kontenjan Senatörü, bir Tabii Senatör, dört CGP’ye mensup üyeden oluştuğunu ifade etti. MSP’nin, siyasal partileri esas alan bir demokratik sistemde, Irmak Hükümetinin kuruluş biçimini normal karşılamadığını, bunun normal bir çözüm yolu olmadığını belirtti. Erbakan’a göre, bu tarz kurulan hükümetler, “*hükümet buhranının*” değil, “*rejim buhranının*” çözümü olabilirdi (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 27.11.1974, s. 176-200).

AP Grubu adına söz alan Isparta Milletvekili Süleyman Demirel, konuşmasında Irmak Hükümeti hakkında görüşlerini belirtmekten ziyade, CHP’ye ve 1961 Anayasasına yönelik eleştiriler getirdi. 1961 Anayasasının yürürlüğe girdiği günden bu yana Türkiye’nin alışık olmadığı hükümet bunalımlarıyla karşı karşıya kaldığını iddia etti. Ülkenin koalisyon hükümetlerini 1961’den beri tecrübe ettiğini, 1961 Anayasasının icra yetkisini değiştirdiğini, icraya yetki değil, görev verdiğini, dolayısıyla 1961 Anayasasının “*güçlü bir icradan*

kaçtığı”, karşı karşıya kalınan meselenin sadece bir hükümet bunalımı olmadığını, meselenin Anayasadan kaynaklandığını ifade etti. Türkiye’nin demokrasiyi yaşatmaya gayret göstererek, 1961-1965 ve 1971-1973 dönemlerinin her birinde dört hükümeti denediğini, ancak bunların istikrarsızlığa neden olduğunu iddia etti. 1965 ve ardından gelen 1969 seçimlerinde Adalet Partisi’nin tek başına iktidar olduğunu, 12 Mart 1971 bunalımına gelinceye kadar Türkiye’de istikrarsızlık ve hükümet bunalımının görülmediğini belirtti. Sorunun, Sadi Irmak ve Kabine arkadaşlarından kaynaklanmadığını, meselenin özünü sistem sorununun teşkil ettiğini ileri sürdü. CHP’ye yönelik, “*Kıbrıs’ta şehit kanlarını oya tahvil etmek istiyor Cumhuriyet Halk Partisi... Cumhuriyet Halk Partisi ya kendisi hükümet olacaktır, ya başkasını hükümet yaptırmayacaktır; mesele budur, mesele budur; ya kendisi hükümet olacaktır, ya başkasını hükümet yaptırmayacaktır*” şeklinde eleştirilerde bulundu. Bunalımın çaresinin uzlaşmadan geçtiğini belirten AP lideri, şahısların bile kendi aralarında uzlaşmada sorun yaşarken, partilerin uzlaşmasının kolay olmadığını ifade etti. Irmak Hükümetinin Hükümet Programında, “*hükümetin tarafsız olacağı, partiler dışı olacağı ve icraatından kimsenin sorumlu olmayacağını*” yazılı olduğuna vurgu yaparken; tarafsız, çalışmalarından kimsenin sorumlu olmayacağı bir yürütme organının olanaksızlığına işaret etti. Demirel’e göre, Irmak Hükümetinin icraatlarından TBMM’deki siyasal partiler sorumlu değildi. “*Milletin önünde*” olmayan bir hükümetin icraatının hesabını kimin vereceğinin belli olmadığını, ancak güvenoyu verenlerin böyle bir hükümetin icraatından sorumlu olabileceğini söyleyerek, Irmak Hükümetinin demokratik teamüllerle bağdaştıramayacağını belirtti (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 27.11.1974, s. 201-221).

MHP Adana Milletvekili Alparslan Türkeş, Irmak Hükümetine gelen sürecin sebebinin, CHP’nin ve Ecevit’in “*fırsatları kendi lehine çevirme arzusu*”ndan kaynaklandığını ifade etti. Ecevit’in, Kıbrıs gibi önemli bir milli davanın çözüm süreci devam ederken ülkeyi hükümet bunalımına sürüklediğini ve sorumsuzca bir davranış sergilediğini belirtti. Irmak Hükümetinin, seçkin kişilerden, devletin önemli mevkilerinde görev yapmış liyakat sahibi, tecrübeli kişilerden oluştuğunu ifade etti. Irmak Hükümetine ait programın herhangi bir konu başlığına değinmedi, ancak programın birçok yönden tenkit edilecek durumda olduğunu iddia etti (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 27.11.1974, s. 221-224).

MSP Samsun Milletvekili Ali Acar konuşmasında daha çok CHP’ye yüklendi. Irmak Hükümetinin milli iradeye dayanmadığını, bu hükümetin kuruluş aşamasına nasıl gelindiğinin daha önemli olduğunu belirtti. CHP’nin, “*1950 yılından itibaren kaybettiği her seçimden sonra, milletin yanıldığını, bir daha seçim olursa doğruyu bulacağını ileri sürerek, yeniden seçim, erken seçim, yıldırım seçim avazları ile ortalığı telaşa verme hastalığı*”nda olduğunu iddia etti. Ecevit’i ima ederek, gelen nokta, “*Meclisin çatısı altındaki bir kısım siyasî partilerin ve bilhassa onların başındaki idareci kadronun peşin hükümlü ve katı*

tutumlu olmalarından” kaynaklanıyordu. Acar’a göre, bahse konu parti liderlerinin şahsî ve siyasî çıkarlarını ön planda tutmaları, Irmak Hükümetinin gündem konusu olmasına neden olmuştu (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 27.11.1974, s. 224-226).

Milletvekillerinin konuşmalarının ardından söz alan Başbakan Sadi Irmak eleştirilere cevap verdi. *“Hükümetin icraatlarından kim sorumlu olacak?”* sorusuna cevaben, tarafsız bir başbakan olarak kendisinin başkanlığında, partiler dışı bir hükümet kurduklarını, sorumluluğun kabinenin bütün üyelerinde olacağını belirtti. Partilere karşı tarafsız olduklarını, ancak tarafsızlığın *“pasiflik”* olarak anlaşılmaması gerektiğini, hükümet olarak gerçekleştirmek istedikleri fikirleri, önce millet iradesinin temsil edildiği Meclise getireceklerini, izin almadıkça bunların icrasına geçmeyeceklerini belirtti. Irmak, konuşmasında, *“Hükümet olarak istirhamım; şayet güven esirgenecekse ki hüürmetle karşılarız Yüksek Meclisin bu iradesini, o takdirde bu devrenin, yani bizim vekâleten bakma süremizin kabil olduğu kadar kısaltılmasını ve mümkün olan en kısa zamanda Meclisin geniş ölçüde güvenini kazanacak bir ekibin vazifeyi bizden devralmasını rica ederim.”* düşüncesine de yer ayırdı (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 27.11.1974, s. 230-234).

Irmak Hükümeti hakkında görüşmeler Cumhuriyet Senatosunda da yapıldı. Milli Birlik Grubu adına Tabii Üye Haydar Tunçkanat, CGP’nin katıldığı bu hükümete partiler dışı hükümet denemeyeceğini belirtti. 1961 seçimlerinden sonra kurulan Parlamentoda, Meclis aritmetiğinin tek başına hükümet kurmak için yeterli olmadığını, o zaman da partiler arasında benzer görüş ayrılıklarının olduğunu ifade etti. O koşullar altında Parlametontun kendi içinden ortak hükümetler çıkarabilme başarısını gösterdiğini, ancak gelineen noktada aynı başarının sergilenemediğini, bu durumun, sadece Parlamento aritmetiği ve partiler arasında derin görüş ayrılıkları ile açıklanamayacağını iddia etti. Kuruluş amaçları iktidara gelme olan siyasî partilerin, hükümet kurma ve iktidar olma konusunda isteksiz olduklarının, iktidar sorumluluğunu paylaşmak istemediklerinin altını çizdi. Tunçkanat’a göre, partilerin Irmak Hükümetine üye vermeye yanaşmamaları, bir isteksizliğin ve sorumluluk almak istememelerinin sonucuydu. Hükümet bunalımının kaynağının, 14 Ekim 1973 seçimlerine kadar geriye götürülebileceğini, seçimlerin yenilenmesinin bir çözüm olabileceğini belirterek, Irmak Hükümetine güvenoyu verilmemesi durumunda kamuoyunda tedirginliğin artacağını söyledi. 1961 Anayasası ile geçmişte olduğu gibi, gelinen aşamada da koalisyonların kurulabileceğini vurgulayan Tunçkanat, 1965 ve 1969 seçimlerindeki AP’nin tek başına iktidar olmasını ima ederek, *“Geçmişte aynı seçim kanunlarıyla bir parti tek başına iktidar olabilecek bir çoğunluğu iki kez sağlayarak parlamentoya girmiştir. Bugün oyların bir başka yöne kaymasından kaygı duyuluyorsa; bunu Anayasa ve seçim kanunlarından başka yerlerde aramak lâzımdır.”* şeklinde konuştu (Cumhuriyet Senatosu Tutanak Dergisi, 28.11.1974, s. 164-167).

Cumhurbaşkanınca seçilen üyeler grubu adına söz alan Nihat Erim, 1973 seçimlerinin hiçbir partiyi Millet Meclisinde tek başına çoğunluğa taşıyamadığını, bu nedenle ülkeyi hükümete bırakmamak için koalisyonlara başvurmak zorunluluğunun doğduğunu belirtti. Ancak koalisyonlarla hükümet kurma alışkanlığı ve geleneğinin Türkiye’de henüz yerleşmediğini, bundan ötürü güçlüklerle karşılaşıldığını belirten Erim, 1973 seçimlerinden sonra ilk hükümetin yüz günden önce kurulamadığına dikkat çekti. Önemli olan hususun devletin hükümete kalmaması olduğunu, Cumhurbaşkanının yapabilecek olanı uyguladığını ve devleti hükümete kalmaktan kurtardığını, Sadi Irmak Hükümetinin başka çare bulunmadığı için kurulduğunu hatırlattı. Seçmenlerin, siyasal partilerin Irmak Hükümetine güvenoyu vermemesini, ancak “*güvenoyu alabilecek başka bir hükümet kurabilme olanağının belirmesi halinde*” anlayışla karşılayabileceğini ifade etti (Cumhuriyet Senatosu Tutanak Dergisi, 28.11.1974, s. 168-171).

AP Grubu adına söz alan Kocaeli Senatörü Lütfi Tokoğlu, daha çok CHP’yi ve Ecevit’i hedef alan bir konuşma yaptı. CHP Grubu adına söz alan İstanbul Senatörü Fikret Gündoğan, hükümet üyelerinin Parlamento dışından belirlenmesine yönelik eleştirilerde bulundu. Gündoğan’a göre, hükümetlerin kurulması bağlamında 1961 Anayasasının ruhunda, siyasal partilerin mutlaka yer aldığı bir anlayış mevcuttu. Bu konuda düşüncesini,

“Gerekirse dışardan bakan alınmasına müsaade etmiş bir maddeye bakarak, bir hükümetin tüm üyelerini Parlamento dışından almakla kurulacak hükümetler, Anayasanın 102’nci maddesinin dışındaki bütün maddelerce âdetâ önlenmiş, yasaklanmış diyemeyeceğim; ama âdetâ önlenmiş, arzu edilmemiş bir hükümet biçimi ve modelidir. Nasıl kanıtlarsınız diye sorarsanız, Anayasaya göz attığınızda, bir küçük gezinti yaptığınız vakit Anayasa maddeleri içinde, görürsünüz ki, Türk demokrasisi siyasî partiler temeline dayalı bir demokrasidir. ‘Siyasi partiler ister muhalefette, ister iktidarda olsunlar demokrasinin vazgeçilmez öğeleridir’ diye çok kesin, heykel salâbetinde bir 56’nci madde vardır.”

şeklinde dile getirdi (Cumhuriyet Senatosu Tutanak Dergisi, 28.11.1974, s. 188-189).

Şahsı adına söz alan Kayseri Senatörü Hüsnü Dikeçligil, Meclisin demagojiye ihtiyaç duymadığını, demagogların -Ecevit’i ima ederek- ülkelerini felakete sürüklediklerini belirterek konuşmasına başladı. Bir partinin, bir diğeriyle koalisyon kurmak istediğini, ancak sarf edilen “*Hazıranda seçimi kabul edersen... illâ benim dediğim dedik olacak...*” tarzında beyanların yakışıksız olduğunu söyledi. Türkiye’yi hükümete bırakmaya kimsenin vicdanının razı olmayacağını ifade eden Dikeçligil, erken seçimin gündemde olduğunu, fakat hükümete seçim olmayacağını anlattı. Ülkenin bütçesinin hazırlanması ge-

rektiğini, bununla birlikte bir hükümet buhranının yaşandığını vurguladı. Bu durumu yaşatmaya hiçbir liderin hakkının olmadığını, Türkiye’de “liderler sultasının” kalkması gerektiğinin altını çizdi. Ülkenin bir hükümete kavuşması anlamında Cumhurbaşkanının vazifesini yaptığını, Irmak Hükümetinin anayasaya uygun olduğunu, siyasi partilerin anlaşıp bir başka hükümet kuruluncaya kadar Irmak Hükümetine olumlu oy vermeleri gerektiğini belirtti. Türkiye Cumhuriyetinin hükümete kalmamasına hiçbir Türk vatandaşının rıza göstermeyeceğini de sözlerine ekledi (Cumhuriyet Senatosu Tutanak Dergisi, 28.11.1974, s. 190-192).

Bursa Senatörü İhsan Sabri Çağlayangil konuşmasında, Irmak Hükümetinin kurulma şekli değişik olan bir hükümet olduğunu, dolayısıyla programının da değişik olması gerektiğine işaret etti. Bu hükümetin millete değil Meclise karşı sorumlu olduğunun anlaşıldığını, dolayısıyla Hükümet Programında “devralınan hususların envanterinin” belirtilmiş olmasının gerekli olduğunu iddia etti. Çağlayangile göre, hükümetin nasıl sorumlu tutulacağı belirsizdi. Düşüncelerini,

“Matlup belli olsun ki, zimmeti meydana çıksın. Nedir devraldığı? Sonunda nasıl sorumlu tutacağız? Böyleydi, şimdi böyle oldu diyebilmek için dayanabileceğimiz muta nedir? Burası karanlık. İşte ben diyordum ki, bu hükümet huzurumuza gelirken deseydi ki, ben bir zaruretlerin mahsulüyüm, bir bunalımın çaresiyim, geldim, böyle kurulabildim, şu söylediğim icraatı yapacağım, şunu devraldım, bırakacağım şeylerden benden hesap isteyebilirsiniz. Bu yoktur ve bu olmayınca da işin zembereği yoktur.”

şeklinde ifade etti (Cumhuriyet Senatosu Tutanak Dergisi, 28.11.1974, s. 209-211).

Yozgat Senatörü Süleyman Ergin, Irmak Kabinesinin Anayasaya uygun olarak kurulmuş olsa da, güvenoyu alması halinde Anayasada belirtilmemiş bir takım uygulamaların içine girmek durumunda kalacağını iddia etti. Bunu, “Özellikle Bütçe Komisyonu teşkilinde iktidar partisinden olması gereken 30 üye meselesi, partilere dayanmayan bu Kabine için halen çözümlenmemiş bir problem olarak ortadadır.” şeklinde örneklendirdi. Irmak Hükümetinin, “her icraat için siyasi parti gruplarını ikna etme” gibi bir takım güçlüklerle maruz kalacağını ileri sürdü. Öncesinde büyük güçlüklerle karşı karşıya kalınacağını bilmesine karşın Sadi Irmak’ın hükümeti kurmuş olmasını büyük bir fedakârlık olarak değerlendirdi. İcraat yapması oldukça güç olan böylesi bir hükümetin kurulmasının, MSP hariç, diğer partilerin uzlaşmaz tutumlarından, kabul edilmesi mümkün olmayan ön şartlarından, cesaretsiz ve kararsız tutumlarından kaynaklandığını iddia etti. Liderlerin, “benim canım seçim istiyor” şeklinde tavır takınmamaları gerektiğinin de altını çizdi (Cumhuriyet Senatosu Tutanak Dergisi, 28.11.1974, s. 211-213).

Yukarıda görüldüğü gibi, TBMM’de hükümet programı ile ilgili yapılan görüşmelerde, Ecevit’in erken seçim istemesinin yersizliğine yönelik ciddi eleştirilerde bulunuldu. Konuşmacıların hedefinde olan Ecevit’in Irmak Hükümetine karşı oluşu, bu hükümeti daha önce 12 Mart rejimi döneminde kurulmuş Erim Hükümeti’ne benzetmesinden kaynaklanıyordu. Zira Ecevit’e göre, “*beyin takımı*” olarak adlandırılan bu ara dönem hükümeti “*halk desteğinden yoksun*” idi. (Ertuğrul, 2009, s. 117). Irmak Hükümeti de benzer şekilde Ecevit’e göre Parlamento dışı bir oluşumdu ve halk desteğinden yoksundu.

Dışişleri eski Bakanı Turan Güneş de, anayasanın siyasal partileri demokrasinin vazgeçilmez unsurları olarak tanımladığını belirterek, Irmak Hükümetinin Parlamento içindeki siyasal partilere mensup olmayan veya partilerle bağlarını koparmış kişilerden oluştuğunu, bir başka deyişle, birkaç CGP’ye mensup siyasetçiler tarafından kurulduğunu ifade etti (CHP Sözcüleri ile DP Genel Başkanı Irmak Hükümetinin Güvenoyu Alamayacağını Açıkladılar, 1974).

Müteakiben 29 Kasım 1974’te Başbakan Sadi Irmak tarafından kurulan Bakanlar Kurulu için güven oylaması yapıldı. Oylamada 17 kabul, 358 ret, 3 muteber sayılmayan oy çıktı. Böylece Sadi Irmak tarafından kurulan Hükümet, Millet Meclisinden güvenoyu alamadı. Güven oylamasında; MHP Adana Milletvekili Alparslan Türkeş, CGP Ağrı Milletvekili Rıza Polat, MHP Ankara Milletvekili M. Kemal Erkovan, (Bağımsız) Bitlis Milletvekili Muhyettin Mutlu, CGP Bolu Milletvekili Kemal Demir, CGP Gaziantep Milletvekili İmam Hüseyin İncioğlu, CGP İstanbul Milletvekili İlhami Sancar, CGP Kastamonu Milletvekili Hasan Tosyalı, CGP Kayseri Milletvekili Mehmet Altmışyedioğlu, CGP Kayseri Milletvekili Turhan Feyzioğlu, CGP Konya Milletvekili Vefa Tanır, (Bağımsız) Mardin Milletvekili İbrahim Aysoy, CGP Mardin Milletvekili Talat Oğuz, (Bağımsız) Muş Milletvekili Kasım Emre, CGP Van Milletvekili İhsan Bedirhanoglu, CGP Van Milletvekili Mehmet Salih Yıldız, MHP Yozgat Milletvekili Ali Fuat Eyüboğlu kabul oyu verdiler. (Millet Meclisi Tutanak Dergisi, 29.11.1974, s. 246-255).

Irmak Hükümetinin güvenoyu alamamasının temelinde, 1961 Anayasasının 102. maddesi ile 56. maddesinin parlamenterler tarafından farklı anlaşılması ve yorumlanması yatmaktaydı. Buna göre 102. madde Başbakanın, Cumhurbaşkanınca, TBMM üyeleri arasından atanmasını şart koşmakta; öte yandan bakanların, milletvekili seçilme yeterliğine sahip olanlar arasından Başbakanca seçileceğini ve Cumhurbaşkanınca atanacağını belirtmekteydi. 56. Madde ise siyasî partilerin, ister iktidarda ister muhalefette olsun, demokratik siyasî hayatın vazgeçilmez unsurları olduğuna vurgu yapıyordu.² Bu

2 1961 Anayasasında 56 ve 102’nci maddeler şu şekildedir:

MADDE 56.- (Özgün hali) Vatandaşlar, siyasî parti kurma ve usulüne göre partilere girme ve çıkma hakkına sahiptir. Siyasî partiler, önceden izin almadan kurulur ve serbestçe faaliyette bulunurlar.

Siyasî partiler, ister iktidarda ister muhalefette olsunlar, demokratik siyasî hayatın vazgeçilmez unsurlarıdır.

bağlamda, partiler dışı hükümet görünümü veren, TBMM dışından seçilen, milletvekili olmayan ancak milletvekili seçilme yeterliliğine sahip olan bakanların sayıca fazla olduğu bir oluşumu temsil eden Irmak Hükümetine, Millet Meclisine 1973 seçimleri ile girmiş olan partiler tepki gösterdiler.

Güven oylamasının ardından Sadi Irmak istifasını Cumhurbaşkanı Korumak'tan sundu. Korumak, hükümetin istifasını kabul etmekle birlikte, Irmak'tan, yeni bir hükümet kuruluncaya kadar Bakanlar Kurulunun görevini sürdürmesini istedi (Irmak istifa etti, 1974). Korumak, 1 Mart 1975'te hükümeti kurmak için tekrar Sadi Irmak'ı görevlendirdi. Başbakana bütün siyasi partilerin yardımcı olması gerektiğini ifade etti. *"Siyasi partilerin görüş ayrılıklarını ve demokrasilerde muhalefetin şart olduğunu öne sürmek mazeretlerinin geçerli olmadığı günler içinde değiliz"* şeklinde bir değerlendirmede bulundu. Bunaldan kurtulmanın çaresinin, millî koalisyon ve erken seçim olduğunu belirtti (Cumhurbaşkanı: Çare millî koalisyon ve erken seçimdir, 1975). Hükümeti kurmakla yeniden görevlendirilen Irmak, iki tur süren girişimleri sonucu *"Millî Koalisyon"* ve *"geniş tabanlı hükümet"* yöntemlerinin başarıya ulaşamaması üzerine görevi iade etti (Millî koalisyon ve geniş tabanlı hükümet girişimi sonuçsuz kalınca Irmak görevi iade etti, 1975).

Sonuç olarak, Ecevit'in yaklaşık üç sene önce erken seçim istemesi stratejik bir hataydı. AP, MSP, MHP ve CGP, kendi aralarında ittifak yaparak, bu süreç içerisinde bir *"Milliyetçi Cephe"* oluşturdular. Böylece siyasi yelpazenin sağında yer alan *"dağınmak"* partilerin ortak bir cephe kurmalarının önü açıldı (Tomuş, 1997, s. 279). Demirel, kendisiyle işbirliği yapmayan partilerin, *"Ecevit'in erken seçim önerisini desteklemiş"* olacağını ileri sürdü. DP'lerin bir kısmını *"bölme"* başarısı göstererek, koalisyonu oluşturan partilerin mensuplarına adeta *"bakanlık rüşveti"* verdi. Yüz otuz dört gün süren Irmak Hükümetinin sona ermesini müteakip IV. Demirel Hükümeti (31.03.1975-21.06.1977) nihayet kurulabildi. Hükümet, 218 ret oyuna karşı, 222 kabul oyuyla güvenoyu alabildi. Bıçak sırtı kurulan hükümette, bakanlıkla ödüllendirilen MSP ve MHP, Demirel'in kendilerine bağımlı olduğunu bildiklerinden nüfuzlarını görülmemiş bir şekilde kullandı. Böylece *"I. Milliyetçi Cephe Hükümeti"*, solun ilk defa ciddi bir şekilde tek başına iktidar olma olasılığına karşı, sağın bir tepkisi şeklinde kurulmuş oldu ve siyaset sahnesinde yerini aldı (Gülbay, 2018, s. 173, 174).

4. SONUÇ

Irmak Hükümeti (17.11.1974 - 31.03.1975), CHP-MSP Koalisyon Hükümetinin kendi aralarında anlaşmazlığa düşüp dağılması sonrasındaki süreçte kurulmuştur. Millet Meclisinde sandalyesi olan partilerin uzlaşamamalarının,

MADDE 102.- Bakanlar Kurulu, Başbakan ve Bakanlardan kuruludur. Başbakan, Cumhurbaşkanınca, Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeleri arasından atanır. Bakanlar, Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeleri veya milletvekili seçilme yeterliliğine sahip olanlar arasından Başbakanca seçilir ve Cumhurbaşkanınca atanır. (Önceki Anayasalar, <https://www.anayasa.gov.tr/tr/mevzuat/oncelki-anayasalar/1961-anayasasi>)

ortak hareket edememelerinin ve hükümet kurmaya yönelik somut adımlar atamamalarının sonucu ortaya çıkmıştır. Ülkenin karşılaştığı iç ve dış sorunlara çözüm üretecek bir hükümetin kurulamamasının doğuracağı sakıncalar Irmak Hükümeti ile giderilmek istenmiştir.

“Siyasal bir gafa” imza atarak ortak hükümetten çekilen Ecevit, kabineyi ve ülkeyi “başsız” bırakmış, yapılacak bir erken seçimle tek başına iktidar olmayı hedeflemiş, çoğunluğu Parlamento dışından üyelerden kurulu bir oluşum olan Irmak Hükümetine destek vermemiştir. 1973 seçimiyle Meclise giren, I. Ecevit Hükümeti ile “*kabinede olmanın tadına varan*” MSP ise, “*en ufak bir zorlukta seçime gidilmemesi*” yönünde bir tavır takınmış, kendisinin yeniden yürütme organı içinde olmayacağı bir çözüme sıcak bakmamıştır. Irmak Hükümetinden ziyade, CHP ve Ecevit’e yönelik tepki gösteren AP’ne ilave olarak, DP de kuruluş tarzını benimsemediği bu hükümete karşı tavır takınmıştır. Böylece yeni bir hükümetin kurulmasına yönelik çabalar, Parlamentodaki mevcut partiler arasında anlaşma olanağının kalmaması yüzünden sonuçsuz kalmıştır.

Irmak Hükümetine uzanan süreçte, önce Parlamentoda yer alan siyasal partilere dayalı tüm çözüm yolları denenmiş ancak uzlaşma sağlanamamıştır. Özellikle Mecliste en çok sandalyeye sahip iki partinin -CHP ve AP’nin- uzlaşmaz tutumu, Parlamento çatısı altında bir çoğunluk hükümeti kurulamamasında, Irmak Hükümetinin güvenoyu alamamasında ve hatta 12 Eylül Askeri Müdahalesine giden sürecin yaşanmasında rol oynamıştır. Halk desteğine sahip siyasi partilere şans tanınmasının ardından anlaşma sağlanamaması ve bir boşluk oluşması üzerine, daha önce müracaat edilmemiş bir yöntem denenmiştir. Cumhurbaşkanı Fahri Korutürk, devleti hükümete bırakmamış, TBMM dışında bir oluşumu -yasal bir seçeneği- devreye sokmuştur. Böylece ister istemez 1961 Anayasası çerçevesinde başka bir çözüm yoluna başvurulmuş, Parlamento dışından atanan bakanlarla Irmak Hükümeti kurulmuştur. Dolayısıyla Irmak Hükümeti, partilere dayalı bir hükümet kurulamaması üzerine, bir zorunluluk ve “*siyasal çaresizlik*” sonucu tercih edilmiştir. Parlamento çoğunluğu, bir yandan aralarında uzlaşıp koalisyon hükümetinin kurulmasına yönelik katkı sağlamazken, bir yandan kendilerinin yer almadığı Parlamento dışı bir seçenek olan Irmak Hükümetine -arzu edilmeyen son bir çözüm yoluna- karşı çıkmıştır. Bu yolda sorunlarla karşılaşılacağı önceden belli olduğu halde, Sadi Irmak büyük bir cesaretle hükümeti kurmayı kabul etmiştir.

Hükümet Programı hakkında görüş bildiren siyasiler, Sadi Irmak ve Kabin arkadaşlarının niyet ve şahsiyetlerinden memnuniyetlerini belirtirken, partileri dışlayan kuruluş biçiminden yana eleştirilerini çokça dillendirmişlerdir. Siyasi partilerin, Anayasayı (özellikle 56 ve 102’nci maddelerini) ve parlamenter düzeni değişik yorumlamaları, görüş açılarındaki farklılıklar, ülke sorunlarını ele alış noktalarındaki değişiklikler, Irmak Hükümetinin güvenoyu alamamasında etkili olmuştur. Temelini Anayasa anlayışından doğan uyumsuzluğun oluşturduğu bunalım; siyasilerin dünya görüşlerindeki farklılıklar, siyasi olay-

lara karşı farklı tutum sergilemelerinin sonucu çözüme kavuşturulamamıştır. Bununla birlikte, Irmak Hükümetinin güven oylamasında CGP ve MHP olumlu yönde oy kullanırken, Parlamentonun ezici çoğunluğu ret oyundan yana tercihini kullanmıştır.

O günkü şartlar altında kurulan Irmak Hükümetinin Parlamentonun güvenini kazanamamasının ve göreve başlayamamasının en temel nedeni, siyasal partiler arasında uzlaşma kültürünün yerleşmemiş olması oluşturmaktadır. Irmak Hükümetini, *“koalisyonların uyumlu ve koordineli bir şekilde çalışmasına, siyasi partiler arasında konsensusun sağlanmasına katkı sağlayacak kullanılmamış bir fırsat”* olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak Türk Siyasi Tarihi ne yenilik getirecek, uzlaşma kültürünün yerleşmesine yardımcı olacak, Türk Demokrasi Tarihine örnek teşkil edecek bir anayasal çözüm önerisi TBMM’de karşılık bulmamıştır.

KAYNAKÇA

- Ahmad, F. (2014). *Modern Türkiye'nin Oluşumu*, İstanbul: Kaynak Yayınları, 12. Basım.
- Arslan, E. (2010). Cumhuriyet Dönemi Demokratikleşme Faaliyetleri. *İçinde Siyasal İstikrarsızlık, Anarşi ve Terörün Tırmanışı, 12 Eylül Askeri Müdahalesine Giden Yol* (s. 111-212). Ankara: Atatürk Araştırma Merkezi.
- CHP Sözcüleri ile DP Genel Başkanı Irmak Hükümetinin Güvenoyu Alamayacağını Açıkladılar. (1974, 18 Kasım). *Cumhuriyet Gazetesi*, 1.
- Cumhurbaşkanı: Çare milli koalisyon ve erken seçimdir. (1975, 02 Mart). *Cumhuriyet Gazetesi*, 1.
- Cumhuriyet Senatosu Tutanak Dergisi. (28.11.1974). Cilt 18, Toplantı 14, 9'uncu Birleşim.
- Diamond, L. (1990). Three Paradoxes of Democracy, *Journal of Democracy*, (s. 48-60). 1(3).
- Erdoğan, M. (2004). *Anayasal Demokrasi*, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Ertuğrul, İ. (2009). *1923-2008 Cumhuriyet Tarihi El Kitabı*, Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- Gülbay, A. (2018). *Kısrı Seçimler ve Bunalımlı Yıllar*, İstanbul: Cinius Yayınları.
- Irmak istifa etti. (1974, 30 Kasım). *Milliyet Gazetesi*, 1.
- Kongar, E. (1997). *Demokrasi ve Laiklik*, İstanbul: Emre Kitabevi.
- Korutürk: Meclisi görevini icraya davet kaçınılmaz bir ödevdi.(1974, 18 Kasım). *Cumhuriyet Gazetesi*, 1.
- Millet Meclisi Tutanak Dergisi. (07.02.1974). Dönem 4, Cilt 1, Toplantı 1, 38'inci Birleşim.
- Millet Meclisi Tutanak Dergisi. (12.11.1974). Dönem 4, Cilt 7, Toplantı 2, 5'inci Birleşim.
- Millet Meclisi Tutanak Dergisi. (19.11.1974). Dönem 4, Cilt 7, Toplantı 2, 8'inci Birleşim.
- Millet Meclisi Tutanak Dergisi. (24.11.1974). Dönem 4, Cilt 7, Toplantı 2, 9'uncu Birleşim.
- Millet Meclisi Tutanak Dergisi. (27.11.1974). Dönem 4, Cilt 7, Toplantı 2, 10'uncu Birleşim.
- Millet Meclisi Tutanak Dergisi. (29.11.1974). Dönem 4, Cilt 7, Toplantı 2, 11'inci Birleşim.
- Milli koalisyon ve geniş tabanlı hükümet girişimi sonuçsuz kalınca Irmak görevi iade etti. (1975, 14 Mart). *Cumhuriyet Gazetesi*, 1.
- Önceki Anayasalar (b.t.). 1961 Anayasası. <https://www.anayasa.gov.tr/tr/mevzuat/on->

ceki-anayasalar/1961-anayasasi.

Özdemir, H. (1995). *Türkiye Cumhuriyeti*, İstanbul: İz Yayıncılık.

Schmitt, Carl. (2014). *Parlamentar Demokrasinin Krizi*, Ankara: Dost Yayınları.

Tombuş, İ. (1997). *Politikada 41 Yıl*, Ankara: İzgi Yayınları.

Türkiye Büyük Millet Meclisi. (2014). *Başbakanlarımız ve Genel Kurul Konuşmalar*, Cilt 7, Ankara: TBMM Basımevi.

Türkiye Büyük Millet Meclisi. (2013). *Hükümetler-Programları ve Genel Kurul Görüşmeleri*, Cilt 6, Ankara: TBMM Basımevi.

Uslu, C. (2022). Keskin Siyasi Kutuplaşma ve Demokratik Siyasete Olumsuz Etkileri. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (s. 556-581). 24/2.

Zürcher, E.J.(2014). *Modernleşen Türkiye'nin Tarihi*, İstanbul: İletişim Yayınları, 29. Baskı.

EK-A Sadi Irmak Hükümetine Ait Bakanlar Kurulu Listesi

Başbakan	Ord. Prof. Dr. Sadi Irmak, Çalışma eski Bakanı - Cumhuriyet Senatosu Üyesi
Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcısı	Zeyyat Baykara, Devlet eski Bakanı, Cumhuriyet Senatosu Üyesi
Devlet Bakanı	Mehmet Özgüneş, Devlet eski Bakanı - Cumhuriyet Senatosu Üyesi
Devlet Bakanı	Muhlis Fer, Çalışma Bakanlığı eski Müsteşarı ve Başbakanlık eski Müsteşar Yardımcısı
Devlet Bakanı	Salih Yıldız, Van Milletvekili
Adalet Bakanı	Hayri Mumcuoğlu, Adalet eski Bakanı, Cumhuriyet Senatosu Üyesi
Milli Savunma Bakanı	İlhami Sancar, Milli Savunma eski Bakanı, İstanbul Milletvekili
İçişleri Bakanı	Mukadder Öztekin, İçişleri eski Bakanı, Cumhuriyet Senatosu Üyesi
Dışişleri Bakanı	Melih Esenbel, Washington Büyükelçisi
Maliye Bakanı	Prof. Dr. Bedri Gürsoy, Ankara Üniversitesi Öğretim Üyesi
Millî Eğitim Bakanı	Prof. Dr. Safa Reisoglu, Ankara Üniversitesi Öğretim Üyesi
Bayındırlık Bakanı	Dr. Vefa Tanır, Sağlık ve Sosyal Yardım eski Bakanı, Konya Milletvekili
Ticaret Bakanı	Prof. Dr. Halûk Cillov, İstanbul Üniversitesi Öğretim Üyesi
Sağlık ve Sosyal Yardım Bakanı	Dr. Kemal Demir, Sağlık ve Sosyal Yardım eski Bakanı, Bolu Milletvekili
Gümrük ve Tekel Bakanı	Doç. Dr. Baran Tuncer, Ankara Üniversitesi Öğretim Üyesi
Gıda - Tarım ve Hayvancılık Bakanı	Prof. Dr. Reşat Aktan, Ankara Üniversitesi Öğretim Üyesi
Ulaştırma Bakanı	Prof. Dr. Sabahattin Özbek, Ulaştırma eski Bakanı, Cumhuriyet Senatosu Üyesi
Çalışma Bakanı	Prof. Dr. Turhan Esener, Ankara Üniversitesi Öğretim Üyesi
Sanayi ve Teknoloji Bakanı	Mehmet Gölhan, Sanayi Bakanlığı Müsteşarı
Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı	Erhan Işıl, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı eski Müsteşarı
Turizm ve Tanıtma Bakanı	İlhan Evliyaoğlu, Turizm Bankası Genel Müdürü ve Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Müsteşar Vekili
İmar ve İskân Bakanı	Selâhaddin Babüroğlu, İmar ve İskân eski Bakanı, Cumhuriyet Senatosu Üyesi
Köy İşleri ve Kooperatifler Bakanı	İsmail Hakkı Aydınoğlu, İş ve İşçi Bulma Kurumu Genel Müdürü
Orman Bakanı	Prof. Dr. Fikret Saatçioğlu, İstanbul Üniversitesi Öğretim Üyesi
Gençlik ve Spor Bakanı	Zekâi Baloğlu, Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanı
Kültür Bakanı	Nermin Neftçi, Millet Meclisi eski Başkanvekili, Muş eski Milletvekili
Sosyal Güvenlik Bakanı	Sadık Side, Türk - İş Genel Sekreteri

Bölüm 2

DİJİTALLEŞEN BANKACILIK ORTAMINDA ŞUBE BANKACILIĞI¹

Seliha Seçil BAYRAM²

1 Bu eser yazara ait Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü'nde Prof.Dr.Süleyman Dünder danışmanlığında savunulmuş olan *"Bankacılık Rekabetinde Şube Lokasyonlarının Birlikte Kuralları ile Analizi"* Mart 2022 isimli doktora tezinden üretilmiştir.

2 Dr.Öğr.Üyesi, Karabük Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri MYO, secilbayram@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6061-6160



1. Şube Bankacılığı

Ekonomilerde bir ürününün veya hizmetin değişiminin gerçekleşebilmesi için fiziki ortam ya da düzenleyici kurallar gerekli değildir. Her yer ürün ve hizmet değişimlerinin gerçekleştiği piyasalara dönüşebilir. Ancak paranın alınıp satıldığı mali piyasalar güven unsurunun önemli olduğu ortamlardır. Bu bakımdan finans sektöründe hizmet sunucuların yasal düzenlemelere tabi olması ve müşterilere ulaşmak için kurumsal bir fiziki ortam oluşturması gerekmektedir.

Bankaların müşterileri ile ilk temas noktaları şube kanallarıdır. Banka şubeleri teknolojiye dayalı olsa da temelde insan odaklı iş modeline sahiptir. Finansal işlemlerde müşteri-çalışan ilişkisi oldukça önem taşır. Şubeler, finansal hizmetlerin satışı ve müşterinin zihninde güven algısının oluşması için uygun ortamlardır. Aynı zamanda fiziki bir mekân olarak şubeler, müşterinin zihninde marka algısı oluşturarak güveni tesis eder. Bankalarda şubeleşme, pazarlama faaliyetlerinin etkin olarak gerçekleştirildiği, müşteriler ile banka çalışanlarının etkileşime girdiği bir süreci ifade eder (Sümer & Zengin, 2017, s. 112; Akpınar, 2019).

Bankacılıkta en yüksek maliyet işgücüdür (Atalay & Kurulu, 2016). Bankalar müşterilerine ulaşmada şube faaliyetlerine önem verirken, şube faaliyetleri ise yoğun insan kaynağı kullanımını gerektirdiği için operasyonel maliyetleri artırmaktadır. Bu nedenle bankalar müşterilerinin alternatif dağıtım kanallarını kullanmalarını teşvik etmektedir. Dijitalleşmenin gereği olarak bankalar müşterilerini alternatif dağıtım kanallarına yönlendirirken, müşterilerin tamamı bu adaptasyon süresini tamamlayamaz. Çok kanallı pazarlama (multi-channel marketing) uygulamaları bir bankanın tüm müşterilerini hedefleyemez. Birden çok kanallı birlikte kullanan müşterilerin banka ile daha uzun süre çalıştığı belirtilmektedir (Rezaei vd., 2022).

1.1. Bankaların Şubeleşme Amaçları

Bankaların yeni müşterilere ulaşması için şube kanalları önemlidir. Bunun yanı sıra mevcut müşteriler için çapraz satış stratejilerinin geliştirilmesi ve hizmetlerin sürdürülebilmesi için şube kanallarına ihtiyaç bulunmaktadır. Bu nedenle, bankalar ulusal ve yerel düzeyde, hem ticaret merkezlerinin bulunduğu hem de insan sirkülasyonunun olduğu yerleşim yerlerinde şube açarak yaygınlık sağlama amacındadır (Kılıç Depren & Kartal, 2017, s. 106). Banka şubeciliği dijital dönüşümle kullanım yoğunluğunu kaybederse halen yeni müşterilerin kazanılması ve özellikle ticari müşterilerin talepleri açısından önemini korumaktadır (Akpınar, 2019).

Banka şubeleşmesinde önemli faktörlerden biri mevduat toplama kapasitesidir. Bankaların şubeleşme planının modellendiği bir çalışmada, banka şube sayısının artışının mevduat toplama kapasitesini artıracağı savunulmuş-

tur (Dereli, Durmuşoğlu, Ata, & Gür, 2007). Bankalar ulusal düzeyde mevduat toplama motivasyonu ile şubelerini yaygınlaştırmaktadır. Ancak ABD’de yapılan bir çalışma bankaların şube yaygınlığı ile mevduat toplama kapasitesi arasında tam bir sistematik ilişki olmadığını (Hirtle, 2007), Norveç, Almanya, Finlandiya ve İspanya’da mekansal rekabet yöntemi uygulanarak yapılan bir çalışmada bankaların az şubeli olmalarının tercih edilmediği belirtilmiştir (Schmid, 1994).

Bankaların şubeleşmesindeki bir diğer faktör “dijital yabancılar” olarak adlandırılan teknolojik gelişmelere ayak uyduramayan müşterilerin banka ile olan ilişkilerini sürdürebilmesidir. Türkiye’de bankaların şubeleşme eğilimlerinin araştırıldığı bir çalışmada, nüfusun demografik yapısının şubeleşmede önemli olduğu belirtilmiştir. Aynı çalışma şubeleşmenin önemini sürdürme sebeplerini ise şöyle sıralamaktadır: (Kılıç Depren & Kartal, 2017, s. 101).

- ✓ Yaşlı veya eğitim seviyesi düşük müşterilerin varlığı,
- ✓ Alışkanlıklarından vazgeçmeyen müşterilerin varlığı,
- ✓ Teknolojik gelişmelere ayak uyduramayan müşterilerin varlığı,
- ✓ Yüksek meblağlı işlem yapan müşterilerin varlığı.

Bankaların şubeleşmesini etkileyen çok sayıda değişken söz konusudur. Bunlardan bazıları, bankanın sektördeki payı, diğer bankalarla olan rekabeti, ekonomik konjonktür, ekonomik büyüme, milli gelirin artış ya da azalışı, tüketici davranışlarını etkileyen gelişmeler, işsizlik oranı gibi değişkenler olabilmektedir. Bankaların etkinliği yukarıda yer alan değişkenlere göre şubeleşmeyi pozitif ya da negatif olarak etkilemektedir (Kılıç Depren & Kartal, 2017, s. 115).

Türkiye’deki bankaların şube yapılanmalarını pazarlama faaliyeti açısından inceleyen bir çalışmada, şube yaygınlığının yeni müşteriler kazanmak için önemli olduğu belirtilmiştir. Araştırmacılar, müşterilerin şube içinde ikna edildiğini ve bu bakımdan yüz yüze iletişimin önemli olduğu vurgulamıştır. Banka şubelerinin müşterilerine etkin hizmet ulaştırmada önemli olduğu ve bunun şube çalışan performansı ile sağlandığı, çalışan personel ve müşteri sayısının verimlilik açısından önemli bir değişken olduğu belirtilmiştir (Sümer & Zengin, 2017, s. 124).

Bankaların müşterilerle olan ilişkilerinin genellikle şubeler aracılığı ile gerçekleştiği, bu durumun da bankanın büyüme ve karlılığını arttırabilmesi için bir gereklilik olduğu belirtilebilir. Dijital bankacılığının yaygınlaşmasına rağmen bunun sadece “dijital yerliler” olarak adlandırılan dijitalleşmeye doğan nüfus için uygulanabilir olduğu, 50 yaş üzeri bireylerin internet bankacılığı ile şube bankacılığı arasındaki seçimlerinin araştırıldığı bir çalışmada şube bankacılığının tüm yaş gruplarında en ulaşılabilir bankacılık şekli olduğunu

belirtilmiştir. Aynı çalışmada müşterilerin para çekmek için ilk tercih ettiği bankacılık kanalı ATM'dir (Jayachandran, 2019).

1.2. Bankaların Kuruluş ve Şubeleşmelerinde Yasal Mevzuat

Türkiye'de bankaların şube veya temsilcilik açmaları, 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun birinci bölüm, 6. madde ile 15. maddeleri arasında düzenlenen kuruluş ve faaliyet izinlerine dair hükümlere bağlıdır. Bu düzenlemeler BDDK bünyesinde gerçekleştirilir. Türkiye'de ilk şubenin açılması izni kanunda yazan gerekli şartlar yerine getirildikten sonra, BDDK tarafından belirlenen yedi üyeden beşinin onayı ile gerçekleşirken, daha sonra açılması planlanan şubeler için BDDK'ya bildirim yeterlidir (Gündoğdu, 2014).

Yurt içinde şube açma

“Madde 6 — Türkiye'de bir bankanın kurulmasına veya yurt dışında kurulmuş bir bankanın Türkiye'deki ilk şubesinin açılmasına, bu Kanunda öngörülen şartların yerine getirilmesi kaydıyla Kurulun en az beş üyesinin aynı yöndeki oyuyla alınacak kararla izin verilir.”

“Madde 13 — (Değişik:8/3/2006-5472/1 md.) Bu Kanunda yer alan kurumsal yönetim hükümleri ile koruyucu hükümler dikkate alınarak, Kurulca belirlenecek esaslara uyulması ve Kuruma bildirilmesi kaydıyla yurt içinde şube açılması serbesttir.” (BK, 2005).

5411 sayılı Bankacılık Kanunu'na göre, BDDK tarafından belirlenen şartları taşımayan ve iç denetim raporları olumsuz olan bankalar hiçbir surette yeni şube açamazlar. Ancak koşulları sağlamaları halinde bankaların şube açılışları ve kapanışları için BDDK'ya bildirimde bulunmaları yeterlidir. Sadece otuz bir gün önceden BDDK'ya bildirim yeni şube açmak için yeterliyken, ayrıca herhangi bir izin mekanizması işlememektedir. Bankaların şubeleşme eğilimlerini etkileyen faktörlerin incelendiği çalışmada, şube açılış ve kapanış kararlarının stratejik bir karar olarak hem banka hem de ülke ekonomisi açısından BDDK tarafından incelenerek izne bağlanması gereği önerilmektedir (Kılıç Depren & Kartal, 2017, s. 115).

1.3. Şube Çeşitleri

Bankaların müşterilerine sundukları faaliyetleri müşteri bölümlendirmesi açısından, bireysel ve ticari faaliyetler şeklinde iki gruba ayırmak mümkündür. Bireysel müşteriler bankalarda mevduat düzeylerine göre genel ve özel müşteriler şeklinde sınıflandırılabilir. Ticari müşteriler ise işletmelerin şubede aldıkları risk düzeyi ve işletmenin öz sermayesinin büyüklüğüne göre belirlenmektedir. Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ), ticari işletmeler ve kurumsal müşteriler şeklinde üç gruba ayrılmaktadır. Bu işletmelerin çalışanları bankalar için maaş müşterisi olarak bireysel müşteri portföyü oluşturur. Bankalar şube yapılarını bu bölümlendirmelere göre belirlemektedir (Köse, 2009).

✓ **Klasik Şubeler**

Bireysel ve kurumsal bankacılık hizmetinin bir arada ve farklı departmanlarca sunulduğu şubelerdir. Bu tür şube yapıları perakende bankacılık (retail banking) olarak da adlandırılmaktadır (Yağcılar, 2010). Bankacılığa dair tüm işlemlerin yapılabildiği her bankacılık ürününün sunulduğu şube tipidir. Alternatif dağıtım kanalları birimlerine erişim de bu tür şubelerden sağlanabilir. Klasik şube yapısı içerisinde, kiokslar ile internet bankacılığı, banka dışında ve içinde otomatik para çekme makinaları ve telefon bankacılığına erişim imkanı sunulur (Köse, 2009).

✓ **Özellikli Şubeler**

Sadece bireysel, ticari veya kurumsal müşterilere hizmet verebilen, özel uzmanlık alanı edinmiş şubelerdir. Şube kredi limitlerinin farklılaşması ve özel eğitimli personel bulundurması ile maliyetleri karma klasik şubelere göre dengelenmiştir (Köse, 2009). Bankalar bireysel bankacılık şubeleri, kurumsal bankacılık şubeleri, ticari bankacılık şubeleri gibi özel uzmanlık alanı gerektiren şubeler açmaktadır. Bunun yanı sıra müşteri beklentisi ve farklı operasyonel uygulamalar içeren özel bankacılık şubeleri, girişimci bankacılık şubeleri, KOBİ bankacılığı şubeleri gibi birimleri faaliyete geçirmektedir (Başar, Kabak, & Topçu, 2015a).

✓ **Mini Şubeler**

Genellikle bir klasik banka şubesine bağlı olarak açılabilen, alışveriş merkezi, havaalanı veya kampüs alanlarının içerisinde faaliyet gösteren sınırlı işlem yapan şubelerdir. Kalıcı veya geçici mini şube faaliyetleri de mümkündür. Fuar gibi organizasyonlar için tır veya otobüs içerisinde mobil yapıda mini şubeler tasarlanabilir. Ayrıca süpermarket gibi yoğun müşteri potansiyelinin olduğu yerlerde bankacılık ürünlerinin pazarlaması için de tercih edilmektedir. Çok sayıda ve vasıflı personel ile büyük alanlara ihtiyaç duyulmaması sebebiyle maliyeti düşüktür. Ancak tüm bankacılık işlemlerine erişimin sınırlı olması nedeniyle yetersizdir (Köse, 2009).

Mini şube yapılaşmasının bazı avantaj ve dezavantajları söz konusudur. Mini şube yapılaşmasının performans ölçümlerinin ve yönetiminin daha kolay olduğu belirtilmektedir. Ayrıca performansı yetersiz görülen ve bulundukları yerde karlılık düşüşü yaşayan mini şubelerin kapatılma veya daha uygun yerlere taşınmasının klasik şubelere göre çok daha kolay olduğu söylenebilir (Balfour vd., 2015, s. 970).

1.4. Şube Yeri Seçimi

Teknolojinin gelişimi ile kredi kartları, telefon ve internet bankacılığı, ATM, POS gibi hizmet kanalları bankaların hizmetlerine ulaşmak için pratik

fırsatlar haline gelmiştir. Ancak bankalar genellikle şube kanallarını yeni müşteriler kazanmak ve müşteri sadakatini geliştirmek amacıyla sürdürür. Şubeler, bankalar ile müşterileri arasında vazgeçilmez temas noktalarıdır. Bu nedenle yeni şube açmak veya mevcut şubelerin yerlerini yeniden düzenlemek stratejik bir karar olarak değerlendirilmelidir. Bankalar toplam nüfustaki artış, banka şubesi başına nüfus ve bireysel kazancın etkisiyle şubelerini doğru yerlere konumlandırarak şube sayılarını artırmaya çalışmaktadır. Bu nedenle şube yeri sorunu, bankaların stratejik hedeflerine ulaşmasında temel bir konudur (Başar vd., 2015b; Eiselt & Marianov, 2015).

Şubeler, banka hizmetlerinin soyut ve ayrılmaz parçası olması nedeniyle, her banka şubesinin, potansiyel müşterisinin sayıca çok olduğu ve ticari müşterilere yakın olan konumlara yerleştirilmesi gerekir (Meidan, 1983). Bir bankanın yeni şube yeri seçiminde önemli olan kriterler; şube açma kararı verilen bölgede faaliyette olan rakip banka şubelerinin sayısı, şube yeri kira bedeli, şehir merkezine uzaklık, bölgede ödenen vergi ve nüfus olarak belirlenebilir (Soba, 2014, s. 463). Bu kriterlerin tamamının aynı anda değerlendirilerek şube açılışına karar verilmesi her zaman mümkün olmayabilir.

Türkiye’de şube yeri seçimi konusunda yapılan bir çalışmada, şube yeri seçimi konusunda belirli bir metodoloji izlenmediği, bankaların rakiplerin şube açma davranışına göre hareket ettiği belirtilmektedir. Bir banka şubesinin açılmasında birçok değişken söz konusuyken, ticari açıdan verimlilik, karlılık mutlaka fizibilite edilmelidir. Bankaların stratejik önem arz eden lokasyonda ve müşteri sayısını artırabilecek uygulamalarla şube açılışını dikkate alması gerekmektedir (Başar, 2014).

Yunanistan’da şubeleşme kararlarını modellemek amacıyla yapılan bir çalışmada, banka şubesinin eski olması sonucu verdiği güvenin mevduat toplamada etkili bir faktör olduğu belirtilmiştir. Şubeleşmede konum, rekabet ve genel nüfus yapısının önemli olduğu belirtilmiş, bu özelliklerin bir bölgeden diğerine göre büyük ölçüde farklılık gösterdiği büyük merkezlerde, şubeleri bulmak için belirli bir yer seçiminin çok önemli olduğu belirtilmiştir. Geliştirilen model hem yeni şube açma hem de gereksiz şubeleşmeyi önleyerek birleşme ve kapatma kararlarında önerilmiştir (Boufounou, 1995, s. 401).

Güney Afrika’da banka yeri seçimi ile ilgili yapılan çalışmada, bölgenin gelirinin en önemli parametre olduğu ve gelir yükselmedikçe bölgede banka şubeleşmesinin görülme olasılığının düşük olduğu vurgulanmıştır. Temel bulgu, bir yerleşim bölgesindeki toplam gelirin banka şubesi sayısının istatistiksel olarak önemli bir belirleyicisi olduğudur (Okeahalam, 2009).

İspanya’da banka şubelerinin bulunduğu coğrafyayı analiz eden bir çalışmada, bireysel, ticari ve yatırım bankaları arasındaki şubeleşmenin farklılığına dikkat çekilmiştir. Aynı çalışma finansal krizlerin şubeleşmedeki önemini vurgulamaktadır. Özellikle inşaat sektöründeki büyüme sonrası, bireysel konut

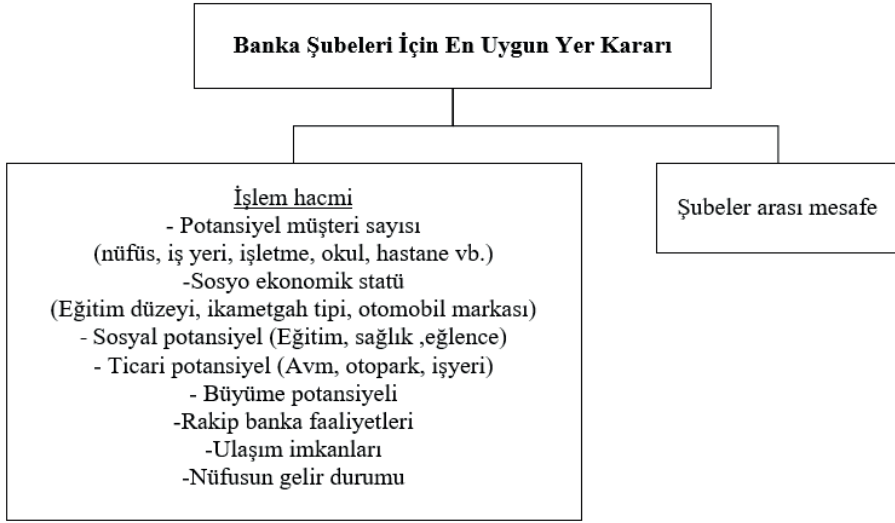
kredisi talebi ile bireysel şube yaygınlığındaki artışın agresif olduğu belirtilmiştir. Genişleme politikaları sonrası 2008 ile 2013 yılları arasında bireysel tasarruf bankası şubelerinin sayısında keskin bir azalma olmuştur (Alamá vd., 2015).

Ürdün'de Amman bölgesinde yer alan bankaların kuruluş yeri seçimi ile ilgili yapılan çalışmada karar destek sistemi geliştirmiştir. Şube yeri seçme kararını değerlendirmek üzere belirlenen kriterler, imar, nüfus, gelir, ticari ve sınai kuruluş sayısı, sermaye, potansiyel büyüme, rakip sayısı ve bölgedeki banka şubesi sayısı olarak belirlenmiştir (Abbasi, 2003). Banka şubesi kuruluşu yeri kararı ile ilgili yapılan bir başka çalışmada, bankanın faaliyette bulunacağı yeri belirlerken nüfusa ait demografik özelliklerin, müşteri profilinin, faaliyette olan rakip banka şubelerinin konumunun ve şubeye ulaşım imkânlarının da şube yerleşim planı açısından önemli olduğu vurgulanmıştır (Zhao, Garner & Parolin, 2004).

Banka şubesi kuruluş yeri seçim kararı için çok kriterli karar verme yöntemleriyle yapılmış pek çok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan biri TOPSİS yöntemi kullanılarak banka seçim yeri kriterlerini belirlemiştir. Çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren ve Doğu Anadolu Bölgesi'nde şubesi bulunmayan bir özel bankanın beş ayrı şehirden birini seçme kararı değerlendirilmiş ve bu seçimde ön plana çıkan kriterler şu şekilde belirtilmiştir: Bölgenin nüfusu, kişi başına düşen gayri safi milli hasıla, rakip bankaların varlığı, müşteri potansiyeli ve ticari firmaların faaliyetleri (Tirmikioğlu Çınar, 2010).

Çok kriterli karar verme yöntemlerinden “Analitik Hiyerarşi Süreci” ve “Electre” yöntemlerini kullanan bir başka çalışmada ise bankaların şube yeri seçimine yönelik kriterler belirlenmiştir. Uşak iline bağlı ilçelerde şube açma kararı için en önemli kriterler sırasıyla ilçede toplanan vergi miktarı ve ilçe nüfusedir. Buna göre ticaretin yoğunluğu en önemli kriter olarak belirlenmiştir (Soba, 2014, s. 470).

“Tabu Arama Algoritması” çok kriterli karar verme yöntemi kullanılarak şube yeri seçimi ile ilgili yapılan bir çalışmada; sosyo ekonomik statüden, ulaşım imkanlarına farklı kriterler kullanılmıştır. Banka şubelerinin kuruluş yeri kararı için net kriterlerin olmadığı ve buna ilişkin yeterli düzeyde model olmadığı belirtilmektedir. Örneğin İstanbul'da kurulacak bir bankanın uygun yer seçimi kriteri için Şekil 1'te verilen kriterler önerilmiştir. Çalışmada şube yeri seçiminde bankanın kendi şubeleri arasındaki mesafenin önemi vurgulanmıştır (Başar, Kabak & Topçu, 2015a).



Şekil 1. Banka Şubeleri İçin Uygun Yer Belirlenmesi (Başar, Kabak & Topçu, 2015a)

Banka şubelerinin hem kârlılığı hem de teknik verimliliği, bulundukları ve faaliyet gösterdikleri yerel çevreden büyük ölçüde etkilenmektedir. Ancak yerel çevresel faktörler, bankaların kendileri tarafından yapılan performans değerlendirmelerine nadiren dahil edilmektedir. Bod'a ve Zimkova tarafından yaygın ağı bulunan bir banka üzerine yapılan araştırmada, banka şubelerinin yerleştirilmesinin (tüm yerel sosyo-ekonomik çevresel etkileri temsil eden mekansal yönlerinin) performans değerlendirmelerinin bir parçası olması gereken önemli bir faktör olduğu vurgulanmıştır (Bod'a & Zimková, 2019).

1.5. Şubelerde Yapılan Bankacılık İşlemleri

Bankalar şube kanalları aracılığı ile müşterilerine hizmet verirken, ihtiyaçları olan tüm işlem adımlarını gerçekleştirebilecek donanımdadır. Şube işlemlerini, alternatif dağıtım kanallarına dağıtarak maliyetleri düşürmeyi amaçlamaktadır. Bu nedenle bazı fatura ödemesi, para transferi gibi sık şubeye gelişi gerektiren işlemlerde kullanılan kanala göre farklı hizmet tarifi uygulanmaktadır. Böylece müşterilerin alternatif dağıtım kanallarını kullanması teşvik edilmektedir.

Bireysel müşteriler açısından şube kanalının kullanımını zorunlu kılan durumlar; yüksek nakit hareketi gerektiren mevduat ve kredi işlemleri, kiralık kasa işlemleri, tercihe göre finansal danışmanlık hizmetleri ve yabancı para işlemleri vb. olabilir. Ticari müşteriler için ise yine yüksek nakit hareketi gerektiren mevduat ve kredi işlemleri, nakit kambiyo işlemleri, kredi sözleşmeleri ve teminat gösterme işlemleri, teminat veya garanti mektubu işlemleri, çek ve senet işlemleri, faktöring, forfating ve POS başvuru işlemleri vb. olarak sırala-

nabilir. Ticari işletmelerin bankacılık işlemlerinde bireysel müşterilerden daha fazla banka şubesine bağımlı olduğu söylenebilir (Köse, 2009).

1.6. Şube Bankacılığının Geleceği

Bankacılık sektörü için ürün ve hizmetlerin erişimi açısından sadece şube bankacılığının varlığını düşünmek yeterli olmayacaktır. Diğer yandan tüm bankacılık işlemlerinin dijital kanallar üzerinden yapılması da olanaklı görünmemektedir. Teknolojik gelişmeler ve müşterilerin karar ve beklentilerinin şubelerin geleceğini biçimlendireceği söylenebilir.

Bankaların gelecekte, bankacılık kanallarını birbirine entegre ederek hem şubeler hem de alternatif dağıtım kanallarıyla birlikte çok kanallı bir yapıda işlem yapacağı belirtilebilir. Fiziksel olarak banka şubeleri alternatif dağıtım kanallarını desteklerken, alternatif dağıtım kanallarının varlığı da şubelerin varlığını desteklemektedir. Bu bağlamda ön plana çıkan iki temel kavram, verimlilik ve güvenlik olmaktadır. Verimlilik kavramı tek bir banka veya tek bir banka şubesinin değerlendirilmesinden daha geniş bir kavramı ifade etmektedir. Örneğin bir yerleşim yerinde hangi banka şubelerinin birlikte bulunacağı, tüm bankaları ilgilendiren bir soru olabilmektedir. Bankalar açısından değer yaratamayan şubelerin kapatılması veya dönüştürülmesi beklenebilir ("PWC, Retail Banking, 2020).

Bankalar için verimliliği sağlayan temel faktör her ne kadar teknoloji olarak görünse de arka planda insan kaynağının önemi yadsınamaz. Banka şubelerinin maliyet ve verimlilik açısından sayısının azaltılması ve bunun yerine alternatif dağıtım kanallarından biri olan dijital bankacılık uygulamalarının ön plana çıkması beklenebilir. Özellikle teknoloji ağırlıklı uygulamaları içeren bir sektör olması nedeniyle yetişmiş insan kaynağı bankacılık için temel bir faktör olarak görülmektedir (Atalay & Kurulu, 2016).

Tüm dünyayı etkileyen Covid 19 pandemisi nedeniyle şubelerin geleceği dijital kanallarda görülmektedir. Bu durum bankaların müşteri ihtiyaç ve beklentilerini anlama gerekliliğine, müşterilerin finansal okuryazarlığına katkı sunmaya ve mobil bankacılık uygulamalarının kullanım kolaylığı sağlamasına yol açmaktadır (Baicu vd., 2020; Beydur & Çetinkaya, 2020, s. 148).

Bankaların türleri ve verdikleri hizmetlere göre sınıflandırılmasının müşteriler için seçimi kolaylaştıran bir faktör olduğu belirtilmektedir. Bu bağlamda teknolojinin gelişimi ve müşterilerin bankacılık işlemleri için tercih ettiği kanallar farklılık göstermektedir. Örneğin Covid 19 pandemisi öncesinde, şube, çağrı merkezi, internet bankacılığı kanalları ön plana çıkarken, günümüzde mobil bankacılık daha yaygın olarak kullanılmakta ve şubelerin kullanımı ise azalmaktadır (Kartal, 2017, s. 37).

Şubelerin geleceği açısından önemli değişkenlerden biri de büyük veridir. Özellikle mobil bankacılıkla erişimi kolaylaşan kişisel verilerin kullanımı

ve bankalar açısından büyük verinin bankacılık işlemlerini yönlendirebilecek potansiyelde olması dikkat çekmektedir. Büyük veri bankaların müşterilerine yeni ve cazip ürünler sunabilmesini sağlarken müşteriler için hız ve erişim olanağı sunmaktadır. Son dönemde öne çıkan açık bankacılık, müşteri tarafından izin verilmek koşuluyla, müşterilerin finansal verisine bazı kuruluşların erişimi olarak ifade edilebilir. Open API olarak adlandırılan bu sistem diğer kuruluşların finansal bilgilerine eriştiği müşterilere cazip finansal fırsatlar sunmasına imkân tanır. Müşteriler ise bankacılık hesaplarının tamamını tek bir uygulamada görme imkanına sahip olur. Bu dönüşümün her kuruluşun bir banka şubesi gibi hizmet verebilmesine imkan tanıyacağı düşünülebilir (Akın, 2020).

2. Banka Seçim Kararları

Bireysel ve ticari banka müşterilerinin hizmet almak istedikleri bankalardan çeşitli beklentileri vardır. Bu beklentiler doğrultusunda banka ve şube tercihlerini belirlerler. Müşterilerin banka seçim kararlarını inceleyen ve seçim kriterlerini belirleyen yerli ve yabancı 31 çalışma incelenmiştir. Bu çalışmalar 1991-2019 yılları arasını kapsamaktadır. Çalışmalara Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3'de 10'ar yıllık periyotlarla yer verilmiştir. Çalışmalar incelendiğinde gerek bireysel müşterilerin gerekse kurumsal müşterilerin tercih ve beklentilerinin banka şubesinin yakınlığı ve konumu olduğu belirlenmiştir. Yıllar içinde alternatif dağıtım kanallarının genişlediği, şubeye gereksinimin azaldığı varsayılabilir hâlen şube yeri önemli bir kriter olarak öne çıkmaktadır. Banka yeri seçimi dışında dikkat çeken önemli kriterler fiyat ve ücretler, bankanın itibarı, güven, ATM yaygınlığı, personel davranışı, müşteri memnuniyetidir.

Türkiye'de banka seçiminde çok kriterli karar verme yöntemi ile finansal oranları baz alarak banka seçim kararlarını değerlendiren bir çalışmada, en çok tercih edilen bankanın Ziraat Bankası olduğu belirlenmiştir. İncelenen çalışmalarda banka seçiminde güven kriterinin önemli olduğu görülmüştür. Bu sonuç Ziraat Bankası'nın devlet bankası olması nedeniyle, mevduat toplamadaki güvene dayalı başarısına bağlanmıştır (Yalçiner & Karaatlı, 2018, s. 411). Ayrıca Ziraat Bankası'nın Türkiye'de en çok ve yaygın şube ağına sahip olması da halen banka seçim kriterlerinde şube erişiminin önemli olduğunun bir göstergesi olabilir. Bankaların mülkiyet yapılarına göre verimlilikleri incelendiğinde, kamu bankalarının mevduat toplama kapasitesi bakımından özel bankalara göre daha verimli oldukları belirlenmiştir (Atukalp, 2018).

Türkiye'de ve dünyada müşterilerin banka seçim kararlarını belirleyen kriterler açısından incelenen çalışmalar yıllar içinde banka şubelerinin yaygınlığının öneminin anlaşılması açısından 3 ayrı periyotta incelenmiştir. 1991-2000 yılları arasında incelenen 10 çalışma Tablo 1'de gösterilmiştir. Banka seçim kararlarını değerlendiren bu çalışmalardan 1'i Türkiye'de diğerleri yabancı ülkelerde araştırılmıştır. Yabancı ülkeler arasında ABD, Çin, İsveç, Polonya,

Kuveyt, Avustralya, Bahreyn ve Gana vardır. Çalışmalardan 6'sında şube yeri yakınlığı önemli kriter olarak belirlenmiş, ** olarak gösterilmiştir. Şube yeri dışında, personel davranışı da şube içinde yüz yüze iletişimi gerektirdiği için incelenmiştir * ile gösterilmiştir. Şube yeri önemi vurgulanmamış 3 çalışmada, toplam 5 çalışmada personel davranışı önemli bulunmuştur.

Tablo 1. Müşterilerin Banka Seçim Kararlarını Gösteren Çalışmalar (1991 – 2000 yılları arası)

Banka tercihlerini inceleyen araştırmalar	Banka tercihini belirleyen kriterler
1 (Kaynak, Küçükemiroğlu, & Odabasi, 1991) Eskişehir Yüz yüze görüşme ile anket	Bankanın tanınmışlığı ve imaj Çalışma saatleri ve otopark hizmeti Hizmetlerin çeşitliliği Çalışanları dostça davranışı* Şubenin eve yakın oluşu** Hızlı ve etkin hizmet sunumu Kredi olanakları Finansal danışmanlık hizmeti veriş
2 (Khazeh, K. ve Decker, W.H., 1992) ABD	Ücret ve Komisyonlar Bankanın itibarı Kredi faiz oranları Kredi sonuçlandırma hızı Personelin samimiyeti*
3 (Boyd, Leonard, & White, 1994) ABD	Bankanın tanınırlığı Mevduat faiz ve kredi faiz oranı Hizmet hızı ve çalışma saatleri Uygun şube yeri** Bankanın hali hazırda müşterisi olmak Modern olanaklar sunması Otomobile hizmet
4 (Yue & Tom, 1994) Çin	Yaygın şube ağı varlığı** Uluslararası şube ağının varlığı Hizmet kalitesi
5 (Zineldin, 1996) İsveç	Personelin davranışı* Doğru portföy yönetimi İşlemlerin hızlı çözümü Kolay kredi temini Uygun işlem masrafı
6 (Kennington, Hill, & Rakowska, 1996) Polonya	Bankanın imajı İşlem masrafları ve faizler İşlem kolaylığı ve kalitesi Tavsiye edilme Mevduata sunulan devlet garantisi Kamu bankası oluşu

7	(Edris & Almahmeed, 1997) Kuveyt	Bankanın aktif büyüklüğü Personel etkinliği Finansal ihtiyaçların giderilme katkısı Uzman bankacılık hizmeti Personelin davranışı* Banka itibarı ve iletişim
8	(Nielsen, Terry, & Trayler, 1998) Avustralya Örgütsel tüketicilerin tercihleri	Bankaların sürdürülebilir ilişkisi Kredi ihtiyaçlarını karşılayabilmesi Rekabetçi masraf düzeyleri Günlük işlemlerin etkinliği Müşteri ilişkileri Uygun şube yeri**
9	(Metawa & Almossawi, 1998) Bahreyn İslam bankalarının tercih sebepleri	İslami ilkelere uygunluk Getiri oranı Tavsiye edilme Uygun şube yeri**
10	(Owusu-Frimpong, 1999) Gana Banka hesabı açma kararı	Yüksek faiz oranı Anlayışlı personel* Hızlı nakit temini Düzenli hesap özeti gönderimi Bankanın sosyal sorumluluk bilinci İmaj ve tanınırlık Uygun şube yeri**
**Literatürde banka seçiminde şubeleşmenin önemini vurgulayan kriterler		
*Banka personelinin davranışını vurgulayan kriterler		

Müşterilerin banka seçim kararlarını belirleyen kriterleri inceleyen, 2001-2010 yıllarını kapsayan çalışmalar Tablo 2’de gösterilmiştir. Bu çalışmaların 2’si Türkiye’de 8’i yabancı ülkelerde yapılmıştır. Yabancı ülkeler arasında Malezya, Hong Kong, Bahreyn, Tayvan ve Pakistan yer almaktadır. Çalışmalardan 4’ünde şube yeri yakınlığı önemli kriter olarak belirlenmiş, ** olarak gösterilmiştir. Şube yeri önemi vurgulanmamış 3 çalışmada personel davranışı önemli bulunmuştur. Çalışmalarda personelin tanındık oluşu ve müşteri ilişkilerinin de önemli olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Müşterilerin Banka Seçim Kararlarını Gösteren Çalışmalar (2001 – 2010 yılları arası)

Banka tercihlerini inceleyen araştırmalar	Banka tercihini belirleyen kriterler
11 (Almossawi, 2001) Bahreyn Genç nüfusun banka tercihi	ATM yeri ve yaygınlığı Banka itibarı ATM’lerin kesintisiz hizmet sunumu Şubelerin otopark imkânı

12	(Wel & Nor, 2003) Malezya	Farklı şubelerden işlem kolaylığı AVM'lerde ATM imkânı Bankanın finansal gücü fon güvenliği Düzenli Ekstre gönderimi Ürün çeşitliliği Şubenin yakınlığı** Şubeye ulaşım imkanları Banka itibarı ve ismi Bankanın sosyal sorumluluk bilinci Tavsiye ve Aile bankası oluşu Personelin tanındık oluşu*
13	(Lam & Burton, 2005) Hong Kong Avusturalya Örgütsel tüketicilerin tercihleri	Kredi taleplerini karşılama gücü Müşteri ilişkileri* Şube yerinin uygunluğu** Personelin hizmet sunumu Günlük işlemlerdeki etkinlik Ürün hizmet yapısında esneklik
14	(Devlin & Gerrard, 2005) Birden fazla bankadan hizmet alan müşterilerin tercihleri	Hizmet kalitesi Düşük faiz oranı
15	(Bei & Shang, 2006) Tayvan Kamu ve özel banka arasında tercih	Kamu bankası olmaması Özel banka için memnuniyet yüksekliği
16	(Karamustafa & Yıldırım, 2007) Kayseri	Bankanın güvenilir oluşu Şube bekleme süreleri, işlem hızı ATM'lerin yaygın oluşu Ürün hizmet çeşitliliği
17	(Larivière & van den Poel, 2007) Öğrencilerin banka tercihleri	Bankaların öğrencilere yatırım yapması Öğrencilik bitiminde bağlılığı sürdürme
18	(Rehman & Ahmed, 2008) Pakistan	Hizmet kalitesi Sunulan kolaylıklar Online işlemlerin varlığı Bankanın itibarı
19	(Mokhlis, 2009) Malezya Ticari banka tercihi	Bankanın çekiciliği ATM hizmetleri Şube konumu** Finansal avantajlar, güvenlik
20	(Taşkın, Akat, & Erol, 2010) Bursa	Güvenilirlik, reklam Sosyal ve teknik yeterlilik Fiziksel görünüm Banka hizmetlerine ulaşılabilirlik**

**Literatürde banka seçiminde şubeleşmenin önemini vurgulayan kriterler

*Banka personelinin davranışını vurgulayan kriterler

Müşterilerin banka seçim kararlarını belirleyen kriterleri inceleyen, 2011-2020 yıllarını kapsayan çalışmalar Tablo 2'de gösterilmiştir. Bu çalışmaların 5'i Türkiye'de 6'ı yabancı ülkelerde yapılmıştır. Yabancı ülkeler arasında Pakistan, Güney Afrika, Bangladeş, Nijerya, Etiyopya ve Gana yer almaktadır. Çalışma-

lardan 9'ünde şube yeri yakınlığı önemli kriter olarak belirlenmiş, ** olarak gösterilmiştir. Şube yeri önemi vurgulanmamış 2 çalışma mevcuttur. Çalışmalar literatür taramasında tesadüfi olarak erişilebilen tüm banka seçim kriterleri çalışmaları olup, yıllara göre incelendiğinde banka şubesi yeri kriteri, müşteri açısından önemini sürdürdüğü görülmüştür.

Tablo 10. Müşterilerin Banka Seçim Kararlarını Gösteren Çalışmalar (2011 – 2020 yılları arası)

	Banka tercihlerini inceleyen araştırmalar	Banka tercihini belirleyen kriterler
21	(Awan & Bukhari, 2011) Pakistan İslami banka tercihi	Ürün özellikleri Hizmet kalitesi
22	(Chigamba & Fatoki, 2011) Güney Afrika Öğrencilerin banka tercihleri	Hizmet kalitesi Şubenin yakınlığı ve konumu** Çekicilik Tavsiyeler Pazarlama ve fiyat
23	(Siddique, 2012) Bangladeş	Verimli müşteri hizmetleri İşlem hızı ve kalite Bankanın imajı Online bankacılık hizmetleri Düşük kredi faizi ve işlem ücretleri Uygun şube konumu** Devlet güvencesi
24	(Özsoy, Görmez, & Mekik, 2013) Bolu Katılım bankası tercihi	Hizmet ve ürün kalitesi Banka imajı ve güven Personel kalitesi* Dini motivasyonlar
25	(Okpara & Onuoha, 2013) Nijerya Üniversite öğrencilerinin tercihi	Şube yakınlığı** Çekicilik Tavsiyeler Ürün pazarlaması İşlem ücretleri
26	(Tehulu & Wondmagegn, 2014) Etiyopya	Personelin davranışı* ATM hizmeti İşlem hızı ve hizmet kalitesi Bankanın imajı ve güven Bankanın eve yakın oluşu** Şube ağının yaygınlığı**
27	(Abbam, Dadson, & Say, 2015) Gana	Banka şubesinin konumu** Bankanın çalışma saatleri ATM imkanının kullanılabilirliği Etkin hizmet sunması Özel banka oluşu Tavsiye

28	(Cebeci & Çabuk, 2016) Giresun	Şube ağı** Alternatif dağıtım kanal ağı Personel özellikleri İşlem maliyet ve kolaylığı Bankanın fiziki ve teknik yapısı Ürün ve hizmet çeşitliliği Güvenirlilik ve hız
29	(Yurttadur & Bulut, 2016) Türkiye	Kamu/özel banka oluşu Finansal gücü Şube sayısı** ATM ağı İşlem masrafları Kampanyalar, kredi faiz ve limitleri
30	(Çakır & Bilge, 2019) Aydın	Şubenin uygun yerleşim yeri** Erişim kolaylığı** Otopark imkânı ATM yaygınlığı ve hizmet verebilirliği Kamu bankası oluşu Düşük işlem masrafları Güvenirlilik
31	(Tepeli & Daşkiran, 2019) Muğla	Bankacılık İşlemleri Yaygın şube ve ATM ağı** Personel Davranışı*
		**Literatürde banka seçiminde şubeleşmenin önemini vurgulayan kriterler
		*Banka personelinin davranışını vurgulayan kriterler

Banka seçim kararı kriterlerinin araştırıldığı çalışmalar kısaca değerlendirildiğinde, Tablo 1, Tablo 2 ve Tablo 3’de yer alan çalışmalardan 8’i Türkiye’yi kapsarken 23’ü yabancı ülkelerde uygulanmıştır. Bunlar arasında ABD, Kuveyt, Polonya, Çin, Gana, Bangladeş, Pakistan gibi ülkeler yer almaktadır. Bankalar müşterilerini 1991 yılından 2019 yılına kadar teknolojik gelişmeler ile bankacılık işlemlerinde alternatif dağıtım kanallarına yöneltmiş olsa da tabloda ** ile gösterilen “uygun şube yeri, şubenin eve yakınlığı, şube ağı, şubeye ulaşım imkanları, şube konumu, şube sayısı” gibi kriterler halen şube kanalının müşterilerin tercihlerinde etkili olduğunu göstermektedir.

2.1. Bireysel Müşterilerin Banka Seçim Kararları

Bireysel müşterilerin banka seçim kararlarını etkileyen çok sayıda faktör vardır. Bunlar arasında işlem kolaylığından, şubenin çalışma saatlerine, personelin iletişim becerisinden, bankanın imajına kadar farklı kriterler sayılabilir. Dolayısıyla banka seçim kararları açısından bireysel özellikler, bankanın sahip olduğu özellikler, hizmetler ve alışkanlıklar etkili olabilmektedir.

Bireylerin demografik özellikleri, sosyo kültürel özellikler ve bunlara bağlı olarak ihtiyaç ve istekleri banka seçim sürecini belirleyebilir. Bankanın kurumsal yapısı açısından müşteriler birer hedef kitle olarak değerlendirilir. Bankaların müşterilere erişimi konusunda reklam, halkla ilişkiler, pazarlama gibi

uygulamalarla; müşteriler üzerinde güven, sorumluluk, dürüstlük gibi imajları oluşturmaya beklenmektedir.

Bireysel banka seçim kararlarında bankaların verdiği hizmetlerin yanı sıra, kişilerin değer yargılarına uygun olması da kriterler arasında değerlendirilebilir. Örneğin katılım bankalarının seçiminde “faizsiz kurum imajı”, “dini hassasiyetler” ön plana çıkmaktadır. Katılım bankalarına olan tercihin bireysel müşterilerin kararları açısından inceleyen bir çalışmada, bankaların seçimiyle ilgili önemli bulgularından biri müşterilerin çalışanlardan bekledikleri yakın ilgidir (Durak, Bayat, & Arslan, 2017).

Müşterilerin banka seçim kriterlerinin araştırıldığı çalışmada bankaların varlıkları, yaygınlıkları ve sahip oldukları ATM sayılarının müşteri tercihinde etkili olduğu belirtilmiştir. Bunun yanında bankaların müşterilere sunduğu hizmetler, işlem masrafları, satış kampanyaları, kredi uygulamaları müşteri tercihlerini etkilemektedir. Araştırmacılar çalışmalarında bankaların kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarıyla, sponsor oldukları etkinliklere ilişkin müşteri tercihinin etkilemenin mümkün olduğunu savunmuştur (Yurttadur & Bulut, 2016).

Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) yöntemini kullanarak Dubaï’de üniversite öğrencisi müşterilerin banka seçim kararları üzerine bir çalışma yapılmıştır. Bu çalışmada banka seçim kriterleri içinde banka hizmetlerinin ücretleri, banka şubesinin konumu ve ATM’nin uzaklığının önemli üç kriter olarak belirlendiği vurgulanmıştır. (KHaitbaeva, Enyinda, & Al-Subaiey, 2015, s. 193).

Dünya Bankası, ülke ekonomisinin gelişiminde, finansal hizmetlere erişim ve kullanım göstergelerini ele almaktadır. Banka şubelerinin hizmet noktalarının coğrafi olmasının yanı sıra demografik olarak da yayılımı müşterilerin seçimini etkilemektedir. Dünya Bankası bölgesel bazda şube ve ATM yayılımını, potansiyel ve mevcut müşterilerin, mesafe olarak yaşadıkları yerden bankaların en yakın faaliyet noktasına ne kadar uzaklıkta olduğu gibi konuları ele alınarak değerlendirmede bulunmaktadır (Germir & Hatice Nur, 2020).

2.2. Ticari Müşterilerin Banka Seçim Kararları

Ticari müşteri kavramı bankalar için Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) ve büyük ticari işletmeleri kapsayan kurumsal müşterileri içermektedir. Ticari müşteriler, özellikle ticari faaliyetlerini yürütmeye aracılık etmesi için bankalara ihtiyaç duyarlar. Bankalar ticari müşterilerin çek, senet ve POS işlemlerini yürütürler. Personel maaşlarının ödenmesine aracılık ederek, karşılıklı fayda ile bankanın bireysel müşteri potansiyelini artırır. Ticari müşteriler bankaya mevduat sağlarken aynı zamanda birer kredi müşterisidir. Özellikle işletmelerin kuruluş ve genişleme aşamalarında ihtiyacı olan krediyi işletmelere sağlarlar. Sürekliliği olan bir kredi hesapları vardır, bunu da sağlamak için önemli bir teminatı banka bünyesinde tutarlar. Bu teminatlar

taşınmaz ipoteki, araç rehini olabileceği gibi müşteri senet ve çekleri de olabilmektedir. Ayrıca ihale usulü çalışan işletmeler için bu sürekli kredi ilişkisinden teminat mektubu taleplerinin de karşılanabilmesi için düzenli bir banka şubesi ile çalışmaları gerekmektedir.

Bankalar düzenli mevduat tutan ve kredilerini düzenli ödeyen ticari müşterilerine faiz indirimleri veya özel teklifli kredi imkanları sunarak müşteri sürekliliğini sağlarlar. Banka ve işletme arasında teminata dayanan bu ilişkiler nedeniyle, ticari müşteriler güvenilir, uzun yıllar şube varlığını sürdürme potansiyeline sahip bankalardan hizmet almayı tercih ederler.

Portekiz’de 2012-2015 yılları arasında kapanan banka şubelerinin, işletmelerin kredi koşullarını nasıl etkilediği incelenmiştir. Firmaların bankanın yerel şubesinin kapanmasını müteakip, müşteri kredi ve mevduat hesapları yeni banka veya aynı bankanın farklı şubesine taşındığında aynı faiz oranının uygulanmadığı ve daha fazla faiz ödemek zorunda kaldıkları vurgulanmıştır. Bu bulgular firmanın eski bankası ile yaptığı indirim anlaşmasının yeni şube ile uygulanmadığını göstermektedir (Bonfim, Nogueira, & Ongena, 2021).

Ticari işletmeler için hizmet aldığı banka şubelerinin sürekliliğinin olmaması bir risk oluşturmaktadır. Bu riski dağıtmak amaçlı olarak, firmaların birden fazla bankanın şubesi ile faaliyette olması ve bu seçiminde de sadece en düşük faiz oranını veren veya hızlı kredi onaylayan bankalar dışında, şube faaliyetinin de sürekliliğini değerlendirmesi önemli olacaktır. Bunun yanı sıra faaliyette bulunacağı bankaların şubelerinin de fiziki olarak erişim sağlanabilecek mesafede olması önemlidir.

2.3. Banka Seçiminde Şubenin Önemi

Bankaların bireysel ve kurumsal müşterileri için şubelerin varlığı rekabet açısından önemli belirleyicilerden biridir. Bankalar ise daha geniş bir müşteri hedef kitle grubuna ulaşmak amacıyla müşteri memnuniyeti ve müşteri bağlılığını artırarak şube açmaya önem vermektedir. Bankalar bunu sağlayabilmek ve müşterileri ile uzun dönemli ilişki tesis edebilmek için işlem masraflarında indirimden, doğum günü tebliğine kadar farklı uygulamalar gerçekleştirmektedir. Bankacılık sektörünün yoğun rekabet içermesi, işletmeler, bireysel ve kurumsal müşteriler için hizmet alımı konusunda avantaj oluşturarak tercihleri etkilemektedir. Şirketlerin yaygın hizmet ağının olması, toptan ya da perakende satış yapan firmalar, sahada aktif satış yapan firmalar için faaliyet gösterilen yerdeki banka şubeleri tercih edilebilir olmaktadır. Bu seçimi etkileyen önemli değişkenlerden biri, bir bankanın yaygın şube ağına sahip olmasıdır. İşletmelerin, çalışan maaşlarının ödenmesi, çek senetten Pos işlemlerine kadar bankacılık hizmetleri için süreklilik arz eden bir banka ve şube ile çalışmak önemlidir. Tüm bu işlemler yapılırken bankalar karlılığı düşünür; işletmeler ise giderleri minimize etme amacındadır. Dolayısıyla sunulan bankacılık işlemleri ile talep

edilen bankacılık işlemleri arasındaki denge işletmeler açısından en iyi fırsatı sunan ve yaygın şube ağı olan bankalara avantaj sağlar.

Dijitalleşme ile, her alanda olduğu gibi, bankacılık sektöründe de kredi kartlarından, telefon-internet bankacılığına, ATM'lerden mobil uygulamalara, bankacılık hizmetlerine erişim kolaylaşmıştır. Bankaların sunduğu ürün ve hizmetler, rakipleri açısından benzerlikler göstermektedir. Bankaları hizmetlerini birbirinden farklı kılan unsur, şubelerde yeni müşteriler kazanmak amacıyla geliştirilen çalışan-müşteri ilişkisi, buna bağlı oluşan güven ve müşteri sadakatidir. Şubeler, bankalar ile müşterileri arasında vazgeçilmez temas noktaları olduğu için hiçbir banka yeni şube açmaktan veya mevcut şubelerin yerlerini yeniden düzenlemekten kolayca kaçınmaz. Şube yeri sorunu, bankaların stratejik hedeflerine ulaşmasında temel bir konudur (Başar vd., 2015b).

Bireysel ya da kurumsal müşteriler için banka seçiminde şube açmayı etkileyen birçok değişken bulunmaktadır. Bunlar banka şubesinin yeri, işlem masrafları tarifi, çalışan müşteri ilişkileri, ATM ağı olarak sayılabilir. Banka şubesinin türü ile banka müşterisinin beklentileri ürün çeşitliliği açısından örtüşmelidir.

3. Bankalarda Alternatif Dağıtım Kanalları

Alternatif dağıtım kanalları (ADK) müşterilerin banka şubesine uğramadan bankacılık ürün ve uygulamalarına ulaşabildiği dijital kanallar olarak tanımlanabilir. Bankaların alternatif dağıtım kanallarını geliştirmek ve yaygınlaştırmak için çalıştığı görülmektedir. Bu durumunun nedeni olarak alternatif dağıtım kanallarında işlem masraf ve maliyetlerinin şube bankacılık maliyetlerine göre daha az olmasıdır. Şubesiz bankacılık olarak da değerlendirilebilen günümüzde özellikle mobil uygulamaları içeren ve bunun yanı sıra bankacılık ürün ve hizmetlerinin dijital/mobil kanalları yoluyla sağlanması, alternatif dağıtım kanallarını işaret etmektedir (Aydın & Onaylı, 2020).

Alternatif dağıtım kanalları banka şubelerine göre daha düşük işlem maliyetine sahip olduğu için müşteriler bu kanallara yönlendirilmektedir (Kartal, 2017). Müşterilerin alternatif dağıtım kanallarını kullanabilmesi için verilen eğitimler ile uygulamaların cazip hale getirilmesi ve böylelikle şubede yapılan işlemlerin azaltılması amaçlanır. Bu durumun sonucu olarak şube yoğunluğunun azaldığı, çalışan maliyetlerinin düştüğü ve banka personelinin çalışma performansının bankacılık ürünlerinin satış ve pazarlanmasına yönlendirildiği görülmektedir (Korkmaz & Gövdeli, 2004, s. 2).

Bankalar için şube dağıtım kanalına ek olarak ATM'nin kullanılması sektör için bir kilometre taşıdır. ATM'lere ek olarak POS, telefon ve internet bankacılığı önemli bir alternatif dağıtım kanalı olmuştur. Türkiye açısından bakıldığında 1987 yılında Türkiye İş Bankası'nın "Bankamatik" olarak adlandırdığı ATM'ler şubelerin yükünü azaltan uygulamalar olarak kullanılmaya

başlanmıştır. 1997 yılında internet bankacılığı, 2007 yılında mobil bankacılık kullanılmaya başlanmıştır (Demirhan, 2021).

Bankalar internet ve mobil teknolojilerine fin-tech (finansal teknolojiler) adı verilen AR-GE çalışmaları ile ağırlık vermektedir. Müşterilerin beklentileri, gelir artışı, bankacılık işlemlerine hızlı erişim gibi faktörler mobil bankacılığın yaygınlaşmasını hızlandırmıştır. Bankalar bu alandaki fırsatı görerek kullanıcıları mobil uygulamalara yönlendirirken, mobil uygulamaların kullanıcı sayısını artırmayı, müşteri memnuniyeti ve bağlılığını kazanmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda özellikle görece yaşı daha küçük tüketici/kullanıcılar mobil deneyimden daha fazla yararlanırken, kullanıcı güvenliğini sağlayacak düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır (Çoban & Demirhan, 2019, s. 147).

Günümüzde alternatif dağıtım kanalları içinde ön plana çıkan araç mobil bankacılıktır. Hem müşterilerin mobil bankacılık uygulamalarını daha çok tercih etmesi hem de bankaların şubelere alternatif olarak mobil bankacılığa yatırım yapması rakipleri ile rekabeti etkilemektedir (Söylemez & Taşkın, 2020, s. 429).

İnternet bankacılığında müşteri tutumlarının araştırıldığı çalışmada, “güven”in müşterilerin internet bankacılığını kullanmaya yönelik tutumunu açıklamada en önemli inançlardan biri olduğu belirtilmiştir. Ayrıca kullanışlılık ve kullanım kolaylığı algısı da tutumu önemli ölçüde etkilemektedir. Aynı zamanda, internet bankacılığını kullanmak için davranışsal niyetin, tutum, algılanan fayda ve güven ile ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır (Suh & Han, 2002).

Banka müşterilerinin internet bankacılığını kullanımını olumsuz etkileyen en önemli faktör güvenidir. Güvenlik sorununu hizmet kalitesi kaygısı izlemektedir (Pala & Kartal, 2010). Bu nedenle bankacılık sektörü siber güvenlik alanına da yatırım yapmaktadır. Mevcut dijital güvenlik uygulamalarına rağmen halen güven problemi yaşayan müşteriler için banka şubeleri öncelikli kanallar olarak önemini korumaktadır. 2012 yılında Çin’de mobil banka kullanımının teknoloji kabul modeline göre araştırıldığı çalışmada, mobil bankacılığa her yerden ulaşabilmek ve kullanımlığı kolaylığı gibi avantajlara karşılık mobil bankacılığı güvensiz olduğu algısı, kullanımı azaltan sebep olarak gösterilmiştir (Zhou, 2012, s. 35).

Alternatif dağıtım kanallarından internet bankacılığı ile ilgili yapılan bir başka çalışmada da güven konusuna dikkat çekmektedir. Elde edilen önemli bulgulardan biri internet bankacılığı kullanılacak olan bankanın tercih edilmesinde en önemli etkenin güvenilirlik olduğudur (Yurttadur & Süzen, 2016, s. 116). Türkiye Bankalar Birliği’ne göre internet bankacılığında en çok tercih edilen işlemler sırası ile para transferler, ödemeler, yatırım işlemleri ve kredi kartı işlemleridir (TBB, 2021).

Alternatif dağıtım kanallarının varlığı ve özellikle internet bankacılığı şubeye gidiş sıklığını düşürmekte, böylece azalan şube ve personel sayısı ile banka maliyetlerini düşürmektedir. Bankalar hizmet kalitesini ve verimliliği artırmak için alternatif dağıtım kanallarını geliştirmeye çalışmaktadır. Bu durumu teşvik etmek için Avrupa Finansal Yönetim ve Pazarlama Birliği (EFMA) tarafından alternatif dağıtım kanallarına ait geliştirdikleri projeler için bankalar ödüllendirilmektedir (Erben Yavuz & Babuşcu, 2018, s. 33).

Alternatif dağıtım kanallarından biri olan internet bankacılığı, nakit dışı işlemler hariç hemen hemen tüm işlemlerin şubesiz yapılabileceği bir kanal olmasının yanında önemli bir veri toplama kaynağıdır.

Alternatif dağıtım kanalları içinde internetin giderek yaygınlaşmasına rağmen, internet bankacılığını kullanmayan/kullanamayan bir kitlenin olduğu da bilinmektedir. İnternet bankacılığı kullanmama/kullanamama nedenleri (Gürsoy & Bilgin, 2016):

- ✓ İnternet bankacılığının güvenilir olmadığı düşünülmesi,
- ✓ İnternet bankacılığının kullanımının zor olduğunun düşünülmesi,
- ✓ İnternet bankacılığı hakkında bilgi sahibi olunmaması,
- ✓ Şube yoluyla bankacılık işlemleri gerçekleştirildiği için internet bankacılığına ihtiyaç duyulmaması,
- ✓ Banka işlemleriyle banka müşterilerinin kendilerinin dışında başka kişilerin ilgilenmesi.

İnternet bankacılığı kullanım sebeplerinin araştırıldığı bir çalışmada, şifrelerin güvenliği sağlamayacağı düşüncesi, dolandırıcılık tehlikesinin bulunması ve bankaların güvenlik için yeterli önlem almadığı endişesi internet bankacılığı kullanmama sebebi olarak belirlenmiştir. Ayrıca hatalı işlem yapmaktan çekinmek de yine internet bankacılığı kullanımından uzaklaştıran sebeplerdendir (Durer vd., 2009). Kişilerin alternatif dağıtım kanallarını kullanabilmesi finansal okuryazarlık düzeyiyle ilişkilidir. Finansal okuryazarlık düzeyi yüksek olan bireyler bankacılık işlemlerini kendilerine en uygun kanalı seçerek gerçekleştirirken, finansal okuryazarlık düzeyi düşük olan kişilerin personel desteğine ihtiyaçları olduğundan şubeleri tercih etmektedir (Yıldız & Bozkurt, 2020, s. 698).

Müşteriler bankaların internet, telefon bankacılığı gibi uygulamalarına göre şubede gerçekleşen yüz yüze iletişimi temel alan şube bankacılığı uygulamalarını daha güvenli bulmaktadır. Bankalar ise işlem maliyetlerini azaltmak amacıyla, müşterilerini alternatif dağıtım kanallarına yönlendirmektedir. Bankalar çok kanallı pazarlama yaparlar ve tüm kanallarda da her ürüne ulaşım imkânı sunarlar. Özellikle rekabet ortamında bankaların şube ve alternatif dağıtım kanalları aracılığı ile sağladığı ürünler birbirine benzerlik göstermektedir. Bankalar müşteri-

lerinin tüm bu ürünleri birlikte kullanırken, şube kanalı kullanımını minimum düzeyde tutmalarını arzu eder. Şube, müşterilerin tüm kanalları kullanması için güven ortamının oluşmasını sağlar. Bu güven oluşmadığında, sadece şube kanalı ile sınırlı kalan banka/müşteri ilişkisi zayıflar. Şube kanalı sayesinde alternatif dağıtım kanallarına olan güven artırılarak desteklenir.

4. Bankacılıkta Dijital Dönüşüm ve Şube İlişkisi

Dijital dönüşüm hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerinin gerek toplumda gerekse organizasyonlarda iş yapma biçim ve modellerinin teknolojik süreçlere uyarlaması olarak ifade edilmektedir. Bankacılık sektörü açısından dijital dönüşüme bakıldığında, temel olarak verimliliği artırmak, yeni ürün ve hizmetleri pazara sunmak ve bu yolla müşterilerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılamak amaçlanmaktadır. İnternet tabanlı bankacılık uygulamaları açısından müşterilerin en temel beklentisi şubeye gitmeden işlemlerini hızlı ve eksiksiz bir biçimde tamamlamaktır. Bu beklentilerin güvenli bir şekilde karşılanması müşteri memnuniyetini artırırken, güvenlik endişeleri dijital bankacılık hizmetlerinin kullanımını olumsuz etkileyebilmektedir (Uzun, 2021, s. 310).

Dijital dönüşümün müşteriler için bankacılık işlemlerini kolaylaştırma, hızlı erişim gibi avantajları bulunurken, bankalar açısından dijital dönüşümle maliyetleri azaltarak verimliliği artırma amacı söz konusudur. Fin-Tech adı verilen finansal teknolojilerin araştırma çalışmalarında dijital dönüşüm önemli bir başlığı oluşturmaktadır. Dijital dönüşümün siber güvenlik gibi hem banka hem de müşteriler için çeşitli riskler doğurabildiği bilinmektedir. Dijital dönüşümün bankacılık sektöründe kullanımının en önemli katkısının yenilikçi ürün ve hizmetlerin sayısını artırmasıdır (Akın, 2020).

Dijital bankacılığın müşteriler tarafından kullanım motivasyonlarının ilki bankacılık hizmetlerine yer ve zaman sınırı olmadan ulaşmaktır. İşlem maliyetlerinin düşük olması, kullanıcılara sunulan avantajlar, deneyim, ulaşılabilirlik, yaşam tarzı dijital bankacılığın kullanımının benimsenmesini sağlamaktadır. Bu nedenle bankalar dijital bankacılığın kullanımını arttırmayı hedeflerken, hedef kitleleri olan müşteri tanımalı ve müşteri tutumlarına ilişkin daha fazla bilgi sahibi olmalıdır. Bu durumu tamamlayan iki önemli faktör ise güven ve hizmet kalitesidir (Pala & Kartal, 2010, s. 16).

Dijital dönüşüm ile bankaların “insansız” ya da “şubesiz bankacılık” olarak tanımlanması teknolojinin sağladığı olanaklar ile ilişkilidir. Bu durum müşterilerin mobil bankacılığa yönelmesini sağlarken bazı müşteriler için şube bankacılığı önemini korumaktadır. Müşterilerin şube bankacılığına yönelimleri yalnızca dijital bankacılığa olan güvensizlikten değil banka çalışanları ile kişisel ilişki kurma ve sürdürme eğilimine de dayanmaktadır. Bir çok sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de otomasyona geçilmesinin olumlu sonuçları olsa da “insan kaynağı” en önemli rekabet üstünlüğüdür (Demirhan, 2021).

Günümüzde dijital dönüşümün hem bankalar hem de banka müşterileri için önemli sonuçları bulunmaktadır. ABD’de yapılan internet bankacılığı ve şube ağı yapılanmasını inceleyen çalışmada, bir ticari bankanın 33 aylık sürede elde ettiği 850 bin işlemi içeren veri kullanılmıştır. Bu çalışma internet bankacılığı ve şube ağı ilişkisini, çok kanallı bankacılık kullanımı açısından incelemiştir. Bankaların şube ağı değişikliği, diğer bir deyişle şube kapanması veya şube yeri değişimi, müşterileri internet bankacılığına yönlendirmektedir. Müşteriler çok kanallı işlem yaptıkları halde, yeni bir banka şubesi açıldığında karmaşık işlemlerini şubeden yapmak istemekte, bu durum da internet bankacılığı kullanımını düşürmektedir. Müşterilerin şube kanalını kullanım süresi arttıkça, öğrenme etkisi yoluyla internet bankacılığı kullanımı da zaman içinde artmaktadır. Bu durum şube sayısı azaldıkça internet bankacılığı kullanımının artması ile sonuçlansa da son şube kapandığında durum tersine dönmektedir. Çünkü şube karmaşık işlemleri internet kanalıyla kullanmak için bir öğrenme kaynağı ve bilginin yayılım noktasıdır. Sonuç olarak alternatif dağıtım kanallarının başarısı için de şubeye ihtiyaç olduğu belirtilebilir (Zhou vd., 2020).

Zhou’nun çalışması şube açılış ve kapanışlarıyla, müşterileri çok kanallı bankacılığa yönlendiren temel mekanizmaları ortaya koymaya çalışırken, şube ağı yapılanması için yönetsel sonuçları tartışmaktadır. Banka müşterilerinin bankacılık işlemlerinin karmaşıklığı ve bu işlemlerin gerçekleşmesinde farklı kanalların kullanımı, öğrenme etkisi açısından değerlendirilmektedir. Şube ağı değişikliklerinin hem banka hem de müşteriler açısından potansiyel riskler içerdiği belirlenmiştir (Zhou vd., 2020).

Bankalar müşterilerinin dijital kanalları daha fazla kullanabilmesi için mobil uygulamalarda kulamı kolay olan ve kullanıcı dostu uygulamalara önem vermektedir. Bu bağlamda mobil ortama güven yaratacak ve müşterilerin tatmin ve bağlılığını artıracak uygulamalar gereklidir. Bir banka şubesinde yapılabilen tüm işlemlerin dijital mecrada da yapılabilmesi hem banka hem de müşteri açısından değer oluşturmaktadır. Dijital dönüşüm ile ilişkili en önemli kaygı güven ve risk algısıdır. Özellikle mobil uygulamalarda güvenli işlem yapmayı kolaylaştıran şifreleme, yüz tanıma, göz tarama, parmak izi tanıma sistemleri içeren yazılımların geliştirilmesi yüksek güvenlik adına güven algısını desteklemektedir. Kullanıcıların bu sistemleri anlayabilmeleri için bilgilendirici, yönlendirici, teşvik edici iletişim faaliyetlerinin artması gerekmektedir (Çoban & Demirhan, 2019, s. 148).

Sonuç olarak dijitalleşen ortamda geleneksel banka şubelerinin öneminin sürdüğü, bankaların maliyetleri gözeterek şubelerini azaltsalar da halen şube yapılanmalarının devam edebileceği söylenebilir. Ayrıca şubelerin halen yeni müşteri edinimi için önemini koruduğu ve mevcut müşteriler için ise alternatif dağıtım kanallarını kullanarak devamlı müşteri olma eğilimlerini sürdürecekleri eğitimlerin verildiği noktalar olduğu unutulmamalıdır.

KAYNAKÇA

- Abbam, A., Dadson, I., & Say, J. (2015). An Empirical Analysis of Customer Choice of Banks in Ghana. *European Journal of Business and Management*, 7(12), 49–55.
- Abbasi, G. Y. (2003). A Decision Support System for Bank Location Selection. *International Journal of Computer Applications in Technology*, 16(4), 202.
- Akın, F. (2020). Dijital Dönüşümün Bankacılık Sektörü Üzerindeki Etkileri. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6.
- Akpınar, A. (2019). *Tüketicilerin Banka Seçim Kriterleri ve Bankaların Dağıtım Kanalları Stratejilerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleriyle İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Alamá, L., Conesa, D., Forte, A., & Tortosa-Ausina, E. (2015). The Geography of Spanish Bank Branches. *Journal of Applied Statistics*, 42(4), 722–744.
- Almossawi, M. (2001). Bank Selection Criteria Employed by College Students in Bahrain: An Empirical Analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 19(3), 115–125.
- Atalay, B., & Kurulu, R. (2016). Banka Şubelerinin Maliyet ve İşgücü Yönetiminde Zamanla Dayalı Faaliyet Tabanlı Maliyetleme. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18(2), 453–475.
- Atukalp, M. (2018). Türk Bankacılık Sisteminde Şube ve Personel Performansı: Mülkiyet Yapısına Göre Bir İnceleme. *Ege Akademik Bakış (Ege Academic Review)*, 18(1), 81–106.
- Awan, H. M., & Bukhari, K. S. (2011). Customer's Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 14–27.
- Aydın, S., & Onaylı, E. (2020). Bankacılıkta Dijital Dönüşümle Değişen Müşteri Deneyimi: Müşteri Sadakati, Memnuniyeti ve Tavsiye Eğilimine Yansımaları. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(3), 645–663.
- Baicu, C. G., Gârdan, I. P., Gârdan, D. A., & Epuran, G. (2020). The impact of COVID-19 on consumer behavior in retail banking. Evidence from Romania. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 15(1), 534–556.
- Balfour, R., Joo, S.-J., Whited, H. I. H., & Lin, J. W. (2015). Assessing the Comparative Performance of Banking Branches. *Benchmarking: An International Journal*, 22(5), 963–972.
- Başar, A. (2014). *Banka Şubeleri İçin Uygun Yer Seçiminin Belirlenmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Başar, A., Kabak, Ö., & Topçu, Y. İ. (2015a). Banka Şubeleri İçin Uygun Yer Seçiminin Belirlenmesine Yönelik Tabu Arama Yaklaşımı: Bir Türk Bankası Uygulaması. *Endüstri Mühendisliği Dergisi*, 26(3), 2–22.

- Başar, A., Kabak, Ö., Topçu, Y. İ., & Bozkaya, B. (2015b). "Location Analysis in Banking: A New Methodology and Application for a Turkish Bank," In *Applications of Location Analysis*, Springer, 2015, pp.25-54.
- Bei, L.-T., & Shang, C.-F. (2006). Building Marketing Strategies for State-Owned Enterprises Against Private Ones Based on the Perspectives of Customer Satisfaction and Service Quality. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 13(1), 1-13.
- Beydur, M., & Çetinkaya, M. (2020). COVID-19 Pandemisinin Türkiye'de Dijital Bankacılık Ürün ve Hizmetlerinin Kullanımı Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 148-163.
- Boda, M., & Zimková, E. (2019). Spatial Aspect in Bank Branch Performance Management. *Engineering Economics*, 30(2), 128-140.
- Bonfim, D., Nogueira, G., & Ongena, S. (2021). "Sorry, We're Closed" Bank Branch Closures, Loan Pricing, and Information Asymmetries. *Review of Finance*, 25(4), 1211-1259.
- Boufounou, P. V. (1995). Evaluating Bank Branch Location and Performance: A Case Study. *European Journal of Operational Research*, 87(2), 389-402.
- Cebeci, İ., & Çabuk, Z. (2016). Tüketicilerin Banka Tercihini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Giresun'da Bir Araştırma. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 8(14), 57-66.
- Chigamba, C., & Fatoki, O. (2011). Factors Influencing the Choice of Commercial Banks by University Students in South Africa. *International Journal of Business and Management*, 6(6), 66-76.
- Çakır, E., & Bilge, E. (2019). Bütünleşik SWARA- MOORA Yöntemi ile Kurumsal Müşterilerin Banka Tercihlerinin Belirlenmesi: Aydın İlinde Bir Uygulama. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(6), 269-289.
- Çoban, S., & Demirhan, M. (2019). Mobil Bankacılıkta Algılanan Deneyimsel Değerin Tatmin Ve Bağlılık Üzerine Etkisinde Güvenin Düzenleyici Rolü. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 9(1), 135-155.
- Demirhan, M. (2021). Sektörel Bakış: Türk Bankacılık Sektöründe Dijitalleşmenin Şube Dağıtım Kanalına Etkileri. *Erciyes Akademi*, 35(1), 10-19.
- Dereli, T., Durmuşoğlu, A., Ata, H., & Gür, F. (2007). An Empirical Model for Bank Branch Planning: the Case of a Turkish Bank. *Rios International Journal*, 1, 55-74.
- Devlin, J., & Gerrard, P. (2005). A Study of Customer Choice Criteria for Multiple Bank Users. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 12(4), 297-306.
- Durak, İ., Bayat, M., & Arslan, H. M. (2017). Banka Seçiminde Müşteri Tercihleri: Katılım Bankaları Üzerine Ampirik Bir İnceleme, 1(2), 60-70.
- Durer, S., Çalışkan, A. Ö., Akbaş, H. E., & Gündoğdu, C. E. (2009). İnternet Bankacılığını Kullanma Kararını Etkileyen Faktörler: Türk Bankacılık Müşterileri Üzerine Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 133-154.

- Edris, T. A., & Almahmeed, M. A. (1997). Services Considered Important to Business Customers and Determinants of Bank Selection in Kuwait: A Segmentation Analysis. *International Journal of Bank Marketing*, 15(4), 126–133.
- Eiselt, H. A., & Marianov, V. (Ed.) (2015). *International Series in Operations Research et Management Science: Vol. 232. Applications of Location Analysis* (1st ed. 2015). Cham: Springer International Publishing.
- Erben Yavuz, A., & Babuşcu, Ş. (2018). Türk Bankacılık Sektöründe Penetrasyon; İnternet Bankacılığı ve Mobil Bankacılık Ürünlerindeki Penetrasyonun Analizi. *Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 24–57.
- Germir, & Hatice Nur (2020). *TR 33 Bölgesinde Bankacılık Ve Finansal Hizmetlere Erişim Göstergelerinin İncelenmesi*. Ankara: İKSAD.
- Gündoğdu, A. (2014). *Türkiye’de Bankacılık Sisteminin Yasal Düzenlemeleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, İşletme & Finans.
- Gürsoy, U., & Bilgin, Ş. (2016). Identifying Bank Customers Approach On Internet Banking By Using Data Mining Techniques. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(14), 421–442.
- Hirtle, B. (2007). The Impact of Network Size on Bank Branch Performance. *Journal of Banking & Finance*, 31(12), 3782–3805.
- Jayachandran, A. (2019). E-Banking or Branch Banking? Preference of Senior Citizens in Kerala. *IUP Journal of Bank Management*, 18(2).
- Karamustafa, K., & Yıldırım, M. (2007). Tüketicilerinden Bireysel Banka Tercihine İlişkin Kayseri İlinde Yapılan Bir Araştırma. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 56–92.
- Kartal, M. T. (2017). Bankacılıkta Alternatif Dağıtım Kanalları Kullanımı: TBB Üyesi Bankalar Üzerine Bir Analiz. *Social Sciences Research Journal*, 6(1), 22–44.
- Kartal, M. T. (2018). *Finansal İktisat: Bankaların Finans Sektöründeki Önemi*: Orion Kitapevi.
- Kennington, C., Hill, J., & Rakowska, A. (1996). Consumer Selection Criteria for Banks in Poland. *International Journal of Bank Marketing*, 14(4), 12–21.
- KHaitbaeva, S., Enyinda, C. I., & Al-Subaiey, A. A. (2015). An Empirical Analysis of Attributes Influencing Bank Selection Choices by Customers in the UAE: The Dubai Context. *Global Journal of Emerging Trends in e-Business, Marketing and Consumer Psychology (GJTeMCP) An Online International Research Journal*, 1(1), 193–207.
- Kılıç Depren, S., & Kartal, T. M. (2017). Bankacılıkta Şubeleşme Eğilimini Etkileyen Makroekonomik Faktörlerin Belirlenmesi. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12(24), 97–120.
- Korkmaz, S., & Gövdeli, Y. E. (2004). Türk Bankacılığında Alternatif Dağıtım Kanalları ve Ürünleri ile Bunların Gelişiminde ve Pazarlanmasında Eğitimin Önemi. *Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*. (15).

- Köse, T. (2009). *Bankalarda Mini Şube Organizasyonu Üzerine Bir Model*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi.
- Lam, R., & Burton, S. (2005). Bank Selection and Share of Wallet Among SMEs: Apparent Differences Between Hong Kong and Australia. *Journal of Financial Services Marketing*, 9(3), 204–213.
- Larivière, B., & van den Poel, D. (2007). Banking Behaviour After the Lifecycle Event of “Moving in Together”: An Exploratory Study of the Role of Marketing Investments. *European Journal of Operational Research*, 183(1), 345–369.
- Meidan, A. (1983). Distribution of Bank Services and Branch Location. *International Journal of Physical Distribution & Materials Management*, 13(3), 5–17.
- Metawa, S. A., & Almossawi, M. (1998). Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 299–313.
- Mokhlis, S. (2009). Determinants of Choice Criteria in Malaysia’s Retail Banking: An Analysis of Gender-Based Choice Decisions, 2(16), 11–22.
- Nielsen, J. F., Terry, C., & Trayler, R. M. (1998). Business Banking in Australia: A Comparison of Expectations. *International Journal of Bank Marketing*, 16(6), 253–263.
- Okeahalam, C. (2009). Bank Branch Location: a Count Analysis. *Spatial Economic Analysis*, 4(3), 275–300.
- Okpara, G. S., & Onuoha, A. (2013). Bank Selection and Patronage By University Students: A Survey of Students in Umudike, Nigeria. *Asian Business Review*, 2(4), 12–18.
- Owusu-Frimpong, N. (1999). Patronage Behaviour of Ghanaian Bank Customers. *International Journal of Bank Marketing*, 17(7), 335–341.
- Özsoy, İ., Görmez, B., & Mekik, S. (2013). Türkiye’de Katılım Bankalarının Tercih Edilme Sebepleri: Ampirik Bir Tetkik. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 20(1), 187–206.
- Pala, E., & Kartal, B. (2010). Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 43–61.
- PWC, *Retail Banking 2020, Evolution or Revolution?* Erişim tarihi: Haziran 03, 2021, <https://www.pwc.com/gx/en/banking-capital-markets/banking-2020/assets/pwc-retail-banking-2020-evolution-or-revolution.pdf>.
- Rehman, H. U., & Ahmed, S. (2008). An Empirical Analysis Of The Determinants Of Bank Selection In Pakistan: A Customer View. *Pakistan Economic and Social Review*, 46(2), 147–160.
- Rezaei, M., Sanayei, A., Aghdaie, S. F. A., & Ansari, A. (2022). Improving the Omnichannel Customers’ Lifetime Value Using Association Rules Data Mining: A Case Study of Agriculture Bank of Iran. *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, 15(1), 49–68.

- Siddique, N.-E.-A. (2012). Bank Selection Influencing Factors: A Study on Customer Preferences with Reference to Rajshahi City. *Asian Business Review*, 1(1), 80–87.
- Soba, M. (2014). Banka Yeri Seçiminin Analitik Hiyerarşi Süreci ve Electre Metodu ile Belirlenmesi: Uşak İlçeleri Örneği. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(25), 459–473.
- Söylemez, C., & Taşkın, E. (2020). Tüketicilerin Mobil Bankacılık Uygulamalarını Kullanma Niyetini Etkileyen Faktörler: Uluslararası Bir Karşılaştırma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15(2), 411–436.
- Suh, B., & Han, I. (2002). Effect of Trust on Customer Acceptance of Internet Banking. *Electronic Commerce Research and Applications*, 1(3-4), 247–263.
- Sümer, G., & Zengin, B. (2017). Bankaların Şube Yapılanmalarının Pazarlama Faaliyetleri ve Banka Karlılıkları Üzerine Etkisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 52(1), 112–126.
- Taşkın, Ç., Akat, Ö., & Erol, Z. (2010). Tüketicilerinden Banka Tercihini Etkileyen Faktörlerinden Belirlenmesi: Bursada bir Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 11–22.
- TBB (2021). *Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri*. Erişim tarihi: Ocak 06, 2021, https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikraporlar/ekler/1604/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Mart_2021.pdf.
- Tehulu, T. A., & Wondmagegn, G. A. (2014). Factors Influencing Customers' Bank Selection Decision in Ethiopia: The Case of Bahir Dar City. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(21), 57–68.
- Tepeli, Y., & Daşkiran, F. (2019). Finansal Tüketicilerin Banka Tercihlerinin Konjoint Model ile Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 20(45), 63–78.
- Tirmikioğlu Çınar, N. (2010). Kuruluş yeri seçiminde bulanık TOPSIS yöntemi ve bankacılık sektöründe bir uygulama. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (18)(1309-9132), 37–45.
- Uzun, U. (2021). Effects of Covid-19 Pandemic on Usage of Digital Banking in Turkey: Türkiye'de Dijital Bankacılık Kullanımı Üzerinde Covid-19 Pandemisinin Etkileri. *Fiscaeconomia*, 5(1), 309–323.
- Wel, C. A. C., & Nor, S. M. (2003). The Influences of Personal and Sociological Factors on Consumer Bank Selection Decision in Malaysia. *Journal of American Academy of Business*, 3(1/2), 399–404.
- Yağcılar, G. G. (2010). *Türk Bankacılık Sektörünün Rekabet Yapısının Analizi*. Doktora tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Yalçın, D., & Karaatlı, M. (2018). Mevduat Bankası Seçimi Sürecinde Topsis ve Electre Yöntemlerinin Kullanılması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 401–423.
- Yıldız, M., & Bozkurt, İ. (2020). Finansal Okuryazarlık Seviyesi ile Mobil Bankacılık

Kullanımı Arasındaki İlişkinin Tespiti: Türkiye Örneği. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 12(23), 693–709.

Yurttadur, M., & Bulut, K. (2016). Türkiye’de Bankacılık Sektörünün Finansal Yapısı ve Bu Yapının Müşteri Tercihine Etkisi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10(2), 164-186.

Yurttadur, M., & Süzen, E. (2016). Türkiye’de Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığına Yaklaşımlarının İncelenmesi Üzerine Bir Uygulama. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 93–120.

Zhao, L., Garner, B., & Parolin, B. (2004). Branch Bank Closures In Sydney: A Geographical Perspective and Analysis. *Proc. 12th Int. Conf. on Geoinformatics*, 541–548.

Zhou, M., Geng, D., Abhishek, V., & Li, B. (2020). When the Bank Comes to You: Branch Network and Customer Omni-Channel Banking Behavior. *Information Systems Research*, 31(1), 176–197.

Zhou, T. (2012). Examining Mobile Banking User Adoption from the Perspectives of Trust and Flow Experience. *Information Technology and Management*, 13(1), 27–37.

Bölüm 3

AKTİVİZM, SOSYAL HAREKETLER VE KİTLESEL MOBİLİZASYON; SOSYAL MEDYANIN ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Mahmut Turan EKTİREN¹



¹ Dr., Millî Eğitim Bakanlığı, mahmutektiren@gmail.com,
orcid no: 0000-0002-4756-4351

GİRİŞ

Özellikle son yıllarda internet; eski geleneksel medya yapılarına meydan okuma, bir mesaj ileterek, destek toplayarak ve değişimi uygulayarak halkın karar alma sürecine yakınlığını artırmaya yardımcı olmuştur (Terzis, 2016:106).

İnternetin önemli bir ek siyasi kampanya aracı haline geldiği 1990'ların ortalarından bu yana, yeni bir çağın ortaya çıktığı yaygın olarak kabul edilmektedir. Yeni iletişim ortamı; yeni bir kamusal alanın genişletilmesi ve büyütülmesi yönündeki faydalarını yitirmiş olabilecek eski siyasi kalıpların dağınıklığına işaret etmektedir (Zamora-Medina ve Zurutuza-Muñoz, 2014).

Dijital medya, büyük protestolar gerçekleşmeden önce ve sokak protestoları resmileştirilirken aktivist gruplarında derin iletişim bağları ve örgütsel kapasite yaratan altyapıyı sağlaması anlamında özellikle Arap Baharı'nda nedensel bir role sahipti. Gerçekten de bu iyi gelişmiş dijital ağlar sayesinde sivil liderler çok sayıda insanı protesto için başarılı bir şekilde harekete geçirdiler (Brym vd., 2014).

Yeni iletişim teknolojileri; özellikle internet aracılığıyla sosyal medya, toplu eylemin harekete geçirilmesi ve ardından dünya çapında toplumsal hareketlerin yaratılması, örgütlenmesi ve uygulanması için önemli kaynaklar haline geldi. Sosyal medyanın gelişimi, Web'den beslenen sosyal hareketler veya siberaktivizm için toplu eylem manzarasını değiştirmek için fırsatlar yaratmıştır (Eltantawy ve Wiest, 2011).

İnternetin hayatımızın bir parçası olmaya başladığı yıllardan günümüze özellikle sosyal medyanın yaygınlaşması ile beraber literatürde; aktivizm, sosyal hareketler ve kitlesel mobilizasyon gibi olguların sosyal medya vasıtasıyla yeni bir boyut kazanma ihtimalinin çalışıldığı birçok araştırma bulunmaktadır (Schmitt-Beck ve Mackenrodt, 2010; Eltantawy ve Wiest, 2011; Attia vd., 2011; Bekkers vd., 2011; Casero-Ripollés ve Feenstra, 2012; Micó vd., 2013; Lim, 2013; Yamamoto, 2013; Brym vd., 2014; McGarty, 2014; Ghobadi ve Clegg, 2015; Kharroub ve Bas, 2015; Tai, 2015; Velasquez ve LaRose, 2015; Terzis, 2016; Gerbaudo, 2016; Lowrance, 2016; Stein, 2017; Brodovskaya vd., 2017; Surzhko-Harned ve Zahuranec, 2017; Isa ve Himelboim, 2018; Johnson ve LeFebvre, 2018; Jost, 2018; Lazar vd., 2018; Lee, 2018; Paul ve Dowling, 2018; Kim, 2019; Lukács, 2021; Scherman ve Rivera, 2021).

Bu araştırmanın temel hedefi; tüm bu araştırmaları sistematik derleme yöntemi ile inceleyerek değişime yönelik ana eğilimin hangi tarafa yönelik olduğunu tespitinin sağlanması, araştırma sonuçlarının birbiri ile tutarlı sonuçları ortaya çıkarıp çıkarmadığının belirlenmesi ve sonuçların ana popülasyona genellenip genellenemeyeceğinin incelenmesi esasına dayanmaktadır. Bu bağlamda toplanan araştırmalar Web of Science ve Scopus

veri tabanlarında yer alan İngilizce dili kullanılarak yazılan makaleler ile sınırlı tutulmuş ve tartışma bu kapsamda yapılmıştır. Öyleyse elde edilecek sonuçlar, bu popülasyon kapsamında genellenebilir durumdadır.

1.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Aktivizm, sosyal hareketler ve kitlesel mobilizasyon bağlamında sosyal medyanın etkilerine değinen araştırmaların incelenmesi amacıyla sistematik derleme yöntemi kullanılmıştır.

Mulrow (1995), araştırmacıların hipotezleri tanımlamak, gerekçelendirmek ve geliştirmek için sistematik bir inceleme kullandıklarını ileri sürmüştür. Ayrıca yazara göre sistematik literatür taramaları paha biçilmez bilimsel faaliyetlerdir. Bu tür incelemelerin gerekçesi iyi oluşturulmuştur. Sistematik incelemeler; bilimsel bulguların tutarlı olup olmadığını ve popülasyonlar, ortamlar ve tedavi varyasyonları arasında genelleştirilip genelleştirilemeyeceğini veya bulguların belirli alt kümelere göre önemli ölçüde farklılık gösterip göstermediğini belirler. Bearman ve Dawson (2013)'a göre kullanılan şeffaf teknikler marifeti ile bu yöntem ortaya çıkabilecek yanlış sonuçları en aza indirilebilir.

1.1.Verii Seçimi ve Seçilen Verilerin Özellikleri

Yapılan araştırma için incelenen makalelere Web of Science ve Scopus veri tabanları marifeti ile ulaşılmıştır. İncelenen makalelerin dili İngilizcedir. Makaleler aranırken Activism, Social Movements, Mass Mobilization ve Social Media anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Çaprazlama olarak iki anahtar kelimenin aynı anda kullanılması sonucunda ulaşılan 117 makale içerisinde 66 makale ilk inceleme sonucunda seçilmiş olup daha sonra yapılan detay okuma sırasında 29 makalenin incelenen amaç ile doğrudan ya da dolaylı ilişkili olduğu tespit edilmiş ve araştırmaya bu makaleler dâhil edilmiştir. Örneklem 2010-2021 arasında yayımlanan çalışmalardan oluşmaktadır.

Tablo 1. *İncelenen araştırmalarda en çok kullanılan anahtar kelimeler*

Yayın özellikleri	Sayı	Yüzde
Anahtar Kelimeler		
Social media, media,	21/29	72,41
Social networks,	5/29	17,24
Mass movements, mobilization, collective action,	16/29	55,17
Activism, protest,	8/29	27,59

Tablo 1’de incelenen araştırmalarda en çok kullanılan anahtar kelimeler görülmektedir. Veriler incelendiğinde en çok (%72,41) social media ve media anahtar kelimeleri kullanılmıştır. Daha sonra sırasıyla mass movements, mobilization, collective action (%55,17), activism, protest (%27,59) ve social networks (%17,24) kullanılmıştır.

1.2.Çalışmaların Seçilme Ölçütleri ve Yöntemleri

Aktivizm, sosyal hareketler ve kitlesel mobilizasyon bağlamında sosyal medyanın etkilerine değinen çalışmaların incelenmesi amacıyla yapılan bu araştırmada sistematik derleme yöntemi kullanılmış ve makalelerin seçimi için amaçlı örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Amaçlı örnekleme, örneklemin araştırmanın amacı doğrultusunda araştırmacı tarafından amaçlı bir şekilde tasnif edilmesidir (Marshall ve Rossman, 2014, Baltacı, 2018). Ural ve Kılıç (2005)'a göre amaçlı örnekleme yöntemini kullanacak araştırmacı kendi değerlendirmelerinden ve yargılarından faydalanıp hareket edileceğinden ötürü evren hakkında fikir sahibi olmaları icap etmektedir. Örnekleme dâhil edilecek olan araştırmalar araştırmacının gözlem, deneyim ve önceki bilgilerinden hareketle yapılacak araştırmanın doğasına uygun olarak kendi yargıları ile belirlenir.

Bu bağlamda makale seçimi yaparken aşağıdaki kriterler dikkate alınmıştır:

- Nicel veya nitel yöntemlerin kullanıldığı araştırmaların seçimine dikkat edilmiş,
- Web of Science ve Scopus veri tabanları üzerinden araştırmaların İngilizce taraması yapılmış, belirlenen anahtar kelimelere uygun tüm araştırmalar dosyalanmış, detay okumada araştırmanın amacına doğrudan veya dolaylı olan araştırmaların seçimine dikkat edilmiş,
- 2010-2021 yılları arasında yayımlanan SSCI ve ESCI endekslerinde taranan araştırmalar ile sınırlı tutulmuş,
- Multidisipliner bir anlayış desteklenmiş,
- Activism, Social Movements, Mass Mobilization ve Social anahtar kelimelerinden ikisi ile çapraz taramanın yapılması sağlanmıştır.

Tablo 2. Yayınların özelliklerine göre dağılımı

Yayın özellikleri	Sayı	Yüzde
Uygulama yöntemi		
Nicel	10	34,48
Nitel	19	65,52
Yayın kategorisi		
Siyaset Bilimi	8	29,58
Sosyoloji	2	6,90
İletişim	7	24,13
Medya	7	24,13
Diğer (antropoloji, bilişim, hukuk, psikoloji, ticaret...)	5	17,24
Araştırmanın Yapıldığı Kıt		

Avrupa	7	24,13
Asya	6	20,69
Afrika	8	29,58
Amerika	3	10,34
Diğer (belirtmeyen, uluslararası, birden çok kıta)	5	17,24
Yayınlandığı indeks		
Emerging Sources Citation Index (ESCI)	5	17,24
Social Sciences Citation Index (SSCI)	24	82,76

Tablo 2’de araştırmaya konu olan yayımların özelliklerine göre dağılımı görülmektedir. Görüldüğü gibi çalışmaların %34,48’i nicel, %65,52’si nitel araştırmalardan oluşmaktadır. Bununla beraber araştırmaların %29,58’i siyaset bilimi, %6,90’ı sosyoloji, %24,13’ü iletişim, %24,13’ü medya ve %17,24’ü ise diğer yayın kategorisinde yer almaktadır. Araştırmaların % 24,13’ü Avrupa, %20,69’u Asya, %29,58’i Afrika, %10,34’ü ise Amerika kıtası örneklemine dair çalışmalardan oluşmaktadır. Son olarak makalelere ait dergilerin yayımlandığı endekslere incelendiğinde %17,24’ünün ESCI ve %82,76’sının ise SSCI endekslerinde yer aldığı görülmektedir.

2.BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde aktivizm, sosyal hareketler ve kitlesel mobilizasyon bağlamında sosyal medyanın etkilerine değinen araştırmalar içinden nicel olanların elde edilen sonuçları; nitel olanların ise sonuç ya da yazar görüşlerine değinilmiştir. Genel olarak Tablo 3a, 3b, 3c, 3d, 3e ve 3f’de incelenen araştırmalara ait sonuç veya yorumlar bu araştırmanın bulguları olarak ele alınmıştır.

Tablo 3a. *Aktivizm, Sosyal Hareketler ve Kitlesel Mobilizasyon bağlamında Sosyal Medyanın Etkilerine değinen araştırmalar.*

Kaynak	Konu hakkındaki yazar görüşleri veya sonuçlar*
Schmitt-Beck & Mackenrodt (2010).	Almanya’da yakın zamanda yapılan bir yerel seçimden elde edilen anket verilerinin analizi incelendiğinde iletişim biçiminin seçmenleri yalnızca harekete geçirmekle kalmayıp aynı zamanda terhis ettiğini de göstermiştir. Medyanın etkileri genellikle sosyal ağlardan daha zayıftır. Dahası, tutumlar aracılık ederken sosyal ağların doğrudan güçlü etkileri vardır.

Eltantawy & Wiest (2011).	Mısır örneğinde, aktivistler 2009'dan 2011 yılına doğru sosyopolitik koşullar üzerine çevrim içi tartışmalara ve münazaralara katılmışlardır. Bu aktivistlerin tartışma, örgütlenme ve planlama açısından birbirleriyle iletişim kurmak ve devrimi gerçekleştirmek için kullanılan araçlar, kolektif eylem için önemli bir kaynağı temsil etmiştir. Sosyal medya, bilgi alma ve yaymada hız sağlayan yeni bir kaynak ortaya çıkarmıştır; böylece aktivistler arasında bağların kurulmasına ve güçlendirilmesine yardımcı olduğu gibi protestocular arasında ve protestocular ile dünyanın geri kalanı arasında da artan etkileşimi sağlamıştır. Protestolara yol açan olaylarla ilgili bilgiler büyük ölçüde sosyal medya teknolojileri aracılığıyla yayılmış ve sosyal medya kanalları aracılığıyla sunulan teşvik ve sempati, yalnızca birbirleriyle değil; aynı zamanda Tunuslu protestocularla, yurtdışındaki Mısırlılarla da bağlantılı olan Mısırlı protestoculara ilham vermiştir. Bu nedenle Mısır devrimi, sosyal medyanın geniş çaplı seferberlik ve toplumsal hareketlerin örgütlenmesi ve uygulanması için sunduğu fırsatları göstermiştir.
Attia vd. (2011).	Sosyal ağlarla ilgili faktörlerin, Mısırlıların sosyal değişime yönelik tutumları üzerinde olumlu bir etkisi olduğu ve bunun da bireysel ve toplu davranışlarını destekleyerek devrime yol açtığı görülmüştür.
Bekkers vd. (2011).	Web 2.0 teknolojilerinin, geleneksel makromobilizasyon ve mezomobilizasyon süreçlerinden bireyler ve küçük gruplar tarafından mikromobilizasyona doğru daha radikal bir geçiş kolaylaştırabileceğini öne sürülmüştür. Yeni Web teknolojileri, iletişim yoluyla hızlı ve büyük ölçekli öz-örgütlenme süreçlerini kolaylaştırır. Bu teknolojilerin hızlılığı ve bağlantı kurma potansiyeli, siyasi mobilizasyonda kartopu etkisi yaratabileceği ifade edilmiştir. Bunun, siyasi gündem belirleme süreçlerinin gidişatını ve içindeki arabuluculuk yapılarının rolünü etkileyebileceği vurgulanmıştır.
Casero-Ripollés & Feenstra (2012).	15-M hareketi örneği, yeni bilgi ortamında yeni aktörlerin nasıl ortaya çıktığını ve haber üretim ve yayma sürecine aktif olarak katıldığını göstermiştir. İnternet sayesinde, ana akım medya dışında faaliyet gösteren vatandaşlar, çalkantılı siyasi bağlam içinde haberlerin önemini ve akışını başarıyla etkilemiştir. 15-M hareketi, dünya çapında dolaşan talepler hakkında haberler oluşturmak için yeni medya ve sosyal medya ile bağlantılı çok sayıda kanal kullanmıştır. Başta siyasi sistemin yeniden canlandırılması veya siyasi sınıf için ayrıcalıkların ortadan kaldırılması olmak üzere birçok alana yardımcı olmuşlardır. 15-M, eski medyadaki haber kapsamını etkilemenin yanı sıra bu yeni haberi yaymak için yeni bilgi ortamının potansiyelinden de yararlanmışlardır.

Tablo 3a, 3b, 3c, 3d, 3e ve 3f'de aktivizm, sosyal hareketler ve kitlesel mobilizasyon bağlamında sosyal medyanın etkilerine değinen araştırmalar görülmektedir. Veriler incelendiğinde: Schmitt-Beck ve Mackenrodt (2010) tarafından yapılan araştırmada, Almanya'da yakın zamanda yapılan bir yerel seçimden elde edilen anket verilerinin analizi sonucunda, iletişim biçiminin seçmenleri yalnızca harekete geçirmekle kalmayıp aynı zamanda terhis ettiğini de göstermekte olduğunu; Eltantawy ve Wiest (2011) Mısır örneğinde aktivistler 2009'dan bu yana sosyopolitik koşullar üzerine çevrim içi tartışmalara ve münazaralara katıldıklarını; bu aktivistlerin tartışma, örgütlenme ve planlama açısından yaptıkları birbirleriyle iletişim kurmak ve devrimi gerçekleştirmek için kullanılan araçlar, kolektif eylem

için önemli bir yeni kaynağı temsil ettiğini; sosyal medya, bilgi alma ve yaymada hız sağlayan yeni bir kaynak ortaya çıkardığını ve bu bağlamda aktivistler arasında bağların kurulmasına ve güçlendirilmesine yardımcı olduğunu; Attia vd. (2011) sosyal ağla ilgili faktörlerin, Mısırlıların sosyal değişime yönelik tutumları üzerinde olumlu bir etkisi olduğu ve bunun da bireysel ve toplu davranışlarını destekleyerek devrime yol açtığını; Bekkers vd. (2011) Web 2.0 teknolojilerinin, geleneksel makromobilizasyon ve mezomobilizasyon süreçlerinden bireyler ve küçük gruplar tarafından mikromobilizasyona doğru daha radikal bir geçişi kolaylaştırabileceğini; yeni Web teknolojilerinin iletişim yoluyla hızlı ve büyük ölçekli öz örgütlenme süreçlerini kolaylaştırdığını; bu teknolojilerin hızlılığı ve bağlantı kurma potansiyeli, siyasi mobilizasyonda kartopu etkisi yaratabileceğini; Casero-Ripollés ve Feenstra (2012) 15-M hareketi örneği, yeni bilgi ortamında yeni aktörlerin nasıl ortaya çıktığını ve haber üretim ve yayma sürecine aktif olarak katıldığını gösterdiğini; internet sayesinde, ana akım medya dışında faaliyet gösteren vatandaşlar, çalkantılı siyasi bağlam içinde haberlerin önemini ve akışını başarıyla etkilediğini; 15-M hareketi, dünya çapında dolaşan talepleri hakkında haberler oluşturmak için yeni medya ve sosyal medya ile bağlantılı çok sayıda kanal kullandığını; başta siyasi sistemin yeniden canlandırılması veya siyasi sınıf için ayrıcalıkların ortadan kaldırılması olmak üzere bir çok alana yardımcı olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 3b. *Aktivizm, Sosyal Hareketler ve Kitlese Mobilizasyon bağlamında Sosyal Medyanın Etkilerine değinen araştırmalar (devamı).*

Kaynak	Konu hakkındaki yazar görüşleri veya sonuçlar*
Micó vd. (2013).	Bulgular, hem kendi sosyal ağlarında (örneğin N-1) hem de ticari ağlarda (Facebook veya Twitter) aktivistlerin dijital teknolojiyi yoğun bir şekilde kullandığını göstermiştir. Bu dijital araçlar, kendi bilgilerini yaymalarını ve dâhili organizasyonlarını optimize etmelerini sağlamıştır. Öfkeli, çevrim içi aktivizm ile çevrim dışı eylemler arasında bir etkileşim kurmuştur. Dijital teknoloji, sokaklardaki kitlese toplantıların örgütlenmesini kolaylaştırmıştır. İletişimsel ve teknik becerilere sahip olmak, 15M'nin düzenlenmesinde önemli bir rol oynamıştır.
Lim (2013).	Araştırma, sosyal medya aktivizmini sosyal değişimin habercisi olarak görmek veya onu sadece "tembellik" olarak reddetmek yerine, sosyal medyaya katılımın hangi koşullar altında başarılı siyasi aktivizme yol açabileceğini belirleyerek daha incelikli bir argüman sunduğunu iddia etmiştir. Anlatıları basit olduğunda, düşük riskli eylemlerle ilişkilendirildiğinde ve milliyetçilik ve dindarlık gibi baskın meta-anlatılarla uyumlu olduğunda, sosyal medya aktivizminin kitle desteğini başarılı bir şekilde harekete geçirme olasılığının daha yüksek olduğu vurgulanmıştır.

Yamamoto (2013).	Sonuçlar, çevrim içi siyasi ifadenin siyasi mobil uygulamaların, geleneksel çevrim dışı ve çevrim içi medyanın ve sosyal medyanın siyasi katılım üzerindeki etkilerini artırdığını göstermiştir. Genç yetişkinler için demokratik süreçte çevrim içi medyanın harekete geçirici rolüne yönelik çıkarımlar tartışılmıştır.
Brym vd. (2014).	Olayların bir açıklaması olarak yeni anlatıya çok az gözlemci itiraz ederken birçoğu Arap Baharı'nın bir açıklaması olarak değerini sorgulamıştır. Başka bir deyişle, Arap Baharı sırasında sosyal medyanın bazı protestoculara anlamlı ve örgütsel olarak yardımcı olduğuna şüphe yoktur. Bununla birlikte, sosyal medyanın ayaklanmayı kolaylaştırmada diğer faktörlere göre öneminin belirsiz olduğu araştırmada ifade edilmiştir.
McGarty (2014).	Teknolojiler; seferberliği ve kimlik oluşumunu mümkün kılmış, bunlara alternatif seferberlik stratejileri ve yeni baskı biçimleriyle karşılık verilmiştir. Yapılan araştırmada sosyal medyanın Kuzey Afrika rejimlerine meydan okuma yarattığını öne sürmediğine değinilmiştir. Tunus ve Mısır'daki rejimlerin düşüşünün yakın ve doğrudan nedeni kitlesel protesto eylemleriydi. Bu protestolar sosyal medya alanında kalsaydı, hedeflenen rejimlerin hâlâ yerinde olması gerektiği vurgulanmıştır.

Tablo 3b'de görüleceği üzere: Micó vd. (2013) hem kendi sosyal ağlarında (örneğin N-1) hem de ticari ağlarda (Facebook veya Twitter) aktivistlerin dijital teknolojiyi yoğun bir şekilde kullandığını; bu dijital araçlar, kendi bilgilerini yaymalarını ve dâhili organizasyonlarını optimize etmelerini sağladığını; dijital teknoloji, sokaklardaki kitlesel toplantıların örgütlenmesini kolaylaştırdığını; iletişimsel ve teknik becerilere sahip olmak, 15M'nin düzenlenmesinde önemli bir rol oynadığını; Lim (2013) düşük riskli eylemlerle ilişkilendirildiğinde; milliyetçilik ve dindarlık gibi baskın meta-anlatılarla uyumlu olduğunda sosyal medya aktivizminin kitle desteğini başarılı bir şekilde harekete geçirme olasılığının daha da yükseldiğini; Yamamoto (2013) çevrim içi siyasi ifadenin siyasi mobil uygulamaların geleneksel çevrim dışı ve çevrim içi medyanın ve sosyal medyanın siyasi katılım üzerindeki etkilerini artırdığını; Brym vd. (2014), Arap Baharı sırasında sosyal medyanın bazı protestoculara anlamlı ve örgütsel olarak yardımcı olduğuna şüphe olmadığını; bununla birlikte sosyal medyanın ayaklanmayı kolaylaştırmada diğer faktörlere göre öneminin belirsiz olduğunu; McGarty (2014) teknolojilerin, seferberliği ve kimlik oluşumunu mümkün kıldığını ve bunlara alternatif seferberlik stratejileri ve yeni baskı biçimleriyle karşılık verildiğini; Tunus ve Mısır'daki rejimlerin düşüşünün yakın ve doğrudan nedeni kitlesel protesto eylemleri olduğunu; bu protestolar sosyal medya alanında kalsaydı hedeflenen rejimlerin hâlâ yerinde olmasını beklediklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 3c. *Aktivizm, Sosyal Hareketler ve Kitlese Mobilizasyon bağlamında Sosyal Medyanın Etkilerine değinen araştırmalar (devamı).*

Kaynak	Konu hakkındaki yazar görüşleri veya sonuçlar*
Ghobadi & Clegg (2015).	Araştırmada geliştirilen süreç modelinin dört temel çıkarımı vurgulanmış ve bunlar: (i) çevrim içi aktivizmin sınırlı uygulaması bile aktivizmin maliyetlerine ilişkin yanlış algılara yol açabilir ve bu nedenle geniş çaplı kolektif eylemlerin şekillenmesinde güçlü bir rol oynayabilir, (ii) farklı çıkarlara sahip farklı tarafların müdahale etmesi ve bu tür bir aktivizmi teşvik etmesi veya engellemesi doğaldır, (iii) müdahalelerin dengesi çevrim içi aktivizmin sonuçlarını belirler ve (iv) müdahaleler istenmeyen sonuçlara (örn. dijital uçurum) neden olabilir.
Kharroub & Bas (2015).	2011 Mısır devriminin Twitter görüntülerinin içeriğini incelenmiş, 581 görselin analizi yapılmıştır. En çok ilgiyi Mısır dışındaki aktivistler ve kullanıcılar tarafından yayınlanan görüntülerin gördüğü anlaşılmıştır. Bulgular, içerik kalıpları ve bunların Twitter izleyicileri üzerindeki potansiyel etkileri ve ayrıca siyasi hareketler sırasında kullanıcı tarafından içerik teorisi oluşturmaya yönelik katkıları için olası açıklamalar açısından tartışılmıştır.
Tai (2015).	Yeni medya dinamiklerinin Çin'deki protestoları ve diğer toplu eylemleri yeniden canlandırdığı vurgulanmış, teknolojinin sağladığı kitlese işbirliği, bugün Çin'de güçlü bir toplu eylem platformuna dönüşmüştür. Geçmiş yıllardaki çok sayıda vaka aracılığıyla, çeşitli koşullar altında bir dizi beklenen ve beklenmeyen sonuç üretme potansiyelini tam olarak göstermiştir.
Velasquez & LaRose (2015).	Sonuçlar, çevrim içi siyasi katılım açıklanırken siyasi davranışların gerçekleştirildiği faillik seviyesinin dikkate alınması gerektiğini göstermiştir. Çevrim içi kolektif siyasi aktivizmde, bireylerin algılarını tartmazlar; bunun yerine, özellikle karşılıklı bağımlılığın yüksek olduğu durumlarda, grubun sahip olduklarıyla çevrim içi olarak neler yapabileceğine dair inançlarını göz önünde bulundururlar. Aynı şekilde bu algılar, insanların sosyal medyayı bireysel olarak siyasi amaçlarla kullandıklarında neler yapabileceklerine yönelik inançlarının arttığına değinilmiştir.
Terzis (2016).	Sosyal medya, dünya çapında benzer fikirlere sahip takipçileri kolayca toplayabilen ve küresel bir mesaj yaymak için hızla örgütlenebilen protesto hareketleri için harika fırsatlar sunmuştur. İnsanlar konuşma ve ifade özgürlüğü haklarını her zamankinden daha fazla sosyal medyayı kullanmaktadır. İster bir şeyi 'beğenerek', ister video yükleyerek, ifadeleri kopyalayarak veya gönderilere yorum yaparak olsun burada önemli olan faktör, yeni nesillerin kendileri için önemli olan şeylere yeniden doğrudan dâhil olmaları olduğuna değinilmiştir.

Tablo 3c'de görüleceği üzere: Ghobadi ve Clegg (2015) spesifik olarak, geliştirilen süreç modelinin dört temel çıkarımının var olduğunu; (i) çevrim içi aktivizmin sınırlı uygulaması bile aktivizmin maliyetlerine ilişkin yanlış algılara yol açabileceğini ve bu nedenle geniş çaplı kolektif eylemlerin şekillenmesinde güçlü bir rol oynayabileceğini; (ii) farklı çıkarlara sahip farklı tarafların müdahale etmesi ve bu tür bir aktivizmi teşvik etmesi veya engellemesinin doğal olduğunu; (iii) müdahalelerin dengesi çevrim içi aktivizmin sonuçlarını belirlediğini ve (iv) müdahaleler istenmeyen sonuçlara (örn. dijital uçurum) neden olabileceğini; Kharroub & Bas (2015)

2011 Mısır devriminin içerik kalıpları ve bunların Twitter izleyicileri üzerindeki potansiyel etkileri ve ayrıca siyasi hareketler sırasında kullanıcı tarafından oluşturulan içerik teorisi oluşturmaya yönelik katkıları için olası açıklamalar açısından tartışıldığını; Tai (2015) yeni medya dinamiklerinin Çin'deki protestoları ve diğer toplu eylemleri yeniden canlandırdığına şüphe olmadığını; teknolojinin sağladığı kitlesel işbirliği, bugün Çin'de güçlü bir toplu eylem platformuna dönüştüğünü; & LaRose (2015) çevrim içi siyasi katılım açıklanırken siyasi davranışların gerçekleştirildiği faillik seviyesinin dikkate alınması gerektiğini; Terzis (2016) sosyal medya, dünya çapında benzer fikirlere sahip takipçileri kolayca toplayabilen ve küresel bir mesaj yaymak için hızla örgütlenebilen protesto hareketleri için harika fırsatlar sunduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 3d. *Aktivizm, Sosyal Hareketler ve Kitlesel Mobilizasyon bağlamında Sosyal Medyanın Etkilerine değinen araştırmalar (devamı).*

Kaynak	Konu hakkındaki yazar görüşleri veya sonuçlar*
Gerbaudo (2016).	Facebook verilerinin niceliksel ve niteliksel analizinden yola çıkarak, dijital coşku anları oluşturmak için iki unsurun bir araya geldiğini öne sürülmüştür: (a) siyasi Facebook sayfalarını yöneten aktivist yöneticiler tarafından üretilen umutlu anlatı ve (b) sıradan İnternet kullanıcılarının alıcılığı ve işbirliği. Yöneticiler ve kullanıcılar arasındaki bu duygusal diyalog, kitlesel protesto katılımı için uygun psikolojik koşulların oluşturulmasına yardımcı olan bir duygusal bulaşma süreci oluşturmuştur.
Lowrance (2016).	Bazı aktivistler, büyük ölçekli eylemleri koordine etmek veya harekete geçirmek için sosyal medyayı (Twitter, Facebook) kullanmıştır. Bu aşamada protestolar, yüz yüze sosyal ağların çok büyük sayıda insanı harekete geçirmek için muhtemelen yetersiz kaldığı Tunus'un en büyük şehirlerine ulaşmıştır. Sosyal medyanın kullanılması gerektiği doğal olarak takip edilmese de bu aracın koordinasyon amacıyla kullanılmasına olanak sağlamaktadır. Devrimin ikinci aşamasında, protestolar Sidi Bouzid'in ötesine geçtiğinde, sosyal medya, devlet medyasının izin vermeyeceği bilgileri sağlamak için devlet medyasını baypas etme rolünü sürdürmüştür. Aktivist olmayan daha fazla sosyal medya kullanıcısı bilgiye maruz kaldıkça, bu rolü de yoğunlaştırmıştır.
Stein (2017).	İnternetin ve özgürlük teknolojisi olarak hizmet eden diğer BİT'lerin tartışılması ve yüceltilmesi biraz yanıltıcıdır. Sunulan istatistiksel modeller, ortalama olarak daha yüksek BİT seviyelerinin daha fazla kitlesel eyleme karşılık geldiğini desteklemiştir.
Brodovskaya vd. (2017).	Sosyal medyada harekete geçirici mesajların temsilindeki ortak ve spesifik özellikler Ukrayna, Moldova, Ermenistan ve Kazakistan medyasında tanımlanmıştır. Çevrim dışı geleneksel siyasi süreçlere neden olabilecek protesto faaliyetlerinde çevrim içi olarak keskin bir artışın belirlenmesine izin veren sosyal ağlardaki protesto faaliyeti araştırmalarının beklentileri, makalenin sonuçlarında gösterilmiştir.

Surzhko-Harned & Zahuranec (2017).	Sosyal medyanın mobilize edici gücü literatürde büyük ölçüde tartışılmaya devam ederken bu analiz sosyal medyanın bir çerçeveleme aracı olarak rolünü vurgulamıştır. Seçkinler ve medya gibi konuları çerçeveleyen geleneksel kaynakların güvenilirliğini yitirdiği siyasi ve toplumsal karışıklıklar sırasında, sosyal medyanın olayları ve sorunları çerçevelemek için güçlü bir platform sağlayabileceği savunulmuştur. Beğenerek, yorum yaparak ve çevrim içi olarak paylaşarak çok sayıda kişi sanal gerçeklikteki devrime katılma duygusuna sahip olur. Bu tür bir katılım, nispeten düşük bir maliyetle ve sokak seviyesindeki katılımın getirdiği riskler olmadan gerçekleşir. Çevrim içi katılım, gelecekteki sivil katılım için motivasyon görevi görebilecek uzun vadeli siyasi etkinliğe katkıda bulunabileceğine değinilmiştir.
------------------------------------	--

Tablo 3d’de görüleceği üzere: Gerbaudo (2016) Facebook verilerinin niceliksel ve niteliksel analizinden yola çıkarak dijital coşku anları oluşturmak için iki unsurun bir araya geldiğini; bunların (a) siyasi Facebook sayfalarını yöneten aktivist yöneticiler tarafından üretilen umutlu anlatı ve (b) sıradan İnternet kullanıcılarının alıcılığı ve işbirliği olduğunu; duygusal diyalog, kitlesel protesto katılımı için uygun psikolojik koşulların oluşturulmasına yardımcı olan bir duygusal bulaşma süreci oluşturduğunu; Lowrance (2016) bazı aktivistlerin büyük ölçekli eylemleri koordine etmek veya harekete geçirmek için sosyal medyayı (Twitter, Facebook) kullandığını; bu aşamada protestoların ve yüz yüze sosyal ağların çok büyük sayıda insanı harekete geçirmek için muhtemelen yetersiz kaldığı Tunus’un en büyük şehirlerine ulaştığını; Stein (2017) internetin ve özgürlük teknolojisi olarak hizmet eden diğer BİT’lerin tartışılması ve yüceltilmesinin biraz yanıltıcı olduğunu; Brodovskaya vd. (2017) sosyal medyada harekete geçirici mesajların temsilindeki ortak ve spesifik özelliklerin Ukrayna, Moldova, Ermenistan ve Kazakistan medyasında tanımlandığını; Surzhko-Harned ve Zahuranec (2017) sosyal medyanın mobilize edici gücü literatürde büyük ölçüde tartışılmaya devam ederken, bu analizin sosyal medyanın bir çerçeveleme aracı olarak rolünü vurguladığını; seçkinler ve medya gibi konuları çerçeveleyen geleneksel kaynakların güvenilirliğini yitirdiği siyasi ve toplumsal karışıklıklar sırasında, sosyal medyanın olayları ve sorunları çerçevelemek için güçlü bir platform sağlayabileceğini ifade etmişlerdir.

Tablo 3e. *Aktivizm, Sosyal Hareketler ve Kitlesel Mobilizasyon bağlamında Sosyal Medyanın Etkilerine değinen araştırmalar (devamı).*

Kaynak	Konu hakkındaki yazar görüşleri veya sonuçlar*
Isa & Himelboim (2018).	Sosyal hareketler (#FreeAJStaff ve #FreeShawkan gibi) Yayılma Etkisi yaratmak için kullanılan mekanizmayı belirlemiş ve kümeler arasında dolaşan aracılı içeriğin silo halindeki içeriğe göre FreeAJStaff olmayan hareket hashtag’lerini içermeye olasılığının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Sosyal medyanın sosyal hareketleri etkileme becerileri teorik olarak tartışılmıştır.

Johnson & LeFebvre (2018).	Sonuçlar, ırk ve partizanlığın dijital protesto davranışının çoğunu tetiklediğini göstermiştir. A Ferguson davasında daha derin sosyal şikayetlerin su yüzüne çıktığını ve dijital sohbetin hem ırksallaşmasına hem de politize olmasına neden olduğunu düşünülmüştür.
Jost (2018).	(1) Sosyal medya platformları, protesto faaliyetlerinin koordinasyonu için hayati önem taşıyan bilgi alışverişini kolaylaştırır; (2) ek olarak sosyal medya platformları öfke, sosyal özdeşleşme, grup etkinliği, adalet ve yoksunluk hakkındaki endişeleri vurgulayan mesajlar dâhil olmak üzere protesto faaliyetini destekleyen ve protesto eden duygusal ve motive edici içeriklerin değiş tokuşunu kolaylaştırır. (3) Siyasi ideolojinin bir işlevi olarak farklılık gösterebilen çevrim içi sosyal ağların yapısal özelliklerinin bilgiye maruz kalma ve örgütsel çabaların başarısı veya başarısızlığı üzerinde önemli etkileri olduğuna değinilmiştir.
Lazar vd. (2018).	Sendikalaşmayla ilgili Facebook sayfalarının ve sendika aktivistleriyle yapılan röportajların bir analizi, aktivistlerin sosyal medya ağlarının (Facebook ve WhatsApp) ve mobil cihazların (Akıllı telefonlar) sağladığı taşınabilir görünürlükten nasıl yararlandıklarını ortaya koymuştur. Sonuç olarak, bu neoliberal platformların örgütsel ortamda işçi sendikalaşması çabalarında kullanılmasıyla ilgili zorlukları açıklanmış ve bu gerilimlerin hem örgütsel direniş hem de kitlesel protesto çalışmaları için sonuçları tartışılmıştır.
Lee (2018).	Sosyal medya siyasi katılım için etkili bir platform olarak hizmet etmiş; insanların öfkelerini ifade etmelerini, başkalarıyla bağlantı kurmalarını mümkün kılmıştır. Siyasi ilgisi yüksek olanların sosyal medya platformlarının sağladığı bu tür fırsatlardan yararlanma olasılığı daha yüksek olduğundan siyasi ilgisi yüksek olanlar arasında sosyal medya kullanımı ile protesto katılımı arasında güçlü, pozitif bir ilişki bulunmuştur.

Ayrıca tablo 3e’de görüleceği üzere: Isa & Himelboim (2018) sosyal hareketler (#FreeAJStaff ve #FreeShawkan gibi) arasında bir ‘Yayılma Etkisi’ yaratmak için kullanılan mekanizmayı belirlediğini ve kümeler arasında dolaşan aracılı içeriğin silo halindeki içeriğe göre FreeAJStaff olmayan hareket hashtag’lerini içermeye olasılığının daha yüksek olduğunu; Johnson & LeFebvre (2018) ırk ve partizanlığın dijital protesto davranışının çoğunu tetiklediğini; Ferguson davasında daha derin sosyal şikayetlerin su yüzüne çıktığını ve dijital sohbetin hem ırksallaşmasına hem de politize olmasına neden olduğunu düşündüğünü; Jost (2018) sosyal medya platformları, protesto faaliyetlerinin koordinasyonu için hayati önem taşıyan bilgi alışverişini kolaylaştırdığını; ek olarak sosyal medya platformları öfke, sosyal özdeşleşme, grup etkinliği, adalet ve yoksunluk hakkındaki endişeleri vurgulayan mesajlar dâhil olmak üzere protesto faaliyetini destekleyen ve protesto eden duygusal ve motive edici içeriklerin değiş tokuşunu kolaylaştırdığını; Lazar vd. (2018) aktivistlerin sosyal medya ağlarının (Facebook ve WhatsApp) ve mobil cihazların (Akıllı telefonlar) sağladığı taşınabilir görünürlükten nasıl yararlandıklarını ortaya koyduğunu; Lee (2018) sosyal medya, siyasi katılım için etkili bir platform olarak hizmet ettiğini ve insanların öfkelerini ifade

etmelerini, başkalarıyla bağlantı kurmalarını mümkün kıldığını; siyasi ilgisi yüksek olanlar arasında sosyal medya kullanımı ile protesto katılımı arasında güçlü, pozitif bir ilişki bulunduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 3f. *Aktivizm, Sosyal Hareketler ve Kitleli Mobilizasyon bağlamında Sosyal Medyanın Etkilerine değinen araştırmalar (devamı).*

Kaynak	Konu hakkındaki yazar görüşleri veya sonuçlar*
Paul & Dowling (2018).	Teknolojilerin “yeni toplumsal dönüşüm biçimlerinin yükselişini” mümkün kıldığından, toplumsal hareketler dijital çağda derin bir dönüşüm geçirmiştir. Özellikle, internette ortaya çıkan ve kentsel alanlara yayılan toplumsal hareketlerde tanımladığı model, YouTube’da DC’den yararlanan Dalit protestolarınıninkine benzer bir model tanımlanmıştır.
Kim (2019).	İnternet’in yeniden üretilmiş, duygusal içerik için bir alan sağlayarak ve insanları kişisel inançlarının meşruiyetini test edebilecekleri çoklu bakış açılarına maruz bırakarak protestoları harekete geçirmeye yardımcı olduğunu ortaya çıkarmıştır.
Lukács (2021).	Macaristan’da internet memleri, hükümet karşıtı seferberliğin duygusal tonunu yeniden şekillendirmiş ve bunu yaparak siyasi aktivizmi daha kapsayıcı hale getirmiştir. Aynı zamanda, diasporik Macarlar hem protesto ederek hem de protesto memleri üretilip dağıtarak çok sayıda aktivizmine katılmıştır. Ayrıca sosyal medyada yayınladıkları fotoğraflarda kendilerini tanımlanabilir şekillerde görsel olarak sunarken siyasi görüşlerini de temsil etmişlerdir.
Scherman & Rivera (2021).	Sonuçlar, Facebook’un protestolara katılımı pozitif olarak bağlantılı tek sosyal medya platformu olduğunu göstermiştir. Bu bulgu, önceki araştırmaları desteklemekte ve yeni sosyal medya platformlarının ortaya çıkmasına ve sosyal medya tüketim kalıplarındaki değişikliklere rağmen Facebook kullanımının Şilili gençlerin kurumsal olmayan katılımları için hâlâ geçerli olduğunu öne sürmekte olduğuna değinilmiştir.

Son olarak tablo 3f’de görüleceği üzere: Paul & Dowling (2018) teknolojilerin “yeni toplumsal dönüşüm biçimlerinin yükselişini” mümkün kıldığından toplumsal hareketler dijital çağda derin bir dönüşüm geçirdiğini; Kim (2019) internet’in yeniden üretilmiş ve duygusal içerik için bir alan sağlayarak ve insanları kişisel inançlarının meşruiyetini test edebilecekleri çoklu bakış açılarına maruz bırakarak protestoları harekete geçirmeye yardımcı olduğunu; Lukács (2021) Macaristan’da internet memleri, hükümet karşıtı seferberliğin duygusal tonunu yeniden şekillendirdiğini ve bunu yaparak siyasi aktivizmi daha kapsayıcı hale getirdiğini; Scherman & Rivera (2021) Facebook’un protestolara katılımı pozitif olarak bağlantılı tek sosyal medya platformu olduğunu, yeni sosyal medya platformlarının ortaya çıkmasına ve sosyal medya tüketim kalıplarındaki değişikliklere rağmen Facebook kullanımının Şilili gençlerin kurumsal olmayan katılımları için hala geçerli olduğunu ifade etmişlerdir.

3.SONUÇ VE TARTIŞMA

Aktivizm, sosyal hareketler ve kitlesel mobilizasyon bağlamında sosyal medyanın etkilerine değinen araştırmalar incelenmiş, sistematik derleme yöntemi kullanılarak tüm çalışmalar belirli bir desen çerçevesinde sistematize edilmiş ve bulgular çerçevesinde incelenen soruna yönelik ana eğilimin hangi tarafa yönelik olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda veriler incelendiğinde son dönemlerde yaygın olarak kullanılan sosyal medyanın; aktivizm, sosyal hareketler ve kitlesel mobilizasyonu hangi derecede etkilediği birçok araştırmada incelenmeye çalışılmıştır (Schmitt-Beck ve Mackenrodt, 2010; Eltantawy ve Wiest, 2011; Attia vd., 2011; Bekkers vd., 2011; Casero-Ripollés ve Feenstra, 2012; Micó vd., 2013; Lim, 2013; Yamamoto, 2013; Brym vd., 2014; McGarty, 2014; Ghobadi ve Clegg, 2015; Kharroub ve Bas, 2015; Tai, 2015; Velasquez ve LaRose, 2015; Terzis, 2016; Gerbaudo, 2016; Lowrance, 2016; Stein, 2017; Brodovskaya vd., 2017; Surzhko-Harned ve Zahuranec, 2017; Isa & Himelboim, 2018; Johnson ve LeFebvre, 2018; Jost, 2018; Lazar vd., 2018; Lee, 2018; Paul & Dowling, 2018; Kim, 2019; Lukács, 2021; Scherman ve Rivera, 2021).

Tüm bu araştırmalar incelendiğinde sosyal medyanın kitlesel hareketleri, aktivizmi veya mobilizasyonu etkilediğine; iletişim kanallarının bu vasıtalar sayesinde daha efektif kullanıldığına; protestocuların kendi içinde daha rahat örgütlenip harekete geçirebildiklerine; dünyanın diğeri ile iletişim kurmaları konusunda ciddi avantaj sağladığı gibi konuların bazılarını savunan araştırmalar bulunmuştur (Schmitt-Beck ve Mackenrodt, 2010; Eltantawy ve Wiest, 2011; Attia vd., 2011; Bekkers vd., 2011; Casero-Ripollés ve Feenstra, 2012; Micó vd., 2013; Lim, 2013; Yamamoto, 2013; Ghobadi ve Clegg, 2015; Kharroub ve Bas, 2015; Tai, 2015; Velasquez ve LaRose, 2015; Terzis, 2016; Gerbaudo, 2016; Lowrance, 2016; Stein, 2017; Brodovskaya vd., 2017; Surzhko-Harned ve Zahuranec, 2017; Isa ve Himelboim, 2018; Johnson ve LeFebvre, 2018; Jost, 2018; Lazar vd., 2018; Lee, 2018; Paul ve Dowling, 2018; Kim, 2019; Lukács, 2021; Scherman ve Rivera, 2021). Yapılan inceleme sonucunda sosyal medyanın kitlesel hareketleri, aktivizmi veya mobilizasyonu (en az birini) etkilediğine yönelik araştırmalarda güçlü eğilimin (%93,10) olduğu görülmektedir.

Örneğin; özellikle ortaya çıkmaya başladığı günlerde dünyanın ilgisini çeken Arap Baharı bağlamında Mısır'ı inceleyecek olursak Eltantawy ve Wiest (2011)'nin tabiri ile, aktivistlerin sosyopolitik koşullar üzerine çevrim içi tartışmalara ve münazaralara katıldığını, sosyal medyanın, bilgi alma ve yaymada hız sağlayan yeni bir kaynak ortaya çıkardığını; aktivistler arasında bağların kurulmasına ve güçlendirilmesine yardımcı olduğunu; protestocular arasında ve protestocular ile dünyanın geri kalanı arasında artan etkileşimi sağladığını; protestolara yol açan olaylarla ilgili bilgiler büyük ölçüde sosyal medya teknolojileri aracılığıyla yayıldığını ifade etmiştir. Ayrıca Attia vd.

(2011) sosyal ağla ilgili faktörlerin, Mısırlıların sosyal değişime yönelik tutumları üzerinde olumlu bir etkisi olduğu ve bunun da bireysel ve toplu davranışlarını destekleyerek devrime yol açtığı ifade etmiştir. Bunun yanında Kharroub ve Bas (2015) Mısır dışındaki aktivistler ve kullanıcılar tarafından yayınlanan görüntülerin çok ilgi gördüğünü ifade etmiştir.

Tüm bunların yanında sosyal medyanın etkisinin bilinmezliğini destekleyen araştırmalar bulunduğu gibi, sosyal medyayı merkeze almanın abartıldığını savunan araştırmalar da bulunmaktadır. Örneğin Brym vd. (2014) sosyal medyanın ayaklanmayı kolaylaştırmada diğer faktörlere göre ne kadar önemli olduğunun belirsiz olduğunu, McGarty (2014) protestolar sosyal medya alanında kalsaydı, hedeflenen rejimlerin hala yerinde olmasının beklenebileceğini savunan araştırmalar da tespit edilmiştir.

Teşekkürler,

Kitap bölümünün tasarım ve uygulama sürecindeki destekleri için ve ayrıca makaleyi okuyarak yaptıkları dönütler ile geliştirilmesine katkı sundukları için Prof. Dr. Nuri GÜÇTEKİN ve Dr. Veysi AKTAŞ'a teşekkür ederim.

KAYNAKÇA

- Attia, A. M., Aziz, N., Friedman, B., & Elhusseiny, M. F. (2011). Commentary: The impact of social networking tools on political change in Egypt's "Revolution 2.0". *Electronic Commerce Research and Applications*, 10(4), 369-374.
- Baltacı, A. (2018). Nitel araştırmalarda örnekleme yöntemleri ve örnek hacmi sorunsalı üzerine kavramsal bir inceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Bekkers, V., Beunders, H., Edwards, A., & Moody, R. (2011). New media, micromobilization, and political agenda setting: Crossover effects in political mobilization and media usage. *The Information Society*, 27(4), 209-219.
- Bearman, M., & Dawson, P. (2013). Qualitative synthesis and systematic review in health professions education. *Medical Education*, 47(3), 252-260.
- Brodovskaya, E., Dombrovskaya, A., & Karzubov, D. (2017). Online mobilization of mass protests in Ukraine, Moldova, Armenia, and Kazakhstan (2013--2016.) the results of comprehensive comparative empirical. In Proceedings of the International Conference on Electronic Governance and Open Society: *Challenges in Eurasia* (pp. 32-36).
- Brym, R., Godbout, M., Hoffbauer, A., Menard, G., & Zhang, T. H. (2014). Social media in the 2011 Egyptian uprising. *The British Journal of Sociology*, 65(2), 266-292.
- Casero-Ripollés, A., & Feenstra, R. A. (2012). The 15-M movement and the new media: A case study of how new themes were introduced into Spanish political discourse. *Media International Australia*, 144(1), 68-76.
- Eltantawy, N., & Wiest, J. B. (2011). The Arab spring| social media in the Egyptian revolution: reconsidering resource mobilization theory. *International Journal of Communication*, 5, 18.
- Gerbaudo, P. (2016). Rousing the Facebook crowd: Digital enthusiasm and emotional contagion in the 2011 protests in Egypt and Spain. *International Journal of Communication*, 10, 254-273.
- Ghobadi, S., & Clegg, S. (2015). "These days will never be forgotten...": A critical mass approach to online activism. *Information and Organization*, 25(1), 52-71.
- Isa, D., & Himelboim, I. (2018). A social networks approach to online social movement: Social mediators and mediated content in# freeajstaff twitter network. *Social Media+ Society*, 4(1), 2056305118760807.
- Johnson, A. A., & LeFebvre, R. (2018). Contextual predictors of protest behavior on social media: a# Ferguson case study. *Journal of Information Technology & Politics*, 15(1), 50-65.
- Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M., Nagler, J., Sterling, J. & Tucker, J. A. (2018). How social media facilitates political protest: Information,

- motivation, and social networks. *Political Psychology*, 39, 85-118.
- Kharroub, T., & Bas, O. (2015). Social media and protests: An examination of Twitter images of the 2011 Egyptian revolution. *New Media & Society*, 18(9), 1973-1992.
- Kim, J. (2019). How Internet content mobilizes protests: The case of two anti-government protests in Korea. *Social Science Computer Review*, 38(4), 443-461.
- Lazar, T., Ribak, R., & Davidson, R. (2018). Mobile social media as platforms in workers' unionization. *Information, Communication & Society*, 23(3), 437-453.
- Lee, S. (2018). Connecting social media use with gaps in knowledge and participation in a protest context: the case of candle light vigil in South Korea. *Asian Journal of Communication*, 29(2), 111-127.
- Lim, M. (2013). Many clicks but little sticks: Social media activism in Indonesia. *Digital Activism in Asia Reader*, 127.
- Lowrance, S. (2016). Was the Revolution Tweeted? Social Media and the Jasmine Revolution in Tunisia. *Digest of Middle East Studies*, 25(1), 155-176.
- Lukács, G. (2021). Internet Memes as Protest Media in Populist Hungary. *Visual Anthropology Review*, 37(1), 52-76.
- Marshall, C. & Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. New York: Sage.
- McGarty, C., Thomas, E. F., Lala, G., Smith, L. G., & Bliuc, A. M. (2014). New Technologies, New Identities, and the Growth of Mass Opposition in the Arab Spring. *Political Psychology*, 35(6), 725-740.
- Micó, J. L., & Casero-Ripollés, A. (2013). Political activism online: organization and media relations in the case of 15M in Spain. *Information, Communication & Society*, 17(7), 858-871.
- Mulrow, C. D. (1994). Systematic reviews: rationale for systematic reviews. *British Medical Journal*, 309(6954), 597-599.
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Paul, S., & Dowling, D. O. (2018). Digital archiving as social protest: Dalit Camera and the mobilization of India's "Untouchables". *Digital Journalism*, 6(9), 1239-1254.
- Scherman, A., & Rivera, S. (2021). Social media use and pathways to protest participation: evidence from the 2019 Chilean social outburst. *Social Media+ Society*, 7(4), 20563051211059704.
- Schmitt-Beck, R., & Mackenrodt, C. (2010). Social networks and mass media as mobilizers and demobilizers: A study of turnout at a German local election. *Electoral Studies*, 29(3), 392-404.
- Stein, E. A. (2017). Are ICTs democratizing dictatorships? New media and mass mobilization. *Social Science Quarterly*, 98(3), 914-941.
- Surzhko-Harned, L., & Zahuranec, A. J. (2017). Framing the revolution: the role of

social media in Ukraine's Euromaidan movement. *Nationalities Papers*, 45(5), 758-779.

Tai, Z. (2015). Networked resistance: Digital populism, online activism, and mass dissent in China. *Popular Communication*, 13(2), 120-131.

Terzis, G. (2016). The end of hypocrisy: Online activism and ethno-political conflicts. *Pacific Journalism Review*, 22(1), 105-120.

Velasquez, A., & LaRose, R. (2015). Youth collective activism through social media: The role of collective efficacy. *New Media & Society*, 17(6), 899-918.

Yamamoto, M., Kushin, M. J., & Dalisay, F. (2013). Social media and mobiles as political mobilization forces for young adults: Examining the moderating role of online political expression in political participation. *New Media & Society*, 17(6), 880-898.

Zamora-Medina, R., & Zurutuza-Muñoz, C. (2014). Campaigning on Twitter: Towards the "personal style" campaign to activate the political engagement during the 2011 Spanish general elections. *Communication & Society*, 27(1), 83-106.

Bölüm 4

TÜRKİYE’DE İL ÖZEL YÖNETİMLERİNDE YENİDEN YAPILANMA ÇALIŞMALARI¹

Arzu YILDIRIM²

Aydın USTA³



1 Bu çalışma “Türkiye’de İl Özel Yönetimleri: Eleştirel Bir Değerlendirme” adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

2 Dr., Şırnak Üniversitesi, a.ucar@sirnak.edu.tr, orcid: 0000-0002-8543-278X

3 Prof. Dr. Kilis 7 Aralık Üniversitesi İİBF Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü Emekli Öğretim Üyesi, aydinusta956@gmail.com

1.GİRİŞ

Günümüzde hemen hemen her alanda ortaya çıkan gelişmeler küreselleşme olgusu ile beraber devletin dönüşümü, iyi yönetim ilkelerinin ülkelerin yönetim yapılarında değişimlerin yaşanmasına neden olmuştur. Kamu kurumlarının işleyişinde, insan kaynakları yönetiminde, görev ve sorumlulukların paylaşımında tamamen yeni bir değişiklik yerine zaman içerisinde kademeli olarak yeni düzenlemelerin gerçekleştirilmesi sürecine girilmiştir (Çetin, 2010: 23).

Bu süreçte kamu yönetiminde ortaya çıkan yeniden yapılanma, yönetim yapısının ve vizyon paradigmasının yeniden düzenlenmesi, bu paradigmaya uygun yeni örgütlenme ve kurum kültürünün yeniden tasarımı ifade etmektedir. Özellikle ülkedeki siyasal sistemin vatandaşların isteklerine cevap veremez duruma gelmesi, yaşanan ekonomik krizler, siyasal iktidarın gittikçe zarar görmesi kamu yönetiminde yeniden yapılanma ihtiyacını ortaya çıkarmıştır (Demirel, 2011: 98).

Kamu yönetiminde yeniden yapılanmadan etkilenen birimlerden birisi de il özel idareleridir. İl özel idareleri Türkiye’de anayasal olarak düzenlenmiş yerel yönetim birimlerinden birisidir. Yerel yönetimler, yerel ihtiyaçların karşılanması, halkın yönetime katılımın sağlanması ve demokratik değerlerin benimsenmesi bakımından önemli bir konumdadır. Personel, bütçe ve yönetsel bakımdan kamu tüzel kişisi niteliğine sahip olan yerel yönetimler, gelişmiş ülkeler başta olmak üzere bütün ülkelerin temel birimleri olarak hizmet vermektedir. Merkezi yönetimin aynı zamanda bir alternatifi ve yerel yönetim birimlerinin bir kısmını oluşturan il özel idareleri, yerel yönetim birimleri arasında fonksiyonları devamlı değişerek hizmet sunmaya devam etmişlerdir. Osmanlı’dan miras kalan yerel yönetimler içerisinde il özel idarelerinin konumu, il yönetimi ile birlikte kurulduğu için önemli bir dayanak noktasını oluşturmuştur. İl özel idarelerinin bir il yönetimi ile birlikte kurulmaları, merkezi yönetimin il özel idareleri üzerinde kontrolü olarak yorumlanabilir (Eyidiker, 2019: 97).

İl özel yönetimleri ilk oluşturulduğu Osmanlı döneminde il yönetiminin bir uzantısı olarak planlanmıştır. Bu anlayıştan dolayı merkezi yönetime bağlı olarak oluşturulmuştur. 1913 yılında kabul edilen yasa ile il özel yönetimlerinin genel yapısını, görev ve sorumluluklarını, personelini, mali kaynakları gibi alanları da kapsayan bir yasa kabul edilmiştir. 1913 tarihinde kabul edilen yasa uzun bir süre yürürlükte kalmıştır. Zaman içerisinde halkın ihtiyaçlarının artması ve çeşitlenmesi gibi nedenlerden dolayı yeni bir düzen arayışı içerisine girilmiştir. Bu amaçla 2005 yılında 5302 sayılı İl Özel İdare Kanunu kabul edilmiştir. Bu düzenleme ile gelişen ve dönüşen koşullara bağlı olarak il özel yönetimlerinin genel olarak yapısı, teşkilatı, çalışma şekli vb. yeniden düzenlenmiştir. İl özel yönetimlerinde kuruluşundan bu yana

etkisini devam ettiren merkezi yönetimin ağırlığı kırılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada il özel yönetimlerinin yeniden yapılanma çalışmaları kapsamında getirdiği değişikliklerin ve etkilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmada il özel yönetimlerinin tarihsel gelişim sürecinde geçirdiği süreç açıklanmış, 2005 yılında kabul edilen düzenleme ile ortaya çıkan değişimler ve sonrasında il özel yönetimlerinin yaşadıkları sorunlar üzerinde durulmuştur. Çalışmada nitel araştırma yaklaşımı bağlamında betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada arşivlerden, kanunlardan ve bu alanda yazılmış bilimsel çalışmalardan yararlanılmıştır. Çalışmada ulaşılan sonuç; il özel yönetimlerinin kurulmasından günümüzde kadar sürekli yeni düzenlemelere konu olmuştur. Her yapılan yeni düzenleme başka bir sonucu ortaya çıkaracaktır. İl özel yönetime yönelik atılan adımlarda merkezi yönetimin ağırlığı kısmen de olsa azaltılmaya çalışılmıştır. Ancak il özel yönetimlerinin sorunları bulunmaktadır. Bu sorunların tamamen ortadan kaldırılması mümkün değildir; sorunların azaltılmasına yönelik somut yeni düzenlemelerin getirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan düzenlemelerin uzun vadeli olarak düşünülmesi önemlidir.

Kamu yönetiminde yapılan düzenlemelerden en köklü değişiklik getiren bu düzenleme ile il özel idarelerinin yapısı ve yönetim sisteminde değişimler yaşanmıştır. Cumhuriyet tarihinden bu yana valilik konumunun denetiminde hizmet sunan il özel idareleri, yeni sistem ile yeniden düzenlenmiştir. Valinin il genel meclisinin başkanı olma uygulaması ortadan kaldırılmış, il özel idarelerinin organları arasındaki ağırlık sıralamasında değişim olmuştur. Devletin ve hükümetin temsilcisi konumunda bulunan vali, üst düzey bir kamu yöneticisi konuma gelmiştir (Keskin, 2016: 63).

2. YEREL YÖNETİMLERİN ORTAYA ÇIKIŞI

Son yıllarda kamu yönetiminde gerçekleştirilen reformlarda önemli oranda dönüşümler yaşanmıştır. Yaşanan dönüşümlerin çözüm yolu olarak gelişmiş ülkelerde kabul edilen yeni kamu yönetimi anlayışı görülmüştür. Batılı ülkelerde farklı nedenlerden ortaya çıkan yeni yönetim ilkelerinin Türkiye’deki sosyal, ekonomik ve siyasal sonuçlarını zaman içerisinde görmek mümkündür. Avrupa Birliği’ne eklenme gayretleri ile uyumlu olan yeniden yapılanma çalışmaları, bunun yanında küresel düzeydeki stratejileri yakalama konusundaki somut çabaları da göstermektedir (Çetin, 2010: 35).

Türkiye’nin modern anlamda yerel yönetim anlayışına geçmesi 19. yüzyılın ortalarına denk gelmektedir. Belediye sistemine ilk geçilmesi 1855 yılında rastlamakta iken; il seviyesinde ilk defa yerel yönetim uygulaması 1864 yılında gerçekleşmiştir. Daha sonraki dönemlerde 1913 yılında ilk defa bir yasa ile il özel idaresi kapsamlı bir yerel yönetim birimi olarak düzenlenmiş, belediyelere özgü ilk yasa ise 1930 yılında düzenlenmiştir. İl özel idarelerinin

fonksiyonlarının merkezi yönetim tarafından yapılmaya başlanması ile kurulan yerel yönetim birimleri eski işlevlerini zaman ile kaybetmeye başlamışlardır. Ancak yaşanan hızlı kentleşme ile beraber belediyelerin önemi diğer yerel yönetim birimlerine göre artmıştır (Arıkboğa, 2007: 3).

Yerel yönetimler, yerine getirmeleri için sorumlu tutuldukları kamu hizmetlerine yönelik kararları almak, farklı yöntemler ile mali kaynak bulmak, mali kaynakların hizmetlerin sunulmasında kullanmak, hizmetlerin sunulması için örgüt yapısını kurmak konularında idari özerklikten faydalanırlar. Yerel koşulların farklı olması, mekansal bakımdan uzak olunması, vatandaşların yönetime katılması gibi istek ve sorunlar yerel yönetimlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ayrıca bu kurumların en belirleyici özellikleri; kamu tüzel kişiliğine sahip olmaları ve karar organlarının seçim ile yönetime gelmeleridir (Çetin, 2009: 250).

3. TÜRKİYE'DE İL ÖZEL YÖNETİMLERİNİN GENEL YAPISI VE ÖZELLİKLERİ

İl özel idarelerinin üç tür organı bulunmaktadır. İl özel idareleri; il genel meclisi, il encümeni ve vali olarak örgütlenmiştir. İl genel meclisi, il özel idaresinin ana karar organı olmasının yanı sıra yönetsel süreçte önemli fonksiyonları yüklenmiştir. Meclisi, kendisi arasından seçeceği başkan yönetmektedir. İl encümeni ise il özel idaresinin yürütme organı olarak çalışmaktadır. İl encümeni on üyeden oluşmaktadır. Vali ise il özel idaresinin başı konumundadır, tüzel kişiliğin temsilcisi olarak kabul edilir. Vali merkezi yönetim tarafından atama ile göreve gelmektedir (Çetin, 2009: 252).

5302 sayılı yasada il özel idareleri “İl halkının mahallî müşterek nitelikteki ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan ve karar organı seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan, idarî ve malî özerkliğe sahip kamu tüzel kişisini” olarak ifade edilmiştir. 5302 sayılı yasanın 6. Maddesine göre il özel idarelerinin görev ve sorumlulukları; “İl özel idaresi mahallî müşterek nitelikte olmak şartıyla;

a) Sağlık, tarım, sanayi ve ticaret; ilin çevre düzeni plânı, bayındırlık ve iskân, toprağın korunması, erozyonun önlenmesi, sosyal hizmet ve yardımlar, yoksullara mikro kredi verilmesi, çocuk yuvaları ve yetiştirme yurtları; ilk ve orta öğretim kurumlarının arsa temini, binalarının yapım, bakım ve onarımı ile diğer ihtiyaçlarının karşılanmasına ilişkin hizmetleri il sınırları içinde,

b) İmar, yol, su, kanalizasyon, katı atık, çevre, acil yardım ve kurtarma, kültür, turizm, gençlik ve spor; orman köylerinin desteklenmesi, ağaçlandırma, park ve bahçe tesisine ilişkin hizmetleri belediye sınırları dışında”, yapmak ile yetkili kılınmıştır. İl özel idarelerinde hizmetlerin vatandaşlara sunulmasında öncelik sırası, il özel idaresinin mali imkânları, hizmetin ivedi

olup olmaması ve hizmetin sunulduğu yerin gelişmişlik seviyesi göz önünde bulundurularak belirlenmektedir (İl Özel İdaresi Kanunu, 2005).

5302 sayılı yasanın 7. maddesinde il özel idarelerinin yetki ve imtiyazları belirtilmiştir. Buna göre il özel idarelerinin yetki ve imtiyazları;

a) “Kanunlarla verilen görev ve hizmetleri yerine getirebilmek için her türlü faaliyette bulunmak, gerçek ve tüzel kişilerin faaliyetleri için kanunlarda belirtilen izin ve ruhsatları vermek ve denetlemek.

b) Kanunların il özel idaresine verdiği yetki çerçevesinde yönetmelik çıkarmak, emir vermek, yasak koymak ve uygulamak, kanunlarda belirtilen cezaları vermek.

c) Hizmetlerin yürütülmesi amacıyla, taşınır ve taşınmaz malları almak, satmak, kiralamak veya kiraya vermek, takas etmek, bunlar üzerinde sınırlı aynî hak tesis etmek.

d) Borç almak ve bağış kabul etmek.

e) Vergi, resim ve harçlar dışında kalan ve miktarı yirmi beş milyar Türk Lirasına kadar olan dava konusu uyuşmazlıkların anlaşmayla tasfiyesine karar vermek.

f) Özel kanunları gereğince il özel idaresine ait vergi, resim ve harçların tarh, tahakkuk ve tahsilini yapmak.

g) Belediye sınırları dışındaki gayri sıhhi müesseseler ile umuma açık istirahat ve eğlence yerlerine ruhsat vermek ve denetlemek” şeklinde ifade edilmiştir (İl Özel İdaresi Kanunu, 2005).

İl özel idaresinin teşkilatı; genel sekreterlik, mali işler, sağlık, tarım, imar, insan kaynakları, hukuk işleri birimleri olarak belirtilmiştir. Bunların yanı sıra ihtiyaca göre yeni birimlerin oluşturulacağı belirtilmiştir. Bunu belirleme yetkisi il genel meclisinin yetkileri içindedir. İl özel idaresinin sunduğu hizmetler valinin adına ve onun emirleri kapsamında, kanuna, il genel meclisi ve il encümen kararlarına uygun olmak şartı ile genel sekreter aracılığıyla yürütülmektedir. Bu görevlerin yerine getirilmesi konusunda genel sekreter valiye karşı sorumlu kılınmıştır (Çetin, 2009: 252).

5302 sayılı yasanın 25. maddesinde valinin il encümeninin başkanı olduğu ve encümen toplantılarının gündeminin vali tarafından belirleneceği ifade edilmiştir. Encümen ise “il genel meclisinin her yıl kendi üyeleri arasından bir yıl için gizli oyla seçeceği beş üye ile biri malî hizmetler birim amiri olmak üzere valinin her yıl birim amirleri arasından seçeceği beş üyeden oluşur” şeklinde düzenlenmiştir. Valinin katılamadığı encümen toplantıların genel sekreterin başkanlık edeceği belirtilmiştir. Uygulamada çoğu zaman valiler bu toplantılara katılmamaktadırlar. İl encümen, il özel idaresinin yürütmeye ilişkin işlerini yerine getirmektedir. Valiler il genel meclisinin başkanı olma

konumunu kaybetmesine rağmen il encümeninin başı olma konumunu devam ettirmektedir (Ökmen ve Demir, 2013: 5).

İl özel idarelerinin denetlenmesi iki yolla yapılmaktadır. Birinci denetim; iç denetim, ikinci denetim ise dış denetimdir. Denetim, yapılan işlerde hukuk kurallarına uygunluk, mali ve performans denetimlerini kapsamaktadır. İç denetim, kamu kurumlarının etkili, tutumlu ve verimli yönetilmesini sağlamak, rehberlik yapmak için gerçekleştirilen bağımsız faaliyetlerdir. İç denetimi, il özel idaresi bünyesinde bulunan denetçiler gerçekleştirmektedir. Dış denetim ise, mali işlemlere ilişkin olarak Sayıştay tarafından yapılan denetim türüdür. Bunun yanında il özel idarelerinin mali iler dışındaki idari işlerin idarenin bütünlüğüne, kalkınma ve stratejik planlara uygunluğunu İçişleri Bakanlığı, vali ya da görevlendireceği elemanlar tarafından gerçekleştirilmektedir (Çetin, 2009: 253).

4.TÜRKİYE'DE İL ÖZEL YÖNETİMLERİNİN YENİDEN YAPILANMA ÇALIŞMALARI

Türkiye Cumhuriyeti; Osmanlı'dan katı merkeziyetçi, otoriter yönetim anlayışı devralınarak güçlü bir yerel yönetim anlayışından yoksun bir şekilde hizmet sunmaya başlamıştır. Bu yıllardan sonra, yerel yönetim alanlarında gerçekleştirilen yasal düzenlemelerde Osmanlı döneminin katı merkeziyetçi anlayışına uygun bir anlayış devam etmiştir. 2004 yılına gelindiği zaman, yerel yönetim yasalarının yeniden düzenlendiği zamanlarda, dünyada yaşanan gelişmelere bağlı olarak yerelleşme, yerel yönetimlere daha fazla önem verilmeye başlanmıştır. Yerel yönetimlerin yeniden yapılandırıldığı bir dönemin yaşanması mümkün olmuştur. Yerel yönetimlere ilişkin yapılan düzenlemeler zaman dilimine yayılarak gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde, belediye ve il özel idareleri yeniden tanımlanarak, görev ve sorumluluklarında artış yaşanmıştır. Türkiye'de merkeziyetçi yönetim anlayışı önemli bir düzeyde devam etmiştir (Arslan, 2019: 44). Merkeziyetçi yönetim anlayışının yeniden yapılanma çalışmaları ile etkisi azaltılmaya çalışılmıştır.

1980 yılından sonra rekabet küresel bir görünüm sergilemeye başlamış, vatandaşların istek ve ihtiyaçları artmış; bu durum daha kaliteli bir yönetim anlayışına doğru geçişi zorunlu kılmıştır. Geleneksel yönetim anlayışı ile küresel rekabet düzeyinin sağlanamayacağı anlaşılmıştır. Çünkü geleneksel yönetim anlayışının hantal yapısı ile dünyadaki gelişmelerin takip edilmesi mümkün görünmemiştir. Bu nedenle birçok ülke, kötü yönetim ile küresel rekabet ortamının ülkelere olan etkilerinin çok ağır olacağını anlamıştır (Bilgin, 2006: 30). Küresel rekabet ortamı yönetim yapılarının yeniden tasarlanmasına ortam hazırlamıştır.

Yerel yönetimler, kamu yönetiminde yeni düzenlemelerde değişime konu olarak ilk sıralarda yer almış, yapılan düzenlemelerde merkezi yönetimin güçlendirilmesine de katkıda bulunmuştur. Bunun altında yatan neden, yerel

yönetim alanında gerçekleştirilecek düzenlemelerin merkezi yönetim aracılığı ile gerçekleştirilmesidir. Türkiye’de yerel yönetim alanlarında gerçekleştirilen yeniden yapılanma çalışmaları belediyeler üzerinde yoğunlaşmakla birlikte il özel idareleri bu gelişmelerden çok fazla etkilenememiştir. Merkezi yönetim aracılığı ile il özel idarelerine yönelik birçok düzenleme gerçekleştirilmiştir. İl özel idarelerinin tarihsel gelişim sürecine dikkat edildiğinde merkezi yönetim ile yerel yönetimler arasındaki çekişmenin devam ettiği görülmektedir (Azaklı ve Tek, 2016: 234). Merkezi yönetim yerel yönetimler üzerindeki ağırlığını korumaya çalışmaktadır.

Yerel yönetim birimlerinden kabul edilen il özel idareleri, belediye ya da köy gibi bir yerleşmenin yönetim birimi olarak değil, birden çok yerleşmeyi ya da yerleşme olamamış boş toprak parçalarını da kapsayan bir yönetim birimini ifade etmektedir. İl özel idareleri, belediye ya da köyler ile kıyaslandığında diğer birimler kadar vatandaşlar tarafından bilinen bir birim olduğu söylenemez. İl özel idarelerinin tarihsel köken olarak Tanzimat Reformlarına kadar gittiği söylenebilir. İl özel idarelerini düzenlemek için oluşturulan ilk düzenlemenin yaklaşık olarak yüzyıllık bir tarihi geçmiş olduğu söylenebilir. 1913 yılında İdare-i Umumiye-i Vilayet Kanun-u Muvakkati adı ile çok uzun bir dönem süren bir düzenleme yapılmıştır. 2005 yılında 5302 sayılı Kanun’un kabul edilmesi ile uzun bir tarihi geçmişe sahip olan yasa yürürlükten kaldırılmıştır (Keskin, 2016: 62). Böylece 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu il özel yönetimlerinin yapısını, teşkilatını, görev ve sorumluluklarını, organlarını yeniden düzenlenmesine zemin hazırlamıştır.

Uzun bir tarihi geçmişe sahip olan ve Osmanlı Devleti’nden devralınan il özel idareleri, zaman içerisinde farklı işlevleri üstlenmiştir. Özellikle küreselleşme ve yerelleşme çabalarının etkisi ile yeniden yapılanma çalışmalarına konu olmuştur. Saydamlık, etkenlik, etkililik anlayışının benimsenmeye başlanmasında, vatandaşların ihtiyaçlarının karşılanmasında yeni yönetim anlayışı bir araç olarak görülmektedir (Kutlu ve Kocaoğlu, 2010: 139). 2000’li yıllardan sonra yapılan düzenlemelerden olan 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanun’un kabul edilmesi ile il özel idarelerinde yeniden yapılanma çalışmaları yansımaları görülmektedir. Kanun’un gerekçesinde dünyada merkezi yönetim anlayışının aşındığı, adem-i merkeziyetçi yapıların güçlenmesine yönelik taleplerin olduğu belirtilmiştir. Demokrasinin geliştirilmesinde yerelleşmenin önemli olduğu, yerelin daha fazla önemsenmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu nedenle il genel meclislerinin üzerindeki vesayet denetimi azaltılmış, il özel idarelerinin görev ve yetkileri arttırılmıştır (Lamba, 2014: 141). İl özel yönetimlerinin görevleri tek tek belirtilerek görev ve yetki alanı net bir şekilde çizilmeye çalışılmıştır.

5.5302 SAYILI İL ÖZEL İDARESİ KANUNU'NUN TÜRK KAMU YÖNETİMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

1950'li yıllardan sonra sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçilmesi ile kamu yönetimi alanında da değişim ve dönüşüm yaşanmaya başlanmıştır. 1980'li yıllardan sonra bürokratik alanda birçok ülkede ciddi reformlar gerçekleşmiştir. Dünyayı etkisi altına alan bu anlayış Türkiye için de geçerli olmuştur (Küçüktüğü ve Aydın, 2017: 488).

5302 sayılı Kanun'da il genel meclisinin bilgi edinme yollarını düzenlemiştir. 18. maddeye göre meclis üyelerinin, meclis başkanlığına önerge vererek il özel idaresini ilgilendiren konularda sözlü ya da yazılı olarak soru sormaları ve sorunun vali ya da görevlendireceği bir kişi tarafından cevaplandırılacağı düzenlenmiştir. Ayrıca 39. maddeye göre valinin stratejik plana göre yürütülen çalışmaları, belirlenmiş performans hedeflerine ulaşma durumunu açıklayan faaliyet raporunu hazırlamakla yetkili kılınmıştır. Hazırlanan raporun vali ya da genel sekreter tarafından meclise sunulacağı belirtilmiştir. Valinin faaliyet raporunu hazırlaması ve meclise sunması yasal olarak düzenlenmiştir. Bazen il genel meclisi valiye karşı bir davranış içerisine girebilmesi, farklı nedenlerden dolayı valinin hazırlamış olduğu faaliyet raporunu onaylamama tutumu içerisine girebilmesi söz konusu olabilecektir. Bu durum valinin motivasyonunun düşmesine, valilerin sık aralıklarla görev yerlerinin değiştirilmesi gibi durumların yaşanmasına neden olabilecektir (Dinçer, 2008: 139).

Daha önceki il özel idare yasasında meclisin kararları valinin onayı alındıktan sonra yürürlüğe girmektedir. Valinin onaylamak istemediği kararlar için idari yargıya başvurma hakkı bulunmamaktaydı. Yeni yasa ile meclis tarafından alınan kararlar valiye gönderilmektedir. Vali hukuka aykırı bulunduğu maddeleri yeniden görüşmek üzere il genel meclisine iade etme yetkisi bulunmaktadır. Valiye gönderilmeyen meclis kararlarının yürürlüğe girmeyeceği belirtilmiştir. Bu uygulama ile il özel idareleri üzerindeki idari vesayet yetkisi azaltılmaya çalışıldığı görülmektedir (Demirel, 2014: 176).

5302 sayılı yasa ile getirilen başka bir düzenleme; il genel meclisinin il özel idarelerinin bir önceki yılın gelir ve giderlerinin hesaplanması ve denetlenmesi için denetim komisyonunu kurmasıdır. Denetim komisyonları, il genel meclisinin etkinliğini artıracak bir işlev görmektedir. Bunun yanında il genel meclisinin ve il encümen toplantılarının belirli bir süre içerisinde yapılması verimliliğin artmasına katkıda bulunacaktır. Meclis başkanlarına ve üyelerine meclisin toplantılarına katılmaları sonucunda ödenen huzur hakkı uygulaması, meclis başkanının ve üyelerinin motivasyonlarını arttırıcı etkisi olabileceği söylenebilir (Yılmaz, 2008: 124).

5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu'nda hizmetler paylaştırılırken mahalli müşterek ihtiyaç ve hizmette yerellik ilkelerinin gözetilmesi yerelleşme yö-

nünde önemli bir adım olarak görülebilir. Çünkü il özel idareleri belediye sınırları dışındaki kırsal bölgelerde yol, su, kanalizasyon gibi alt yapı yatırımlarının yanı sıra çevre düzenlemesi, eğitim, ulaşım gibi birçok kamu hizmetini yerine getirmekle sorumludur. Yerleşmenin gerçekleşmesi adına bu tür hizmetlerin yerel yönetim birimlerine verilmesi önemlidir (Arslan, 2019: 61). 5302 sayılı yasa ile il özel idarelerinin görev ve sorumlulukları daha önceki yasada olduğu gibi liste haline belirtilmek yerine ana hizmet birimlerinin belirtilmesi şeklinde görev ve sorumlulukları belirtilmiştir (Oktay, 2010: 79).

2000'li yıllardaki liberal anlayışın etkisi ile yasada yerel demokrasinin gelişmesine ve yerel katılımın artırılmasına yönelik süreçlere ağırlık verilmiştir. Önceki düzenlemede il genel meclisi yılda iki kez toplanması koşulu düzenlenmiş iken yeni yasada meclisin her ay ve toplantıların halka açık bir şekilde yapılması sağlanmıştır. İlgili komisyonlara kamu, özel ya da sivil toplum kuruluşlarının oy hakları olmadan kendilerini ilgilendiren konularda görüşlerini bildirmeleri sağlanmıştır. İl genel meclis üyelerinin soru, genel görüşme ve faaliyet raporunun değerlendirilmesi yetkileri düzenlenmiştir (Güler ve Önder, 2021: 331). 5302 sayılı yasa ile valinin görev ve sorumluluklarında azaltılmaya gidilirken, il genel meclisinin görev ve yetkilerinin artırılması ile vesayet denetiminin etkisi büyük oranda azaltılmaya çalışılmıştır. Valinin il genel meclisine başkanlık etme ve il genel meclisinin gündemini belirleme yetkisi kaldırılmıştır. Bu durum valinin katılmadığı kararları uygulamak zorunda kalması söz konusu olmaktadır (Yılmaz, 2008: 125).

İl özel idareleri 1913 tarihli yasa ile kurulmasından beri mali özerklik konusu ilk sırada olmak üzere varlıkları çoğu zaman tartışmalara konu olmuştur. 2005 yılında getirilen yeni düzenleme ile il özel idaresinin kurumsal olarak yapısında bir değişiklik gerçekleşmemiş, mali yönden gelir artışı yaşanmamıştır. Bu nedenle il özel idarelerinin merkezi yönetime mali yönden bağlı olması devam etmektedir (Güler, 2010: 263).

Daha önceki yasada meclisin kabul ettiği bütçeyi merkezi yönetimin bütçe üzerinde bazı değişiklikleri yaparak onaylama yetkisi varken; yeni yasada bu uygulama ortadan kaldırılmıştır. İl genel meclisinin bütçeyi kabul etmesi ile herhangi bir işleme gerek kalmadan bütçenin kesinleşmesi söz konusudur. Ancak belli bir miktarı aşan borçlanmalar için İçişleri Bakanlığı'nın onayı gerekmektedir. Bu uygulamaya bakılarak il özel idaresi üzerindeki denetimin kısmen de olsa devam ettiğini söylemek mümkündür (Kaplan, 2005: 153).

Yeni bir ilin kurulması ile il özel idaresi de herhangi bir işleme gerek kalmadan kurulmuş sayılıyordu. Bu bakımdan 2014 yılına kadar il sayılarının artmasına bağlı olarak il özel idare sayısında da artış olmuştur. 6360 sayılı Kanun'un uygulama konulması ile 30 ilin büyükşehir belediyesi olması ile bu illerde bulunan il özel idarelerinin kaldırılması durumu yaşanmıştır. Bu düzenleme ile il özel idare sayısı 51 olmuştur. Daha önce il sayısı ile il özel

idare sayısının eşit olması durumu da ortadan kalkmış oldu. Böylece ilk defa il sayısı ile il özel idare sayısı farklılaşmıştır (Arslan, 2019: 62).

6. İL ÖZEL YÖNETİMİNİN GÜNCEL SORUNLARI

İl özel idarelerinin yaşadığı temel sorunlardan birisi bu kuruluşların nitelikli personelinin olmamasıdır. Bu kuruluşlarda görev yapan kişilerin üretkenlik kapasitesinin çok fazla olduğu söylenemez. Kuruluşlarda sunulan sınırlı imkânlar ya da burada çalışanların üzerindeki siyasi baskı kurumları cazip kurumlar olmaktan çıkarmıştır. Hâlbuki mahalli idareler demokrasi-nin eğitim birimleri olarak kabul edilmektedir. Çünkü il özel idareleri de-mokrasinin öğrenildiği ve siyasal hayatın daha net öğrenildiği kuruluşlardır. Yerel birimler hizmette etkililik ve verimliliği merkezi yönetime göre daha fazla sağlamaktadır. Böylesine önemli birimlerde hizmet sunan çalışanların nitelikli olması büyük önem taşımaktadır (Çetin, 2009: 254).

Teknolojinin gelişmesi ve küreselleşmeyle beraber, vatandaşların artan ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla hem özel hem de kamu kurumlarının kurumsal seviyede hizmet sunmaları zorunluluk durumuna gelmiştir. Kamu kurumlarının kendilerine verilen görevleri yerine getirmede başarılı ola-bilmeleri için gerekli olan mali imkânlar, personel, araç ve gereçler ile do-natılmaları gerekir. Bunların yanında yetki ve sorumlulukların açık ve net bir şekilde belirtilmesi gerekir. Fakat il özel yönetimlerinin tarihsel gelişim süreci içerisinde belirtilen kaynaklara yeteri kadar sahip olduğu söylenemez (Karaman, 2011: 26).

Valinin merkezi yönetim tarafından atama ile göreve getirilmesi ve si-yasi kimliğinin bulunmaması pratikte bazı sorunlara yol açabilir. Örneğin, valinin il genel yönetiminin başı olması, il yönetim sistemi içerisinde farklı bir konumda olması durumu ortaya çıkmaktadır. Vali il genel idaresinin başı; ildeki bütün kamu kurum ve kuruluşların başı konumundadır (Bozlağan ve Can, 2009: 229).

İl özel yönetimlerinin sınırlı olarak verilen kaynakların kullanılmasında etkinliği esas alacak bir yatırım bütçesinin düzenlenip uygulanamamasıdır. İl genel meclislerinde bu kararların alınmasında hizmetlerde ivedilik yerine siyasi unsurların etkili olduğu söylenebilir. Kanun'da il özel yönetimlerine verilen yetki ve sorumluluklar incelendiğinde eğitimden ulaşım, alt yapı hizmetlerinden sağlığa kadar birçok alanda sorumluluk verilmiştir. İl özel yönetimlerinin bu görevlerini yerine getirebilmesi için kendisine bütçe oluşturacak alanların genişletilmesi gerekir (Çetin, 2009: 254). Bu tür durumlar il özel yönetimlerinin etkili ve verimli hizmet sunmasını etkilemektedir.

İl özel yönetimlerinin demokratik ve özerk bir yerel yönetim birimi olup olmadığı sorusuna 5302 sayılı Kanun ile getirilen yeni düzenlemeler ile dahi olumlu bir yanıt vermek mümkün görünmemektedir. Demokratik olmadığı

ileri sürülebilir; çünkü il özel yönetimleri vatandaşların kendi seçtikleri temsilciler ile yönetilmemektedir. İl özel yönetimlerinin demokratik bir unsur olmasının önündeki engelin, valinin dolayısıyla merkezi yönetimin il özel yönetimleri üzerindeki etkisi gösterilebilir (Kartal, 2010: 94).

5302 sayılı İl Özel İdare Kanunu'nun yönetsel özerklik bakımından değerlendirmek gerekirse; yasada il genel meclisinin gündeminin meclis başkanını tarafından belirleneceği belirtilmiştir. İlgili yasada valinin önermiş olduğu konuların da meclisin yapacağı ilk toplantıda gündeme alınacağı ifadesi yer almaktadır. 5302 sayılı yasada valinin il genel meclisinin başkanı olması uygulaması kaldırılmış olsa da il genel meclisinin valinin önerilerini de dikkate alacağı hususu belirtilmiştir. Bu durum da atanmış olan valinin seçilmiş kişilerden oluşan il genel meclisi üyeleri üzerindeki etkisinin varlığının devam ettiği söylenebilir (Koçak ve Sadıç, 2020: 155).

Yerel yönetim birimlerinin bağımsız olarak karar alma yetkisi, onların sundukları hizmetlerin niteliğini, nasıl sunulacağını, hangi finansal kaynakla sunulacağı alanlarında yetkili olması anlamına gelmektedir. 5302 sayılı Kanun'un 15. maddesinde il genel meclis kararlarının 15 gün içerisinde valiye gönderilmesi ve valiye gönderilmeyen kararların yürürlüğe girmeyeceği belirtilmiştir. BU şekilde il genel meclis kararlarının yürürlüğe girmesi şartının valiye gönderilmesi şartına bağlanması, yerel yönetimlerin herhangi bir makamın onayına gerek kalmadan karar alması durumuna bir engel olmaktadır. Bu düzenleme yönetsel özerklik konusuna ters düşmektedir (Koçak ve Sadıç, 2020: 155).

Vali il özel yönetimlerinde hem yürütmenin başı hem de merkezi yönetimin bir görevlisi konumundadır. İl genel meclisinin valiyi denetleme yetkisi bulunmamaktadır. Vali yaptığı işlemlerden dolayı merkezi yönetime karşı sorumludur. Bu durum da yerel demokrasinin ilkelerine ters düşmektedir. Getirilen yeni düzenlemeler ile her ne kadar merkezi yönetimin il özel yönetimleri üzerindeki vesayet yetkisi azaltılmaya çalışılsa da ülkemizin sahip olduğu bazı şartlar ve koşullar denetim yetkisinin devam ettiğini göstermektedir. Yapılan denetimin hukuki denetim yerine performans denetimi şeklinde gerçekleştirilmesinin çalışanlar üzerinde daha fazla olumlu etki oluşturacağı düşünülmektedir (Çetin, 2009: 255).

İl özel yönetimlerinin sahip oldukları koşullar ve şartlar düşünüldüğünde geniş tutulduğu görülmektedir. Diğer önemli bir husus, il özel yönetimlerine verilen bir görevin gerek belediyelere gerek büyükşehir belediyesine gerekse de merkezi yönetime verilmiştir. Bu nedenle il genel yönetimi içerisinde yetki karmaşası bulunmaktadır. Bu durumda neredeyse il özel yönetimlerinin yerel yönetim birimi olup olmadığı sorgulanır duruma gelmiştir. Çünkü verilen görev ve sorumluluklar ile gelir ve kapasitelerinin birbirleriyle uyumlu olmaması sürekli geride kalmasına neden olmuş,

kamu yönetiminde gittikçe tanınmayan bir kurum haline gelmiştir (Koçak ve Kavsara, 2012: 82).

İl özel yönetimleri birçok kurum ya da kuruluşlarla ortak projeler düzenlemelerine karşın, bu birimler arasındaki iletişimin etkili olduğu söylenemez. İl özel yönetimleri sadece merkezi yönetim ya da yerel yönetim birimleriyle değil, aynı hizmeti sundukları diğer il özel yönetimleri ile iletişimin eksik olması, bilgi ve deneyimlerinin paylaşılmaması kurumsal bir eksiklik olarak değerlendirilebilir. İl özel yönetimlerinin birbirleriyle etkili iletişim halinde olmaları hizmetlerin etkili ve verimli sunulmasında önem taşımaktadır. Bu tür uygulamalar ile yanlışların önüne geçilmesi belki hiç ortaya çıkmamasına fırsat verecektir (Koçak ve Kavsara, 2012: 83).

7. GENEL DEĞERLENDİRME

İl özel yönetimleri kuruluşundan bu yana sürekli olarak yerel yönetim birimleri arasında konumu tartışılan birim olmuştur. Osmanlı Devleti'nde ilk oluşturulduğu dönemlerde merkezi yönetimin bir kurumu olarak düzenlenmiştir. Bu özelliğinden dolayı il özel yönetimleri tarihsel gelişim süreci içerisinde günümüze kadar devam eden merkezi yönetim ile yerel yönetim arasında kalan bir kurum olarak varlığını devam ettirmiştir. İl özel yönetimlerine yönelik ilk yasal düzenleme 1864 yılında kabul edilen Vilayet Nizamnamesi ile gerçekleşmiştir. İl özel yönetimlerini il yönetiminden ayıran temel düzenleme 1913 yılında kabul edilen yasadır. Bu yasa ile il özel yönetimleri resmi olarak il yönetiminden ayrı olarak varlığını devam ettirmiştir. Dünyada ve Türkiye'de yaşanan ekonomik krizler, küreselleşme gibi nedenlerden dolayı yeni yönetim arayışları ortaya çıkmıştır. Özellikle 1980 yıllarından sonra yeniden yapılanma çalışmaları dünyada ve Türkiye'de etkisini göstermeye başlamıştır. Yeniden yapılanma çalışmalarında yerel yönetim birimleri de nasibini almıştır. 2005 yılında 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu kabul edilmiştir.

5302 sayılı düzenleme ile il özel yönetimlerinde önemli değişimler yaşanmıştır. İl özel yönetimlerinin görev ve sorumlulukları artırılmıştır. Yeni yönetim anlayışına uyumlu olarak merkezi yönetimin etkisi azaltılmaya çalışılmıştır. Yönetim sisteminin aşırı merkeziyetçi yapısı kırılmaya çalışılmıştır. Bu yasa ile valinin konumu yeniden düzenlenmiştir. Yasada genel olarak valinin il genel meclisinin başı olma vasfının kaldırılması olumlu bir gelişmedir. Ancak ilgili yasada il genel meclisi tarafından alınan kararların yürürlüğe girmesi için valiye sunulması şartı vesayet denetimini destekler niteliktedir. İl özel yönetimlerine verilen görevlerin kimi zaman diğer yerel yönetim birimlerine ya da merkezi yönetime verildiği görülmektedir. Bu nedenle bazı görev ve sorumluluklar bu nedenlerden dolayı hizmetlerin kim tarafından yapılacağı net olarak belirtilmediği için bazen hiçbir kurumun kabul etmediği durumlar ortaya çıkabilir. Ayrıca il özel yönetimlerine halkın artan ihtiyaç-

larına karşılık olarak verilen sorumluluk da arttırılmıştır. Sorumlulukların arttırılmasına karşın il özel yönetimlerinin gelirlerinin de aynı oranda arttırılmadığı söylenebilir. Yeterli mali imkânlara sahip olmayan il özel yönetimlerinin verilen sorumlulukları etkili ve verimli bir şekilde sunmaları durumu gerçekleşmeyebilecektir. Bu nedenle il özel yönetimlerinin kendilerine gelir oluşturma alanlarının daha da genişletilmesi ile mali yönden güçlendirilmelerine yardımcı olunabileceği düşünülmektedir.

İl özel yönetimlerine yönelik doğrudan olmasa da dolaylı olarak etkileyecek bir düzenleme de 2012 yılında kabul edilen 6360 sayılı düzenlemedir. Bu düzenleme ile büyükşehir sayısı 30'a yükseltilmiştir. Büyükşehir olarak düzenlenen birimlerde il özel yönetimi uygulamasına son verilmiştir. Bu zamana kadar herhangi bir yerde ilin kurulması ile herhangi bir işleme gerek kalmadan il özel yönetimleri de doğrudan kurulmuş sayılıyordu. Bu nedenle il sayıları ile il özel yönetimleri sayısı eşit olarak düzenlenmişti. Ancak bu düzenleme ile il sayıları ile il özel yönetimlerinin sayıları farklılaşmıştır. Tarihsel gelişim süreci içerisinde varlığı sürekli olarak tartışılan il özel yönetimlerinin büyükşehir kurulan yerlerde il özel yönetimleri kaldırılmıştır.

Yerel yönetim birimleri halkın ihtiyaçlarını daha yakından bilen ve daha somut çözüm önerileri getirecek olan birimlerdir. Çünkü halka en yakın birimler yerel yönetim birimleridir. Yerel yönetim birimleri içerisinde il özel yönetimleri, işlevleri, sunduğu hizmet alanları ya da gelir kaynakları yönünden üzerinde en çok tartışılan birimdir. Demokrasinin yerleşmesi, halkın katılım kültürünü benimsemesi bakımından yerel yönetimler öne çıkmaktadır. Yerel yönetimlerin verilen sorumlulukları yerine getirebilmesi için görev alanları ile orantılı olarak yetei düzeyde gelir kaynaklarına da sahip olmaları gerekir. İl özel yönetimleri gerek personel özlük hakları gerekse de il özel yönetimlerinin bu nedenlerden dolayı cazibelerinin olmaması nedeniyle nitelikli personel istihdamı konusunun geliştirilmesi gerekir. Bir kurumun etkili ve verimli hizmet sunması kurumdaki çalışanların sahip oldukları niteliklere bağlıdır. Yerel yönetimler alanında yeniden yapılanma kapsamında düzenlemeler yapılmaktadır. Önümüzdeki dönemlerde de yapılacaktır. Ancak yapılan düzenlemelerin kısa vadede değil uzun vadede daha etkili çözümler sunacağı bilinmelidir. İl özel yönetimlerine ilişkin kurum çalışanlarının özlük haklarının iyileştirilmesi, yeterli gelir kaynaklarının sunulması gibi yetersiz yönlerinin geliştirilmesine yönelik düzenlemeler yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Arıkboğa, Erbay. (2007). Türk Yerel Yönetim Sisteminde Reform Ve Yeni Kamu Yönetimi. Kamu Yönetimi Yazıları, B. Eryılmaz, M. Eken, M. L. Şen (Der.), Nobel Yayınları, 42–70.
- Arslan, Erkan. (2019). Fransa'da Ve Türkiye'de Yerelleşme Politikaları: İl Özel İdareleri Ve Büyükşehir Belediyeleri Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme. Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt: 28, Sayı: 3, 43-71
- Azaklı, Sedat & Tek, Hülya. (2017). İl Özel İdarelerinde Yeniden Yapılan(Ama)Ma Çabaları Ve Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar. Yönetim ve Ekonomi, Cilt:23 Sayı:1
- Bilgin M. H. (2006). Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma Tartışmaları. Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları, Ankara, Türkiye, Cilt.20, 27-67
- Bozlağan, Recep & Can, Aynur. (2009). İl Özel İdaresinde Valinin Yürütme Organı Olması Sorunu ve Bir Çözüm Önerisi. Öneri.C.8.S.32, 217-232.
- Çetin, Sefa. (2009). Yerel Yönetim Birimi Olarak Türkiye'de İl Özel İdareleri, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 25
- Çetin, Sefa. (2010). Türkiye'de Kamu Yönetimi Reform Sürecinin Değerlendirilmesi: Aksayan Ve İşleyen Yönler. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 19, Sayı: 3, 23-38
- Demirel, Songül. (2014). Yeni Yönetimin Ana Unsurları: Yerelleşme, Demokratikleşme Ve İl Özel İdaresi. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:2 Sayı:2.
- Demirel, Demokaan. (2011). Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Kamu Yönetiminde Yeniden Yapılanma (1839 - 1923). Türk İdare Dergisi, Sayı: 473
- Dinçer, Celal. (2008). 5302 Sayılı Kanunla Yapılan Yeni Düzenlemelerden Sonra İl Özel İdaresinin Başlı Olarak Vali Ve Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar. Türk İdare Dergisi, Yıl: 80, Sayı: 459
- Eyidiker, Uğur. (2019). Osmanlı Ve Türkiye'nin Yerel Yönetim Geleneğinde İl Özel İdarelerinin İşlev Sorunu. Atlas International Refereed Journal On Social Sciences, Vol:5, Issue:17, 96-111
- Güler, Mahmut. (2010). İl Özel İdaresinin Gelir Yapısının "Yönetimlerarası Gelir Bölüşümü" Açısından Değerlendirilmesi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 12, Sayı: 1, 263-284.
- Güler, Erdal & Önder, Özgür. (2021). İl Özel İdarelerinin Yerel Yönetim Sistemindeki Yeri Ve Geleceği Üzerine Bir Alan Çalışması: Bartın İl Özel İdaresi Örneği. Giresun Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 2021, 7(2): 327-344
- Karaman, Yusuf İzzet. (2011). İl Özel İdarelerinin Kurumsallaşma Süreci (Batman İl Özel İdaresi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi

- Kaplan, Gürsel. (2005). Yeni İl Özel İdaresi Kanununa Göre İl Genel Meclisi Ve Encümeni Kararları Üzerinde Vesayet Denetimi. Aühfd, C.54, Sayı: 3
- Kartal, Nazım. (2010). İl Özel İdarelerinin Yeniden Yapılandırılması: Uygulama Aşaması Üzerinde Bir Çözümleme. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi
- Keskin, Nuray E. (2016). Reform Sarmalında Bir Kurum: İl Özel İdareleri. Memleket Siyaset Yönetim (Msy), Cilt 11, Sayı 25, 61-82.
- Koçak, Burak & Sadıç, Veli. (2020). Türkiye’de Avrupa Yerel Özerklik Şartı Çerçevesinde Merkezi Yönetim - Yerel Yönetim İlişkileri: İl Özel İdaresi. Ekev Akademi Dergisi, Yıl: 24 Sayı: 84
- Koçak, Süleyman Yaman & Kavsara, Veli. (2012). 5302 Sayılı Kanun Sonrasında İl Özel İdarelerinde Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 20, 61-92.
- Kutlu, Önder & Kocaoğlu, Mustafa. (2010). Yerel Yönetimlerde Stratejik Yönetim Anlayışı: Konya İl Özel İdaresi Örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: 23
- Küçüküçü, A. Tayfur & Aydın, Vahdettin. (2017). Yeni Kamu Yönetimi Bağlamında Stratejik Planlama Anlayışı. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Yıl: 2017/3, Sayı:28, 473-492
- Lamba, Mustafa. (2014). Yeni Kamu Yönetimi Perspektifinden Türkiye’de Kamu Yönetimi Reformları: Genel Gereçekler Üzerinden Bir İnceleme. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 19, Sayı: 3, 135-152
- Oktay, Tarkan. (2010). Yerel Yönetim Reformunun İl Özel İdarelerine Etkileri: Kocaeli Örneği. Çağdaş Yerel Yönetimler, Cilt: 19, Sayı: 3 Temmuz 2010, 75-100.
- Ökmen, Mustafa, Demir, Fatih (2013), “Türkiye’de İl Özel İdareleri: Melez Bir Yerel Yönetim Modeli”, Beşinci Yerel Yönetimler Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 21-23 Kasım 2011, Ankara, 327-342.
- Yılmaz, Erdinç. (2008). 5302 Sayılı İl Özel Yönetimi Yasasının Türk Kamu Yönetim Sistemine Olumlu ve Olumsuz Etkilerinin İncelenmesi. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- İl Özel İdaresi Kanunu (2005). <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/03/20050304-1.htm>

Bölüm 5

FİNANSAL BAŞARISIZLIK TAHMİNİ: TEKSTİL, GİYİM EŞYASI VE DERİ SEKTÖRÜ ŞİRKETLERİNİN ANALİZİ

Alper OVA¹



¹ Dr., İstanbul, e-posta: alperova@hotmail.com,
(<https://orcid.org/0000-0002-1784-1506>)

1. Giriş

İnsanların yaşamsal faaliyetlerini sürdürebilmeleri için beslenme, barınma ve giyinme gibi ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Beslenme genel olarak tarım sektörü, barınma inşaat sektörü ve giyinme de tekstil sektörüyle ilişkilendirilebilir. Bu bağlamda tekstil sektörünün varlığı diğer birçok sektörden önde gelmektedir. Teknoloji ve modanın da gelişimiyle beraber, günümüzde insanlar için giyinme sadece temel bir ihtiyaç olmayıp, bunun yanı sıra motivasyon unsuruna, prestije, sosyalleşmeye, kendini ifade etmeye, statü kazanmaya, kısacası bir yaşam biçimine dönüşmüştür. Öyle ki giyim, insanın dış görüntüsü, sahip olduğu meslek, bulunduğu sosyal grup ve karakteri hakkında bir fikir oluşturmaktadır.

Bu durumda ülkelerin en azından kendilerine yetecek kadar tekstil üretimi yapan şirketlerinin olması talebin uygun fiyatla karşılanması açısından önemlidir. Ayrıca ihtiyaç fazlasının da ihraç edilmesi ülke ekonomisine döviz kazandırmaktadır. Türkiye ihracatçılar meclisi 2021 yılı sektörel bazda ihracat rakamları incelendiğinde, Türkiye toplam ihracatı 206,5 milyar \$ gösterilmiş ve bunun içerisinde tarıma dayalı işlenmiş ürünler kategorisinde tekstil ve hammaddelerinin, deri ve deri mamullerinin ve halının toplam payı 15 milyar \$ olmuştur. Bunların haricinde sanayi mamulleri kategorisinde ise hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 20,25 milyar \$'ı bulmuştur (<https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari>).

Tekstil, deri ve halının ihracat rakamlarının yüksek olması, sektörün ülke ekonomisinin büyümesinde önemli rol oynadığına işaret etmektedir. Zira yapılan birçok çalışma ihracatın ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Örneğin, Sandalcılar (2012) yapmış olduğu çalışmada BRIC ülkelerinde, Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin, ihracat ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiş ve yapmış olduğu kısa ve uzun dönemli nedensellik analizlerinde ilişkinin, ihracattan ekonomik büyümeye doğru olduğunu, tersinin anlamlı olmadığını ifade etmiştir. Sandalcılar (2012) bu ülkelerde ihracata dayalı büyüme hipotezinin geçerli olduğunu belirtmiştir. İzgi ve Yılmaz (2018) Türkiye'nin 1992-2016 yılları arasını incelemiş ve ihracattan ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik tespit etmiştir. İzgi ve Yılmaz (2018) ayrıca ekonomik büyüme için, Türkiye'nin ihracatı artırmaya yönelik politikalara önem vermesi gerektiğini ifade etmiştir.

Tekstil ve Deri sektörü ürettikleri ürünler ve yapmış oldukları ihracatla ülkenin büyümesine katkıda bulunmakla birlikte istihdam açısından da ülke refahını artırmaktadırlar. Gerek kalifiye gerekse kalifiye olmayan personeli tekstil ve deri sektöründe faaliyet gösteren çok sayıda şirket istihdam etmektedir. Dolayısıyla tekstil ve deri şirketlerinin performansı ve sağlıklı bir şekilde faaliyetlerine devam etmesi oldukça önemlidir. Çünkü iflas etmeleri halinde başta hissedarlar olmak üzere, kredi verenler, tedarikçiler ve hatta devlet bu durumdan olumsuz etkilenecektir. Tekstil ve deri şirketleri önemli

olmasına rağmen literatürde çok az çalışma bu şirketlerle ilgilenmiştir. Bunun temel nedeni borsa İstanbul'da yer almayan şirketlerin finansal bilgilerine ulaşamamasıdır.

Bu çalışmada KAP'ta tekstil, giyim eşyası ve deri sektörü sınıflaması altında bulunan şirketlerin finansal başarısızlık tahmini Altman Z" skoruyla incelenmiştir. Çalışmanın 2. bölümünde kısaca finansal başarısızlık, 3. bölümde literatür incelemesi, 4. bölümde çalışmanın verisi ve yöntemi anlatılmıştır. Bulgular 5. Bölümde verilmiş ve daha sonra sonuç bölümünde çalışma özetlenmiş ve sonraki çalışmalara ilişkin tavsiyelerde bulunulmuştur.

2. Finansal Başarısızlık

Küreselleşmeyle beraber ülkelerin finansal sınırları yok olmuş ve bu durumda firmaları bir belirsizliğin içine sokmuştur. Belirsizlik ortamında doğru kararları alamayan firmalar finansal başarısızlık durumuyla karşı karşıya kalmışlardır. Finansal başarısızlık 1960'lardan itibaren işletme literatürüne dahil olmuş, 1970'lerdeki petrol kriziyle beraber gerçeklik kazanmıştır. 1970'lerdeki petrol krizi finansal başarısızlığın tahmin edilmesini önemli hale getirmiştir (Akkaya, Demireli ve Yakut, 2009).

Bir şirketin en temel amaçları varlığını devam ettirmek ve piyasa değerinde artış sağlamaktır. Bu amaçları gerçekleştirmek için hareket eden şirketler, mevcut belirsizlik ve risk altında bazen dünyada ya da faaliyette bulunan ülkedeki krizler, bazen yönetimin başarısızlığından dolayı oluşan problemler bazen ise finansal durumdan gelen sorunlar sebebiyle başarısızlık yaşayabilirler (Abacıoğlu ve Bulut, 2020:5).

Mali başarısızlık olarak da isimlendirilen finansal başarısızlık, iflas ve ekonomik başarısızlık kavramlarıyla aynı değildir. Finansal başarısızlık iflas kavramıyla karıştırılır. Finansal başarısızlık, şirketin borçlarını ödeyememesi olarak tanımlanabilir. Şirketlerin finansal başarısızlıklarıyla ilgili literatür incelendiğinde finansal başarısızlığın iflasa göre daha geniş bir terim olduğu anlaşılmaktadır (Abacıoğlu ve Bulut, 2020:7). Bir başka tanıma göre finansal başarısızlık, şirketin, yükümlülüklerini sürdürülebilir olarak yerine getirememesi ve sonrasında şirketin sürekliliğinde problem oluşmasıdır. Bir şirketin finansal yükümlülüklerini yerine getiremediğinde birçok şirket bundan etkilenebilir. Bu durum içinde bulunan sektörü ve belki ekonomiyi negatif yönde etkileyebilir (Güngör ve Armutlu, 2020:81). Altman (1968) ise çalışmasında iflas terimini kullanmış ve bahsettiği şirketleri yasal olarak iflas etmiş ve ya tasfiye halinde bulunan ya da ulusal iflas yasası hükümlerinde yeniden örgütlenme hakkı verilmiş olanlar olarak tanımlamıştır (Altman, 1968).

Mali başarısızlık sosyo-ekonomik neticeleri bulunan önemli bir problemdir. Son dönemlerde mali başarısızlık yaşayan şirket sayısında artış olmaktadır. Finansal başarısızlık yaşayan şirket sayısındaki bu artış enflasyonu

azaltmak için uygulanan sıkı para politikalarına, ekonomik uygunluğa, faiz oranlarındaki yüksekliğe ve şirketlerin artan finansal risk yapılarına dayanmaktadır (Aktaş, Doğanay ve Yıldız, 2003:2). Genel olarak finansal (mali) başarısızlığa şirketin içinden ve dışından kaynaklı unsurların neden olduğu söylenebilir. Şirketin dışındaki unsurlar enflasyon, aşırı rekabet ve ekonomik durgunluktur. Ayrıca, yönetimin serbest piyasa ortamına uyum gösterememesi de bir mali başarısızlık nedenidir. (Aktaş, Doğanay ve Yıldız, 2003:2).

Bütün bu açıklanan hususlar, finansal başarısızlığı önceden tahmin etmenin gerek gerek işletme yönetimi, gerek kredi verenler gerekse devlet açısından öneminin büyük olduğunu göstermektedir. İşletmenin finansal problemlerinin anlaşılabilmesi ve gerekli önlemlerin alınabilmesi için finansal başarısızlık tahminlerinin periyodik olarak yapılması gerekmektedir.

3. Literatür incelemesi

Finansal başarısızlık tahmininde en çok kullanılan model Altman Z skorudur. Altman Z skor modeli literatürde çeşitli sektörlerde uygulanmıştır. Bunlardan bazıları aşağıda belirtilmiştir.

Lifschutz ve Jacobi (2010) İsrail şirketlerine Altman modelini 2000-2007 dönemi için uygulamıştır. Lifschutz ve Jacobi (2010) Tel Aviv borsasında işlem gören, 20'si başarısız olmuş ve 20'si istikrarlı, toplam 40 halka açık şirketi incelemişler ve Altman modelinin iflas etmiş şirketleri tahmin etmede iyi olduğunu, fakat finansal açıdan istikrarlı şirketleri tahmin etmede daha az etkin olduğunu ifade etmişlerdir. Yazarlar, Ingbar modelinin kullanılmasının istikrarlı şirketleri tahmin etme gücünü artırdığını belirtmişlerdir.

Yi (2012) Çin'de listelenen emlak şirketlerinin finansal kriz erken uyarımı için Z-skor modelinin etkinliğini incelemiştir. 40 şirketin analiz edildiği çalışmada, Yi (2012) Çin'de listelenen emlak şirketlerinin erken uyarımı açısından Z- skorunun bir bakıma uygun olduğunu, fakat tahmin isabet oranının %90'dan daha az olduğunu ifade etmiştir.

Büyükarıkan ve Büyükarıkan (2014) finansal başarısızlık tahminini bilişim sektörüne uygulamışlardır. 2008-2013 dönemini kapsayan çalışmada Altman Z skoru ve Springate modelleri kullanılmış, daha sonra ise regresyon analizi uygulanmıştır. Çalışmada Büyükarıkan ve Büyükarıkan (2014) Z skor ve S skor modellerinin finansal başarısızlığın tespitinde benzer sonuçlar ortaya koyduğunu ileri sürmüşlerdir. Çalışma sonucunda, Altman modeline göre 2013 yılında 1 şirket başarısız, 2 şirket kararsız, 3 şirket ise başarılı çıkmıştır. Springate modeline göre ise 2013 yılında 1 şirket başarısız, 5 şirket başarılı çıkmıştır.

Kulalı (2016) 2000-2013 yılları arasında Borsa İstanbul'a kote olan ve iflas etmiş 19 şirketlerin verilerini kullanarak Altman Z-Skor modelinin tahmin gücünü test etmiştir. Çalışma sonucunda modelin tahmin gücünün kuvvetli olduğu sonucunu elde etmiştir.

Soba, Akyüz ve Uğurcan (2016) Borsa İstanbul'a kayıtlı 9 şirketin 2011-2015 dönemi finansal başarı durumunu Altman Z modeliyle analiz etmiştir. Çalışma sonuçlarına göre 2015 yılında 4 firma riskli grupta, 4 firma belirsiz, 1 firma ise güvenli bölgede çıkmıştır. Yazar diğer yılların skorlarını da tablo halinde vermiştir.

Khaddafi vd (2017) Endonezya borsasında kayıtlı bankaların iflas tahminini Altman Z skor yöntemiyle yapmıştır. 2011-2013 dönemini konu alan çalışmada, 29 banka analiz edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre 2011 yılında 13 banka sağlıklı, 2 banka gri bölgede ve 14 bankasının riskli bölgede yer almıştır. 2012 yılı sonucuna göre 10 banka sağlıklı, 5 banka gri bölgede, 14 banka ise riskli bölgede yer almıştır. 2013 yılı sonucuna göre ise, 11 banka sağlıklı, 4 banka gri bölgede ve 14 banka ise riskli bölgede yer almıştır.

Türk ve Kürklü (2017) BIST'te kayıtlı 166 şirketin verilerini kullanarak finansal başarısızlıklarını 2014-2016 dönemi için incelemişlerdir. Altman Z skor ve Springate S skor modellerinin kullanıldığı çalışma sonucunda Altman modeline göre analiz edilen firmaların %69'unun, Springate modeline göre ise %57'sinin finansal sıkıntı içinde olmadıkları görülmüştür. İki model farklı düzeyde finansal başarısızlık göstermektedir.

Alali (2018) Kuveyt borsasında kayıtlı mobil telekomünikasyon şirketlerinin finansal durumlarını 2013-2016 dönemi için analiz etmiştir. Altman modelini kullanan Alali (2018), faaliyet gösteren 3 şirketten sadece 1 tanesinin finansal durumunun sağlıklı olduğunu, 2 tanesinin ise finansal sıkıntı ile karşı karşıya olduğunu belirtmiştir. Ayrıca yazar, telekomünikasyon şirketlerinin iflas riskinin, onları beklenmedik kısa vadeli borçları ödemede korunaksız hale getiren negatif çalışma sermayesinden dolayı olduğunu ifade etmiştir.

Milašinović, Knežević ve Mitrović (2019) Sırbistan'daki otel şirketlerinin iflas tahmini Altman Z skoru ile hesaplamışlardır. 2014-2018 yıllarını konu alan çalışma sonucunda, 2018 yılında 6 şirketten 3'ü güvenli bölgede ve 3 tanesi ise gri bölgede çıkmıştır.

Kaur (2019) Hint bankalarının finansal başarı durumlarını 2012-2017 dönemi için incelemiştir. Altman Z-skor modelinin uygulandığı ve 87 bankanın analiz edildiği çalışma sonuçlarını yazar tablo halinde sunmuştur.

Akyüz (2020) taş ve toprağa dayalı sektörde faaliyet gösteren 25 firmanın finansal başarısızlık risklerini 2014-2018 dönemi için incelemiştir. Altman Z-skor, Springate ve Fulmer modellerini kullanan Akyüz (2020), analiz sonuçlarını tablo halinde sunmuştur.

Bağcı ve Sağlam (2020) finansal başarısızlık tahmin tekniklerini sağlık ve spor kuruluşlarına uygulamışlardır. Altman, Springate ve fulmer modellerinin uygulandığı ve 2014-2018 dönemini kapsayan çalışmada araştırmaya konu olan sağlık şirketlerinin finansal yapılarının iyi olduğu ve iflas riskinin

düşük olduğu saptanırken, spor şirketlerinin finansal başarısızlık riski taşıdıkları görülmüştür.

Güngör ve Armutlu (2020) 16 havayolu şirketinin finansal başarısızlıklarını 2010-2018 dönemi için Altman Z" skoru ile incelemiştir. Güngör ve Armutlu (2020) sektörün hassas olduğunu, güvenlik sorunlarından ve krizlerden etkilendiğini ifade etmiştir. Ayrıca yazarlar, şirket özelinde ise grev ve kaza gibi durumların şirketin başarısını negatif yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Çalışmada Z skoru hesaplamalarından sonra korelasyon ve regresyon analizleri de yapılmıştır.

Köse (2020) havayolu şirketlerinin finansal başarısızlık tahminini 2014-2018 dönemi için analiz etmiştir. Altman, Springate ve Fulmer modellerini uygulayan Köse (2020), Springate modeline göre hem THY'nin hem de Pegasus'un iflas riskinin olabileceğini, Fulmer modeline göre ise iki firmanın da iflas riski taşımadığını ifade etmiş, Fulmer yönteminin 9 faktörü değerlendirmeye alması nedeniyle daha sağlıklı sonuç verebileceğini belirtmiştir.

Sarıdoğan (2020) BIST teknoloji endeksinde kayıtlı şirketlerin finansal durumlarını 2013-2018 dönemi için incelemiştir. Altman Z skor ve Springate modellerinin uygulandığı ve 14 şirketin analiz edildiği çalışma sonuçlarına göre, Altman Z skor yüksek tahmin gücüne sahiptir. Çalışmada Altman modeli tüm yıllarda %100 tahmin isabeti sağlamıştır. Altman modeli sonucuna göre analiz edilen 6 yıl içinde hiçbir teknoloji firması riskli bölgede çıkmamıştır, sadece birkaç tanesi gri bölgede yer almıştır. Springate model sonucuna göre 2013, 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla 3,4,3 firma riskli bölgede yer alırken, 2016 ve 2017 yılında hiçbir firma riskli bölgede yer almamış, 2018 yılında ise 2 firma riskli bölgede yer almıştır. Yazar hem Altman hem de Springate modellerinin sonucunu dikkate alarak, BIST teknoloji endeksinde kayıtlı şirketlerin başarılı bir performansa sahip olduğunu ifade etmiştir.

Çelik ve Dursun (2021) BIST 100'de yer alan tekstil, giyim eşyası ve deri imalatıyla ilgili şirketleri Altman Z skoru kullanarak incelemiştir. 2017, 2018 ve 2019 yıllarını konu alan çalışma sonuçlarına göre ilgili şirketlerin ilerleyen yıllarda iflas etme olasılıklarının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Çalışmaya konu olan şirketlerin 2017 yılında %55'i, 2018 yılında %35'i, 2019 yılında ise %55'inin yüksek iflas riski taşıdığı görülmüştür.

Karadeniz, İskenderoğlu ve Öcek (2021) kağıt ve kağıt ürünleri imalat sektörünün finansal performansını 2009-2019 dönemi için incelemiştir. Altman Z skoru ve Springate modellerinin kullanıldığı çalışma sonucuna göre sektördeki mikro ölçekli firmaların genel olarak finansal başarısızlık riskinin yüksek olduğu, sektördeki firmaların ölçek büyüklüğü arttıkça daha düşük düzeyde finansal başarısızlık riski taşıdığı saptanmıştır.

Öztürk ve Yılmaz (2021) Altman Z skorunu Borsa İstanbul gelişen işletmeler pazarına (GİP) uygulamış ve sonuçları test etmiştir. 2018 yılında GİP'te yer

alan 12 şirketin 2016-2018 dönemine ait Z skorlarını hesaplayan Öztürk ve Yılmaz (2021), şirketlerin büyük oranda finansal sıkıntı içinde olmadığını ifade etmişlerdir. Çalışma sonucunda, çalışmaya konu olan 12 şirketten 2016 yılında 3 tanesi, 2017 yılında 2 tanesi ve 2018 yılında 1 tanesi tehlikeli alanda yer almıştır. Güvenli alanda yer alan firma sayısı ise tüm yıllarda 6 olmuştur. 2016 yılında 3 şirket, 2017 yılında 4 şirket ve 2018 yılında ise 5 şirket gri alanda yer almıştır.

Kendirli ve Çıtak (2022) Borsa İstanbul'da yer alan orman, kağıt ve basım endekslerinde faaliyetine devam eden 15 şirketin 2016-2020 dönemi finansal başarısızlık durumlarını Altman modeliyle incelemişlerdir. Çalışma sonucuna göre veri setinde yer alan 5 şirketin iflas riski taşımadığı, 7 şirketin iflas riski taşıdığı ve 3 şirketin ise iflas etme durumunun belirsiz olduğu görülmüştür.

Altınbaş Tutar ve Medetoğlu (2022) BIST spor endeksinde işlem gören firmaların finansal durumlarını 2017-2020 yılları için analiz etmişlerdir. Dört şirketin incelendiği ve Altman Z skor modelinin uygulandığı çalışma sonucuna göre şirketlerden bir tanesinin 2020 yılında belirsiz alanda kaldığı, diğer 3 şirketin ise 2020 yılında finansal açıdan sıkıntılı olduğu görülmüştür.

4. Veri ve Yöntem

4.1 Veri

Bu çalışmada KAP'ta tekstil, giyim eşyası ve deri olarak sınıflandırılan 26 şirketten 23'inin verilerine ulaşılabilmiş ve bu şirketlerin verileri kullanılmıştır. Veriler <https://finance.yahoo.com> adresinden elde edilmiştir.

4.2 Yöntem

Altman (1968) 66 üretim şirketini Z modeliyle incelemiştir. Değerlendirme için 22 potansiyel yardımcı oran belirlenmiş ve oranlar likidite, karlılık, kaldıraç, borç ödeme gücü ve faaliyet oranları olmak üzere 5 standart kategoriye ayrılmıştır. Altman (1968) bu oranlardan, şirket iflas tahmininde, beraber en iyi sonuç veren 5 oran seçmiştir. Altman'ın diskriminant fonksiyonu ve seçtiği oranlar aşağıda belirtilmiştir (Altman, 1968):

$$Z = .012X_1 + .014X_2 + .033X_3 + .006X_4 + .999X_5 \quad (1)$$

Burada X_1 = Çalışma Sermayesi / Toplam Varlıklar

X_2 = Dağıtılmamış Karlar / Toplam Varlıklar

X_3 = Faiz ve Vergi Öncesi Kar / Toplam Varlıklar

X_4 = Özsermaye piyasa değeri / Toplam Borçların defter değeri

X_5 = Satışlar / Toplam Varlıklar

Z = Toplam indeks

Altman 1968 makalesinde Z skorunu bölgelere ayırmıştır. Bu bölgeler şunlardır (Altman, 1968):

- $Z \text{ skor} > 2.99$ → Güvenli bölge
- $1.81 < Z \text{ skor} < 2.99$ → Gri Bölge
- $Z \text{ skor} < 1.81$ → İflas bölgesi

Altman'a göre model yardımıyla iflas 2 yıl öncesinden öngörülebilme-
dir. İki yıldan sonra ise tahmin gücü azalmaktadır (Altman, 1968).

Z skor modeli daha sonra geliştirildi ve Z' şeklini aldı. Özsermayenin
defter değeri, özsermayenin piyasa değerinin yerini aldı. Z' model aşağıdaki
gibidir (Altman,1993):

$$Z' = 0.717X_1 + 0.847X_2 + 3.107X_3 + 0.420X_4 + 0.998X_5 \quad (2)$$

X1: Çalışma sermayesi / Toplam Varlıklar

X2: Dağıtılmamış Karlar / Toplam Varlıklar

X3: Faiz ve Vergi Öncesi Kar / Toplam Varlıklar

X4: Özsermayenin Defter Değeri / Toplam Borçlar

X5: Satışlar / Toplam Varlıklar

Z' Modelde bölgeler aşağıdaki gibidir Altman (1993):

- $Z \text{ skor} > 2.90$ → Güvenli bölge
- $1.23 < Z \text{ skor} < 2.90$ → Gri Bölge
- $Z \text{ skor} < 1.23$ → İflas bölgesi

Daha ileriki bir modelde (Z''), Satışlar / Toplam Varlıklar oranı modelden
çıkarılmıştır. Bunun nedeni potansiyel endüstri etkisini ortadan kaldırmak-
tır. Bu özel model, varlık finansman tipinin firmalar arasında önemli oranda
değişiklik gösterdiği ve kiralama kapitalizasyonu gibi önemli ayarlamaların
yapılmadığı bir endüstride de yararlıdır. Modelin değişkenleri aşağıda göste-
rildiği gibidir (Altman, 1993):

$$Z'' = 6.56 (X_1) + 3.26 (X_2) + 6.72 (X_3) + 1.05 (X_4) \quad (3)$$

X1: Çalışma sermayesi / Toplam Varlıklar

X2: Dağıtılmamış Karlar / Toplam Varlıklar

X3: Faiz ve Vergi Öncesi Kar / Toplam Varlıklar

X4: Özsermayenin Defter Değeri / Toplam Borçlar

Z'' Modelde bölgeler aşağıdaki gibidir Altman (1993):

- $Z \text{ skor} > 2.60$ → Güvenli bölge
- $1.10 < Z \text{ skor} < 2.60$ → Gri Bölge
- $Z \text{ skor} < 1.10$ → İflas bölgesi

Analiz yapılmadan önce mevcut Altman modellerinden hangisinin/hangilerinin KAP'ta tekstil, giyim eşyası ve deri olarak sınıflandırılan şirketlere uygun olduğu belirlenmelidir. Buradaki şirket kümesi farklı tür şirketleri içermektedir. Örneğin Tekstil ve deri gibi farklı şirketler veri setinde olduğu gibi, yorgan sanayi ya da ayakkabı işiyle uğraşan firmalar da bu kapsama alınmıştır. Dolayısıyla bu şirketlerin varlık finansman tipi de farklı olabilir. Ayrıca Satışlar/Toplam varlıklar oranı da bu farklı tip şirketlerde aynı anlama gelmeyebilir. Bu sebeple bu çalışmada satışlar/toplam varlıklar oranını içermeyen Z" modeli uygulanmıştır.

5. Bulgular

Tablo 1: Firmaların Z" Skorları

	2018		2019		2020		2021	
	Z Skor	Bölge	Z Skor	Bölge	Z Skor	Bölge	Z Skor	Bölge
F1	3.96	Güvenli	3.45	Güvenli	4.28	Güvenli	4.08	Güvenli
F2	2.82	Güvenli	3.72	Güvenli	6.82	Güvenli	8.98	Güvenli
F3	4.37	Güvenli	9.10	Güvenli	9.09	Güvenli	9.03	Güvenli
F4	-1.54	Riskli	-2.98	Riskli	-0.82	Riskli	-1.06	Riskli
F5	-3.47	Riskli	-5.63	Riskli	-45.47	Riskli	-43.44	Riskli
F6	1.56	Gri Bölge	1.95	Gri Bölge	2.07	Gri Bölge	3.64	Güvenli
F7	2.87	Güvenli	2.23	Gri Bölge	2.13	Gri Bölge		
F8	4.28	Güvenli	3.47	Güvenli	3.02	Güvenli	2.67	Güvenli
F9	1.52	Gri Bölge	1.54	Gri Bölge	2.60	Güvenli	3.26	Güvenli
F10			1.17	Gri Bölge	2.46	Gri Bölge	2.23	Gri Bölge
F11	2.79	Güvenli	3.50	Güvenli	3.30	Güvenli	2.49	Gri Bölge
F12					2.52	Gri Bölge	4.06	Güvenli
F13	1.04	Riskli	1.06	Riskli	1.74	Gri Bölge	2.58	Gri Bölge
F14	2.68	Güvenli	2.03	Gri Bölge	1.75	Gri Bölge	2.01	Gri Bölge
F15	3.20	Güvenli	4.21	Güvenli	3.93	Güvenli	3.88	Güvenli
F16	6.56	Güvenli	2.44	Gri Bölge	3.25	Güvenli	3.01	Güvenli
F17	-0.23	Riskli	-0.23	Riskli	0.27	Riskli	-0.94	Riskli
F18	2.21	Gri Bölge	2.90	Güvenli	1.49	Gri Bölge		
F19			5.32	Güvenli	2.12	Gri Bölge	3.85	Güvenli
F20	-1.72	Riskli	-1.93	Riskli	-2.25	Riskli	-0.99	Riskli
F21	2.87	Güvenli	4.17	Güvenli	4.07	Güvenli	8.92	Güvenli
F22	3.20	Güvenli	3.10	Güvenli	3.92	Güvenli	3.85	Güvenli
F23	1.90	Gri Bölge	1.29	Gri Bölge	2.68	Güvenli	1.99	Gri Bölge

	Şirket	Oran	Şirket	Oran	Şirket	Oran	Şirket	Oran
Güvenli	11	55.0%	10	45.5%	11	47.8%	12	57.1%
Gri Bölge	4	20.0%	7	31.8%	8	34.8%	5	23.8%
Riskli	5	25.0%	5	22.7%	4	17.4%	4	19.0%
Toplam	20	100.0%	22	100.0%	23	100.0%	21	100.0%

Tablo 1'de KAP'ta tekstil, giyim eşyası ve deri sektörü diye sınıflandırılan şirketlerin denklem 3'e göre hesaplanmış Z" skorları görülmektedir. F harfi firma anlamına gelmektedir. Analiz sonuçlarına göre araştırmaya konu olan firmalardan 2018 ve 2019 yıllarında 5, 2020 ve 2021 yıllarında 4 firma riskli

bölgede yer almıştır. Genel olarak incelenen 4 yılda sektörün çoğu güvenli bölgede ya da gri bölgede yer almaktadır. Araştırmaya konu olan yıllarda riskli olan firma yüzdesi en fazla %25 olmuştur.

Bu sonuçlar Çelik ve Dursun (2021)'un sonuçlarıyla farklılık göstermektedir. Çelik ve Dursun (2021) çalışmalarında 2017 yılında 11, 2018 yılında 7 ve 2019 yılında 11 firmayı riskli bölgede bulmuşlardır. Yani şirketlerin yüzdesel olarak 2017 yılında %55, 2018 yılında %35 ve 2019 yılında %55'i riskli bölgede çıkmıştır. Çelik ve Dursun (2021)'un sonuçlarının farklı çıkmasının bir nedeni çalışmalarında Z skorunu uygulamalarıdır. Z skoru Amerika'daki halka açık üretim şirketleri için daha uygun bir modeldir. Ayrıca Z" modelinde satışlar/toplam varlıklar oranı modelden çıkarılmıştır. Bazı endüstrilerde bu çok yüksek olmakla beraber sonuçları değiştirmektedir. Sonuçları farklılaştıran bir başka nedenin, faiz vergi öncesi kar hesaplamalarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Türkiye'deki gelir tablolarında direkt verilmeyen bir kalem olduğu ve hesaplama gerektirdiği için farklılıklar oluşabilmektedir.

6. Sonuç

Tekstil, giyim eşyası ve deri şirketlerinin ülke ekonomisine gerek ihracat yaparak, gerek iç talebi karşılayarak gerekse istihdam sağlayarak önemli katkıları bulunmaktadır. Bu şirketlerin faaliyetlerine sağlıklı bir şekilde devam etmeleri sektör çalışanları, yatırımcılar, kredi verenler ve devlet açısından oldukça önemlidir.

Bu çalışmada KAP'ta tekstil, giyim eşyası ve deri sektörü sınıflaması altında bulunan şirketlerin finansal başarısızlık tahmini Altman Z" skoruyla incelenmiştir. Sınıflandırılan 26 şirketten 23'ünün verilerine ulaşılmış ve bu veriler analiz edilmiştir.

Veri setinde yer alan şirketlerin varlık finansman tipi farklılık gösterebileceğinden Z ya da Z' modellerinden ziyade Z" modelinin uygulanmasının daha sağlıklı sonuçlar vereceği varsayılarak bu model seçilmiştir. Model sonuçlarına göre araştırmaya konu olan firmalardan 2018 ve 2019 yıllarında 5, 2020 ve 2021 yıllarında 4 firma riskli bölgede yer almıştır. Yani incelenen şirketlerin, birkaç şirket hariç, genel itibarıyla iflas riskinin bulunmadığı anlaşılmaktadır.

Bundan sonra yapılacak çalışmalarda yapay sinir ağları ve lojistik regresyon gibi tekniklerin kullanılıp Altman Z skoru gibi modellerle karşılaştırılması sonuçların daha sağlıklı olmasını sağlayacaktır. Ayrıca BIST dışı tekstil şirket verilerine erişimin sağlanması ve Türk tekstil sektöründeki şirketlerin, Türkiye'nin tekstilde rakibi olan ülkelerin şirketleriyle karşılaştırılması, performans ve iflas tahminlerinin periyodik olarak yapılması faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Abacıoğlu, S. & Bulut E. (2020). Finansal Başarısızlık ve İstatistiksel Yöntemler: Borsa İstanbul Uygulaması, Akademisyen Kitabevi A.Ş.
- Akkaya, G.C, Demireli E. & Yakut H. (2009). İşletmelerde Finansal Başarısızlık Tahminlemesi: Yapay Sinir Ağları Modeli ile İMKB Üzerine Bir Uygulama. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,10(2), 187-216.
- Aktaş, R, Doğanay M. & Yıldız B. (2003). Mali Başarısızlığın Öngörülmesi: İstatistiksel Yöntemler ve Yapay Sinir Ağı Karşılaştırılması. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 58(04), 1-24.
- Akyüz, F. (2020). Taş ve Toprağa Dayalı Sektörde Faaliyet Gösteren Şirketlerin Finansal Başarısızlık Risklerinin Tahmin Edilmesi. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(1), 40-51. <https://doi.org/10.25287/ohuii-bf.652278>
- Alali, M. S. (2018). Predicting Financial Distress for Mobile Telecommunication Companies Listed in Kuwait Stock Exchange Using Altman's Model. Journal of Economics Finance and Accounting, 5(3), 242-248.
- Altınbaş Tutar, E. & Medetoğlu B. (2022). Altman Z Skor Modeli ile BIST Spor Endeksinde İşlem Gören İşletmelerin Finansal Durumların Değerlendirilmesi. Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 5(1), 15-26. <https://doi.org/10.38120/banusad.1103181>
- Altman, E.I. (1968). Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. Journal of Finance, 23(4), 589-609.
- Altman, E.I. (1993) Corporate Financial Distress and Bankruptcy, John Wiley and Sons, Inc.
- Bağcı, H. & Sağlam Ş. (2020). Sağlık ve Spor Kuruluşlarında Finansal Başarısızlık Tahmini: Altman, Springate ve Fulmer Modeli Uygulaması. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 23(1), 149-164.
- Büyükarıkan, U. & Büyükarıkan B. (2014). Bilişim Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmaların Finansal Başarısızlık Tahmin Modelleriyle İncelenmesi. Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi, (46), 160-172.
- Çelik, M. & Dursun G.D. (2021). Z Skor Modeli ile Finansal Risk Tahmini ve BIST100 Tekstil, Giyim Eşyası ve Deri İmalat Sanayi Sektöründe Faaliyet Gösteren Firmalar Üzerine Bir Uygulama. İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi, 6(14), 19-31. <https://doi.org/10.25204/iktisad.786034>
- Güngör, H.Y. & Armutlu M.(2020). Havayolu Firmalarının Finansal Başarısızlıklarının Tahmini. Turkish Business Journal, 1(2), 80-88.
- <https://finance.yahoo.com>, Son Erişim Tarihi 02 Ekim 2022
- <https://tim.org.tr/tr/ihracat-rakamlari> - Sektörel Bazda Rakamlar Dosyası, Son Erişim Tarihi 03 Ağustos 2022

- İzgi, B.B. & Yılmaz, H. (2018). Türkiye’de Ekonomik Büyüme, İhracat ve İthalat: Nedensellik İlişkisi (1992-2016). *İktisadi Yenilik Dergisi*, 5(2), 54-74.
- Karadeniz, E, İskenderoğlu Ö. & Öcek C. (2021). Kâğıt ve Kâğıt Ürünleri İmalat Sektörünün Finansal Performansının Ölçek Temelinde Analizi: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Sektör Bilançolarında Bir Araştırma. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 23(1), 160-171. <https://doi.org/10.24011/barofd.891992>
- Kaur, J. (2019). Financial Distress and Bank Performance: A Study of Select Indian Banks. *International Journal of Financial Management*, 9(3), 26-35.
- Kendirli, S. & Çıtak F. (2022). Altman Modeli ile Finansal Başarısızlık Tahmini: BİST Orman, Kağıt ve Basım Endeksinde Faaliyet Gösteren Şirketlerde Bir Uygulama. *Econder International Academic Journal*, 6(1), 86-97. <https://doi.org/10.35342/econder.1077823>
- Khaddafi, M, Falahuddin, -. Heikal M., & Nandari A. (2017). Analysis Z-score to Predict Bankruptcy in Banks Listed in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(3), 326-330.
- Köse, Y. (2020). Türk Hava yolu Sektöründeki Önde Gelen Hava yolu Şirketlerinin Finansal Başarısızlık Tahmini: Analitik Bir İnceleme. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(4), 329-346, <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i4.1718>
- Kulalı, İ. (2016). Altman Z-Score Modelinin BIST Şirketlerinin Finansal Başarısızlık Riskinin Tahmin Edilmesinde Uygulanması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(27), 283-292. <https://doi.org/10.17130/10.17130/ij-meb.2016.12.27.1076>
- Lifschutz, S. & Jacobi A. (2010). Predicting Bankruptcy: Evidence from Israel. *International journal of Business and Management*, 5(4), 133-141.
- Milašinović, M, Knežević S. & Mitrović A. (2019). Bankruptcy forecasting of hotel companies in the Republic of Serbia using Altman’s Z-score model. *Hotel and Tourism Management*, 7(2), s.87-95. <https://doi.org/10.5937/menhot-tur1902087M>
- Öztürk, S. & Yılmaz C. (2021). Finansal Sıkıntı Tahmin Modellerinden Altman Z Skorunun Borsa İstanbul Gelişen İşletmeler Pazarı’nda Test Edilmesi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(4), 849-859. <https://doi.org/10.29106/fesa.1012094>
- Sandalcılar, A.R. (2012). BRIC Ülkelerinde Ekonomik Büyüme Ve İhracat Arasındaki İlişki: Panel Eşbütünleşme Ve Panel Nedensellik. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 161-179.
- Sarıdoğan, H. Ö. (2020). BIST Teknoloji Endeksine Kayıtlı Firmaların Finansal Performanslarının Analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(2), 22-36.
- Soba, M, Akyüz F. & Uğurcan Y. (2016). Şirketlerin Finansal Performanslarının Altman Yöntemiyle Analizi: Borsa İstanbul Örneği. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9 (28/4), 65-87.

- Türk, Z. & Kürklü E. (2017). Financial Failure Estimate in BIST Companies with Altman (Z-Score) and Springate (S-Score) Models. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-14.
- Yi, W. (2012). Z-score Model on Financial Crisis Early-Warning of Listed Real Estate Companies in China: a Financial Engineering Perspective. *Systems Engineering Procedia*, 3, 153-157.

Bölüm 6

GÜNCEL İŞGÜCÜ PİYASASINDA İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ FONKSİYONLARININ DEĞİŞEN YAPISI: GİG EKONOMİSİ

Sergen GÜRSOY¹

Nuri ÇELİKER²



1 Öğr. Gör.; Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Kariyer Geliştirme,
Uygulama ve Araştırma Merkezi, sergen.gursoy@alanya.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-9032-2999

2 Dr. Öğr. Üyesi.; Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İktisadi, İdari ve
Sosyal Bilimler Fakültesi İnsan Kaynakları Bölümü. nuri.celiker@alanya.edu.tr
ORCID No: 0000-0002-3865-5489

1. Giriş

Uluslararası bağlamda dünya toplumları sürekli olarak dönüşümler yaşamıştır. İlkel avcılık-toplayıcılık dönemi, tarımsal üretim periyodu ve sanayi devrimlerinin kümülatif olarak güncel son aşaması, internet çağı olarak adlandırılmaktadır. Devrimsel ve evrimsel aşamaların güncel karşılığı olarak küresel sosyal ağlar ortaya çıkmaktadır (Toffler, 2022). Üretim biçimlerinin farklılaşıp güncel olgulara adapte olmasıyla teknik gelişmelerde artış yaşanmıştır. Bilgi işlem teknolojilerinde yaşanan gelişimler toplumun tüm kesimlerini etkilemiştir. Sosyo-ekonomik bağlamda toplumlar, beyaz ve altın yakalı olarak adlandırılan hizmet sektörü yoğun çalışma biçimini benimsemektedir.

1980’li yıllardan sonra küreselleşmenin yoğunlaştığı sosyo-ekonomik yapı içerisinde işgücü piyasası, yaşanan dönüşümden payını almıştır. Geçici çalışma, çevrimiçi işgücü, freelancer tipi çalışma biçimleri gibi sürekli veya süresiz yapıda işler ortaya çıkmıştır. Bilgi işlem teknolojisi alt yapısında hizmet sektörü, küresel internet tabanlı çalışma platformlarının ortaya çıkmasında etken olmaktadır. İnternet tabanlı çevrimiçi çalışma biçimleri her yıl %25 oranında büyüme katetmektedir (Kässi ve Lehdonvirta, 2018). Pasta payının sürekli artış göstermesi çalışanların bu alana kaymasında etken olmaktadır. Mavi, beyaz veya altın yakalı çalışan kitlenin tamamını kapsayabilecek potansiyelde olan dijital çalışma platformlarındaki çalışanlara yönelik akademik literatürde ilgi artmıştır. En önemli tartışmalardan birisi, belirsizlik silsilesi içerisinde İnsan Kaynakları Yönetim anlayışının nasıl konumlandırılacağıdır. Esnek çalışanların yasal belirsizlikleri ve hatta iş tanımlamaları bireyleri zora sokmakta ve işgücü piyasasında problemleri ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca güncel çalışma yapısında çalışanların işçi, işveren veya girişimci olup olmamasına yönelik soru işaretleri mevcuttur. Bu durum örgüt yönetimine yönelik bakış açısının değişmesine sebep olmaktadır. Tüm bu olguları içerisinde barındıran güncel işgücü piyasası olarak Gig ekonomisinde; internet platformları aracılığıyla, süresiz çalışma biçimi benimsenmektedir. Ancak klasik çalışma yaşamının değişimi ile çalışanların piyasadaki yerini konumlandırmada zorluklar yaşanmaktadır. Ortaya çıkan en büyük belirsizlikten birisi de özellikle 1980’li yıllardan sonra kurumsallaşan İnsan Kaynakları Yönetimi anlayışının hangi kapsamda ve ne aşamada yer alacağıdır.

Gig ekonomisi dünya üzerinde henüz tanımlanması güç kavram olmakta iken işgücü piyasasını derinden etkilemesi de beşeri sermayeye yönelik bakış açısını anlamlandırma gereğini ortaya çıkarmıştır. Gig ekonomisi çalışmalarına yönelik akademik literatürde eğilim hızlı biçimde artış göstermekteyken İnsan Kaynakları kapsamında değerlendirme yapan çalışmaların az seviyede olduğu görülmektedir. Çalışmanın amacı, Gig Ekonomisi içerisinde yer alan çalışanlar için İnsan Kaynakları Yönetim yaklaşımının yeni işgücü piyasa-

sındaki konumunu değerlendirmek ve bu kapsamda sistematik, bütüncül bir bakış açısı elde etmektir.

Gig ekonomisi ile İnsan Kaynakları Yönetim anlayışının birlikte değerlendirilmesinde bizi motive eden faktör, güncel iş piyasasında kitlelerin yoğunlaşması ile bireylere yönelik yönetim anlayışının tanımlanması gerekliliğidir. Çalışmada, bilimsel araştırmalar ve raporlardan yola çıkarak, Gig ekonomisi ve insan kaynakları yönetimi arasındaki ilişkiye yönelik kavramsal bir inceleme yapılmış, bu kapsamda değerlendirme ve çıkarımlarda bulunulmuştur. Güncel işgücü piyasasında beşeri sermayenin yönetim anlayışına yönelik bütüncül bir bakış açısının elde edilmesi, çalışanların uygulamada yaşadıkları yönetsel belirsizliğin tanımlanmasında etken olacaktır. Akademik literatürde konuyla ilgili çalışmaların henüz başlangıç aşamasında olması, kavramın sürekli güncelliğini koruması, yönetim anlayışının sürekli olarak dönüşüm yaşaması gibi durumlar gözetilerek araştırma yürütülmektedir.

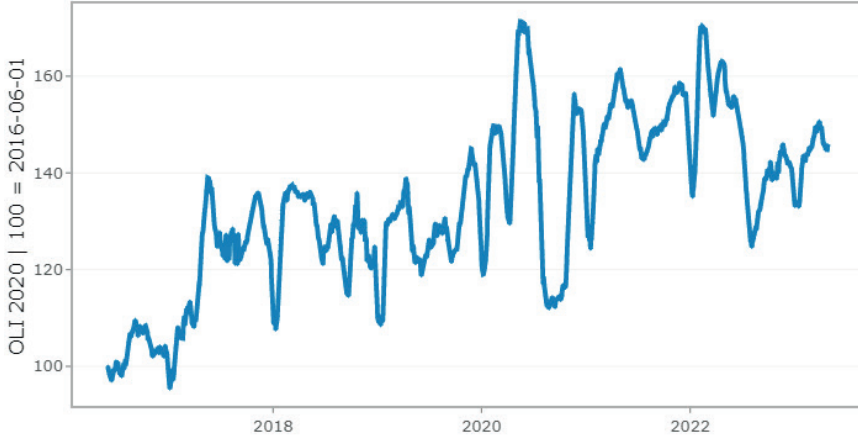
Gig Ekonomisinin Gelişim Süreçleri

Gig ekonomisi tarihsel üretim biçiminin süregelen son aşamasını temsil etmektedir. Bilimin sistematik hale gelmesi ile tüm bilimsel alanlar birbiriyle etkileşim içerisinde olmuştur. Fermi'ye göre (2012), düzen içerisindeki değişim ve dönüşüm, çevreden elde edilen enerji miktarına karşılık gelmektedir. İlkel avcılık-toplayıcılık dönemlerinde bitki ve hayvan gelişimleri ile ortaya çıkan enerji, sonraki süreçte sistematik üretim biçimini açığa çıkarmıştır. Endüstri Devrimi ise enerji üretiminin ve kullanımının yaygınlık kazanmasıyla ortaya çıkmıştır (Wrigley, 2013). Enerjinin ehlileştirilmesiyle sanayi tipi üretim biçiminin gelişim göstermesi kaçınılmaz olmuştur. Endüstri 1.0'dan Endüstri 4.0 aşamasına kadar üretim biçimlerinde ve toplumsal yaşamda çok ciddi değişiklikler meydana gelmiştir (Penumuru vd., 2020). Endüstri 1.0 ve 2.0 süreçleri sistematik üretim biçimini temsil eden buhar, su ve elektrik gücünün üretime dahil edilmesini mümkün kılmıştır (Wrigley, 2018). Endüstri 3.0 ve sonrasında yaşanan aşamalar kaotik ve bilgi yoğun üretim biçimini açığa çıkarmıştır. 1970'li yılların başında ilk mikro işletim sistemi ve bilgisayar firmasının kurulması, teknik gelişmeleri sosyo-ekonomik bağlamda derinden etkilemiştir (Betker, 1997). 1980'li yıllardan sonra üç boyutlu yazıcıların üretim sistemine yansması (Attaran, 2017) Endüstri 4.0 olgusunun ortaya çıkışını hızlandırmıştır. Kümülatif biçimde üretim bandının değişim yaşaması, bilgi ve iletişim teknoloji yoğun üretim biçimini, yani Endüstri 4.0 olgusunu ortaya çıkarmıştır. Kavram, üretim bandında akıllı fabrikaların kullanılmasıyla maksimum çeşitlilik ve verimlilik anlayışı ile çalışmış, kompleks teknik gelişim sistemleri ile toplumun tüm kesimlerinde yaygınlık kazanmıştır (Pereira ve Romero, 2017). Tarihsel üretim biçimlerinde güç paradigmasının son basamağı, tüketim anlayışının ötesine geçmektedir. Güç kavramı, bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlık kazanmasıyla birlikte 2011 yılında Hannover fuarında tartışılmaya başlanmıştır (Qin vd., 2016). Kavramın

içeriği; üretim bandına yapay zekanın dahil edilmesi, robotik teknolojilerin yaygınlaşması, 3D yazıcıların verimliliği artırması (Strandhagen vd., 2017) ve nihayetinde sanal dünya ile fiziksel yaşam arasında bağ kurulmasına yönelik sistemi mümkün kılmaktadır. Dijital yoğun üretim yapısı, modüler ve esnek çalışma biçimini ortaya çıkarmaktadır. Bunun ötesinde toplumsal ve ekonomik gelişim sürecinin son aşaması Toplum 5.0 kavramı, Japonya hükümeti tarafından tartışılmıştır (Keidanren, 2016). Olgu, üretim bandının da ötesine geçerek bilgi ve iletişim teknolojilerinin toplumla bütünleşmesini sağlamayı hedeflediği gibi sürdürülebilir kalkınmaya yönelik gelişim önerilerini kapsamaktadır (Fukuyama, 2018; Waldenberger, 2018). Ayrıca, üretimde verimlilik artışının yanı sıra toplumsal bağlamda yaşam kalitesinin, huzur ve refahın artışında etken olmayı temin etmektedir (Harayama, 2017).

Gig Ekonomisinin Kapsamı

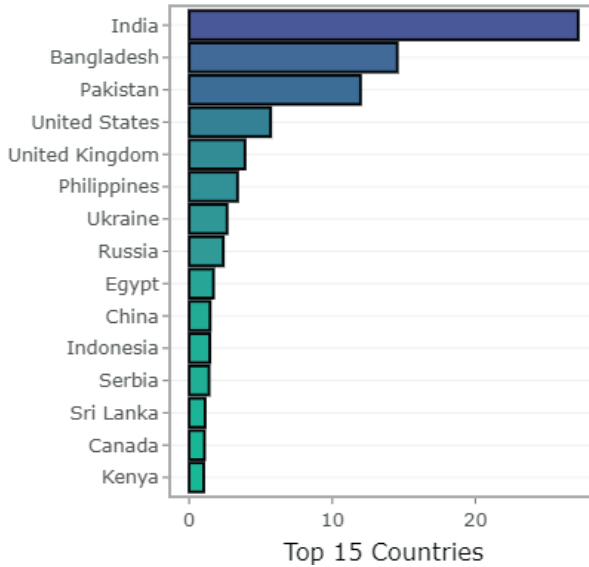
Endüstri 4.0 ve Toplum 5.0 olguları, iş ve işçi tiplerinde değişimleri ortaya çıkarmıştır. Uluslararası bağlamda ekonomik yapının dijital düzen içerisinde yer alması, iş yapılarının internet ağları çerçevesince, mal ve hizmet aktarımını meydana getirmiştir (Байпан, 2017). 2000’li yıllardan sonra çalışma ekonomistleri tarafından sendikal düşüşler ve çalışma koşullarına yönelik araştırmalar yoğunlukta olduğu için Gig olgusuna dair incelemeler göz ardı edilmiştir (Friedman, 2014). Kavram, son yirmi yıllık periyod içerisinde anlık olarak ortaya çıkmamış, bahsettiğimiz sosyo-ekonomik yapının kümülatif son aşamasını temsil etmiştir. Gig ekonomisinin maddi boyutunun 2023 yılı sonunda 500 milyar dolara yaklaşacağı öngörülmekte olup, bu durum pazar payı artışı ile çalışanların bu piyasaya yönelmesinde önemli bir faktör olarak düşünülmektedir (Roy, 2019). Öyle ki sadece ABD’de Gig piyasasında yer alan 73.3 milyon serbest çalışan olduğu tahmin edilmektedir (Kulach, 2023). 1996 yılında dünya toplumlarının internete ulaşımı 20 milyon kişi iken günümüzde 5 milyarı geçen sayıda kişinin ulaşımı söz konusu olmuştur (Ünal ve Temiz, 2022). Dolayısıyla Gig ekonomisindeki bu kitlenin büyümesi kaçınılmaz olarak gerçekleşmektedir. Nitekim Şekil 1’de görüldüğü üzere her geçen yıl çevrimiçi çalışanlara yönelik talep oranı artmaktadır.



Şekil1. Çevrimiçi Çalışan İndeksi

Kaynak: <http://onlinelabourobservatory.org/> , Erişim Tarihi: 20.05.2023

Gig ekonomisinin ekonomik anlamda hacmi artış gösterdikçe çalışanlar piyasaya geçiş yapmaktadır. Paylaşılan bir rapora göre uluslararası bağlamda esnek ekonominin brüt hacminin önümüzdeki dört yıllık periyod içerisinde en az %25'lik artış yaşayacağı ifade edilmektedir (Mastercard, 2019). Dahası Intuit raporuna göre (2020), daha sonraki süreçte ABD menşeli üst düzey firmalarda yer alan çalışanların %80'inin Gig çalışanları olabileceği ifade edilmektedir.



Tablo 1. Çevrimiçi Çalışan İndeksi

Kaynak: <http://onlinelabourobservatory.org/> , Erişim Tarihi: 20.05.2023

Tablo 1’de görüldüğü üzere çevrimiçi çalışma biçiminin en yoğun olduğu ülkelerin başında Hindistan, Bangladeş, Pakistan gibi ülkelerin geldiği görülmektedir. 90’lı yıllardan sonra hız kazanan dijital emek biçimi bu ülkelere yönelik dış kaynak kullanımını arttırdığı için (Lambregts vd., 2015) bu ülkelerin başı çekmesi şaşırtıcı değildir. Gig çalışanlarına dair taleplerin ABD, Kanada ve İngiltere gibi ülkelere olmasına karşın Hindistan, Bangladeş, Filipin gibi gelişmekte olan ülkelere arz kitlesinin olduğu görülmektedir (Thomas ve Baddipudi, 2022).

Gig Ekonomisinde İş ve İşçi Yapısındaki Değişimler

2008 krizi sonrasında yaşanan dönüşümler, klasik iş yapısının değişmesi ile internet tabanlı geçici işlerin yani Gig ekonomisinin yaygınlaşmasına sebebiyet vermiştir. Dış kaynak kullanımında yaşanan artışlar; iş çeşitliliği ve üretim çeşitliliğini ortaya çıkaran dijital internet platformunun esas alındığı Gig kavramını ortaya çıkarmaktadır (Graham vd., 2017). Piyasada yer alan bireyler; esnek, bağımsız, özerk ve talep üzerine çalışma koşullarının gereklilikleriyle karşılaşmaktadır (Aloisi, 2016). Gig çalışanlarının karakteristik özellikleri; serbest çalışma biçimini, önceden tanımlanan kısa görevleri, işin dijitalleşmesini barındırmaktadır. Çalışanların yaşadıkları zorluklar ise; bireysel sorumluluk, kariyer eksikliği, güvencesiz ve istikrarsız çalışma biçimi, sosyal izolasyon vb. koşullardır (Gusseck ve Wiesche, 2022). Gig işlerinin kapsamı oldukça geniştir. Mavi yakalı işçilerden altın yakalı işçilere toplumun tüm kesimini kapsayan çalışma piyasasına karşılık gelmektedir. Burada, talep eden ile arz edenin belirli bir platform aracılığıyla buluşması söz konusudur. Özellikle Y kuşağının üçte birinden daha fazlasının girişimci ve ek iş aramaya hevesli olduğu görülmektedir (Ribitzky, 2011). Temel istihdam biçiminin yanı sıra pijama kuşağı şeklinde tabir edilen çeşitli mekanlarda çalışanlar da benzer kitlelerden oluşmaktadır (Brenoff, 2010). Bunun yanı sıra Homo-ekonomik birey anlayışı ile insan kaynakları yönetiminin, üretim sürecinde yoğunlaştığı görülmektedir (Chien vd., 2017). Benzer biçimde işçi tipolojisinde de değişimler yaşanmıştır. Bu durum beşeri sermayeye yönelik yönetim anlayışında da farklılıkları beraberinde getirebilmektedir. İçerisinde bulunulan dönem itibarıyla teknoloji-yoğun dijital çalışan profili ortaya çıkmaktadır. Yeni sosyo-ekonomik düzende çalışanlar; büyük veri analizi, akıllı robot kullanımı, yazılım ve tasarım becerisi niteliklerini barındıran beyaz ve altın yakalı işçilerdir (Raj ve Seamans, 2019). Bu becerilerin ortak noktası, dijital dünya düzeninde taleplere anlık olarak cevap vermektir. Bireyler tam zamanlı üretim biçimi anlayışıyla Gig ekonomisine yönlendirilerek verimlilik artışında etken roldedir (Chadwick & Flinchbaugh, 2016). Bu kapsamda Gig ekonomisi kısa süreli, esnek, istihdamda süreklilik göstermeyen ancak üretimde süreklilik arz eden küresel bağlamda karşımıza çıkmaktadır.

İnsan Kaynakları Yönetimi'nin Değişen Yapısı

Dünya üzerinde yaşanan toplumsal değişimler, işgücü piyasalarında ve yönetim anlayışında bir dizi dönüşümü beraberinde getirmiştir. Endüstri 3.0 olgusunun yoğunlaştığı dönem itibarıyla çalışanlar homo-economics anlayışı içerisinde değerlendirilmiştir. İlerleyen süreçte seri ve sistematik üretim sistemine dayanan İKY anlayışının hakimiyet sağlaması, rekabet avantajı kazanılması açısından oldukça önemli olmuştur (Chien vd., 2017). İnsan Kaynakları Yönetim anlayışı, özellikle Endüstri 4.0 olgusu ile özdeşleşmiş bir kavram olmuştur. Üretimin kurumsal ve sistematik hale gelmesi, örgütsel yönetim anlayışını hakim kılmıştır.

2011 yılında Hannover fuarında ortaya konulan Endüstri 4.0 olgusu, Kagermann ve Wolf-Dieter Lukas tarafından kurumsallaştırılmıştır (Kagermann vd., 2011). Kavramın ortaya çıkmasındaki amaç; Almanya'da yaşayan bireyleri, etkin ve verimli hale getirip dünya ekonomisinde söz sahibi olmaktır (Çiftçi-oğlu vd., 2019: 39). Endüstri 4.0 olgusunun yaygınlaşması ile gelişen teknolojik düzen, dijital dönüşüm, büyük veriler, siber-fiziksel sistemler ve yapay zeka gibi olguların öncelikle üretim biçimlerine ve sonrasında topluma yansımaları ortaya çıkmıştır. İşletmeler için yeni iş modelleri, üretim sürecindeki değişiklikler, pazara erişim, çalışan yönetimi gibi fonksiyonların güncel piyasaya adapte edilmesi önem arz etmektedir. Paradigma değişimi; yapay zeka, robot teknolojileri ve nesnelerin internetine bağlı olarak yeni iş modellerin ortaya çıkmasında ve rekabet avantajının kazanılmasında aracı olmaktadır. Bu durum hem çalışan kitlede hem de örgütsel düzende değişimi ortaya çıkarmaktadır. Bu süreçte en önemli katkılardan birisi İKY'de yapılmıştır. Akademik literatürde bu konuya dair İnsan Kaynakları 4.0 kavramı ortaya atılmıştır. İK 4.0, Endüstri 4.0'ın sonucu olarak yeni dijital örgüt biçiminde, çalışan yönetimini başarılı biçimde yürütmeyi hedeflemektedir (Hecklau vd., 2016). Yeni işgücü piyasasında yöneticiler, organizasyonel süreçte yenilikçi yapıyı ve çalışanların öğrenim becerilerini teşvik ederek işe alım, eğitim, performans yönetimi, ücretlendirme gibi fonksiyonlara işlerlik kazandırmaya çalışmaktadır (Donate ve Sanchez, 2015). Buna yönelik olarak öncelikle işe alım sürecinde dijitalleşmenin sağlanması gerekmektedir. İşletmelerin bir kısmı, içerisinde bulunduğumuz dönem itibarıyla yapay zeka aracılığıyla işe alım sürecini gerçekleştirmektedir. Yapay zeka aracılığıyla İKY stratejilerinin gerçekleştirmesi; hızlı, esnek ve algoritmalar aracılığıyla doğru karar verme oranının yüksekliğini mümkün kılmaktadır (Şekeroğlu ve Özer, 2019). İşe alım sürecinde; başvurunun alınması, incelenmesi ve değerlendirilmesi yapılmaktadır. Başvurusu yapılan kademeler ve başvuru sahibi arasında yapay zeka aracılığıyla otomatik biçimde filtreleme yapılabilen, adaylarla chatbot vasıtasıyla görüşme ve kadro eşleştirmeleri gerçekleştirilmektedir (Jia vd., 2018). İhtiyaç duyulan aday havuzu ortaya çıkarılmakta, başvuru sahiplerinin sosyal medya platformları kimi zaman değerlendirilmekte, veri tabanı elde edilmekte, özgeçmişler gözetilerek iş tanımlamasıyla aday

listesi ortaya çıkarılmaktadır (Kulkarni ve Che, 2019). Böylelikle işe alım sürecinde zaman ve maliyetten tasarruf edilmekte olup süreçte söz sahibi olan yönetim kademesinin kimi zaman oluşabilecek ön yargılı tavırları ortadan kalabilmektedir. Buna nazaran kimi işletmelerde yapay zeka aracılığıyla işe alım maliyetinde %71 oranında azalış ve verimlilikte üç kata yakın artış söz konusu olmuştur (Jia vd., 2018).

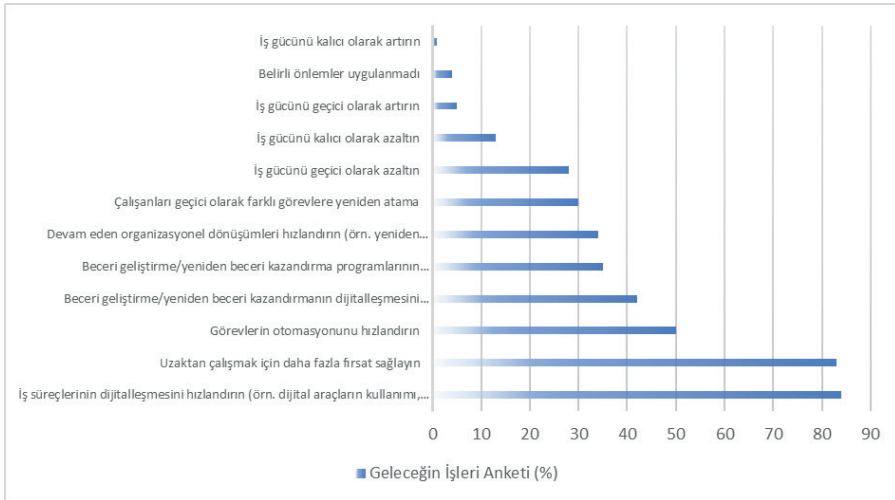
Bir diğer İK fonksiyonu personellerin eğitim sürecidir. Küreselleşen dünya düzeninde rekabet avantajını sağlayabilmek için çalışanların beşeri sermayelerinin gelişimleri önem arz etmektedir. Örgütler, endüstriyel dönüşümleri takip ederek günün şartlarına uygun beceri ve nitelikleri eğitim programlarına dahil etmektedir. Bu aşamada çalışanlara çok çeşitli görevlendirme ve eğitim programları önerilmektedir (Çiftçioglu vd., 2019: 45). Bulut dolaşım ağı ve yapay zeka eğitimleri ile çalışanların işlerini kolaylaştırıcı ve boş zaman maliyetinin giderilmesinde aracı fonksiyon olunması hedeflenmektedir (Amla ve Malhotra, 2017). Böylelikle işe alınan çalışanların beşeri sermayelerinin gelişim sağlaması ile verimli ve üretken çalışma yapıları ortaya çıkmaktadır. Çalışanlar sürekli olarak kendilerini güncelleyebilecek ve günün gereklerine adapte olabilecektir. Böylelikle işletmelerin ihtiyaç, duyduğu nitelikte çalışanların bilgi, beceri ve nitelikleri her an için çalışmaya hazır duruma gelmektedir (Bingöl, 2013).

Diğer bir fonksiyon olarak performans ve motivasyon değerlendirme ve verimlilik artışı sağlama aşamasında İKY'nin örgütsel etkinliği ve verimliliği sağlamasında birçok sorumluluğu vardır. Öncelikle performans değerlendirme aşamasında çalışanların düzenli biçimde geri bildirim elde etmesi gerekmektedir. Bu süreçte yapay zeka teknolojileri vasıtasıyla çalışanların üretim çıktısı hesaplanmakta ve buna yönelik değerlendirmeler yapılabilmektedir. Değerlendirme aşamasının uygun koşullarda olabilmesi için; belirli ölçüm standardının olması, beklentileri gözetken reel performans ölçümünün olması gerekmektedir (Çiftçioglu vd., 2019: 46). Yapay zeka aracılığıyla performans değerlendirilmesi, robot teknolojileriyle veri toplama, raporlaştırma, veri kontrolü gibi süreçler ile İKY üretim çıktılarının daha hızlı verim artışının ortaya çıkmasında yardımcı olmaktadır (Parsehyan, 2020: 220). Çalışanlar açısından motivasyon ve verimlilik, rekabet avantajının kazanılmasında en önemli faktörlerdendir. Bu aşamada çalışanlar, yapay zeka aracılığıyla bireysel koçluk sistemini kullanarak verimlilik artışı sağlayabilmektedir (Kırılmaz ve Ateş, 2021: 41).

Bir diğer fonksiyon olan çalışanların kariyer gelişimleri sağlanması aşamasında bulut veri paylaşımı ile çalışanların birbirleriyle deneyimleri anlık olarak aktarılmakta ve bireysel gelişim için boş zaman maliyeti azaltılmaktadır. Ayrıca yapay zeka teknolojisi vasıtasıyla bireysel olarak çalışanlara özel eğitim ve öğrenim planlamaları ve programlamaları yapılmaktadır (Parsehyan, 2020: 220). Beşeri sermaye gelişimleri kazanan çalışanların yükselme arzuları dikkate alınmakta ancak karşılığı her zaman mümkün olmamaktadır.

Bu aşamada kariyer gelişimleri takip edilerek çalışanların beklenti ve isteklerinin sistematik hale getirilmesi, kariyer planlamalarının yapılması yine teknik gelişmeler aracılığıyla sağlanmaktadır. Yetenek haritalandırılması ile örgütün ihtiyaç duyduğu pozisyonlara en yetenekleri bireylerin eşleştirilmesi yapay zeka aracılığıyla sağlanmaktadır (Kırılmaz ve Ateş, 2021: 41).

Çalışanların niteliklerini yükseltmek, deneyim kazanmalarını ve motivasyon artışlarını sağlamak için İKY'nin teknik yeniliklere adapte olması gerekmektedir (Koster, 2019). Bu süreçte en önemli koşul, işçilerin yeni iş yapılarına adapte olması ve ardından güncel örgüt yönetimi ile bütünleşmiş olmasıdır. Endüstri 4.0 olgusun yoğunlaşması ile Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından yayınlanan Geleceğin İşleri kategorisi paylaşılmıştır. Paylaşılan rapora göre (Leopold vd., 2016); işin doğasının değiştiği, esnek çalışma düzeninin hakim olduğu, iklim değişikliği ve doğal kaynakları ilgilendiren, bulut ve mobil teknoloji yoğun, büyük veri işleme yapabilen, nesnelerin internetini mümkün kılan, paylaşım ekonomisi ve kitle çalışmasını barındıran, robot teknolojileri ve otomasyon geçişlerine sahip, yapay zeka ve 3D yazıcı ile üretim yapabilen çalışanların gereksinimleri ifade edilmiştir. Bu aşamada Gig ekonomisi kavramı paylaşım ve kitle çalışması grubunda yer almıştır. İşletmeler bu gereksinimleri gözeterek işe ilan sürecini revize etmektedir. Piyasaya adapte olma süreci işletmenin tüm fonksiyonlarına yayılarak, çalışanların görev ve sorumluluklarının yeniden tanımlanması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Covid-19 pandemi sürecinin etkisi gözetilerek WEF, Geleceğin İşleri raporuna eklemeler yapmıştır. Pandemi dönemi ve sonrasındaki sürece işletmelerin adapte olma gerekliliği ifade edilmiştir. İşletmelere yönelik öneriler, Tablo 2'de görüleceği üzere başlıklar altında sıralanmıştır (WEF, 2020);



Tablo 2. Geleceğin İşleri Anketi

Kaynak: WEF, 2020

Tablo 2’de paylaşılan kavramlar, Covid-19 pandemisi ve sonrasındaki dönemde uzaktan çalışma biçimlerinin ve esnek çalışma yapılarının ön planda olacağını ifade etmektedir. Ayrıca beceri geliştirme veya kazandırma ve organizasyonel değişimleri hızlandırmaya yönelik adımların atılması olağan görülmüştür. Gig ekonomisinin alt yapısını oluşturan uzaktan ve esnek çalışma anlayışı, İKY’yi doğrudan ilgilendiren organizasyonel dönüşümleri ifade etmektedir. Dolayısıyla bu iki olgunun içerisinde yer aldığı durumun değerlendirilmesi önem arz etmektedir.

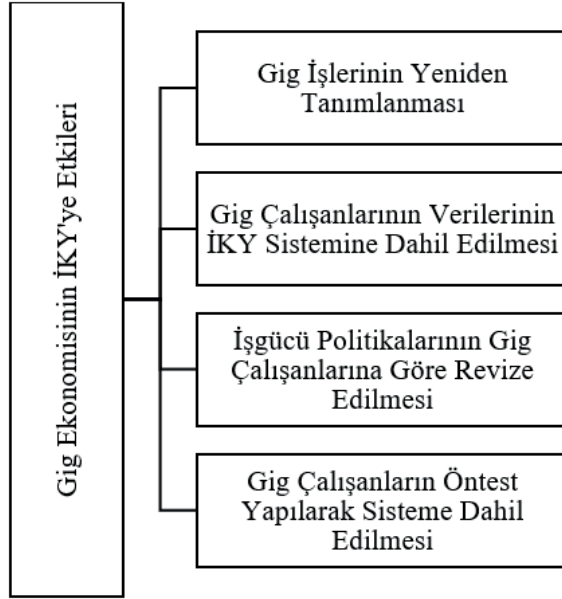
İnsan Kaynakları Yönetim Anlayışında Gig Ekonomisinin Yeri

Gig ekonomisi, Endüstri 4.0 ve Toplum 5.0 olgularının ortaya çıkardığı işgücü piyasasının güncel son aşamasını temsil etmektedir. Gig ekonomisi 2009 krizi sonrasında kendini piyasada hissettirmiş ve özellikle son 10 yıllık süreçte kurumsal bir yapıya bürünmüştür. Küreselleşmenin yoğunlaşması, teknolojik gelişmelerin artışı, mobilite kavramının yoğunluk kazanması ile Gig ekonomisinin sistematik yapıya evrildiği görülmektedir. Çalışma biçimlerinin on yıllık geleceğini ön gören Visier (2020)’in raporunda, Gig ekonomisinin özellikle saatlik çalışmaları kökten değiştirdiği ifade edilmektedir. Bu durum klasik çalışma anlayışının da daraldığını göstermektedir. Gig çalışması birçok farklı iş yapılarında, birçok farklı mekanlarda eylemi mümkün kılmaktadır. Özellikle pandemi dönemi sonrasında uzaktan çalışma biçimi gerekli hale gelmiş, bu durum toplumların freelancer çalışmaya aşina olmasına olanak tanımıştır. Böylelikle pandemi döneminde yoğunluk kazanan çalışan endişesinin (Uymaz, 2022) giderilmesinde etken olabilmektedir.

İKY bağlamında pandemi dönemi ve sonrasında tüm fonksiyonların esnek ve çevik olması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Buna yönelik olarak İKY fonksiyonları ve rollerinin; Gig çalışanı, aracı platform ve müşteri denkleminde yer alması birçok belirsizliği ortaya çıkarmaktadır (Williams vd., 2021). Rekabet avantajının kazanılması adına anlık olarak piyasaya adapte olabilmek hem şirket hem çalışanların etkinliği açısından önemli olmaktadır.

Günümüzde genç çalışanlar, esnek ve özerk çalışma piyasasını tercih etmekte olup on yıllık periyod içerisinde, Gig ekonomisine katılımın hızlı biçimde artacağı ifade edilmektedir.¹ Uzaktan, freelancer ve esnek olarak çalışan Gig kitlesi artmakta ve bu nedenle şirketlerin içinde bulunduğu piyasada günceli yakalaması gerekmektedir. Gig çalışanların sayıca artışı, İKY anlayışının da genişlemesini ortaya çıkarmaktadır. Bu aşamada İKY gerek sözleşmeli gerek klasik çalışanlar için etkin biçimde organizasyon yönetimini gerçekleştirmek zorunda kalmaktadır. Bunun için çeşitli etkiler paylaşılmaktadır.

1 <https://idenfit.com/blog/gig-ekonomisi-insan-kaynaklari-nasil-hazirlanmalı/> , Erişim Tarihi: 22.05.2023



Şekil 2. *Gig Ekonomisinin İKY'ye Etkileri*

Kaynak: i-admin , Role Of HR In The Gig Economy. <https://www.i-admin.com/blog/role-of-hr-in-the-gig-economy/>

Şekil 2’de paylaşıldığı üzere, Gig ekonomisinin İKY üzerindeki etkilerine yönelik olarak ilerleyen süreçte araştırmalar derinleştirilerek daha çeşitli sonuçlar ortaya çıkabilecektir. Öncelikle işin yeniden tanımlanması, güncel işgücü piyasasının anlaşılması gerekliliği ile ortaya çıkmaktadır. Esnek ve geçici iş piyasasında, talebe anlık olarak karşılık verme durumu mevcuttur. İş talepleri gerek coğrafi konumla ilintili gerek bağlantısız olarak geçici ve esnek yapıya evrilmiştir. İKY işletmedeki rolleri, iş yapılarına ve taleplerine göre yeniden tanımlayarak Gig ekonomisine hazır hale getirmelidir. İKY aracılığıyla serbest zamanlı çalışanlar veya klasik çalışanlara göre ayrı ayrı görev ve hizmet yürütümünü sürdürmeli her birisi anlık olarak diğerini ikame edebilmelidir. Diğer bir basamak Gig çalışanlarının performans değerlendirmesi aracılığıyla verilerin İKY sistemine dahil edilmesidir. Ancak bu aşamada Gig ekonomisi çalışanlarının işletmeye olan katkılarının ölçümünde belirsizlik mevcuttur. Bu süreçte İKY için ortaya çıkabilecek problemlerin belirlenmesi, eğitim süreçlerinin yürütülmesi ve verilerin yazılım aracılığıyla yönetim sistemine girilmesi önerilmektedir.² Bir diğer kapsamda, Gig çalışanları için güncel hak ve sorumlulukların yer aldığı işgücü politikalarına dair eksiklikler mevcuttur.³ İş kanunları ve işgücü politikalarının içerisinde yer aldığı sosyal

² <https://www.i-admin.com/blog/role-of-hr-in-the-gig-economy/> , Erişim Tarihi: 23. 05. 2023

³ <https://www.visier.com/blog/how-gig-economy-will-impact-hr-in-2020-and-beyond/> , Erişim Tarihi: 23. 05. 2023

sigortalar kapsamını oluşturabilmek yine İKY'nin sorumluluk dahilinde olan bir durumdur. Ancak Gig çalışanların çalışma şartlarında, yer ve süre bağlamında farklılıklar olduğu için sahip oldukları haklar belirsizleşmektedir. Yıllık izinler, primler, iş kazası ve meslek hastalıkları sigortalarının belirsiz hale gelmesine neden olmaktadır. İKY, esnek ve klasik çalışanların yönetiminde standart ve kapsayıcı politikalar oluşturmaktadır. Örnek olarak Singapur'da Gig çalışanları için merkezi bütçe biçiminde fonlama ile tazminat haklarını içeren katkı paylarının İKY aracılığıyla yönetildiği koruma kapsamı yürürlüğe konulmuştur.⁴ İKY'yi doğrudan ilgilendiren bir diğer konu Gig çalışanlarının sisteme dahil edilme sürecidir. Hem esnek hem klasik yapıda çalışmayı sürdürenler için pilot bir çalışma yürütülerek hukuk, bilgi teknolojileri ve finans gibi fonksiyonlar, altyapı ve politikalara dahil edilmektedir.⁵ Yapay zeka aracılığıyla işe alım, yetenek yönetimi, motivasyon araçları gibi vasıtalarla İK politikaları yürütülerek periyodik olarak gözden geçirilmektedir.

Gig ekonomisinde İKY anlayışının kapsamı genişlediği gibi önemli birtakım problemlerle de karşı karşıya kalınmaktadır. Bunlar; yetenek havuzunun ve kadrolu çalışanların kısıtlı kalması, sözleşme şartların, ödül ve faydaların standart dışı hale gelmesi, işe alım ve işten çıkarılma sürecinde doğru teknolojilerin kullanılmasında tereddüt yaşanması, risk yönetimi ve yönetim sürecinde birden fazla işveren ile çalışan personel için belirsizliklerin yaşanması, kalite kontrol süreçlerinin ve güvenilir sözleşmelerin sağlanmasında yaşanabilecek sorunlar olarak sıralanmaktadır.⁶ Belirtilen bu temel sorunlara dair İKY'nin çözüm önerileri üretmesi ve standardize sağlaması gerekmektedir. Nihayetinde işçi ve işverenlerin standart ilişkisi yerine daha esnek ve çoklu talep edicinin yer aldığı sistem ortaya çıkmakta olup İKY anlayışının revize edilmesi gerekmektedir. Gig çalışmalarının uzun vadede sürdürülebilir olması için çalışanların sürekli olarak platform bünyesinde yer alması ve denetlenebilir olması gerekmektedir (Ertürk, 2022). Böylelikle İKY bünyesinde bulunan çalışanlar daha elverişli biçimde koordine edilmektedir.

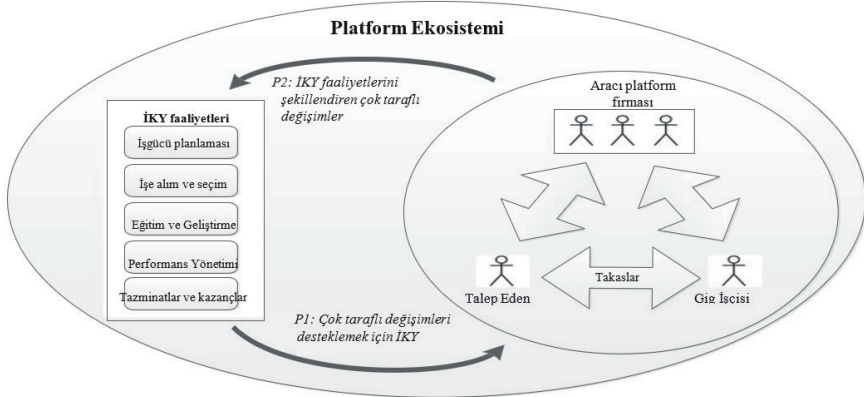
Gig ekonomisi, klasik İKY anlayışın değişmesi gerekliliğini ortaya çıkarmakta ve kurumsal İK anlayışının reel dünyada farklılaşmasına sebebiyet vermektedir. Gig ekonomisinde İKY anlayışı için güncel farklılaşan noktalar üç ana tema altında paylaşılmıştır. Bunlar; istihdamsız İKY, algoritmik İKY ve dağıtık İKY işlevleridir (Meijerink & Keegan, 2019; Duggan vd., 2019; Meijerink vd., 2021; Khun vd., 2021). İstihdamsız İKY anlayışı, organizasyon ve çalışanlar arasındaki klasik istihdam ilişkisinin ortadan kaldırıldığı aşamayı temsil etmektedir. Değişen işgücü piyasasında güncel aktörler; çalışanlar, talep edenler ve aracı platformlar olarak tanımlanmaktadır. Bu aşamada Gig çalışanları bağımsız yükleniciler olarak anılmaktadır. Standart iş ilişkisi ve

4 <https://www.i-admin.com/blog/role-of-hr-in-the-gig-economy/> , Erişim Tarihi: 23. 05. 2023

5 <https://www.visier.com/blog/how-gig-economy-will-impact-hr-in-2020-and-beyond/> , Erişim Tarihi: 23. 05. 2023

6 <https://www.nehra.com/page/GigEconomy> , Erişim Tarihi: 23. 05. 2023

işveren kavramları dönüşüme uğramıştır. İKY'nin bu basamakta rolü, bireysel çalışanları yöneterek işgücü arzı ve talebini eşleştirmek; tazminatları, ödül sistemini, özerkliğe yönelik iş tasarımı gerçekleştirilmektir (Kuhn ve Maleki, 2017; Meijerink ve diğerleri, 2021). İkinci temada algoritmik İKY anlayışı kullanılarak aracı platformların kısmen de olsa çalışanları seçme, değerlendirme, planlama ve ücretlendirmeye otomatik biçimde olanak tanıdığı görülmektedir (Veen ve diğerleri, 2019). Bu aşamada en önemli soru işareti talep eden tarafın işveren olmamasına rağmen; seçim, değerlendirme, ücretlendirme gibi aşamada ana aktör olarak yer almış olmasıdır. Talep ediciler değerlendirme sayısı, ücret, puanlama derecesi, çalışma saatleri vb. koşulları dikkate alarak seçim yapmakta ve iş bittikten sonra değerlendirme sürecine dahil olmaktadır. Konuya dair güncel çalışmalar İKY'nin değişen yapısını tanımlamada önemli olacaktır. Son temada Gig ekonomisi, İKY işlevlerinin dağılmasını veya İKY fonksiyonlarını yürüten aktörlerin çeşitliliğini temsil etmektedir (Van Mierlo, 2018). İKY anlayışı yeni paydaşlarıyla hem kısıtlanabilen hem de çeşitlenebilen bir aşamadır. Gig ekonomisi bağlamında geleneksel İKY, yükümlülük ve sorumluluklarını üstlenmeye ve işlevlerini dağıtan bir yapıya evrilmektedir (Khun vd., 2021: 15). Talep ediciler İKY fonksiyonuna dahil edilmiş ve performans yönetimi anlayışı ile çevrimiçi değerlendirmeleri yönetebilir aşamaya gelmiştir (Rosenblat ve Stark, 2016).



Şekil : Gig Ekonomisinde İKY için Platform Ekosistemi

Kaynak: Meijerink ve Keegan, 2019: 221

Meijerink ve Keegan (2019), çevrimiçi işgücü platformlarının klasik istihdam ilişkisinde yer almadan İKY fonksiyonlarını uygulama biçimini kavramsallaştırmak adına platform ekosistemi önerisinde bulunmuştur. Sistemde fonksiyonlar birbirine bağımlı olmakta ve hiyerarşik olarak kontrol

edilmesi gerektiği noktada yarı özerk aşamaya evrilmektedir. Çevrimiçi platformlar, Gig çalışanları ve talep ediciler ile emek arzı ve talebinin buluştuğu noktaya aracılık görevini üstlenmektedir. Karşılıklı bağımlılık ilişkisi ile sosyal ağ mekanizması yaratılarak Gig çalışanları platform ekonomisine dahil edilmekte ve ihtiyaca göre arz şekillenmektedir. Bu sebeple Gig ekonomisinde yer alan İKY fonksiyonları, klasik istihdam ilişkisi yürütmek yerine en etkin biçimde istihdam ilişkisinin platformlar aracılığıyla sürdürülmesine olanak sağlamaktadır.

Sonuç

İnsan topluluklarının başlangıcından bu yana üretim biçimleri sürekli olarak değişim göstermiştir. Avcılık-toplayıcılık anlayışı bir süre sonra yerini tarımsal üretim biçimine dönüştürmüştür. Tarım ve hayvancılıkta ürünlerin ehlileştirilmesi, sermaye birikimi ile ticarete konu olması kaçınılmaz olmuştur. Artık-değer ve uluslararası ticaretin yaygınlaşması, teknik gelişmeler vasıtasıyla sistematik üretim biçimini ortaya çıkarmıştır. Buharlı makinaların icat edilmesi, değerli madenlerin tespit edilmesi, Merkantalist anlayışın yaygınlaşması, tarımsal üretim birikiminin son noktaya ulaşarak çiftçilerin üretim tesisleri dışına itilmesi, Sanayi Devrimini ortaya çıkaran etmenlerden olmuştur. Sonraki süreçte endüstriyel süreçler gelişim/değişim göstermiş ve kümülatif son aşama olan Endüstri 4.0 ve Toplum 5.0 olgularına erişim sağlanmıştır. Endüstriyel gelişim süreçlerinden en çok etkilenen olgulardan birisi de işgücü piyasaları olmuştur. 1980'li yıllarda kurumsallık kazanan İKY anlayışı ile örgütsel yönetim biçimlerinde de farklılaşma yaşanmaktadır. WEF'in 2016 ve 2020 raporunda Geleceğin İşleri tanımında uzaktan çalışma biçimlerinin ve platform ekonomisinin önem arz edeceği bir aşamada olduğu paylaşılmaktadır. Bu durum dönüşen işgücü piyasalarındaki örgütsel yönetim anlayışının da güncel olgulara adapte olması gerekliliğini göstermektedir.

2008 krizi ve sonrasında hakimiyetini artıran uzaktan ve esnek çalışma yapıları, pandemi ve sonrasındaki dönemde birçok ülkede yoğunlaşmıştır. Güncel işgücü piyasasının karşılığı olan ve literatürde sıkça dile getirilmeye başlanan Gig ekonomisi olgusu esnek, süreksiz ve platform aracılığıyla işin yürütülmesini mümkün kılan bir yapıda ortaya çıkmıştır. Platform ekonomisi, kitle çalışması, dış kaynak kullanımı, sanal örgütler gibi birçok olguyu içerisinde barındırmış ve gelinen son aşama olarak karşımıza çıkmıştır. Gig piyasalarında gerek brüt hacimde gerekse çalışan sayılarında yaşana artışlar, örgütsel yönetimin etkin ve verimli bir şekilde yürütülmesini sağlayan İKY anlayışı için dönüşümü beraberinde getirmektedir. Gig ekonomisi içerisindeki çalışanları dikkate alarak İKY anlayışının konumunu belirlemek, sistematik ve bütüncül bir bakış açısını ortaya koymak üretimin etkin ve verimli sağlanması açısından önemli görülmüştür. Ancak bilimsel literatürde, Gig ekonomisi ve İKY anlayışını ortak paydada buluşturan ve değerlendirme ya-

pan ulusal/uluslararası çalışmaların sayısı oldukça kısıtlı kalmıştır.

Çalışmamız, işgücü piyasasında klasik istihdam anlayışından uzaklaşılmasına bağlı olarak İKY anlayışında dönüşümün yapılandırılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. İKY hali hazırda örgütsel yönetim fonksiyonlarını (işe alım, eğitim, motivasyon vb.) yapay zeka aracılığıyla yapmaktadır. Ancak Gig ekonomisi işgücünün konumunu farklı bir aşamaya taşımıştır. Gig çalışanların sayısı her geçen gün artmaktadır. Buna yönelik olarak işgücünün güncel aktörleri çalışanlar, talep ediciler ve aracı platform olmuştur. İKY anlayışı bu aşamada kısıtlı kaldığı gibi aktörler bazında çeşitliliğe erişmiştir. Öncelikle Gig ekonomisinin İKY'ye yönelik etkileri; işin yeniden tanımlanması, verilerin sisteme dahil edilmesi, işgücü politikalarının yeniden gözden geçirilmesi ve pilot çalışma yürütülerek Gig çalışanlarının İK sistemine dahil edilmesi olmuştur. Gig işleri uzaktan yürütülen, aracı çevrimiçi platform ve geçici işleri barındırdığı için klasik İK'nın ötesine geçmiş ve çalışan havuzu çok çeşitlenmiştir. Bu kapsamda ilk fonksiyon olan işe alım süreci, talep eden tüketici/müşteri odaklıdır. Talep ediciler, çevrimiçi performans değerlendirmelerini gözeterek çalışan talebini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca işin bitimi ile yine performans değerlendirmesi yapan ve çalışana iş fırsatları/kısıtlamaları sunabilen kişiler yine talep edicilerdir. Ayrıca çalışanların sosyal sigortalar kapsamında güncel hak ve sorumlulukları bireysel çaba mekanizması ile yürütüldüğü için kapsamı çalışan oluşturmaktadır. Gig ekonomisinde yıllık izin, prim, ödül ve ceza gibi koşullarda yine tanımlanması gereken belirsizlikler mevcuttur. Belirtildiği üzere İKY anlayışının kapsamı genişlediği gibi yeni aktörlerle organizasyonel sürecin tanımlanma gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Nihayetinde Gig ekonomisinde İKY anlayışı henüz başlangıç aşamasında olup etkin, verimli ve sürdürülebilir işgücü piyasası için çok çeşitli çalışmalarla değerlendirilmesi gereken bir noktadadır.

KAYNAKÇA

- Aloisi, A. (2016). Commoditized Workers. Case Study Research on Labour Law Issues Arising from a Set of 'On-Demand/Gig Economy' Platforms. Case Study Research on Labour Law Issues Arising from a Set of 'On-Demand/Gig Economy' Platforms (May 1, 2016). *Comparative Labor Law&Policy Journal*, 37(3).
- Amla, M., & Malhotra, P. M. (2017). Digital transformation in HR. *International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies (IJIMS)*, 4(3), 536-544.
- Attaran, M. (2017). The rise of 3-D printing: The advantages of additive manufacturing over traditional manufacturing. *Business horizons*, 60(5), 677-688.
- Betker, M. R., Fernando, J. S., & Whalen, S. P. (1997). The history of the microprocessor. *Bell Labs Technical Journal*, 2(4), 29-56.
- Bingöl, Dursun (2013), İnsan Kaynakları Yönetimi, Beta Basım Yayınevi, İstanbul.
- Brenoff, A. (2010). Unemployment's Down but Something's Up: Welcome to the Gig Economy–DailyFinance. *DailyFinance.com*.
- Chadwick, C., & Flinchbaugh, C. (2016). The effects of part-time workers on establishment financial performance. *Journal of Management*, 42(6), 1635-1662.
- Chien, C. F., Hong, T. Y., & Guo, H. Z. (2017). A conceptual framework for “Industry 3.5” to empower intelligent manufacturing and case studies. *Procedia Manufacturing*, 11, 2009-2017.
- Çiftçiöğlu, B. A., Mutlu, M., ve Katircioğlu, S. (2019). Endüstri 4.0 ve İnsan Kaynakları Yönetiminin İlişkisi. *Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 31-53.
- Donate, M. J., & de Pablo, J. D. S. (2015). The role of knowledge-oriented leadership in knowledge management practices and innovation. *Journal of business research*, 68(2), 360-370.
- Duggan, J., Sherman, U., Carbery, R., & McDonnell, A. (2020). Algorithmic management and app-work in the gig economy: A research agenda for employment relations and HRM. *Human Resource Management Journal*, 30(1), 114-132.
- Ertürk, M. (2022). Gig Ekonomisi ile İnsan Kaynakları Yönetimi İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 97-126.
- Fermi, E. (2012). *Thermodynamics*. Courier Corporation.
- Friedman, G. (2014). Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy. *Review of keynesian economics*, 2(2), 171-188.
- Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a new human-centered society. *Japan Spotlight*, 27(5), 47-50.
- Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a new human-centered society. *Japan Spotlight*, 27(5), 47-50.

- Graham, M., Hjorth, I., & Lehdonvirta, V. (2017). Digital labour and development: impacts of global digital labour platforms and the gig economy on worker livelihoods. *Transfer: European review of labour and research*, 23(2), 135-162.
- Gussek, L., & Wiesche, M. (2022). The gig economy: Workers, work and platform perspective.
- Hecklau, F., Galeitzke, M., Flachs, S., & Kohl, H. (2016). Holistic approach for human resource management in Industry 4.0. *Procedia Cirp*, 54, 1-6.
- Intuit. (2010). Intuit 2020 Report–Twenty trends that will shape the next decade. Intuit 2020 Report.
- Jia, Q., Guo, Y., Li, R., Li, Y., & Chen, Y. (2018). A conceptual artificial intelligence application framework in human resource management.
- Kagermann, H., Lukas, W. D., & Wahlster, W. (2011). Industrie 4.0: Mit dem Internet der Dinge auf dem Weg zur 4. industriellen Revolution. *VDI nachrichten*, 13(1), 2-3.
- Kässi, O., & Lehdonvirta, V. (2018). Online labour index: Measuring the online gig economy for policy and research. *Technological forecasting and social change*, 137, 241-248.
- Keidanren. (2016). Toward Realization of the New Economy and Society. Reform of the Economy and Society by the Deepening of “Society 5.0
- Kırılmaz, S. K., & Çağdaş, A. İşe Alımlarda Yapay Zekâ Kullanımı: Kavramsal Bir Değerlendirme. *Journal of Business and Trade*, 2(1), 37-48.
- Koster, F. (2019). Innovative HRM. A review of the literature. *Journal of technology management & innovation*, 14(2), 97-106.
- Kuhn, K. M., & Maleki, A. (2017). Micro-entrepreneurs, dependent contractors, and instaservers: Understanding online labor platform workforces. *Academy of Management Perspectives*, 31(3), 183-200.
- Kuhn, K. M., Meijerink, J., & Keegan, A. (2021). Human resource management and the gig economy: Challenges and opportunities at the intersection between organizational HR decision-makers and digital labor platforms. *Research in personnel and human resources management*, 39, 1-46.
- Kulach K., (2023). 50+ Gig Economy Statistics 2023: Get Ready For The Future of Work. Symmetrical.
- Kulkarni, S. B., & Che, X. (2019). Intelligent software tools for recruiting. *Journal of International Technology and Information Management*, 28(2), 2-16.
- Lambregts, B., Beerepoot, N., & Kloosterman, R. (2015). Local Impact of Globalization in South and Southeast Asia. Taylor & Francis.
- Leopold, T. A., Ratcheva, V., & Zahidi, S. (2016). The future of jobs: employment, skills, and workforce strategies for the Fourth Industrial Revolution. *World Economic Forum*.
- Mastercard, K. (2019). The global gig economy: Capitalizing on a ~\$500 B opportunity.

- Meijerink, J., & Keegan, A. (2019). Conceptualizing human resource management in the gig economy: Toward a platform ecosystem perspective. *Journal of managerial psychology*, 34(4), 214-232.
- Meijerink, J., Keegan, A., & Bondarouk, T. (2021). Having their cake and eating it too? Online labor platforms and human resource management as a case of institutional complexity. *The International Journal of Human Resource Management*, 32(19), 4016-4052.
- Ömer, Ü., & Temiz, H. E. Gig ekonomisi bağlamında iş ilişkisinin değişen yüzü: Uber örneği. *Çalışma ve Toplum*, 1(72), 167-206.
- Parsehyan, B. G. (2020). İnsan kaynakları yönetiminde dijital dönüşüm: İlk 4.0. *Turkish Studies*, 15(2), 211-224.
- Penumuru, D. P., Muthuswamy, S., & Karumbu, P. (2020). Identification and classification of materials using machine vision and machine learning in the context of industry 4.0. *Journal of Intelligent Manufacturing*, 31(5), 1229-1241.
- Pereira, A. C., & Romero, F. (2017). A review of the meanings and the implications of the Industry 4.0 concept. *Procedia Manufacturing*, 13, 1206-1214.
- Qin, J., Liu, Y., & Grosvenor, R. (2016). A categorical framework of manufacturing for industry 4.0 and beyond. *Procedia cirp*, 52, 173-178.
- Raj, M., & Seamans, R. (2019). Primer on artificial intelligence and robotics. *Journal of Organization Design*, 8, 1-14.
- Ribitzky, R. (2011). Young jobs in the balance. *Porfolio. com*, February, 9.
- Rosenblat, A., & Stark, L. (2016). Algorithmic labor and information asymmetries: A case study of Uber's drivers. *International journal of communication*, 10, 27.
- Roy, K. (2019). How is the Fourth Industrial Revolution changing our economy. In *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/agenda/2019/11/the-fourth-industrial-revolution-is-redefining-the-economy-as-we-know-it>.
- Sekeroglu, S., & Ozer, K. (2019). İnsan Kaynakları Yönetiminde Teknoloji ve Yapay Zekanın Etkisi. *Dijital Dönüşüm ve Kooperatifler*, 185-192.
- Strandhagen, J. W., Alfnes, E., Strandhagen, J. O., & Vallandingham, L. R. (2017). The fit of Industry 4.0 applications in manufacturing logistics: a multiple case study. *Advances in Manufacturing*, 5, 344-358.
- Thomas, S. M., & Baddipudi, V. (2022). Changing nature of work and employment in the gig economy: The role of culture building and leadership in sustaining commitment and job satisfaction. *NHRD Network Journal*, 15(1), 100-113.
- Toffler, A. (2022). *The third wave: The classic study of tomorrow*. Bantam.
- van Mierlo, J., Bondarouk, T., & Sanders, K. (2018). The dynamic nature of HRM implementation: a structuration perspective. *The International Journal of Human Resource Management*, 29(22), 3026-3045.
- Uymaz, A. O. (2022). The Influence Of Trait Anxiety On Career Self-Management And The Moderator Effect Of State Anxiety About Layoffs Due To Covid 19

- Pandemic Among White-Collar Employees. *Asean Journal Of Psychiatry*, 23(1). DOI: 10.54615/2231-7805.47236.
- Veen, A., Barratt, T., & Goods, C. (2020). Platform-capital's 'app-etite'for control: A labour process analysis of food-delivery work in Australia. *Work, Employment and Society*, 34(3), 388-406.
- Visier. (2020). *HR Trends 2020. The Next Decade of Work*.
- Waldenberger, F. (2018). The Digital Future, Society 5.0: Japanese Ambitions and Initiatives. *International Reports*, 8(2019), 153964762-6138.
- Williams, P., McDonald, P., & Mayes, R. (2021). Recruitment in the gig economy: attraction and selection on digital platforms. *The International Journal of Human Resource Management*, 32(19), 4136-4162.
- World Economic Forum (WEF), V. (2020). *The future of jobs report 2020*. Retrieved from Geneva.
- Wrigley, E. A. (2013). Energy and the English industrial revolution. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 371(1986), 20110568.
- Wrigley, E. A. (2018). Reconsidering the industrial revolution: England and Wales. *Journal of Interdisciplinary History*, 49(1), 9-42.
- Вайпан, В. А. (2017). Основы правового регулирования цифровой экономики. *Право и экономика*, (11), 5-18.

İnternet Kaynakları

- <http://onlinelabourobbservatory.org/> , Erişim Tarihi: 20.05.2023
- <https://idenfit.com/blog/gig-ekonomisi-insan-kaynaklari-nasil-hazirlanmali/> , Erişim Tarihi: 22.05.2023
- <https://www.i-admin.com/blog/role-of-hr-in-the-gig-economy/>, Erişim Tarihi: 23.05.2023
- <https://www.visier.com/blog/how-gig-economy-will-impact-hr-in-2020-and-beyond/>, Erişim Tarihi: 23.05.2023
- <https://www.nehra.com/page/GigEconomy> , Erişim Tarihi: 23.05.2023

Bölüm 7

STARTUP ŞİRKET KAVRAMINA GENEL BİR BAKIŞ

Yasemin KARATEKİN ALKOÇ¹



¹ Yasemin KARATEKİN ALKOÇ, Dr. Öğretim Üyesi,
Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İşletme Fakültesi, ORCID: 0000-0002-9160-199X

GİRİŞ

Globalleşen dünyada bilginin, teknolojinin, inovasyonun ve yenilikçiliğin günbegün daha da değer kazandığı görülmektedir. Hızla değişen ihtiyaç ve isteklere doğru ve hızlı yanıt verebilmek, organizasyonlar adına üstün bir rekabet avantajı sunmaktadır. Bu bağlamda evrim geçiren geleneksel iş modellerinin yerini yenilikçi iş modellerinin aldığı ve bu değişimlere cevap verebilecek yetkinlikte görülen startup şirketlerin popüleritesinin arttığını söylemek yerinde olacaktır.

İlk olarak Amerika'nın Silikon Vadisi'nde başlayıp sonraları tüm dünyaya yayılan startup, yeni bir iş modelidir. Startupper, eksik veya talep olduğunu düşündükleri yeni bir ürün veya hizmeti geliştirip pazara sunmak için kururlar. Startup şirketler, geleneksel şirketlere kıyasla tam manasıyla gelişmiş bir iş modeline sahip değillerdir ve işin ilk aşamalarında kurucular tarafından finanse edilmelerine rağmen ilerleyen akışta bir sonraki aşamaya geçmek için sermaye arayışlarına girmeye başlamaktadırlar. Bu çalışma ile yeniliğin öncüsü olarak ifade edilen startup şirketlerin tanımına, kapsamına, özelliklerine, nasıl kurulduklarına ve hangi alanlarda tercih edildiği konularına yer verilmektedir. Çalışmanın devamında startup ve girişimcilik kavramları arasındaki farklara yer verilmiş, takiben Türkiye'de startuppera sağlanan destekler ve değerlendirme ile çalışma nihayetlendirilmiştir. Çalışmanın startup konusuna ilgi duyan araştırmacılar için bir rehber niteliği taşıyacağı düşünülmektedir.

STARTUP ŞİRKET NEDİR?

Her şeyin hızlandığı küresel dünyada, gereksinimler ve beklentilerde hızla değişmiş, bu durum geleneksel organizasyon yapılarını ve iş yapma şekillerini mühim derecede etkilemiştir. Dijital dönüşüm ile birlikte yeni gereksinimlere yeni çözümler getirilerek, yenilenen iş modellerinin dönemi artık başlamış görünmektedir. Yeni nesil girişim modeli olarak isimlendirilen "startup"lar da günümüzün en dikkat çeken şirket modeli olarak karşımıza çıkmaktadır.

2010 yılında Amerika'da Silikon Vadisi'nde ortaya çıkan startupper, zamanla iş dünyasında kendine sağlam bir yer edinmiş, tüm dünyaya yayılım göstererek popüleritesini arttırmaya devam etmektedir. Tüm dillerde orijinal haliyle kullanılan startup kelimesi İngilizce de "başlatmak, harekete geçirmek, yeni bir girişim" olarak ifade edilmektedir. Feld (2020) startup kavramını, kişinin hayatının başlangıcından, şirketin, projenin, şehrin kısacası yapılan her şeyin odağında var olan bir değer olarak tanımlamıştır. Startup şirketler, ölçeklenebilir ve tekrar edilebilir, kar sağlayan yeni bir iş modeli yaratan geçici şirketler olarak tanımlanmaktadır (Blank, 2013). Benzer bir startup tanımı da Ries (2011) tarafından yapılmıştır. Ries startup şirketleri, yoğun belirsizliğin var olduğu bir durumda yeni ürün ve hizmetler ortaya

çıkarmak amacıyla kurulan şirketler olarak ifade etmektedir. Startuplar, az sermaye, az varyiyet ve az çalışan (Freeman ve Engel, 2007) üzerine kurulu, daha çok teknolojinin ve inovasyonun ön plana çıktığı, hızlı büyüme gösteren oluşumlar olarak betimlenmektedir.

Startup şirketler kuruldukları zaman tam manasıyla gelişmiş bir iş modeline sahip olmazlar. Aksine iş modellerini daima güncellemeye, sürekli iyileştirmeler yaparak en doğru iş modeline sahip olmaya çalışırlar. Bir startup şirketinin başarılı olabilmesi için doğru ürünü, doğru zamanda, doğru kişilerle buluşturması gerekir, bu sayede geliştirilen bu yeni ürüne karşı yoğun bir talep oluşması beklenir. Tüm bu süreçlerden geçerken startuplar, ihtiyaç duydukları altyapı hizmetlerini satın almak, nitelikli insan kaynağı istihdam etmek ve ürünü piyasaya sürmek, pazarlamak gibi süreçleri yerine getirmek için çokça finansmana ihtiyaç duymaktadırlar. Bu noktada da startup şirketler melek yatırımcılardan¹ veya kitlesel fonlama gibi finansal kaynaklardan fikirlerine destek sağlamaktadırlar (Startupcentrum, 2023).

Günümüzde ekonomiler için oldukça önemli bir konuma sahip olan startup şirketler, ekonominin gelişmesinde ve katma değeri yüksek ürün veya hizmetler ortaya çıkararak, az zamanda etkin ve sürdürülebilir bir gelişme sağlaması yönünden önem arz etmektedirler. Bilhassa gelişmekte olan ülkelerde, katma değeri yüksek, teknoloji ve inovasyon ile üretilen ürünler ve hizmetler yaratmak fazlaca istenilen ve desteklenen bir husustur (Ertuğrul ve Altundal, 2018).

STARTUP ŞİRKETLERİN ÖZELLİKLERİ NELERDİR?

Ne tür şirketlerin startup kategorisinde yer alacağı konusu hala muallaklık göstermekle beraber, startup şirketlerin sahip oldukları bariz özellikler mevcuttur. Bu özellikleri;

- Yenilikçi fikirler ortaya koyan,
- Sorunların farkına varıp çözüm üretebilen,
- Ölçeklenebilir ve tekrar edilebilir olan,
- Genç, dinamik ve yenilikçi bir ortamı olan,
- Hata yapmaya izin veren,
- Hızlı bir şekilde büyüyen, aksi durumun varlığında şirket yapısının tekrar gözden geçirilebildiği,

1 Melek yatırımcı, başlangıç aşamasında olan bir iş fırsatına yatırım yapan, işletmelerin büyümeleri veya gelişmeleri için sermaye sağlayan kişidir. Başka bir ifade ile; yüksek risk ve büyüme potansiyeli içeren firmalara, kuruluşlarının çok erken döneminde yatırım yapan özel bir yatırımcı tipidir. Melek yatırımcılar, genelde başarılı birer girişimci oldukları için, yatırım yaptıkları firmalara iş konusunda sürekli danışmanlık yaparak ve tanınmış ağları ile bütünleştirerek, onlara katma değer yaratmaktadırlar (Bingöl ve Yılmaz Türkmen, 2016; 360).

- Küçük bütçelerle kurulan, her zaman sermayeye ihtiyaç duyan ve dışarıdan fonlanan,

- Az sayıda çalışanın istihdam edildiği, bir çalışanın birden fazla işi bir arada yapabildiği

olarak sıralamak mümkündür (Caddepatent, 2023; Startupcentrum, 2023).

STARTUP ŞİRKET NASIL ve HANGİ ALANLARDA KURULUR?

Başarılı bir startup şirket kurmak için izlenmesi gereken adımları sıralamak, konunun çerçevesini daha iyi görmek adına yarar sağlayabilmektedir. Startup şirket kurmak için öncelikle bir “iş fikri bulmak” gereklidir. Bulunan bu iş fikri için doğru bir “iş planı hazırlamak” ikinci adımdır. Daha sonra yapılacak iş için “finansal bir kaynak bulmak” ve “doğru insanlara ulaşmak” için doğru araçlarla bir araya gelmek gereklidir. Daha sonra “yasal adımlar izlenerek” “fiziksel ya da online kurulmak” gereklidir. Son adımlar olarak “pazarlama planı geliştirmek”, “müşteri tabanını belirlemek” ve “takip ve destekleri sağlamak” sayılabilir (Afşar, 2022; Pür, 2023).

Yukarıda da ifade edildiği üzere, bir fikrin hayata geçmesi oldukça sabır ve emek isteyen meşakkatli bir süreçtir. Her insanın fikri olabilir fakat burada önemli ve değerli olan, çevredeki veya dünyadaki eksiklikleri ve ihtiyaçları görüp, bu doğrultuda projeler geliştirmektir. Genellikle startup şirketlerin yazılım, bilgisayar ve iletişim teknolojilerine dayalı alanlarda çalışmalar yaptığı görülmektedir. İlaveten medikal, enerji, kimya, gıda, savunma, otomotiv, tarım, medya, eğitim, emlak, mimarlık gibi pek çok alanda da startupların kurulduğu görülmektedir.

İlk kurulduklarında birer startup olarak yola çıkan, sonrasında büyük yatırımlar alarak büyüyen, dünyanın birçok yerinde faaliyette bulunan, binlerce çalışan ve sermayeye sahip birçok startup örneği saymak mümkündür. Bu örneklerden bazıları; Amazon, Alibaba, Instagram, Trivago, Youtube, Yahoo ve daha birçok büyük şirkettir. Tabi burada “startup exit” kavramına değinmek yerinde olacaktır. Startup exit, “geliştirilen fikir, ürün, hizmet veya teknolojinin bir başka girişimciye satılmasıdır” (Çetinkaya, 2022). Esasında startup exit, bir başarı göstergesidir. Zira eğer bir şirket exit yapabilmiş ise, bu onun fikrinin değerli olduğu, finansman kaynakları tarafından yatırım yapılabilir görüldüğü anlamına gelmektedir. Startup girişimcisi, exit yaptıktan sonra, şirketinde görev yapmaya devam edebilir, hisse alarak şirketin hissedarı olabilir veya satıştan elde ettiği kazançla başka bir startup şirket kurabilir.

Bunun yanında, dünya genelinde bilinirliği olan startup şirketler olarak, SpaceX, Pinterest, Snapchat, Uber örneklerini sıralamak ve dünyada olduğu kadar Türkiye’de de var olan startup örnekleri olarak, Getir, Onedio, KolayİK, Connected2me, Iyzico, Paraşüt gibi birçok kuruluşu sıralamak mümkündür.

STARTUP VE GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ FARKLAR

Startup ve girişimciliğin aynı şey olduğu gibi genel bir kanı oluşmuş olsa da, söz konusu iki kavram birbirlerinden bütünü farklı kavramlardır. Girişimcilik, “ekonomik değerin ortaya çıkarılması veya elde edilmesi” olarak tanımlanmaktadır (Wikipedia, 2023). Startup ve girişimcilik arasındaki temel farkları ortaya koymak adına aşağıdaki Tablo 1 oluşturulmuştur. Bu sayede her iki kavramında kapsamlarının daha net görüleceği düşünülmektedir.

Tablo 1: *Startup ve Girişimcilik Arasındaki Farklar*

ÖZELLİKLER	STARTUP	GİRİŞİMCİLİK
Amaç	İnsanlara fayda sağlamak / farkındalık yaratmak	Kar elde etmek
Kuruluş süreleri	Geçici	Kalıcı
Sorunlara bakış açıları	Çözümü henüz bulunmayan sorunlara çözüm bulmaya çalışırlar	Çözümü olan sorunları yeniden yapılandırırlar
Risk	Yüksek	Düşük
İş modelleri	Yenilikçi	Geleneksel
Hedeflenen kitle	Ülke ve dünya çapında	Bölgesel
Çalışan sayısı	Az	Çok
İş tanımı	Birden fazla pozisyonda çalışma	Bir pozisyonda çalışma
Kazanç / Maaş	Az	Nispeten daha çok
Başarısız olma durumunda	İş sonlandırılır	Başka pazarlara yönelinir
İş fikirleri	Daha önce denenmemiş	Çok kez denenmiş
Sektör / Alan	Dar	Geniş

Not: Tablo yazar tarafından birçok kaynaktan faydalanılarak hazırlanmıştır.

STARTUP DESTEKLERİ NELERDİR?

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de son yıllarda startup şirketlerin sayısında artış olduğu gözlenmektedir. Türkiye’de yenilikleri hayata geçiren startaplara karşı artan bu ilgiye paralel olarak, araştırma geliştirme projelerine, yeni iş fikirlerine, teknoloji yatırımlarına ve kullanımına olan ilgi ve destek günbegün artmaya devam etmektedir. İlgili kurumlar tarafından “devlet destekleri, yatırım ortaklıkları, teknoloji transfer ofisleri, teknoparklar, kuluçka merkezleri, melek yatırımcılar ve sermayedarlar” üzerinden startaplara destekler sağlanmaktadır (Ertuğrul ve Altundal, 2018).

Türkiye’de toplam 97 adet teknokent bulunmaktadır ve bunlardan 15 tanesinin yapımına devam edilmektedir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023). Aktif olan teknokentlerde araştırma geliştirme çalışmaları yapan şirket sayısı 7 bin 580’dir. Bu şirketlerin %45’i yazılım, bilgisayar ve iletişim teknolojileri sektörlerinde, %7’si mühendislik alanlarında faaliyet göstermekte

ilaveten medikal, enerji, kimya, gıda, savunma, otomotiv, tarım, hayvancılık gibi birçok sektörden şirketler de bölgelerde araştırma geliştirme faaliyetleri kapsamında yer bulmaktadırlar (ODTÜ Teknokent, 2023).

KOSGEB, TÜBİTAK, TTGV gibi öncü kuruluşlar da startup şirketlere destek sağlayan kurumlar arasında yer almaktadır. Yıllardır birçok alanda girişimcilere destek olduğu bilinen KOSGEB, ülkemizdeki küçük ve orta ölçekli kuruluşların faaliyetlerine uygun paketlerle destek sağlayarak, bu kuruluşların ekonomideki etkinliklerini arttırmayı amaç edinmiştir. Benzer bir bilinirliğe sahip olan diğer bir kuruluşta TÜBİTAK'tır. TÜBİTAK, teknoloji ve inovasyon odaklı fikirleri desteklemekte ve şirket kurulmadan önce birçok destek sağlamaktadır. Bir diğer kuruluş olan Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) da, yeni projelere benzer destekler sağlayarak özellikle network noktasında epeyce kıymetli katkılar sunmaktadır.

Görülmektedir ki, Türkiye'nin katma değere sahip, yeni ürün ve hizmetler üretilmesine destekleri gün geçtikçe daha da artmakta ve değer kazanmaktadır. Hiç şüphesiz ülkemizde startaplara yeni teknolojilerin ve yeni fikirlerin üretilmesine katkı sağlayacak elverişli ortamların sağlanması, iş dünyasına ve paralelinde ülkemize önemli ölçüde rekabet avantajı sağlayacak ve dünya ticaretinden daha da fazla yararlanabilmesine olanak sağlayacaktır.

DEĞERLENDİRME

Günümüzde ülkelerin yeniliklere imza atacak startaplar oluşturmak ve bunun için onları her konuda desteklemek yönünde adımlar attığı gözlenmektedir. Kuruldukları andan, yatırım aldıkları sürece kadar pek çok güçlüklerle yüz yüze gelen startup şirketlerin, bulundukları ülke tarafından desteklenmesi, yeterli finansmanın sağlanması, uygun çalışma ortamlarının oluşturulması oldukça önem arz eden konular olmaktadır. Yenilik çağının kapılarını aralayan startup şirketler sayesinde esnek, çözüm odaklı, değiştirilebilir, pazar şartlarına hızlıca adapte olabilen yeni iş modelleri hayata geçirilebilmek mümkün kılınmaktadır.

Kurumlar açısından değerlendirildiğinde, canlı bir organizma gibi var sayılan organizasyonların zamanla ihtiyaç duydukları değişim, yenilenme gibi evrilme ihtiyaçları startup şirketler tarafından giderilecektir. Gelişimin, inovasyon ve yenilikten geçtiği göz önünde bulundurulduğunda, bunun itici kuvvetinin startaplar olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bugünlerde birçok kurumsal organizasyonun startup şirketlerle işbirlikleri yaptıkları görülmektedir. Bu sayede organizasyonlar, değişen tüketici taleplerine cevap verme, maliyetlerini azaltma, teknolojiye dayalı ürünler üretme gibi olanaklara sahip olup, bu sayede üstün rekabet avantajları kazanabilmektedirler.

KAYNAKÇA

- AFŞAR, A. E. (2022), *Başarılı Bir Startup Nasıl Kurulur? Dikkat Edilmesi Gereken 7 Nokta*, <https://entrepub.org/basarili-bir-startup-nasil-kurulur/>. Erişim Tarihi: 21.05.2023.
- BLANK, G. S. (2013), *The Four Steps to the Epiphany* (2nd edition), K&S Ranch.
- CADDEPATENT, *Startup Nasıl Kurulur?*, <https://caddepatent.com.tr/startup-nasil-kurulur/>. Erişim Tarihi: 21.05.2023.
- ÇETİNKAYA, S. (2022), *Startup Nedir? Startup Şirket Nasıl Kurulur?*, <https://www.ideasoft.com.tr/startup-nedir-startup-sirket-nasil-kurulur/>. Erişim Tarihi: 25.05.2023.
- ERTUĞRUL, M. ve ALTUNDAL, V. (2018). Startup Finansmanında Katılım Bankalarının Potansiyel Rolü Üzerine Bir Değerlendirme, *AKÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), s.27-40.
- PÜR, E. *Start-Up Nedir? Start-Up Şirketler Nasıl Kurulur?*, <https://toptalent.co/start-up-nedir-start-up-sirketler-nasil-kurulur>. Erişim Tarihi: 23.05.2023.
- FELD, B. (2020). *Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.
- FREEMAN, J. ve ENGEL, J. S. (2007). Models of Innovation: Startups and Mature Corporations. *California Management Review*, 50 (1), s. 94-119.
- ODTÜ Teknokent, <https://www.odtuteknokent.com.tr/tr/hakkinda/turkiyedeki-teknokentler.php>. Erişim Tarihi: 21.05.2023.
- RIES, E. (2011). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*, Crown Publishing Group: New York, NY.
- SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI, BİLİM VE TEKNOLOJİ GENEL MÜDÜRLÜĞÜ, www.sanayi.gov.tr, Erişim Tarihi: 22.05.2023.
- STARTUPCENTRUM, (2023), *Startup Nedir? Nasıl Kurulur?*, <https://media.startup-centrum.com/tr/startup-nedir-nasil-kurulur/>. Erişim Tarihi: 25.05.2023.
- WIKIPEDIA, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Giri%C5%9Fimcilik>. Erişim Tarihi: 21.05.2023.

Bölüm 8

TÜRKİYE'DE EKONOMİK FAKTÖRLERİN İÇ GÖÇ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Emre AKUSTA¹



¹ Arş. Gör. Dr., ORCID: 0000-0002-6147-5443,
Kırklareli Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü, emre.akusta@klu.edu.tr

1. Giriş

Türkiye, coğrafi konumu, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle önemli bir ülke olarak dikkat çekmektedir. Ancak, tarihi süreç içerisinde Türkiye'deki nüfus dağılımında ve yerleşim düzeninde önemli değişimler yaşanmıştır. Bu değişimlerin temel sebeplerinden biri de iç göç olmuştur. İç göç, bireylerin bir bölgeden başka bir bölgeye yerleşmesi ve yaşamını sürdürmesidir. Türkiye'de iç göçün nedenleri, ekonomik faktörlerin ve bölgeler arası eşitsizliklerin iç göç üzerindeki etkileri bu çalışmanın odak noktalarını oluşturmaktadır.

Türkiye'de, Cumhuriyet'in ilk yıllarında önemli göç hareketleri görülmüştür. Bu dönemden sonra başlayan modernleşme hareketleri, kırsal kesimdeki nüfusun büyük şehirlere ve sanayi bölgelerine yönelmesine yol açmıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında sanayileşme sürecinin hız kazanması, göç hareketlerini daha da artırmıştır. Bu dönemde köyden kente göç, ekonomik ve sosyal dönüşümlerin en belirgin sonuçlarından biri olmuştur. Bu dönemden itibaren yaşanan siyasi ve ekonomik değişimler, insanların göç etmesine neden olmuştur (Çatalbaş ve Yazar, 2015)

İç göçün nedenleri oldukça çeşitlidir. Bunlar arasında ekonomik faktörler önemli bir yer tutmaktadır. Yüksek işsizlik, gelir eşitsizliği, tarımda yaşanan sıkıntılar, kırsal kesimdeki kalkınma eksiklikleri gibi ekonomik sorunlar, insanları daha iyi yaşam koşullarına sahip bölgelere göç etmeye teşvik etmektedir. Bu yüzden, büyük şehirler ve sanayi bölgeleri, istihdam ve gelir fırsatları açısından cazip hale gelmiştir. Bunun yanı sıra eğitim, sağlık, altyapı gibi sosyal faktörler de iç göçün nedenleri arasında yer almaktadır (Akan ve Arslan, 2008). İç göçün ekonomik nedenleri incelendiğinde, göç edenlerin daha iyi ekonomik olanaklara sahip bölgelere yönelmesinin temel motivasyon olduğu görülmektedir. Büyük şehirlerdeki sanayi sektöründeki istihdam imkânları, ticaret merkezleri, finansal kaynaklar ve geniş pazar potansiyeli gibi faktörler, ekonomik göçün tetikleyicileri arasında yer almaktadır (Çatalbaş ve Yazar, 2015). Bu yüzden sanayi ve ticaret sektöründeki gelişmeler, iş imkânlarının artmasıyla birlikte köyden kente göç edilmesine neden olmuştur. Ayrıca, tarım sektöründeki modernizasyon çalışmaları, teknolojik yenilikler ve tarımsal verimliliğin artması, kırsal kesimdeki nüfusun kentlere yönelmesini tetiklemiştir. Buna ek olarak, büyük şehirlerdeki üniversiteler, araştırma merkezleri ve diğer yükseköğretim kurumları, nitelikli işgücü talebiyle birlikte genç nüfusun göç etme eğilimini artırmıştır.

Bölgeler arası eşitsizlikler de iç göç üzerinde belirgin bir etkiye sahiptir. Türkiye'nin farklı bölgeleri arasında ekonomik ve sosyal kalkınma düzeyinde önemli farklılıklar bulunmaktadır. Büyük şehirler ve sanayi bölgeleri, daha fazla kaynak, altyapı ve hizmete erişim imkânı sunarken, kırsal bölgelerde bu imkânlar sınırlı kalmaktadır. Bu eşitsizlikler, daha iyi yaşam koşulları arayan insanları daha gelişmiş bölgelere yönlendirmektedir. Göç edenler, umut

ettikleri ekonomik fırsatlara ve daha iyi yaşam standartlarına ulaşmak amacıyla, kaynakların yoğun olduğu bölgelere doğru hareket etmektedir. Bölgeler arası eşitsizliklerin iç göç üzerindeki etkisi, göç edenlerin nüfus yoğunluğunu artırarak hedef bölgelerdeki ekonomik ve sosyal yapıyı etkilemesi ve göç bölgelerindeki kaynakları daha da zorlaması şeklinde kendini göstermektedir (Yenigül, 2005).

Bu çalışma, iç göçün ekonomik dinamiklerini ve bölgeler arası dengesizliklerin iç göç üzerindeki etkilerinin anlaşılmasına katkı yapmayı hedeflemektedir. Çünkü iç göçün ekonomik etkilerinin anlaşılması, politika yapıcılar ve karar vericiler için önemli bir konudur. Bu çalışmada, Türkiye’deki ekonomik faktörlerin iç göç ile ilişkisi incelenecektir. Bu sayede, iç göçün yönetimi ve etkilerini anlama, bölgeler arasındaki eşitsizlikleri azaltma politikalarının geliştirilmesine ve sürdürülebilir kalkınma stratejilerinin oluşturulmasına katkı sağlayacaktır.

2. Literatür Taraması

Türkiye’de, Cumhuriyet’in ilk yıllarında önemli göç hareketleri görülmemiştir. Bu dönemden sonra başlayan modernleşme hareketleri, kırsal kesimdeki nüfusun büyük şehirlere ve sanayi bölgelerine yönelmesine yol açmıştır. Sonraki yıllarda ise iller arasında göç hareketi daha da hızlanmıştır. Bu yüzden, Türkiye’de göç konusunun önemi artmış, hem makro ölçekte (örneğin bkz. Bahar ve Korkmaz Bingöl, 2010; Çiftçi, 2011; Kırdar ve Saraçoğlu, 2012; Çatalbaş ve Yapar, 2015; Dücan, 2016) hem de mikro ölçekte (örneğin bkz. Üçdoğru, 2002; Pazarlıoğlu, 2007; Öztürk, Örgen ve Çelebi, 2011; Aşkın, Yayar ve Oktay, 2013; Şen vd., 2013) birçok çalışma yapılmıştır. Bu çalışmanın kapsamı açısından makro ölçekte yapılan güncel çalışmalara aşağıda daha ayrıntılı bir şekilde yer verilmiştir.

Çatalbaş ve Yapar (2015) tarafından yapılan çalışmada, 2008-2012 döneminde Türkiye’deki bölgeler arası iç göçün belirleyicileri panel veri analizi ile incelenmiştir. Net göç hızının bağımlı değişken olarak kullanıldığı çalışmada, 26 alt bölgeye yer verilmiştir. Çalışmanın sonuçları, istihdam oranı, enflasyon oranı ve terör sorununun bölgeler arası göçü olumsuz etkilediğini, bölgenin zenginlik düzeyinin ise olumlu etkilediğini göstermektedir.

Dücan (2016) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye’deki göçün belirleyicisi olarak eğitim düzeyi, istihdam oranı, üretim artışı ve terör olayları ele alınmıştır. Çalışmada 2007-2014 dönemine ait veriler kullanılarak 21 alt bölgeye yönelik panel regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Eğitim düzeyi ve terör olayları ile göç arasında pozitif yönlü, istihdam oranı ile negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Çalışmaya göre, ortaokul düzeyindeki okullaşma oranındaki artış ile terör olaylarındaki artış göçü artırırken, istihdam oranındaki artış ise göçü azaltmaktadır.

Albayrak ve Abidoğlu (2017) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'deki 81 ilin göç hareketliliği üzerine regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, göç hareketliliğinin başlıca nedenleri; ekonomik faktörler, eğitim, sağlık, alt yapı olanakları, nüfus ve şehrin huzuru olarak belirlenmiştir.

Bostan (2017) çalışmasında, iç göçlerin Türkiye'deki etkilerini, toplumsal yapı üzerinde meydana getirdiği değişimleri ve sorunları ele almıştır. Yeni bir bakış açısıyla yapılan çalışmada, iç göçlerin neden olduğu sorunlara ve çözüm önerilerine odaklanılmıştır.

Kandemir (2017) çalışmasında, 2011-2015 döneminde Türkiye'deki göç alan ve göç veren iller arasında yaşam endeksinin gelir, servet, sağlık, eğitim gibi boyutlar bakımından farklılık olup olmadığını incelemiştir. T-testi ve regresyon analizi yöntemlerinden yararlanılarak yapılan çalışmanın bulgularına göre, göç alan illerde çalışma hayatı, konut, gelir, servet, sağlık, çevre, eğitim, altyapı hizmetlerine erişim ve sosyal yaşam olanakları daha yüksektir.

Çetin ve Çetin (2018) tarafından yapılan çalışmada Türkiye'deki 26 bölgede iç göçün belirleyicileri panel veri analizi yöntemiyle araştırılmıştır. Araştırmanın bulgularına göre, tarım sektörü istihdam oranı ve enflasyon oranı göçü olumsuz yönde etkilerken, kişi başı gelir ve eğitim hizmetleri göçü olumlu yönde etkilemektedir.

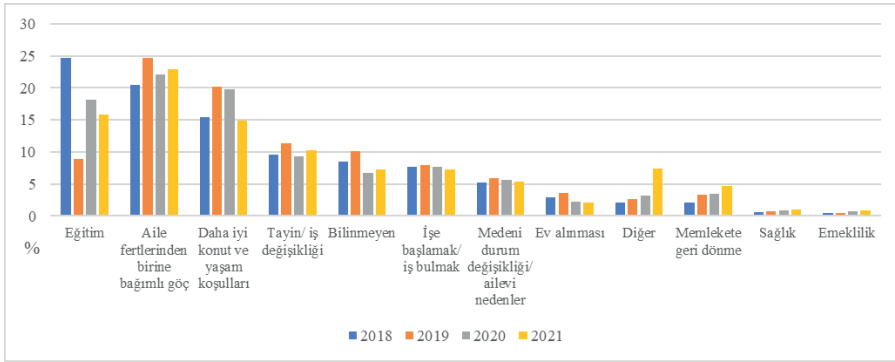
Özdemir (2018) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'deki 26 alt bölgede 2008-2016 yılları arasında net göç hızını etkileyen faktörler panel veri analizi ile incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda, göçü etkileyen en önemli değişkenlerin kişi başına düşen elektrik tüketimi, eğitim, terör sorunu ve kentleşme olduğu belirlenmiştir.

Genel olarak bu çalışmaların ortak noktası, iç göçün belirleyicilerini analiz etmek ve göçün ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlerle ilişkisini anlamaya çalışmaktır. İstihdam oranı, enflasyon oranı, kişi başı gelir, eğitim düzeyi, terör sorunu, zenginlik düzeyi gibi değişkenlerin iç göçü etkilediği görülmektedir. Ekonomik sorunların göçü olumsuz etkilediği, eğitim düzeyinin ise göçü olumlu yönde etkilediği saptanmıştır. Ayrıca, çalışmalarda göç hareketliliğini etkileyen diğer faktörler arasında sağlık, alt yapı olanakları, nüfus, şehrin huzuru, kentleşme gibi faktörler de yer almaktadır. Bu çalışmada ise Türkiye'deki ekonomik faktörlerin iç göç ile ilişkisi incelenecektir. Bu amaç için, iç göçün ekonomik dinamikleri ve bölgeler arası dengesizliklerin iç göç üzerindeki etkileri değerlendirilecektir.

3. Nedenlerine Göre İç Göç

İç göç, çok çeşitli faktörlerin etkisiyle gerçekleşen bir olgudur. Türkiye'de iç göçün sebepleri arasında ekonomik nedenler, doğal afetler, terör, güvenlik sorunları, kırsal kesimdeki yüksek doğurganlığa bağlı hızlı nüfus artışı, ta-

rımsal toprak yetersizliği, kentlerin sosyal ve kültürel yönlerden çekiciliği ve eğitim gibi faktörler bulunmaktadır (Çatalbaş ve Yazar, 2015). TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu), iç göç verilerini göçün nedenlerine göre sınıflandırarak sunmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre iç göç; tayin/iş değişikliği, işe başlama/iş bulma, eğitim, medeni durum değişikliği/ailevi nedenler, daha iyi konut ve yaşam koşulları, aile fertlerinden birine bağımlı göç, memlekete geri dönme, sağlık/bakım, ev alınması, emeklilik, diğer ve bilinmeyen sebeplerle gerçekleşmektedir. Bu çalışmada TÜİK verileri kullanılmış ve nedenlerine göre iç göçün değişimi Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Nedenlerine Göre İç Göçün Değişimi

Kaynak: TÜİK “Nüfus ve Demografi” verileri ile oluşturulmuştur.

Şekil 1’de nedenlerine göre iç göçün değişimi gösterilmektedir. Yıllara göre iç göç oranlarının incelenmesi, farklı nedenlere bağlı olarak gerçekleşen göç akımlarının anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Şekil 1’deki verilerden hareketle, 2018 yılının en yüksek göç nedeni “eğitim” olarak belirtilmiştir. Bu durum, 2018 yılında yapılan iç göçün %24,7’sinin eğitim amaçlı olarak yapıldığını göstermektedir. İkinci en yaygın göç nedeni ise “aile fertlerinden birine bağımlı göç”tür (%20,5). Yine 2018 yılında “daha iyi konut ve yaşam koşulları” ve “tayin/iş değişikliği” de önemli göç nedenleri arasındadır. 2019 yılında, “aile fertlerinden birine bağımlı göç” oranı %24,7’ye yükselerek en yaygın göç nedeni olmuştur. Bu, aile birleşimi ve aile üyelerinin yanında olma ihtiyacının daha belirgin hale geldiğini göstermektedir. “Daha iyi konut ve yaşam koşulları” ve “tayin/iş değişikliği” göç nedenleri 2019 yılında da önemini korumaktadır.

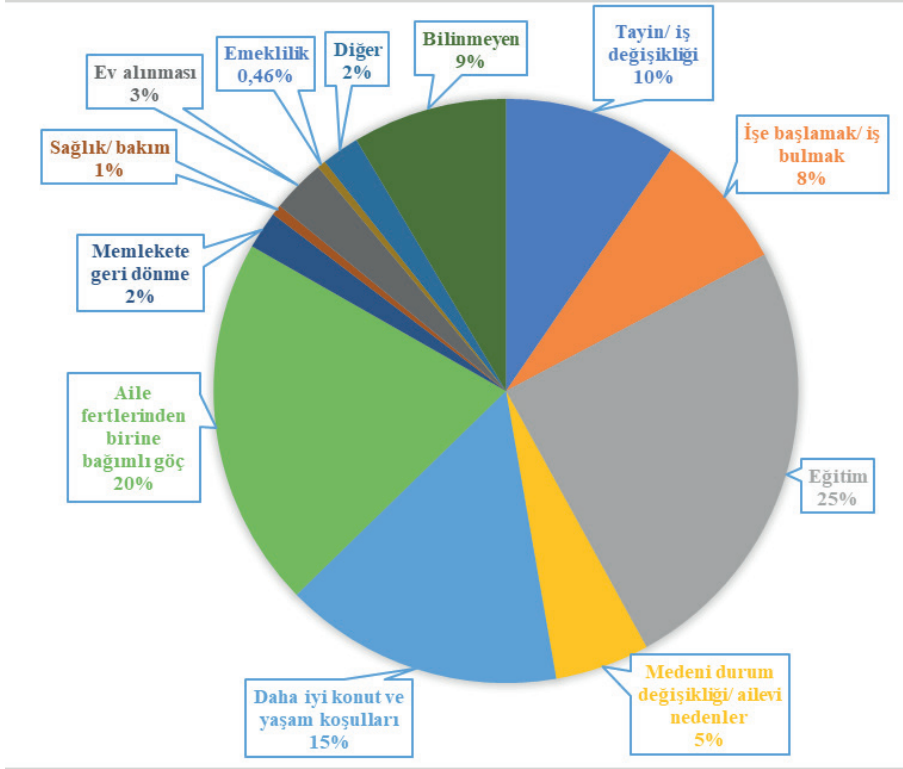
2020 yılında “eğitim” nedenine bağlı göç oranı en yüksek göç nedenini oluşturmaktadır. Bu durum, bireylerin eğitim amaçlı olarak farklı illere hareket etmeye devam ettiğini göstermektedir. Diğer önemli göç nedenleri arasında “aile fertlerinden birine bağımlı göç” ve “daha iyi konut ve yaşam

koşulları” yer almaktadır. 2021 yılında ise “aile fertlerinden birine bağımlı göç” oranı %23 ile en yüksek göç nedeni oluşturmaktadır. Bu da aile birleşimi ve aile üyelerinin yanında olma ihtiyacının hâlâ iç göçün belirleyici faktörlerinden biri olduğunu göstermektedir. “Eğitim” ve “daha iyi konut ve yaşam koşulları” da önemini koruyan diğer göç nedenleri arasında yer almaktadır.

Genel olarak, yıllar itibariyle iç göçün nedenleri arasında değişkenlik gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, aile birleşimi, eğitim, daha iyi yaşam koşulları ve iş fırsatları gibi faktörler yıllar boyunca istikrarlı bir şekilde en yaygın iç göç nedenleri arasında yer almaktadır. Aile bağlarına dayalı iç göç, insanların aile üyeleriyle bir arada olma ve destek alma ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Eğitim, insanların daha iyi bir eğitim alma fırsatı bulmak için farklı illere yönelmelerine neden olmaktadır. Daha iyi konut ve yaşam koşulları ise bireylerin yaşam standartlarını yükseltmek ve daha iyi yaşam şartlarına sahip olmak amacıyla göç etmelerini teşvik etmektedir.

Öte yandan, iş değişikliği, tayinler ve iş fırsatları da göçün önemli nedenleri arasında yer almaktadır. İş bulma veya kariyer ilerlemesi için insanlar farklı illere göç etmektedir. Ayrıca, göç nedenlerinde yıllar itibariyle bazı dalgalanmalar meydana gelmiştir. Örneğin, 2021 yılında “medeni durum değişikliği/ailevi nedenler” ve “memlekete geri dönme” gibi nedenlerin göreceli olarak daha yüksek oranlarda görülmesi, kişisel ve ailevi faktörlerin göç kararlarını etkileyebileceğini göstermektedir.

Sonuç olarak, iç göç oranlarının yıllara ve nedenlere göre incelenmesi, göçün dinamiklerini ve göç kararlarının arkasındaki faktörlerin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Türkiye’deki güncel durumun daha iyi anlaşılabilmesi için 2021 verileri ile hazırlanan nedenlerine göre iç göç durumu Şekil 2’de gösterilmiştir.



Şekil 2: 2021 Yılı Nedenlerine Göre İller Arası Göç Durumu

Kaynak: TÜİK “Nüfus ve Demografi” verileri ile oluşturulmuştur.

2021 yılında Türkiye’nin toplam iç göç sayısı 2.777.797 olarak kaydedilmiştir. Göç eden kişi sayısının bu kadar yüksek olması, iller arası hareketliliğin önemli olduğunu ve bu hareketliliğin sosyal ve ekonomik açıdan yansımalarının olacağını göstermektedir.

2021 yılı için nedenlerine göre iç göç sayıları ve oranları incelendiğinde, en yaygın göç nedeninin “eğitim” olduğu görülmektedir. Eğitim amaçlı göç edenlerin oranı %24,73’tür ve toplam göçün yaklaşık dörtte birini oluşturmaktadır. Bu, insanların daha iyi bir eğitim alma fırsatı için farklı illere yönelmeyi tercih ettiğini göstermektedir. “Aile fertlerinden birine bağımlı göç” oranı %20,53 ile en yaygın ikinci göç nedenini oluşturmaktadır. Bu durum, aile birleşimi veya aile üyelerinin yanında olma ihtiyacıyla gerçekleşen göçleri yansıtmaktadır. Ailevi bağlar, insanların göç kararlarında önemli bir etken olmaya devam etmektedir. “Daha iyi konut ve yaşam koşulları” nedeniyle yapılan iç göçler, toplam iç göçün %15,47’sini oluşturmaktadır. Çünkü, insanlar, yaşam standartlarını yükseltmek ve daha iyi konut imkânlarına sahip olmak amacıyla farklı illere göç etmektedir. Bu da göçün ekonomik ve sosyal dina-

miklerle ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca insanlar, kariyer ilerlemesi, iş imkânlarının artması veya mevcut işlerini değiştirmek için iller arasında göç etmektedirler. Bu yüzden, “tayin/iş değişikliği” ve “işe başlamak/iş bulmak” göç nedenleri de önemli oranlara sahiptir. Diğer göç nedenleri, önceli olarak daha düşük oranlara sahiptir. Bunlar arasında “memlekete geri dönme”, “sağlık/bakım”, “ev alınması”, “emeklilik”, “diğer” ve “bilinmeyen” nedenler bulunmaktadır. Bu nedenler ise bireysel veya özel koşulların göç kararlarını etkileyebileceğini göstermektedir.

Sonuç olarak, 2021 yılında iç göç oranları incelendiğinde, eğitim, aile bağları, konut ve yaşam koşulları, iş fırsatları gibi faktörlerin göç kararlarında belirleyici olduğu görülmektedir. Bu veriler iç göçün sosyal, ekonomik ve demografik faktörlerle ilişkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca iç göçün nedenleri arasında en büyük paya sahip olanları %24,7 ile “eğitim”, %20,5 ile “aile fertlerinden birine bağımlı göç”, %15,5 ile “daha iyi konut ve yaşam koşulları” ve %9,6 ile “tayin/iş değişikliği”dir.

Buraya kadar aktarılar, iç göçün dinamiklerini ve nedenlerini anlamaya yönelik akademik bir perspektif sunmaktadır. Göçün çok yönlü bir olgu olduğu ve çok çeşitli faktörlerden etkilendiği bilinmektedir. Ancak bu çalışmada ekonomik faktörlerin iç göç üzerindeki etkisi incelenmektedir. Bu yüzden, çalışmanın ilerleyen bölümlerinde iller arasındaki ekonomik farklılıklar ve iş ve yaşam koşullarının iç göçe etkisi daha ayrıntılı ele alınacaktır.

4. İller Arasındaki Ekonomik Farklılıklar

Türkiye’de, nüfus, coğrafya, bölgesel kalkınma planları, temel istatistiksel göstergeler ve illerin sosyoekonomik gelişmişlik sıralaması gibi kriterler göz önünde bulundurularak, Düzey 1, Düzey 2 ve Düzey 3 bölgeleri tanımlanmıştır. Düzey 2 bölgeleri, benzer sosyoekonomik ve kültürel özelliklere sahip, ortak sorunlara yönelik benzerlikler taşıyan ve coğrafi olarak benzerlikler gösteren illerden oluşmaktadır (Şengül, Shiraz ve Eren, 2013). Bu nedenlerden dolayı, bu çalışmada Düzey 2 bölgelerinin ekonomik etkinlikleri karşılaştırılmıştır.

Tablo 1: *Düzey 2 Bölgelerinin Ekonomik Göstergeleri*

			Gini	İşsizlik Oranı (%)	Yoksulluk Oranı (%)	Kişi Başına GSYİH (TL)
TR1	TR10	İstanbul	0,43	12,4	19,6	140698
TR2	TR21	Tekirdağ, Edirne, Kırklareli	0,37	9,6	19,2	111673
	TR22	Balıkesir, Çanakkale	0,37	8,2	17,3	77553
TR3	TR31	İzmir	0,37	14,9	19,5	104791
	TR32	Aydın, Denizli, Muğla	0,37	10,6	18,1	72686
	TR33	Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak	0,37	7,2	15,2	73092
TR4	TR41	Bursa, Eskişehir, Bilecik	0,33	9,6	13,9	95985
	TR42	Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova	0,33	9,8	13,2	118084
TR5	TR51	Ankara	0,35	13,6	17,4	116933
	TR52	Konya, Karaman	0,39	8,1	16,1	66393
TR6	TR61	Antalya, Isparta, Burdur	0,37	12,0	19,0	76977
	TR62	Adana, Mersin	0,38	13,4	22,4	67963
	TR63	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye	0,38	17,3	19,1	57720
TR7	TR71	Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir	0,37	13,3	18,0	59201
	TR72	Kayseri, Sivas, Yozgat	0,37	12,0	16,7	65159
TR8	TR81	Zonguldak, Karabük, Bartın	0,33	11,4	12,7	67327
	TR82	Kastamonu, Çankırı, Sinop	0,36	6,2	18,8	62758
	TR83	Samsun, Tokat, Çorum, Amasya	0,39	8,3	18,2	50462
TR9	TR90	Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane	0,35	10,7	15,5	52417
TRA	TRA1	Erzurum, Erzincan, Bayburt	0,34	10,4	18,5	54845
	TRA2	Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan	0,38	14,1	21,6	36666
TRB	TRB1	Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli	0,30	10,7	10,4	51184
	TRB2	Van, Muş, Bitlis, Hakkari	0,34	20,7	17,6	32397
TRC	TRC1	Gaziantep, Adıyaman, Kilis	0,35	10,2	12,9	61828
	TRC2	Şanlıurfa, Diyarbakır	0,36	15,1	17,1	30661
	TRC3	Mardin, Batman, Şırnak, Siirt	0,35	30,0	19,3	43688

Kaynak: TÜİK “Bölgesel İstatistikler” verileri ile oluşturulmuştur.

Tablo 1’e bakıldığında, İstanbul, en yüksek Gini katsayısı olan 0,43 ile gelir dağılımındaki eşitsizliğin en yüksek olduğu ildir. Bu durum, İstanbul’un büyük ekonomik fırsatlar sunmasına rağmen, gelir grupları arasında büyük farklılıkların olduğuna işaret etmektedir. Diğer taraftan, bazı iller daha düşük Gini katsayılarına sahiptir. Örneğin, Bursa, Eskişehir, Bilecik (TR41) ve Kocaeli, Sakarya,

Düzce, Bolu, Yalova (TR42) gibi iller daha düşük Gini katsayısına sahiptir. Bu illerde gelir dağılımının daha dengeli olduğu söylenebilmektedir.

Ankara (TR51) 0,35 Gini katsayısı ile orta düzeyde gelir eşitsizliğinin görüldüğü iller arasında yer almaktadır. Gini katsayısı 0,37 olan Tekirdağ, Edirne, Kırklareli (TR21), İzmir (TR31), Aydın, Denizli, Muğla (TR32) ve diğer birçok il, gelir dağılımı eşitsizliği açısından benzer bir yapıya sahiptir. Ancak Konya, Karaman (TR52) ve Antalya, Isparta, Burdur (TR61) gibi iller, 0,39 Gini katsayısı ile biraz daha yüksek gelir eşitsizliği düzeyine sahip iller arasında yer almaktadır. Benzer şekilde, Mardin, Batman, Şırnak, Siirt (TRC3) gibi iller ile Samsun, Tokat, Çorum, Amasya (TR83) gibi iller de daha yüksek gelir eşitsizliği düzeyine sahip iller arasında yer almaktadır.

İşsizlik oranı açısından değerlendirilirse, İstanbul (TR10), %12,4 işsizlik oranıyla orta düzeyde işsizlik seviyesine sahip iller arasında yer almaktadır. Bazı iller ise düşük işsizlik oranlarıyla dikkat çekmektedir. Örneğin Balıkesir, Çanakkale (TR22), Kastamonu, Çankırı, Sinop (TR82) ve Samsun, Tokat, Çorum, Amasya (TR83) gibi iller, %6,2 ile %8,3 arasında değişen düşük işsizlik oranlarına sahiptir. Bu illerdeki işgücü piyasasının daha istikrarlı olduğu ve işsizlik sorununun daha az olduğu söylenebilmektedir. Öte yandan, bazı illerde işsizlik oranı oldukça yüksektir. Özellikle Mardin, Batman, Şırnak, Siirt (TRC3) gibi iller, %30 gibi oldukça yüksek bir işsizlik oranına sahiptir. Bu durum, bölgesel olarak ekonomik fırsatlardan yeterince yararlanılamadığını ve işsizlik sorununun derin olduğunu göstermektedir.

Düzy 2 bölgeleri yoksulluk oranı açısından değerlendirilirse, İstanbul (TR10) ve İzmir (TR31) gibi büyük metropol şehirlerde yoksulluk oranının ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. İstanbul'da yoksulluk oranı %19,6, İzmir'de ise %19,5 olarak belirlenmiştir. Bu durum, büyük şehirlerde yaşayan nüfusun yoksulluk riski altında olduğunu ve sosyal yardım ve gelir dağılımı politikalarına daha fazla ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Diğer yandan, Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli (TRB1) gibi illerde yoksulluk oranının düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu illerde yoksulluk oranı %10,4 olarak belirlenmiştir. Bu durum, bu illerdeki sosyoekonomik koşulların daha iyi olduğunu ve nüfusun daha az yoksulluk riski altında olduğunu göstermektedir. Bölgesel olarak incelendiğinde ise doğu ve güneydoğu illerinde yoksulluk oranlarının genellikle yüksek olduğu görülmektedir. Örneğin, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan (TRA2) ve Mardin, Batman, Şırnak, Siirt (TRC3) gibi illerde yoksulluk oranları sırasıyla %21,6 ve %19,3 olarak belirlenmiştir. Bu durum, bu bölgelerdeki ekonomik fırsatların sınırlı olduğunu ve yoksullukla mücadelede daha fazla çaba sarf edilmesi gerektiğini göstermektedir.

İşsizlik oranları ile Gini katsayısı arasında bir bağlantı bulunmaktadır. Gini katsayısı, gelir dağılımındaki eşitsizliği ifade ederken, işsizlik oranı ekonomik istihdamın düzeyini yansıtmaktadır. Yüksek Gini katsayısına sahip illerde gelir

dağılımındaki eşitsizlik daha belirgin olmakta ve bu durum işsizlik sorununu tetikleyebilmektedir. Diğer taraftan, yoksulluk oranları ile işsizlik oranları arasında da bir ilişki bulunmaktadır. Yüksek işsizlik oranına sahip illerde genellikle yoksulluk oranı da yüksek olmaktadır. Ancak, tam anlamıyla bir ilişki kurabilmek için daha ayrıntılı analizlere ve verilere ihtiyaç vardır. Bu veriler, Türkiye’deki yoksulluk sorununun iller arasında farklılık gösterdiğini ve bölgesel politikaların yoksullukla mücadelede önemli olduğunu göstermektedir.

Kişi Başına GSYİH verilerine göre, İstanbul (TR10) en yüksek kişi başına GSYİH’ye sahip il olarak öne çıkmaktadır. İstanbul’da kişi başına GSYİH 140.698 TL olarak belirlenmiştir. İstanbul’un, ülkenin ekonomik merkezi olarak büyük bir ekonomik potansiyele ve yüksek gelir düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Diğer büyük şehirler arasında Ankara (TR51) ve Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova (TR42) da yüksek kişi başına GSYİH’ye sahiptir. Ankara’da kişi başına GSYİH 116.933 TL iken, TR42’de 118.084 TL olarak belirlenmiştir. Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerindeki iller ise genellikle daha düşük kişi başına GSYİH değerlerine sahiptir. Örneğin, Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan (TRA2) bölgesinde kişi başına GSYİH 36.666 TL iken, Van, Muş, Bitlis, Hakkari (TRB2) bölgesinde 32.397 TL olarak belirlenmiştir. Bu durum, bu bölgelerdeki ekonomik kalkınma ve gelir düzeyinin daha zayıf olduğunu göstermektedir.

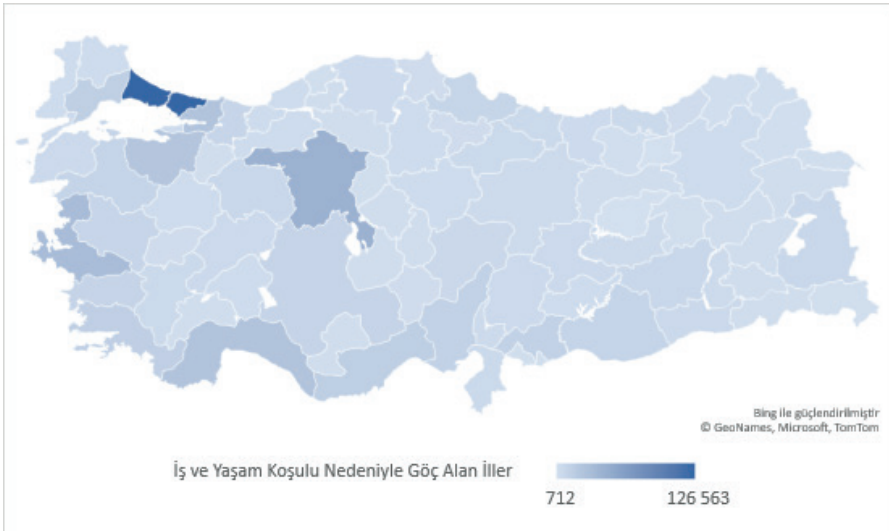
Yüksek kişi başına GSYİH değerine sahip illerin genellikle büyük şehirler veya sanayi merkezleri olduğu, düşük kişi başına GSYİH değerine sahip illerin ise daha az gelişmiş bölgelerin olduğu gözlemlenmiştir. Bu veriler, Türkiye’deki ekonomik eşitsizliklerin ve bölgesel farklılıkların işsizlik ve iç göç üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Ekonomik kalkınma politikaları ve kaynakların adil dağılımı, bu bölgelerdeki işsizlik sorununun çözümünde önemli bir rol oynamaktadır.

Tablo 1’deki verilere göre Türkiye’nin farklı illerinde Gini katsayısı, işsizlik oranı, yoksulluk oranı ve kişi başına GSYİH değerleri arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıkların altında yatan bazı sebepler bulunmaktadır. Örneğin, İstanbul’da kişi başına GSYİH’nin diğer illere kıyasla daha yüksek olması, büyük bir metropol olmasının yanı sıra Türkiye’nin ekonomik, ticari ve finansal merkezi olmasıyla ilişkilendirilmektedir. İstanbul, yüksek gelirli ve zengin nüfusun yoğunlaştığı bir bölge olduğundan gelir dağılımında da büyük farklılıklar görülmektedir. İşsizlik oranlarına açısından düşünülürse, işsizlik oranları genellikle büyükşehirlerde daha düşükken, doğu ve güneydoğu illerinde daha yüksektir. Büyükşehirlerdeki daha geniş istihdam olanakları, çeşitli sektörlerin ve şirketlerin bulunması işsizlik oranlarını düşürmekte ve ekonomik fırsatlar sağlamaktadır. Doğu ve güneydoğu illerinde ise istihdam imkânları daha sınırlı kalmakta ve bu da işsizlik oranlarının yüksek olmasına neden olmaktadır. Ayrıca, bölgesel kalkınma politikalarının ve yatırımların eşit dağıtılmaması da işsizlik oranlarındaki farklılıkları etkilemektedir.

Yoksulluk oranları açısından incelendiğinde, yine doğu ve güneydoğu illerindeki illerin daha yüksek yoksulluk oranlarına sahip olduğu görülmektedir. Bu illerde sosyoekonomik altyapının zayıf olması, istihdam olanaklarının sınırlı olması ve gelir dağılımındaki eşitsizlik gibi faktörler yoksulluk oranlarının yüksek olmasına yol açmaktadır. Kişi başına GSYİH değerlerine bakıldığında, büyükşehirlerin ve turizm merkezi illerin daha yüksek değerlere sahip olduğu görülmektedir. Büyükşehirlerdeki geniş iş imkânları, yüksek üretim ve ticaret faaliyetleri, turizm gelirleri gibi faktörler kişi başına GSYİH değerlerini artırırken, daha az gelişmiş ve sanayi odaklı olmayan illerde bu değerler daha düşük kalmaktadır. Söz konusu bu ekonomik faktörler, insanları daha iyi iş ve yaşam koşullarının olduğu şehirlere göç etmeye yönlendirmektedir. Bu nedenle, çalışmanın devamında iç göç durumu, iş ve yaşam koşulları bağlamında incelenecektir.

5. İş ve Yaşam Koşulu Nedeniyle İç Göç

Türkiye'nin farklı illerindeki ekonomik ve sosyal göstergeler arasındaki farklılıklar, bölgesel kalkınma eşitsizlikleri, istihdam olanakları, gelir dağılımı ve sosyoekonomik faktörler gibi çeşitli etkenlerden kaynaklanmaktadır. Büyükşehirlerde yoğunlaşan ekonomik faaliyetler, yatırımlar, ticaret ve istihdam imkânları, kişi başına GSYİH'nin yüksek olmasını sağlamaktadır. Öte yandan, doğu ve güneydoğu illerindeki sınırlı ekonomik fırsatlar, istihdam sorunları, altyapı eksiklikleri ve yatırım eksiklikleri gibi faktörler ise işsizlik ve yoksulluk oranlarının daha yüksek olmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, ekonomik faktörler, insanları daha iyi iş ve yaşam koşullarının olduğu şehirlere göç etmeye yönlendirmektedir. Bu etkinin daha iyi anlaşılması için Şekil 3'te 2021 verileri ile oluşturulmuş iş ve yaşam koşulu nedeniyle göç alan iller gösterilmektedir.



Şekil 3: 2021 Yılı İş ve Yaşam Koşulu Nedeniyle Göç Alan İller

Kaynak: TÜİK “Nüfus ve Demografi” verileri ile oluşturulmuştur.

2021 yılı iş ve yaşam koşulları nedeniyle göç alan iller incelendiğinde dikkat çeken bazı eğilimler göze çarpmaktadır. Bu iller arasında en yüksek göç alan il, 126.563 kişiyle İstanbul'dur. İstanbul, büyük ekonomik fırsatlar, geniş iş imkânları ve çeşitli yaşam olanakları sunan bir metropol olarak öne çıkmaktadır. Başkent Ankara da 42.868 kişiyle en yüksek göç alan ikinci il konumundadır. İstanbul ve Ankara'nın ardından en yüksek göç alan illerin sırasıyla İzmir, Antalya, Kocaeli, Bursa, Mersin ve Tekirdağ olduğu tespit edilmiştir.

Turizm sektörünün önemli merkezlerinden olan Antalya, 25.185 kişiyle yoğun iç göç alan iller arasında yer almaktadır. Turizm sektöründeki istihdam imkânları ve yaşam kalitesi, Antalya'yı göç edenler için cazip hale getirmektedir. Diğer turistik merkezlerden bir olan Muğla da 14.773 kişiyle yüksek göç alan iller arasında yer almaktadır.

Ekonomik faaliyetlerin yoğun olduğu illerden biri olan Bursa, 23.643 kişiyle yüksek göç alan iller arasında yer almaktadır. Otomotiv, tekstil ve metal sektörleri gibi endüstrilerdeki istihdam fırsatları, Bursa'yı göç edenler için tercih edilebilir kılmaktadır. Tekirdağ ise 15.382 kişiyle yüksek göç alan iller arasında dikkat çekmektedir. Ayrıca, göç alan iller arasında yer alan diğer önemli iller arasında İzmir (32.574 kişi), Kocaeli (24.718 kişi), Gaziantep (13.257 kişi) ve Mersin (15.939 kişi) bulunmaktadır. Bu iller, sanayi ve ticaretin gelişmiş olduğu bölgeler olup, istihdam ve gelir fırsatları açısından göç edenler için çekici hale gelmektedir. Öte yandan, daha az göç alan iller, genellikle nüfusun daha düşük ve ekonomik aktivitenin daha sınırlı olduğu yerlerdir. Bu iller arasında Tunceli, Ardahan, Iğdır gibi iller bulunmaktadır. Bu iller genellikle kırsal bölgelerdir ve ekonomik fırsatlar oldukça sınırlı kalmaktadır.

Göç alan iller arasında da farklılıklar bulunmaktadır. İstanbul gibi büyük metropoller, iş imkânları ve yaşam standartları açısından diğer illere göre daha caziptir. Ancak bu büyük şehirlerde yaşam maliyetleri daha yüksek ve yoğun nüfus nedeniyle rekabet daha fazladır. Ayrıca, turistik bölgelerde göçün yoğun olması, turizm sektörünün önemini ve bu illerdeki istihdam potansiyelini göstermektedir. Turizm gelirleri ve istihdam, göç alan iller için ekonomik büyümenin önemli bir kaynağıdır. Göç alan iller, ekonomik ve sosyal gelişme potansiyeli, istihdam fırsatları, yaşam kalitesi gibi faktörlerden dolayı göç edenler için çekici hale gelmektedir. Ancak, göçün yoğun olduğu illerde altyapı, konut, istihdam ve sosyal hizmetler gibi alanlarda bazı zorluklar yaşanmaktadır. Bu nedenle, göç alan illerde bölgesel kalkınma politikaları ve altyapı yatırımları önem arz etmektedir. Göç alan iller, göç dalgasının etkilerini yönetmek ve göç eden nüfusa daha iyi hizmetler sunabilmek için planlama ve kaynak tahsisine ihtiyaç duymaktadır.

İstanbul hem Gini katsayısı hem de kişi başına GSYİH açısından diğer illere kıyasla daha yüksek bir değere sahiptir. Bu durum, İstanbul'da gelir

dağılımının daha eşitsiz olduğunu ve zenginlik ile yoksulluk arasındaki uçurumun daha belirgin olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda İstanbul, orta seviyede işsizlik ve yoksulluk oranına sahip iller arasında yer almaktadır. Bunun nedenleri arasında büyük bir nüfusa sahip olması, yoğun göç alması ve işsizlik sorununun çözümünde yaşanan zorluklar sayılabilmektedir. Diğer büyükşehirlerden Ankara, İzmir ve Antalya ise genel olarak daha düşük Gini katsayısına ve işsizlik oranına sahiptir. Bu illerde daha dengeli bir gelir dağılımının olduğu ve iş imkânlarının daha geniş olduğu söylenebilmektedir. Ancak, söz konusu bu büyükşehirler, yoksulluk oranı açısından İstanbul ile benzer seviyede yer almaktadır. Bazı iller ise düşük Gini katsayısı, işsizlik oranı ve yoksulluk oranıyla öne çıkmaktadır. Örneğin, TRB1 (Malatya, Elazığ, Bingöl, Tunceli) bölgesi, düşük yoksulluk oranıyla dikkat çekmektedir. Bu illerde daha düşük bir yoksulluk riski bulunmaktadır. Benzer şekilde, TR81 (Zonguldak, Karabük, Bartın) ve TRB2 (Van, Muş, Bitlis, Hakkari) bölgelerinde de yoksulluk oranı düşük seviyelerdedir.

Sonuç olarak, Gini katsayısı, işsizlik oranı, yoksulluk oranı ve kişi başına GSYİH değerleri incelendiğinde, Türkiye'deki iller arasında ekonomik ve sosyal açıdan büyük farklılıkların olduğu görülmektedir. Bu farklılıkların birkaç nedeni bulunmaktadır. İlk olarak, büyükşehirlerin ekonomik merkezler olarak daha fazla istihdam ve gelir fırsatı sunması, bu illere göçün artmasına ve dolayısıyla ekonomik aktivitenin yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Bu da büyükşehirlerin genellikle daha yüksek GSYİH değerlerine sahip olmasını sağlamaktadır. İkinci olarak, bölgesel kalkınma politikaları ve altyapı yatırımlarının dağılımı da farklı iller arasındaki ekonomik ve sosyal eşitsizlikleri etkilemektedir. Örneğin, bölgesel olarak geri kalmış bölgelerde yetersiz altyapı, istihdam fırsatlarının sınırlı olması ve yoksulluk oranlarının yüksek olması gibi sorunlarla karşılaşmaktadır. Üçüncü olarak, sektörel farklılıklar da iller arasındaki ekonomik ve sosyal durumu etkilemektedir. Örneğin, tarım sektörüne dayalı illerde genellikle daha yüksek yoksulluk oranları görülürken, sanayi ve hizmet sektörüne dayalı illerde ise iş imkânları ve gelir düzeyi daha yüksek olmaktadır. Son olarak, demografik faktörler de iller arasındaki farklılıkları etkilemektedir. Örneğin, genç nüfusa sahip olan illerde işsizlik oranının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Aynı şekilde, göç alan bölgelerdeki nüfus artışı, işsizlik ve yoksulluk gibi sorunların ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

6. Sonuç

Türkiye'de, Cumhuriyet'in ilk yıllarında önemli göç hareketleri görülmemiştir. Bu dönemden sonra başlayan modernleşme hareketleri, kırsal kesimdeki nüfusun büyük şehirlere ve sanayi bölgelerine yönelmesine yol açmıştır. Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında sanayileşme sürecinin hız kazanması, göç hareketlerini daha da artırmıştır. Bu dönemde köyden kente göç, ekonomik ve sosyal dönüşümlerin en belirgin sonuçlarından biri olmuş-

tur. Bu dönemden itibaren yaşanan siyasi ve ekonomik değişimler, insanların iller arasında yer değiştirmesine neden olmuştur.

İç göçün nedenleri oldukça çeşitlidir. Bunlar arasında ekonomik faktörler önemli bir yer tutmaktadır. Yüksek işsizlik, gelir eşitsizliği, tarımda yaşanan sıkıntılar, kırsal kesimdeki kalkınma eksiklikleri gibi ekonomik sorunlar, insanların daha iyi yaşam koşullarına sahip bölgelere göç etmeye teşvik etmektedir. Bu yüzden, büyük şehirler ve sanayi bölgeleri, istihdam ve gelir fırsatları açısından cazip hale gelmiştir. Bunun yanı sıra, eğitim, sağlık ve altyapı gibi eksiklikler de iç göçün nedenleri arasında yer almaktadır. İç göçün ekonomik nedenleri incelendiğinde, göç edenlerin daha iyi ekonomik olanaklara sahip bölgelere yönelmesinin temel motivasyon olduğu görülmektedir. Büyük şehirlerdeki sanayi sektöründeki istihdam imkânları, ticaret merkezleri, finansal kaynaklar ve geniş pazar potansiyeli gibi faktörler, ekonomik göçün tetikleyicileri arasında yer almaktadır. Sanayi ve ticaret sektöründeki gelişmeler, iş imkânlarının artmasıyla birlikte köyden kente göç edilmesine neden olmuştur. Ayrıca, tarım sektöründeki modernizasyon çalışmaları, tarımsal verimliliğin artması ve teknolojik yenilikler de kırsal kesimdeki nüfusun kentlere yönelmesini etkilemiştir. Buna ek olarak, büyük şehirlerdeki üniversiteler, araştırma merkezleri ve diğer yükseköğretim kurumları, nitelikli işgücü talebiyle birlikte genç nüfusun göç etme eğilimini artırmıştır.

İstanbul'un Gini katsayısı 0,43 iken diğer illerin çoğunluğunda 0,37 civarındadır. Bu durum, İstanbul'un diğer illerin ortalamasına kıyasla daha yüksek bir gelir eşitsizliğine sahip olduğunu göstermektedir. İşsizlik oranı açısından incelendiğinde, en düşük işsizlik oranı %6,2 ile Kastamonu, Çankırı ve Sinop illerinde görülmektedir. En yüksek işsizlik oranı ise %30 ile Mardin, Batman, Şırnak ve Siirt illerinde kaydedilmiştir. Bu verilere göre, Türkiye'nin bazı illerinde işsizlik sorunu daha fazla yaşanmaktadır. Yoksulluk oranı en düşük %10,4 ile Malatya, Elazığ, Bingöl ve Tunceli illerinde görülmektedir. En yüksek yoksulluk oranı ise %22,4 ile Adana ve Mersin illerinde tespit edilmiştir. Kişi başına GSYİH değerlerine bakıldığında, en yüksek değer İstanbul'da (140.698 TL) ve en düşük değer ise Şanlıurfa, Diyarbakır, Mardin ve Batman gibi illerde (30.661 TL) görülmektedir. Bu verilere dayanarak, Türkiye'nin farklı illerindeki ekonomik ve sosyal göstergeler arasında önemli farklılıkların olduğu söylenebilmektedir. İstanbul gibi büyük şehirlerde kişi başına GSYİH daha yüksekken, doğu ve güneydoğu illerinde işsizlik ve yoksulluk oranları daha fazladır. Ekonomik göstergelerin bu şekilde farklılık göstermesi, bölgesel gelişmişlik farklarından kaynaklanmaktadır.

İş ve yaşam koşulları, insanların yaşam kalitesini ve gelir düzeyini doğrudan etkilediğinden, daha iyi iş fırsatları ve yaşam koşulları sunan illere göç hareketleri gözlemlenmektedir. İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük ve gelişmiş şehirler, yüksek nüfusları ve geniş iş imkânlarıyla ön plana çıkmaktadır. Bu iller, daha fazla ekonomik aktivite, istihdam ve sosyal olanaklar sunmak-

tadır. Bu da iş arayanların ve daha iyi bir yaşam isteyenlerin bu illere yönelmesini sağlamaktadır. Özellikle İstanbul, büyük bir ekonomik merkez olarak Türkiye'nin birçok farklı bölgesinden göç almaktadır.

Antalya, Muğla ve Mersin gibi turistik iller de iş ve yaşam koşulları nedeniyle göç alan iller arasındadır. Bu iller, turizm sektörünün yoğun olduğu yerlerdir ve turizm faaliyetleri istihdam olanaklarını artırmaktadır. Gaziantep, Adana ve Şanlıurfa gibi güneydoğu illeri de iş ve yaşam koşulları nedeniyle göç almaktadır. Bu iller, tarım ve ticaret gibi sektörlerde önemli bir rol oynamaktadır. Bu sektörlerdeki iş fırsatları ve ekonomik faaliyetler, insanların bu illere göç etmesine neden olmaktadır. Öte yandan, bazı illerde nüfus azalmakta veya istikrarlı bir şekilde artmamaktadır. Bunun nedenleri arasında iş imkânlarının sınırlı olması, yaşam koşullarının yetersiz olması veya diğer bölgelere göre dezavantajlı konumda olmaları sayılmaktadır.

Sonuç olarak, iş ve yaşam koşulları, göç hareketlerini etkileyen önemli faktörlerdir. Daha iyi ekonomik fırsatlar, istihdam olanakları ve yaşam kalitesi sunan iller, göç alan iller olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, farklı iller arasında demografik ve ekonomik değişimlere neden olmaktadır. Bu durumu düzeltmek ve bölgesel eşitsizlikleri azaltmak için hükümet tarafından uygulanan bölgesel kalkınma politikaları ve yatırımlar önemlidir. Doğu ve güneydoğu bölgelerine yapılan altyapı yatırımları, sanayi ve tarım sektöründeki destekler, istihdamı artırıcı tedbirler, eğitim ve sağlık hizmetlerine erişimi iyileştirme çabaları, bölgesel ekonomik farklılıkları azaltmaya yardımcı olacaktır. Ayrıca, gelir dağılımındaki adaletsizliği azaltmak için vergi politikaları ve sosyal yardımlar gibi önlemler de uygulanmalıdır. Türkiye'de ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanması, bölgesel eşitsizliklerin azaltılması ve bölgelerin potansiyelinin değerlendirilmesi için adil ekonomik yapının oluşturulması önemlidir. Böylece, kaynakların dengeli bir şekilde dağıtılması, istihdam ve gelir fırsatların eşit şekilde sunulması ve sosyal refahın artırılması sağlanacaktır.

KAYNAKÇA

- Akan, Y., & Arslan, İ. (2008), Göç Ekonomisi, Ekin Yayınları, Bursa.
- Albayrak, N., & Abdioğlu, Z. (2017). “Türkiye’de İç Göçü Etkileyen Faktörlerin Analizi”. *Researcher: Social Science Studies*, 5(10), 293-309.
- Aşkın, E. Ö., Yayar, R. & Oktay, Z. (2013). Kırsal Göçün Ekonometrik Analizi: Yeşilyurt İlçesi Örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(2), 231-252.
- Bahar, O. & Bingöl Korkmaz, F. (2010). Türkiye’de İç Göç Hareketlerinin İstihdam ve İşgücü Piyasalarına Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15 (2), 43-61.
- Bostan, H. (2017). “Türkiye’de İç Göçlerin Toplumsal Yapıda Neden Olduğu Değişimler, Meydana Getirdiği Sorunlar ve Çözüm Önerileri”. *Coğrafya Dergisi*, 35, 1-16.
- Çatalbaş, G. & Yazar, Ö. (2015). Türkiye’deki Bölgeler Arası İç Göçü Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Analizi İle Belirlenmesi. *Alphanumeric Journal*, 3(1), 99-117.
- Çetin, İ. & Çetin, S. (2018). “Türkiye’de İç Göçün Belirleyicilerinin Analizi”. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 98-115.
- Çiftçi, M. (2011). Türkiye’de İç Göçte Sosyal Ağ Kullanımı Üzerindeki Etkenler. *Sosyo-ekonomi*, 15 (15), 106-124.
- Dücan, E. (2016). “Türkiye’de İç Göçün Sosyo-Ekonomik Nedenlerinin Bölgesel Analizi”. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(2), 167-183.
- Kırdar, M. G. & Saracoğlu, D. Ş. (2012). İç Göç, Bölgesel Yakınsama Sorunu ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Örneği. *Discussion Paper, Turkish Economic Association*, 75.
- Özdemir, D. (2018). “Türkiye’de Bölgelerarası İç Göç Hareketlerinin Belirleyicileri”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(3), 1337-1349.
- Öztürk, S., Örgen, N. & Çelebi Ö. C. (2011). Gaziantep İlının İç Göç Konusunda Mevcut Durum Analizinin Yapılması ve Strateji Belgesinin Hazırlanması Projesi, Kalkınma Bakanlığı Projesi.
- Pazarlıoğlu, M. V. (2001). 1980-1990 Döneminde Türkiye’de İç Göç Üzerine Ekonometrik Model Çalışması. V. *Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, 19-22 Eylül, Adana.
- Şen, B., Bulut, Y., Parin, S., Arlı, A. & Sallan Gül, S. (2013). Tarihi Kent Merkezinde Göç, Kentsel Yoksulluk ve Enformel Sektör: İstanbul Süleymaniye Bölgesi Bekâr Odaları. *TÜBİTAK Projesi*, 111K145.
- Şengül, Ü., Shiraz, S. E., & Eren, M. (2013). Türkiye’de istatistiki bölge birimleri sınıflamasına göre düzey 2 bölgelerinin ekonomik etkinliklerinin DEA yöntemi ile belirlenmesi ve Tobit Model uygulaması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(21), 75-99.

- Üçdoğruk, Ş. (2002). İzmir'deki İç Göç Hareketinin Çok Durumlu Logit Teknikle İncelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 17 (1), 157-183.
- Yenigül, S. B. (2005). Göçün kent mekanı üzerine etkileri. *Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 18(2), 273-288.

Bölüm 9

YEŞİL PAZARLAMA (GREEN MARKETING)

Yasin YILMAZTÜRK¹

Funda DEMİROĞLU²



1 Öğr. Gör. Dr., Kırklareli Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu,
Kırklareli, Türkiye. yasinyilmazturk@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0001-7527-9825

2 Dr., Bağımsız Araştırmacı, funda.civek@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0002-8300-6402

Giriş

Yeşil pazarlama kavramı ilk olarak 1975 yılında Amerikan Pazarlama Derneği (AMA) tarafından düzenlenen “Ekolojik Pazarlama” konulu bir seminerde tartışılmıştır (Henion & Kinneer, 1976). O zamandan beri çevre dostu, geri dönüştürülebilir, ozon dostu ve yeniden doldurulabilir gibi terimler genellikle yeşil pazarlama ile ilişkilendirilmektedir. Bununla birlikte, yeşil pazarlama, hizmetlere, tüketim mallarına ve hatta sanayi mallarına uygulanabilir çok daha geniş bir kavramdır. Ürün modifikasyonu, üretim sürecindeki değişiklikler, ambalajdaki değişiklikler ve reklamdaki değişiklikler dahil olmak üzere geniş bir faaliyet yelpazesini içermektedir. Beklendiği gibi, yeşil pazarlamayı tanımlamak zorlu bir iştir (Malyan & Duhan, 2018).

Uygulayıcıların bakış açısından yeşil pazarlama, çevresel olarak tercih edilebilir olduğu varsayılan ürün ve hizmetlerin pazarlanmasını ifade ederken, araştırmacılar açısından yeşil pazarlama, pazarlama faaliyetlerinin çevreyi nasıl etkilediğinin ve çevresel değişkenin kurumsal pazarlamanın çeşitli kararlarına nasıl dahil edilebileceğinin analizini ifade etmektedir (Chamorro & Bañegil, 2006). Doğası gereği yeşil pazarlama, mevcut pazarlama uygulamaları ile daha geniş pazarlama ortamının ekolojik ve sosyal gerçekleri arasındaki uyum eksikliğini gidermeye çalışmaktadır (Frank-Martin & Peattie, 2009).

Genel olarak pazarlamanın ekolojik, çevresel ve sürdürülebilirlik süreçlerinin bütünleştiği yeşil pazarlama konusunu içeren kitabın bu bölümünde; yeşil pazarlama kavramı, eko-etiket, eko-marka ve çevresel reklamdaki oluşan yeşil pazarlama araçları ve yeşil pazarlamanın faydalarından bahsedilmektedir. Bölümün devamında ise, yeşil pazarlama stratejileri ve yeşil tüketici davranışları hakkında bilgiler sunulmaktadır.

1. Yeşil Pazarlama Kavramı

İşletmelerin araştırma ve geliştirme (Ar-Ge), üretim ve pazarlama süreçlerinde çevre koruma kavramlarını yavaş yavaş uygulamaya başlamasıyla çevre koruma bilinci son yıllarda hızla artmıştır. Tüketiciler de ürünlerin yeşil olup olmadığına ve şirketlerin yeşil pazarlama kampanyaları uygulayıp uygulamadığına giderek daha fazla odaklanmaktadır (Chen & Yang, 2019; Dangelico & Vocalelli, 2017). Charter (1992), yeşil pazarlamanın anahtarının, ticari faaliyetlerin hammadde edinimi, üretimi, satışı, tüketimi ve imha süreçleri sırasında işletme faaliyetlerinin çevresel etkilerini en aza indirmekte yattığını vurgulamaktadır. Dolayısıyla, *yeşil pazarlama*, hammadde edinimi, üretimi, dağıtımı, tüketimi ve bertarafından oluşturulan yaşam döngüsünün her aşamasının çevresel etkisini en aza indirmeyi amaçlamaktadır (Dangelico & Vocalelli, 2017). Ayrıca, Schoell ve Guiltinan (1993), yeşil pazarlamayı, işletmelerin çevresel imajını geliştirmek için tasarlanmış pazarlama programlarının geliştirilmesi ve uygulanması olarak tanımlamaktadır.

Yeşil pazarlama kavramı zaman içinde gelişmiştir. Peattie'ye (2001) göre *yeşil pazarlamanın evrimi*, ekolojik, çevresel ve sürdürülebilir yeşil pazarlamayı içeren üç aşamalı bir süreçtir. Bu aşamaların her biri sonraki paragraflarda ayrıntılı olarak açıklanmıştır:

Ekolojik yeşil pazarlama olarak adlandırılan ilk aşama 1960'lardan 1970'lere kadar sürmüştür (Delafröo vd., 2014). Bu dönemde tüm pazarlama faaliyetleri çevre sorunlarına veya dış sorunlara çözüm bulma kaygısından oluşmaktaydı (Grundey & Zaharia, 2008). 1975 yılında Amerikan Pazarlama Birliği tarafından "Ekolojik Pazarlama" üzerine düzenlenen bir çalıştayın sonucudur. Bu aşamanın ana katkısı, ekolojik pazarlama ile ilgili konularda çeşitli kitaplar yayınlarak kavramın yerleşmesini sağlamak olmuştur (Nadaf & Nadaf, 2014). Analizler ve ampirik çalışmalar için somut bir temel sağlamıştır.

İkinci aşama *çevresel yeşil pazarlamadır* ve bu dönemde odak noktası, yenilikçi, kirliliği ve atıkları yöneten ürünlerin tasarlanmasını içeren "temiz teknolojiye" kaymıştır (Peattie, 2011). Bu dönemde, müşterilerin yeşil sadakatini artırmak için şirketler, tipik memnuniyet, algılanan değer ve güven yerine müşterilerin yeşil memnuniyetini, yeşil algılanan değerini ve yeşil güvenini artırmaya özel önem vermek zorundalardı (Chen, 2013). Sonuç olarak, şirketler söz konusu faktörlere katkıda bulunan potansiyel kaynaklara çok sayıda yatırım yapmışlardır.

Üçüncü aşama *sürdürülebilir yeşil pazarlamadır*. 1990'ların sonunda ve 2000'in başında ön plana çıkmıştır. Bu, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılamak olarak tanımlanan "sürdürülebilir kalkınmanın" sonucudur (Kilbourne, 1998). Bu aşamadaki araştırmalar esas olarak tüketici davranışlarıyla ilgilidir ve hala günümüzde devam etmektedir.

Fraj ve Martinez (2007), davranış ve tutum arasındaki ilişkiyi tahmin etmek için Ajzen ve Fishbein (1980) tarafından önerilen gerekçeli eylem teorisi modelini kullanarak tüketici davranışı üzerine ampirik bir çalışma yürütmüştür. Sonuçlar, çevresel duygulara sahip tüketicilerin çevre korumaya yönelik daha olumlu bir tutuma sahip olma eğiliminde olduğunu ve bu duyguların çevre koruma davranışlarını olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır (Chou vd., 2020; Chang vd., 2019). Ayrıca Chan (2001), çevresel duyguların yeşil tüketim tutumlarını önemli ölçüde ve olumlu yönde etkilediğini ve etkilerinin ekolojik bilginin yeşil tüketim davranışı üzerindeki etkisinden daha büyük olduğunu bulmuştur; sonuç olarak yeşil pazarlama, en uygun pazarlama sonuçlarını elde etmek için tüketicilerin duygularını çevresel sorunlarla ilişkilendirmelidir (Chou vd., 2020; Dangelico & Vocalelli, 2017).

Çevrenin korunmasına yönelik küresel eğilim arttıkça, tüketicilerin premium yeşil ürünleri satın alma istekliliği de artmaktadır. Laroche vd. (2001)

tüketicilerin yeşil ürünler için daha fazla ödeme yapmaya istekli olduklarını ve kadın tüketicilerin erkek tüketicilere göre ürün karar verme süreçlerine çevresel korumaları dahil etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu keşfetmiştir. Bu nedenle yazarlar, çevre bilinci daha yüksek olan tüketicilerin, daha pahalı olsalar bile yeşil ürünleri satın almaya daha istekli olduklarını savunmaktadırlar (Sreen vd., 2018). Birçok işletme yeşil ürünler ve ilgili pazarlama kampanyaları başlatmış olsa da tüketicileri yeşil ürünler satın almaya teşvik ederken ticari çıkarlarını korumakta zorlanmaktadır. Yeşil pazarlama, çevre koruma gerekliliklerini ürünlerin tasarımına, üretimine ve ambalajına dahil ederek tüketicilerin işletmelerin çevre koruma çabalarını fark etmelerini kolaylaştırdığı ve ürün satın alma yoluyla bu çabaları desteklemelerini teşvik ettiği için bu ikileme bir çözüm olarak görülmektedir (Dangelico & Vocalelli, 2017).

Günümüzde yeşil pazarlama kavramı bazı temel unsurları içermektedir. Bu unsurlar; ürünlerin pazarlanması, çevresel tehlikeleri en aza indirecek ürünlerin geliştirilmesi ve pazarlanması, ürünlerin çevreyi korumaya uygun bir şekilde üretilmesi, tanıtılması ve paketlenmesinden oluşmaktadır (Ottman & Books, 1998).

Yeşil pazarlama, işletme ile müşteri arasında bir bağ kurulmasını içermekte ve bu süreç bütünsel bir yaklaşım gerektirmektedir. Çünkü işletme doğal olarak tüm faaliyetlerini çevresel kaygılar doğrultusunda entegre etmek zorunda kalmaktadır. Bir strateji olarak yeşil pazarlama, yeşil ürünler, yeşil ambalajlar, yeşil fiyatlar ve yeşil iletişim gibi stratejik seçenekleri içermektedir (Ottman & Books, 1998).

Yeşil ürünler, çevre dostu ürünler olarak kabul edilmektedir. Çoğu durumda açık bir olgu olan *yeşil ambalajlama*, çevreye verilen zararı azaltan uygun ambalajlama ile ilgilidir. *Yeşil fiyatlar*, içsel ve müşteriye aktarılabilir olan çevresel kaygıların parasal olarak yansımaları göstermektedir. *Yeşil iletişim* olumlu bir imaj yaratmakta ve bir işletmenin çevreye ve kamuya yönelik kaygılarını ortaya koymaktadır (Ottman & Books, 1998).

2. Yeşil Pazarlama Araçları

Küresel ısınma ve çevre kirliliği gibi çevresel konular, insanların güvenliği ve insan vücudunun sağlığı ile yakından ilişkili oldukları için tüm dünyada gündemde olan konulardır. İnsanlar çevre sorunlarının giderek daha fazla farkına varmakta ve bu durum satın alma kararlarını etkilemektedir. Accenture firması tarafından yapılan küresel bir ankete göre, ankete katılanların %80'inden fazlası satın alma kararı verirken bir ürünün çevresel performansını göz önünde bulundurmaktadır (Agrawal vd., 2012).

Tüketicilerin yeşil satın alma davranışı, ürünlerin çevresel performansı hakkındaki bilgileriyle ilişkilidir. Bu nedenle, yeşil özelliklere sahip ürünlere

olan talebi teşvik etmek için yeşil pazarlama gereklidir. Bazı çalışmalar (Hong & Guo, 2019; Atkinson & Rosenthal, 2014), ürünlerin çevre dostu özelliklerinin ikna edici bir satış noktası olabileceğini göstermektedir.

Eko-etiket, eko-marka ve yeşil reklam gibi yeşil pazarlama araçları, yeşil ürünlerin nitelik ve özelliklerine ilişkin algıyı kolaylaştıracak ve farkındalığı artıracaktır. Bunun sonucunda tüketiciler çevre dostu ürünleri satın almaya yönlendirilecektir. Bu politika araçlarının uygulanması, çevre dostu ürünler satın almak için tüketici satın alma davranışını değiştirmede ve dolayısıyla sentetik ürünlerin çevre üzerindeki olumsuz etkisini azaltmada önemli bir rol oynamaktadır (Rahbar & Wahid, 2011). Buradaki odak noktası, yeşil pazarlama araçlarının satın alma davranışı üzerindeki etkisidir. Aşağıda, yeşil pazarlama araçlarının her birini inceleyeceğiz.

2.1. Eko-etiketleme (Eco-labeling)

Kullanılan önemli yeşil pazarlama araçlarından biri, çevre dostu ürünler üzerindeki eko-etiketlemedir. Eko-etiketleme, pazarlama tarafından yeşil ürünlerin tanımlanmasını teşvik etmek için kullanılmaktadır (D'souza, Taghian & Lamb, 2006). Etiketler, ürünlerin ambalajının bir parçası olarak yer alan küçük kâğıt parçalarından çok karmaşık şemalara kadar uzanan bir yelpazeden oluşmaktadır. Etiketler, yalnızca ürünlerin marka adını veya çeşitli bilgileri içerebilmektedir. Bazı durumlarda satıcı basit bir etiket isteyebilmekte, ancak yasalar onların etiketlerde ek bilgi sağlamalarını zorunlu kılmaktadır (Kotler & Armstrong, 2010).

Sammer ve Wustenhagen (2006), eko-etiketi satıcılar ve alıcılar arasındaki asimetrik bilgiyi dağıtmak için önemli bir araç olarak tanımlamaktadır. Ayrıca etiketlerin tüketiciler için iki ana işlevi yerine getiren dikkat çekici bir araç olduğunu belirtmektedirler: ürün kalitesi gibi maddi olmayan ürün özellikleri hakkında bilgi veren bir bilgi işlevi ve kendi içinde değer sağlayan bir değer işlevi (örneğin prestij). Benzer şekilde Rex ve Baumann (2007) da eko-etiketleri, tüketicilerin çevre dostu ürünleri seçme kararı vermelerini kolaylaştıran bir araç olarak tanımlamakta ve aynı zamanda ürünlerin nasıl üretildiğini bilmelerini sağlamaktadır.

2.2. Eko-marka (Eco-brand)

Amerikan Pazarlama Derneği, markayı “bir satıcının veya satıcı grubunun mal veya hizmetlerini tanımlamayı ve bunları rakiplerinden ayırt etmeyi amaçlayan bir isim, terim, işaret, sembol, tasarım veya bunların birleşimi” olarak tanımlamaktadır. Bu tanım eko-marka için de genelleştirilebilir. Eko-marka, çevreye zarar vermeyen ürünlerin adı, sembolü veya tasarımıdır. Eko-marka özelliklerinin kullanılması, tüketicilerin kendilerini yeşil olmayan diğer ürünlerden bir şekilde farklılaştırmalarına yardımcı olabilir (Rahbar & Wahid, 2011).

Tüketicileri çevre dostu ürünler satın almak için gerçek satın alma davranışlarını değiştirmeye motive eden önemli faktör, duygusal marka faydalarıdır (Hartmann, Ibanez & Sainz, 2005) Hartmann vd., (2005), farklı duygusal marka faydalarını refah hissi, sosyal olarak görünür tüketim yoluyla kendini ifade etme faydaları ve doğa ile ilgili faydalar olarak sıralamaktadır.

Tüketicilerin marka satın alma kararlarını bilmek, pazarlamacılar ve pazar araştırmacıları için çok önemlidir. Bu etki marka değeri olarak bilinir. Marka değeri, tüketicinin pazarlamaya verdiği tepki üzerinde farklı etkileri olan veriler olarak tanımlanabilir. Genellikle çevreye odaklanan yeşil markalar, yeşil olmayan ürünlere benzer şekilde, yeşil ürünlerin durumunu vurgulamak için kullanılmalıdır (Aaker, 1992).

2.3. Yeşil Reklamcılık (Green advertisement)

Yeşil reklamcılık, şirketlerin ürünlerini tüketicilerin zihninde yeşil ürün olarak konumlandırmak için kullanabilecekleri bir yöntemdir ve pazarlamada önemli bir rol oynamaktadır (Eren-Erdogmus vd., 2016). Yeşil reklamcılık, geleneksel reklamcılıktan farklıdır. Yeşil reklamcılık, tüketicilerin çevre bilincinin artmasını sağlamakta ve böylece yeşil ürünlere olan talebi artırabilmektedir (Easterling vd., 1996). Yeni bir yeşil ürün piyasaya sürüldüğünde, onu tanıtmanın ve tüketicileri eğitmenin en önemli yolu yeşil reklamcılıktır. Yeşil reklamcılık, ürünün yeşil performansı hakkında bilgi vermekte, tüketicileri eğitmekte ve tüketicilerin sürdürülebilirlik sorumluluğunu geliştirmektedir. Yeşil reklamcılığın amacı, tüketicileri çevreye zarar vermeyen ürünleri satın almaya teşvik ederek satın alma davranışlarını etkilemek ve dikkatlerini satın alma davranışlarının olumlu sonuçlarına yönlendirmektir (Rahbar & Wahid, 2011).

Davis (1994), şirketlerin yeşil reklamlarının genellikle üç unsur içerdiğini belirtmektedir. İlk olarak, reklam çevreye yönelik kurumsal kaygı beyanı ile başlamaktadır. İkinci olarak, reklam, şirketin çevreyi iyileştirme konusundaki endişesini ve bağlılığını göstermek için prosedürlerini nasıl değiştirdiğini açıklamaktadır. Üçüncü olarak, reklamda kurumun dahil olduğu belirli çevresel eylemler veya kurumun övgü aldığı sonuçlar açıklanmaktadır. Baldwin (1993)'e göre, yeşil reklamlar tüketicinin değerlerinin oluşmasına ve bu değerlerin yeşil ürünlerin satın alınmasına dönüşmesine yardımcı olmaktadır.

3. Yeşil Pazarlamanın Faydaları

Yeşil pazarlama, ekonomideki birden fazla katılımcı üzerinde olumlu etkilere sahiptir. Çevre, gelişmekte olan ekonomiler, tüketiciler, kurumsal strateji, ürün, üretim süreçleri ve tedarik zinciri yeşil pazarlamadan fayda sağlamaktadır. İlk olarak yeşil pazarlamanın çevresel faydaları ele alınacaktır (Dalton vd., 2010).

3.1. Çevresel Faydalar

Yeşil pazarlamanın en belirgin faydalanıcısı çevredir. Çevresel faydalar, iklim değişikliğine ilişkin mevcut koşullara ve eğilimlere odaklanmaktadır. Yeşil pazarlamanın iklim değişikliği üzerinde birkaç önemli etkisi olmaktadır. Fosil yakıt tüketimi, iklim değişikliğiyle bağlantılı sera gazlarının başlıca kaynağıdır. İklim değişikliğinin önde gelen iki kaynağı, elektrik için kömür yakılması ve otomobil ulaşımı için benzin yakılmasıdır. Ürün geliştirme stratejilerine odaklanan yeşil pazarlama girişimleri, bu enerji türlerine duyulan ihtiyacı azaltmaktadır. Örneğin, yeni cihazlar enerji tüketimini önemli ölçüde azaltan yakıt verimliliği ile tasarlanmaktadır. Tüketicinin çevreyle ilgili kaygılarını birçok başka düşünceyle birleştirmesi gerektiğini kabul etmek önemlidir. Yeşil pazarlama girişimleri, yeşil pazarlama stratejilerini tüketiciler için üstün değer tekliflerine dahil ederek çevreye katkıda bulunmaktadır (Dalton vd., 2010).

3.2. Gelişmekte Olan Ekonomiler

Gelişmekte olan ekonomiler terimi, kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hasılası (GSYH) nispeten düşük olan ülkeleri ifade etmektedir. Düşük gelir, az gelişmiş varlıklar ve ekonomik kırılganlık bu ekonomilere özgüdür ve tarım sektörüne yüksek bağımlılıkla sonuçlanmaktadır. Bununla birlikte, bu pazarlarda yaşayanlar kuraklık, şiddetli fırtınalar, seller ve yaşam kalitelerini artırma kabiliyetlerini sınırlandıran çevresel strese daha fazla maruz kalmaktadır (Watkins, 2007).

Bu gelişmekte olan ekonomiler ilerledikçe, kentsel alanlar üzerindeki baskı da artmaktadır. Şu anda dünya nüfusunun yarısından fazlası kentsel alanlarda yaşamaktadır ve bu sayının önümüzdeki yıllarda artması beklenmektedir. Kaynakların tüketimi küresel bir mesele olduğundan, tüketicilerin ve endüstrilerin yeşil pazarlama uygulamalarını ne ölçüde benimsedikleri küresel çevreyi etkilemektedir. Yeşil teknolojilerin pazarlanması, bu ülkelerde faaliyet gösteren firmaların verimli ve çevre dostu tasarımlarla eski operasyonları geride bırakmalarını sağlamaktadır. Yeni yeşil teknolojiler, bu tür ekonomilerin daha önce olgun pazar ekonomilerinde kullanılan eski teknolojilerden vazgeçmesini sağlamaktadır (Ashby, 2001; Hart & Milstein, 1999).

3.3. Tüketici Faydaları

Tüketiciler yeşil pazarlama yoluyla birkaç önemli şekilde fayda sağlamaktadır. Bu faydalar genellikle tüketicilerin karar verme süreçlerini etkilemekte ve tüketicilerin bu faydalara ne ölçüde değer verdikleri farklılık göstermektedir. Başlangıçta, tüketiciler iklim değişikliğini azaltmak için üzerlerine düşeni yaptıkları bilgisinden faydalanmaktadırlar. Bu tüketiciler, şirketlerin kârlılığını artırma çabalarına karşı kirliliği azaltmak için kurumsal çabaları tercih etmektedirler (D'Souza, Taghian, & Khosla, 2007).

Tüketiciler ayrıca çevre dostu ürünler ve kuruluşlarla ilişkilendirilme fırsatına da değer vermektedir (Cornelissen vd., 2008). Yeşil ürün girişimleri bazı tüketicileri bağımsız olarak satın almaya ikna edebilecek olsa da kanıtlar ekolojik temelli ürünlerin tek başına önemli bir satış faktörü olmayacağını göstermektedir. Tüketiciler, diğer değerli özelliklerden ödün vermeden çevre dostu ürünler istemektedir. Bununla birlikte, mevcut pazarlama çabaları, bazı firmaların ilk ürün tasarrufu, daha düşük enerji maliyetleri ve yeni teknolojilere erişim sağlayan yeşil ürünler sunmasına imkân vermektedir (Consumer Reports, 2007).

3.4. Stratejik Faydalar

Kurumsal strateji yöneticileri, yeşil bir pazarlama yaklaşımından fayda elde etmektedir. Ekolojik bilinci misyon ifadelerine ve stratejilerine dahil eden şirketler tüketiciler, çalışanlar, yatırımcılar, sigortacılar ve genel kamuyu nezdindeki imajlarını güçlendirmektedir. Bazı tüketicilerin yeşil ürünlere karşı güçlü eğilimleri vardır ve pazara ekolojik bir odakla yaklaşmak, markanın bu tüketiciler arasındaki imajını güçlendirmektedir (Fox, 2007).

3.5. Ürün Faydaları

Ürün ile üretim süreci faydaları birbirinden ayrılmaktadır. Ürün faydaları, tüketiciye fayda sağlamak üzere tasarlanan üretim çıktılarına veya hizmetlere eklenen bileşenleri ifade ederken, süreç faydaları, üretim ve lojistiği kolaylaştırmak üzere tasarlanan verimlilik teknolojisindeki araçları, cihazları ve bilgiyi ifade etmektedir (Gopalakrishnan & Damanpour, 1997). Örneğin, bir hibrit motor bir ürün yeniliğidir, tam zamanında envanter sistemi ise bir süreç yeniliğidir. Ürün faydalarının dahil edilmesinin, ilgili tüketici kitlesi için gerçek değeri yansıtmayı gerektirdiğini kabul etmek kritik önem taşımaktadır (Ottman, Stafford, & Hartman, 2008). Bu nedenle, yeşil ürünler çevresel kaliteyi ve müşteri memnuniyetini artırmaktadır, çünkü çok az pazar yalnızca ürün kalitesindeki iyileştirmelere değer vermektedir (Dalton, Hoyle & Watts, 2010).

3.6. Üretim Süreci Faydaları

Üretim süreçleri, mümkün olan en düşük maliyetle en yüksek kaliteli ürünleri üretmek için organizasyonel çabalara odaklanmaktadır. Süreç faydaları ürünlerin, yan ürünlerin ve atıkların işlenmesinde etkili olmaktadır. Sürdürülebilir üretim teknikleriyle ilişkili malzeme maliyetleri azaltılabilmektedir. Örneğin Mercer Color, 1990 yılında bitkisel bazlı mürekkepler kullanmaya başlamıştır. Tam zamanında (JIT) envanter sistemi, şirketlerin yer ve enerji tasarrufu sağlayan en uygun envanter seviyelerini taşımasına olanak tanımaktadır (Dalton, Hoyle & Watts, 2010).

3.7. Tedarik Zinciri Faydaları

Yeşil pazarlama, hammadde madenciliğinden tüketime giden kanalı oluşturan firmalar arasındaki ilişkileri etkilemektedir. Tedarik zincirindeki

israfı ortadan kaldırmaya çalışan yeşil stratejiler, firmaların teslimat sürecinde kamyon yükleme ve rota planlamasını analiz etmesine neden olmaktadır. Yakıt maliyetlerini ortadan kaldırmayı amaçlayan rotalama, kamyon kapasite kullanımını en üst düzeye çıkarabilmekte ve müşteri hizmetlerini iyileştirebilmektedir (Chiarello, 2005).

4. Yeşil Pazarlama Stratejileri

Yeşil bir pazarlama stratejisi geliştirirken, firmalar iki önemli hususu dikkate almaktadır. Bu hususlardan ilki, çevre üzerinde en az olumsuz etkiyle tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayan bir ürün yaratmak, ikincisi ise ürün kalitesini ve firmanın çevreye olan bağlılığını kanıtlamak için tüketicilerin zihninde bir algı oluşturmaktır (Menon & Menon, 1997).

Yeşil pazarlama stratejisi, müşteriler ve firmalar arasındaki ilişkide niteliksel bir değişim anlamına gelmektedir. Ekolojik tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için firmaların, ürünlerinin hem işlevsel hem de duygusal faydalarını geliştirmeleri gerekmektedir. Çevresel kaygıların çoğu, klasik bir pazarlama stratejisinden farklı olarak insanların manevi ihtiyaçlarını da kapsamaktadır. Yeşil pazarlama stratejisi proaktif bir duruş ve uzun vadeli bir yönelim içermektedir. Bu proaktiflik, rekabet avantajı elde etmeyi amaçlamaktadır (De Bakker, 2009).

Rekabet avantajı elde etmek için yeşil bir pazarlama stratejisi geliştirirken, bir şirket ne yapması gerektiği konusunda net olarak kendi üstüne düşen sorumlulukları yerine getirmelidir. Kurumsal hedeflere ulaşmak yalnızca kâr elde etmekle sonuçlanmayacağından ve çevreye olumlu bir katkıda bulunmayı da içerdiğinden, bu konu üzerinde düşünülmesi gerekmektedir. Avantaj elde etmek için yeşil pazarlama stratejisinin pazar bölümlendirme, yeşil bir ürün geliştirme ve konumlandırma, yeşil fiyat belirleme, yeşil lojistik uygulama ve doğru atık yönetimi, yeşil promosyon başlatma, yeşil ortaklıklar kurma ve proaktif bir yaklaşıma sahip olma gibi bazı temel önemli alanları ele alması gerekmektedir (Peattie, 1999).

Pazar bölümlendirme: Bir şirket, ilk etapta, fayda sağlamak için kullanılması gereken müşteri grubunu veya iş faaliyetini seçmelidir. Bazı şirketler, çevreye duyarlı müşteri gruplarına ulaşmak için çevre yanlısı medya aracılığıyla ürünlerini tanıtmayı tercih etmektedir (Staib, 2017).

Yeşil bir ürün geliştirme ve konumlandırma: Çoğu müşteri ürünün tasarımıyla ilgilenmektedir, çünkü birçok çevresel tehlike ürünün tasarım kısmında izlenebilmektedir. Bu nedenle, ürün tasarımında çevre ile uyumlu olacak şekilde gerekli değişiklikleri yapmak bir şirketin görevidir. Bu, yeni ürün geliştirmeye yatırım yapmayı ve yeni tasarımları ürünlere dahil etmenin yollarını aramayı gerektirebilmektedir. Ürünleri tasarladıktan veya geliştirdikten sonra uygun şekilde konumlandırılmaları gerekmektedir (Singh, 2004).

Yeşil fiyatların belirlenmesi: Fiyatlandırma faktörü, müşteri tarafından ödenen parasal değer olduğu için yeşil pazarlama stratejisinde önemli bir rol oynamaktadır. Müşteriler arasında, olumlu etkilerini göz önünde bulundurarak yeşil ürünler için yüksek bir fiyat ödeme eğilimi vardır. Öte yandan yeşil ürünler geliştirmek, araştırma ve geliştirme, atık yönetimi, geri dönüşüm ve diğer dış maliyetlerin bir araya getirilmesi açısından çok büyük miktarda para gerektirmektedir. Bu gerçeği göz önünde bulundurarak, bazı yeşil ürünler daha yüksek fiyatlara sahip olabilirken, diğerleri ise ambalaj maliyetlerinin düşürülmesi nedeniyle düşük işlem maliyetlerine sahip olabilmektedir (Keegan & Green, 2000).

Yeşil lojistik uygulaması ve doğru atık yönetimi: Yeşil bir pazarlama stratejisinin bir diğer önemli yönü, tedarik zincirinin ve girdileri çıktılarına dönüştürme sürecinin ele alınma şeklidir. Üreticiler tarafından tesis veya fabrikada çevre dostu üretim süreçlerinin oluşturulmasına özen gösterilmektedir. Malzemeyi doğru bir şekilde yönetmek, atıkların azaltılmasına ve kaynakların çevreden çıkarılmasına yardımcı olabilmektedir. Aslında, büyüyen endişenin en önemli alanlarından biri, atıkların ortadan kaldırılması olmuştur. Bir işletme, atıkların çevreye tehlikeli bir şekilde serbest bırakılmasını önlemelidir. Ticari firmalar, çevreye verilen zararları telafi etmek için etkili bir denge unsuru olarak atıkların geri dönüştürülmesinin önemini farkına varmaya başlamıştır (Arseculeratne & Yazdanifard, 2014).

Yeşil promosyonun başlatılması: Etkili yeşil promosyon, büyük ölçüde hedeflenen müşteri grubuna ulaşmak için doğru zamanda doğru araçların, kanalların ve mesajların seçilmesinin bir sonucudur. Propagandası yapılan şey işletmede uygulanmadığı sürece hiçbir promosyonun başarılı olamayacağı unutulmamalıdır. Basit bir dille ifade etmek gerekirse bu, konuşulanı yapmak, yani yapacağınızı söylediğiniz şeyi yapmak anlamına gelmektedir. Bu, bir işletmenin güvenilirliğinin müşteriler tarafından değerlendirildiği bir alandır. Geçmişte yeşil pazarlama stratejilerinde geri dönen temel kusurlardan biri, sözlerin eyleme dönüştürülmemesidir (De Bakker, 2009).

Yeşil ortaklıklar kurmak: Yeşil pazarlama hedeflerini gerçekleştirmek için diğer işletmelerle stratejik ortaklıklar kurmak şirketler için bir dayanak noktası haline gelmiştir. Bazı ticari firmaların uzmanlıktan yoksun olduğu veya yeşil bir pazarlama stratejisiyle başlamak için gerekli olumlu imaja sahip olmadığı gözlemlenebilmektedir. Hedeflerimizi ilerletmek için iş ortaklarıyla ittifaklar kurmak ideal bir çözüm olarak görülmektedir. Bu, ortakların çevreye duyarlılık konusunda kanıtlanmış bir geçmişe sahip olması durumunda işe yarayacaktır. Bu tür stratejik ortaklıklar, bilgi akışı veya paylaşımı ve kaynakların birleştirilmesi nedeniyle karşılıklı fayda sağlayacaktır (Zint & Frederick, 2001).

Yeşil pazarlamada proaktif yaklaşım: İşletmeler sürekli öğrenmenin ve müşterilerin değişen ihtiyaçlarına uyum sağlamanın değerini kabul etmeli-

dir. Yeni teknolojiler tanıtılmalı ve doğal kaynakları kullanmanın yeni yolları bulunmalıdır. Yeşil bir pazarlama stratejisini kullanan bir işletme, müşterilerinin daha önce ifade edilmemiş arzularını ve ihtiyaçlarını her zaman keşfetmek ve anlamak zorunda kalacaktır. Bu ihtiyaçların uyandırılması, karşılanması ve tatmin edilmesi gerekmektedir. Bir işletme, rekabet avantajı elde etmeye yönelik her çabasında, ekolojik standartlara uygun olması gerektiğinin farkında olmalıdır (Pickett, Kangun & Grove, 1995).

5. Yeşil Tüketici Davranışları

Yeşil tüketim, şimdiki ve gelecek nesiller için çevrenin korunmasıyla uyumlu bir tüketim şeklidir. Organik ürünlerin kullanımı, temiz ve yenilenebilir enerji, sıfır veya neredeyse sıfır etkiye sahip şirketler tarafından üretilen malların araştırılması gibi, çevre dostu davranışların benimsenmesi yoluyla, çevre sorunlarının ele alınması için tüketicilere sorumluluk veya ortak sorumluluk yükleyen bir kavramdır (Connolly & Prothero 2008).

Yeşil tüketiciler, yeşil endüstrinin arkasındaki motive edici güçtür. Çevreye yönelik endişe, tüketici değerlerini, yaşam tarzlarını ve yeşil ürünlerin satın alınmasını yönlendirmektedir. Schuhwerk ve Lefkoff-Hagius'a (1995) göre, çevresel faaliyetlerde bulunan bireylerin yeşil ürünleri satın alma olasılığı daha yüksektir. Yeşil tüketicileri hedeflemek şirketler için zorlayıcı olabilmektedir. Yeşil tüketiciler yalnızca yeşil ürünleri arzulamakla kalmamakta, aynı zamanda şirketlerin geri dönüşüm ve enerji verimliliği gibi yeşil uygulamalarla ilgilenmesini de istemektedir (Montague & Mukherjee, 2010).

Tüketicinin çevresel konulara bağlılık düzeyi, tutum ve davranışları yeşil pazarı bölümlere ayırmaktadır (Schuhwerk & Lefkoff-Hagius, 1995). Roper Organizasyonu, ABD'de *beş yeşil tüketici segmentini* sınıflandırmaktadır (Suplico, 2009). Birincisi, "*gerçek yeşil*" tüketiciler, eylemlerinin çevre üzerinde bir etkiye sahip olduğuna güçlü bir şekilde inanmaktadır. Yeşil ürünlere daha fazla yatırım yapmaya ve geri dönüşüm ve kompostlama gibi ekolojik faaliyetlere isteyerek katılmaktadır. Bunlar çevreye en duyarlı tüketici grubudur ve yeşil ürünleri yalnızca güvenilir, çevreye duyarlı şirketlerden satın alacaklarından emin olmak istemektedirler. İkincisi, "*dolar yeşili*" tüketiciler, daha pahalı yeşil ürünlere yatırım yapmakta, ancak çevresel faaliyetlerde bulunmaya istekli olmamaktadır. Bu tüketiciler yaşam tarzlarını korumak için sadece parasal yollarla çevresel faaliyetlerde bulunmaktadır. Üçüncüsü "*filizler*", çevresel düzenlemeleri destekleyen yeşil tüketicilerdir. Ancak, yeşil ürünlere daha fazla para harcama olasılıkları daha düşüktür. Dördüncüsü, "*sürekli şikâyet eden*" tüketiciler, çevre sorunlarını çözmenin kendi sorumlulukları olmadığına inanmaktadır. Bu tüketici grubu, daha yüksek maliyetlerden kaçınmak için yeşil ürünler yerine normal ürünleri tercih etmektedir. Son olarak, "*temel kahverengi*" kesim, hiçbir kişisel, ticari veya politik çabanın ekolojik sorunları çözemeyeceğine inanmaktadır (Suplico, 2009).

Yeşil tüketiciler, çevreyi koruyacak veya çevreye fayda sağlayacak ürünler isterler, ancak kaliteden ödün vermezler veya yaşam tarzlarını değiştirmezler (Montague & Mukherjee, 2010). Vermillion ve Peart'a (2010) göre, tüketicilerin bir ürünü yalnızca çevre dostu özellikleri nedeniyle satın alma olasılığı düşüktür. Bir ürün ayrıca güvenlik, sağlık veya maliyet etkinliği gibi ek bir fayda içermelidir. Benzer şekilde araştırmalar, tüketicilerin yeşil veya çevre dostu özellikler yerine uygunluk, bulunabilirlik, fiyat, kalite ve performans gibi ürün özelliklerinden ödün vermeyeceklerini göstermektedir. Bunun yerine, çoğu tüketicinin yeşil ürünleri satın almayı düşünmesi için yeşil ve yeşil olmayan ürünlerin bu özellikler bakımından eşdeğer kabul edilmesi gerekmektedir (Ginsberg & Bloom, 2004).

Birçok çalışma, bireylerin sürdürülebilir tüketime katılım motivasyonlarını analiz etmiştir (Abdulrazak & Quoquab, 2018; Kollmuss & Agyeman, 2002). De Carvalho vd. (2015) ve Jaca vd.'e (2018) göre, *yeşil tüketici motivasyonları* şu altı boyutta özetlenmektedir: intikam duygusu, bilgiye erişim, etiketleme ve akran baskısı, sağlık sorunları, kriz senaryoları ve döngüsel ekonomi. *Ödül duygusu boyutu*, bireylerin çevre üzerindeki etkilerini azaltan sorumlu kararlar aldıklarında hissedebilecekleri kişisel tatmini ifade etmektedir (Maiteny, 2002). *Bilgiye erişim* medya, internet ve çevresel farkındalığı teşvik eden çevresel zararlarla ilgili temel bilgi kaynaklarıyla ilgilidir (Navas-Sabater vd., 2002). *Etiketleme ve akran baskısı*, insanların tüketim alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkların topluluk üzerindeki etkisini ifade etmektedir. *Sağlık sorunları boyutu*, sağlık üzerindeki etkileri açısından sürdürülebilir ürünler satın almaya yönelik tutumları temsil etmektedir; bu tutumlar arasında organik gıda tüketmek ve et tüketimini azaltmak yer almaktadır. *Kriz senaryoları*, tüketicileri neyi nereden satın alacakları konusunda daha iyi seçimler yapmaya teşvik edebilecek bireysel veya bölgesel ekonomik zorluklarla çerçevelenmiş durumları temsil etmektedir. Son olarak, *döngüsel ekonomi boyutu*, özünde israftan kaçınma, kirlilik yaratan davranışları azaltma ve 3R ilkelerini (reduce-azaltma, reuse-yeniden kullanma ve recycle-geri dönüştürme) uygulama motivasyonu ile ilişkilidir (Ferdousi & Qiang, 2016).

Yeşil tüketiciler, çevre dostu ürünler edinmek, geri dönüştürmek, kaynakları korumak ve çevre dostu yeniliklerin benimsenmesiyle ilişkili ortak değerleri teşvik etmekle ilgilenmektedir (Jaca vd., 2018). Yeşil tüketiciler arasında yüksek derecede heterojenlik olmasına rağmen (Golob & Kronegger, 2019), firmaları sürdürülebilir ürünler ve yeşil stratejiler geliştirmeye de yönlendirebilirler (Ginsberg & Bloom, 2004). Çevre dostu tutumların, tüketicilerin tam olarak çevre dostu davranışlar sergilemeleri anlamına gelmediği de bilinmektedir (Kollmuss & Agyeman, 2002). Ayrıca, yeşil ürünlere para harcamaya ilişkin tüketim kararları, sürdürülebilir davranışları benimseme eğilimi ile tam olarak ilişkili olmayabilir (Devinney vd., 2010).

Son yıllarda yeşil talep çok yüksek seviyelere çıkmamış olsa da tüketiciler çevresel etkilerini azaltma konusunda daha istekli görünmekte ve firmalar da bu ihtiyaçları işlevsel değer önerileri sunacak şekilde daha iyi karşılayabilmektedir (Kotler, 2011). Tüketicilerin yeşil alternatifleri tercih etmeleri veya yaşam tarzlarını değiştirmeleri elbette çevresel ve sosyal açıdan daha faydalı olacaktır (Sheth vd., 2011). Bu, daha fazla yerel olarak üretilen malları satın almayı, arabaları daha az sıklıkta kullanmayı ve en düşük maliyetlere veya anlık memnuniyete odaklanmak yerine yaşam döngüleri boyunca çevresel maliyetleri en aza indiren malları satın almayı içerebilir (Wymer & Polonsky, 2015).

Sonuç

Çevresel açıdan sürdürülebilir ürün veya hizmetlerin başarılı bir şekilde geliştirilmesi ve üretilmesi, endüstriyel faaliyetlerin çevresel etkilerinin azaltılması ve daha temiz üretimin teşvik edilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Pazarlama bu süreç için temeldir, çünkü pazarlama girdileri ürün konseptlerinin ve tasarımının tanımlanması için gereklidir. Ayrıca, yeşil ürünler/hizmetler geliştirmek, bunlar pazarda yaygınlaşmadığı sürece çevresel sürdürülebilirlik açısından hiçbir işe yaramayacaktır. Pazarlama bu süreçte de çok önemlidir, çünkü tüketicilerle iletişim kurarak onların çevresel sürdürülebilirlik konusundaki farkındalıklarını arttırmak ve onları çevresel olarak sürdürülebilir ürün ve hizmetlerin faydaları hakkında bilgilendirmek suretiyle yeşil bir pazarın yaratılmasında kilit bir rol oynayabilir (Rex & Baumann, 2007). Dolayısıyla pazarlama hem temiz üretimin hem de sürdürülebilir tüketimin teşvik edilmesi için çok önemlidir.

Yeşil pazarlama, tüketicileri yeşil ürünler satın almaya teşvik ederek yeşil tüketim davranışını teşvik eder ve böylece kirlilik oluşumunu azaltır. Tüketicileri, küresel çevre üzerinde daha az etkisi olan yeşil ürünler satın alarak gezegenin geleceğine katkıda bulunmaya teşvik etmek önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Bu nedenle, birçok işletme, tüketicilerin marka tanınırlığını ve güvenini artırmak için yeşil pazarlama kullanımına ve yeşil ürünleri teşvik etmeye öncelik vermiş, bu da yeşil ürün satın alma niyetlerini teşvik etmiştir (Lin vd., 2017; Lai & Cheng, 2016). Ayrıca firmalar, çevresel riskini aktif olarak azaltmaya çalıştığını gösterecek şekilde müşterilerine dikte değer çabalar sunmalıdır.

Firmalar, yeşil ürünlerinin tüm içeriğini açıklarken şeffaf olmalı ve yeşil tüketiciler için sağlık faydalarını vurgulamalıdır. Firmalar, ürünlerin uzun ömürlü ve çevre dostu özelliklerini tüketicilerin dikkatine sunmalıdır. Pazarlamacılar, yeşil olmayan tüketicileri yeşil olmayan ürünleri kullanmanın çevresel zararları konusunda bilinçlendirmeli ve yeşil ürünleri alternatif olarak önermelidir. Pazarlamacılar yeşil tüketicilere gurur duygusu aşılamalıdır. Ayrıca yeşil ürün ve hizmet üreten firmalar, kârlarının bir kısmını araş-

tırma ve geliştirmeye ayırmalı ve yeşil ürün fiyatlarını düşürmede kendilerine yardımcı olacak yenilikçi fikirler ortaya koymalıdır. Bu, firmaların daha fazla müşteri çekmesine yardımcı olacaktır (Malyan & Duhan, 2018). Sonuç olarak, yeşil pazarlamanın uygulanması hem firmaların daha fazla kar elde etmelerini sağlayacak hem de sürdürülebilir tüketimi teşvik edecektir.

KAYNAKÇA

- Aaker, D. A. (1992). The value of brand equity. *Journal of Business Strategy*, 13(4), 27-32.
- Abdulrazak, S., & Quoquab, F. (2018). Exploring consumers' motivations for sustainable consumption: a self-deterministic approach. *Journal of International Consumer Marketing*, 30(1), 14-28.
- Agrawal, V. V., Ferguson, M., Toktay, L. B., & Thomas, V. M. (2012). Is leasing greener than selling? *Management Science*, 58(3), 523-533.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall, Englewood Cleffs, NJ.
- Ashby, T. (2001). Silicon island. *Harvard International Review*, 23(3), 14-18.
- Arseculeratne, D., & Yazdanifard, R. (2014). How green marketing can create a sustainable competitive advantage for a business. *International Business Research*, 7(1), 130-137.
- Atkinson, L., & Rosenthal, S. (2014). Signaling the green sell: The influence of eco-label source, argument specificity, and product involvement on consumer trust. *Journal of Advertising*, 43(1), 33-45.
- Baldwin, P. (1993). Advertisers beginning to see green. *The Dallas Morning News*, 56, 2-11.
- Chamorro, A., & Bañegil, T. M. (2006). Green marketing philosophy: a study of Spanish firms with ecolabels. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13(1), 11-24.
- Chan, R. Y. (2001). Determinants of Chinese consumers' green purchase behavior. *Psychology & Marketing*, 18(4), 389-413.
- Chang, K. C., Hsu, C. L., Hsu, Y. T., & Chen, M. C. (2019). How green marketing, perceived motives and incentives influence behavioral intentions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 336-345.
- Chen, Y. S. (2013). Towards green loyalty: driving from green perceived value, green satisfaction, and green trust. *Sustainable Development*, 21(5), 294-308.
- Chen, H. C., & Yang, C. H. (2019). Applying a multiple criteria decision-making approach to establishing green marketing audit criteria. *Journal of Cleaner Production*, 210, 256-265.
- Chiarello, K. (2005). Industry takes steps toward greener API manufacturing. *Pharmaceutical Technology* (2003), 29(11), 44-51.
- Chou, S. F., Horng, J. S., Liu, C. H. S., & Lin, J. Y. (2020). Identifying the critical factors of customer behavior: An integration perspective of marketing strategy and components of attitudes. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102113.

- Connolly, J., & Prothero, A. (2008). Green consumption: Life-politics, risk and contradictions. *Journal of Consumer Culture*, 8(1), 117-145.
- Cornelissen, G., Pandelaere, M., Warlop, L., & Dewitte, S. (2008). Positive cueing: Promoting sustainable consumer behavior by cueing common environmental behaviors as environmental. *International Journal of Research in Marketing*, 25(1), 46-55.
- Consumer Reports. (2007). *Consumer Reports Buying Guide 2008*. Consumer Reports Books.
- Dalton, M., Hoyle, D. G., & Watts, M. W. (2010). *Green Marketing Management*. South-Western College.
- Dangelico, R. M., & Vocalelli, D. (2017). "Green Marketing": An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 165, 1263-1279.
- Davis, J. J. (1994). Consumer response to corporate environmental advertising. *Journal of Consumer Marketing*, 11(2), 25-37.
- De Bakker, F. G. (2009). Book Review: Jennifer Howard-Grenville. *Corporate Culture and Environmental Practice: Making Change at a High-Technology Manufacturer*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2007. *Organization & Environment*, 22(2), 257-260.
- De Carvalho, B. L., de Fátima Salgueiro, M., & Rita, P. (2015). Consumer sustainability consciousness: A five dimensional construct. *Ecological Indicators*, 58, 402-410.
- Delafooz, N., Taleghani, M., & Nouri, B. (2014). Effect of green marketing on consumer purchase behavior. *QScience Connect*, 2014(1), 5.
- Devinney, T. M., Auger, P., & Eckhardt, G. M. (2010). *The myth of the ethical consumer hardback with DVD*. Cambridge University Press.
- D'Souza, C., Taghian, M., & Lamb, P. (2006). An empirical study on the influence of environmental labels on consumers. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(2), 162-173.
- D'Souza, C., Taghian, M., & Khosla, R. (2007). Examination of environmental beliefs and its impact on the influence of price, quality and demographic characteristics with respect to green purchase intention. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 15, 69-78.
- Easterling, D., Kenworthy, A., & Nemzoff, R. (1996). The greening of advertising: a twenty-five year look at environmental advertising. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 4(1), 20-34.
- Eren-Erdogmus, İ., Lak, H. S., & Çiçek, M. (2016). Attractive or credible celebrities: Who endorses green products better? *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 587-594.
- Ferdousi, F., & Qiang, D. (2016). Implementing circular economy and its impact on consumer ecological behavior. *Journal on Innovation and Sustainability RI-SUS*, 7(1), 3-10.

- Fox, A. (2007). Corporate social responsibility pays off. *HR magazine*, 52(8), 42.
- Fraj, E., & Martinez, E. (2007). Ecological consumer behaviour: an empirical analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 31(1), 26-33.
- Frank-Martin, B., & Peattie, K. J. (2009). *Sustainability marketing: a global perspective*. Wiley.
- Ginsberg, J. M., & Bloom, P. N. (2004). Choosing the right green marketing strategy. *MIT Sloan Management Review*, 46(1), 79-84.
- Golob, U., & Kronegger, L. (2019). Environmental consciousness of European consumers: A segmentation-based study. *Journal of Cleaner Production*, 221, 1-9.
- Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (1997). A review of innovation research in economics, sociology and technology management. *Omega*, 25(1), 15-28.
- Grundey, D., & Zaharia, R. M. (2008). Sustainable incentives in marketing and strategic greening: The cases of Lithuania and Romania. *Technological and Economic Development of Economy*, 14(2), 130-143.
- Hart, S. L., & Milstein, M. B. (1999). Global sustainability and the creative destruction of industries. *MIT Sloan Management Review*, 41(1), 23.
- Hartmann, P., Ibanez, V. A., & Sainz, F. J. F. (2005). Green branding effects on attitude: Functional versus emotional positioning strategies. *Marketing Intelligence ve Planning*, 23(1), 9-29.
- Henion, K. E., & Kinnear, T. C. (1976). A guide to ecological marketing. *Ecological Marketing*. Columbus, Ohio: American Marketing Association.
- Hong, Z., & Guo, X. (2019). Green product supply chain contracts considering environmental responsibilities. *Omega*, 83, 155-166.
- Jaca, C., Prieto-Sandoval, V., Psomas, E. L., & Ormazabal, M. (2018). What should consumer organizations do to drive environmental sustainability? *Journal of Cleaner Production*, 181, 201-208.
- Keegan, W. J., & Green, M. S. (2000). *Global marketing* (2nd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kilbourne, W. E. (1998). Green marketing: A theoretical perspective. *Journal of Marketing Management*, 14(6), 641-655.
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the gap: why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239-260.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2010). *Principles of marketing*. Pearson Education India.
- Kotler, P. (2011). Reinventing marketing to manage the environmental imperative. *Journal of Marketing*, 75(4), 132-135.
- Lai, C. K., & Cheng, E. W. (2016). Green purchase behavior of undergraduate students in Hong Kong. *The Social Science Journal*, 53(1), 67-76.

- Laroche, M., Bergeron, J., & Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products. *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), 503-520.
- Lin, J., Lobo, A., & Leckie, C. (2017). The role of benefits and transparency in shaping consumers' green perceived value, self-brand connection and brand loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 133-141.
- Maiteny, P. T. (2002). Mind in the Gap: summary of research exploring 'inner' influences on pro-sustainability learning and behaviour. *Environmental Education Research*, 8(3), 299-306.
- Malyan, R. S., & Duhan, P. (2018). Green marketing: The next marketing revolution. In *Green consumerism: Perspectives, sustainability, and behavior* (pp. 3-21). Apple Academic Press.
- Menon, A., & Menon, A. (1997). Enviropreneurial marketing strategy: The emergence of corporate environmentalism as market strategy. *Journal of Marketing*, 61(1), 51-67.
- Montague, J., & Mukherjee, A. (2010). Marketing green products: what really matters?. *Proceedings of the Northeast Business & Economics Association*, 433-441.
- Nadaf, Y. B. R., & Nadaf, S. M. (2014). Green marketing: challenges and strategies for Indian companies in 21st century. *International Journal of Research in Business Management*, 2(5), 91-104.
- Navas-Sabater, J., Dymond, A., & Juntunen, N. (2002). *Telecommunications and information services for the poor: Toward a strategy for universal access*. Washington, DC: World Bank.
- Ottman, J., & Books, N. B. (1998). Green marketing: opportunity for innovation. *The Journal of Sustainable Product Design*, 60(7), 136-667.
- Ottman, J. A., Stafford, E. R., & Hartman, C. L. (2008). Avoiding green marketing myopia. *Environmental Management: Readings and Cases*, 48, 296.
- Peattie, K. (1999). Shifting to a Greener Paradigm. In Charter, M., & Polonsky, M. (Eds.), *Greener marketing, A Global Perspective on Greening Marketing practice*. Greenleaf Publishing.
- Peattie, K. (2001). Golden goose or wild goose? The hunt for the green consumer. *Business Strategy and the Environment*, 10(4), 187-199.
- Peattie, K. (2011). Towards sustainability: achieving marketing transformation-a retrospective comment. *Social Business*, 1(1), 85-104.
- Pickett, G. M., Kangun, N., & Grove, S. J. (1995). An examination of the conserving consumer: implications for public policy formation in promoting conservation behavior. *Environmental Marketing: Strategies, Practice, Theory, and Research*, The Haworth Press, New York, NY, 77-99.
- Rahbar, E., & Wahid, N. A. (2011). Investigation of green marketing tools' effect on consumers' purchase behavior. *Business Strategy Series*, 12(2), 73-83.

- Rex, E., & Baumann, H. (2007). Beyond ecolabels: what green marketing can learn from conventional marketing. *Journal of Cleaner Production*, 15(6), 567-576.
- Sammer, K., & Wüstenhagen, R. (2006). The influence of eco-labelling on consumer behaviour—Results of a discrete choice analysis for washing machines. *Business Strategy and the Environment*, 15(3), 185-199.
- Schoell, W.F., & Gultinan, J.P. (1993). *Marketing Essentials*. Allyn and Bacon, Boston.
- Schuhwerk, M. E., & Lefkoff-Hagius, R. (1995). Green or non-green? Does type of appeal matter when advertising a green product? *Journal of Advertising*, 24(2), 45-54.
- Singh, S. (2004). *Market orientation, corporate culture and business performance*. Gower Publishing, Ltd.
- Sheth, J. N., Sethia, N. K., & Srinivas, S. (2011). Mindful consumption: A customer-centric approach to sustainability. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 21-39.
- Staib, R. (2017). *Business management and environmental stewardship: environmental thinking as a prelude to management action*. Red Globe Press.
- Sreen, N., Purbey, S., & Sadarangani, P. (2018). Impact of culture, behavior and gender on green purchase intention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 41, 177-189.
- Suplico, L.T. (2009). Impact of green marketing on the students' purchase decision. *Journal of International Business Research*, 8(2), 71-81.
- Vermillion, L.J., & Peart, J. (2010). Green marketing: making sense of the situation. *Allied Academies International Conference: Proceedings of the Academy of Marketing Studies*, 15 (1), 68-72.
- Watkins, K. (2007). Human development report 2007/8. Fighting climate change: Human solidarity in a divided world. *Fighting Climate Change: Human Solidarity in a Divided World* (November 27, 2007). UNDP-HDRO Human Development Report.
- Wymer, W., & Polonsky, M. J. (2015). The limitations and potentialities of green marketing. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 27(3), 239-262.
- Zint, M., & Frederick, R. (2001). Marketing and Advertising a 'Deep Green' Company: The Case of Patagonia, Inc. *Journal of Corporate Citizenship*, (1), 93-113.

Bölüm 10

MAKRO VERGİ PLANLAMA ARACI OLARAK YENİDEN DEĞERLEME ORANININ VERGİLEMEDE ÖLÇÜLÜLÜK İLKESİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Hakan ARSLANER¹

Deniz ÇİÇEK²



¹ Doç. Dr., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Maliye Bölümü

² Doktorant, Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

GİRİŞ

Mal ve hizmetlerin fiyatlar genel seviyesinde sürekli olarak artış göstermesini ifade eden enflasyon Mart 2019 yılında baş gösteren Covid-19 Pandemi süreci ile birlikte tüm dünya ülkelerini etkisi altına almıştır. Küreselleşmeyle birlikte dünya ülkelerinin birbirlerine görünmez sicimlerle bağlı olması sonucunda bir fiyat istikrarsızlığı olan enflasyon aynı anda ülkelerin ekonomilerinde genel olarak ortaya çıkmıştır. Müdahaleci devlet anlayışının artması sonucunda ekonomi kamu gücünün eline geçmiş ve iktisadi hayatı diri tutmak için ülke yönetimleri üretim faktörlerine teşvikler ve sübvansiyonlar vermiştir. Sözü edilen bu durum Leviathan devlet modelinin genişlemesine ve kamu harcamalarının giderek artış göstermesine sebep olmuştur. Türkiye’de devletin ürettiği gerek para gerekse de maliye politikaları, para ikamesi, ithalata bağlılık ve ithal girdilerin yüksek paya sahip olması sonucunda maliyetlerin artması, düşük gelirliilerin tüketimlerinin artış göstermesi, stoklama gibi etkenler ülkemizdeki enflasyonun etkisinin her an hissedilebilir bir seviyeye çıkmasına kaynaklık etmiştir.

Yaşanan tüm bu süreçler ile birlikte bütçe açığının artış göstermesi devlet maliyesini olumsuz yönde etkilemiştir. Kamu maliyesinin politika çatışmasının sonucunda da yükselen enflasyon Olivera-Tanzi etkisinin oluşmasına sebep olmuştur. Söz konusu bu etki giderek devlet bütçesinin daha da yüksek bir maliyete katlanmasına yol açmıştır. Enflasyonun gelir üzerindeki oluşturduğu aşınmayı önleyebilmek için ana koruma aracı olarak enflasyon düzeltilmesi ve kısmi koruma aracı olarak ise yeniden değerlendirme oranı geliştirilmiştir.

İşletmelerin enflasyon muhasebesini oluşturan enflasyon düzeltilmesi Vergi Usul Kanunu’nun mükerrer 298/1 maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre, “Mali tablolarla yer alan parasal olmayan kıymetler için kazançlarını bilanço esasına göre tespit eden gelir ve kurumlar vergisi mükellefleri fiyat endeksindeki artışın, içinde bulunulan dönem dâhil son üç hesap döneminde %100’den ve içinde bulunulan hesap döneminde %10’dan fazla olması halinde mali tablolarını enflasyon düzeltilmesine tabi tutarlar”. Buna karşın 7352 sayılı Kanun geçici madde 33’te “Geçici vergi dönemleri de dâhil olmak üzere 2021 ve 2022 hesap dönemleri ile 2023 hesap dönemi geçici vergi dönemlerinde mükerrer 298 inci madde kapsamındaki enflasyon düzeltilmesine ilişkin şartların oluşup oluşmadığına bakılmaksızın mali tablolar enflasyon düzeltilmesine tabi tutulmaz”. Dolayısıyla burada bahsedilen geçici madde ile birlikte devlet enflasyona karşı ana koruma aracı olan enflasyon düzeltilmesini şartların oluşmaması sebebiyle uygulamaya koymamıştır.

Bir diğer vergilendirme sahasında bulunan parasal unsurların reel değerini korumaya yönelik geliştirilen önlem yeniden değerlendirme oranıdır. Yeniden değerlendirme oranı Vergi Usul Kanunu’nun mükerrer 298/9-B’de açıklan-

mıştır. Buna göre, yeniden değerlendirme oranı, “Yeniden değerlendirme yapılacak yılın Ekim ayında (Ekim ayı dâhil) bir önceki yılın aynı dönemine göre Üretici Fiyat Endeksi’nde meydana gelen ortalama fiyat artış oranıdır” şeklinde hükmedilmiştir. Yüksek enflasyonun yaşandığı dönemlerde yeniden değerlendirme oranı en önemli üretim faktörleri olan emek ve sermayeyi doğrudan bir şekilde etkilemektedir.

Çünkü bazı vergiler, ceza, harç, tarife ve birçok önemli kalemlerde gerçekleşen yıllık artışlarda yeniden değerlendirme oranı esas alınmaktadır. Yani yeniden değerlendirme oranı bir sonraki yıl için uygulanacak kurumların ve hane halkının ödeyeceği pek çok vergi ve vergisel sorumluluklarda gerçekleşecek olan artışta temel alınan bir referanstır. Yüksek enflasyon ile birlikte kamu harcamalarının finansman aracı, kamu gelirlerinin gerçek değeri kaybolduğu için kullanılan yeniden değerlendirme oranı ile birlikte vergi, harç ve cezalar söz konusu oran kadar artış gösterilerek devletin kasasına intikal etmektedir. Dolayısıyla bu açıdan bakıldığında yeniden değerlendirme oranı mükellefi değil devletin gelirini koruyan bir makro planlama aracıdır. Yeniden değerlendirme oranı otomatik olarak üretici fiyat endeksine bağlandığı için fiyatlar genel seviyesinde yaşanan sürekli artış ardında yeniden değerlendirme oranının yükselmesini söz konusu bu yükselme ile birlikte de vergi ve vergisel pek çok yükümlülüklerin de yeniden değerlendirme oranı kadar artmasına sebep olmaktadır.

Yüksek enflasyon gelir vergisinde yer alan tüm gelir unsurlarında, sermayenin elde etmiş olduğu gelirden ve servet değerlerindeki suni artış sonucunda mükelleflerin mali gücüne uygun olmayan bir şekilde vergi ödemesine sebep olmaktadır. Bu da modern vergi kaynakları üzerindeki enflasyonun yarattığı olumsuz etki giderilmeden bir de yeniden değerlendirme oranında gerçekleşen fafiş artışla üretim faktörlerinin daha da fazla gerçek olmayan değer üzerinden vergilendirilmesi anlamına gelmektedir.

Yeniden değerlendirme oranı, Anayasa’nın 73/4 maddesi gereğince yürütme organı tarafından belirlenmektedir. Söz konusu oranda makul bir artışın sağlanmaması demek mükellefin daha da fazla mal varlığının, gelirinin ve mülkiyet hakkının ihlal edilmesi anlamına gelmektedir. Vergilerin mükelleflerin temel hak ve özgürlüklerinde de tahribat yaratacak kadar ezici güce sahip olmaması sağlanmalıdır. Devlet aldığı vergiler ile zaten mükelleflerin temel hak ve özgürlüklerini sınırlandırmaktadır. Bu sınırlamanın seviyesini de ölçülülük ilkesi belirlemektedir. Vergilemede ölçülülük ilkesinin anatomik yapısıyla yürütme organının belirlediği yeniden değerlendirme oranındaki artışın bir araya getirilmesi sonucunda bir dengenin oluşturulması vergilendirme süreci için büyük bir öneme sahiptir. Devletin yeniden değerlendirme oranını sadece makro vergi planlama aracı olarak değil aynı zamanda mükellefin mal varlığını veya gelirini koruyan makul bir oranda uygulanan müessese olmasını sağlaması gerekmektedir. Bunu da sağlarken yeniden değerlendirme oranı, üretici fiyat endeksine bağlı olduğu için soruna tabandan başlanarak öncelik-

li olarak enflasyon ile mücadelede etkin bir politika izlemelidir. Üretici fiyat endeksine bağlı olarak yeniden değerlendirme oranında meydana gelen artışın hem kamu alacaklısının hem de kamu borçlusunun çıkarlarını gözeterek bir denge oluşturacak şekilde yürütme organı tarafından belirlenmesi gerekliliğinin vergilemede ölçülülük ilkesi açısından değerlendirilmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde, yeniden değerlendirme oranı, ülke içi vergilendirmeyi ilgilendiren bir unsur olduğu için genel olarak son zamanlarda ülkemizdeki fiyat istikrarsızlıklarından biri olan enflasyonun güncel durumu üzerine açıklamalar yapılmıştır. Aynı zamanda enflasyonun kamu maliyesi üzerindeki etkisi gözetilerek, üretici fiyat endeksinde meydana gelen değişimin otomatik olarak yeniden değerlendirme oranını etkilemesi nedeniyle enflasyon ve yeniden değerlendirme oranı arasındaki ilişki incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, yeniden değerlendirme oranı kavramının tanımı ve tarihi gelişimi üzerinde durulmuştur. Bunun yanı sıra yeniden değerlendirme oranının devlet maliyesi içerisindeki yeri ve önemi vurgulanmıştır. Üretici fiyat endeksi ve yeniden değerlendirme oranının yıllar itibarıyla istatistikî veriler karşılaştırılarak aslında birbirine doğrudan bir şekilde bağlı olan iki unsur olduğu açıklanmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, yeniden değerlendirme oranının vergi kanunları içerisindeki yeri ve önemi, hangi vergisel yükümlülüklerle uygulandığı ve Cumhurbaşkanının Anayasada kendisine tanınan yetkiyi kullanması sonucunda yeniden değerlendirme oranında daha da ek bir artışın söz konusu olduğu vurgulanmıştır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde ise birinci bölümde bahsedildiği üzere Türkiye’de son zamanlarda yaşanan konjonktürel dalgalanmanın etkisiyle maliyet enflasyonunda yukarı yönlü yaşanan yükseliş sonucunda üretici fiyat endeksinde yüksek artışlar meydana gelmiştir. Üretici fiyat endeksinde oluşan artışlar devletin vergi hasılatını koruma altına almak için kullandığı makro planlama araçlarından birisi olan yeniden değerlendirme oranının aynı doğrultuda yükselmesine sebep olmuştur. Bu açıdan bakıldığında aslında üretici fiyat endeksinde gerçekleşen artışların pek tabi olarak yeniden değerlendirme oranına yansması doğaldır. Ancak çalışmanın dördüncü bölümünde Cumhurbaşkanlığı tarafından belirlenen yeniden değerlendirme oranı için yürütme organının takdir yetkisinin vergi mükelleflerinin ekonomik ve mülkiyet haklarını ihlal edici bir çizgide olmaması gerektiği üzerine dikkat çekilmiştir. Söz konusu dikkatin vergilemede ölçülülük ilkesi üzerinden değerlendirilmesi yapılmıştır.

1. ENFLASYON VE YENİDEN DEĞERLEME ORANI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Fiyatlar genel seviyesindeki sürekli artış olarak tanımlanan enflasyon sonucunda mal ve hizmetlerin içerisine gizlenen KDV'nin daha fazla miktarda fiili mükellef olan tüketicilere yansması söz konusu olmaktadır. Enflasyon, Türk vergi sisteminde mali anestezinin görüldüğü özellikle KDV ve ÖTV gibi dolaylı vergilerin yanı sıra gelir ve servet üzerinden alınan dolaysız vergilerde de aşırı vergilendirmeye neden olmaktadır.

Zira enflasyonun şiddetinin artması özellikle Olivera-Tanzi etkisinin en çok yaşandığı gelir ve servet üzerinden alınan vergi gelirlerinin reel değerinin düşmesine sebep olmaktadır. Türkiye'de son yıllarda yaşanan yüksek enflasyon kamu gelirlerinin reel değerinin aşınmasına ve bunun sonucunda bütçe açıklarının giderek artış göstermesine neden olmuştur (Abdioğlu ve Terzi, 2009: 196). Enflasyon ile birlikte çoğu işletme, reel gelir vergisi sistemi altında eskiye nazaran daha fazla vergi ödeyecektir (Aaron, 1976: 195). Vergilendirilebilir gelir ve vergi yükümlülüğüne ulaşmak için vergi harcamaları olan muafiyetler, indirimler ve istisnalar uygulanarak safi hasılatla ulaşılmaktadır. Safi hasılatı ifade eden vergi matrahına ulaşmak için yapılan vergi harcamalarının yüksek enflasyon dönemlerinde pek bir anlamı kalmamaktadır. Devletin sosyo- ekonomik hayata müdahale etmek amacıyla tahsil etmekten vazgeçtiği vergiler sebebiyle yaşanan hasılat kayıplarını ifade eden vergi harcamaları ve diğer büyüklüklerin gerçek değeri fiyatlar yükseldiğinde azalır. Enflasyon hem bireyler hem de kurumlar üzerindeki gelir vergisi yükümlüklerini açık bir şekilde artırmaktadır (Aaron, 1976: 196).

Yüksek enflasyon her zaman büyük mali açıklarla ilişkilidir. Enflasyon dönemlerinde kamu gelirlerinin reel değeri azalmakta ve gelirden bağımsız otonom karakterde olan kamu harcamalarının yapılmasının ülkelerin sosyal devlet ilkesi gereğince devam etmesi de devletin bütçe açıklarının artış göstermesine sebep olmaktadır. Yüksek enflasyon koşulları fiyatlar genel seviyesinin enflasyon oranlarında sıçrama yaşamasına neden olmaktadır. Bu da hem devletin kamu gelirlerinin hem de mükellefin elde etmiş olduğu gelirlerin değerini etkilemektedir (Bruno, 1995: 37).

Enflasyon dönemlerinde paranın değer saklama aracı olma özelliği yitirilmede para sadece değişim aracı olarak kullanılmaktadır. Enflasyonun şiddeti arttıkça deyim yerindeyse paranın pul haline gelmesiyle işletmelerde, hane halkında değeri ve karşılığı gerçek olmayan bir nakdin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.

Enflasyonist dönemlerde bütçe açığının artış göstermesi sonucunda devlet bu açığı kapatmak için yeni gelir kaynakları bulma arayışına girmektedir. Devlet piyasalardan borçlanma yoluna gidebilir ki bu da uzun vadede yine enflasyonun şiddetini artıran bir sebep olarak karşımıza çıkmaktadır (Öncel, 1995: 491).

Enflasyonist dönemlerde ücretlilerin elde ettiği gelir üzerinde mali sürüklenmenin yaşanması sebebiyle toplam talep azalmaktadır. Türk vergi sistemi içerisinde artan oranlı bir yapıya sahip ve vergi tabanı geniş olan gelir vergisinde enflasyon dönemlerinde mükellefler satın alım güçleri artmamasına rağmen paranın nominal değerinin artmasından dolayı bir üst tarife diliminden vergilendirilmektedir. Ayrıca vergi matrahına ulaşmak için yapılan vergi harcamalarının da enflasyon dönemlerinde pek bir anlamı kalmamakta ve esas ulaşılması gereken amaca hizmet edememektedir (Yavaşlar, 2022: 9).

Gelir vergisinin meşruiyet zemini ödeme gücü ilkesidir. Ödeme gücünün göstergesi de gelirin kendisidir. Dolayısıyla yüksek enflasyon dönemlerinde nominal gelir miktarı ödeme gücü ilkesi için gerçek bir anlam ifade etmez. Artan oranlı vergiler, mükelleflerin ödeme güçlerindeki ve vergi hasılatının iktisadi koşullardaki değişimini yakından takip edebilme gücünü yansıtan vergilemenin esneklik ilkesine hizmet etmektedir. Bu yüzden artan oranlı tarife yapısına sahip vergiler konjonktürle mücadeleyi kolaylaştırmaktadır (Saraç ve Eroğlu, 2021: 26).

Buna karşın vergilemede dikey adaleti, bölüşümde etkinliği sağlama gücü yüksek olan artan oranlı vergi tarife yapısına sahip gelir vergisi enflasyona karşı üretilen çözüm yollarını geriden takip etmesi sonucunda verginin otomatik stabilizatör olma özelliği ortadan kaybolmaktadır. Yine enflasyonist dönemde sermayenin elde etmiş olduğu gelir de görünüşte gelirdir. Dolayısıyla enflasyon dönemlerinde mali güce göre vergi alınması ilkesi konjonktürün içinde bulunduğu durum itibarıyla ihlal edilmiş olmaktadır. Zira mali güce göre vergi alınması demek nominal değer üzerinden değil gerçek değer üzerinden verginin alınması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Öte yandan defter tutmak zorunda olan vergi mükellefleri nominal değerler üzerinden defterlerini tutmakta ve enflasyon nedeniyle ortaya çıkan paranın satın alma gücündeki kayıp mali tablolara yansımamaktadır. Bu durumu gelir ve kurumlar vergisi açısından değerlendirdiğimizde asıl elde edilmesi gereken gerçek gelir yerine sermayenin ya da mal üzerinden yani özün vergilendirilmesi şeklinde ortaya çıktığı görülmektedir (Yavaşlar, 2022: 9). Bu durumu sadece gelir ve kurumlar vergileri üzerinden sınırlandırmak pek tabi hatalı bir sonuca sürüklenmemize sebebiyet vermektedir. Bunların yanına servet vergileri ve dolaylı vergiler, cezalar ve de birçok diğer yükümlülükleri de eklememiz gerekmektedir. Yüksek enflasyon ile birlikte servete dair malların da fiyatları artmaktadır. Fakat bu artış servet unsurlarının gerçek değerinin artması anlamına gelmemektedir. Servet vergilerinde matrah servetin nominal değeri olduğu için enflasyon arındırması yapılması gerekmektedir. Aksi takdirde mükelleflerinin sahip olmadıkları mali güç üzerinden vergilendirilmesi söz konusu olacaktır (Yavaşlar, 2022: 10). Fiyat istikrarsızlıklarından biri olan enflasyon mükellefin yapmış olduğu politikalar sonucunda ekonomide var olmamaktadır. Yani bu süreçte yüksek enflasyonun ortaya çık-

masında ve büyümesinde pasif kalan taraf vergi borçlusu olan mükelleflerdir.

Türkiye için konuştuğumuzda devletin yapmış olduğu işsizliği önlemek için uygulanan gerek para gerekse de maliye politikaları, maliye politikasında tanı ve karar alma süreçlerindeki gecikmeler, dolarizasyon, ithal girdilerin yüksek paya sahip olması sebebiyle maliyetlerin artması, enflasyon dönemlerinde düşük gelirlilerin marjinal tüketim eğilimlerinin artış göstermesi, stoklama sebebiyle talebin artması gibi sebepler enflasyon oranlarının daha da şiddetlenmesine sebep olmuştur (Eğilmez, 2020: 148).

Enflasyon ile istihdam ya da deflasyon ile işsizlik arasında ters yönlü nedensel bir ilişkiyi gösteren Philips eğrisi istihdamın iniş ve çıkışlarının enflasyon nedeniyle fiyatlardaki artışın etkileri olduğunu açıklamaktadır (Ahiakpor, 2009: 148). Yüksek enflasyonun olduğu dönemlerde enflasyonun dizginlenmesi yönünde yapılan politikalar, işsizliğin daha çok artış göstermesine neden olmaktadır. Bugün Türkiye'nin de durgunluğu giderici yönde uyguladığı politikaların cevabını oluşturan sebep tam da budur. Oysa burada dikkat edilmesi gereken unsur enflasyonla mücadeleyi tamamen terk etmeden vaktinde yapılacak olan yapısal reformlarla hem enflasyon hem de durgunluğun artmasının önüne geçilmesi gerektiğidir (Eğilmez, 2022a).

Bununla birlikte pek tabi dış etkenler de enflasyon oranlarının giderek artış göstermesine neden olmuştur. Örneğin, 2019 yılında baş gösteren Covid-19 Pandemi süreciyle birlikte Türkiye gibi diğer ülkeler de küresel bir enflasyon krizi altına girmiştir (Eğilmez, 2020: 149). Enflasyonist dönemlerde ücretlilerin nominal gelirinin artması sonucunda artan oranlı vergi tarife yapısına sahip vergilerde giderek daha yüksek vergi oranlarına ve dolayısıyla daha fazla vergi ödemelerini ifade eden mali sürüklenmeyle birlikte mükelleflerin reel geliri azalmaktadır (Şanver ve Saygı, 2019: 1066).

Yani yüksek enflasyon dönemlerinde gelirden balon bir artış meydana gelmekte ancak bu söz konusu artışın gerçek bir karşılığı bulunmamaktadır. Mali sürüklenmeye maruz kalan mükelleflerin reel geliri artmadığı halde daha fazla vergi ödedikleri için harcanabilir geliri azalmaktadır. Bu durumun vergi alacaklısı devletin iradi bir müdahalesi sonucunda çözülmesi mümkündür.

Enflasyona karşı devlet kamu gelirlerinin reel değerini koruma altına almak için vergi bazı makro planlamaya dayalı önlemler geliştirmiştir. Bu önlemlerden bir tanesi de kamu gelirlerinin güncel değerini koruyan ve enflasyona karşı kısmi makro planlama aracı olan yeniden değerlendirme oranıdır. Vergi Usul Kanunu'nun Mükerrer 298. maddesine göre yeniden değerlendirme oranı, yeniden değerlendirme yapılacak yılın Ekim ayında (Ekim ayı dâhil) bir önceki yılın aynı dönemine göre Üretici Fiyat Endeksi'nde meydana gelen ortalama fiyat artış oranıdır.

Yeniden değerlendirme oranı vergi, harç, ceza, tarife ve benzeri kalemlere ilişkin maktu tutarlardaki yıllık artış ve yıllık zam oranını ifade etmektedir. Buradan bakıldığında aslında yeniden değerlendirme oranı hazineye intikal eden kamu gelirlerini enflasyona karşı paranın görünüşte artışını reel değere getirmeye yönelik yapılan bir politikadır. Böylece artış gösteren yeniden değerlendirme oranı kadar vergilendirmeye ilişkin kalemlerde mükellefler daha fazla borçlu konumunda olmaktadır. Türk vergi sistemi içerisinde yer alan vergilemede adalet ilkesine hizmet eden gelir vergisinin tüm unsurları, emlak vergisi matrahı, motorlu taşıtlar vergisi, maktu harçlar ve damga vergisi, idari ve adli para cezaları gibi birçok vergisel unsurların bedellerinin belirlenmesinde yeniden değerlendirme oranı referans olarak kullanılmaktadır (Karakoç, 2020: 255).

2. YENİDEN DEĞERLEME ORANI KAVRAMININ KAPSAMI VE ÖNEMİ

Yeniden değerlendirme kavramı, ekonomide para, işletmede enflasyon muhasebesi ve vergileme sahasında ise pek çok değişik anlamlarda kullanılmaktadır (Tuncer, 1984: 96). Yeniden değerlemenin sözlük anlamı, işletmelerde bulunan daha öncesinde değerlendirilmiş maddi ve gayri maddi iktisadi kıymetlerin koşulların değişmesiyle birlikte yeniden değerlendirilmesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Tuncer, 1984: 98).

Yeniden değerlemenin temel amacı, devletin emanet yöntemiyle toplamış olduğu kamu gelirlerinin ve vergi matrahına ulaşmak için uygulanan vergi harcamalarının miktarını o günün şartlarına güncellemektir. Dolayısıyla yeniden değerlendirme vergileme sürecinin özellikle tarh aşamasını içerisine alan bir süreci kapsamaktadır. Vergileme süreci, mükelleflerin vergi yükünü hafifletmeye çalışan mikro vergi planlaması ile devletin vergi hasılatını korumaya ve fiili vergi hasılatını potansiyel vergi hasılatına yaklaştırmaya çalışan makro vergi planlaması arasında gerçekleşen çatışmayı kapsamaktadır. Söz konusu vergileme süreci içerisine bir de yüksek enflasyon girdiğinde bu çatışma kendisini çok daha belirgin olarak göstermektedir.

Bu sebeple Türk vergi sistemi içerisine enflasyonun olumsuz etkilerinden korunmak amacıyla getirilen önlemlerden biri enflasyon düzeltmesi bir diğeri ise enflasyonu kısmi olarak dikkate almamızı sağlayan yeniden değerlendirme oranıdır (Bingöl, 2022). Enflasyonun vergilendirme üzerinde yarattığı olumsuz etkileri gidermek için yapılan ana düzenleme Vergi Usul Kanunu'nun Mükerrer 298. maddesinde açıklanan enflasyon düzeltmesidir. Buna göre, mali tablolarda yer alan parasal olmayan kıymetler için kazançlarını bilanço esasına göre tespit eden gelir ve kurumlar vergisi mükellefleri fiyat endeksindeki artışın, içinde bulunulan dönem dâhil son üç hesap döneminde %100'den ve içinde bulunulan hesap döneminde %10'dan fazla olması halinde mali tablolarını enflasyon düzeltmesine tabi tutarlar. Enflasyon düzeltmesi uygulaması

her iki şartın gerçekleşmemesi halinde sona erer. Bu maddeden anlaşılacağı üzere enflasyon düzeltilmesi kazançlarını bilanço esasına göre tespit eden gelir ve kurumlar vergisi mükellefleri tarafından yapılmaktadır. Aynı zamanda enflasyon düzeltilmesi yalnızca parasal olmayan kıymetler için yapılmaktadır. Mezkûr kanunun anılan maddesinin devamında parasal olmayan kıymetler; parasal kıymetler dışındaki, parasal kıymetler ise Türk lirasının değerindeki değişimler karşısında nominal değerleri aynı kaldığı halde satın alma güçleri fiyat hareketleri ters yönde değişen kıymetleri ifade ettiği hükmedilmiştir.

Enflasyon düzeltilmesinin yapılmaması demek defter tutmak zorunda olan vergi mükelleflerinin muhasebe işlemlerinde sahte şişirilmiş değerlerin bulunması anlamına gelmektedir (Yavaşlar, 2022: 11). Bu da mükelleflerin vergiye karşı verdiği aktif tepkilerden birisi olan vergi kaçırma eyleminin artmasına kaynaklık etmektedir. Bahsi geçen etkenler vergi potansiyelini ve fiili vergi hasılatını etkileyen bir domino taşı etkisi yaratmaktadır.

7352 sayılı Kanun geçici madde 33'te "Geçici vergi dönemleri de dâhil olmak üzere 2021 ve 2022 hesap dönemleri ile 2023 hesap dönemi geçici vergi dönemlerinde mükerrer 298 inci madde kapsamındaki enflasyon düzeltilmesine ilişkin şartların oluşup oluşmadığına bakılmaksızın mali tablolar enflasyon düzeltilmesine tabi tutulmaz" şeklinde hükmedilmiştir. Burada bahsedilen geçici madde ile birlikte devlet enflasyona karşı ana koruma aracı olan enflasyon düzeltilmesini şartların oluşmaması sebebiyle uygulamaya koymamıştır. Dolayısıyla devlet parasal değerleri enflasyona karşı koruma yollarından biri olan enflasyon düzeltilmesi yerine bir diğeri enflasyonu kısmi bir şekilde dikkate almamıza neden olan vergi kanunlarında yer alan maktu tutarlara uygulanan yeniden değerlendirme oranını dikkate almıştır.

Devletin enflasyona karşı ana koruma aracı olarak kullandığı enflasyon muhasebesini oluşturan enflasyon düzeltilmesinin yanı sıra bir de kısmi enflasyon referans koruma aracı olarak kullandığı yeniden değerlendirme oranı bulunmaktadır. Vergi Usul Kanunu'nun Mükerrer 298. maddesine göre yeniden değerlendirme oranı, yeniden değerlendirme yapılacak yılın Ekim ayında (Ekim ayı dahil) bir önceki yılın aynı dönemine göre Üretici Fiyat Endeksi'nde meydana gelen ortalama fiyat artış oranıdır. Yüksek enflasyonun yaşandığı dönemlerde yeniden değerlendirme oranı en önemli üretim faktörleri olan emek ve sermayeyi doğrudan bir şekilde etkilemektedir. Çünkü bazı vergiler, ceza, harç, tarife ve birçok önemli kalemlerde nominal maktu tutarlarda gerçekleşen yıllık artışlarda yeniden değerlendirme oranı esas alınmaktadır. Yani yeniden değerlendirme oranı bir sonraki yıl uygulanacak kurumların ve hane halkının ödeyeceği pek çok vergi ve vergisel sorumluluklarda gerçekleşecek olan artışta temel alınan bir unsurdur (Bingöl, 2022).

Yüksek enflasyon döneminde kamu harcamalarının finansman aracı olan kamu gelirlerinin gerçek değeri kaybolduğu için kullanılan yeniden de-

ğerleme oranı ile birlikte vergi, harç ve cezalar söz konusu oran kadar artış göstererek devletin kasasına intikal etmektedir. Dolayısıyla bu açıdan bakıldığında yeniden değerlendirme oranı mükellefi değil devletin gelirini koruyan bir makro planlama aracıdır (Karakoç, 2014: 1280-1281).

Vergi hasılatını maksimum kılmayı hedefleyen devletin enflasyona karşı makro planlama aracı olarak kullandığı bir unsur olan yeniden değerlendirme oranı, fiyatlar genel seviyesinde yaşanan sürekli artış ardında yeniden değerlendirme oranının yükselmesini söz konusu bu yükselme ile birlikte de vergi ve vergisel pek çok yükümlülüklerin yeniden değerlendirme artış oranı kadar artmasına sebep olan bir lokomotif görev üstlenmektedir.

Türkiye’de yeniden değerlendirme oranının tarihçesine baktığımızda ise 1984 yılından itibaren uygulanmaya başlamış ve bugüne kadar da enflasyon sebebiyle kamu gelirlerinde oluşan aşınmayı önleyici bir araç olarak esas alınmaya devam etmiştir (Sağlam, 2000: 111-112). Aşağıda ilk uygulanmaya başladığı tarihten itibaren başlanarak günümüze kadar süregelen Resmî Gazete’de ilan edilen yeniden değerlendirme oranları yer almaktadır.

Tablo 1. 1984-2022 Yılları Yeniden Değerleme Oranları

Yıllar	Yeniden Değerleme Oranı
1984	37,50%
1985	35,90%
1986	21,70%
1987	29,10%
1988	63,20%
1989	70,40%
1990	55,50%
1991	54,10%
1992	64,50%
1993	58,40%
1994	107,60%
1995	99,50%
1996	72,80%
1997	80,40%
1998	77,80%
1999	52,10%
2000	56,00%
2001	53,20%
2002	59,00%
2003	28,50%
2004	11,20%
2005	9,80%
2006	7,80%
2007	7,20%
2008	12%

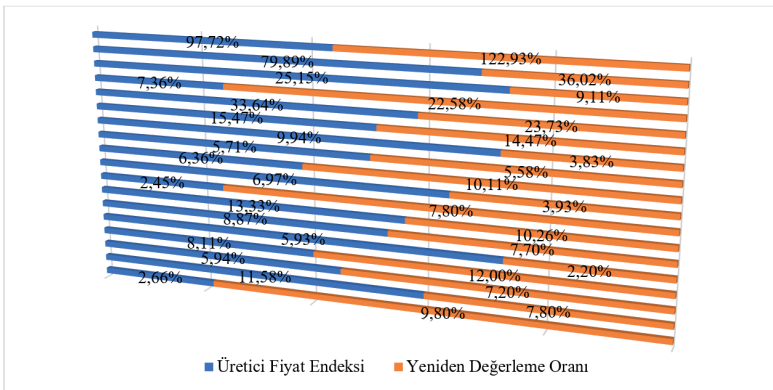
2009	2,20%
2010	7,70%
2011	10,26%
2012	7,80%
2013	3,93%
2014	10,11%
2015	5,58%
2016	3,38%
2017	14,47%
2018	23,73%
2019	22,58%
2020	9,11%
2021	36,02%
2022	122,93%

Kaynak: Ayyıldız,2015:105 ve Bingöl,2022.

Yukarıdaki tablo dikkatlice incelendiğinde en yüksek yeniden değerlendirme oranına sahip olan yıl 2022 yılı olduğu görülmektedir. 2022 yılını takip eden yıl ise 1994 ve 1995 yıllarıdır. Yeniden değerlendirme oranının en düşük olduğu yıllar ise 2009, 2016 ve 2013 yıllarıdır.

Yeniden değerlendirme oranı otomatik olarak üretici fiyat endeksine bağlandığı için ekonomik içerikli bir unsurdur (Ayyıldız, 2015: 105). Bu durumu yukarıda Vergi Usul Kanunu'nun 298. maddesi gereğince açıkladığımız tanımında da açıkça görebiliriz. Aşağıdaki grafikte yeniden değerlendirme oranı ve üretici fiyat endeksi karşılaştırmalı olarak gösterilmiştir.

Grafik 1. 2005-2022 Yılları Yeniden Değerleme Oranı ve Yıllık Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi



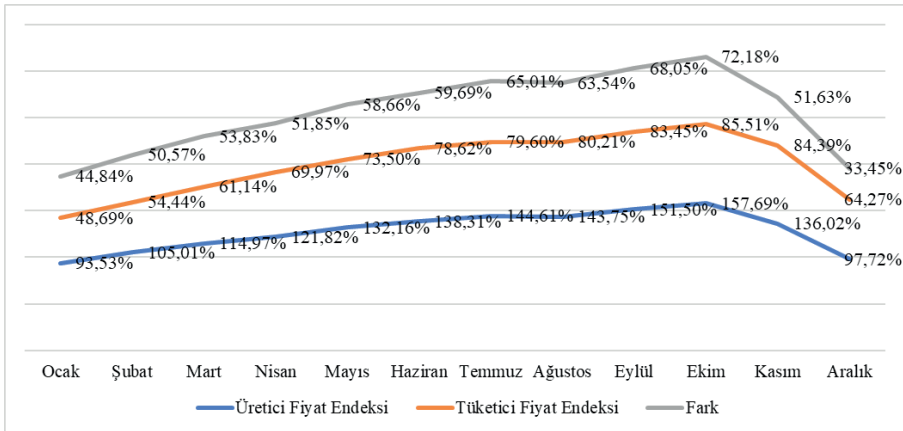
Kaynak: https://www.vergidegundem.com/pb_yeniden_degerleme_oranlari Erişim Tarihi:30.01.2023 ve TÜİK, Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi Arşiv. Erişim Adresi: TÜİK - Veri Portalı (tuik.gov.tr)

Grafikte en altta 2005 yılından başlanarak en üstte 2022 yılına kadar yeniden değerlendirme oranı ve yıllık üretici fiyat endeksi oranları gösterilmiştir. Buna göre yıllık üretici fiyat endeksi en yüksek olan yıllar 2021 ve 2022 yıllarıdır. Yeniden değerlendirme oranının en düşük olduğu 2009, 2013 ve 2016 yıllarında ise üretici fiyat endekslerinin düşük olduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında da üretici fiyat endeksinin otomatik olarak yeniden değerlendirme oranını etkilediği açıkça görülmektedir.

213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun Mükerrer 298. maddesinde açıklanan tanımda gördüğümüz üzere üretici fiyat endeksinde meydana gelen bir değişiklik direkt olarak yeniden değerlendirme oranını etkilemektedir. Üretici fiyat endeksi ise, belirli bir dönemde ülke ekonomisinde üretimi yapılan ve yurt içine satışı olan ürünlerin üretici fiyatlarını zaman içinde karşılaştırarak fiyat değişimlerini ölçen fiyat endeksine denilmektedir. Burada bahsedilen endeks yurt içi üretici fiyat endeksidir (Eğilmez, 2022b).

Dolayısıyla yeniden değerlendirme oranı ülke içi iktisadi ve mali kalemleri etkileyen bir unsurdur. Ekonomiye arz yanlı yaklaştığımızda spekülasyon kur artışları ile birlikte girdi maliyetleri artış gösterdikçe, mamullerin fiyatının birkaç ay sonra yükselmesi öngörülmektedir. Nihai ürünlerin fiyatlarında meydana gelen artış tüketici fiyatlarını da otomatik olarak pozitif yönlü etkilemektedir. Dolayısıyla üretici fiyatlarından tüketici fiyatlarına ya da maliyet enflasyonundan talep enflasyonuna doğru bir otomatik geçişin gerçekleşmesi söz konusudur. Yani cari dönemde üretici fiyat endeksinde meydana gelen bir değişikliğin gelecekte tüketici fiyat endeksini etkilediği bir aktarım mekanizma süreci işlemektedir (Belton ve Reichert, 2007: 1295-1296).

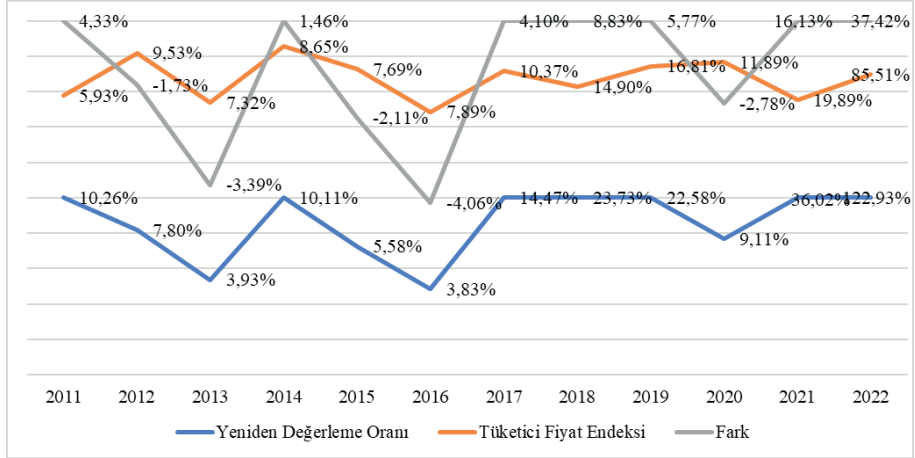
Grafik 2. 2022 Yılı Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi ve Tüketici Fiyat Endeksi



Kaynak: TÜİK, Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi ve Tüketici Fiyat Endeksi (2022), Erişim Adresi: TÜİK - Veri Portalı (tuik.gov.tr)

Yukarıdaki grafikte ülkemizde 2022 yılında yıllık üretici fiyat endeksi ve tüketici fiyat endeksi gösterilmektedir. Grafikten de anlaşılabacağı üzere 2022 yılı üretici fiyat endeksi ve tüketici fiyat endeksi arasındaki farkın giderek büyüdüğü görülmektedir. 2022 yılı üretici fiyat endeksi ve tüketici fiyat endeksi arasındaki en düşük fark Aralık ayı %33,45 oranında iken en yüksek fark Ekim ayında %72,18 oranında gerçekleşmiştir.

Grafik 3. 2011-2022 Yılları Yeniden Değerleme Oranı ve Tüketici Fiyat Endeksi Arasındaki Fark



Kaynak: TÜİK, Tüketici Fiyat Endeksi Arşiv. Erişim Adresi: TÜİK - Veri Portalı (tuik.gov.tr) ve [Obe9f224-88a8-4976-a7d8-2016b0af63aa](https://turmobil.org.tr) (turmobil.org.tr) Erişim Tarihi:22.04.2023.

Yukarıdaki grafikte 2011 yılından başlayarak 2022 yılı dahil yıllık bazda tüketici fiyat endeksi ve yeniden değerlendirme oranları yer almaktadır. İki değer arasında 12 yıllık süreçte en yüksek fark %37,42 oranıyla 2022 yılıdır. 2022 yılı Türkiye’de maliyet enflasyonunun talep enflasyonunu ve yine maliyet enflasyonunun yeniden değerlendirme oranını etkilediği önemli örnek bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır.

3. YENİDEN DEĞERLEME ORANININ VERGİSEL UYGULAMALAR ÜZERİNDEKİ ÖNEMİ VE ETKİSİ

Vergi, harç ve cezaların miktarları ve vergi matrahına ulaşmak için hesaplanan istisnalar, muafiyetler ve indirim tutarlarının belirlenmesinde yeniden değerlendirme oranı esas alınmaktadır. Yeniden değerlendirme oranı tüm mükellef gruplarını ve vergi kanunlarının kapsamı bakımından esas alınan bir unsurdur. Zira vergi kanunlarında yer alan ve her yıl artırılan maktu had ve tutarlar yeniden değerlendirme oranıyla belirlenmektedir (Karakoç, 2020: 251).

Vergi Usul Kanunu'nun Mükerrer 298. maddesindeki tanımda geçen hesaplama göre, yeniden değerlendirme oranı söz konusu ilgili yılın Ekim ayından geriye doğru 12 aylık dönemin endekslerinin aritmetik ortalamasının bir önceki yılın Ekim ayından geriye doğru 12 aylık dönem endekslerinin aritmetik ortalamasına bölünmesi sonucunda bulunmaktadır (Karakoç, 2020: 252). Yeniden değerlendirme oranı ile birlikte vergi, harç ve cezaları yüksek oranda artırmak demek örneğin, 2022 yılının yüksek enflasyon oranlarının bir kısmının 2023 yılına sirayet etmesi anlamına gelmektedir (Bingöl, 2022).

Bu durumu son düzenlemeden örnek verecek olursak, 30 Aralık 2022 tarih ve 32059 (2. Mükerrer) sayılı Resmî Gazete 'de yayımlanan 79 Sıra No.lu Genel Tebliğ'ine göre 01.01.2023 tarihi itibarıyla vergi kanunlarında uygulanacak had ve tutarlar %122,93 oranında artış göstermiştir. Türkiye'de yeniden değerlendirme oranı zaman içinde sadece vergi kanunlarında yer alan maktu tutarlara uygulanan bir oran olmaktan çıkmış ve ehliyet-pasaport harçları, trafik cezaları ve de araç muayene ücretleri gibi toplumu çok yakından ilgilendiren unsurlarda bir kaynak haline gelmiştir. Yani zaman geçtikçe ekonomik konjonktüre bağlı olarak yeniden değerlendirme oranının ifade ettiği anlam genişlemiştir (Bingöl, 2022).

Yeniden değerlendirme oranından sadece vergi kanunlarında yer alan maktu had ve tutarlar, tarife dilimleri vs. etkilenmemektedir. Bunun yanında İş Kanunu ve Sendikalar Kanunu kapsamında kesilen idari para cezaları da yeniden değerlendirme oranı kadar artış göstermektedir. Yine bununla birlikte ülkemizde düzenleyici ve denetleyici bir kurum olan Rekabet Kurumu tarafından kesilen para cezalarının tutarları da yeniden değerlendirme oranında gerçekleşen artıştan etkilenmektedir (Bingöl, 2022).

Bununla birlikte Anayasa'nın 73. maddesinin 4. fıkrasına göre " Vergi, resim, harç ve benzeri mali yükümlülüklerin muaflık, istisnalar ve indirimleriyle oranlarına ilişkin hükümlerinde kanunun belirttiği yukarı ve aşağı sınırlar içinde değişiklik yapma yetkisi Cumhurbaşkanlığı'na verilebilir" şeklinde hükmedilmiştir. Dolayısıyla bu fıkradan da anlaşılacağı üzere Cumhurbaşkanının bazı vergi unsurlarında yeniden değerlendirme oranının altında veya üstünde oran belirleme yetkisi vardır.

Yeniden değerlendirme oranında gerçekleşen artışlara bir de Anayasa'nın 73/4 maddesi gereğince yürütme organına verilen yetki dâhilinde artışın gerçekleşebileceği olasılığını da eklediğimizde söz konusu oran mükellefler üzerinde ölçsüz ve sınırsız bir uygulama olarak baskı kurmaktadır.

Yine tüm bunlara ek olarak İdari Yargılama Usulü Kanunu ve Türk Ceza Kanunu'nda yer alan parasal sınırlar ve de parasal cezalar her yıl yeniden değerlendirme oranında gerçekleşen artış kadar artışa tabi olmaktadır (Ayyıldız, 2015: 98). Bazı vergi kanunlarında yeniden değerlendirme oranının referans olarak aşağıda bir tablo halinde gösterilmiştir.

Tablo 2. Yeniden Değerleme Oranının Bazı Vergi Kanunları İçerisindeki Kapsamı

İlgili Kanun- Maddesi	Konusu ya da Kapsamı	Güncelleme Oranı
Vergi Usul Kanunu- 414/3, 104, mükerrer 115, 153/A, 177, 232, 252, mükerrer 257, 313, 323, 343, 352, 353,355	Maktu Hadler ile Asgari ve Azami Miktarları Belirtilmiş Olan Para ile Ödenecek Ceza Miktarları	Yeniden Değerleme Oranı
Gelir Vergisi Kanunu-9/10,21,23 /8,23/10,31,40/ 1,40/7,47,48,68, mükerrer 80,82,86 ve 103	Bazı Maddelerde Yer Alan Maktu Had ve Tutarlar ile 103'üncü Maddede Yer Alan Vergi Tarifesinin Gelir Dilim Tutarları	Yeniden Değerleme Oranı
Emlak Vergisi Kanunu-29/2, 29/5	Vergi Değeri	Aynı Yıl İçin Tespit Edilen Yeniden Değerleme Oranının Yarısı Nispetinde
Değerli Konut Vergisi-42,44	Mesken Nitelikli Taşınmazın Vergi Değeri, Verginin Nispeti	Aynı Yıl İçin Tespit Edilen Yeniden Değerleme Oranının Yarısı Nispetinde
Veraset ve İntikal Vergisi-4,16	İstisna Tutarları, Verginin Tarifesi	Yeniden Değerleme Oranı
Motorlu Taşıtlar Vergisi Kanunu-10	Her Takvim Yılı Başından İtibaren Geçerli Olmak Üzere Önceki Yılda Uygulanan Taşıt Değerleri ve Vergi Miktarları	Yeniden Değerleme Oranı
Damga Vergisi Kanunu-14	1 Sayılı Listede Yer Alan Maktu Tutarlar	Yeniden Değerleme Oranı
Harçlar Kanunu-138	Maktu Harçlar	Yeniden Değerleme Oranı

Kaynak: Ayyıldız, 2015 :98 ve 30.12.2022 Tarih 32059 (2. Mükerrer) sayılı 79 Sıra No.lu Tebliğ.

Maktu vergilerde, vergi tarife dilimlerinde ve matraha ulaşmak için safi hasılatтан düştüğümüz vergi harcamalarında enflasyona karşı bir kalkan olarak kullanılan yeniden değerlendirme oranı ile aslında Cumhurbaşkanı yani yürütme organı Anayasa'nın 73/4 maddesinde kendisine tanınan yetkiyi kullanmaktadır.

Örneğin; Motorlu Taşıtlar Vergisi'nin 10. maddesine göre, “Her takvim yılı başından geçerli olmak üzere önceki yılda uygulanan taşıt değerleri ve vergi miktarları o yıl için Vergi Usul Kanunu hükümleri uyarınca tespit ve ilan olunan yeniden değerlendirme oranında artırılır. Cumhurbaşkanı, yeniden değerlendirme oranının %50 fazlasını geçmemek, %20'sinden az olmamak üzere yeni oranlar tespit etmeye, taşıt değerlerini ayrı ayrı veya birlikte yeniden belirlemeye yetkilidir”. 30.12. 2022 tarih ve 32059 (2. Mükerrer) sayılı Resmî Gazete 'de yayımlanan karar ile birlikte Cumhurbaşkanı bu yetkisini kullanmıştır. Söz konusu Cumhurbaşkanı kararına göre “Motorlu Taşıtlar Vergisi Kanununun 5 inci maddesinde yer alan (I) sayılı tarife, 6 ncı maddesinde yer alan (II) ve (IV) sayılı tarifeler ve geçici 8 inci maddesinde yer alan (I/A) sayılı tarifiede bulunan taşıtlar için,2023 yılında uygulanmak üzere %61,5 oranında belirlenmiştir”. Yani 2023 yılında Motorlu Taşıtlar Vergisi kapsamında alınan maktu had ve tutarlar %61,5 yeniden değerlendirme oranında artırılarak tahsil edilmesi anlamına gelmektedir.

Tablo 3. *Yeniden Değerleme Oranına Endekslenen Bazı Vergi, Harç, Ceza ve Yükümlülüklerde Cumhurbaşkanının Yetkisi*

Kanuni Düzenleme	Cumhurbaşkanının Yetkisi
Motorlu Taşıtlar Vergisi	Cumhurbaşkanı Yetkilidir
Emlak Vergisi	Cumhurbaşkanı Yetkilidir
Çevre Temizlik Vergisi	Cumhurbaşkanı Yetkilidir
Gelir Vergisi Kanunu	Bazı İstisna Tutarları ve Tarife Dilimlerinde Cumhurbaşkanı Yetkilidir
Veraset ve İntikal Vergisi	İstisnalarda Cumhurbaşkanı Yetkisizdir
Veraset ve İntikal Vergisi	Tarife Matrahları Cumhurbaşkanı Yetkilidir
Damga Vergisi	Cumhurbaşkanı Yetkilidir
Harçlar Kanunu	Cumhurbaşkanı Yetkilidir
Vergi Usul Kanunundaki Cezalar	Cumhurbaşkanı Yetkilidir
Kabahatler Kanununa Tabi İdari Para Cezaları	Cumhurbaşkanı Yetkisizdir
Araç Muayene Ücretleri	Cumhurbaşkanı 5 Yılda Bir %20 Oranında Artırma ya da Azaltma Yetkisi Var
Trafik Cezaları	Cumhurbaşkanı Yetkisizdir

Kaynak: Bingöl, 2022.

Yeniden değerlendirme oranını Türk vergi sistemi içerisinde yer alan en önemli iki dolaysız vergi olan Gelir Vergisi ve Emlak Vergisi açısından incelediğimizde vergi mükellefleri üzerinde oluşturduğu tahribatı daha net bir şekilde ortaya koyabiliriz. En az geçim indirimi ve artan oranlı vergi tarife yapısına sahip olması ve de ayırma kuramının varlığı ile Türk vergi sistemi içerisinde vergilemede adalet ilkesine hizmet eden en önemli vergi gelir vergisidir. Toplam gelir vergisi hasılatının içerisinde Gelir Vergisi Kanunu'nun 2. maddesinde belirtilen 7 gelir unsurunun her birinin payı birbirinden farklılık arz etmektedir. Ancak gelir vergisi hasılatı içerisinde ücret gelirleri önemli bir paya sahiptir. Ücret gelirleri üzerinden tahsil edilecek gelir vergisinin hesaplanmasında kullanılan Gelir Vergisi Kanunu'nun 103. maddesinde yer alan gelir vergisi tarife dilimlerinin yeniden değerlendirme oranı kadar artırılmaması halinde mükellefler enflasyonun oluşturduğu baskı altında daha çok ezilmektedir (Yeniçeri, 2014: 78).

Vergi, harç ve cezalarda uygulanan yeniden değerlendirme oranı kadar artış vergilerin tarife dilimlerine yansımadağında mükellefin elde ettiği gelir dilim dilim enflasyon karşısında erimeye devam etmektedir. Bu da vergilemede adalet ilkesini gerçekleştirmeyi amaçlayan artan oranlı vergilerin kendi içindeki adaleti sorgulatmaktadır.

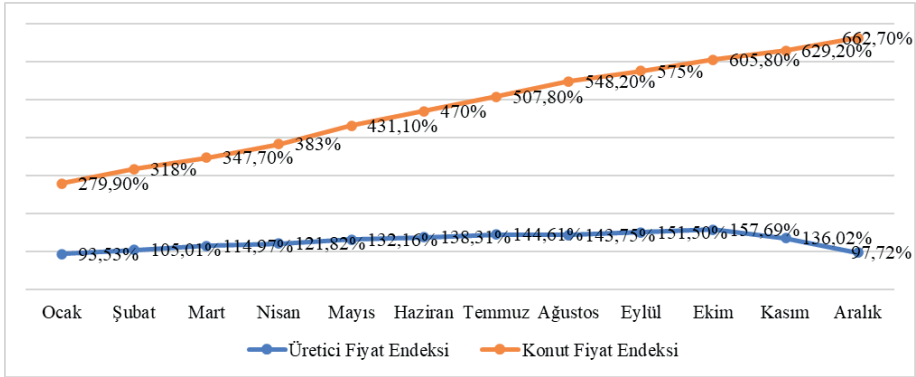
İnsanoğlunun fizyolojik bir varlık olmasının yanı sıra hem sosyolojik hem de iktisadi açıdan barınma ihtiyacının önemi gün geçtikçe artış göstermektedir. İnsana aidiyet duygusunu kazandıran barınma ihtiyacı gayri-

menkullerin varlığının önemini giderek artırmıştır. Bu açıdan bakıldığında gayrimenkullerin vergilendirilmesi emlak vergisi mükellefleri için önemli bir konuma sahiptir.

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidinde ikinci önemli sırada gelen güvenlik basamağı bireyin kendisinin ve ailesinin emniyet içerisinde yaşama, barınma ihtiyacını ortaya çıkarmıştır (Çoban, 2021: 114).

Gayrimenkullerin vergilendirilmesinde Emlak Vergisi matrahları dört yılda bir takdir komisyonları tarafından takdir edilirken izleyen yıllarda bu matrahlar 213 sayılı Vergi Usul Kanunu hükümleri uyarınca aynı yıl tespit edilen yeniden değerlendirme oranının yarısı nispetinde artırılması suretiyle belirlenmektedir (Töremen, 2020: 23). Dolayısıyla Emlak Vergisi artış oranı yani bina, arsa ve arazilerin 2023 yılı vergi değerleri, 2022 yılı vergi değerlerinin, bu yıla ait yeniden değerlendirme oranının yarısı ($\%122,93/2 = \%61,465$) oranında artırılması suretiyle bulunmaktadır (32059 Sayılı Resmî Gazete, 2022:20). Öyleyse yeniden değerlendirme oranı ne kadar artarsa emlak vergisi matrahı da söz konusu oranın yarısı nispetinde artış gösterecek anlamına gelmektedir. Bununla birlikte gelişmekte olan ülkelerde sosyal güvence aracı olarak kullanılan gayrimenkullerde maliyet enflasyonuna bağlı olarak konut fiyatlarının da artış göstermesi söz konusudur.

Grafik 4. 2022 Yılı Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi ve Konut Fiyat Endeksi



Kaynak: TÜİK, Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi (2022) ve EVDS, Konut Fiyat Endeksi (2022). Erişim Adresi: EVDS | Tüm Seriler (tcmb.gov.tr)

Yukarıdaki grafikte Türkiye’de 2022 yılı verileri yıllık bazda konut fiyat endeksi ve üretici fiyat endeksi gösterilmiştir. Sayısal veriler incelendiğinde genel olarak üretici fiyat endeksi ve konut fiyat endeksi arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Vergi Usul Kanunu'nun Mükerrer 298. maddesine göre yeniden değerlendirme oranı, yeniden değerlendirme yapılacak yılın Ekim ayında (Ekim ayı dâhil) bir önceki yılın aynı dönemine göre Üretici Fiyat Endeksi'nde meydana gelen ortalama fiyat artış oranıdır. Dolayısıyla üretici fiyat endeksi otomatik olarak yeniden değerlendirme oranını etkilemektedir. Bununla birlikte yukarıda bahsettiğimiz üzere üretici fiyat endeksinin pozitif olarak konut fiyat endeksini etkilemesinin yanında yeniden değerlendirme oranında gerçekleşen artışla birlikte ortaya çıkan tablo emlak vergisi mükelleflerinin daha çok vergi yükü altına girmesine sebebiyet vermektedir.

4. YENİDEN DEĞERLEME ORANININ VERGİLEMEDE ÖLÇÜLÜLÜK İLKESİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yüksek enflasyon dönemlerinde nominal gelirler üzerinden vergi alınmakta ve bir de bunun üzerine yeniden değerlendirme oranı kadar artış gösteren tutarlar üzerinden de vergi, harç ve cezalar tahsil edilmektedir. Paranın satın alma değerinde gerçekleşen azalmanın yanı sıra bir de yeniden değerlendirme oranından kaynaklı olarak gelirinde ve servetinde gerçekleşen azalmada vergi mükellefi açısından bir diğer önemli unsur yeniden değerlendirme oranının artış ölçüsünün ne kadar olduğu gerçeğidir.

Burada söz konusu yeniden değerlendirme oranının artış ölçüsünün içerisinde barınan hukuki ilke ölçülülük ilkesidir. Vergilerin mükelleflerin temel hak ve özgürlüklerini yok etmemesi gerektiğini savunan ölçülülük ilkesi aslında öze dokunma yasağını ortaya koymaktadır. Anayasa'nın 13. maddesi "Temel hak ve hürriyetler, özlerine dokunulmaksızın yalnızca Anayasanın ilgili maddelerinde belirtilen sebeplere bağlı olarak ve ancak kanunla sınırlanabilir. Bu sınırlamalar, Anayasanın sözüne ve ruhuna, demokratik toplum düzeninin ve lâik Cumhuriyetin gereklerine ve ölçülülük ilkesine aykırı olamaz" şeklindedir. Sözü edilen bu maddede belirtildiği üzere temel hak ve özgürlüklerin sınırsız olmadığı belirli sınırlamaların olması gerektiği açıklanmıştır. Ancak söz konusu bu sınırlamaların da bir sınırının olması gerekliliği vurgulanmıştır. (Karakoç, 2014: 1280-1281).

Yeniden değerlendirme oranının sadece makro planlama aracı olmasının yanı sıra vergi mükelleflerinin gelir kaybını önlemede mikro planlama aracı olarak da kullanılması gerekmektedir. Örneğin, vergi tarife dilimlerinin yeniden değerlendirme oranı artışı ile paralel bir şekilde genişletilmesiyle mükellefin yatırım ve tüketim kararlarının olumsuz değişiminin önüne geçilmesi sağlanabilmektedir. Buna alternatif olarak enflasyonun kamu gelirlerinde yarattığı etkiyi ortadan kaldırmak amacıyla getirilen yeniden değerlendirme oranı ile mükellefin gelirinin, servet değerinin gerçek değerini koruyucu politikaların eş anlamlı olarak uygulanması gerekmektedir. Yani enflasyonun hem mükellefte hem de devletin kamu gelirlerinde oluşturduğu tahribata karşı yeniden değerlendirme oranının ortak ve koordineli bir araç olarak kullanılması

gerekmektedir. Bir diğer alternatif ise devletin kamu gelirlerinin reel değerini koruyucu ve de bütçe açıklarını kapatmak için kısmi enflasyon koruma aracı olan yeniden değerlendirme oranındaki artışın mükellefin mülkiyet hakkına ve mali gücüne göre alınmayan gelirini ve servetini ihlal edecek kadar yüksek olmaması gerekmektedir.

Servet değerlerinde, mal fiyatlarında, ücretlerde enflasyona karşı gerçek değerlerini korumaya yönelik bir politika yapılmadıkça ya da bu politikalar yeniden değerlendirme oranındaki artışı geriden takip ettikçe vergilerle gelir dağılımındaki adaletin sağlanması görevi yapılacak düzenlemelerin olduğu tarihe kadar rafa kalkmış olacaktır (Öncel, 1995: 495-496). Devletin egemenlik gücünün meşruiyetini ortaya koyan vergiler zaten mükelleflerin temel hak ve özgürlüklerini sınırlandırmaktadır. Bu sınırlamanın seviyesini de ölçülülük ilkesi belirlemelidir. Ölçülülük ilkesi, vergi hasılatını korumaya yönelik alınan tedbirlerin hedeflenen amaca ulaşmak için elverişli olmasını, bireylerin sahip olduğu hukuksal konumlarına orantısız bir şekilde müdahalede bulunulmaması gerektiğini ifade etmektedir (Metin, 2017: 6-7). Ölçülülük ilkesi vergileme sahasında yer alan bir unsur olan yeniden değerlendirme oranında mükelleflerin temel hak ve özgürlüklerini ihlal edici bir artışı önlemektedir. Aslında bir bakıma Cumhurbaşkanlığı tarafından belirlenen yeniden değerlendirme oranı için yürütme organının takdir yetkisini mükelleflerin ekonomik ve mülkiyet hakkını ihlal eden çizgiyi sınırlandırmaktadır.

Ölçülülük ilkesini Arz Yönlü İktisadın temelini oluşturan Haldun Artur Laffer'in Laffer Eğrisi üzerinden de açıklayabiliriz. Vergi oranları ile vergi hasılatı arasındaki ters yönlü ilişkiyi açıklayan Laffer Eğrisi'ne göre, düşük vergi oranları üretim faktörlerinin faaliyetlerini artırmak için teşvikler sağlayarak vergi matrahı üzerindeki olumlu etkiyi sağlamaktadır. Vergi oranlarını yükseltmek, vergilendirilen faaliyetlere katılımı cezalandırarak tam tersi bir ekonomik etkiye sebep olmaktadır. Yüzde 0 vergi oranında, vergi tabanı ne kadar geniş olursa olsun, hükümet hiçbir vergi geliri tahsil etmeyecektir. Aynı şekilde, yüzde 100'lük bir vergi oranında, hükümet yine hiçbir vergi geliri tahsil etmeyecektir, çünkü hiç kimse vergi sonrası sıfır ücret için isteyerek çalışmaz (Laffer, 2004: 2-3). Yani vergi oranı %0 olduğunda ortada devletin kalmadığı; %100 olduğundaysa ortada mükellefin kalmadığı durumu aktaran ölçülülük ilkesiyle yeniden değerlendirme oranında belirli bir sınırın olması gerektiği ve bu sayede vergi kaçırma gibi mükellefin yasal olmayan faaliyetlerinin önüne bir nebze geçilmesinin sağlanabileceği açıklanmaktadır (Saraç ve Eroğlu, 2021: 41).

Aslında Keynes'in ortaya koyduğu vergilerin extra-fiskal amacı olan sosyo-ekonomik hayata müdahale ilkesinin bir sonucu olan yeniden değerlendirme oranı, kamu gelirlerinin enflasyon karşısında aşınmasını önlemek için yapılması gereken bir zorunluluktur. Fakat bu zorunluluğun mükelleflerin temel hak ve özgürlüklerini yok edici olmayan ölçüde yerine getirilmesi gerekmektedir.

Öte yandan kamu harcamaları ile kamu gelirleri arasındaki dalgalanma özellikle enflasyonist dönemlerde etkisini daha çok göstermektedir. Vergilemenin verimlilik ilkesi gereğince vergilerin kamu harcamalarını karşılayacak kadar alınması gerekmektedir (Saraç ve Eroğlu, 2021: 47). Buna karşın zaten yüksek enflasyon ile birlikte yıpranan mali güç ilkesinin yanında yeniden değerlendirme oranındaki artışın yüksek olması mükellefin kayıtlı ekonomiden kayıt dışı ekonomiye geçiş gibi verginin ikame etkisini daha çok tercih etmesine sebep olabilir.

Türkiye’de son yıllarda yaşanan enflasyonun önemli sebeplerinden birisi Covid-19 Pandemi süreci sonrasında müdahaleci devlet anlayışının yerleşmesidir. Bu da iktisadi hayatta devletin güç, yetki ve faaliyetlerinin genişlemesine sebebiyet vermiştir. Devletler salgının yarattığı tahribatı önleyebilmek için pek çok ekonomik teşvik ve politika uygulamıştır. Pek tabi ülkemiz de bu devletler arasında yer almıştır. Ekonomide kamu sektörünün büyümesini açıklayan Leviathan devlet modeli ile birlikte üretilen politikalar hem süreç içerisindeki hem de daha sonraki iktisadi yaşamımızı da etkilemiştir (Erdogan, 2020: 3-4). Türkiye’de müdahaleci devlet yaklaşımında durgunluğu önlemek için üretilen politikalarda belki de en önemli nokta orantılılık meselesidir. Bu meselenin hukukta bulduğu karşılık ise ölçülülük ilkesidir. Bu ilkenin açıkladığı nokta yukarıda da bahsettiğimiz üzere uygulanan politika araçlarıyla ulaşılmak istenen amacın ölçüsüz bir oran içerisinde bir arada bulunmamasıdır (Kapuoğlu, 2021: 342).

Her yıl Ekim ayı içerisinde Üretici Fiyat Endeksi’nin açıklanmasıyla birlikte Kasım ayında yeniden değerlendirme oranı Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından ilan edilmektedir. Aslında Ekim ayında TÜİK tarafından üretici fiyat endeksinin açıklanması ile birlikte yeniden değerlendirme oranını hesaplamak mümkündür (Bingöl, 2022). Dolayısıyla yukarıda bahsettiğimiz üzere yeniden değerlendirme oranı üretici fiyat endeksine bağlı olması nedeniyle öngörülebilir bir unsurdur. Bu açıdan bakıldığında öncelikli olarak mücadele edilmesi gereken unsur üretici fiyat endeksidir. Devletin tam da burada iktisadi hayatın döngüsü içerisinde gerçekleşen dinamiklere etkin ve güvenilir bir politika izlemesi gerekmektedir (Ayyıldız, 2015: 101). Her yıl vergi kanunlarında düzenlenen maktu had ve tutarlara uygulanan yeniden değerlendirme oranı endeks sisteminin sadece Olivera- Tanzi etkisini giderici değil aynı zamanda mükelleflerin ikame etkisi yerine gelir etkisini artırıcı makul bir orana sahip olması gerekmektedir (Şen ve Sağbaş, 2016: 348).

SONUÇ

Çeşitli sebepler nedeniyle ortaya çıkan fiyatlar genel seviyesinde sürekli olarak artışı tanımlayan enflasyon sonucunda hem devletin hem de mükelleflerin satın alma gücü enflasyonun şiddetinin artmasıyla aynı seviyede reel olarak değer kaybı yaşamaktadır. Gecikmeli olarak tahsil edilen vergilerin

enflasyon nedeniyle reel olarak azalacağını ortaya koyan Olivera-Tanzi etkisiyle birlikte devletin vergi hasılatı elde etmesinin bir sınırı bulunmaktadır. Bunun yanı sıra mükellefler açısından baktığımızda ise vergi tarife yapısının enflasyon sebebiyle güncellenmesinin yapılmaması halinde zaten reel olarak azalan gelirler zamana karşı daha da gerçek değerini yitirmektedir. Devletin vergi hasılatını korumaya çalıştığı makro vergi planlaması ve mükelleflerin vergi yükünü hafifletmeyi amaçladığı mikro vergi planlaması Türk vergi sistemi içerisinde doğal bir çatışmayı kapsamaktadır. Bu çatışma yüksek enflasyonun yaşandığı dönemlerde kendini daha da belirgin olarak göstermektedir. Sözü edilen makro vergi planlaması içerisinde yer alan araçlardan birisi de devletin kamu gelirlerini enflasyona karşı korumayı hedef alan yeniden değerlendirme oranıdır.

213 Sayılı Vergi Usul Kanunu'nda açıklanan yeniden değerlendirme oranı, ülke içi vergilendirmeyi ilgilendiren ve mükelleften ziyade devletin kasasına intikal edecek hasılatı koruyan bir referanstır. Buna göre Vergi Usul Kanunu'nun Mükerrer 298. maddesine göre yeniden değerlendirme oranı, yeniden değerlendirme yapılacak yılın Ekim ayında (Ekim ayı dâhil) bir önceki yılın aynı dönemine göre Üretici Fiyat Endeksi'nde meydana gelen ortalama fiyat artış oranıdır. Vergi, harç ve cezaların miktarları ve vergi matrahına ulaşmak için hesaplanan istisnalar, muafiyetler ve indirim tutarlarının belirlenmesinde yeniden değerlendirme oranı esas alınmaktadır. Bazı vergiler, ceza, harç, tarife ve birçok önemli kalemlerde nominal maktu tutarlarda gerçekleşen yıllık artışlar yeniden değerlendirme oranıyla belirlenmektedir. Yani yeniden değerlendirme oranı bir sonraki yıl uygulanacak kurumların ve hane halkının ödeyeceği pek çok vergi ve vergisel sorumluluklarda gerçekleşecek olan artışta temel alınan bir unsurdur.

Vergi Usul Kanunu'nda açıklanan tanıma göre, üretici fiyat endeksinde meydana gelen bir değişiklik otomatik ya da doğrudan bir şekilde yeniden değerlendirme oranını da etkilemektedir. Buna ek olarak Anayasa'nın 73/4'üncü maddesinde belirtilen yürütme organının kendisine verilen yetkiyi kullanması halinde yeniden değerlendirme oranında ek bir yükümlülük söz konusu olabilecektir. Bunun sonucunda mükelleflerin ödeyeceği vergi ve vergisel sorumluluklar çok daha fazla mal varlıklarında ya da gelirlerinde azalmaya sebep olacaktır.

Halkın seçtiği parlamentolar aracılığıyla kamu gelir ve giderlerinin belirlenmesini ifade eden bütçe hakkı sonucunda egemenlik gücünü elinde bulunduran devletin mükelleflerden cebren söküp aldığı parasal yükümlülükler olan vergiler zaten mükelleflerin temel hak ve özgürlüklerini sınırlandırmaktadır. Bu sınırlandırmanın üzerine paranın değer saklama aracı olma özelliğini ortadan kaldıran yüksek enflasyon sonucunda gelirin sadece görünüşte artış göstermesi, devletin verginin hesaplanabilmesi için matraha uygulanan ölçü birimlerinin enflasyona karşı uyarlanmaması ve vergi ya da vergisel so-

rumlulukların yeniden değerlendirme oranı kadar artış göstermesi sonucunda mükelleflerin iktisadi güçlerinde büyük bir kayıp yaşanması anlamına gelmektedir. Bu halde mükelleflerin yatırım ve tüketim yapma kararından vazgeçmesini ifade eden vergilerin karar etkisi ya da aylaklığın tercih edilmesini açıklayan vergilerin ikame etkisinin artış göstermesi söz konusu olacaktır. Mükellef olmazsa devletin veya kamu gelirlerinin olmaması durumu göz önünde tutularak zaten yüksek enflasyonun yaşandığı dönemlerde yeniden değerlendirme oranı artışının makul bir düzeyde olması elzemdir.

Bu kapsamda Cumhurbaşkanı, kendisine tanınan yetki çerçevesinde hem gelir idaresi hem de vergi mükellefleri arasında bir çıkar dengesi sağlayarak mümkün olan ölçüde yeniden değerlendirme oranı üzerindeki yetkisini mevzuat birliği göstererek kullanmalıdır. Bu sayede enflasyon nedeniyle hem kamu gelirlerinde reel anlamda bir azalma yaşanmayacak hem de aşırı vergi artışları nedeniyle mükellef vergi sistemine küstürülmeyecektir. Ancak hepsinden önemlisi tüm bu olumsuz durumlara neden olan ciddi makroekonomik denge-sizliklere sebebiyet veren enflasyon olgusu ile mücadele edilmesi gerektiği göz ardı edilmeyecek kadar elzem bir konu olarak karşımızda durmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aaron, H. (1976). Inflation and the Income Tax. *The American Economic Review*.66(2),193-199.
- Abdioğlu, Z. ve Terzi, H. (2009). Enflasyon ve Bütçe Açıkları İlişkisi: Tanzi ve Patinkin Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*.23(2),195-211.
- Ahiakpor, J.C.W. (2009). The Phillips Curve Analysis: An Illustration of the Classical Forced-Saving Doctrine. *Journal of the History of Economic Thought*.31(2),143-160.
- Ayyıldız, Y. (2015). Vergi Hukukunda Maktu Vergi ve Tutarların Yeniden Değerleme Oranına Endekslenerek Güncellenmesinin Vergilerin Kanuniliği İlkesi Açısından Değerlendirilmesi. *Vergi Sorunları Dergisi*. 38(319),97-113.
- Belton, W. J. and Reichert, U.N. (2007). Inflation Regimes, Core Inflation Measures and the Relationship Between Producer and Consumer Price Inflation. *Applied Economics*.39,1295-1305. <https://doi.org/10.1080/00036840500447682>
- Bingöl, O (2022). *Yeniden Değerleme Oranında Tarihi Rekor*. Erişim Adresi: YENİDEN DEĞERLEME ORANINDA TARİHİ REKOR. – VERGİYE DAİR (vergiedair.com)
- Bruno, M. (1995). Does Inflation Really Lower Growth? *Finance & Development*.35-38.
- Çoban, G.S.(2021).Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kendini Gerçekleştirme Basamağında Gizil Yetenekler. *European Journal of Educational & Social Sciences*.6(1),111-118.
- Eğilmez, M. (2020). *Kamu Maliyesi* (2. baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Eğilmez, M. (2022). Enflasyon Dosyası. *Kendime Yazılar*, Erişim Adresi: Enflasyon Dosyası (mahfiegilmez.com)
- Eğilmez, M. (2022). ÜFE ile TÜFE Farkı. *Kendime Yazılar*, Erişim Adresi: ÜFE ile TÜFE Farkı (mahfiegilmez.com)
- Erdoğan, E. (2020). Türkiye'de Koronavirüs Günleri: Despotik Leviathan'ın Gölgesinde Yönetişim Kavramını Düşünmek. *TESEV Değerlendirme Notları 2020/2*. 1-11.
- Karakoç, Y. (2014). Anayasal Vergilendirme İlkeleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*.15,1259-1308.
- Karakoç, İ. (2020). Yeniden Değerleme Oranı Uygulaması ve Vergisel Etkileri. *Mali Çözüm Dergisi*.30(159),251-260.
- Kapuoğlu, E.Ç. (2021). Küresel Salgında Devletin Leviathan'a Dönüşme Tehlikesi. *Türkiye İnsan Hakları Eşitlik Kurumu Akademik Dergisi*.4(7),327-348.
- Laffer, A.B. (2004). The Laffer Curve: Past, Present, and Future. *The Heritage Foundation*.June 1(1765),1-16.
- Metin, Y. (2017). Temel Hakların Sınırlandırılması ve Ölçülülük: Ölçülülük İlkesi Evrensel Bir Anayasa İlke midir? *Süleyman Demirel Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*.7(1),1-74.

- Öncel, M. (1995). Enflasyon ve Vergilendirme. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*.44(1),489-519.
- Sağlam, N. (2000). Maddi Duran Varlıklarda Yeniden Değerleme ve Geçici Vergi Dönemlerinde Uygulanması. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.16(1),105-127.
- Saraç, Ö ve Eroğlu, A. (2021). *Vergileme İlkelerinin Anatomisi: Tarihsel Kökenler ve Ülke Anayasaları Üzerine Değerlendirmeler* (1. baskı). İstanbul: Efe Akademi Yayınevi.
- Şanver, C. ve Saygı, H.E. (2019). Türkiye’de Gelir Vergisi Tarifesinin Mali Sürüklenme Açısından İncelenmesi:2009-2019 Yılları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*.15(4),1062-1082.
- Şen, H. ve Sağbaş, İ. (2016). *Vergi Teorisi ve Politikası* (2. baskı). Ankara: Beren Kitabevi.
- Töremen, E. (2020). Emlak Vergisine Esas Arsa Birim Değerlerinin Belirlenmesindeki Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.2(1),21-42.
- Tuncer, S. (1984). Türk Vergi Sisteminde Yeniden Değerleme ve Sonuçları. *İ.Ü. İktisat Fakültesi Maliye Araştırma Merkezi Konferansları* 29. Seri.95-124.
- Yavaşlar, F.B. (2022). Enflasyon Düzeltmesi ve Yeniden Değerleme Mükellefleri Enflasyona Karşı Koruyabiliyor mu? *Vergi Dünyası Dergisi*.1,6-19.
- Yeniçeri, H. (2014). Ücret Gelirlerinin Vergilendirme Usulleri ve Vergi Adaleti. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.6(2),77-85.
- 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu, 4/1/1961 Tarih ve 10703-10705 Sayılı Resmî Gazete.
- 197 Sayılı Motorlu Taşıtlar Vergisi Kanunu,23/2/1963 Tarih ve 11342 Sayılı Resmî Gazete.
- 55 Seri No.lu Motorlu Taşıtlar Vergisi Genel Tebliği, 30/12/2022 Tarih ve 32059 Sayılı Resmî Gazete.
- 7352 Sayılı Vergi Usul Kanunu ile Kurumlar Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun,20/01/2022 Tarih,31734 Sayılı Resmî Gazete.

Bölüm 11

TÜRKİYE’NİN COVID-19 PANDEMİSİ İLE MÜCADELESİNİN 2008 KÜRESEL KRİZİ PENCERESİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ¹

Özlem KOÇAK²
Zaim Reha YAŞAR³



1 Bu Çalışma Birinci Yazarın Kırıkkale Üniversitesi SBE İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezinden Üretilmiştir.

2 Kırıkkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. kocamozlemkck@gmail.com,
Orcid ID: 0000-0000-7486-63X7

3 Kırıkkale Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü, reha@kku.edu.tr,
Orcid ID: 0000-0001-7466-6137

Giriş

Kriz kavramının günlük hayatta da sıkça rastlanılan bazı kelimelerle eş değer olduğunu ifade etsek de çöküntü, bunalım, durgunluk, buhran, güç dönem gibi kelimeler krizle bağlantılı fakat aynı anlamda kullanılması doğru değildir. Kriz denildiğinde neyin anlaşılması gerektiğiyle ilgili ortak bir görüş birliği sağlanamamış olsa da genel bir tanım yapılabilir. Ekonomik kriz, beklenmedik ve ani bir şekilde ortaya çıkan dar anlamda örgütlerin geniş anlamda ise ekonomilerin süregelen işleyiş yapısını bozup tehlikeye sokarak uzun vade de belirsizlikler sebebiyle olumsuz sonuçlar doğurabilecek bir kavramı ifade etmesinin yanında mali, imaj ya da yaşam kayıpları ile sonuçlanabilmektedir.

Ekonomik krizler genellikle üretimdeki ani ve hızlı bir daralmayla, fiyatlar genel seviyesindeki hızlı düşüşlerin yaşanmasıyla, sektörel baz da ya da genel iflasların gerçekleşmesiyle, sermaye ve para piyasalarının kitlenmesi veya çökmesiyle karşımıza çıkmaktadır. Fakat ekonomik krize yol açan nedenlerin ana kaynağı her zaman ekonomi ile ilgili nedenlerden kaynaklanmamıştır. Geçmişe ve günümüz koşullarına baktığımız zaman bunun pek çok örneğiyle karşılaşmak mümkündür. Kimi zaman bir savaş, doğal afet, pandemi, siyasi ve askeri müdahaleler de ekonomik krizin doğmasına neden olmaktadır.

Yaşanılan herhangi bir sebepten ötürü çıkan ekonomik krizlerin diğer ülkelere bulaşarak global bir boyut kazanması aslında ülkelerin tek bir pazar haline gelmesiyle bağdaşmaktadır. Küreselleşen dünya ile birlikte bir ekonomiden başka bir ekonomiye geçiş yapıp sınır ötesi bir işlem gerçekleştirmek çok daha kolay hale gelmiştir. Bu durum krizin bulaşma riskini artırmıştır. Gelişmekte olan ekonomilerin çevre ülkelere olan bağımlılığı da devreye girince, ülkelerin birbirleri ile olan münasebetleri dolayısıyla ortaya çıkacak olan bir krizden de ülkelerin etkilenmemesi söz konusu olamaz. Bu anlamda küresel ölçekte tanık olunan ve önemli niteliğe sahip krizler olarak 1929 Ekonomik Buhranı, 2008 Küresel Krizini ve Covid-19 Pandemisini gösterebiliriz. Türkiye ekonomisi kapsamında bakıldığında ise 2001 ve 2008 ekonomik krizlerinin ardından Covid-19 Pandemisidir. Türkiye’de 2008 krizinden bu yana toparlanılmaya çalışılan denge tekrardan sarsılmıştır

Literatür Araştırması

Mortgage kredileri uzun yıllar boyunca uygulanan ve bireylerin konut sahibi olabilmeleri için geliştirilmiş bir kredi sistemi olarak ortaya çıkmıştır. FED, ABD ekonomisini canlandırıp işsizlik sorununu gidermek için kredi hacmini genişleten bir politika izleyerek faiz oranlarını %1 seviyesine kadar çekmiştir. Bu politika ile kredi verilen kişilerin ödeme derecesine bakılmaksızın verilmesine kredi hacminin büyümesine ve konut sektöründe bir balon oluşmasına neden olmuştur (Dursun & Birdal, 2011). Ancak 2008 yılında

ABD ekonomisinde karşılan kriz öngörülemediği için ekonomiler üzerindeki etkileri derin hasarlar oluşturmuştur. Bunun yanı sıra krizin sebeplerinin iyi bir şekilde analiz ederek belirlenmesi sonucunda uygulanan politikaların doğru seçilme ihtimalide burada önem kazanmaktadır (Ünal & Kaya, 2009).

Yaşanılan bu kırılma noktası 2008 küresel krizinden bu yana alışla gelen sistemin değişmesine neden olmuştur. Eski dünya sisteminin yerinin değiştiği, devletlerin ve ekonomilerin dönüşüme uğradığı yeni bir düzen oluşmuştur. Hatta pandemi ile her alanda bir yeniliğin geldiği bu düzende Covid-19 öncesi ve Covid-19 sonrası gibi bir ayrım yapılabileceği ve bu yeni düzene hızlı ayak uyduran ve yenilikler sunan ekonomilerinde bir sıçrama göstererek gelişmişliği yakalayabilecektir (İnam, 2020).

Covid-19 pandemisi ise sağlık krizi olarak ortaya çıkmış olsa da dünyada ekonomiler üzerinde ciddi olumsuz sonuçlara yol açmıştır. Küreselleşmenin hat safhada olduğu günümüz dünyasında bir ekonomide meydana gelen olumsuz koşulların tüm ekonomileri etkisi altına alacağı aşıkardır. Bu açıdan ele alındığında ilk süreçte küresel GSYH büyümesinin düşmesine, istihdamın azalmasına, küresel üretimin ve petrol fiyatlarının azalmasına neden olarak sınır ötesi etkileri ortaya çıkarmış ve ciddi ekonomik durgunluklara neden olmuştur (Gern & Hauber, 2020). DTÖ ve OECD açıklamalarına göre salgının etkisini artırmasıyla birlikte ekonomilerin 2020 GSYH' sının yarısına kadar düşüş gösterdiğini ve bunun yanı sıra küresel ölçekte ticaretin bir önceki yıla göre %32 oranında azaldığını belirtmiştir. (Saez & Zucman, 2020).

Literatürde son dönemde Covid-19 salgının ve 2008 küresel krizinin ekonomik etkilerini karşılaştıran çalışmalar sınırlı sayıdadır. Benzer çalışmada bulunan, Gürcün ve Cömertler (2020) göre küresel krizden en az hasarı alabilmek için em önemli etkenin hükümet politikasının olduğunu ortaya koymuştur. Hükümet politikalarının yönünün belirlenmesinde etkili koşulunda bilim insanların araştırma ve yöntemlerine bağlı olduğu sonucuna varmıştır. Adıgüzel (2019) göre Covid-19 pandemisinin sosyal ekonomik sonuçlarının yanı sıra Makro-ekonomik göstergeler üzerinde de etki alanı oldukça büyüktür. Çalışmanın sonucuna göre Türkiye ekonomisinde üretim, İstihdam, İhracat, cari açık, bütçe açığı, merkezi yönetim toplam borç yükünü pandemi süreci olumsuz etkileyerek 400-675 milyon TL kayıp oluştuğu sonucuna ulaşmıştır. Arslan ve Bayar (2020) göre, Yaşanılan büyük krizlerden birisi olan 2008 küresel krizinin ardından Türkiye ekonomisinin toparlanmasının uzun vadeye yayıldığı bunun içinde politika faiz oranlarında, piyasa likidite desteğiyle, vergi borçlarının ertelenmesi gibi politikalar izleyerek gerçekleştiğini ancak 2019 yılında karşılaşılan Covid-19 Pandemi süreci tekrardan bozduğu sonucuna ulaşmıştır. Pandemi döneminin en az hasarla atlatılabilmesi içinde esnek çalışma biçimlerinin devreye girip üretim artışını sağlayarak gerçekleştireceği sonucunu elde etmiştir.

Türkiye’de bu ekonomik etkileri inceleyen Yetiz (2021) göre Türkiye’nin bankacılık sektörünün Covid-19 Pandemi sürecinde karşılaşmış olduğu güçlükleri ele almıştır. Bu kapsamda bankaların almış olduğu önlemler ve destek paketlerinin güncel duruma göre hizmetlerde meydana gelen değişiklikler ve yapılandırmaların neler olduğunu incelemiştir. Sonuç olarak dünyada yaşanan bu büyük çaplı salgına Türkiye’de en hazır sektörün 2008 Küresel Krizi tecrübesi ve alınan önlemler sayesinde bankacılık sektörü olduğunu söylemektedir. Demirhan (2014) göre Dünyada ve Türkiye’de etkileri derinden hissedilen küresel ekonomik krizi büyük önem arz etmektedir. Bu çalışmada yazar 2008 Küresel Krizinin Türkiye üzerindeki etkilerini makroekonomik göstergeler ile ele almıştır. Sonuç olarak yaşanılacak herhangi bir krizde zayıf yönleri olan finansman ve ithalatta olan dışa bağımlılığın azaltılması gerektiğini ortaya koymuştur. Bu şekilde dışa karşı oluşan kırılganlığın azalarak ortaya çıkabilecek muhtemel krizlerin sağlıklı atlatılabileceğini ortaya koymuştur.

Reel sektör üzerine karşılaştırmalı analiz yapan Turnacıgil (2021) göre Yaşanılan sağlık krizinin riskli varlıkların tamamında aynı etkiyi yaratmadığını sektörler arasında farklılıklar olduğunu belirtmiş ve çıkış noktası aynı olmayan 2008 Küresel Krizinin ve Covid-19 Pandemisinin BIST 100 Endeksi üzerindeki volatilitenin karşılaştırmasını yapmıştır. Sonuç olarak 2008 Küresel Krizinin volatilitite üzerindeki etkisinin daha yoğun olduğunu ortaya koymuştur. Bu konuda yapılabilecek çalışmalara da aynı dönemde farklı dünya endekslerinin veya hisse semtlerinin getiri değişikliklerinin karşılaştırmasının yapılabileceğini önermiştir. Duran ve Acar (2020) göre Türkiye ve dünya üzerindeki etkilerinin sektörel baz da ele almıştır. Bunun yanı sıra pandeminin Türkiye’nin makroekonomik göstergeler üzerinde yarattığı etkiyi grafikler yardımıyla incelemiştir. Sonuç olarak alternatif tematik zincirleri ve üretim lokasyonlarının belirlenmesi gerektiğini, alternatif çalışma koşullarının oluşturulması, sağlık ve biyoteknoloji alanlarındaki yatırımların artırılması gerektiği gibi unsurları öne çıkarmıştır.

Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın iki amacı bulunmaktadır. Bunlardan birincisi 2008 yılında ortaya çıkan küresel finans krizinin Türkiye ekonomisi üzerine etkilerinin test edilmesidir. İkincisi ise Covid 19 pandemisi öncesinde ve sonrasında Türkiye ekonomisi üzerinde makro ekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin niteliğini ortaya çıkarmaktır.

Bu çalışmada İşsizlik Oranı, TÜFE, ÜFE, İhracat, İthalat, Ort. Dolar Kuru (\$), Ekonomik güven endeksi, Tüketici güven endeksi, Reel kesim güven endeksi ve İmalat sanayi kapasite kullanım oranı analize dahil edilmiştir. Çalışmanın veri seti TUIK ve TCMB veri dağıtım sistemlerinden temin edilmiştir.

Bu çalışmada değişkenlere ait zaman serilerinin durağanlığını belirlemek amacıyla Augmented Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) testleri kullanılmıştır. Çalışmadaki tüm makro değişkenler arasındaki uzun dönem nedensellik ilişkisi Granger nedensellik sınaması ile incelenmiştir. Değişkenler arasındaki uzun dönem Granger nedensellik ilişkilerini bulabilmek amacıyla Wald sınaması yapılmıştır.

Uygulama

Bu bölümde makro değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren model sonuçları küresel finansal kriz öncesi dönem, küresel finansal kriz dönemi ve küresel finansal kriz sonrası dönem ile küresel pandemi Covid 19 öncesi dönem, küresel pandemi Covid 19 dönemi ve küresel pandemi Covid 19 sonrası dönem olmak üzere üç ayrı başlıkta gösterilecektir.

Model 1a: Küresel Finansal Kriz Öncesi Dönem (01.01.2007 – 31.08.2008)

Bu döneme ilişkin birim kök test sonuçları sabit terim ve trend içeren zaman serilerinin en büyük bütünleşme seviyesinin bir olduğunu ($d = 1$) göstermektedir. Uygun gecikme düzeyi Schwarz (SC) bilgi kriterine göre bir olarak bulunmuştur ($k = 1$).

Tablo 1: Küresel Finansal Kriz Öncesi Döneme İlişkin Birim Kök Test Sonuçları

2008 Küresel Finansal Krizi Öncesi	Augmented Dickey-Fuller test istatistiği			Phillips-Perron test İstatistiği		
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
İşsizlik Oranı	0,176	-2,150	0	0,176	-2,150	0
TÜFE	0,432	-0,948	1	0,323	-0,869	1
ÜFE	-0,930	-1,435	1	-0,007	-1,517	1
İhracat	1,386	-4,218	0	1,140	-4,196	1
İthalat	1,820	-3,127	0	2,218	-3,087	1
Ort. Dolar Kuru (\$)	-1,736	-1,636	0	-1,736	-1,636	0
Ekonomik güven endeksi	-1,600	-1,491	0	-1,585	-1,522	1
Tüketici güven endeksi	-1,131	-2,017	0	-1,471	-2,017	0
Reel kesim güven endeksi	-1,316	-2,217	0	-1,577	-2,258	1
İmalat sanayi kapasite kul. oranı	0,235	-1,784	0	0,235	-1,821	1
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
D (İşsizlik Oranı (-1))	-4,192	-4,060	0	-4,192	-4,059	1
D (TÜFE (-1))	-1,781	-3,296	1	-3,745	-4,302	0
D (ÜFE	-2,005	-1,670	0	-2,005	-1,670	0

D (İhracat (-1))	-5,552	-6,119	0	-5,639	-6,978	4
D (İthalat (-1))	-4,180	-5,387	0	-4,209	-5,357	1
D (Ort. Dolar Kuru (\$) (-1))	-3,345	-3,502	0	-3,345	-3,510	0
D (Ekonomik güven endeksi (-1))	-3,605	-3,823	0	-3,639	-3,824	1
D (Tüketici güven endeksi (-1))	-4,234	-4,332	0	-4,234	-4,548	4
D (Reel kesim güven endeksi (-1))	-4,347	-4,396	0	-4,347	-4,442	3
D (İmalat sanayi kapasite kul. oranı (-1))	-4,346	-4,268	0	-4,335	-4,255	1
1% düzeyi	5% düzeyi	10% düzeyi				

İhracat ve Ort. Dolar Kuru (\$) değişkenleri dışında tüm makro değişkenlerin birinci sıra fark durağan I(1) koşulunu sağladıkları görülmektedir.

Tablo 2: Küresel Finansal Kriz Öncesi Uzun Dönem Granger Nedensellik Test Sonuçları

	İşsizlik Oranı	TÜFE	ÜFE	İhracat	İthalat	Ort. Dolar Kuru (\$)	Ekonomik güven endeksi	Tüketici güven endeksi	Reel kesim güven endeksi	İmalat sanayi kapasite kullanım oranı
İşsizlik Oranı		0.6085	0.6273	0.4088	0.6551	0.4389	0.6418	0.6282	0.4081	0.2343
TÜFE	0.2722		0.4766	0.7456	0.5494	0.3961	0.5889	0.3224	0.9522	0.4511
ÜFE	0.6845	0.0054		0.3916	0.0871	0.8912	0.1545	0.0273	0.8893	0.4528
İhracat	0.2963	0.3624	0.3939		0.1369	0.6261	0.0861	0.6454	0.0063	0.3307
İthalat	0.3956	0.2315	0.6703	0.8142		0.2607	0.0051	0.4697	0.0914	0.3999
Ort. Dolar Kuru (\$)	0.2034	0.5348	0.3042	0.8510	0.7243		0.4018	0.2886	0.1880	0.0099
Ekonomik güven endeksi	0.1682	0.0241	0.1997	0.0171	0.0072	0.4661		0.9863	0.5576	0.8740
Tüketici güven endeksi	0.0299	0.1464	0.1550	0.1064	0.5480	0.1702	0.2609		0.2138	0.0250
Reel kesim güven endeksi	0.4455	0.1049	0.0555	0.0792	0.0683	0.8246	0.0451	0.9324		0.3110
İmalat sanayi kapasite kullanım oranı	0.5175	0.2161	0.4061	0.2306	0.0397	0.1837	0.0655	0.9106	0.2458	

5% düzeyi ve **10% düzeyi** Tablo 2 içindeki değerler anlamlılık düzeyi (P) değerini göstermektedir.

Tablo 2’de verilen değerler incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- Tüketici güven endeksi, İşsizlik Oranı değişkeninin granger nedenidir.
- ÜFE, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- Tüketici güven endeksi, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- Tüketici güven endeksi, İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- İhracat, Ekonomik Güven Endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- Tüketici güven endeksi, İthalat değişkeninin granger nedenidir.
- İthalat, Tüketici Güven Endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, İthalat değişkeninin granger nedenidir.
- Ort. Dolar Kuru (\$), İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.
- Ekonomik Güven Endeksi, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- Reel Kesim Güven Endeksi, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.

Model 1b: Küresel Finansal Kriz Dönem (01.09.2008 – 09.03.2009)

Bu döneme ilişkin birim kök test sonuçları sabit terim ve trend içeren zaman serilerinin en büyük bütünleşme seviyesinin bir olduğunu ($d = 1$) göstermektedir (Tablo 3). Uygun gecikme düzeyi Schwarz (SC) bilgi kriterine göre bir olarak bulunmuştur ($k = 1$).

Tablo 3: Küresel Finansal Kriz Dönemine İlişkin Birim Kök Test Sonuçları

2008 Küresel Finansal Krizi	Augmented Dickey-Fuller test istatistiği			Phillips-Perron test İstatistiği		
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
İşsizlik Oranı	-0,001	-	1	1200,003	1131003.	1
TÜFE	-3,161	-5,153	0	-1,851	-12,757	3
ÜFE	-1,780	-48,110	1	-2,216	-6,897	5
İhracat	-1,992	-0,628	0	-2,029	-4,989	1
İthalat	-2,373	0,168	0	-2,376	3,887	1
Ort. Dolar Kuru (\$)	1,733	-11,189	1	2,171	-8,945	5
Ekonomik güven endeksi	0,215	-27,017	1	-1,311	-4,626	5
Tüketici güven endeksi	0,832	-1,547	0	0,832	-1,838	0
Reel kesim güven endeksi	-0,891	-1,929	1	-1,895	-2,464	5

İmalat sanayi kapasite kul. oranı	-3,297	-4,039	1	-5,842	0,326	5
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
D (İşsizlik Oranı (-1))	-	-	-	-1,026	-	1
D (TÜFE (-1))	-1,838	-	0	-1,866	-4,020	1
D (ÜFE	-1,042	-	0	-1,042	-3,393	0
D (İhracat (-1))	-1,388	-	1	-4,673	-10,353	4
D (İthalat (-1))	-1,300	-	0	-1,257	-1,004	4
D (Ort. Dolar Kuru (\$) (-1))	-2,900	-	0	-3,328	-2,393	1
D (Ekonomik güven endeksi (-1))	-1,958	-	0	-2,224	-0,506	1
D (Tüketici güven endeksi (-1))	-2,336	-	1	-2,562	-8,845	4
D (Reel kesim güven endeksi (-1))	-2,200	-	0	-2,200	-1,942	0
D (İmalat sanayi kapasite kul. oranı (-1))	-3,297	-	0	-0,625	-2,376	4
1% düzeyi	5% düzeyi	10% düzeyi				

İşsizlik Oranı ve Tüketici güven endeksi değişkenleri dışında tüm makro değişkenlerin düzeyde durağan I(0) koşulunu sağladıkları görülmektedir.

Tablo 4: Küresel Finansal Kriz Dönemi Uzun Dönem Granger Nedensellik Test Sonuçları

	İşsizlik Oranı	TÜFE	ÜFE	İhracat	İthalat	Ort. Dolar Kuru (\$)	Ekonomik güven endeksi	Tüketici güven endeksi	Reel kesim güven endeksi	İmalat sanayi kapasite kullanım oranı
İşsizlik Oranı		0.0128	0.0376	0.8389	0.5177	0.1617	0.6506	0.2170	0.1943	0.5386
TÜFE	0.3906		0.2912	0.7299	0.2020	0.3285	0.9462	0.0902	0.4980	0.7294
ÜFE	10.000	0.3993		0.9662	0.9458	0.2472	0.8770	0.1451	0.0496	0.4601
İhracat	10.000	0.0686	0.4303		0.0678	0.6493	0.1628	0.9452	0.1626	0.1873
İthalat	10.000	0.0253	0.0465	0.5687		0.3010	0.5434	0.2271	0.2964	0.1445
Ort. Dolar Kuru (\$)	0.3297	0.1104	0.0557	0.4310	0.9376		0.1899	0.7680	0.5696	0.1136
Ekonomik güven endeksi	10.000	0.1778	0.3149	0.1472	0.3382	0.2843		0.4408	0.4635	0.1370
Tüketici güven endeksi	10.000	0.1586	0.1868	0.0563	0.3792	0.1662	0.0067		0.3946	0.0183
Reel kesim güven endeksi	0.2909	0.1971	0.5714	0.7947	0.6727	0.1888	0.7381	0.2417		0.2578
İmalat sanayi kapasite kullanım oranı	0.4547	0.0446	0.2407	0.9156	0.7436	0.2546	0.8410	0.1594	0.0282	

5% düzeyi ve **10% düzeyi** Tablo içindeki değerler anlamlılık düzeyi (P) değerini göstermektedir.

Tablo 4’de verilen değerler incelendiğinde aşağıda yer alan sonuçlara ulaşılmıştır.

- İşsizlik Oranı, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- İşsizlik Oranı, ÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- İthalat, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- İthalat, ÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- ÜFE, Reel Kesim Güven Endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- Ekonomik Güven Endeksi, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- Tüketici güven endeksi, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.
- İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, Reel Kesim Güven Endeksi değişkeninin granger nedenidir.

Tablo 5: Küresel Finansal Kriz Sonrası Dönemine İlişkin Birim Kök Test Sonuçları

2008 Küresel Finansal Kriz Sonrası	Augmented Dickey-Fuller test istatistiği			Phillips-Perron test İstatistiği		
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
İşsizlik Oranı	-	-	-	334,069	-	4
TÜFE	0,422	-5,205	8	0,279	-1,598	1
ÜFE	0,769	-1,732	1	0,729	-1,786	1
İhracat	1,024	-5,774	0	1,888	-5,790	2
İthalat	1,927	-4,573	0	1,674	-4,558	2
Ort. Dolar Kuru (\$)	1,122	-1,220	0	0,966	-1,304	1
Ekonomik güven endeksi	1,472	-0,803	1	1,514	-2,830	1
Tüketici güven endeksi	-0,252	-2,325	0	-0,264	-2,325	0
Reel kesim güven endeksi	1,098	-3,174	0	1,107	-3,195	3
İmalat sanayi kapasite kullanım oranı	1,248	-3,533	0	1,230	-3,669	3
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
D (İşsizlik Oranı (-1))	-6,187	-	6	-2.24E-14	-	3

D (TÜFE (-1))	-4,109	-4,085	0	-4,108	-4,086	1
D (ÜFE	-5,174	-5,742	0	-5,171	-5,865	4
D (İhracat (-1))	-6,500	-6,748	1	-10,665	-28,007	8
D (İthalat (-1))	-8,056	-7,052	1	-8,289	-13,823	1
D (Ort. Dolar Kuru (\$) (-1))	-4,177	-4,909	0	-4,157	-4,900	2
D (Ekonomik güven endeksi (-1))	-7,085	-7,638	0	-7,132	-7,978	2
D (Tüketici güven endeksi (-1))	-6,133	-5,985	0	-6,278	-6,260	4
D (Reel kesim güven endeksi (-1))	-6,985	-7,323	0	-7,192	-9,303	1
D (İmalat sanayi kapasite kul. oranı (-1))	-5,528	-4,752	0	-5,603	-5,621	0
1% düzeyi	5% düzeyi	10% düzeyi				

TÜFE, İhracat ve İthalat değişkenleri dışında tüm makro değişkenlerin birinci sıra fark durağan I(1) koşulunu sağladıkları görülmektedir.

Tablo 6: Küresel Finansal Kriz Sonrası Uzun Dönem Granger Nedensellik Test Sonuçları

Sonrası	İşsizlik Oranı	TÜFE	ÜFE	İhracat	İthalat	Ort. Dolar Kuru (\$)	Ekonomik güven endeksi	Tüketici güven endeksi	Reel kesim güven endeksi	İmalat sanayi kapasite kullanım oranı
İşsizlik Oranı		0.3960	0.1685	0,000	0.0003	0.0074	0.2219	0.0975	0.4044	0.0339
TÜFE	10.000		0.9633	0.9515	0.8474	0.7262	0.3309	0.6744	0.2097	0.4029
ÜFE	0,000	0.4709		0.0282	0.1107	0.0655	0.0239	0.2127	0.0236	0.0474
İhracat	10.000	0.4407	0.2200		0.1051	0.0340	0.2337	0.0976	0.2902	0.1269
İthalat	10.000	0.6017	0.4423	0.0022		0.0187	0.1046	0.0177	0.2570	0.0038
Ort. Dolar Kuru (\$)	10.000	0.1355	0.9611	0.1791	0.7391		0.8500	0.3376	0.8732	0.2346
Ekonomik güven endeksi	0,000	0.9617	0.2984	0.0028	0.0222	0.0252		0.0043	0.6417	0.0053
Tüketici güven endeksi	10.000	0.5231	0.9720	0.0493	0.1767	0.0026	0.2578		0.6389	0.6381
Reel kesim güven endeksi	0,000	0.8062	0.2059	0.0276	0.1946	0.0190	0.6207	0.0088		0.0791
İmalat sanayi kapasite kullanım oranı	10.000	0.8806	0.5074	0.0076	0.0925	0.0102	0.1478	0.0374	0.1573	

5% düzeyi ve 10% düzeyi Tablo içindeki değerler anlamlılık düzeyi (P) değerini göstermektedir.

Tablo 6'da verilen değerler incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

- ÜFE, İşsizlik Oranı değişkeninin granger nedenidir.
- İşsizlik Oranı, İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- İşsizlik Oranı, İthalat değişkeninin granger nedenidir.
- İşsizlik Oranı, Ort. Dolar Kuru (\$) değişkeninin granger nedenidir.
- Ekonomik Güven Endeksi, İşsizlik Oranı değişkeninin granger nedenidir.
- Reel Kesim Güven Endeksi, İşsizlik Oranı değişkeninin granger nedenidir.
- İşsizlik Oranı, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.
- ÜFE, İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- ÜFE, Ekonomik Güven Endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- ÜFE, Reel Kesim Güven Endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- ÜFE, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.
- İthalat, İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- İhracat, Ort. Dolar Kuru (\$) değişkeninin granger nedenidir.
- Tüketici güven endeksi, İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- Reel Kesim Güven Endeksi, İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- İthalat, Ort. Dolar Kuru (\$) değişkeninin granger nedenidir.
- Ekonomik Güven Endeksi, İthalat değişkeninin granger nedenidir.
- İthalat, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- İthalat, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.
- Ekonomik Güven Endeksi, Ort. Dolar Kuru (\$) değişkeninin granger nedenidir.
- Tüketici güven endeksi, Ort. Dolar Kuru (\$) değişkeninin granger nedenidir.
- Reel Kesim güven endeksi, Ort. Dolar Kuru (\$) değişkeninin granger nedenidir.
- İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, Ort. Dolar Kuru (\$) değişke-

ninin granger nedenidir.

- Ekonomik Güven Endeksi, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- Ekonomik Güven Endeksi, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.
- Reel Kesim Güven Endeksi, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.

Model 2a: Küresel Pandemi Covid 19 Öncesi Dönem (01.01.2018 – 31.12.2019)

Bu döneme ilişkin birim kök test sonuçları sabit terim ve trend içeren zaman serilerinin en büyük bütünleşme seviyesinin bir olduğunu ($d = 2$) göstermektedir (Tablo 7). Uygun gecikme düzeyi Schwarz (SC) bilgi kriterine göre bir olarak bulunmuştur ($k = 1$).

Tablo 7: Küresel Pandemi Covid 19 Öncesi Dönem

Küresel Pandemi Covid 19 Öncesi Dönem	Augmented Dickey-Fuller test istatistiği			Phillips-Perron test İstatistiği		
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
İşsizlik Oranı	1,394	-1,488	2	0,582	-1,984	0
TÜFE	-0,416	-1,247	2	-0,247	-1,264	3
ÜFE	-0,855	-1,603	1	-0,657	-1,301	2
İhracat	0,541	-4,147	2	0,114	-5,458	0
İthalat	-0,436	-0,794	1	-0,530	-2,944	3
Ort. Dolar Kuru (\$)	1,025	-2,711	2	0,879	-1,809	1
Ekonomik güven endeksi	-0,429	-1,289	0	-0,400	-1,310	1
Tüketici güven endeksi	-0,990	-1,685	0	-1,156	-1,685	3
Reel kesim güven endeksi	-0,223	-1,053	0	-0,222	-1,053	0
İmalat sanayi kapasite kullanım oranı	-0,359	-1,166	0	-0,335	-1,285	2
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
D (İşsizlik Oranı (-1))	-4,728	-5,056	1	-2,630	-2,296	2
D (TÜFE (-1))	-1,703	-4,256	2	-3,190	-3,172	6
D (ÜFE)	-2,486	-3,497	0	-2,437	-2,395	3

D (İhracat (-1))	-3,623	-3,318	5	-13,667	-13,066	4
D (İthalat (-1))	-9,987	-10,010	0	-9,312	-9,785	2
D (Ort. Dolar Kuru (\$) (-1))	-3,613	-4,170	1	-2,844	-3,064	5
D (Ekonomik güven endeksi (-1))	-3,825	-4,348	0	-3,859	-4,347	1
D (Tüketici güven endeksi (-1))	-4,748	-3,950	0	-4,748	-5,219	1
D (Reel kesim güven endeksi (-1))	-4,943	-6,029	0	-4,942	-6,128	2
D (İmalat sanayi kapasite kul. oranı (-1))	-4,450	-4,506	0	-4,469	-4,507	1
1% düzeyi	5% düzeyi	10% düzeyi				

İhracat değişkeni dışında tüm makro değişkenlerin birinci sıra fark durağan I(1) koşulunu sağladıkları görülmektedir.

Tablo 8: Küresel Pandemi Covid 19 Öncesi Dönem Uzun Dönem Granger Nedensellik Test Sonuçları

Küresel Pandemi Covid 19 Öncesi Dönem	İşsizlik Oranı	TÜFE	ÜFE	İhracat	İthalat	Ort. Dolar Kuru (\$)	Ekonomik güven endeksi	Tüketici güven endeksi	Reel kesim güven endeksi	İmalat sanayi kapasite kullanım oranı
İşsizlik Oranı		0.0886	0.0162	0.4327	0.2375	0.9396	0.5323	0.0735	0.1769	0.8399
TÜFE	0.0919		0.0064	0.8333	0.0123	0.5212	0.1689	0.1324	0.0794	0.0060
ÜFE	0.1078	0.0081		0.9504	0.0639	0.5292	0.2054	0.0189	0.0239	0.0138
İhracat	0.8622	0.3815	0.5172		0.0815	0.6463	0.1764	0.0685	0.0231	0.0985
İthalat	0.1300	0.6047	0.1749	0.0635		0.6420	0.0058	0.8367	0.7247	0.0016
Ort. Dolar Kuru (\$)	0.0424	0.8270	0.2396	0.2791	0.0062		0.0004	0.8970	0.7536	0.2675
Ekonomik güven endeksi	0.0206	0.0406	0.0032	0.3451	0.0477	0.0218		0.0070	0.0098	0.4979
Tüketici güven endeksi	0.0101	0.9800	0.1054	0.5779	0.0036	0.1975	0.2660		0.8363	0.0023
Reel kesim güven endeksi	0.0552	0.9796	0.1634	0.7267	0.0002	0.5054	0.0820	0.3775		0.0130
İmalat sanayi kapasite kullanım oranı	0.3170	0.2151	0.0653	0.3696	0.1078	0.8649	0.6780	0.1329	0.5592	

5% düzeyi ve **10% düzeyi** Tablo içindeki değerler anlamlılık düzeyi (P) değerini göstermektedir.

Tablo 8’de verilen değerler incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

- ▶ İşsizlik Oranı, ÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Ort. Dolar Kuru (\$), İşsizlik oranı değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Ekonomik Güven Endeksi, İşsizlik oranı değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Tüketici güven endeksi, İşsizlik oranı değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ ÜFE, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ TÜFE, ÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ TÜFE, İthalat değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Ekonomik Güven Endeksi, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ TÜFE, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Ekonomik Güven Endeksi, İşsizlik Oranı değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ ÜFE, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Tüketici güven endeksi, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ ÜFE, Reel kesim güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ ÜFE, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ İhracat, Reel Kesim Güven Endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Ort. Dolar Kuru (\$), İthalat değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Ekonomik güven endeksi, İthalat değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ İthalat, Ekonomik Güven Endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Tüketici güven endeksi, İthalat değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Reel Kesim Güven Endeksi, İthalat değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ İthalat, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Ekonomik Güven Endeksi, Ort. Dolar Kuru (\$) değişkeninin granger nedenidir.

- Ort. Dolar Kuru (\$), Ekonomik güven endeksi oranı değişkeninin granger nedenidir.
- Reel Kesim Güven Endeksi, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkeninin granger nedenidir.

Model 2b: Küresel Pandemi Covid 19 Dönemi (01.01.2020 – 31.12.2020)

Bu döneme ilişkin birim kök test sonuçları sabit terim ve trend içeren zaman serilerinin en büyük bütünleşme seviyesinin bir olduğunu ($d = 2$) göstermektedir (Tablo 9). Uygun gecikme düzeyi Schwarz (SC) bilgi kriterine göre bir olarak bulunmuştur ($k = 1$).

Tablo 9: Küresel Pandemi Covid 19 Dönemi

Küresel Pandemi Covid 19 Dönemi	Augmented Dickey-Fuller test istatistiği			Phillips-Perron test İstatistiği		
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
İşsizlik Oranı	-0,522	-3,056	1	-1,033	-1,786	5
TÜFE	0,918	-0,752	0	0,837	0,990	9
ÜFE	0,703	-0,616	2	2,053	-0,662	1
İhracat	0,182	-2,846	0	0,571	-2,303	8
İthalat	0,268	-1,717	0	0,320	-2,516	1
Ort. Dolar Kuru (\$)	1,538	-3,086	2	3,073	-0,060	4
Ekonomik güven endeksi	-0,348	-8,822	2	-0,342	-2,146	2
Tüketici güven endeksi	-0,087	-3,203	1	-0,473	-3,223	3
Reel kesim güven endeksi	-0,118	-8,229	2	-0,124	-2,067	2
İmalat sanayi kapasite kullanım oranı	-0,095	-12,995	2	-0,103	-1,449	1
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
D (İşsizlik Oranı (-1))	-3,324	-2,822	1	-5,372	-4,900	9
D (TÜFE (-1))	-2,323	-3,148	0	-2,309	-5,775	2
D (ÜFE (-1))	-1,666	-1,976	0	-0,673	-2,003	1
D (İhracat (-1))	-2,909	-3,667	1	-3,072	-4,267	9
D (İthalat (-1))	-3,422	-3,624	0	-3,436	-5,792	2
D (Ort. Dolar Kuru (\$) (-1))	-2,366	-2,496	0	-1,369	-1,356	3
D (Ekonomik güven endeksi (-1))	-2,948	-14,561	2	-2,941	-2,773	2
D (Tüketici güven endeksi (-1))	-4,021	-6,844	2	-8,852	-10,350	7
D (Reel kesim güven endeksi (-1))	-2,600	-2,221	0	-2,549	-2,498	3
D (İmalat sanayi kapasite kul. oranı (-1))	-2,615	-36,413	1	-2,621	-2,576	1
1% düzeyi	5% düzeyi	10% düzeyi				

Ekonomik güven endeksi, Reel kesim güven endeksi ve İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişkenleri dışında tüm makro değişkenlerin birinci sıra fark durağan I(1) koşulunu sağladıkları görülmektedir.

Tablo 10: Küresel Pandemi Covid 19 Dönemi Uzun Dönem Granger Nedensellik Test Sonuçları

Küresel Pandemi Covid 19 Dönemi	İşsizlik Oranı	TÜFE	ÜFE	İhracat	İthalat	Ort. Dolar Kuru (\$)	Ekonomik güven endeksi	Tüketici güven endeksi	Reel kesim güven endeksi	İmalat sanayi kapasite kullanım oranı
İşsizlik Oranı		0.4854	0.8130	0.2224	0.7029	0.6818	0.7816	0.1512	0.8855	0.6079
TÜFE	0.5920		0.2719	0.3977	0.2788	0.2996	0.6545	0.2388	0.6750	0.4934
ÜFE	0.5320	0.0225		0.1711	0.0766	0.9142	0.5350	0.3614	0.4951	0.4070
İhracat	0.7866	0.4200	0.2781		0.2928	0.4167	0.2448	0.1040	0.4511	0.0990
İthalat	0.8267	0.8025	0.8230	0.8231		0.3156	0.9258	0.0670	0.7815	0.4806
Ort. Dolar Kuru (\$)	0.6151	0.0345	0.0756	0.0874	0.0868		0.3699	0.6364	0.2274	0.3737
Ekonomik güven endeksi	0.8736	0.7904	0.8683	0.6226	0.8098	0.3402		0.0418	0.0159	0.1660
Tüketici güven endeksi	0.1189	0.7244	0.0683	0.9294	0.9697	0.9289	0.6502		0.5530	0.5909
Reel kesim güven endeksi	0.8670	0.9684	0.5575	0.8051	0.2323	0.3379	0.0232	0.0949		0.0103
İmalat sanayi kapasite kullanım oranı	0.5346	0.8613	0.7139	0.5330	0.8464	0.2986	0.2333	0.0297	0.0180	

5% düzeyi ve 10% düzeyi

Tablo içindeki değerler anlamlılık düzeyi (P) değerini göstermektedir.

Tablo 10'da verilen değerler incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- ÜFE, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- Ort. Dolar Kuru (\$), TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- Ekonomik Güven Endeksi, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- Reel Kesim Güven Endeksi, Ekonomik güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- Ekonomik Güven Endeksi, Reel kesim güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.

- İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, Reel Kesim güven endeksi değişiminin granger nedenidir.
- Reel Kesim Güven Endeksi, İmalat sanayi kapasite kullanım oranı değişiminin granger nedenidir.

Model 2c: Küresel Pandemi Covid 19 Sonrası Dönemi (01.01.2021 – 31.12.2022)

Bu döneme ilişkin birim kök test sonuçları sabit terim ve trend içeren zaman serilerinin en büyük bütünleşme seviyesinin bir olduğunu ($d = 1$) göstermektedir (Tablo 11). Uygun gecikme düzeyi Schwarz (SC) bilgi kriterine göre bir olarak bulunmuştur ($k = 1$).

Tablo 11: Küresel Pandemi Covid 19 Sonrası Dönemi

Küresel Pandemi Covid 19 Sonrası Dönemi	Augmented Dickey-Fuller test istatistiği			Phillips-Perron test İstatistiği		
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
İşsizlik Oranı	-2,584	-3,544	0	-4,879	-3,504	2
TÜFE	-1,342	-0,858	1	0,515	-1,245	2
ÜFE	0,308	-2,880	0	1,035	-2,880	0
İhracat	2,105	-5,438	0	1,606	-5,631	7
İthalat	2,258	-3,550	0	2,765	-3,551	1
Ort. Dolar Kuru (\$)	3,003	-2,166	0	3,003	-2,087	0
Ekonomik güven endeksi	0,038	-2,109	0	0,082	-2,160	1
Tüketici güven endeksi	-0,606	-1,417	0	-0,671	-1,410	1
Reel kesim güven endeksi	-1,391	-1,049	0	-1,332	-1,049	0
İmalat sanayi kapasite kullanım oranı	0,270	-1,673	0	0,330	-1,503	1
	Sabit	Sabit ve Trend	k	Sabit	Sabit ve Trend	k
D (İşsizlik Oranı (-1))	-5,746	-5,095	1	-5,797	-14,680	2
D (TÜFE (-1))	-2,758	-0,321	0	-1,129	0,172	3
D (ÜFE)	-5,481	-5,652	0	-5,540	-7,261	2
D (İhracat (-1))	-8,090	-5,428	4	-9,292	-23,908	6
D (İthalat (-1))	-2,281	-6,736	1	-5,787	-13,107	8
D (Ort. Dolar Kuru (\$) (-1))	-2,732	-3,630	0	-2,720	-3,609	2
D (Ekonomik güven endeksi (-1))	-4,915	-4,685	0	-5,027	-4,765	5
D (Tüketici güven endeksi (-1))	-4,988	-5,199	0	-4,992	-6,148	5
D (Reel kesim güven endeksi (-1))	-2,307	-4,797	0	-3,869	-4,796	1
D (İmalat sanayi kapasite kul. oranı (-1))	-6,112	-6,614	0	-6,131	-7,185	3
1% düzeyi	5% düzeyi	10% düzeyi				

İşsizlik Oranı, İhracat ve İthalat değişkenleri dışında tüm makro değişkenlerin birinci sıra fark durağan I(1) koşulunu sağladıkları görülmektedir.

Tablo12: Küresel Pandemi Covid 19 Dönemi Sonrası Uzun Dönem Granger Nedensellik Test Sonuçları

Küresel Pandemi Covid 19 Dönemi	İşsizlik Oranı	TÜFE	ÜFE	İhracat	İthalat	Ort. Dolar Kuru (\$)	Ekonomik güven endeksi	Tüketici güven endeksi	Reel kesim güven endeksi	İmalat sanayi kapasite kullanım oranı
İşsizlik Oranı		0.7548	0.0061	0.0375	0.1992	0.1308	0.5300	0.0625	0.7356	0.8853
TÜFE	0.0193		0.0713	0.0371	0.0696	0.6008	0.2440	0.0208	0.8754	0.6093
ÜFE	0.9262	0.6571		0.1575	0.2909	0.7048	0.7064	0.0524	0.5459	0.6934
İhracat	0.8823	0.2371	0.5430		0.1374	0.1733	0.6553	0.1977	0.1686	0.0903
İthalat	0.0311	0.0037	0.2986	0.0177		0.0977	0.2086	0.0320	0.3387	0.6478
Ort. Dolar Kuru (\$)	0.0366	0.1480	0.1531	0.0334	0.0292		0.3631	0.0228	0.8225	0.5955
Ekonomik güven endeksi	0.3430	0.9061	0.7260	0.6169	0.8373	0.3369		0.6133	0.0389	0.3911
Tüketici güven endeksi	0.5586	0.0036	0.2480	0.3240	0.6155	0.0535	0.9748		0.1613	0.1986
Reel kesim güven endeksi	0.1266	0.0007	0.6611	0.2709	0.1678	0.0282	0.5482	0.1249		0.4592
İmalat sanayi kapasite kullanım oranı	0.8640	0.0072	0.8676	0.5180	0.6477	0.0593	0.9347	0.1827	0.1096	

5% düzeyi ve 10% düzeyi

Tablo içindeki değerler anlamlılık düzeyi (P) değerini göstermektedir.

Tablo 12’de verilen değerler incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

- TÜFE, İşsizlik Oranı değişkeninin granger nedenidir.
- İşsizlik Oranı, ÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- İşsizlik Oranı, İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- İthalat, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- Ort. Dolar Kuru (\$), İşsizlik Oranı değişkeninin granger nedenidir.
- TÜFE, İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- İthalat, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.

- ▶ Tüketici güven endeksi, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ TÜFE, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Reel Kesim Güven Endeksi, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ İmalat sanayi kapasite kullanım oranı, TÜFE değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ İthalat, İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Ort. Dolar Kuru (\$), İhracat değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Ort. Dolar Kuru (\$), İthalat değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ İthalat, Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Ort. Dolar Kuru (\$), Tüketici güven endeksi değişkeninin granger nedenidir.
- ▶ Reel Kesim Güven Endeksi, Ort. Dolar Kuru (\$) değişkeninin granger nedenidir.

Sonuç ve Öneriler

Dünya ekonomisi yirmi birinci yüzyıla kadar küresel çapta etki alanı en geniş olan üç büyük krizle karşı karşıya kalmıştır. 1929 Ekonomik Buhran, 2008 Küresel Krizi ve Covid-19 Pandemisidir. Ancak ekonomik krizlerin başlangıçları genellikle belirsiz ve ağır bir şekilde bas gösterdiği için bu durum çoğunlukla dikkat çekinmemektedir. Krizin derinleşmesini önlemek ve oluşabilecek tahribatın önüne geçilmez önlemler gecikir ise veya öngörüler atlanırsa sonucu kaçınılmaz olacaktır. Pek çok kriz çeşitliliği olmasına rağmen ekonomik, politik, sosyal ortam ya da sağlık gibi dinamikler ve belirsizlikler nedeniyle de krizler yaşanabilmektedir. Türkiye ekonomisinde likidite sıkıntısının olması gelişmekte olan ülke konumunda olduğu için oluşabilecek spekülasyon saldırlarına karşı açık olması sebebiyle krizden etkilenmesine ve bu sebeple gelir dağılımının bozulmasına neden olmaktadır. Yaşanılan krizlerden de ortaya çıkan durum neticesinde Türkiye’de makroekonomik istikrar büyük önem arz etmektedir. Krizler ortaya çıktığı ülkede ya da sektörde sınırlı kalmayıp birbirleriyle etkileşim halinde oldukları piyasayı ve teknolojinin sunduğu imkanlar nedeniyle çabuk yayılabilmektedir.

Bu çalışmada 2008 Küresel Krizi ve Covid-19 pandemisinde Türkiye’nin makroekonomik göstergeleri üzerindeki etkileri ele alınmıştır. İki farklı noktadan çıkmış olan bu iki krizde Türkiye ekonomisi üzerinde olumlu ve olumsuz sonuçlara yol açmıştır. Her ne kadar çıkış noktaları aynı olmasa dahi iki krizinde etki ve sonuçlarının benzer olup olmayacağı tartışmaları da sürdürmektedir.

Yapısal farklılıklar içeren bu iki krizin etki farklılıklarını ortaya koymak çalışmanın amaçları içerisinde yer almaktadır. Bu kapsam da her iki kriz içinde ele alınacak veriler işsizlik, İhracat, ithalat, enflasyon, büyüme, dolar kuru, cari işlemler dengesi ve tüketici güven endeksidir. Bu kapsamda 2008 Küresel Krizinin Türkiye üzerindeki etkilerini değerlendirebilmek için seçilen zaman aralığı Ocak ve Aralık ayı dahil edilerek 2009 yılı seçilmiştir. Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisi üzerindeki etkisini tespit edebilmek içinde zaman aralığı 2020 yılı olarak belirlenmiştir.

Bunun yanı sıra Covid-19 Pandemisinin ve 2008 Küresel Krizinin etkilerini daha net ortaya koyabilmek içinde destekleyici veriler zaman aralığına göre ele alınmıştır. Bu verilerde ödemeler dengesi, merkezi yönetim bütçesi, imalat sanayi kapasite kullanım oranıdır. Test sınamaları yapılarak anlamlı bir sonuç elde edilmeye çalışılmıştır. 2008 küresel krizini incelerken 2009 öncesi göstergeler kriz öncesi dönemde göstergelerde önemli bozulmalar meydana geldiğini 2009 sonrası verilerin alınmasında ise krizden sonraki süreçte dalgalı seyri gösterebilmek ve iyileşmelere dikkat çekebilmek amacıyla ele alınmıştır. Aynı şekilde Covid-19 Pandemisi ele alınırken de 2020 yılı öncesi ve 2020 sonrası verilerin alınmasının amacı ortaya çıkan kırılmaların ve toparlanmaların daha anlaşılır hale getirmektir.

2008 küresel finansal krizi ve 2020 Covid-19 pandemisi, Türkiye ekonomisi üzerinde önemli etkilere sahip olan iki olaydır. İki dönem arasındaki makroekonomik göstergeler ile Türkiye ekonomisi üzerindeki ilişkiler incelendiğinde; her iki dönemde de işsizlik oranı artmıştır. Bu durum, işsizlik oranının artmasına ve işsizlik sorununun derinleşmesine yol açabilir. 2008 krizi döneminde Türkiye’de hem tüketici hem de üretici enflasyon oranının arttığı görülmüştür, bu durumun talebin azalması ve maliyetlerin yükselmesiyle ilişkilendirilebilir. Pandemi, tüketim ve talepte düşüşe neden olduğu için genel fiyat düzeyinin düşmesine yol açmıştır. Her iki dönemde de ortalama döviz kuru (\$) dalgalanmaları yaşanmıştır. Bu durum, ulusal para biriminin değer kaybetmesine ve döviz kurlarının yükselmesine yol açabilir. Hem 2008 krizi hem de 2020 pandemisi dönemlerinde Türkiye’nin cari açığı (ithalat – ihracat) artmıştır. Finansal krizler ve pandemiler genellikle ihracatta düşüşe neden olurken, ithalatın düşmesi daha yavaş gerçekleşmektedir. Bu da cari açığın artmasına yol açmaktadır.

2008 krizi ve 2020 pandemisi dönemlerinde, reel kesim güven endeksi genellikle düşüş göstermiştir. Krizler ve pandemiler, işletmelerin üretimi ve satışları olumsuz etkileyebilir, bu da reel kesim güven endeksinin düşmesine neden olabilir. 2008 küresel finansal krizi ve 2020 Covid-19 pandemisi dönemlerinde Türkiye ekonomisi üzerindeki makroekonomik göstergeler arasındaki bazı genel ilişkileri yansıtmaktadır. Ancak, ekonomi karmaşık bir yapıya sahip olduğu için her dönemde farklı faktörlerin etkili olduğunu unutmamak önemlidir. Sonuç olarak, 2008 küresel finansal krizi ve 2020 Covid-19

pandemisi dönemlerinde Türkiye’de ekonomik güven endeksi, reel kesim güven endeksi, tüketici güven endeksi ve imalat sanayi kapasite kullanım oranı arasında genellikle negatif bir ilişki bulunmaktadır.

Bu çalışmada 2008 küresel finansal krizi ve 2020 Covid-19 pandemisi dönemlerinde Türkiye ekonomisi içinde yer alan makro ekonomik göstergeler arası ilişkiler arası Granger nedensellik testi ve varyans ayrıştırması analizleri ile incelenmiştir. Analiz sonuçları hem kriz öncesi ve hem kriz dönemlerinde makro ekonomik zaman serileri arasındaki uzun dönem ortak hareket etme durumunun sınırlı olduğunu gözlemlenirken, kriz sonrası dönemde ortak hareketteki artış gözlemlenmiştir. Benzer sonuçlar Covid 19 pandemisi öncesi, pandemi dönemi ve sonrası dönemler içinde geçerlidir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, M. (2019). Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkilerinin Makro-ekonomik Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Covid-19 Sosyal Bilimler Özel Sayısı* (37), 191-221.
- Arslan, İ. & Bayar, İ. (2020). Covid-19 Salgını, Ekonomik Etkileri ve Küresel Ekonominin Geleceği . *Gaziantep University Journal of Social Sciences* , Vol 19 COVID-19 Special Issue , 87-104 . DOI: 10.21547/jss.773356
- Demirhan , Ü. (2014). 2008 Küresel Krizin Düya ve Türkiye Ekonomisinde Makro-ekonomik Göstergelere Etkileri. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi*, 117.
- Duran, M. S., & Acar, M. (2020). Bir Virüsün Dünyaya Ettikleri: Covid-19 Pandemisinin Makroekonomik Etkileri. *International Journal Of Social And Economic Sciences*, 10(1), 54–67. Retrieved From
- Dursun, G. D., & Birdal, İ. (2011, Ekim). Krizlerin Tahmin Edilebilirliği: 2008 Krizi Örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*, 22(70), 63-73.
- Gern, K. J., & Hauber, P. (2020, March). Coronavirus Halt Weltkonjunktur İn Atem Business Cycle Highlight: Coronavirus Keeps The Global Economy İn Suspense. *Wirtschaftsdienst*, 100(3), 223-224.
- Gürcün, D., & Cömertler, N. (2020). Türkiye'nin 2008 Küresel Ekonomik Krizi ve Covid-19 Kriziyle Mücadelesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 305-316.
- İnam, A. (2020, Mart 26). *Korona Öldürecek Mi? Olduracak Mı?* www.fikirturu.com : <https://fikirturu.com/toplum/korona-oldurecek-mi-olduracak-mi/>? adresinden alındı
- Saez, E., & Zucman, G. (2020, March 16). *Keeping Business Alive: The Government Will Pay*. 03 23, 2022 tarihinde <https://gabriel-zucman.eu/files/coronavirus2.pdf> adresinden alındı
- Turnacıgil, S. (2021). BIST100 Endeks Volatilitesinin COVID-19 ve 2008 Küresel Finansal Kriz Dönemleri Karşılaştırmalı Analizi . *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 13 (2) , 59-68 . DOI: 10.52791/aksarayıbd.878079
- Ünal, A., & Kaya, H. (2009). Küresel Kriz ve Türkiye. *Ekonomi ve Politika Araştırmaları Merkezi*, 1-35. ekopolitik.org adresinden alındı
- Yetiz, F. (2021). COVID-19 Pandemi Sürecinin Türk Bankacılık Sektörü Çalışanlarına ve Müşterilerine Etkileri: Swot Analizi . *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi* , Ejosat 2021 Ocak , 109-117 . DOI: 10.31590/ejosat.835792

Bölüm 12

KATILIM SİGORTACILIĞI SEKTÖRÜNÜN SWOT ANALİZİ İLE İNCELENMESİ

Ramazan BAŞ¹



1 Öğr. Gör. Ramazan BAŞ, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi (DPÜ), Domaniç
Hayme Ana Meslek Yüksekokulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü,
Bankacılık ve Sigortacılık Programı, ramazanbas1990@gmail.com,
ORCID ID: 0000-0003-1007-8568

GİRİŞ

Kişilerin para ile ölçülebilir menfaatlerini zarara uğratma potansiyeli taşıyan çeşitli risklerin/rizikoların gerçekleşmesi halinde ortaya çıkacak kayıplara karşı korunma ihtiyacı paralelinde ortaya çıkan sigorta kavramı; belirli miktarda bir bedel ödenmesi karşılığında, ortaya çıkma ihtimali olan tehlikelere karşı kişilere güvence sağlayan bir sistemdir (Özüdoğru, 2017). Risklere karşı koruma sağlayan ürün ve hizmetleriyle bireyleri, reel sektörü ve ticari faaliyetleri destekleyip, ekonomik büyümeye, istihdama, vergi gelirlerine katkı sağlayan, finansal sektöre uzun vadeli kaynak aktaran sigorta sektörü (Türkiye Sigorta Birliği [TSB], 2020) Türkiye ekonomisi ve Türk finans sistemi açısından vazgeçilmez bir rol üstlenmektedir.

2021 yılsonu verilerine göre; 41'i hayat dışı branşta, 21'i hayat ve emeklilik branşında ve 3 tanesi de reasürans alanında olmak üzere, toplam 65 şirketin aktif olarak faaliyet gösterdiği Türk sigorta ve bireysel emeklilik sektörünün 427 milyar TL aktif büyüklük ile finans sektöründeki payının %4,1 olduğu, sektörün üstlendiği toplam tazminat tutarının 64 milyar TL seviyesine yaklaştığı, ve GSYİH'nın 32 katına ulaşan teminat tutarının söz konusu olduğu dikkat çekmektedir (TSB, 2022a).

Konvansiyonel esaslara dayalı sigortacılık işlemlerinin hâkim durumda olduğu Türk sigortacılık ve bireysel emeklilik sektörünün içerisinde yer alan ve 2009 yılından bu yana ülkemizde faaliyetlerine devam eden katılım sigortacılığı sistemi İslami ilkelerle uyumlu, risk paylaşımına dayalı, yardımlaşma ve dayanışma odaklı alternatif bir sigorta enstrümanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Öner, 2021).

Zamanla önemli bir büyüme trendi yakalayan katılım sigortacılığı sistemi 2021 yılsonu itibariyle sektördeki prim üretiminden %5,2 oranında pay almayı başarmıştır (TSB, 2022b).

Sektördeki karar alıcılar ve konuya akademik anlamda ilgi duyan araştırmacılar açısından önem taşıyabileceği değerlendirilen bu çalışmada, literatürdeki araştırmalardan hareketle, Türk finans sisteminin bankacılık sektöründen sonra en önemli aktörü olan sigortacılık sektörü içerisinde hızlı bir gelişim kaydeden katılım sigortacılığı alt sektörü için SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analizi tekniğiyle bir değerlendirme yapılarak, stratejik bir bakış açısının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Değerlendirme konusu yapılan birimin içsel faktörlerini dışarıdan kaynaklı faktörlerle sistemli biçimde karşılaştıran bir ölçme enstrümanı niteliği taşıyan SWOT analizi ayrıca stratejik planlama aracı olarak da güçlü ve zayıf yönlerin ortaya konulmasına olanak tanımakta, hem dış hem de iç çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditlerin belirlenmesini mümkün hale getirmektedir (Eriş, 2019: 1291).

Katılım Sigortacılığı Sektörünün SWOT Analizi İle Değerlendirilmesi

Strengths (Güçlü Yönler)

Büyüme ve gelişme trendi gösteren piyasa koşullarının varlığı: Ülkemizde 13 yıllık bir geçmişe sahip olan ve 2014 yılında sadece 2 şirketin faaliyet gösterdiği katılım sigortacılığı sisteminin 2014-2021 döneminde toplam prim üretimi açısından sektörün genel büyüme performansını geride bırakıp, yıllar itibarıyla %24,2 ile %96,1 arasında değişen oranlarda büyüme kaydederek, 2021 yılsonu verilerine göre pazar payını %5,2 düzeyine yükseltmeyi başardığı gözlenmekte ve yine şirket sayısının da 12'ye ulaştığı dikkat çekmektedir (TSB, 2022b).

2021 yılsonu verilerine bakıldığında, otomatik katılım ve bireysel emeklilik sistemindeki tüm emeklilik yatırım fonları arasında unvanında katılım ifadesi geçen ve esas olarak faiz hassasiyeti taşıyan katılımcılara hitap eden katılım esaslı fonların ağırlığının yaklaşık %25'e ulaştığı, sadece otomatik katılım fonları hesaba katıldığında ise, katılım esaslı fonların %62'ye yakın bir ağırlığının söz konusu olduğu görülmektedir (TSB, 2022b).

Ayrıca, sektöre yönelik uluslararası sermaye ilgisini göstermesi açısından, HDI Katılım Sigorta A.Ş.'nin 2023 yılının Ocak ayı itibarıyla faaliyetlerine başlamış olması da sektörün geliştiğine işaret eden bir gösterge olarak karşımıza çıkmaktadır (<https://www.hdikatilimsigorta.com.tr/hakkimizda>). Tüm bu veriler büyüme ve gelişme trendinin varlığını ortaya koymaktadır.

Ekonomik büyümeye katkı sağlayan bir sektör durumunda olması: Ergün (2021) Türkiye'de katılım sigortacılığı ile katılım bankacılığı ve ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiyi ortaya koymayı amaçladığı çalışmasında, 2010-2019 arasındaki verilerden yararlanmış ve ekonometrik analiz kapsamında ARDL sınır testini kullanarak, katılım sigortacılığının ekonomik büyüme üzerinde hem kısa hem de uzun dönemde istatistiksel anlamda pozitif yönde ve önemli derecede etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Yine, Öner (2022) Türkiye örneği üzerinden 2009-2022 dönemi verilerini kullanarak katılım sigortacılığı sektörü prim üretimi ile ekonomik büyüme ve tüketici güven endeksi arasında nedensellik ilişkisi olup olmadığını VAR ve Granger Nedensellik Testi ile araştırdığı çalışmasında, katılım sigortacılığı sektöründeki büyümenin ülke ekonomisinin büyümesine katkı sağladığını ortaya koymuştur.

Dönem sonunda bakiye iadesi imkânı: Tekafül fonundan, ilgili dönemdeki hasar ödemeleri, masraflar ve giderler düşüldükten sonra, fonda pozitif bakiye kalması halinde, sözleşme hükümlerine göre söz konusu tutarın katılımcılara geri ödenebilme imkânının (bakiye iadesi imkânının) söz konusu olduğu katılım sigortacılığı sisteminde ilk bakiye iadesi uygulaması 2016 yılında Neova Sigorta tarafından gerçekleştirilmiştir (Ünsal ve Laçınbala, 2016: 31).

Türk Katılım Reasürans'ın faaliyetlerine başlaması: Katılım sigortacılığı sektörünün sürdürülebilir şekilde gelişmesi sürecine katkıda bulunmak, yurtdışına giden katılım reasürans primlerinin yurtiçinde kalmasını sağlamak, yurtiçi katılım reasürans kapasite ihtiyacını karşılamak ve yurtdışı sigorta şirketlerinin katılım bazlı reasürans ihtiyaçlarına destek olmak için 2021 yılının Eylül ayında Türk Katılım Reasürans A.Ş kurularak, faaliyetlerine başlamıştır (Türk Katılım Reasürans, 2022).

Kamu kesimi tarafından desteklenen bir alan konumunda olunması: Türkiye Varlık Fonu sermayesi ile 2022 yılının Ocak ayında kurularak, 2023 yılının Ocak ayında üretim faaliyetlerine başlayan Türkiye Katılım Sigorta A.Ş ve Türkiye Katılım Hayat A.Ş sektöre giriş yapan kamusal sermayeli ilk sigorta şirketleri olmuştur (<https://turkiyekatilimsigorta.com.tr/hakkimizda>).

Katılım sigortacılığının kurumsal gelişimini de destekleyecek Katılım Finans Kanunu teklifinin 2023 yılı Mart ayı sonunda Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunulmuş olması da, kamu kesimi desteğinin mevzuat altyapısı boyutunda devam ettiğine işaret etmektedir (<https://www.tbmm.gov.tr/Haber/Detay?Id=73b26a41-67e8-47e3-81de-0187391f296e>).

Sigortacılık sistemi dışında kalan kişilerin sektöre çekilerek kapsayıcılığın ve derinliğin artırılması amacına hizmet edecek düzenlemelerin yapılacağına dair SEDDK Başkanı tarafından kamuoyuyla paylaşılan açıklamalar da, düzenleyici ve denetleyici otorite boyutunda kamu desteğinin varlığını ortaya koymaktadır (Anadolu Ajansı, 2022). Yine, katılım sigortacılığının geliştirilmesi hedefi doğrultusunda, SEDDK'nın 2021 yılında İslami Finansal Hizmetler Kurulu'na üye olması da düzenleyici ve denetleyici otorite bazında sektöre yönelik desteğin somut bir göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır (Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu [SEDDK], 2022).

Weaknesses (Zayıf Yönler)

Sektördeki Ağırlığının Düşük Olması: 13 yıllık bir tarihsel geçmişe sahip olmasına rağmen 2021 yılsonu itibarıyla sigortacılık sektöründeki prim üretiminden sadece %5,2 oranında pazar payı alabilen katılım sigortacılığı sektörünün (TSB, 2022b) potansiyelinin altında bir performans ortaya koyduğunu ve sistemdeki ağırlığının arzu edilen düzeyde olmadığını söylemek yanlış olmayacaktır. Şirket sayısının yeterli düzeyde olmaması da konvansiyonel sigorta şirketleriyle rekabet etme gücünde belirleyici olan ve sektördeki ağırlığa etki eden bir diğer faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, 2022).

Katılım sigortacılığına özel kanun düzeyinde mevzuatın bulunmaması, düzenlemelerin yönetmelik ve alt düzenlemeler şeklinde yapıyor olması: Başta 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu olmak üzere, ilgili kanunlarda

katılım sigortacılığına ilişkin tanımlanmış özel bir ifade olmadığı için katılım sigortacılığına yönelik kanun düzeyinde bir mevzuatın olmadığı, sektöre ilişkin düzenlemelerin yönetmelik ve alt düzenlemeler şeklinde gerçekleştirildiği görülmektedir (TSB, 2022b).

Fıkîhî olarak katılım sigortacılığı ile ilgili tartışmaların paydaşlar nezdinde katılım sigortacılığına yönelik olumsuz algı oluşturmaları: Diyanet İşleri Başkanlığı'nın dini konulardaki en yüksek karar ve danışma organı konumunda bulunan ve verdiği fetvalarla ülkemizde sahil dini bilginin referansı olan Din İşleri Yüksek Kurulu (<https://kurul.diyaret.gov.tr/Hak-kimizda>) 2005 yılında sigortanın dini hükmü konusunda almış olduğı bir karar ile konvansiyonel sigortaya cevaz vermiştir (<https://kurul.diyaret.gov.tr/Karar-Mutalaa-Cevap/3656/sigortanın-dini-hukmu>). Katılım sigortacılığı gerçeğine rağmen Din İşleri Yüksek Kurulu'nun bu kararı güncellememiş olmasının sektör açısından olumsuz bir algı oluşmasına neden olduğı değerdendirmesini yapmak yanlış olmayacaktır.

Soylu ve Kırkbeşoğlu (2020) dini inançlar ve sigorta talebi arasındaki ilişkiyi kavrayabilmek için derinlemesine mülakat tekniğini kullanarak, Ankara'nın farklı semtlerinde görev yapan bazı cami imamları ile görüşmeler yapmak suretiyle Türkiye'de yaşayan muhafazakâr kesimin sigorta ile ilgili tutum ve davranışlarını inceledikleri çalışmalarında, araştırmaya katılan kişilerin büyük çoğunluğunun kişisel fikir olarak Din İşleri Yüksek Kurulu'nun konvansiyonel sigortaya onay veren görüşü ile ters düştüğü bulgusuna ulaşmışlar ve sigorta ile ilgili fıkîhî tartışmaların devam ettiğine işaret etmişlerdir.

Sisteme ilişkin bilgi eksikliklerini giderici tanıtım faaliyetlerinin sistemli şekilde yapılmaması: Katılım sigortacılığı sektörünün tanınırlık düzeyinin artırılmasına katkı sunacak, sisteme yönelik bilgi eksikliklerini giderecek, sistemin farklı yönlerini vurgulayacak tanıtım faaliyetlerinin sistemli şekilde yapılmasına imkân tanıyan meslek kuruluşu gibi kurumsal mekanizmaların bulunmadığı görülmektedir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, 2022)..

Katılım sigortacılığına ilişkin müstakil akademik programların oldukça kısıtlı olması: Sektör açısından potansiyelinin altında işlev görmesine neden olan bir faktör de müstakil akademik programların yok denecek kadar az olmasıdır. Sektörel anlamda sürdürülebilir büyümeye destek olması ve nitelikli beşeri sermaye açığının kapanmasına hizmet etmesi açısından sektöre hitap eden lisans düzeyinde müstakil anlamda hiçbir programın olmadığı ve lisansüstü düzeyde ise sadece Marmara Üniversitesi bünyesinde müstakil bir akademik bölümün olduğu (<https://muisef.marmara.edu.tr/notice/muisef-ten-islami-sigortacilik-tezli-tezsiz-yuksek-lisans-programi>) görülmektedir. Sonuç olarak, sektöre özgü müstakil akademik programların yaygınlığın yok denecek kadar az olmasını sektörün zayıf yönleri arasında saymak mümkündür (T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, 2022).

Belirli ürün, alan ve branşlarda yoğunlaşma: 2021 yılsonu itibariyle 12 firmanın faaliyet gösterdiği katılım sigortacılığı sektörünün prim üretiminin yaklaşık %93'ünün hayat dışı branşlardan kaynaklandığı, hayat dışı branşlarda ise en yüksek prim üretiminin %41 ile kara araçları sorumluluk branşında gerçekleştiği görülmektedir (TSB, 2022b).

Tüketici Güveninin Düşük Olması: Risk üzerine kurulmuş bir yapıya sahip olan sigortacılık sektörünün güven temeline dayanan bir sistem olduğu görülmektedir (Koç, 2015:65). Geçmişte yaşanan ve hafızalarda kötü bir yer edinen etik olmayan satışlar, tazminat ödemeleriyle ilgili problemler, görece yüksek ve tutarsız sigorta primleri vb. gibi olumsuz tecrübeler nedeniyle tüketicilerin sektöre duydukları güven düzeyinin düşük olduğu görülmektedir (TSB, 2020: 43). Nitekim “Türkiye Sigorta Birliği 2021 Sigorta Bilinirliği Araştırması” (TSB, 2021), sonuçlarına bakılacak olursa, araştırma katılımcılarının sigorta konusunda genel anlamda bir güvensizlik içerisinde olduklarına dair bulgulara ulaşıldığı dikkat çekmektedir.

Opportunities (Fırsatlar)

Yüksek gelişim potansiyeline sahip olması: Türkiye'nin demografik yapısı ve iktisadi kalkınma potansiyeli hesaba katıldığında, katılım sigortacılığı sektörünün gelişim alanına sahip olduğu gözlenmektedir. Nüfusun yaklaşık %70'inin 15-64 yaş aralığında olması sigorta sektörünün hedef kitlesinin büyüklüğüne ve potansiyel sigorta talebine işaret eden önemli bir parametre olarak karşımıza çıkmaktadır (TSB, 2020). Mevcut sigorta penetrasyon oranı ve ortalama gelir seviyesi baz alınarak yapılan değerlendirmelere göre, Türkiye'nin sigorta penetrasyonunu mevcut durumdaki %2,2 oranından, potansiyel senaryoya göre %3,2 seviyesine, pozitif ayrışma senaryosuna göre ise, %4,5 seviyesine çıkarma ihtimali olduğu hesap edilmektedir (TSB, 2022c). Gelir artışına bağlı olarak sektörün büyümeye devam etmesi beklenmektedir.

Denetim, vergi ve danışmanlık hizmetleri sunan KPMG Türkiye isimli kuruluşun “KPMG Perspektifinden Sigortacılık Sektörüne Bakış 2021” isimli raporu (KPMG, 2021: 22) incelendiğinde, dini hassasiyetleri nedeniyle konvansiyonel sigorta şirketlerinin müşterisi olmayı tercih etmedikleri için sistem dışında kalan kişiler hesaba katıldığında, katılım sigortacılığı modelinin önemli bir büyüme alanı olduğuna dikkat çekildiği gözlenmekte ve söz konusu hassasiyet sahibi kişilere de sistemin çalışma şeklinin iyi bir biçimde anlatılması gerektiği hususuna vurgu yapıldığı görülmektedir.

İstanbul Finans Merkezi Projesi İle Bölgesel Bir Katılım Sigortacılığı Merkezi Olmaya Yönelik Çalışmalar: İstanbul Finans Merkezi Projesi kapsamında İstanbul'un katılım sigortacılığı alanında bölgesel ölçekte cazibe merkezi haline getirilmesi için T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi koordinasyonunda özellikle mevzuat altyapısı başta olmak üzere standartlar vb. gibi alanlarda çeşitli çalışmaların hayata geçirilmesine yönelik girişimlerin oldu-

ğu, görülmektedir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, 2022).

Alacak sigortası alanında sektörü bekleyen büyük bir talep potansiyeli fırsatı olduğunu da söylemek mümkündür (T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, 2022).

Threats (Tehditler)

Olumsuz makro-ekonomik koşullar: Döviz kurlarındaki aşırı dalgalanmalar, yüksek enflasyon, yüksek faiz oranları, işsizlik gibi olumsuz makro-iktisadi faktörler hem sigorta talebi hem de sektörün karlılık görünümü ve gelişimi açısından tehdit unsuru oluşturmaktadır (TSB, 2020). Döviz kurlarında Türk Lirası aleyhine meydana gelen hareketlerin etkisiyle yükselen araç fiyatları sonucunda araç satışları düşmekte, dövizde endeksli olan yedek parça fiyatları artmakta, enflasyondaki artışın satın alma gücünü düşürmesi sebebiyle kişilerin sigorta ürün ve hizmetleri için bütçelerinden ayırabilecekleri pay azalmakta, yüksek faiz oranlarından kaynaklı kredi bağlantılı hayat sigortalarıyla birlikte kasko ve mülk sigortaları da negatif anlamda etkilenmektedir (TSB, 2020). Türkiye'nin ekonomik büyümesinin sürdürülebilirliği açısından önemli bir kaynak olan yabancı sermayenin ülkeye çekilebilmesi için yüksek enflasyon, işsizlik ve cari işlemler açığı gibi makro-iktisadi kırıl-ganlıkların ortadan kaldırılması önem arz etmektedir (Eren ve Çütcü, 2021: 138).

Zorunlu trafik sigortası kaynaklı zararlar: Sektördeki zararların ana kaynağı durumundaki zorunlu trafik sigortası branşı devam eden serbest piyasa uygulamasına ters düşen tavan fiyat uygulaması, yüksek hasar frekansı, döviz kurlarındaki değişimlerin olumsuz yansımaları, maliyetler ve de rekabet şartları sebebiyle sektörün gelişimini tehdit etmekte olup, zorunlu trafik sigortasından kaynaklanan yüksek düzeydeki teknik zararlar sürdürülebilirlik ve ürün arzı anlamında sektörü sıkıntıya sokmaktadır (TSB, 2020).

Tanınırlık/bilinirlik düzeyinin düşük olması: 13 yıllık bir geçmişe sahip olmasına rağmen katılım sigortacılığı modelinin tanınırlık/bilinirlik seviyesi anlamında yeterli bir düzeye ulaşamadığı görülmektedir.

Aslan ve Durmuş (2015), Türkiye'deki tekafül uygulamasını değerlendirmek için bir katılım sigortacılığı şirketinde farklı bölümlerde yönetici konumunda görev yapan üç kişiyle mülakat tekniğini kullanarak gerçekleştirdikleri araştırmalarında, katılım sigortacılığın bilinirlik seviyesinin yeterli düzeyde olmadığına ilişkin bulgulara ulaşmışlardır.

Ergene ve Ülev (2023) nitel araştırma yöntemini kullandıkları ve veri toplama yöntemi olarak da yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinden yararlandıkları çalışmalarında, katılım sigortacılığı farkındalığını ve talebini belirleyen unsurların neler olduğunu ortaya koymak amacıyla Sakarya'daki 5 MÜSİAD ve 4 ASKON üyesinden oluşan muhafazakâr iş adamlarıyla derin-

lemesine görüşmeler yapmışlar ve söz konusu iş adamlarının yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıkları için katılım sigortacılığını tercih etmedikleri bulgusunu ortaya koymuşlardır.

Sigortacılık Alanında Faizsiz Finansal İşlemlere Yönelik Dini Duyarlılıkların Davranışlara Yansıması Boyutundaki Eksiklikler: Yapılan araştırmalar tüketicilerin dini tutumlarının sigorta hizmetlerinin satın alınması sürecinde önemli bir rolü olduğunu göstermektedir (Kurnuç ve Deligöz, 2019).

Faizsiz finansal hizmetler arasında yer alan katılım sigortacılığı işlemleri kapsamında dini açıdan duyarlılık taşımalarına rağmen, özellikle bireysel ekonomik çıkarların daha baskın rol oynaması nedeniyle söz konusu duyarlılığı davranışlarına yansıtamayan kişilerin olduğu dikkat çekmektedir. Literatürde bu durumu teyit eden araştırmaların olduğu gözlenmektedir.

Aydemir ve Turgut (2021) Düzce ilinde ikamet etmekte olan kişilerin katılım sigortacılığına yönelik algı düzeylerini ölçmek amacıyla nicel araştırma yöntemini kullanarak, 400 katılımcı üzerinde anket gerçekleştirmişler ve çalışma sonucunda katılımcıların finansal işlemler konusunda dini açıdan duyarlı olduklarını ifade etmelerine rağmen, söz konusu hassasiyetin davranış boyutunda karşılığının olmadığı ve fiyat konusundaki hassasiyet daha baskın olduğu için kişilerin konvansiyonel sigorta müşterisi olmaya daha yatkın oldukları bulgusunu raporlamışlardır.

Ergene ve Ülev (2023) katılım sigortacılığı farkındalığını ve talebini belirleyen unsurların neler olduğunu keşfetmek amacıyla Sakarya'daki 5 MÜSİAD ve 4 ASKON üyesinden oluşan muhafazakâr iş adamlarıyla derinlemesine görüşmeler yaptıkları çalışmalarında nitel araştırma yöntemini kullanmışlar ve veri toplama yöntemi olarak da yarı yapılandırılmış mülakat tekniğinden yararlanmışlardır. Yazarlar söz konusu araştırma sonucunda, iş adamlarının avantajlı fiyat vermeleri, iyi hizmet kalitesi sunmaları ve daha güvenilir olarak görmeleri nedeniyle konvansiyonel sigorta şirketleriyle çalışmayı tercih ettiklerini, dini duyarlılıkların ise geri planda kaldığını, ortaya koymuşlardır.

Dini hassasiyetleri olan bazı müşterilerin avantajlı fiyat ve hizmet kalitesi faktörlerine daha fazla ağırlık verdiği için katılım sigorta şirketleriyle çalışmadıkları gerçeğini tehdit unsurları arasında saymak mümkündür (T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, 2022). Nitekim katılım sigortacılığının Türkiye'deki durumunu analiz ederek, gelir seviyesine göre kamu bilincini anket çalışmasıyla ölçen Ustaoglu (2014) konvansiyonel sigorta şirketleri ile katılım sigortacılığı firmaları arasındaki fiyat farkının tüketiciler açısından makul seviyelerde olmadığına değerlendirildiği durumlarda, dini duyarlılıkları olmalarına rağmen, bazı sigorta müşterilerinin fiyat avantajı nedeniyle konvansiyonel sigorta şirketleriyle çalışmayı tercih edecekleri bulgusuna ulaşmıştır. Bu sonuçlar, müşterilerin sigorta şirketi tercihinde faiz hassasiyetinden ziya-

de, bireysel ekonomik çıkarların daha baskın rol oynadığına ve hassasiyetlerin olması gerektiği şekilde davranışa yansımadağına, işaret etmektedir. Konvansiyonel ürünlere göre katılım sigortacılığı ürünlerinin yüksek maliyetli ve yüksek primli olması dini duyarlılıkların geri planda kalmasına ve katılım sigortacılığının tercih edilmemesine neden olabilmektedir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, 2022).

SONUÇ

2009 yılından bu yana Türk finansal hizmetler sektöründe kendisine yer bulan katılım sigortacılığı sektörünün önemli bir büyüme trendi yakaladığı ve pazar payını artırarak, Türkiye ekonomisine katkı sağladığı görülmektedir. Esas olarak dini hassasiyetleri nedeniyle geleneksel sigorta ürün ve hizmetlerini kullanmadıkları için sistem dışında kalan kişileri hedefleyen katılım sigortacılığı sektörü pazar payını ve sigorta penetrasyonunu artırma hedefleriyle çalışmalarını sürdürmektedir.

Hedeflere ulaşabilme sürecinde sektörde karar alıcı pozisyonunda olan kişilere ve konuyla ilgili akademik çalışmalar gerçekleştiren araştırmacılara katkı sağlaması beklenen çalışmamızın bulguları; sigortacılık sektörünün genel büyüme performansının üzerinde bir başarı elde eden katılım sigortacılığı sektörünün yüksek bir gelişim potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Yüksek gelişim potansiyelinin hayata geçirilebilmesi ve sistemin sağlıklı şekilde gelişimi için kamu kesimi tarafından verilen desteklerin kapsamının genişletilip süreklilik arz etmesinin yanı sıra tanınırlık/bilinirlik düzeyini artıracak çalışmalar yapılmasının ve paydaşlar nezdinde kafa karışıklığına neden olan fıkhi anlamdaki hususların açıklığa kavuşturulmasının önem arz ettiği sonucu ortaya çıkmaktadır.

Katılım sigortacılığı üzerine bilimsel çalışmalar gerçekleştirmeyi planlayan araştırmacıların satış kanalı tarafında acentelerin ve müşteriler ayağında da hem bireysel hem de kurumsal müşterilerin katılım sigortacılığına yönelik bilgi, algı ve farkındalık düzeylerini belirlemeye yönelik çalışmalar yaparak, yine sektördeki sigorta suiistimallerine yönelik analizler gerçekleştirerek literatüre katkı sunabilecekleri değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Anadolu Ajansı, (2022), <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/seddk-yeni-donem-stratejisini-paylasti/2679357> Erişim Tarihi: 09.06.2023.
- Aslan, H. & Durmuş, M.E. (2015), İslami Sigortacılık (Tekafül): Yöneticilerin Perspektifinden Türkiye Uygulaması. International Congress on Islamic Economics and Finance içinde. 17-29. Sakarya.
- Aydemir, C. & Turğut, İ. (2021), Konvansiyonel Sigorta Kullanıcılarının Katılım Sigortacılık Sistemine Yönelik Algı Düzeyleri. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12 (1), 551-566.
- Din İşleri Yüksek Kurulu, 2023. <https://kurul.diyaret.gov.tr/Hakkimizda> sayfasından erişilmiştir.
- Din İşleri Yüksek Kurulu, 2023. Sigortanın Dini Hükmü Konulu Karar, <https://kurul.diyaret.gov.tr/Karar-Mutalaa-Cevap/3656/sigortanın-dini-hukmu> sayfasından erişilmiştir.
- Eren, M.V. & Çütcü, İ. (2021), Sigortacılık Sektörü İle Seçili Makroekonomik Değişkenler Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi: Türkiye Örneği. Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 6 (2), 130-140.
- Ergene, L. & Ülev, S. (2023), Muhafazakar İş Adamlarının Katılım Sigortacılığı (Tekafül) Farkındalığı ve Tercih Nedenleri. Abant Sosyal Bilimler Dergisi, 23 (1), 98-111.
- Ergün, T. (2021), Türkiye’de Tekafül İle Katılım Bankacılığı ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği, Hitit İlahiyat Dergisi, 58. 35-58.
- Eriş, H. (2019), Şanlıurfa Sağlık Turizmi SWOT Analizi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 18 (71), 1278-1298.
- HDI Katılım Sigorta, 2023. <https://www.hdikatilimsigorta.com.tr/hakkimizda> sayfasından erişilmiştir.
- Koç, F. (2015), Sigortacılık Sektöründe Kurumsal İtibar ve Tüketici Güveni, Yönetim Bilimleri Dergisi, 13 (26). 63-84.
- KPMG, (2021), KPMG Perspektifinden Sigortacılık Sektörüne Bakış 2021, <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2021/05/sigorta-sektorel-bakis-2021.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Kurnuç, M. & Deligöz, K. (2019), Tüketicilerin Sigorta Ürünlerine Karşı Dini Tutumları ve Risk Algısı. The International New Issues in Social Sciences, 7 (1), 109-136.
- Marmara Üniversitesi İslam Ekonomisi ve Finansı Enstitüsü, 2023. <https://muisef.marmara.edu.tr/notice/muiseften-islami-sigortacilik-tezli-tezsiz-yuksek-lisans-programi> sayfasından erişilmiştir.
- Öner, M.H. (2021), Türkiye’de Katılım Sigortacılığı ve Gelişimi, Erciyes Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7 (3). 462-471.

- Öner, M.H. (2022), Katılım Sigortacılığı İle Ekonomik Büyüme ve Tüketici Güven Endeksi Arasındaki İlişki, Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7 (3). 462-471.
- Özüdoğru, H. (2017), Türkiye Sigortacılık Sektörünün Değerlendirilmesi, Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi, 4 (1). 38-47.
- Sigortacılık ve Özel Emeklilik Düzenleme ve Denetleme Kurumu (SEDDK), (2022), 2021 Faaliyet Raporu. <https://seddk.gov.tr/upload/doc/2021-faaliyet-raporu.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Soylu, A.B. & Kırkbeşoğlu, E. (2020), Dini İnançların Sigorta Talebi Üzerindeki Etkileri: Fenomenolojik Bir Araştırma. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 55 (3), 1524-1539.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, (2022), Katılım Finans Strateji Belgesi (2022-2025), <https://www.cbfo.gov.tr/sites/default/files/2022-10/cumhurbaskanligi-finans-ofisi-katilim-finans-strateji-belgesi.pdf> sayfasından erişilmiştir. Erişim Tarihi: 09.06.2023.
- Türk Katılım Reasürans (2022), 2021 Faaliyet Raporu. <https://www.turkkatilimreasurans.com.tr/media/iijygks/ek-6-t%C3%BCrk-kat%C4%B1%C4%B1m-reas%C3%BCrans-a-%C5%9F-2021-y%C4%B1%C4%B1-faaliyet-raporu.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Türkiye Büyük Millet Meclisi, 2023. <https://www.tbmm.gov.tr/Haber/Detay?Id=-73b26a41-67e8-47e3-81de-0187391f296e> sayfasından erişilmiştir.
- Türkiye Katılım Sigorta, 2023. <https://turkiyekatilimsigorta.com.tr/hakkimizda> sayfasından erişilmiştir.
- Türkiye Sigorta Birliği (TSB), (2020), Strateji Raporu 2020-2024. https://tsb.org.tr/media/attachments/20200604_TSB_STRATEJI_TR_19.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Türkiye Sigorta Birliği (TSB), (2021), Sigorta Bilinirliği Araştırması. https://www.tsb.org.tr/media/attachments/TSB_ARASTIRMA_TR21_0302.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Türkiye Sigorta Birliği (TSB), (2022a), Sektör Raporu 2021. https://www.tsb.org.tr/media/attachments/TSB_SEKTOR_TR21_2807.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Türkiye Sigorta Birliği (TSB), (2022b), Katılım Esaslı Sigortacılık ve Bireysel Emeklilik Sektör Raporu 2021. https://tsb.org.tr/media/attachments/2021_Y%C4%B1%C4%B1_Kat%C4%B1%C4%B1m_Sigortac%C4%B1%C4%B1%C4%9F%C4%B1_Sekt%C3%B6r_Raporu.pdf sayfasından erişilmiştir.
- Türkiye Sigorta Birliği (TSB), (2022c), Türkiye Sigortacılık Sektörü Ekonomik Etki Analizi Raporu. https://www.tsb.org.tr/media/attachments/T%C3%9C-RK%C4%B0YE_S%C4%B0GORTACILIK_SEKT%C3%96R%C3%9C_EKONOM%C4%B0K_ETK%C4%B0_ANAL%C4%B0Z%C4%B0_RAPORU.pdf sayfasından erişilmiştir.

Ustaoglu, M. (2014), Alternatif Faizsiz Sigortacılık Uygulamaları ve Gelir Seviyesine Göre Kamu Bilincinin Değerlendirilmesi: Ampirik Analiz, Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2 (2). 109-130.

nsal, H. & Laınbala, Y. (2016), Katılım Sigortacılığının (Tekafül) Vergisel Sorunları ve çözüm nerileri. Vergi Raporu Dergisi, 206, 24-37.

Bölüm 13

İKTİSADİ ÇEVRE POLİTİKALARI VE YEŞİL DÜRTMELER

Süleyman AÇIKALIN¹



¹ Doç. Dr., Hitit Üniversitesi, İİBE, İktisat Bölümü,
suleymanacikalin@hitit.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9634-3897>

1. Giriş

Çevresel sorunların önemli bir kısmı üretim sürecinde ortaya çıkan ve çevre kirliliği olarak neoklasik iktisat teorisinde dışsallıklar içerisinde yer alır. Dışsallıklar piyasaların etkin çalışmasını engelleyen piyasa başarısızlıkları örneklerinden bir tanesidir. Piyasa başarısızlıkları piyasaların sosyal olarak doğru fiyatlandırma yapmalarını engellemektedir. Hava, su ve toprak kirliliği gibi negatif dışsallıklarla mücadelede geleneksel iktisat teorisi yasal düzenlemeler, bilgilendirme ve vergiler ve sübvansiyonlar gibi caydırıcı veya teşvik edici politika araçlarına sahiptir. Günümüzde çevre sorunlarının artan boyutu bizi artık bu konuda insan davranışlarında kalıcı bir değişiklik gerçekleştirilmeden konunun çözümünün mümkün olamayacağı noktasına getirmiştir. Geleneksel çevre politikası araçlarına ek olarak kullanılan alternatiflerden bir tanesi bilişsel psikoloji ve iktisat birlikteliğinden doğan davranışsal iktisadın geliştirdiği yeşil dürtmelerdir.

Davranış bilimlerinden gelen etkilerle şekillenen davranışsal iktisat, politika yapımında son dönemlerde daha etkin rol oynamaya başlamıştır. Bilişsel psikolojinin katkıları ile insan rasyonalitesinin kısıtlılığının ekonomik modellere entegre edilmesi sonucu beklenti teorisi gibi yeni tüketici teorileri geliştirilmiş ve ayrıca davranışsal finans ve davranışsal oyun teorisi gibi yeni araştırma alanları ortaya çıkmıştır (Croson & Treich, 2014).

Dürtme kavramı davranışsal iktisatçı R. Thaler ve hukukçu akademisyen C. Sunstein tarafından 2008 yılında yazılan *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth ve Happiness* kitabı sonrasında popüler hale gelmiştir. Dürtme insanların seçeneklerini yasaklamadan ve var olan teşvikleri değiştirmeden insan davranışlarını istenilen yönde değiştirebilen seçim mimarisinin herhangi bir yönüdür. Dürtme, davranışsal iktisat içerisinde yer alan davranışsal bir politika aracıdır. Geleneksel iktisat teorisinden farklı olarak insan davranışlarının tamamen rasyonel olmadığını gösteren davranışsal iktisat yaklaşımı insan davranışlarını dürtmeler yoluyla şekillendirmeye çalışmaktadır. Thaler ve Sunstein (2003) dürtmeyi “özgürlükçü paternalist” bir uygulama olarak değerlendirmektedir. Bu ikili insanların seçme özgürlüklerine müdahale etmeden onları kendi esenlikleri için daha iyi olacak seçeneklere yönlendirmenin itiraz edilebilecek bir husus olmadığını düşünmektedir.

Dürtmenin 2008 yılından itibaren çok popüler olmasını takiben öncelikle gelişmiş ülke hükümetleri olmak üzere birçok ülkede “Davranışsal Öngörü Ekipleri” oluşturulmuştur. Birleşik Krallık, dürtme birimi olarak da adlandırılan Davranışsal Öngörü Ekibini 2010 yılında kurmuştur. ABD’de Başkan Barack Obama 2015 yılında Beyaz Saray Sosyal ve Davranış Bilimleri Ekibini kurmak üzere bir yürütme emri imzalamıştır. Bu ülkelerin yanı sıra Kanada, Hollanda, Avusturya, Yeni Zelanda gibi daha birçok ülke 2010 sonrasında benzer davranışsal öngörü birimleri ile çalışmaya başlamıştır.

İktisat literatüründe dürtmenin politika aracı olarak kullanılması hakkında farklı görüşler bulunmaktadır. Thaler ve Sunstein (2003) “Özgürlükçü Paternalizm” adlı makalelerinde dürtme ile karar verme sürecine yapılan müdahalenin paternalizmin geleneksel kullanım anlamında olduğu gibi yasaklamalar içermediğini ve “liberalizm” ve “paternalizm” kavramlarının yan yana kullanılmasının bir çelişki olmadığı görüşünü savundular. Burada kullanılan paternalizmden kastedilen özgürlükleri sınırlandırmayan ve ekonomik teşviklere dokunmayan ama toplumun faydasını yükseltecek nitelikte bir müdahaledir. Öte taraftan dürtme politikasının rasyonel karar vermeyen insanlar üzerinde olduğu kadar dürtme öncesi rasyonel karar veren insanların kararları üzerinde de etkisi olabilecektir. Bu noktadan hareketle Camerer ve arkadaşları 2003 yılında “*Muhafazakârlar için Yönetmelik: Davranışsal Ekonomi ve Asimetrik Paternalizm Hususu*” adlı başka bir makalede “asimetrik paternalizm” kavramını öne çıkardılar. Paternalizmin asimetrik olması dürtmenin rasyonel karar veremeyen bireylerin kararlarını olumlu yönde etkilerken, bilinçli ve rasyonel kararlar verebilen bireylerin kararları üzerinde olumsuz bir etki yaratmaması anlamına gelmektedir. Asimetrik paternalizm kavramı, geleneksel anlamda kısıtlayıcı paternalist politikaları haklı çıkarmak için davranışsal araştırmaların kullanıldığı yönündeki kaygıların giderilmesine yöneliktir. Kaygılar konusunda makalede iki husus yer almaktadır. İlk olarak davranışsal araştırmalar, tüketici davranışlarının rasyonelitesi hakkında yaygın hatalar tespit etseler dahi bu hataların evrensel olmaktan uzak olduğu ve paternalist politikaların rasyonel bireylere gereksiz maliyetler getirmesi endişesi vardır. İkinci olarak, davranışsal iktisadın görece olarak genç bir alan olması nedeniyle önerdikleri konusunda dikkatli olunması gerektiği belirtilmektedir. Bu endişeler nedeni ile liberal paternalizm kavramı yerine daha tutucu bir kavram olarak asimetrik paternalizm kavramı makalede kullanılmıştır (Camerer, vd., 2003).

Paternalizm ve dürtme konusunda ana akım iktisatçılar arasında ortaya çıkan bir başka eleştiri veya kaygı da kamu politikalarına olan güven zayıflığından kaynaklanmaktadır. Bazı eleştirmenler dürtmeyi, devletin vatandaşlarını psikolojik olarak manipüle edebileceği bir yöntem olarak görmektedir. Diğer bazıları da dürtmenin insan zayıflığından yararlandığını, doğrudan anlaşılabilir yollarla davranışları şekillendirdiği ve dolayısıyla etik soruları akla getirebildiği yönünde kaygılarını dile getirmektedir (Evans, vd., 2017).

Dürtmelerle ilgili bazı kaygılar bulunsa da bir ülkede yaşayan insanların çoğu tarafından önemi kabul edilen ve hangi yönde davranış değişikliği gerektiği konusunda geniş çapta görüş birliği olan konularda dürtmeler kabul edilir bir politika önerisi olarak görülmektedirler. Tasarruf artışı, sağlıklı beslenme, sürdürülebilir tüketim kalıpları gibi çevrenin korunması da bu özelliklere sahip konulardan bir tanesi durumundadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde iktisadın geleneksel çevre politikaları konusunda bilgi verilmektedir. İktisadın çevresel sorunlara bakış açısı ve bunların çözümüne yönelik politika araçları arkalarında yer alan rasyonalite ile birlikte ele alınmaktadır. Bölümün sonunda geleneksel iktisadi çevre politikasının yetersiz olduğu alanlarda onları desteklemek için veya tamamen ayrı amaçlarla davranışsal politikaların ve de bu bağlamda yeşil dürtme araçlarının durumu değerlendirilmektedir. Üçüncü bölümde davranışsal politika aracı olarak dürtmeler ele alınmakta, sınıflandırması yapılmakta, psikolojik dayanak noktaları açıklanmakta ve uygulama örneklerine yer verilmektedir. Çalışma genel bir değerlendirmenin yapıldığı ve yeni çalışma konuları arasında yer alacak konu başlıkları olarak dürtmelerin şeffaflığı-etikliği ve başarılarının değerlendirilmesinde yeni yaklaşımlara gerek olduğu tespitlerinin yapıldığı sonuç bölümü ile tamamlanmaktadır.

2. İktisatta Geleneksel Çevre Politikaları

Çevre sorunları içerdikleri çok yönlü etkileşimler nedeni ile anlaşılması ve çözülmesi zor olan, karmaşık yapıda problemlerdir. Çevre büyük oranda sanayi devrimi sonrasında artan fabrika üretimi sonucu bu kadar zarar görmüştür. Sanayi faaliyetlerini sürdürebilmek için doğal kaynakların çıkarılmasından, işlenmesine, ürünlerin dağıtımından tüketilmesine kadar birçok aşamada çevresel sorunlar ortaya çıkmaktadır. Maden cevheri çıkarılması ve işlenmesi veya yeni fabrikaların kurulması aşamasında ormanların kesilmesi, doğal yaşam alanlarının tahribatı, kullanılan kimyasallar nedeni ile su, hava ve toprak kirlenmesi, biyolojik çeşitliliğin azalması, ara girdilerin üretim sürecinde işlenmesi ve taşınması sırasında fosil yakıt tüketimi nedeniyle atmosfere CO₂ salınımı gibi birçok çevresel sorun ortaya çıkabilmektedir. Burada sadece sanayi faaliyetleri üzerinden örnek verilirken tarım, hayvancılık, balıkçılık, ormancılık veya hizmetler alanlarında sürdürülen faaliyetlerin de farklı çevresel sorunlar ortaya çıkarabildikleri hatırlanmalıdır.

Çevrenin fiziksel veya kimyasal yapısındaki bir değişme, içindeki bütün unsurları canlı cansız ayırım yapmadan etkiler. Bazı çevre sorunları çok uzun vadede ortaya çıkar ve etkileri ulusal sınırları aşar. Küresel ısınmanın problem olarak varlığını göstermesi on yıllar ve belki yüzyıllar almış ve etkileri bütün dünya ülkelerinde görülmektedir. Bir nehrin, gölün, denizin kirlenmesi sadece örneğin balıkçılık gibi tek bir faaliyeti veya tek bir ülkeyi değil çok sayıda faaliyeti ve birçok ülkeyi aynı anda etkileyebilmektedir. Çevre sorunlarının ortaya çıkması çok uzun vadeli bir süreç olduğundan bunların çözülmesi de benzer şekilde ancak uzun vadede görülebilecektir.

Çevrenin tahribatında en önemli pay sahibi insan olduğu için insanların çevreyi algılama ve değerlendirme şekilleri olaya davranışsal bir boyut katarken meselenin ahlaki bir yönü de bulunmaktadır. İnsanlar genellikle bir şeyin önemini parasal büyüklüklerle ölçmektedir. Çevrenin korunması so-

rununda olay daha çok “içsel değer” ile alakalı olarak düşünülmelidir. Çevre içerisinde yer alan canlı cansız birçok unsurun piyasada bir fiyata karşılık gelmemesi bu unsurların kendi adlarına bir değeri olmadığı anlamına gelmez (Açıklalın ve Apaydın, 2020). Çevre sorunlarının genel çözümünün herkes tarafından kabul edilmesi bir taraftan kendi varlığımızı sürdürmek açısından zorunlu iken öte taraftan insanlar için zorunluluğun olmadığı durumlarda olayın ahlaki yönü de devreye girmektedir.

Çevre sorunları ile ilgili bir diğer önemli husus bilimin oynadığı ikili roldür. Bilimsel gelişmenin ürünleri bir yandan çevreyi tahrip eden sonuçlar doğururken (fosil yakıt tüketen motorlar, farklı yönleri ile çevreye zararlı kimyasallar vb.) diğer yandan çözüm için politika geliştirmesinde ve teknik çözüm alternatifleri sunulmasında önemli rol oynamaktadır. Bilim adamlarının çalışmaları olmadan, ozon tabakasının incilmesi, delinmesi veya biyoçeşitlilik kaybı gibi sorunlar ele alınmaya başlanamazdı (Mickwitz, 2003).

2.1. Geleneksel Çevre Politikası Araçları

Çevre politikası “doğal çevrenin bozulmasını önlemek veya iyileştirmek amacı ile toplumu değerler, inançlar, eylem ve organizasyon bakımlarından değiştirmeyi amaçlayan eylemlerdir”. Politika araçları da kullanılan otoriter gücün derecesine göre üçe ayrılır: düzenleyici, iktisadi ve bilgisel (Evans, vd., 2017).

Aşağıda yer alan Tablo 1’de çevresel politika araçları Mickwitz (2003) ve Evans, vd., (2017) çalışmalarında olduğu gibi düzenleyici, iktisadi ve bilgisel olmak üzere üç kategoride değerlendirilmiştir. Tablonun ilk ve son satırlarında ifade edildiği gibi otoritenin gücünü kullanması açısından bu politika araçları en liberal olandan en kısıtlayıcı olana doğru gevşeklik ve sıkılık çerçevesinde sıralanmıştır.

Tablo 1: Geleneksel Çevre Politika Araçları

	Kısıtlayan <<<			>>>Kısıtlamayan		
Çeşit	Düzenleyici		İktisadi	Bilgisel		
Müdahale Kategorisi	Seçenek yok	Kısıtlı seçenek	Piyasa tabanlı	Teşvik tabanlı	Olumlu	Olumsuz
Uygulama Şekli	Zorunlu düzenleme	Standartlar	Parasal teşvik	Parasal olmayan teşvik	Cesaretlendirilen davranış	Uyarı, Ahlakî ikna
Örnekler	Kömür yakıtlı elektrik santralleri için emisyon limitleri	Şehir merkezleri için yeşil emisyon etiketi	Emisyon ticaret sistemleri, atık su ücretleri, vergiler	Branşında yılın en az atık üreten firmasına sertifika vermek	İşe bisikletle gidin	Ormansızlaşma konusunda halka açık kampanya
	SIKI<<<			>>>GEVŞEK		

Kaynak: Evans, 2017

Düzenleyici nitelikteki politika araçları hükümetler tarafından çıkarılan yasalar veya yönetmelikler gibi uyulması zorunlu olan önlemlerdir. Bunlar sıkı politika örnekleri olarak seçenekleri kısıtlayıcı veya seçenek vermeyen nitelikte olmaktadır. Çevre politikalarında bu tür kısıtlayıcı önlemler zorunlu düzenlemeler ve standartlar şeklinde iki alt bölüme ayrılmaktadır. Zorunlu çevre düzenlemelerine örnek olarak emisyon üst sınırı gibi çevreye zararlı faaliyetler için konulan yasaklar ve standart uygulaması örneği olarak da yeşil emisyon etiketi olmayan araçların gelişmiş ülkelerin şehir merkezlerine alınmamasını gösterebiliriz.

İktisadi nitelikli araçlar piyasada bireyler için ek yarar veya maliyetler oluşturarak hesaplamaların yeniden yapılmasına yöneliktir. Fiyatlar birer göstergedir ve bunlara yapılan müdahale kaynak dağılımı veya üretilen ve/veya tüketilen miktarları etkilemektedir. Bunlar maddi veya aynı nitelikte olabilirler. Piyasa temelli iktisadi çevre politikası araçlarına en önemli örnek olarak Avrupa Emisyon Ticaret Sistemini veya birçok ülkede kullanılan içeceklerin paketlenildiği teneke kutu veya şişeler için depozito sistemi gösterilebilir. Örnek firmalara sertifika vererek kamuoyu için öne çıkarılmaları da maddi olmayan müdahale biçimine örnek bir uygulamadır.

Politika aracı olarak bilgi insanların davranışını istenilen yönde değiştirmek için hükümet tarafından bilginin halkla paylaşılması, tartışma konusu hususlarda varılan kararların gerekçeleri ile birlikte halka açıklanması ve ikna çabalarını içerir. Bu, ahlaki ikna, teşvik veya halkla iletişim yoluyla yapılabilir. Avrupa ülkelerinde mevcut altyapının var olması nedeniyle insanların yılın belirli bir haftasında işe bisikletle gitmesi teşvik edilebilmekte ve bu tür eylemlerin çevre üzerindeki etkileri onlara anlatılmaktadır. Benzer şekilde halka ormanların yok olmasının dünya üzerindeki etkileri anlatılarak halktan kağıt atıklarını değerlendirmeleri için gösterilen yolların izlenmesi istenilebilmektedir (Evans, vd., 2017).

2.2. Müdahale Merdiveni Yaklaşımı

Politika yapımında kamu yetkilileri en katı müdahalelerden en serbest yaklaşımlara kadar farklı düzeylerde müdahalelerde bulunabilmektedir. Nuffield Biyoetik Konseyi 2007 yılında İngiltere’de sağlık politikaları üzerinde yayınladığı *“Halk Sağlığı: Etik Konular”* adlı raporunda hükümetin müdahalede katılık düzeyini sıralayan bir müdahale merdiveni hazırlamıştır. Bu yaklaşım Tablo 2 olarak aşağıda verilmiştir. Buradaki müdahaleler raporun konusu gereği halk sağlığı açısından değerlendirilmiştir ancak aynı yaklaşımın çevrenin korunması gibi farklı kamu politika alanlarına da uygulanması mümkündür.

Bu merdivende en az müdahaleci yaklaşım kamunun hiçbir şeye karışmadan var olan durumu kabul edip sadece gözlemci olarak olayların gelişimini izlemesidir. En katı müdahaleci yaklaşım ise bireyler için uyulması zo-

runlu yasal düzenlemeler getirmektir. 2020 yılında yaşanan COVID 19 pandemisi esnasında uygulanan sokağa çıkma yasakları veya maske kullanma zorunluluğu bu katı yaklaşımın örnekleri arasında gösterilebilir. Müdahale basamaklarında yükseldikçe bireylerin özgürlükleri kısıtlanmaktadır ve bu nedenle de bu tip uygulamaların gerekçeleri de daha güçlü olmalıdır.

Tablo 2. Müdahale Merdiveni

Seçim yok (Zorunlu uyum)	Seçme şansı bırakmayan bir düzenleme yapılı, örneğin bulaşıcı hastalıkları olan hastaların zorunlu izolasyonu.
Kısıtlı seçim	Halk sağlığını korumak amacıyla seçenekler sınırlanır, örneğin restoran menülerinden sağlıksız yiyecekleri çıkarmak.
Seçimi caydırıcı unsurlar aracılığıyla yönlendirme	Parasal ve diğer caydırıcı önlemler insanları belirli faaliyetlerden kaçınmaları için kullanılır, örneğin sigaraya uygulanan vergiler veya park yerlerinin sınırlandırılması yoluyla şehir içlerinde araba kullanımını caydırmak.
Teşvikler yoluyla seçimlere rehberlik etme	Parasal ve diğer teşviklerle seçimleri yönlendiren düzenlemeler sunulabilir, örneğin, işe seyahat aracı olarak kullanılan bisikletlerin satın alınması için vergi indirimi sağlamak.
Varsayılan ilkeyi değiştirerek seçimlere rehberlik etme	Örneğin, bir restoranda, standart bir garnitür olarak cips sağlamak yerine daha sağlıklı seçenekler sunmak (seçenekler arasında cips halen yer alabilir).
Seçimi etkinleştirme	Örneğin, “sigarayı bırakma” programına katılmayı teklif ederek, bisiklet yolları inşa ederek veya okullarda ücretsiz meyve sağlayarak bireylerin davranışlarını değiştirmelerini sağlamak.
Bilgi sağlamak	Örneğin, insanları daha fazla yürümeye veya günde beş porsiyon meyve ve sebze yemeye teşvik eden kampanyaların bir parçası olarak halkı bilgilendirme.
Hiçbir şey yapmamak	Sadece mevcut durum izlenir.

Kaynak: Nuffield Council on Bioethics, (2007)

Hangi basamağın hedef için uygun olduğuna karar verilirken yapılacak işlerin toplum için artıları özgürlüklere müdahale tarafındaki eksilere göre dikkatli bir şekilde tartılmalıdır. Bu değerlendirme esnasında konunun iktisadi maliyet ve yararları da göz önünde bulundurulmalıdır.

Tablo 2 dikkatle incelendiğinde iktisadi açıdan hem yasal düzenlemeler, vergiler, parasal teşvikler ve bilgi gibi geleneksel yaklaşımın araçları hem de davranışsal iktisattan gelen davranış değişikliği için dürtme örnekleri görülebilmektedir. Örneğin “seçimi etkinleştirme” basamağında bisiklet yollarının yapılması insanların bu seçeneğe yönelmelerine yol açabilecek veya “var-

sayılan ilkenin değiştirilmesi” basamağında bir restoranda standart garnitür seçeneği sağlıklı bir alternatif ile değiştirilerek veya tabak boyutları küçültülerek dürtmelerle çevre dostu davranışlara yol açılabilecektir (Nuffield Council on Bioethics, 2007).

2.3. Yeni Politika İhtiyacı

Son döneme kadar çevresel ekonomi politikası yapımında daha çok geleneksel iktisadi anlayışın hakim olduğu görülmektedir. Bu nedenle de çevre sorunlarının çözümüne yönelik politikalarda rasyonel seçim anlayışına uygun olan teşvik ve bilgiye dayalı düzenleyici araçlar ağırlıkla kullanılmaktadır (Venkatachalam, 2008). Kazanılan deneyimler tüketicilerin çevre sorunlarında daha aktif rol alabilmesi için teşvik ve bilgide fazlasına ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Bu bağlamda iktisat ve davranışsal iktisadın bilgi birikiminin çevre konusu ile ilgili olarak “Davranışsal Çevre Ekonomisi” bağlamında artan bir rol oynaması söz konusudur. (Schubert,2017).

Davranışsal iktisat insanın karar alırken sadece finansal ya da ekonomik nedenlerle optimal çözümler aramadığını, yeterli olana ulaşmak amacı ile kendi iç dünyasına, sezgilerine ve deneyimlerine göre hareket edebildiğini açıklamaktadır. Bu dünyada insanların sınırlarını bilerek en iyiyi değil yeterli olanı kabul etmeleri, önyargıları nedeniyle hata yapabilmeleri, duygularına kapılarak rasyonellikten uzaklaşmaları ve tutarsız seçimlerde bulunmaları “ekonomik insan” için olmasa da sıradan insan için normal olabilmektedir (Açıklalın, 2022).

Çevre sorunları konusunda geleneksel ekonomik yaklaşımın yetersiz kalma nedenlerinden bir tanesi iktisat teorisinin etkin çözümler konusunda yaptığı varsayımların çevre ve doğal kaynaklar konusunda geçersiz olması ile alakalıdır. Çevre ve doğal kaynaklar için piyasaların varlığı ve işleyişi hususlarında sıkıntılar vardır. Ek olarak belirsizlik ve karmaşıklık unsurları çevresel sorunlarda fazlası ile mevcuttur ve bu durum insanlarda var olduğu düşünülen sınırsız işlem yapabilme becerisi yerine gerçekte var olan sınırlı rasyonalite nedeniyle optimum çözümlere ulaşılmasını daha da zorlaştırmaktadır (Croson ve Treich, 2017). Sınırlı rasyonelliğin yol açtığı diğer problem başlıkları arasında pasif seçim, karmaşıklık, sınırlı kişisel deneyim, üçüncü şahıs pazarlaması ve zamanlar arası seçim sıralanmaktadır . Bu konuların açıklanmasında Beshears vd. (2008) çalışmasından yararlanılmıştır.

Pasif Seçim: İnsanların var olan bir durumu değiştirmek için bir girişimde bulunmaları gerektiğinde bunu yapmak yerine eyleme geçmeyerek var olan durumu kabul etmeleri anlamına gelmektedir. İnsanlar bazı sözleşmelerde aktif olarak seçim yapmazlar ve bunun yerine başkaları tarafından kabul edileceği düşünülerek sözleşmenin varsayılan opsiyonunu kabul etmeyi seçerler. Burada önemli olan husus bu edilgen durumun aslında tamamı ile bilinçli bir seçim olmak yerine daha çok erteleme olarak adlandırılan bir

sıkıntı nedeniyle gerçekleşiyor olmasıdır.

Bu konu ile ilgili örneklerden önemli bir kısmı emeklilik için işçiden yapılan kesintilerin nasıl değerlendirileceği hususunu düzenleyen emeklilik planları konusundan verilmektedir. Örneğin; çalışandan kendi emeklilik planı için kesilen miktarın %50'sinin işveren şirketin hisse senetlerine yatırılarak ve geri kalan %50'sinin de bir yatırım fonunda değerlendirileceği şeklinde bir emeklilik anlaşması var olsun. İlk aşamada çalışan bu anlaşmayı imzalayarak planı kabul etmektedir. Emeklilik planında var olan anlaşma hükümleri gereği aslında çalışan kesinti miktarının iki seçeneğe dağılımını değiştirebilecektir. Ancak bunun için aktif olarak harekete geçmesi, araştırma yapması, karar vermesi ve bu değişikliğin yapılmasını yetkililerden talep etmesi gerekecektir. İşte bu durumda olan insanların önemli bir kısmının süreçte pasif olarak kendilerine sunulan “varsayılan” durumu kabul ederek “aktif seçim” yapmadan veya bu kararı sürekli “erteleyerek” var olan opsiyonu kabul ettikleri görülmektedir. Burada pasif seçim olarak ortaya çıkabilen bu davranış “açıklanmış tercihler teoremi” olarak bireyin rasyonel olduğu düşünülen/kabul edilen tercihini göstermekte ancak eğer şahıs için aslında daha iyi olan seçenek bunu değiştiren opsiyon ise bu pasif seçimin şahsın “normatif tercihlerini” yansıtmıyor olmasıdır. Bu durumun önemi iktisat teorisindeki varsayımlara uymuyor oluşudur (Beshears, vd., 2008).

Karmaşıklık: Karmaşık problemler çözüm için düşünmeyi, araştırmayı, kafa yormayı gerektirir ve insanlar genellikle bu durumda karar vermeyi geciktirirler. Problemin karmaşıklığı arttıkça insanlar kolaycılığa kaçmayı, hızlı davranmayı ve nihayetinde önlerine konan hazır bir seçenek varsa bunu kabul edip ayrıntılı düşünmekten kaçmayı seçmektedirler. Karmaşıklık bu durumda bizi pasif seçim ile aynı sonuca yani rasyonellikten uzak seçimlere götürmektedir. İnsanlar ayrıca karmaşık alternatifleri değerlendirmek yerine mümkün olduğu durumlarda daha sade olan seçeneklere yönelmekte ve bu da seçimlerde yanlışlık sorununa yol açmaktadır (Iyengar ve Kamenica, 2006).

Karmaşıklığa yol açan faktörler arasında seçenek sayısı ve dönem uzunluğu da yer almaktadır. İnsanların karşılaştıkları seçenek sayısı fazlalığı karar almada sorun oluşturabilmektedir. Finansal seçenekler arasından bir tanesini seçme durumunda kalan insanların karmaşık bir yapıda ve göreceli riskli olan seçeneklere karşın daha basit ve daha az riskli yatırımları tercih ettikleri gözlenmiştir. Benzer bir sıkıntı sonuçların uzun dönemde ortaya çıkması durumunda da gözlenmektedir. Uzun dönemde sadece getirilerin iskonto hesabı gibi teknik zorluklar değil, zamanla ortaya çıkabilecek kişisel boyutlu değişikliklerin olasılığı da öngörüü zorlaştırmaktadır (Beshears, vd., 2008).

Sınırlı Deneyim: İnsanların karar almada kullandıkları bilgi kaynaklarından bir tanesi kişisel deneyimlerdir. Yaparak öğrenme önemli bir öğrenme şekli olarak çocukluktan başlar ve ömür boyu devam eder. Bu nedenle

insanların karar alırken sınırlı deneyime sahip oldukları alanlarda aslında alabilecekleri en doğru karar ile aldıkları karar arasında ciddi farklar ortaya çıkabilmektedir. İktisadi problemlerin birçoğu özellikle geniş çaplı çevresel sorunlar karşısında bireysel deneyimlerin çok yetersiz kalması nedeniyle karşılaşılan durumdur.

3. Çevresel Politika Araçları Olarak Yeşil Dürtmeler

Geleneksel iktisadi politika araçlarının çevresel sorunlara çözüm getirme anlamında yetersizlikleri bir taraftan kullanılan amaçların teknik yönleri ile ilgili iken öbür taraftan geleneksel iktisadın insan rasyonelliği konusunda yaptığı varsayımın gerçek yaşamda karşılığının tam olarak bulunmaması ile ilgilidir. İnsan davranışlarını sınırlı rasyonalitesi, sınırlı işlem kapasitesi, yanılğı ve önyargıları ile yeniden elen alan davranışsal iktisat çerçevesinde, dürtmeler, davranış değişikliği amacıyla kullanılan en popüler olan araçlardandır.

Son yıllarda farklı alanlarda uygulama şansı olan davranış bilimleri kamu davranışını etkilemek amacı ile politika yapımında sıkça kullanılmaya başlamıştır. Bu konuda çok bilinen bir örneği hatırlatmak gerekirse, 1990ların başlarında Amsterdam Schiphol Havalimanı çalışanları erkekler tuvaletinde pisuvarlarda görülen dışarı sıçrama olayından kurtulmak için ilginç bir uygulamaya geçtiler. Pisuarların içerisine ortaya yakın bir noktaya sinek görseli yerleştirdiler ve bu deneme sonucu erkeklerde ortaya çıkan nişan alma güdüsü ile hareket etmeleri sonucu pisuvarlardan sıçrama ve dışarı taşıma nedenleri ile ortaya çıkan kirliliğin azaldığını gördüler. İstenilen davranışa bu dürtme ile ulaşılmıştı (Ingraham, 2017).

Davranış bilimlerinin en son uygulama alanlarından bir tanesi de çevre sorunları olmaktadır. Özellikle bütün insanlığı aynı anda etkileme potansiyeli olan küresel iklim değişikliği veya küresel ısınma sorunlarını çözmek için çok geç değildir ancak insanların davranışlarında değişiklikler gerçekleştirilmesine ihtiyaç vardır. Modern dünyada ortaya çıkan çevre problemlerinin hemen hepsinde üretimde yaşanan sorunlar yanında aşırı tüketim sorunu vardır. Yapılan araştırmalar insanların çevre dostu uygulamalardan yana tavır aldıklarını ve bu yönde yapılacak politika değişikliklerini onayladıklarını göstermekte iken bu yeni hedeflere ulaşmak için davranış değiştirme konusunda ise büyük sorunlar olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili uzmanlar küresel çapta tüketim kalıpları üzerinde değişiklik yapılacak girişimlere ihtiyaç olduğunu belirtmektedir. Bu noktada davranış biliminden yararlanılması noktasında politika yapımında devreye girecek olan kavram yeşil dürtmedir. Dürtme çevre sorunları ile mücadele kapsamında kullanılırken üç ayrı şekil görülmektedir; insanların imajlarına yönelik, sosyal uyum kapasitelerine yönelik ve varsayılan ilkeyi değiştirmeye yönelik dürtmeler (Koomen, 2020).

İnsanların doğasında olumlu bir öz imaj sahibi olma isteği vardır. Bunu hem kendi benlikleri için hem de başkalarının kendileri için ne düşündükleri ile ilgili olarak isterler. Eğitimli, dünyanın çevresel problemlerinden haberdar olan ve bunların öneminin bilincinde olan bütün insanlar çevrenin korunması konusunda hem fikirdir. “Çevreyi korumak iyidir” fikri genel kabul gören bir norm olmuştur. Bu nedenle insanlar kendilerini bu norma uygun olarak çevreye duyarlı iyi insanlar olarak görmek isterler. Davranış bilimleri daha çevre dostu davranışları dürtmek için insanlardaki bu motivasyonu harekete geçirmeye çalışır. Bunu yapmak için insanların karşı karşıya kaldıkları seçeneklerin basit anlaşılması son derece kolay olan bir dille ifade edilmesi gerekir. Aktarılmak istenilen bilginin anlaşılmasının, kavranmasının zor olmaması ve karşılaşılan seçeneklerin çevre üzerindeki etkilerinin daha belirgin hale getirilmesi yararlı olacaktır. Bir başka yöntem insanların sosyal kimliklerinde çevre dostu davranışlarla eşleşecek bir yönü harekete geçirmektir. Bu kimlik cinsiyet veya kuşak gibi çok genel olabileceği gibi bir okuldan mezun olmak veya bir spor kulübünün taraftarı olmak gibi daha dar kapsamlı da olabilir. Aynı kimlikte buluşan sosyal gruplar kendi kimlikleri ile ilgili kamuoyu görüşünü etkilemek için farklı bağlamlarda etkinleştirilebilirler (Ingraham, 2017).

3.1. Seçim Mimarisi ve Dürtmeler

İngiltere hükümeti için 2011 yılında hazırlanan *Bilim ve Teknoloji Komitesi İkinci Rapor: Davranış Değişikliği* adlı çalışmada dikkatler insanların davranışlarını geleneksel anlamda düzenleyici olmayan politika araçları ile değiştirme konusu üzerine çevirmiştir. Bu raporda farklı politika araçları üç ana başlık altında ele alınmıştır: bireysel düzenleme (seçim hakkı veren ve vermeyen başlıkları ile), bireye yönelik mali tedbirler (mali teşvikler ve mali caydırıcılar başlıkları ile) ve “bireyle ilgili düzenleyici ve mali olmayan önlemler”.

Son kategori içerisinde dürtmeler de bulunmaktadır. Dürtmeler ve dürtme olarak değerlendirilmeyen mali olmayan teşvikler ve caydırıcılar ile ikna başlıkları da davranışsal müdahale anlamına gelen “bireyle ilgili düzenleyici ve mali olmayan önlemler” başlığı içerisinde yer almaktadır ve raporda yer alan tablonun bu parçası Tablo 3 olarak aşağıda sunulmuştur. Bu raporda hükümetin davranış değişikliğine yönelik düzenleyici olmayan yaklaşıma genellikle “dürtme” adı verildiği belirtilmektedir.

Tablo 3. Davranışsal Müdahale Çeşitleri

Bireyle ilgili düzenleyici ve mali olmayan önlemler					
		Seçim Mimarisi (Dürtmeler)			
Mali olmayan teşvikler ve caydırıcılar	İkna	Bilgi sağlanması	Fiziki ortamda yapılan değişiklikler	Varsayılan politika seçiminin değiştirilmesi	Sosyal normların ve belirginliğin kullanımı
belirli davranışları ödüllendiren veya cezalandıran politikalar, örnek: topluma hizmet projelerinde çalışmak üzere verilen ücretli izinler	argümanları kullanarak insanları ikna etmek, örnek: aile doktorlarının insanları daha az sigara içmeye ikna etmesi, danışmanlık hizmetleri veya pazarlama kampanyaları	elektrikli ev aletlerinin enerji kullanımını gösteren broşürler “İşletmelerin, ürünün beslenme bilgileri etiketi koymaları veya restoranları menülerde kalori bilgileri kullanmalarını zorunlu kılan düzenleme”	çevreyi değiştirmek, örnek: trafiği sakinleştirme önlemleri veya daha az asansörlü bina tasarımı “İşletmelerin kasalardan şekerlemeleri kaldırmasını veya sağlıksız ürünlerin reklamlarının kısıtlanmasını zorunlu kılan düzenleme”	varsayılan seçeneği değiştirmek, örnek: organ bağışı formlarında varsayılan seçeneğin organ bağışını kabul ediyorum şeklinde sunulması veya restoranlarda varsayılan garnitür olarak salata konulması	başkalarının ne yaptığının bildirilmesi, örnek: mahallenin diğer üyelerine kıyasla enerji kullanım bilgisi “enerji şirketlerinin ortalama kullanım hakkında bilgi vermesini zorunlu kılan düzenleme”

Kaynak: Kaynak: UK Select Committee (2011).

İngiltere hükümetinin bu yaklaşımında dürtmeler bireyle ilgili düzenleyici ve mali olmayan önlemler başlığı ile eşanlamlı olarak değil bu sınıflandırma içinde bir alt set olarak değerlendirilmiştir. Bu yaklaşımda mali olmayan teşvikler ve caydırıcılarla ikna başlıkları dürtme olarak sayılmamıştır.

Dürtmeler, insanların seçeneklerini bilinçli olarak değerlendirmeleri sonrası değil bilinçsiz otomatik bir şekilde hareket etmeleri anlamındadır ve bu nedenle doğrudan bilgi sağlayarak sağlanan bilinçli seçim ve medya kampanyaları ile yaratılan farkındalık dürtme kategorisine dahil edilmemiştir. Öte taraftan, dürtmeler düzenleyici araçlara ihtiyaç duyarlar ve bu nedenle işletmelerin belirli bir seçim mimarisi sağlamaları mevzuat tarafından zorunlu tutulabilir. Tablo 3’de bu konuda üç değişik yasal düzenleme örnek olarak verilmiştir: yiyecek paketleri üzerinde kalori bilgilerinin yer alması, sağlıksız ürünlere reklam kısıtlaması ve enerji şirketlerinin karşılaştırma yapılması amacı ile ortalama tüketim bilgisi sağlaması gibi (UK Select Committee, 2011).

3.2. Yeşil Dürtmelerin Sınıflandırılması

“Dürtme, bizim kullanacağımız şekliyle, herhangi bir seçeneği yasaklamadan veya ekonomik teşvikleri önemli ölçüde değiştirmeden, insanların davranışlarını öngörülebilir bir şekilde değiştiren seçim mimarisinin herhangi

bir yönüdür. Sadece bir dürtme olarak saymak için, müdahaleden kaçınılması kolay ve ucuz olması gerekir. Dürtmeler emir değildir. Meyveyi göz hizasına koymak dürtme sayılır. Abur cuburun yasaklanması dürtme değildir” (Thaler and Sunstein, 2008).

Dürtmelerin sınıflandırılmasında kullanılan bir yaklaşım amaçlardan hareketle dürtmelerin paternalist olup olmadıkları şeklindedir. Dürtmeler genel olarak sosyal refahı arttırmak için kullanılabildiği gibi paternalist bir anlayışla sadece şahsın kendi yararını arttırması içinde kullanılabilir. Bununla ilgili en güzel örneklerden birisi sigara içmenin dışsallığı değil içselliği üzerinden şahsın kendi sağlığını koruması için dürtülmesidir. Bu çalışmada paternalist olmayan dürtmeler “sosyal dürtmeler” olarak da adlandırılmaktadır. Sosyal dürtmeler insanların kamu mallarını gönüllü olarak sağlamasını arttırmayı amaçlayan tipte dürtmelerdir (Nagatsu, 2015).

Çevresel dürtmeler için de benzer bir ayrım söz konusudur. Çevresel dürtmeler genel olarak çevre dostu davranışları geliştirmek amacı ile kullanılırlar. Bu kullanımda önemli olan insanların davranışlarının kamu yararına, çevrenin korunması yönünde teşvik edilmesidir. Bu kullanım iktisat literatüründeki piyasa başarısızlıklarını düzeltmekle ilgilidir ve Korobkin (2009) tarafından “Davranışsal Refahçılık” olarak adlandırılmıştır (Schubert, 2017). Buradan da yorumlanabileceği üzere paternalist yaklaşım bir otorite tarafından kişinin davranışlarını kişinin kendi yararını düşünerek değiştirmesi ve paternalist olmayan yaklaşım ise bu davranış değişikliğinin şahsın kendisi dışında içinde bulunduğu toplum için yapılması anlamına gelmektedir. Yine buradan hareketle paternalist dürtmelerde bir içsellik ve paternalist olmayan dürtmelerde ise bir dışsallık probleminden söz etmek mümkündür.

Sayıları giderek artan yeşil veya çevresel dürtmeler Schubert 2017 çalışmasında olduğu gibi 3 başlık altında incelenebilir:

1. Tüketicilerin yeşil davranış yoluyla çekici bir öz imajı sürdürme arzusundan yararlanan yeşil dürtmeler (eko-etiketler gibi): Eko etiketleme küresel boyutta uygulama bulan gönüllü bir çevresel performans belgelendirme ve etiketleme yöntemidir. Eko etiket taşıyan bir ürün kendi ürün kategorisinde çevresel olarak tercih edilebilir bir ürün olduğunu ifade eder.

2. İnsanların sürü psikolojisi eğilimini kullanan yeşil dürtmeler: İnsanlar diğer insanların davranışlarından oldukça etkilenirler. Sosyal normlar bize hangi davranış şekillerinin kabul edilir olduğunu söyler. Bu sürüyü takip etme davranışı tamamı ile rasyonel olan bir insan için çok önemli olmayabilir ancak gerçek yaşam içerisinde küçük dürtmeler sonucu birçok davranışın şekillendiği bilinmektedir.

3. İnsanlar aktif olarak değiştirmediklerinde var olan seçeneği kullanan yeşil dürtüler: Enerji sağlanırken yapılan sözleşmede varsayılan seçenek ola-

rak “yeşil enerjiyi” belirlemiş sözleşme buna bir örnek olabilir. İnsanlarda pasif seçici olma durumu söz konusudur.

Tablo 4: Yeşil Dürtme Sınıflandırması

Aktif Dürtmeler			Pasif Dürtmeler		
Eko-Etiket	Yeşil Sosyal Normlar	Aktif Seçim	Varsayılan Yeşil Opsiyon	Yeşil Tasarım	Ekolojik ön hazırlık
Belirginlik: trafik lambası renkleriyle sunulan ürün enerji verimlilik bilgisi	Tanımlayıcı: mahallede enerji tüketimi hakkında bilgi sağlama	Yenilenebilir ve konvansiyonel elektrik arasında zorunlu seçim -varsayılan yok	Kabul/Ret: elektrik sözleşmelerinde sunulan opsiyonun yenilenebilir enerji olması	Konum özelliği: yerel yiyecek ürünlerinin göz hizasında sunumu	banyo ve tuvaletlerde kağıt havlu kullanımına ilişkin bilgi sunumu
Kazanç/Kayıp: mali kazançları ve kayıpları gösteren enerji tasarruf etiketi	Karşılaştırmalı: komşulara kıyasla enerji tüketimini gösteren fatura		Fiziksel: yemek israfını azaltmak için daha küçük tabak	Belirginlik özelliği: gerçek zamanlı enerji kullanımı gösterimi	
	Uyarıcı: duygusal sembolleri gösteren enerji faturası			Görsel illüzyonlar: hızı azaltmak için otoyoldaki çizgiler	
	Taahhüt: azaltmak için hedef belirleme				

Kaynak: Evans, vd., 2017

Tablo 4’de kullanılan yeşil dürtme sınıflandırmasında üç ayrı boyut vardır. İlk olarak dürtmeler aktif ve pasif olarak sınıflandırılmıştır. Pasif dürtmeler otomatik, alışılmış davranışları (Sistem 1) etkilemekte ve bunun için bireylerin ek bir zihinsel çaba harcamalarına gerek olmamaktadır. İnsanlara sunulan sözleşmelerde tersine istemedikçe kabul ettikleri varsayılan durum örneği veya marketlerde göz hizasına yerleştirilmiş ürünlere karşı tüketicinin durumu bu pasif dürtmeye örnek olarak kullanılmaktadır. Aktif dürtmeler için bireyin otomatik davranış dışında ek bir zihinsel çaba harcaması gerekmektedir. Harekete geçiren aktif dürtmeler yine Sistem 1 süreçlerini içerebilir, örneğin eko-etiket ve sosyal normlar gibi, ancak bilinçli karar öncesi bireyi alternatifleri tartmaya ve değerlendirmeye yönlendirir (Sistem2). Tablodaki sınıflandırmanın ikinci aşamasında dürtmeler altlarında yatan psikolojik mekanizmaya göre gruplandırılmıştır. Son olarak gerçek yaşam örnekleri ile farklı dürtmelerin açıklaması yer almaktadır.

Bu tablonun hazırlanmasında Hansen ve Jasper (2013) çalışmasında kullanılan zihinsel düşünme süreci ayrımı (Sistem 1 ve Sistem 2) ve devlet müdahalelerin açıklık derecesi (şeffaf olma ve olmama) üzerinde kurulmuş

olan analiz esas alınmıştır. Thaler ve Sunstein (2013), Kahneman (2011) ve Stanovich ve West (2000) çalışmalarında da kullanılan ikili zihinsel süreç teorisi, otomatik davranışlar ile bilinçli seçimler arasında ayrım yapmaktadır. Dürtme her zaman bu süreçlerden ilkinin etkilerken ancak bazı durumlarda ikincisini de etkilemektedir. Hansen ve Jasper'ın (2013) makalelerinde de iki tip dürtme vardır. Her iki dürtmede de amaç otomatik düşünme biçimlerini etkilemektir. 2. tip dürtmeler otomatik sistemi etkileyerek dikkati ve bilinçli düşünmenin öncüllerini (Sistem 2) harekete geçirir. Öte taraftan 1. tip dürtmeler (Sistem 1), otomatik düşünme tarafından sürdürülen davranış veya bunun sonuçlarını, bilinçli düşünmeyi içermeyen etkilemeyi amaçlar. Erkekler tuvaletinde pisuvara yerleştirilen plastik sinek 2. tip dürtmeye örnek oluştururken bir kafeteryada tabakların boyutunun küçültülmesi ise 1. tip dürtmeye örnek oluşturmaktadır.

Bu analizde kullanılan ikinci boyut dürtmelerin şeffaflığı ile ilgilidir. Dürtmeler ya şeffaftır ya da değil. Şeffaf bir dürtmede dürtmenin amacı açıktır ve de istenilen davranış değişikliği de dürtülen kişi tarafından açıkça anlaşılabilmektedir. Erkekler tuvaletine yerleştirilen plastik sinek yine şeffaf olan dürtmeye örnek olarak kullanılabilir. Şeffaf olmayan dürtmede ise birey ne dürtmenin amacını ne de istenilen davranış değişikliğinin nasıl oluşacağını doğrudan anlayamamaktadır. Kafeteryada tepsilerin ortadan kaldırılması veya bir restoranda küçülen tabaklar bu tip dürtmelere örnektir. Çalışmada yer alan şeffaflık boyutu Thaler ve Sunstein'in (2003) öne sürdüğü liberal paternalizm argümanına gelen devletin paternalistik müdahalelerinin arkasında olabilecek aldatma (manipülasyon) eleştirisi ile alakalıdır. Şeffaf olmayan dürtmelerde, dürtmeler halkı manipüle etmek için kullanılabilir ve bu durumda dürtmelere getirilen itirazlar haklı olabilecektir (Hansen ve Jasper, 2013).

Pasif - Varsayılan Yeşil Opsiyon (Kabul/Ret ve Fiziksel): İş dünyasında veya günlük yaşamda karşımıza imzalamamız gereken çeşitli anlaşma metinleri çıkabilmektedir: emeklilik planı, kira sözleşmesi, sağlık planı veya elektrik sözleşmesi gibi. Bu sözleşmelerde önümüze koyulan metinde varsayılan seçeneği kabul ederek etkinleştirmek (opt-in) veya varsayılan opsiyonu ret ederek devre dışı bırakmak ve alternatiflerden birisini tercih etmek (opt-out) seçenekleri vardır. Varsayılan yeşil opsiyon istenilen çevre dostu davranış anlaşma metnine varsayılan opsiyon olarak koyarak insanların statüko önyargısından yararlanarak bunun kabul edilmesini sağlamaya çalışan dürtme türüdür. Buna örnek olarak evlerine elektrik enerjisi almak isteyen insanlara sunulan anlaşmalarda yenilenebilir enerji seçeneğinin varsayılan seçenek olarak sunulması gösterilebilir.

Fiziksel varsayılan durum seçim mimarisinin fiziksel özelliklerinde yapılan değişiklik şeklinde kullanılmaktadır. Bunun için örnek olarak kafeteryalarda sunulan yemeklerin konulduğu tabakların boyutunun küçültülmesi-

ni gösterebiliriz. Bu durumda teorik olarak doymayan insanlar tekrar sipariş verebilirler ancak yapılan deneylerde yöntemin yemek israfını azaltmada etkili olduğu tespit edilmiştir. Kallbekken ve Saelen (2013) çalışmasında 52 otelden oluşan bir örneklemle geniş çaplı bir saha deneyi gerçekleştirilmiş ve küçük tabaklarla yemek israfında %20,5'lik bir azalma olduğu tespit edilmiştir.

Pasif - Yeşil Tasarım (Konum Özelliği, Belirginlik Özelliği ve Görsel İllüzyonlar): Konum özelliği ile kastedilen ekolojik seçeneklerin farklı fiziksel konumda sunulması tüketiciler tarafından otomatik olarak seçilmesini kolaylaştırmaktır. Bu fiziksel seçim ortamında bir değişiklik yapılmasıdır. Pazarlama çalışmalarında ürünlerin alışveriş yapılan ortamda nereye yerleştirildiğinin önemli olduğunu gösteren çalışmalar mevcuttur. Örnek olarak sakız, pil veya özel seçilmiş ürünlerin anlık satın alma dürtüsü ile satışını gerçekleştirmek için ödemenin yapıldığı kasaya yakın yerleştirildiği bilinmektedir. Benzer şekilde ürün yerleştirirken en dikkat çekici konumun insanların göz hizasına gelen raflar olduğu yapılan çalışmalarla gösterilmiştir (Elbers, 2016). Konum özelliği seçim ortamında yapılan bir değişiklik ile ürünün öne çıkması demektir ve yerel üreticileri korumak için yerel ürünlerin göz hizasına gelen raflara yerleştirilmesi buna bir örnektir (Evans, vd., 2017).

Bir özelliğin dikkat çekmesi amacı ile yapılan belirginlik özelliğinin kullanılması yine seçim mimarisi ile ilgidir. Dijital göstergeler kullanılarak enerji kullanımı hakkında gerçek zamanlı geri bildirim sağlanarak tüketici uyandırılabilir ve bu tip uygulamalar belirginlik özelliği kullanımına bir örnektir. Görsel illüzyonlar görsel algı hilelerinden yararlanarak hedeflenen davranış değişikliğini elde etmek için kullanılırlar.

Trafik kazalarını önlemek amacı ile yollarda kullanılan işaretler, dömeçlerde yol kenarlarının boyanarak bunların aşılmasının tehlike oluşturduğu algısının yaratılması veya yolun daraldığı izlenimi vererek yavaş gidilmesini sağlayan yol kenarlarının geniş boyanması gibi önlemler bu kategoride yer almaktadır (Pinch, 2010)

Pasif - Ekolojik ön hazırlık: Bireyler çevreyi koruma ve çevrenin anlam ve önemi hususlarında bilgi verici mesaj veya görsellerle uyarılırlar. Bu uyarılar kısa süreli hafızada yer alarak bu süre boyunca insan davranışını etkilerler. Kağıt havlu kullanımını azaltmak için tuvaletlere yerleştirilen mesajlar buna bir örnektir.

Aktif - Eko-etiketleme (Belirginlik ve Kazanç/Kayıp): Eko-etiketler, geri dönüşüm, tehlikeli madde içeriği veya ham maddelerin menşei gibi ürünlerin çevre dostluk durumu ile ilgili temel bilgileri net bir şekilde iletmek için geliştirilmiştir. Burada uzun okumalar yoktur, renkler veya semboller çevre dostu bir tüketim kararı için yeterli olabilmektedir.

Satın alınacak ürünler üzerinde yer alan enerji verimlilik bilgileri veya

ürünün organik içeriği ile ilgili bilgilerdir. Bu yöntem elektrikli ev eşyaları için yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu ilk olarak 1995 yılında Avrupa Birliğinde elektrikli ev aletleri için başlatılmıştır. Etiket daha çok satın alma noktasında devreye girdiği için basit bilgi sağlamaktan daha öte bir rol oynamaktadır. Etiketlerde trafik ışıklarında olduğu gibi kırmızıdan yeşile giden bir renk yelpazesi kullanılmaktadır.

Eğitim ve bilgi yoluyla, davranışı değiştirme girişimlerinde başarı sınırlı kalınca son yıllarda davranış değişikliğini gerçekleştirmenin başka yolları devreye yayılarak girmiştir (Olander and Thøgersen, 2014). Eko etiketler satın alma noktasında tüketicilere seçenekler arasında çevresel açıdan bir karşılaştırma yapma fırsatı sağlar. Araştırmalar çevre dostu ürün satın alma niyetini davranışa dönüştürme konusunda eko etiketlerin etkili olduğunu göstermektedir. İyi tasarlanmış bir eko etiket tüketicilerin çevre dostu ürünleri hızlı bir şekilde değerlendirmesinde etkili olabilmektedir.

Eko-etiketleme, kazançlar ve kayıplar açısından da çerçevelenebilir. Elektrik verimliliği daha fazla olan bir alet kullanımından elde edilecek kazançlar da davranışı etkileyecektir. Kazanç ve kayıp hesabına dayalı bir ekolojik etiket kayıptan kaçınma ve çerçeveleme etkileri nedeniyle enerji verimliliğini ve de sürdürülebilir tüketimi teşvik eder (Evans, vd., 2017)

Aktif - Yeşil Sosyal Normlar (Tanımlayıcı, Karşılaştırmalı, Uyarıcı): Tanımlayıcı sosyal normlar davranışsal normu tanımlar, genel olarak ne yapıldığı bilgisini verir. Örnek olarak belirli bir bölgede belirlenmiş bir zaman aralığında ortalama elektrik tüketim bilgisi sağlanır. Eğer bu genel veya ortalama tüketim bilgisi her bir tüketicinin tüketim düzeyi ile karşılaştırılmalı olarak verilirse tüketicinin kendi tüketimini sosyal norm sayılabilecek ortalama tüketim ile karşılaştırarak sosyal norma doğru bir davranış değişikliğine gidebileceği düşünülür. 2007 yılında yapılan bir saha çalışmasında ortalama tüketim üzerinde tüketim yapanların tüketimlerini azaltma ve daha ilginç olarak ise ortalama tüketimin altında kalanların ise tüketimlerini arttırma eğilimine girdikleri görüldü. Bu durum bir bumerang etkisine örnektir. Bumerang etkisi sosyo-psikolojik bir kavram olarak ikna etme girişiminin istenmeyen sonuçlarına işaret eder. Bu çalışmada bumerang etkisi daha sonra ortalamanın altında tüketim yapanların faturalarına eklenen gülen yüz ve ortalamanın üzerinde tüketim yapan birimlerin faturalarına eklenen kızgın yüz ifadeleri ile azaltıldı. Kullanılan bu ifadeler uyarıcı veya emredici bir normu yani toplum olarak hangi tüketim kalıbının doğru veya kabul edilen olduğunu hatırlattı (Schultz, vd., 2007).

Yeşil normlar çevreyi koruma için de olumlu sonuçlar vermiştir: çöplerin azalması, milli park ziyaretçilerinin parkta buldukları ilginç her şeyi eve götürmekten vazgeçmeleri, otel müşterilerinin havluları günlük değiştirme yerine kullanmaya devam etmeleri gibi. Bütün sosyal norm dürtmeleri sürü

davranışı etkilerini veya toplumsal baskı faktörünü insan davranışlarını etkilme yönünde kullanmaktadır. Bir enerji tasarrufu hedefi belirleme gibi taahhüt dürtmeleri, kısmen söz vermenin içerdiği sosyal baskı, davranışsal olarak tutarlı kalma arzusu ve karşılıklılığın sosyal gücü nedeniyle işlev görür. Taahhüt kendi kendine söz verme şeklinde olduğunda dahi sözümüz yerine getirmemenin yaratacağı rahatsız edici bilişsel uyumsuzluk duygusundan kaçınmak için davranışlarımızı düzeltmemiz söz konusudur (Evans, vd., 2017).

Aktif - Aktif Seçim: Aktif seçim veya yönlendirmeli seçim varsayılan bir seçeneğin varlığına ihtiyaç duymadan kararları amaçlı olarak çerçeveler. Bu harekete geçirici dürtme, bireyi kasıtlı olarak çeşitli seçenekler arasından seçim yapmaya zorlar. Aktif seçim dürtmeleri bazı akademisyenler tarafından daha az tartışmalı ve varsayılanı ret etme şeklinde çerçevelenmiş dürtmelere oranla daha etik bulunduğu için tercih edilebilmektedir.

4. Sonuç

Günümüzde sürdürülebilir ekonomik büyüme açısından en öne çıkan problemlerden biri olan çevresel sorunların çözülmesi ihtiyacı herkes tarafından kabul edilen bir husustur. Bütün insanlar temiz ve içsel dengeli bir çevrenin dengeleri bozulmuş bir çevreye göre istenilir bir durum olduğundan şüphe duymazlar. Önemli olan husus çevresel sorunları çözmek adına neyin, nasıl, ne zaman yapılması gerektiği ile ilgilidir. Çevresel problemlerle geleneksel iktisadi mücadele araçları büyük ölçüde bellidir: bilgilendirme, düzenleme, teşvik ve cezalandırma. İktisat teorisi çevresel problemlerin önemli bir kısmını dışsallıklar olarak kabul eder ve bunlarla mücadelede daha çok çeşitli vergiler gibi cezalandırıcı veya transfer ve sübvansiyonlar gibi teşvik edici, ödüllendirici nitelikte araçlar kullanır. Bu piyasaya müdahale araçları dışında yanlış uygulamaları durdurmak için yasal düzenlemeler ve standartları da kullanır. Son olarak, bireylerin eğitilmesi, bilgilendirilmesi gibi faaliyetlerle doğru olan davranışı bireylerin kendilerinin seçmesine yardımcı olmak istenir.

Son dönemlerde geleneksel iktisadi çevre politikası araçlarının, sosyal yönü çok güçlü olan çevre problemlerin çözümünde yetersiz kaldığı görülmektedir. Kamu politikası yapımında yardım davranış bilimlerinden davranışsal yaklaşımlarla gelmektedir. Bu noktada iktisadi alanda önem kazanan yaklaşım davranışsal iktisattır. Davranışsal iktisat özellikle psikoloji biliminden beslenerek insanların karar verme sürecinde ortaya çıkan yetersizlikleri veya sistematik yanılgıları tespit ederek var olan iktisadi teorileri geliştirmek veya yeni davranış teorileri ortaya koymaktadır.

Dürtmelerin çevresel sorunlarla mücadele amacı ile kullanım şekline yeşil veya çevresel dürtmeler adı verilmiştir. Bu çalışmada bir taraftan dürtmeler ve yeşil dürtmeler hakkında bilgiler verilmiş öte taraftan konu ile ilgili eleştiriler ve kaygılardan bahsedilmiştir. Sürdürülebilir tüketim kalıpları ve

yaşam tarzlarının sağlanması adına yeşil dürtmenin doğru bir politika aracı olduğunu dünyadaki örneklerine bakarak kabul ediyoruz.

Literatürde yapılan çalışmalara ve dünya ekonomilerinde görülen uygulamalara bakarak yeşil dürtmelerin çevresel problemlerle mücadelede yeni bir yaklaşım olarak daha uzun süre kullanımda kalacağını söyleyebiliriz. Gerek konu ile ilgili akademik çalışmaların sayısındaki ve kapsamındaki artış, gerek dürtme birimi kuran ülke sayısındaki artış, gerekse konu ile ilgili kamuoyunun artan ilgisi konunun önemine ve olumlu sonuç beklentilerine işaret etmektedir. Bütün olumlu yönlerine karşın konu ile ilgili devletin rolü, niyeti ve uygulama şekilleri üzerinden manipülasyon olasılığı, seçeneklerin ve dolayısı ile özgürlüklerin kısıtlanması olasılığı ve dürtmelerin kullanım çeşitlerine göre etik olup olmadıkları gibi ve son olarak ise dürtmelerin başarı düzeylerinin ölçümü hususlarında ciddi eleştiriler mevcuttur ve bundan sonra yapılacak çalışmalarda bu konu başlıkları daha çok yer alacaktır.

KAYNAKÇA

- Açıkalin, S. (2022). Davranışsal Ekonominin Gelişimi ve Tüketici Davranışına Etkileri. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi= Journal of Consumer and Consumption Research*, 14(1), 307-338.
- Açıkalin, S., ve Apaydin, F. (2021). “Çevre Sorunları, Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre Ahlakı”, içinde (121-135), *İktisadi Teori ve Gelişmelere Gelenekçi ve Yenilikçi Yaklaşımlar*, Gazi Kitabevi, Ankara, ISBN: 978-625-7358-84-2.
- Beshears, J., Choi, J. J., Laibson, D., & Madrian, B. C. (2008). How are preferences revealed? *Journal of public economics*, 92(8-9), 1787-1794.
- Camerer, C., Issacharoff, S., Loewenstein, G., O'Donoghue, T., & Rabin, M. (2003). Regulation for conservatives: behavioral economics and the case for” asymmetric paternalism”. *University of Pennsylvania law review*, 151(3), 1211-1254.
- Croson, R., & Treich, N. (2014). Behavioral environmental economics: promises and challenges. *Environmental and Resource Economics*, 58, 335-351.
- Elbers, T. (2016). The effects of in-store layout-and shelf designs on consumer behavior. *Wageningen UR*, 1-22.
- Evans, N., Eickers, S., Geene, L., Todorovic, M., & Villmow, A. (2017). Green Nudging: A discussion and preliminary evaluation of nudging as an environmental policy instrument.
- Hansen, P. G., & Jespersen, A. M. (2013). Nudge and the manipulation of choice: A framework for the responsible use of the nudge approach to behaviour change in public policy. *European Journal of Risk Regulation*, 4(1), 3-28.
- Ingraham, C., (2017, October 9), “What’s a urinal fly, and what does it have to with winning a Nobel Prize?”, *The Washington Post*.
- Iyengar, S. S., & Kamenica, E. (2006). Choice overload and simplicity seeking. *University of Chicago Graduate School of Business Working Paper*, 87, 1-27.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Kallbekken, S., & Saelen, H. (2013). ‘Nudging’ hotel guests to reduce food waste as a win-win environmental measure. *Economics Letters*, 119(3), 325-327.
- Koomen, R., (2020, February 24) What’s a green nudge? The Behaviouralist <https://thebehaviouralist.com/whats-a-green-nudge/> (Erişim tarihi: 22 Mayıs, 2023).
- Mickwitz, P. (2003). A framework for evaluating environmental policy instruments: context and key concepts. *Evaluation*, 9(4), 415-436.
- Nagatsu, M. (2015). Social nudges: their mechanisms and justification. *Review of Philosophy and Psychology*, 6 (3), 481-494.
- Nuffield Council on Bioethics (Great Britain). (2007). *Public health: ethical issues*. Nuffield Council on Bioethics. <https://publications.parliament.uk/pa/ld201012/ldselect/ldsctech/179/17905.htm#note4> (Erişim tarihi: 25 Mayıs, 2023)

- Olander, F., & Thøgersen, J. (2014). Informing versus nudging in environmental policy. *Journal of Consumer Policy*, 37, 341-356.
- Pinch, T. (2010). Comment on “Nudges and cultural variance”. *Knowledge, Technology & Policy*, 23, 487-490.
- Schubert, C. (2017). Green nudges: Do they work? Are they ethical? *Ecological economics*, 132, 329-342.
- Schultz, P. W., Nolan, J. M., Cialdini, R. B., Goldstein, N. J., & Griskevicius, V. (2018). The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms: Reprise. *Perspectives on psychological science*, 13(2), 249-254.
- Stanovich, K.E. ve West, R. F. (2000). “Individual Differences in Reasoning: Implications for the Rationality Debate,” *Behavioral and Brain Sciences*, Vol. 23, 645-665.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R., (2022). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*. Penguin Books.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2003). Libertarian paternalism. *American economic review*, 93(2), 175-179.
- Thaler, R. H., Sunstein, C. R., & Balz, J. P. (2013). Choice architecture. *The behavioral foundations of public policy*, 25, 428-439.
- UK Select Committee (2011). Science and Technology Committee–Second Report: Behaviour Change. <https://publications.parliament.uk/pa/ld201012/ldselect/ldsctech/179/17905.htm#note4> (Erişim tarihi: 25 Mayıs 2023)

Bölüm 14

MYO ÖĞRENCİLERİNİN GÖZÜNDEN ZORUNLU STAJIN İSTİHDAM SÜRECİNE ETKİLERİ ¹

Duygu Özyılmaz MISİCAN²

1 Bu çalışma, 20-23 Ekim 2022 tarihleri arasında gerçekleştirilen 10. Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumunda sunulan bildirinin genişletilmiş halidir. Bu çalışma için Sinop Üniversitesi Etik Kurulunun 10.04.2023 tarihli ve 3 sayılı toplantısının 20203/48 nolu kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

2 Dr. Öğr. Üyesi, Sinop Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu,
dozyilmaz@sinop.edu.tr, 000-0002-3577-7288



GİRİŞ

2021- 2022 yılı yükseköğretim bilgi yönetimi istatistiklerine göre, yükseköğretimde olan 8 milyon 296 bin 959 öğrenci bulunmaktadır. Bu sayının, 3 milyon 250 bin 101'inin meslek yüksekokullarında öğrenim gördüğü belirtilmektedir. 2002'de 73 olan üniversite sayısının, 2022 yılında üç katına çıkarak, 208'e ulaştığı ifade edilmektedir (Yükseköğretim İstatistikleri, 2021). TÜİK Yükseköğretim istihdam göstergelerine bakıldığında, lisans mezunlarının istihdam oranının %71,1, meslek yüksekokullarından mezun olanların istihdam oranlarının ise %63 olarak gerçekleştiği görülmektedir.

Üniversitelerin ve öğrenci sayılarının bu kadar artmasına rağmen; küresel rekabet edebilirlik 2019 raporu incelendiğinde ülkemizin gerilerde kalan sıralaması düşündürücüdür. 141 ülke arasından beceriler bileşeninde 78. sırada, işgücü piyasası bileşeninde 109. sırada yer almaktadır. 2018 raporunda 107. olan kalifiye eleman bulma becerisinde 122 sıraya, 94. sırada yer alan mezun becerilerinde ise 103. sıraya gerilemiştir. Mesleki eğitimin kalitesinde ise 132. sıradan 128. sıraya yükseldiği görülmektedir.

TÜİK işgücü istatistikleri incelendiğinde, 2023 yılı genç işsizliğinin %20,2 düzeyinde gerçekleştiği raporlanmaktadır. Yükseköğretim mezunlarında işsizliğin giderek artması ve bununla birlikte ne eğitimde olan ne de istihdamda olan (NEET) gençlerin giderek artış göstermesi, genç işsizliği sorunu giderek kaotik bir sorun olarak gelişmesine yol açmaktadır. Nitelikli işgücü piyasası, küresel rekabet gücünün yükseltilmesinde en önemli dinamiktir. Üniversite ve mezun öğrenci sayılarına bakıldığında, bu dinamiğin yansıması beklenirken, işgücü istatistiklerinde bunun tam tersi tablonun görünmesi, nitelik uyumsuzluğunu ve işgücü piyasası ile mezunlar arasındaki dengesiz ilişkiyi ön plana çıkarmaktadır. Dolayısıyla genç işsizliği sorununda, diğer nedenlerin yanında nitelik problemi daha çok hissedilmektedir.

Bu çalışma ile stajın istihdam niteliklerine etkisi sorgulanmak istenmektedir. Stajın, eğitim hayatı sonrası işe geçişte işe giriş süresine, mesleki beceriye, istihdam edilebilirlik yönüne katkısını, meslek yüksekokulu öğrencilerinin düşüncelerinden ifade etmektir. Çalışmanın ana sorusu, istihdam edebilirlik ekseninde zorunlu stajın, beklenen nitelik katkısını sunup sunmadığına ilişkindir. Bu doğrultuda öncelikle stajın kavramsal çerçevesi ele alındıktan sonra, stajın istihdam etkisi ve gençlerin istihdam sürecini zorlaştıran nedenler ifade edilecektir. Ülkemizdeki genç işsizliğinin görünümü sayısal verilerle ifade edildikten sonra, alan araştırması kapsamında stajın etkilerini üç boyutta ölçen soruların analizleri ele alınacaktır. Çalışmanın amacı kapsamında, stajın önemini ön plana çıkararak, öğrencilere, işverenlere, ve istihdam politika ve planlarına yön vermesi en büyük kazanımı olacaktır.

STAJIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Staj dönemi, eğitim alınan alanla ilgili olarak mesleki öğrenmeyi pekiştiren, teorik bilginin uygulama ile buluştuğu, işletmede geçen öğrenme sürecini ifade etmektedir. Fransız kökenli bir kelime olan staj, meslek sahibi olacak kimsenin uygulamalı öğrenme sürecini ve mesleki bilgisini artırmak için işletmenin ilgili bölümünde çalışarak geçirilen dönemi tanımlamaktadır (Türk Dil Kurumu, 2019). Demir'e göre (2001); mesleğin uygulama aşamasının yerinde öğrenilmesi için işletmede yapılan çalışmadır. Literatürde staj kavramını tanımlayan birçok tanım bulunmakla birlikte, ortak vurgu sürecin mesleğin uygulamaya dönük tarafını ele almaktadır. Teorik bilginin pratikle buluşması, mesleğin daha iyi öğrenilmesini sağlayan becerilerin kazandırılması, uygulamalı eğitimin ön planda olduğu denetimli bir çalışma olarak belirtilmektedir (Lam ve Ching, 2007, s. 337; Muhamad, Yahya, Shahimi ve Mehzan, 2009, s. 499). Öğrenci İstihdam Yöneticileri Ulusal Birliği ise stajı, planlı ve özenle ele alınması gereken, denetimli iş deneyimi olarak ifade etmektedir (Çetin, 2005).

Staj dönemi, öğrencilikten çalışma hayatına geçişte yol gösterici bir kılavuzdur. Öğrenciye mesleki bilgisini deneyimleme fırsatı sunarken, sektör ve çalışma hayatına ilişkin ipuçları sunmaktadır. Bu bağlamda staj, öğrencilere kariyer rehberliği de yapmaktadır (Crnkovic ve Pozaic, 2006, s. 4). Stajyer olarak adlandırılan öğrenci, eğitim aldığı alanla ilgili mesleğin teamülleri, hiyerarşisi gibi mesleki kurumsal bilgi havuzuna da erişebilmektedir (Süzek, 2010, s. 13).

Staj, öğrencilere mesleki becerilerini geliştirmek adına fırsat veren eğitim sürecini içermektedir. Bu eğitim süreci çıraklıktan farklıdır. Bu süreçte amaç mesleki bilgiyi geliştirmektir. Çıraklık iş sözleşmesindeki sözleşmenin taraflara yüklediği ücret ve iş görme borcu gibi yükümlülükleri içermemektedir. Teorik eğitimi, uygulamalı eğitimle destekleyici bir eğitim modelini barındırır. Dolayısıyla, eğitim alınan alanla ilgili yapılan çalışmalar, staj olarak değerlendirilmektedir. Öğrencilere alanıyla ilgili bilgi ve beceriyi sunan işyeri eğitim modeli olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, stajın amacı, mesleki alanda edinilen bilgiyi, uygulamaya dönüştüren mesleki davranışı geliştirebilmesidir.

Staj süreci, kısa süreli bir çalışma dönemi olarak, öğrencilere gerçek bir iş deneyimi kazandırmaktadır (Demir ve Demir, 2014, s. 2). Öğrenciler bu deneyimi elde edebilmek adına farklı staj türleri ile çalışma hayatına girebilmektedir. Staj türleri; zorunlu staj, araştırma stajı, sanal staj ve Co-op çalışmadır.

Zorunlu staj, eğitim döneminin bir parçası olarak, ders müfredatına dahil olan, not değerlendirilmesine tabi, sigorta primi eğitim kurumu tarafından üstlenilen staj türüdür. 3308 sayılı mesleki eğitim kanununa tabi olarak

yürütülmektedir. Meslek yüksekokullarında eğitim döneminin 4. yarısında, en az 1 ay olarak yapılmaktadır.

Araştırma stajı, eğitimin genellikle son yılında öğrencilere araştırma yaptığı tez ya da proje ile ilgili olarak belirlediği bir şirkette yürüttüğü stajı ifade etmektedir. Staj bittiğinde, araştırma sonuçlarıyla ilgili bir rapor hazırlayarak, eğitim kurumuna raporunu sunmaktadır (Crnkovic ve Pozaic, 2006, s. 10).

Sanal staj, teknoloji aracılığıyla zaman ve ülke sınırlamalarından bağımsız, eğitim döneminin bir parçası olarak yürütülen ve iş temelli faaliyetleri öğrenmek ve yapmak amacıyla gerçekleştirilen stajdır (Ahsan ve Hassan, 2013, s. 263). Küresel bir iş deneyimini teknoloji aracılığıyla sunmaktadır. Öğrenciler, bilgisayarları aracılığıyla şirketin kendi portalını kullanarak iş takibi yapmaktadır.

Co-op çalışma ise, eğitim ile pratiğin bir arada yürütüldüğü bir staj türüdür. Okul dönemindeki ders sürecine ek olarak, aynı zamanda işletmeye de giderek mezun olması için gereken kredi sayısını tamamlamaya olanak veren bir sistemdir.

Bu staj türlerinin dışında gönüllü staj, ücretsiz staj gibi uygulamalarda görülmektedir. Öğrencilerin, mezun olduktan sonra istihdam edilebilirliklerini güçlendirmek adına ücretsiz staj adı altında çalıştıkları görülmektedir. Yasal olmayan bu çalışmanın, iş hukuku düzenlemelerini deldiği görülmektedir (Bacon, 2011, s. 67). Bu pozisyonda çalışan öğrencilerin iş hukukuna tabi bir işçi gibi iş sözleşmesinin taraf yükümlülüklerine tabi olması gerekmektedir.

Aktarılanlar ışığında staj kavramı, eğitim döneminin içinde değerlendirilen, öğrencilerin mesleki bilgisini uygulama ile buluşturarak, onlara çalışma davranışı kazandıran, çalışma hayatı ile ilgili farkındalığını arttıran, okul ve işyeri denetimi altında gerçekleştirilen bir çalışma biçimidir.

STAJIN İSTİHDAM ETKİSİ

Gençlerin çalışma hayatı deneyimlerinin olmaması, işe alınmada daha maliyetli bir işgücü grubunu oluşturması, işgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu nitelikleri karşılayamaması gibi birçok faktörün birleşimi, gençlerin işgücü piyasasında dezavantajlı konumda olmasına neden olmaktadır (Metin, 2016, s.78). Dolayısıyla gençlerin istihdam edilebilirliklerini güçlendirebilmesi için eğitim hayatları sona ermeden, çalışma hayatının beklediği niteliklere bürünebilmeleri oldukça önemlidir. İş deneyimi, çalışma hayatına geçişleri hızlandırmakta ve gençlerin istihdamında belirleyici bir etken olmaktadır (Maynard, 2000, s. 496). Gençler, giriş seviyesindeki işler için bile deneyimin şart koşulduğu bir işgücü piyasası ile karşı karşıyadır. (Coco, 2000, s. 42). Gençlerin mevcut istihdam olanakları incelendiğinde, kayıtdışı ve düzensiz

işlerde, iyi iş koşullarına sahip olmadan çalıştıkları görünmektedir (ÇSGB Ulusal Genç İstihdam Strateji Raporu, 2021-2023, s. 16).

Staj süreci, gençlere iş deneyimini kazandıran en etkili yoldur. Stajın istihdam etkisi, gençlere, işverenlere ve eğitim kurumlarına yansıyan boyutları ile ele alınabilir. Gençler yönüyle ele alındığında staj, gençler için okuldan çalışma hayatına geçişte planlı bir kariyer hayatını biçimlendirirken, rehberlik yaparak öğrencileri çalışma hayatına hazırlamaktadır. Yapılan çalışmalarda stajın istihdam yönü görünmektedir. Staj yapanların daha fazla iş teklifi aldıkları ve eğitim hayatı sonrasında iş bulma oranlarının, staj yapmayanlara göre daha yüksek olduğu belirtilmektedir (Knouse, Tanner ve Harris, 1999, s. 41; Callanon ve Benzing, 2004, s. 85). Staj, öğrencilerin çalışma hayatı farkındalıklarını artırmaktadır. Eğitim aldıkları mesleğin, mesleki davranışları, sektörün çalışma koşulları, mesleğin zorlukları, mesleki etiği, hiyerarşisi gibi a'dan z'ye mesleğin tüm yönlerini gösteren bir tablo ortaya koymaktadır. Bu durum, öğrencide potansiyel mesleği ile ilgili bir fikir uyandırmaktadır. Okuduğu bölümün sektördeki uygulaması hakkında fikir sahibi olan gençler, yolun en başında kariyer rotasını değiştirme ya da aynı rotadan ilerleme kararını, eğitim hayatı bitmeden verebilir. Bu yönü ile staj, kariyer seçiminde etkili olmaktadır. Yapılan bir çalışmada, stajın kariyer seçiminde oldukça etkili olduğu belirtilmektedir (Hurst ve Good, 2010, s. 176). Staj süreci, öğrencinin mesleğinden beklentilerini, çalışma hayatında deneyimleme fırsatı sunmaktadır. Mesleki becerilerini tamamlayıp, piyasanın gereksinimlerine göre niteliklerini geliştirerek öğrencileri çalışma hayatına hazırlamaktadır. Kendisine en uygun mesleği seçebilen kişilerin, iş tatmini yüksek olduğundan, iş verimlilikleri de artacaktır. Bu, bir ülkenin çalışma gücü verimliliği için önemli bir değişkendir.

Staj öğrencilerin networkler kurarak, eğitim hayatları bittiğinde referansları aracılığı ile işe girişlerini de kolaylaştırmaktadır. Öncelikle stajın liderlik, problem çözme, analitik düşünme, iletişim, sosyal davranış gibi kişisel gelişimi destekleyen yönleri, gençlere güven kazandırmaktadır. Stajın, kişisel gelişime sunduğu katkı ile gençlerin iş aramada kendilerine güven sağladığı yapılan çalışmalarda belirtilmektedir (Cook, Parkker ve Pettijohn, 2004, s. 182). Mesleki davranış kazandırdığı gibi sosyal davranışı geliştiren yönü, stajın istihdam etkisini güçlendirmektedir.

İşverenler ise stajı, gelecekteki potansiyel çalışanlarını seçmek adına etkili bir yöntem olarak görmektedir. Staj yapan öğrencinin mesleğe olan ilgisini, mesleki davranışını, işletmesinin kültürüne uygunluğunu gözlemleme şansı vermektedir. İşe alma ve yerleştirme oldukça maliyetli bir süreçtir. İşe alınan kişinin istihdam edilebilirlik özellikleri iyi olsa bile, kişi işletmenin kültürüne uyum sağlayamayabilir. Dolayısıyla kısa bir zaman sonra yolların ayrılması, işletmeye yeni bir işe alım sürecini tekrarlatarak, zaman ve maliyet kayıplarını artıracaktır. Staj süreci, bu riski azaltıp, öğrenciyi gözlemleme

fırsatı sunarak; işe alım maliyetlerini yarıya indirmektedir (Cook, vd. 2004, s. 180).

Staj, işverenlere ucuz ya da ücretsiz işgücü sağlayarak nitelik gerektirmeyen ofis işlerinin yapılmasında oldukça yarar sağlamaktadır. Bu durum bazen emek sömürüsü tehlikesi ile stajyerleri karşılaştırabilmektedir (Demir, 2019, s. 75). Ancak mesleki terbiyenin aktarımı, iş disiplininin öğretilmesi yönüyle staj, işletmelerin gelecek işgücü havuzunu desteklemektedir.

Stajın gençlere kazandırdığı çalışma hayatı farkındalığından ötürü işverenlerde genç işgücü istihdamında, çalışma hayatı deneyimi olan gençleri tercih etmektedir. Dolayısıyla stajın gençlere kazandırdığı tecrübe, işletmelere daha fazla verimlilik kazandırması yönüyle bumerang etki yaratmaktadır.

Stajın eğitim kurumlarına yansıyan yönü de istihdam bakımından önemlidir. Mesleki eğitimin geliştirilmesi ve nitelikli işgücünün yaratılmasında eğitim öncü kurumdur. Eğitim, bir ülkenin işgücü havuzuna katkı sağlayarak, ülkenin işgücü potansiyelini belirleyen, rekabet gücünü tanımlayan öğeyi yetiştirmektedir. İşgücü piyasasının gereksinim duyduğu beşerî sermayenin geliştirilmesi, eğitim kurumlarının sorumluluğundadır. Bu yüzden, eğitim ve çalışma hayatı arasındaki çıktının, birbiri ile uyumu oldukça önemlidir. Staj süreci bu ilişkinin güçlenmesine katkıda bulunmaktadır.

Eğitim sisteminin işgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu nitelikte bölümlerini, derslerini ve ders müfredatlarını dönüştürmesi, öğrencilerine gereksinim duyulan nitelikleri kazandırması işgücüne süreklilik kazandırmaktadır. Dolayısıyla staj süreçleri, eğitim kurumları için önemli basamaktır. Pratik bilginin uygulama ile harmanlanması, daha verimli bir işgücü potansiyelini yaratacaktır. Staj süreçlerini önemseyen ve bu süreci denetimli bir şekilde yürüten kurumlarda, eğitim-istihdam arasındaki fonksiyonel ilişki daha etkin bir biçimde kurulabilecektir.

Küreselleşen bir çalışma hayatında, rekabet üstünlüğü için meydan okuma, dönüşüme uyum sağlayan işgücü ile yakalanabilmektedir. Belirsizlik, esnekleşme, küreselleşmenin riskleri işgücü piyasasını daha kırılgan hale getirerek, beşerî sermayeden beklenen nitelikleri değiştirmektedir. Dolayısıyla staj, bu dönüşümün gereksinimlerini, çalışma hayatının değişim dinamiğini, her üç tarafa aktarabilmesinde önemli bir araçtır. Tarafların ihtiyaca göre kendilerini hazırlamaları, ülkenin istihdam sürecini güçlendiren rekabet ivmesini hızlandıracaktır. Böylece, genç istihdamını ve işgücü niteliğini artıran adımlar daha etkili istidam politikalarını yaratacaktır.

GENÇLERİN İSTİHDAM SÜRECİNİ ZORLAŞTIRAN NEDENLER

15-24 yaş aralığındaki nüfusta yaşanan işsizliği ifade eden genç işsizliği, işsizlik sorununu iktisadi bir sorun olarak görünmesinin çok daha ötesinde küresel bir sorundur. Çünkü ekonomik dinamiklerin yanında sosyal ve psi-

kolojik boyutları olan oldukça önemli ve karmaşık bir sorundur.

Genç işsizliğin nedenlerini ele alan çalışmaların ortak başlıklarında; ekonomik istikrarsızlıklar, ekonomik krizler, yapısal problemler, istihdamsız büyüme, uygulanan istihdam politikalarının yetersizliği, genç nüfus artışı hızı gibi makro etkilerle beraber, işgücü arzına ilişkin sebepler vurgulanmaktadır (Murat ve Şahin, 2011; Açıkgoz, 2017; Emirgil, 2019). Uyumsuz eşleşme, gençlerin çalışma kavramına ilişkin değişen tavırları, eğitim ve çalışma hayatı arasındaki kopukluk, işverenlerin gençlerle çalışmayı tercih etmemesi, genç işgücünün piyasasın istediği niteliklere sahip olmaması, gençlerin beklentileriyle çalışma kavramının örtüşmemesi genç işgücü arzının, işsizlik nedenlerini etkilemektedir. Arz ve talep yönlü yaklaşımların perspektifinde konuyu ele alan çalışmalarla birlikte, işsizliğin nedenlerini konjonktürel ve yapısal nedenler olarak ele alan çalışmalarda görünmektedir. Konjonktürel nedenler, ekonomik ya da Covid 19 pandemi süreci gibi krizlerin genç işsizliğine etkisine vurgu yaparken, yapısal nedenler konuyu özellikle eğitim ve çalışma hayatı arasındaki uyumsuzluk nedenleri üzerinden ele almaktadır. (Ekiz ve Özel, 2020, s. 1028). Tüm bu nedenler birleşerek, işsizlik, düşük ücret, eğreti istihdam, iyi iş koşullarından uzak çalışma ortamları ile gençlere tezahür etmektedir.

İşsizlik oranları ekonomik performans süreci ile yakından ilgilidir. İstihdamsız büyüme genç işsizliği için önemli bir sorundur. Ekonomik krizlerle beraber bu sorun giderek derinleşmektedir. İstikrarsızlık ve krizler, eğitim sonrası gençlerin ilk daimi işe giriş sürecini yakından ilgilendirmektedir. (İlhan, 2012, s. 294). Enflasyon oranlarındaki %1'lik artışın, genç işsizlik oranını %0,08 oranında; GSYH'deki %1'lik artışın ise genç işsizliğini %1,54 oranında arttırdığı ifade edilmektedir (Sertkaya ve Okur, 2016, s. 164). Ülkemizde, 2008 ekonomik krizinden sonra üniversite mezunu işsizlik oranı %10,3'den %12,1'e yükselmiştir. Covid 19 sonrasında ise genç işsizlik oranları 2021 II. Çeyreğinde %22,5 düzeyine kadar çıkmıştır (TÜİK, İşgücü Göstergeleri). Ayrıca pandemi süreci, gençlerin ilk işe girme sürecinde istihdam kısıtlılığı yaratmıştır. İstihdamın daralması, işten çıkartmaların artması ve özellikle bu süreçte işe yeni başlayan gençlerin, işten çıkartılması ile gençler daha da kötü şartlarla baş başa kalmaktadır. Dünya Bankasının hazırladığı okuldan çalışma hayatına geçişi ele alan Türkiye raporunda, genç işgücünün iyi iş koşullarına sahip olmadığını belirterek, bunun sağlanmadığı sürece gençlerin sosyal ve ekonomik baskılarla daha büyük stres yaşayacağını vurgulamaktadır (Dünya Bankası, 2008, s. i).

Çok yönlü olarak değişen çalışma hayatı, eğitim süreci sonrasında başlayacak çalışma hayatına geçiş süreçlerini karmaşıktırmaktadır. Dijitalleşen ve giderek esnekleşen çalışma hayatı, çalışmaya atfedilen önemin değişmesi, çalışma hayatındaki kuşakların çeşitlenmesiyle çalışma davranışlarının değişmeye başlaması, küresel rekabet ortamında çalışma hayatının beklenti ve

gereksinimleri değiştirmektedir. Bu değişim süreci, eğitim sistemi ve çalışma hayatı arasındaki uçurumu giderek derinleştirmektedir.

Eğitim, istihdam edilebilirlikte gerekli önemli bir beşerî sermayenin oluşturulmasını sağlayan, rekabet ivmesi kazandıran, nitelikli işgücünü besleyen ve çalışma hayatına giriş bileti olan temel öğedir. Bu öğenin, işgücü piyasasının ihtiyaç duyduğu niteliklere aracılık etmesi ve gereksinim duyulan nitelikte işgücü havuzuna katkı sağlaması önemlidir. Ancak, ülkemizdeki yüksek öğrenimden mezun olanların istihdam ve işsizlik oranları incelendiğinde, eğitim hayatı ile işgücü piyasası arasında kopukluk olduğunu gösteren bir tablo karşımıza çıkmaktadır.

Genel olarak eğitim sistemi ile işgücü piyasası arasındaki kopukluğun nedenlerini açıklayan iki temel faktör öne çıkmaktadır. İlk faktör, üniversitelerin bölüm kontenjanlarının ve açılan bölümlerin işgücü piyasası gereksinimlerinin üzerinde belirlenmesidir. İşgücü piyasasının istihdam hacmi, mezun sayısını karşılamada yetersizdir. Sektör ve işgücü piyasası analizleri yapılmadan, sadece YÖK'ün onayı ile bölüm ve kontenjanların belirlenmesi diplomalı işsizliği artırmaktadır (Biçerli, 2011, s. 124). Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi tarafından yapılan uni-veri araştırması 2019 sonuçlarına göre, mezuniyet sonrası 12 ay içinde işe yerleşme oranlarının en çok olduğu bölümlerin sırası ile pilotaj, eczacılık ve fizyoterapi bölümleri olduğu belirtilirken, İİBF bölümlerinden mezun olanların işe yerleşme oranlarının düşüklüğü dikkat çekmektedir. Bu bölümlerin yüksek işsizlik rakamları ile anılmasına, köklü üniversiteler dışında kalan diğer üniversitelerde kontenjan sayılarının doldurulamamasına (Çakır, 2001) rağmen, her yıl bu bölümler için açılan kontenjan sayılarının artırılması işsizlik oranlarının artışına neden olmaktadır. Eğitim kurumlarının, kontenjan sayıları ve bu bölümden mezun olanların işe yerleşme sayıları arasındaki oranlar, durumun ciddiyetini ortaya koymaktadır (Çakır ve Kellevezir, 2020).

Bora, Bora ve Üstün'ün (2013) yaptığı araştırma, mühendislik, avukatlık, öğretmenlik gibi birçok mezunun, uzun süreli işsizliği yaşadığına dikkat çekmektedir. Başka bir çalışmada üniversite öğrencilerinin hayallerinden ziyade, iş bulma kolaylığı sağlayacak bölümleri tercih ettikleri belirtilmektedir (Öztürk, Bozdan ve Özenci, 2017, s. 342). Tüm gelişmiş ülkelerde eğitim düzeyi arttıkça, işsizlik oranı genel olarak düşmektedir. Ancak ülkemizde eğitim düzeyi ile işsizlik oranı arasında olması gereken negatif ilişki görünmemektedir (Erdem ve Tuğcu, 2012, s. 259).

İkinci faktör, eğitimin nitelik kazandırma sorunudur. Eğitim sisteminin işgücü piyasasının gereksinimleri sunamadığı görülmektedir. Nitelik uyumsuzluğu, çalışılan işin kişinin eğitim seviyesinin altında ya da üzerinde nitelik gerektirdiği durumu ifade etmektedir. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği'nin 2007 "Türkiye'de Yükseköğretim ve İşgücü Piyasaları" raporunda, işveren-

lerin aradığı nitelik ve beceri gereksinimlerine, mezun gençlerin sahip olmadığı vurgulanmaktadır (Murat ve Şahin, 2011). CASGEM' in raporunda, ülkemizde üniversite mezunlarının %31,6'sının nitelik düzeyinin altındaki işlerde çalıştığı ve ilk fırsatta iş değiştirmek istedikleri belirtilmektedir. Mezuniyet sonrası ilk işyerinde çalışma süresi 3 aydan uzun sürmeyenlerin oranı %24,3'tür. İlk iş deneyimlerine, güvencesiz şartlarda başlayan gençlerin, işsizlik sürecinde daha kırılğan bir özellik kazandığı belirtilmektedir (Taş ve Bilen, 2014, s. 53). Eğitim sistemi ve işgücü piyasasındaki ilişkiyi ele alan çalışmalarda, nitelik uyumsuzluğunun yüksek olduğu görülmektedir (Erdoğan, 2019; Çakır ve Kellezevir, 2020). Gençlerin eğitim düzeylerine bakılmaksızın, mezun oldukları bölüm itibarıyla mesleğine uygun işe yerleşememeleri, işsizliğin niteliksel ve eksik istihdam sorunuyla da derinleştiğini göstermektedir. Mezun gençlerin teknik bilgi yetersizliği yanında, yabancı dil, analitik düşünme, sorumluluk alma, iletişim ve çalışma davranışlarında da yetersiz oldukları belirtilmektedir (Murat ve Şahin, 2011, s. 115). Özellikle eğitim aldıkları bölümle ilgili, pratik iş deneyimine sahip olmamaları en önemli sorun olarak dile getirilmektedir.

Gençlerin işgücü piyasasına geçişi araştırmasına göre, meslek yüksekokullarından mezun gençlerin %37, 4'ü aldıkları eğitimin, yapacakları mesleğe katkısının çok az olduğunu belirtmektedir. Başka bir çalışmada, meslek yüksekokullarındaki ders müfredatlarının ve ders içeriklerinin, işgücü piyasası nitelikleri için yetersiz olduğu vurgulanmaktadır (Yıldırım ve Çarıkcı, 2017, s. 216). 2011 ve 2020 yılları arasında üniversite programlarından lisans ya da ön lisans düzeyinde mezun olanlar arasında yapılan Yükseköğretim İstihdam Göstergeleri Raporu'na göre, lisans mezuniyetinde ortalama iş bulma süresi 13,6 ay iken, bu oran ön lisans mezuniyetinde 14,8 aya yükselmektedir (Yükseköğretim İstihdam Göstergeleri Raporu, 2021). OECD'nin 2017 raporunda, yükseköğretimin işgücü piyasasında istihdam edilebilirliği sağlamada etkisinin azaldığını vurgulanmaktadır (OECD, 2017).

Üniversite eğitiminin, öğrenciye gelecekte yapacağı işi için mesleki vasıf kazandırması en önemli misyonudur. Bu amaç ekseninde gençler, daha iyi çalışma koşullarına sahip olmak adına beşerî sermayelerine yatırım yaparak, eğitim düzeylerini artırmak istemektedir. Gençler mezun olduktan kısa bir süre sonra mesleğini yapma, daha iyi iş imkânlarına, sosyal haklara ve istihdam güvencesine sahip olma beklentisi ile yükseköğretim eğitime yönelmektedir (CASGEM, 2019, s.187). Eğitimin maliyet külfetini sırtlanan gençlerin, mezuniyet sonrasında çalışma hayatının beklentilerini karşılamaması, gençlerde büyük bir hayal kırıklığını ve psikolojik sorunları beraberinde getirmektedir.

Eğitim sisteminin, işgücü piyasalarında meydana gelen gelişmelere paralel olarak güncellenmesi gerekmektedir. Eğer eğitim sistemi, işgücü piyasasının beklediği niteliği karşılayamıyorsa, eğitime ayrılan bütün kaynakları

âtıl hale getirecektir. Eğitimli gençlerin mezun edilememesi, gelir kayıpları yönüyle sadece gençleri değil, niteliklerinin katma değere dönüştürülememesi bakımından ülkenin gelecek potansiyelini de olumsuz etkileyecektir.

Gençlerin iş deneyimi elde etmeden mezun olmaları, işe girmelerini olumsuz etkilemektedir (Açıkgöz, 2017, s.11). Çalışma hayatı, iyi eğitimli, çalışma hayatı farkındalığı yüksek, profesyonel çalışan tipini istihdam edilebilirlik için şart koşturmaktadır. Gençlerin kuşak farkından kaynaklı çalışma değerlerine ve çalışma kavramına bakışları farklılaşmaktadır. İşgücü piyasasının beklentileriyle, genç kuşağın çalışma değerlerinin örtüşmemesi işsizliği uzun soluklu kılabilmektedir. Ancak, çalışma hayatının gençleri kayıtdışı, güvencesiz ve insana yakışır iş ekseninden uzakta çalışma şartlarına ittiği de önemle belirtilmektedir (ILO, 2020, s. 51).

Genç işsizliği nedenlerini etkileyen bir diğer başlık ise aktif istihdam politikalarına ilişkindir. Gençlerin istihdamını artırma ve nitelik kazandırma hedeflerini içeren politikaların, iş ve meslek danışmanlığı, eğitim programları, istihdam teşviki gibi uygulanan programların gençlerin işgücü piyasasına entegre edilmesi ve uzun dönemli istihdamın sağlanmasında yetersiz kaldığı vurgulanmaktadır (Erdayı, 2009, s. 150).

Aktarılanlar ışığında; genç işsizliğini ekonomiden, eğitim sistemine, çalışma hayatındaki değişimden uygulanan istihdam politikalarına kadar birçok dinamiğin etkilediği görünmektedir. Her bir nedenin sonucu, ekonomik ve sosyal maliyetlere neden olduğu gibi psikolojik sorunları da beraberinde getirmektedir.

ÜLKEMİZDE GENÇ İŞSİZLİĞİNİN GÖRÜNÜMÜ

ILO'nun genç istihdamında küresel trendler 2022 raporu, genç işgücünün işgücü piyasasında karşılaştığı zorlukların daha da arttığını ifade ederek, dünyada toplam genç işsiz sayısının 73 milyona yaklaştığını belirtmektedir. Göstergeler, kadın genç işgücü için durumun daha kırılgan olduğunu vurgulamaktadır. Ülkemiz istatistikleri de genç işsizliği için benzer tabloyu karşımıza çıkarmaktadır.

Tablo 1. Genç işsizliği istihdam göstergeleri (15-24 yaş)

Yıllar	İşgücüne katılım oranı (%)	İstihdam oranı (%)	İşsizlik oranı (%)
2018	44	35,0	12,4
2019	44,4	33,1	13,7
2020	39,1	29,2	12,8
2021	41,7	32,25	12,4
2022	43,8	35,3	11,3

Kaynak: TÜİK işgücü istatistiklerinden derlenmiştir.

Genç işsizliğin 2023 yılı ocak ayı itibarıyla %20,2'ye yükseldiği görünmektedir. Bu oran, erkeklerde %16,5 iken, kadınlarda %26,6 olmuştur. İşgücü piyasalarının yapısal sorunlarından biri olan kayıt dışı istihdam kademeli olarak düşse de genç işgücünün mevcut istihdam koşulları incelendiğinde, kayıtdışı işlerin ağırlığının dikkat çektiği görünmektedir. 2020 yılı kayıtdışı istihdam oranı %30,59, 2021 yılı kayıtdışı istihdam oranı %29, 2022 yılı kayıtdışı istihdam oranı birinci çeyrekte kadınlarda %19,2, erkeklerde ise %15,3 olarak gerçekleşmiştir (SGK, Kayıtdışı İstihdam Verileri). On birinci kalkınma planının (2019-2023) hedeflerinden biri olan kayıtdışı istihdamın azaltılması öncelikli konuların başında yer alsın da küresel düzeyde, her dört gençten üçünün kayıtdışı çalışması, sorunun oldukça büyük olduğunu göstermektedir. Gençler için istihdamın kaliteli bir biçimde yaratılabilmesi ön planda tutulmalıdır.

Eğitimli işsizliği başlığından işsizlik oranları ele alındığında ise eğitim düzeyi ile işsizlik oranları arasında ters bir ilişki beklenmesine rağmen, bu ilişkinin sağlanmadığı görünmektedir.

Tablo 2. Eğitim düzeylerine göre işsizlik rakamları

Yıllar	Okur yazar olmayan	Lise altı eğitilmişler	Lise	Mesleki ve teknik lise	Yükseköğretim
2018	12,0		23,5	21,3	12,4
2019	13,7		28,9	27,4	13,7
2020	9,1	12,7	15,6	14,4	12,8
2021	8,15	11,1	14,1	12,9	12,4
2022	6,15	9,2	12,7	11,4	11,3

Kaynak: TÜİK işgücü istatistiklerinden derlenmiştir.

Belirli bir nitelikte mezun olunması beklenen mesleki ve teknik lise işsizlik oranları ile diğer lise mezunu işsizlik oranlarının yakın olması dikkat çekmektedir. Meslek liselerinden mezun olanların, diğer lise grubuna göre belirli bir vasıf donanımı ile mezun olma beklentisinden dolayı, daha az işsizlik riski ile karşılaşması beklenmektedir. Ancak veriler, bu beklentiye göstermemektedir.

Eğitimli nüfustaki işsizlik oranlarının, eğitimin kazandırdığı nitelikler ile işgücü piyasası nitelikleri arasında uyumsuzluk olduğuna dair ipuçları sunmaktadır. Diğer yandan, yeni istidam koşullarının yaratılamaması ve istihdam imkânlarının kısıtlı olması nedenlerinin de göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Bu veriler, ülkemizde eğitimli işgücünün işsizlik oranlarının genel işsizlik oranının üzerinde olduğunu ve özellikle yükseköğretim mezunu genç işsizliğin önemli bir artışla devam ettiğini göstermektedir. Diplomanın çalışma hayatı kapısını aralamaya yetmediğini ortaya koymaktadır.

Genç işsizliğine ne eğitimde ne de istihdamda olanlar (NEET) rakamları üzerinden bakıldığında ise, sorun daha da karmaşıklaşmaktadır. NEET rakamlarının da eğitim arttıkça, işsizliğin artması gibi yükselen bir grafiği vardır. 15- 24 yaş grubundaki genç nüfusun eğitim düzeyi verilerine göre, 2022 yılında NEET oranları; okuryazar olmayanlarda %81,4, lise-altı eğitimlilerde %23,1, lise düzeyinde %26,7, mesleki veya teknik lise düzeyinde %34,2 ve yükseköğretim düzeyinde ise %41,7 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, İşgücü Göstergeleri). Oranların yüksekliği sebepleri arasında askerlik görevi gibi nedenler yer alsa da veriler, gençlerin işgücü piyasasına geçişte önemli sorunlar yaşadığını ortaya koymaktadır.

Gençlerin eğitim hayatı bittikten sonra çalışma hayatına geçiş süresini inceleyen TÜİK raporlarına göre, gençlerin %19 'unun ilk istihdam edilme süresi 3 yıldan daha uzun sürmektedir. %33,4 ünün ise istihdam edilme süresi 1 yıl ve daha uzun sürerken; %14,1'inin eğitim hayatı bittikten sonra 6 ay içinde istihdam edildikleri görülmektedir. 1 yıl ve daha uzun süren işsizlik, uzun süreli işsizlik olarak tanımlandığından, bu veriler ışığında ülkemizde gençler, uzun süreli işsizliğe maruz kalmaktadır. 3 yıldan daha uzun süre işsizliğe maruz kalanların (%18,9), daha çok beşerî bilimlerden mezun olduğu, %18,4'ünün ise mühendislik, imalat, güzel sanatlar ve inşaat bölümlerinden mezun oldukları görülmektedir. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi'nin araştırmasına göre mezuniyetlerinden sonra kısa sürede işe yerleşen bölümün, tekstil mühendisliği olduğu belirtilmektedir. İktisadi ve idari bilimler fakültelerinden mezun olanların, diğer bölümlere göre daha geç işe başladığı belirtilmektedir.

Veriler incelendiğinde eğitilmiş gençlerin, işsizlik oranlarının yüksekliği dikkat çekse de, veriler gençlerin nitelik düzeyleri ile uyumlu bir işe yerleşip yerleşmediklerine dair ipuçlarını içermemektedir. Veriler, sadece gençlerin iş arama süreçlerini ve sürelerine dair bilgiler sunmaktadır. Ancak işsizlik sadece niceliksel yapısı ile değil, niteliksel yapısı ile de irdelenmesi gereken bir sorundur. Ulusal Genç İstihdam Stratejisinde ve On birinci Kalkınma Planında, genç işsizlik oranının 2023 yılı itibarıyla %17,8 düzeyine indirilmesi hedefinde, bu hedefin sayısal olarak tutturulmasından ziyade, niteliksel olarak da uyumun arttırılması hedeflenmelidir. Ayrıca hedeflerin, mevcut iş koşullarında ve yaratılacak yeni işlerde insana yakışır iş eksenini içermesi de gerekmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, zorunlu stajın iş deneyimi etkisini ve istihdam yaratmadaki gücünü meslek yüksekokulu öğrencilerinin gözünden tanımlayabilmektir. Stajın niteliklere katkısını, staj ve iş deneyimi süresinin istihdama girişi nasıl değiştirdiğini, eğitim hayatı bitmeden çalışma hayatında geçirilen

her fazla sürenin, işgücü piyasasına girişte nasıl fark yarattığını ve stajın aksak yönlerine ilişkin sorularına cevap aranması amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın, ulusal genç istihdam stratejisi ve kalkınma planlarında, stajın etkinliğinin artırılması hedefi ile ilgili politikalara, konuyla ilgili yapılacak çalışmalara katkı sunması beklenmektedir.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Çalışmanın amacı doğrultusunda araştırmanın evreni, Sinop Üniversitesi Meslek Yüksekokulu 2019-2020 ve 2020-2021 eğitim öğretim yılı öğrencilerinden staj yapmaya hak kazanan ve stajını tamamlayan mezun durumundaki öğrencilerdir. 2019-2020 yılında bu kriteri sağlayan öğrenci sayısı 185, 2020-2021 yılında bu kriteri sağlayan öğrenci sayısı 182'dir. Tam sayım örnekleme göre çalışmanın evreni, 367 mezun öğrenci olarak belirlenmiştir. Örneklem sayısı, soru formundaki her bir sorunun en az beş katı olması koşulu (Alpar, 2011, s. 28) sağlamaktadır. Öğrencilerin tamamı 15-24 yaş aralığında tanımlanan genç işgücü arasındadır. Çalışmada genel evrenin tamamına ulaşmak zor olduğundan, tam sayım örneklem kullanılarak, çalışmanın amacına yönelik bir kanaat oluşturması bakımından yeterli görünmektedir (Haşiloğlu, Baran ve Aydın, 2015). Katılımcıların düşüncelerini şeffağça paylaşabilmeleri için katılımcılar hakkında detaylı bilgiler gizlenmiştir. Bu kapsamda Sinop Üniversitesi Etik Kurulunun 10.04.2023 tarihli ve 2023/48 nolu kararı ile etik kurul onayı alınarak, 11.04.2023 – 30.04.2023 tarihleri arasında yapılan anketlerle bilgilendirilmiş gönüllü onam formu imzalatılmış geçerli 367 ankete ulaşılmıştır.

Çalışmanın sadece Sinop Meslek Yüksekokulunda yer alan bölümlerin düşüncelerini ifade etmesi, fakülte ve diğer yüksekokullarda zorunlu staj yapanların düşüncelerini yansıtmaması araştırmanın en büyük kısıtını oluşturmaktadır.

Veri Toplama Aracı ve Analiz Yöntemi

Nitel araştırma tekniğinin kullanıldığı çalışmada öğrencilere eş zamanlı olmayan görüşme yöntemi ile (e-posta) iletişim kurularak, soru formu ile sorular gönderilmiş ve veriler toplanmıştır. İnternetin kullanım kolaylığı sağlaması nedeniyle, nicel ve nitel araştırmalarda veri toplamada önemli bir unsur haline geldiği, eş zamanlı olmayan görüşme yöntemlerinin bu kapsamda kullanılabileceği literatürde belirtilmektedir (James, 2016, s. 281). E-posta yöntemi ile katılımcıların düşüncelerini daha ayrıntılı ve daha düşünerek cevaplandırabileceği yazında ifade edilmektedir (James, 2016). Bu yüzden, katılımcıların daha sağlıklı cevaplar verebilmesi amacıyla, bu çalışmada e-posta yöntemi seçilmiştir. İlgili yazından hareketle soru formları oluşturulmuştur. Soru formu, katılımcı profilini belirleyen 7 soru ve stajın 3 boyutlu olarak etkilerini ölçen 28 açık ve kapalı uçlu sorulardan oluşturulmuştur. Bu boyutlar, öğrencilerin stajın istihdam etkisine ilişkin görüşleri, nitelik etkisine ilişkin

görüşleri ve stajın aksak yönlerine ilişkin görüşlerden oluşmaktadır.

Verilerin analizi için verileri sistematik olarak değerlendiren ve sınıflandıran nitel veri analiz programı olan Nvivo programı ve SPSS 21 programı kullanılmıştır. Çalışmada veriler, sayı ve yüzde kullanılarak sunulmaktadır. Nitel değişkenler için çapraz tablo oluşturularak ilgili değişkenler arasındaki ilişkiler için Ki-kare testi kullanılmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Katılımcıların Profili

367 kişinin, %58,80'i erkek, %41,20 si ise kız öğrencilerden oluşmaktadır. Öğrencilerin %58,70'i meslek lisesinden mezun olmuş, %41,20'si ise meslek lisesi dışındaki bir liseden mezun olmuştur. Üniversitedeki okudukları bölümü tercih etme nedenlerine bakıldığında, öğrencilerin %24,7'si lise eğitimini aldıkları bölümün devamını okumak istediklerinden, %27,5'i ise puanlarının okudukları bölüme yetmesinden dolayı, bölümleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Okudukları bölümü isteyerek tercih edenlerin sayısının %18,7 olması dikkat çekmektedir.

Tablo 3. Okudukları bölümü tercih etme nedenleri

Nedenler	Sayı (%)
Puanının bu bölüme yetmesi	27,5
Tavsiye	2,8
Aile isteği	4,4
İş bulma olanağının yüksek olmasının düşünülmesi	21,9
İsteyerek seçme	18,7
Lise devamı bölüm kararı	24,7

Öğrencilerin mezun olduğu bölümlere bakıldığında muhasebe ve vergi uygulamaları ve bilgisayar programcılığı bölümlerinin daha çok mezun verdiği görülmektedir.

Tablo 4. Öğrencilerin mezun olduğu bölümler

Bölümler	Sayı (Kişi)
Bilgisayar Programcılığı	83
Elektrik	60
Makine	37
Mekatronik	62
Muhasebe ve Vergi Uygulamaları	85
Sualtı Teknolojisi	40
Toplam	367

Öğrencilerin akademik başarı düzeylerine bakıldığında daha çok 79-87 aralığında not ortalamasına sahip olmalarından dolayı iyi bir diploma notu ile mezun oldukları görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin %47,8'inin okudukları bölümden memnun olduklarını dile getirmeleri dikkat çekmektedir.

Tablo 5. Akademik başarı düzeyleri ve okudukları bölümden memnuniyetleri

Akademik Başarı Düzeyi	Sayı (%)	Mezun oldukları bölümden memnuniyet derecesi	Sayı (%)
88-100	16,6	Bu bölümü okuduğum için memnunum.	47,8
79-87	21,9		
70-78	19,3		
65-69	16,5	Keşke başka bir bölüm okusaydım.	29,1
60-64	10,9		
55-59	10,9	Kararsızım.	23,1
50-54	3,9		

Tablo 6'da da görüleceği üzere öğrencilerin %50,5'i iş aramaktadır. Mezun olan öğrencilerden sadece %13,8'i iş hayatının içindedir. Dikkat çeken nokta çalışma durumunu, “şuan çalışıyorum” olarak beyan edenlerin tamamı (%13,8), hem staj hem de iş deneyimi olan öğrencilerden oluşmasıdır.

Tablo 6. İş arama durumu

Durum	Sayı (%)
İş aramıyorum.	6,5
Eğitim hayatım devam ettiği için iş aramıyorum.	21,9
İş arıyorum.	50,5
Şu an çalışıyorum.	13,8
Şu an staj yaptığım yerde çalışıyorum.	7,3

Stajın istihdam etkisine ilişkin görüşleri

Bu boyutta yer alan sorular, stajın işe girişte olumlu bir etkisi olup olmadığını irdelemek üzere kurgulanmıştır. İlk olarak öğrencilerin çalışma hayatı deneyim süreleri analiz edilmiştir. Öğrencilerin %75,3 'ünün staj dışında iş deneyimi bulunmamaktadır.

Eğitim hayatı boyunca, staj dışında alanında iş deneyimi kazanlar %24,7'dir. Bu kategoride olanların ortalama çalışma hayatında geçen süreleri 8,5 aydır.

Tablo 7. *Çalışma hayatı süreleri*

	N	%	Ortalama çalışma süresi
Sadece zorunlu staj yapanlar	276	% 75,3	1 ay
Zorunlu staj ile birlikte alanında çalışma deneyimi olanlar	91	% 24,7	8,5 ay

Staj yapan öğrencilerden %61,3'ü stajın iş bulma sürecine olumlu katkı sağladığını düşünürken, %13,9'u stajın istihdam yaratma gücü olmadığını düşünmektedir. Stajın yanında iş deneyimi olan öğrencilerin tamamı ise (%24,8'si), stajın iş bulma sürecine olumlu etkisi olduğunu belirtmektedir.

Tablo 8. *Stajın iş bulma sürecine etkisi*

	Etkisi var		Etkisi yok	
	n	%	n	%
Sadece zorunlu staj yapanlar	225	61,3	51	13,9
Zorunlu staj ile birlikte alanında çalışma deneyimi olanlar	91	24,8	-	-

Öğrencilere yaptıkları stajın kendi iş bulma sürecine etkisi sorgulandığında, öğrencilerden %20,9'u işe girmelerinde yaptıkları stajın etkisi olduğunu belirtirken; %79,1'i etkisi olmadığını belirtmektedir. Bu kategoride yer alanlara yaptıkları stajın iş bulma sürecine hangi sebeplerden dolayı etkisi olmadığı sorulduğunda, %30'u staja gereken özeni göstermediğini belirtirken, %22'si staj dışında başka bir iş deneyimi olmaması nedenini ifade etmektedir.

Tablo 9. *Stajın öğrencilerin kendi iş bulma sürecine katkı sağlamaması nedenleri*

Nedenler	Sayı (%)
Stajını özenle yapmaması	30
Staj dışı iş deneyiminin olmaması	25
Rakiplerin çok fazla olması	20
Kendini gösterememesi	14,8
Torpilinin olmaması	10,2

Öğrencilere mezun olduktan sonra ne kadar süre içinde işe girdikleri sorulduğunda, %58,3'ünün henüz işe yerleşmediği dikkat çekmektedir. Zorunlu stajının yanında iş deneyimi olan öğrenciler, mezuniyet sonrası 1 ay içinde işe girebilmişken (%19,8), sadece staj deneyimi olan öğrencilerde mezuniyet sonrası 1 ay içinde işe girme görülmemektedir. Ayrıca 1 yıl olmasına rağmen işe giremeyenlerin sayısı, zorunlu staj yapanlarda %45,2 iken, bu oranın staj yanında iş deneyimine de sahip olanlar arasında %13,1'e düşmesi, çalışma hayatı deneyiminin arttıkça işsizliği azaltan etkisini göstermektedir.

Tablo 10. *Mezuniyet sonrası işe yerleşme süreleri*

Durum	Zorunlu staj deneyimi olanlar	Sayı (%)	Zorunlu staj deneyimi yanında iş deneyimine de sahip olanlar	Sayı (%)
1 yıl oldu daha işe giremedim.	125	45,2	12	13,1
1 ay içinde işe girdim.	-	-	18	19,8
3 ay içinde işe girdim.	31	11,3	22	24,1
6 ay içinde işe girdim.	82	29,7	39	42,9
Bazı sebeplerden dolayı iş aramadım.	38	13,8	-	-
TOPLAM	276		91	

Çalışmanın temel motivasyonunda çalışma deneyimi süresinin arttıkça iş bulma sürecine olumlu katkı sağlaması düşüncesi yer almaktadır. Bu kapsamda öne sürülen hipotez şu şekildedir.

HO: Eğitim sürecinde zorunlu staj ve staj deneyimi yanında, iş deneyimi ile mezun olanların ilk işe yerleşene kadar geçen sürelerinin ortalamaları bakımından arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

H1: Eğitim sürecinde zorunlu staj ve staj deneyimi yanında iş deneyimi ile mezun olanların ilk işe yerleşene kadar geçen sürelerinin ortalamaları bakımından arasında anlamlı bir farklılık vardır.

Hipotezin analizi için z testi kullanılarak, değişkenler arasındaki ilişki ölçülmüştür. p değeri $(0,0011) < 0,025$ aralığında olduğundan H_0 hipotezi reddedilmiştir. Analize göre, staj yapmanın yanında, iş deneyimine sahip olanların işe giriş süresini kısaltması için %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu görünmektedir.

Tablo 11. *İşe Giriş Sürelerinin Farklılığına İlişkin Test Sonuçları Dağılımı*

	Zorunlu staj deneyimi olanlar	Zorunlu staj ve iş deneyimi olanlar
Bilinen varyans	90,45072	127,1672
Ortalama işe giriş süresi (ay)	11,5	5,5
Gözlem	113	79
Öngörülen Ortalama Farkı	00	--
z	-	-3,263906245
P($Z \leq z$) iki-uçlu	-	0,001076652
z Kritik iki-uçlu	-	1,847862963

Stajın nitelik etkisine ilişkin görüşleri

Stajın en büyük etkisi, mesleği tüm yönleri ile deneyimle fırsat sunabilmesidir. Teorik bilgi yanında, mesleğin uygulama tarafını, el becerisini geliştirme, mesleğin tüm arka planını ve sektörü öğrenme şansı vermektedir. Stajın nitelik vurgusu araştırıldığında dikkat çeken noktalar görünmektedir.

Tablo 12. Stajın nitelik etkileri

	Evet (%)	Hayır (%)	Kararsızım (%)
Staj mesleğimle ilgili bilgi ve becerilerimi geliştirdi.	41,3	54,9	3,8
Sektörle ilgili bilgimi geliştirdi.	34	60,5	5,5
Stajda mesleki bilgimi uygulama fırsatı buldum.	32,9	55	12,1
Staj mesleğin zorluk ve avantajlarını gösterdi.	43,4	48,3	8,3
Staj sonrası mesleğimi değiştirmek istedim.	30,2	67	2,8
Staj çalışma hayatına ilişkin korkularımı artırdı.	46,7	42,4	10,9
Stajda kendimi geliştirmem gereken yönleri anladım.	42,8	45,1	12,1
Staj sonrası iş hayatına hazır olduğumu gördüm.	28,6	58,7	12,7
İşveren konumunda olsaydım kendimi işe alırdım.	52,5	42,2	5

Nitelik boyutundaki veriler, öğrencilerin mezuniyet sonrası kendilerini çalışma hayatına hazır hissetmediklerini göstermektedir. Stajın meslekleri ile ilgili niteliklerini geliştirmediği ve uygulama deneyimi elde edemediklerini hissetmeleri düşündürücüdür. Öğrencilerin %54,9'u stajın bilgi ve becerilerini geliştirmediğini, %60,5'i sektörle ilgili bilgisini geliştirmediğini, %55'i mesleki bilgisini uygulama şansı bulamadığını, %48,3'ü mesleğin zorluk ve avantajlarını öğrenmediklerini belirtmektedir. Stajın, öğrencilerde kendilerini geliştirmeleri gereken yönleri göstermediğini ifade edenler %45,1'dir. Stajın meslek ve çalışma hayatına ilişkin deneyimleme şansı vermemesine rağmen öğrencilerin %58,7'sinin kendilerini iş hayatına hazır olmadıklarını hissetmeleri oldukça dikkat çekicidir. Öğrencilerin aldıkları eğitimin ve stajın mesleki gelişimlerine katkı sunamamalarını hissetmeleri, öğrencilerin çalışma hayatına ilişkin korkularını arttırdığı göstermektedir. Öğrencilere “işveren konumunda olsaydınız kendinizi işe alır mıydınız?” sorusuna, %42,2'sinin “işe almazdım” cevabını vermesi çalışma hayatına ilişkin korkuyu hissettirmektedir. Öğrencilerin mezuniyet sonrasına ilişkin diğer korkusu ise işsizlikle karşılaşma risklerine ilişkindir. Öğrencilerin hem zorunlu staj deneyimi (%70) olanlarda hem de zorunlu staj ve iş deneyimi olanlar arasında (%58) iş bulma ümidinin olmaması gençlerin oldukça karamsar bir tablo içerisinde olduğuna işaret etmektedir.

Tablo 13. İş bulma Ümidi

	Zorunlu staj deneyimi olanlar (%)	Zorunlu staj ve iş deneyimi olanlar (%)
İş bulma ümidim var.	30	42
İş bulma ümidim yok.	70	58

Staj sürecinin etkinliği, stajın nitelikleri geliştirme yönüne etki etmektedir. Çalışmadaki veriler, öğrencilerin çalışma hayatının gereksinim duyduğu nitelikleri karşılamalarına ilişkin büyük sorunları göstermektedir. Stajın is-

tihtdam niteliğini etkileyen faktörler bu sorunların çözümünde yol gösterici olabilir. Bu nedenle, stajın istihdam niteliklerini artıran faktörler incelendiğinde, tablo 14’de yer alan faktörler istatistiki olarak anlamlı bulunduğundan değerlendirmeye alınmış, diğer maddelerde yer alan sorulara verilen cevaplar kapsam dışı bırakılmıştır.

Tablo 14. *Stajın istihdam niteliğini etkinliğini etkileyen faktörler*

Faktörler	Stajın istihdam niteliklerini arttırdığını düşünüyorum.							χ^2	p
	Evet				Hayır				
		n	Kolon	Satır	n	Kolon	Satır		
Akademik başarı düzeyi	88-100	50	3,3	62	10	1,7	38	12,902	0,011
	79-87	64	25,6	57,3	17	18,2	42,6		
	70-78	45	63,5	52	15	68,1	48		
	65-69	55	24,2	40	5	80,1	60		
	60-64	29	36,2	35	11	19,3	65		
	55-59	22	40,2	20	18	42,3	80		
	50-54	5	20,1	10	10	22,6	90		
Staj yeri seçimine özen göstermek	Evet	174	57	60,2	98	42,8	39,8	8,261	0,003
	Hayır	55	42	40,8	40	53,4	59,2		
Stajın iyi denetlenmesi	Evet	131	80,1	72	50	58,1	28	8,473	0,006
	Hayır	148	20,2	60	47	30,4	40		
Staj raporunun iyi kontrol edilmesi	Evet	70	50,2	80	6	60,2	20	18,722	0,001
	Hayır	280	40,2	68	20	28,2	32		
Mesleki uygulamayı içeren, en az bir iş sürecinin öğretilmesi	Evet	348	38,5	85	2	25,7	15	32,762	0,001
	Hayır	25	32,4	30	1	52,3	70		
İşyeri tarafından stajın başarılı olarak değerlendirilmesi için bitirme projesi verilmesi	Evet	350	80,2	75	6	40,2	25	5,550	0,017
	Hayır	15	20,2	54	5	31,2	46		
Her staj yapanın başarılı olarak değerlendirilmemesi	Evet	340	74,2	80	9	27,9	20	7,473	0,005
	Hayır	25	27,7	40	2	13,6	60		
Zorunlu staj süresinin süresi	Evet	200	40,4	80	8	15,7	20	11,472	0,025
	Hayır	128	50,2	35	40	68,9	60		

Akademik başarı düzeyi,79-87 arasında olanların %57,3’ü, akademik başarı düzeyi 88-100 arasında olanların ise %62’sinin stajın istihdam niteliklerini arttırdığını düşünmektedir. Akademik başarı seviyesinin artması, stajın niteliklerini artıran bir etki yaratmaktadır.

Stajın istihdam niteliğini etkileyen ikinci faktör, staj yerinin öğrenci tarafından özenle seçimine ilişkindir. Staj yerini özenle seçenlerin, stajın nite-

liklerini artırmaya yönelik düşüncesi daha yüksektir.

Stajın denetlenmesi ile stajın nitelikleri artırma yönü arasında da ilişki vardır. Staj denetiminin iyi yapıldığını düşünenler, stajın niteliklerini daha da arttırdığını düşünmektedir (%60,2).

Staj raporunun kontrol süreci de stajın nitelik vurgusu ile ilgilidir. Raporunun iyi denetlendiğini düşünenlerin stajın niteliklerini daha da arttırdığı görülmektedir (%80).

Staj mesleki bilginin mesleki beceriye dönüşmesini destekleyen bir süreçtir. Bu yüzden öğrencilerde staj sürecinde mesleki alanla ilgili, en az bir iş sürecinin öğretilme zorunluluğunun nitelik katkısı yaratacağı aşıkardır. Dolayısıyla öğrencilerin %80'i, bu yükümlülüğünün staj niteliklerine olumlu yansıyacağını düşünmektedir.

Stajın işyeri tarafından da ciddiye alınması, stajın niteliğini etkileyen bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Öğrencilerin %75'i, işyerinin stajın başarılı olarak değerlendirilmesi için, proje bitirme yükümlülüğü vermesinin, stajın niteliklerini arttırdığını ifade etmektedir.

Staj yapmış olmanın, AKTS yüküne dahil edilerek stajın başarılı sayılması için koşul olarak kabul edilmemesi ve her staj yapanın geçirilmemesinin, stajın nitelik vurgusuna atıf yapmaktadır. Öğrencilerin %74,2'si sadece staj süresinin tamamlanmış olmasının, başarı için bir kriter olarak değerlendirilmemesinin, staj sürecinin etkinliğine bakılarak değerlendirmenin yapılmasının, stajın istihdam niteliklerini artıracağını belirtmektedir.

Son olarak staj süresinin, stajın istihdam nitelikleri üzerindeki etkisine ilişkindir. Zorunlu stajın 1 ay olan süresinin, mesleki becerileri geliştirmek için yetersiz olduğu görülmektedir. Staj süresinin arttırılması gerekliliğini düşünenlerin %80'i, stajın nitelikleri artıracağını düşünmektedir.

Stajın Aksak Yönlerine İlişkin Görüşler

Bu boyutta ise stajın uygulama prosedürlerine ilişkin görülen aksak yönlerinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Öncelikle staj yeri bulma noktasında, eş dost akraba referansı ile staj yeri ayarlandığı, süreçte okulun katkısının oldukça az olduğu dikkat çekmektedir.

Tablo 15. Staj yeri seçim yöntemi

Yöntem	Sayı (%)
Eş, Dost, Akraba	66,4
Okul aracılığıyla	1,1
İnternet sitesi aracılığıyla	2,2
Firmaya bizzat başvuru yaparak	30,3

Staj yerinin bulunmasında öğrencilerin, %41,3'ünün zorluk yaşadığı ve daha çok öğrencilerin özel sektörde staj yaptıkları görülmektedir.

Tablo 16. Staj Yeri

Staj yeri seçimi zorluğu	Staj yeri türü		
	Sayı (%)	Sektör	Sayı (%)
Staj yeri seçiminde zorlandım.	41,3	Kamu	35,7
Staj yeri seçiminde zorlanmadım.	58,7	Özel	64,3

Aksak noktalara ilişkin bulgulara en dikkat çekici nokta, stajın denetim yönüne ilişkindir. Staj öğrenci, eğitim kurumu ve işveren ekseninde gitmesi gereken bir süreçken, tarafların konuya gereken özeni göstermediği görülmektedir. Özellikle okulun, işyerine göre daha denetimsiz yönü ön plana çıkmaktadır.

Tablo 17. Staj denetimi ve etkinliği

Denetim Tarafı		Sayı (%)
Okul	Denetlendiğimi hissettim.	22,5
	Denetlendiğimi hissetmedim.	77,5
İşyeri	Denetlendiğimi hissettim.	56,1
	Denetlendiğimi hissetmedim.	43,9
Stajı, işyerim ciddiye alarak uyguladı.	Evet	46,7
	Hayır	53,3

Son olarak öğrencilerin, staj raporlarının kontrol edilmeden kabul edilmesinin eleştirilmesi, staj sürecine gereken önem ve özenin verilmediğine işaret etmektedir. Öğrencilerin %62'si raporlarının okunmadan ve denetlenmeden kabul edildiğini beyan etmektedir.

SONUÇ

Dezavantajlı işgücü olarak tanımlanan genç işgücü, işsizlik, güvencesiz istihdam, düşük ücret, okuldan iş hayatına geçişte yaşanan aksaklıklar ve istihdam edilebilirlik niteliklerinde yetersizlik gibi birçok engelle karşılaşmaktadır. Bu süreç, ekonomik ve sosyal maliyetlere neden olduğu gibi beşerî sermaye kaybına da yol açarak, ülkenin potansiyel verimliliği ve rekabet gücünü oldukça etkilemektedir. Dolayısıyla gençlerin eğitim hayatı son bulduğunda sahip olduğu niteliklerinin, istihdam karşılığı, çalışma hayatına başlama süresini etkilemektedir.

Staj dönemi, teorik bilginin uygulamaya dökülerek mesleğin her aşamasını deneyimleme şansı verdiğinden öğrencilere deneyim kazandırarak, çalışma hayatına geçiş süresini kısaltmaktadır. Staj türlerinden zorunlu staj türü, bu deneyimi kazandıran en etkili yöntemdir. Zorunlu staj uygulama-

sı meslek yüksekokullarında eğitim yarıyılına dahil olan, AKTS ve kredisi bulunan, sosyal güvenlik sistemine bağlı şekilde yürütülen zorunlu bir ders olarak, müfredatlarda yer almaktadır. 3308 sayılı kanunun 18. maddesi gereği, 10 kişiden fazla personel istihdam eden işletmelerde staj yükümlülüğü bulunmaktadır. Bu yükümlülükten kaçınan işletmelere, 3308 sayılı kanunun 24. maddesine göre; personel sayısı 20 ve daha fazla olan işletmeler için asgari ücretin 2/3'ü, 20'den az personel çalıştıran işletmelere ise asgari ücretin 1/3'i oranında para cezası uygulanmaktadır. Bu yükümlülükle devlet, mesleki eğitime verilmesi gereken önemi sadece kendi görevi olmaktan çıkarıp, işletmelere de bu yükümlülüğü vermektedir.

Staj programları bir ülkenin işgücü piyasasının nitelikleri için oldukça öneme sahiptir. Öğrenciye, işverene ve devlete sağladığı katkılarla işgücü piyasasının verimliliğini yükseltmektedir. Öğrencilere, meslekleri ile ilgili her türlü bilgiyi deneyimleme şansı vererek, mesleğin tüm yönlerini gösterip, öğrencilerin kariyer seçimlerine rehberlik etmekte, niteliklerini geliştirerek istihdam edilebilirliklerini güçlendirmekte, eğitim hayatı sonrasında işe giriş süresini kısaltmakta, alanında edindiği referanslarla iş bağlantılarını güçlendirmektedir. İşverenler ise, staj programları ile işe alım sürecini çok daha verimli yönetebilmektedir. Maliyetli olan işe alım sürecinin riskini azaltarak, staj süreci gözlemlerine dayanarak işletme kültürüne uygun stajyerlerle işe devam etmektedir. Ayrıca işverenler staj programları ile işletme giderlerini ve personellerinin iş yüklerini de azaltabilmektedir. Eğitim krumları ise, staj programları aracılığıyla çalışma hayatındaki değişimi gözlemleyerek ders müfredatlarını geliştirebilirler. Böylece, işgücü piyasasının ihtiyacına uygun nitelikleri öğrencilerine kazandırabilir ve öğrencilerinin istihdam edilebilirliklerini güçlendirebilirler.

Bu çalışma, meslek yüksekokulu öğrencilerinin gözünden zorunlu stajın istihdam sürecine etkilerini ele almaktadır. Bu kapsamda, Sinop Üniversitesi Meslek Yüksekokulu'nda staj yapmaya hak kazanmış ve mezun olmuş 367 öğrenciye ulaşılmıştır. Stajın istihdam, nitelik ve aksak yönlerine ilişkin öğrenci görüşleri, 3 boyutlu eksenle ele alınarak, istihdam sürecine etkileri tanımlanmaya çalışılmıştır.

%58,8'inin erkek öğrencilerin oluşturduğu katılımcıların, %58,7'sinin meslek lisesinden mezun olduğu görülmüştür. Dikkat çekici nokta, bu öğrencilerden "lise devamı bölüm okuma kararı" gerekçesiyle üniversitede, lisede eğitim aldığı bölümde okuyan öğrenciler %24,7'dir. Öğrencilerin yarısından fazlasının meslek lisesinde kazanmaya başladığı mesleki beceri davranış sürecini durdurması gerek zaman gerekse nitelik kaybını göstermektedir. Öğrencilerin sadece %18,7 sinin üniversitede okuyacakları bölümü kendi istekleri ile seçmesi, %27,5 inin puanının okuduğu bölüme yetmesi kararı ile bölüm tercihinin yapılması, bilinçli bir kariyer tercihi yapılmadığını ön plana çıkarılmaktadır. Bilinçli bir tercih yapmamalarına rağmen okudukları bölümden

memnuniyet düzeylerin yüksek olması sevindiricidir. Ancak, öğrencilerin okudukları bölümü sevmelerine rağmen %58,3'ünün iş arama sürecinde olması, genç işsizliğin yüksek rakamlarını çalışmada göstermektedir. Öğrencilerden % 27,9'u çalıştıklarını beyan ederken, bu öğrencilerin % 12,9'unun staj yaptıkları yerde çalışmaya devam ettikleri görülmektedir. Dost ve Bilgin'in (2020) çalışmasında ise stajyerlerin % 35'inin işverenlerinden iş teklifi aldıkları ifade edilmektedir. Deloitte firmasının İngiltere'de yaptığı araştırmada öğrencilerin % 60'ının staj yaptığı yerde işe başladığı görülmektedir (Murray, 2018). NACE'nin (National Association Of Colleges and Employers) Kuzey Amerika'da yürüttüğü araştırmasında, stajyerlerin staj yaptığı yerde çalışma oranı % 77,3 olarak belirtilip, Kuzey Amerikada staj programlarının işe alım sürecinde oldukça etkili bir işe alım yöntemi olarak kullanıldığı vurgulanmaktadır (NACE, 2019). Bu verilerle kıyaslandığında, ülkemizde staj programlarına gereken önem ve özenin verilmemesinden dolayı, işe alım yöntemi olarak çok tercih edilmediğini düşündürmektedir.

Günümüz koşulları, işgücü piyasasını daha esnek bir çalışma hayatına dönüştürdüğünden, işgücünün bu sürece uyumu, istihdam edilebilirliği için ön koşul olarak görülmektedir. İstihdam edilebilir olmak, kişinin istihdamını elde etme ve sürdürebilme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (Sanders ve De Grip, 2004). Dolayısıyla gençlerin, eğitim hayatı bittiğinde mevcut nitelikleri, çalışma hayatına girişte oldukça önemlidir. Staj, gerek mesleki becerinin deneyimlenmesi gerekse meslekle ilgili işin bütün mutfağını görme ve öğrenme şansı verdiğinden, istihdam edilebilirlik için alt zemini kurmada öncü olacaktır. Çalışma hayatı işe girişte genç işgücünden, iyi bir eğitim düzeyi ile birlikte çalışma hayatı deneyimini ve farkındalığını beklemektedir. Ancak, çalışmada, öğrencilerin sadece %24,7 sinin zorunlu stajı dışında, alanında çalışma hayatı deneyimi vardır. Gençlerin çalışma hayatına uzak durduğu, işgücü piyasası ile kurduğu ilişkinin mesafeli olduğu görülmektedir. Bu mesafeli duruş, Dost ve Bilgin'in (2020) çalışmasında da göze çarpmaktadır. Çalışmalarında öğrencilerin % 73'ünün, eğitim müfredatlarında zorunlu staj uygulaması olduğu için staj yaptığı, % 27'sinin ise zorunlu staj dışında gönüllü bir şekilde staj yaptığı belirtilmektedir. Dost ve Bilgin (2020) gençlerin çalışma hayatına uzak duruşun sebebi olarak, kayıtdışı çalışmayı işaret etmektedir.

Zorunlu staj deneyimi olan öğrencilerden % 61,3'ü stajın, iş bulma sürecine olumlu katkı yaptığını düşünmektedir. Zorunlu stajın yanında, çalışma deneyimi olan öğrencilerin tamamı ise stajın istihdam sürecindeki olumlu etkisini belirtmektedir. Staj yanında çalışma hayatı deneyimi olan katılımcıların tamamının iş bulma sürecine olumlu katkı yaptığını düşünmeleri, artan iş deneyiminin çalışma hayatı farkındalığını artırdığını hissettirmektedir. Öğrenciler, stajın istihdam sürecinde olumlu etki yarattığını düşünse de öğrencilerin, %79,1 'inin yaptıkları stajın "kendi iş bulma sürecine" olumlu

yansımadığını düşünmeleri büyük bir çelişkiyi yaratmaktadır. Öğrencilerin bu durumu, stajlarına gereken özeni göstermemelerinden kaynaklı olduğunu belirtmeleri, stajın uygulanması ile ilgili problemler olduğunu düşündürmektedir. Özellikle öğrencilerin, mezun olduktan sonra %58,3'ünün işsiz olması ve işe giriş sürelerinin uzaması istihdam edilebilirliklerine ilişkin sorunlar olduğunu göstermektedir. Sadece zorunlu staj ile birlikte çalışma hayatı olan öğrencilerin, %19,8'inin 1 ay içinde işe girebilmeleri ve diğer öğrencilere göre kısa sürelerde iş başlangıçları, istihdam edilebilirlikte çalışma hayatı deneyimini öne çıkarmaktadır. Özellikle bu grupta "1 yıldır işsiz" olanların sayısının (%13,1), diğer öğrencilere göre az olması da deneyimin, istihdam bileti sağladığını göstermektedir. İlgili hipotezde, çalışma süresinin artmasının işe girişte fark yarattığını desteklemektedir. Stajın ve artan iş deneyiminin işe girme süresini kısalttığını belirten çalışmalar literatürde de görünmektedir. Alp (2020), staj programlarına katılanların, katılmayanlara göre daha kısa sürede işe girdiklerini, Dost ve Bilgin (2020) staj ve iş deneyimi süresinin arttıkça işe girme süresinin kısaltıldığını, Emirgil (2019) eğitim hayatı ile birlikte çalışma deneyimi olan gençlerin, çalışma deneyimi olmayanlara göre ilk işlerine başlama süreleri daha kısa olup, ilk işlerinin düzenliliğinin diğerlerine göre daha uzun olduğunu belirtmektedir. Ancak Almanya'da yapılan bir araştırmada staj yapmanın işe yerleşme süresine negatif etki yaptığı tespit edilmiştir (Cerulli ve Harms, 2017). Çalışmada bu etkinin sebebinin, Almanya eğitim sisteminden kaynaklanabileceği, eğitim sistemi içerisinde stajın oldukça önemli yer tutmasından dolayı, staj deneyimi olan öğrencilerin sayıca fazlalığından kaynaklanabileceği belirtilmektedir.

Stajın nitelik boyutuna ilişkin sorgulamaya gelindiğinde, stajın mesleki beceri ve niteliklere katkısının az olduğu görünmektedir. Stajın, mesleki beceriyi kazandırma ve geliştirme amacını sağlayamadığı dikkat çekmektedir. Çünkü, öğrencilerin %54,9'u stajın, mesleki bilgi ve becerisini arttırmadığı, % 60,5'i sektörle ilgili bilgisini geliştirmediğini belirtmektedir. Stajın, teorik bilgiyi uygulamaya dökme fırsatı sunması gerekirken, öğrencilerin %55'inin stajın bu imkânı vermediğini belirtmesi dikkat çekicidir. Çalışmada, stajın öğrencilerin niteliklerini geliştirmeye katkı sunmasından ziyade, daha çok öğrencilerin öz değerlendirme sürecine katkı sağlaması dikkat çekmektedir. Stajın, öğrencilerin çalışma hayatına hazır olmadığını, çalışma hayatına ilişkin korkularını artırdığını ve kendilerinde geliştirmesi gereken yönleri gösterdiği görünmektedir. Ancak bu değerlendirmeye rağmen, "işveren konumunda olsam kendimi işe alırdım" sorusuna verilen cevabın %52,5 olması, Z kuşağının özgüven farklılığını hissettirmektedir. Stajın niteliklere yansıyan etkisinin çalışmada düşük olduğu dikkat çekmektedir. Dost ve Bilgin'in çalışmasında (2020) katılımcıların % 75'i stajın niteliklerini arttırdığını belirtirken, çalışmada katılımcıların % 41,3'ü stajın bilgi ve becerilerini geliştirdiğini belirtmektedir. Stajın nitelik etkisi diğer boyutlardaki verilerle kıyaslan-

dığında sebebin, öğrencilerin staja gereken önem ve özeni göstermediğinden kaynaklandığını hissettirmektedir.

Çalışmada stajın nitelikleri geliştiren etkisinden ziyade, mesleğe ilişkin rehberlik yönü daha ön olana çıkmaktadır. Özellikle stajın, öğrencilerin mesleki ve kişisel alanda geliştirmesi gereken yönleri göstermesi, öğrencilerin geleceği ile ilgili önemli kararlarda rehberliği önemli bir kazanımdır. Çünkü doğru meslek seçimi gerek kişinin kendi mutluluğu, gerekse bir ülkenin verimliliğini etkileyen önemli bir dinamiktir. Staj sonrası mesleğini değiştirmek isteyenlerin oranı % 30,2'dir. Birleşmiş Milletler 2017 Staj Raporu Araştırmalarına göre; katılımcıların % 76,3' ü stajın kariyer süreçlerinde oldukça yardımcı olduğunu belirtmektedir. Ayrıca tek bir stajın işe girişte yetersiz olduğu, eğitim hayatı boyunca yapılan uzun süreli stajların işe girişte etkili olduğu belirtilmektedir (UN, Internships, 2019).

Çalışmada, stajın istihdam niteliğini geliştiren faktörlerin; akademik başarı düzeyi, staj yerinin özenle seçimi, stajın denetlenmesi, staj raporunun detaylı kontrol edilmesi, stajda en az bir iş sürecinin öğretilmesi gerekliliği, staj geçme notu için işyeri tarafından bir proje verilmesi, staj süresi uzunluğu ve her stajını tamamlayan öğrencinin başarılı olarak değerlendirilmemesi kriterlerinden oluştuğu görülmektedir. Meslek yüksekokullarının rol ve işlemlerinin eleştirilmesine kapı açan çalışmalarda, yüksekokullardaki mesleki eğitimin yetersiz olduğunu ifade eden sonuçların yer alması, mezun niteliklerinin piyasa için yetersiz olduğunun vurgulanması dikkat çekmektedir (Yıldırım ve Çarıkçı, 2017, Akpınar, 2013, s. 10). Dolayısıyla, meslek yüksekokullarının kuruluş amacı için bel kemiği olan stajın, daha etkili sonuçlar doğurabilmesi adına tarafların gereken önemi vermesi gerekmektedir. İşletmeler, Almanya'da olduğu gibi öğrencilerden staj yaptığı işletmede gördüğü problemlere ilişkin çözüm önerilerini içeren bitirme tezi isteyerek (Rende, 2011, s. 48) staj başarılarını bu teze göre değerlendirebilirler. Eğitim kurumlarında staj koordinatörleri, stajın istihdamdaki etkisine yönelik stajı özendirme faaliyetleri yürütmelidirler. İngiltere'de olduğu gibi lisans programlarının içine yerleştirilen "sandwich placements" olarak adlandırılan stajlar ülkemizde de işlerlik kazanmalıdır. İngiltere'de işverenler bu uygulamaları oldukça önemseyerek, çalışma hayatı deneyimi olan mezunları işe almada tercih etmektedirler. Dolayısıyla stajlar, öğrencileri çalışma hayatı ile buluşturan ve onlara istihdam şansı yaratan fırsatlar olarak değerlendirildiğinden, öğrenciler tarafından oldukça önemsenmektedir (Lanning, 2012, s. 3). Japonya'da "jisseki kankei" olarak adlandırılan işgücü piyasası ile eğitim kurumları arasında kurulan güçlü ilişki ülkemizde de kurulabilmelidir. Japonya'da eğitim kurumları mezun öğrencilerini işe yerleştirmede sorumluluk üstlenmektedir. İşverenler ile kurdukları güçlü bağlarla, öğrencilerinin niteliklerini piyasanın ihtiyaçları doğrultusunda şekillendirdiklerinden, mezun olan öğrencilerinin büyük çoğunluğu kısa sürelerde işe yerleşebilmektedir (Genda ve Kurosawa,

2001, s. 467). Dolayısıyla, ülkemizde de sürecin katılımcı bir bakış açısıyla iyileştirilmelerinin yapılarak, staj sürecinin daha verimli geçmesine zemin hazırlanmalıdır. İşgücü piyasalarında meydana gelen değişimin ve özellikle Endüstri 4.0 sürecindeki gelişmelerin, eğitim sürecine adaptasyonunun sağlanarak, niteliklere yansımaları başarmak adına stajı, kilit bir dinamik olarak kullanabilmek ülkemiz potansiyeline hız kazandırmaya yardımcı olacaktır.

Stajın aksak yönlerine ilişkin boyutu, uygulama sürecindeki aksaklıkları ele almaktadır. Özellikle öğrencilerin, işyerlerine bizzat kendilerinin başvurmadan, referanslar aracılığıyla staj yeri seçiminin %66,4 olduğu görünmektedir. Öğrencilerin, işyerine başvurudaki mülakat sürecindeki rekabet savaşından uzak durmaları dikkat çekmektedir. Hayal ettiği, istediği bir işyerinde staj yapmak yerine, referans aracılığıyla staj yapmayı tercih etmeleri, sadece ders geçmek için kısa yolun tercih edildiğini, kendilerine güvenemediklerini düşündürmektedir. Türkiye’de yapılan benzer bir çalışmada da öğrencilerin %48,6’sının eş, dost, aile referansı ile staj yerini belirlediği; işverene bizzat başvuru yaparak staj yerini belirleyenlerin % 11,1 olduğu görünmektedir (Dost ve Bilgin, 2020, s. 136). NACE’nin Kuzey Amerika’da yaptığı araştırmasında ise stajyerlerin % 40’ının staj yerini kendi çabaları ile doğrudan işverene başvurarak yaptıkları görünmektedir (NACE, 2019). Alp’in yaptığı çalışmada (2020), “3+1” sistemine dayalı staj programlarının, referanslarla yapılan staj başvurularını azalttığı vurgulanarak, işe girmede nepotizmi engelleyen bir dinamik olarak ifade edilmektedir.

Staj yeri seçiminde, okul tarafından kurumsal desteğin az olduğu görünmektedir. Dost ve Bilgin’in çalışmasında da (2020) okulun ve işyerinin yeterli desteği sunmaması sebebiyle benzer bulgular dikkat çekmektedir. Çalışmada stajın, denetimsiz yönü ön plana çıkmaktadır. Okul ve işyeri tarafından denetimin az olduğunun düşünülmesi ve özellikle staj raporlarının kontrol edilmeden not verildiğinin ifade edilmesi, stajın okul ve işyeri arasındaki güven ilişkisini zedelemektedir. OECD belirttiği üzere, öğrencilerin eğitim hayatları sona ermeden önce, öğrencilerin alanlarına uygun çalışma deneyimi kazanmalarını sağlayan fırsatlar yaratılmadığı. Eğitim kurumları kariyer danışmanlıkları yaparak, meslekleri ile ilgili yönlendirmeler ve işgücü piyasası hakkında bilgilendirmelerde bulunmalıdır. Bu sürecin işverenlerin desteği ile yürütülmesi nitelikli bir işgücü piyasasının oluşturulması için oldukça önemlidir (OECD, 2013, s. 3).

Bu veriler ışığında, stajın istihdam etkisinin olduğu çalışmada da görünmektedir. Bu etki, staj ile birlikte çalışma hayatı deneyimi arttıkça artmaktadır. Stajın, çalışma hayatı deneyimi ile birleştiğinde işe giriş süresini kısaltması çalışmada ön plana çıkmıştır. Ancak, stajın niteliklere katkısının çalışmada düşük olduğu görünmektedir. Nitelik uyumsuzluğunun yaşandığı ülkemiz işgücü piyasalarında, stajın bu sorunu gidermede aracı olarak kullanılabilmesi adına gerekli iyileştirmeler yapılmalıdır. Kurnaz’ın (2015), en

düşük eğitim seviyesinin yüksekokul mezunu olduğu 159 katılımcı ile yaptığı çalışmada, nitelik uyumsuzluğu oranını % 36,4 olarak tespit edilmiştir. Bir başka çalışmada, teknik kadro pozisyonundaki iş tipleri için özellikle iş deneyiminin ve kişisel özelliklerin, eğitim düzeyine göre daha önemli olduğu, işverenlerin teknik kadrolar için mesleki ve teknik eğitim kurumlarınca verilen diplomayı yeterli görmedikleri dikkat çekmektedir (Yağmur, 2009). Dolayısıyla stajın, nitelikleri arttıran etkisine yönelik taraflara düşen görevler gözden geçirilmelidir.

İşgücünün sahip olduğu nitelikler, ülkenin rekabet gücüne yön verirler. Staj süreci bu niteliklerin kazanılmasında öncü zeminlerden biridir. 2021-2023 dönemini kapsayan Ulusal Genç İstihdam Stratejisi raporu da stajın bu yönünü oldukça önemseyerek, stajın etkinliğinin artırılmasını hedef kapsamına almıştır. Rapora göre; genç işsizliğinin azaltılmasına ilişkin olarak yapılacak politikalarda eğitim- istihdam ilişkisinin güçlendirilmesi ne eğitimde ne istihdamda olan gençlerin istihdamının artırılması ve geleceğin işleri başlıklarına göre planlanması kararlaştırılarak, 2023 yılı itibarıyla genç işsizliğin %17,8 oranına indirilmesi hedeflenmektedir. Bu hedef öncü alındığında, sorunun çözümlerin eğitim-istihdam uyumundan geçtiği düşünülmektedir. Çünkü, yüksek öğretim mezunu gençlerin, istihdam ve işsizlik oranları ele alındığında, genç işsizliğin sayısal büyüklüğü dikkat çekmektedir. Üniversite ve mezun sayıları artarken, genç işsizliğinin artışı, işgücü piyasasının beklediği nitelik ve becerilerin eğitim sistemi tarafından sunulmadığını tartışmaya açmaktadır. Bu yüzden, işgücü planlaması ile eğitim planlamasının, birbirine uyumlu biçimde birlikte planlanması gerekmektedir. İşgücü piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda üniversite bölüm kontenjanları ve bölümleri değerlendirilmelidir. Dönüşen çalışma hayatı koşullarının gerektirdiği niteliklere göre ve geleceğin işlerine yönelik aktif istihdam politikaları üretilmeli ve bu başlıkla uyumlu eğitim-istihdam ilişkisi kurulmalıdır. Staj sürecinin öğrenci, işyeri ve okul tarafından ciddiye alınmasını sağlayıcı bilgilendirme faaliyetleri yapılmalıdır.

Eğitim sistemi doğru kodlandığında işgücü piyasası ile uyumlu nitelikler daha etkili biçimde yaratılabilecektir. Dolayısıyla eğitim hayatı biten gençlerin çalışma hayatına geçişleri hızlanacak ve ilk işlerindeki istikrar süreleri de artacaktır. Genç işsizliğinin önlenmesi adına yapılacak tüm politikalarda, istihdamın insana yakışır iş kriterinden ödün verilmeden yapılması önemsenmelidir.

KAYNAKÇA

- Açıkgöz F. (2017). Seçilmiş ülke uygulamalarında genç istihdamına yönelik aktif işgücü politikaları ve işkur için öneriler. (Uzmanlık Tezi). T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Ahsan S. M. & Hassan A. (2013). Increaing virtual education effectiveness by quantifying student learning trajectories and virtual internships. *Life Science Journal*. 10 (10s), 262-264. Erişim Adresi: http://www.lifesciencesite.com/ljsj/life1010s/042_20805life1010s_262_264.pdf
- Akpınar, B. (2003). Meslek yüksekokullarına sınavsız geçiş. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 33, 8-23. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/kuey/issue/10364/126864>
- Alp, E. (2020). Okuldan işe geçişte staj programlarının etkinliği: Sakarya üniversitesi örneği. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Alpar, R. (2011) *Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel yöntemler* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bacon, N. (2011). Unpaid internships: The history, policy, and future implications of “fact sheet #75”. *Ohio State Entrepreneurial Business Law Journal*, 6(1), 67-95.
- Biçerli, M. K. (2011). Yükseköğretim sistemimizi işgücü piyasasındaki gelişmeler paralelinde yeniden yapılandırmak zorundayız. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 1(3), 122-127. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/higheredusci/issue/61476/917974>
- Bora, A., Erdoğan, N., Bora T., & Üstün, İ. (2013). *Boşuna mı okuduk? Türkiye’de beyaz yakalı işsizliği*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Callanan, G., & Benzing, C. (2004). Assessing the role of internships in the career-oriented employment of graduating college students. *Education & Training*, 46(2), 82–89. doi:10.1108/00400910410525261
- Cerulli-Harms, A. (2017). Generation internship: The impact of internships on early labour market performance. *Institute for the Study of Labor (IZA), Research Paper Series No. 11163*, 1-41.
- Coco, M. (2000). Internships: A try before you buy arrangement. *S.A.M. Advanced Management Journal*. 65(2). 41-47.
- Cook, S.J., Parkker, R.S. & Pettijohn C.E. (2004). The perceptions of interns: a longitudinal case study. *Journal Of Education For Business*. 79(3), 179-185. doi:10.4236/jbcpr.2018.64014
- Crnkovic-Pozaić, S. (2006). Transition from school to work: Internships and first entry to the labour market in Croatia (Araştırma Raporu No: 2006-16). Bureau of Labour Statistics web sitesinden erişildi: <http://archive.erisee.org/sites/default/files/Transition%20from%20School%20to%20Work%20Inter->

nships%20and%20First%20Entry%20to%20the%20Labour%20Market%20in%20Croatia.pdf

- Çakır, Ö. (2001). Yeni çalışma biçimleri ve işe ilişkin tutumlar. *İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 3(1), 23-46. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iscuc/issue/25516/269134>
- Çakır, Ö. & Kellevezir, I. (2020). Yükseköğretim mezunlarında işsizlik ve nitelik uyumsuzluğu olgusu: UNI-VERİ araştırma sonuçları ışığında bir değerlendirmeye. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 1(Özel Sayı), 1-17. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cider/issue/56709/669818>
- ÇASGEM (2019). Türkiye işgücü piyasasında uyumsuz eşleşme analizi araştırma projesi raporu. Ankara: Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Eğitim ve Araştırma Merkezi Yayını.
- Çetin, Ş. (2005). Öğrenci stajlarında yararlanılan dersler üzerine ampirik bir değerlendirme: Mersin turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6, (2), 153 169. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/atad/issue/16796/174477>
- Çoban, A. (2013). İşsizlikle mücadelede Avrupa birliği perspektifinden staj/işbaşı eğitim programlarının rolü ve Türkiye iş kurumu için öneriler. (Uzmanlık Tezi).T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Demir, M. (2001). Meslek yüksekokullarında staj çalışmalarının değerlendirilmesine yönelik bir anket uygulaması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 11, 71-79. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/anka/issue/40703/439777>
- Demir, M.& Demir, Ş. (2014). Turizm işletmelerinde yöneticilerin mesleki staj ve stajyerleri değerlendirmesi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 0(5), 18-33. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/marusad/issue/396/2775>
- Demir, D. (2019). Üniversite öğrencilerinin sosyal güvenliği: Uygulamada karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Dost, Z. D. & Bilgin, K. U. (2020). Gençlerin işgücü piyasasına geçişinde deneyim ve staj etkisi. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 1(Özel Sayı), 119-153. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/cider/issue/56709/655398>
- Dünya Bankası (2008). *Türkiye'nin gelecek nesillere yatırım yapmak: Okuldan işe geçiş ve Türkiye'nin kalkınması*. Washington D.C: World Bank.
- Ekiz, F. M. & Özel, S. Ö. (2020). Genç işsizliğini belirleyen unsurlar: Türkiye örneği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(39), 1022-1045. doi. org/10.46928/iticusbe.768646.
- Emirgil, B. F. (2019). *Okuldan işe geçiş: Türkiye'de eğitimden ayrılan gençlerin işgücü piyasası ile bütünleşme süreci*. Ankara: Türk Metal Sendikası Araştırma ve Eğitim Merkezi Yayınları.
- Erday A. U. (2009). Dünyada genç işsizliği sorununun çözümüne yönelik ulusal po-

- litikalar ve Türkiye. *Çalışma ve Toplum*, 3(22), 133-162. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ct/issue/71767/1154982>
- Erdem, E. & Tuğcu C.T. (2012). Higher education and unemployment: A cointegration and causality, analysis of the case of turkey. *European Journal of Education*, 47(2), 299-309. doi.org/10.1111/j.1465-3435.2012.01526.x
- Erdoğan N. (2019). *Geleceğin türkiye'si raporları, geleceğin türkiye'sinde yükseköğretim*. İstanbul: İGİAD İlke Yayınları.
- Genda, Y.& Korosawa, M. (2001). Transition from school to work. *Journal Of The Japanese And International Economies*,15(4), 465-488.
- Haşiloğlu, S. B., Baran, T., & Aydın, O. (2015). Pazarlama araştırmalarındaki potansiyel problemlere yönelik bir araştırma: Kolayda örnekleme ve sıklık ifadeli ölçek maddeleri. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 2(1),19-28. doi: 10.5505/piby.d.2015.47966/1
- Hurst, J. L.& Good, L. K. (2010). A 20-year evolution of internships: Implications for retail interns, employers and educators. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. 20(1), 175-186. doi:10.1080/09593960903498342
- International Labour Organization (ILO). (2020). *Global employment trends for youth 2020: Technology and the future of jobs*. Geneva: International Labour Organization.
- İlhan, B. (2012). Youth the labour market and the translation from school to work ın Turkey (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- James N. & Busher H. (2016). *Online interviewing*. London: Qualitative Research.
- Knouse, S.B., Tanner, J.H. & Harris, E.W. (1999). The relation of college internships, college performance, and subsequent job opportunity. *Journal of Employment Counseling*, 36 (1), 35-43.
- Kurnaz, I. (2015). İşgücü piyasasında uyumsuz eşleşme ve aşırı eğitimsizlik olgusu: Türkiye'nin ilk 500 büyük firması, ankara ili örneği. (Yayınlanmamış Doktora Tezi).Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Lam, T.& Ching, L. (2007). An exploratory study of an internship program: The case of hong kong students. *Hospitality Management*. 26 (2). 336-351. doi.org/10.1016/j.ijhm.2006.01.001.
- Lanning, T. (2012). *From learning to earning understanding the school to work transition in london*. London:Institute For Public Policy Research.
- Maynard, R.L. (2000). Challenging the 3.0. gpa eligibility standart for public relations internships. *Public Relations Review*. 25,4. 495-507.
- Metin B. (2016), Genç işsizliği ile mücadelede aktifleştirme stratejileri: İstihdama geçişte güçlü bir politika aracı mı? *Emek ve Toplum*, 5(11), 77-105. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/hakisderg/issue/24441/259079>

- Muhamad, R., Yahya, Y., Shahimi, S. & Mehzan, N. (2009). Undergraduate internship attachment in accounting: The interns perspective. *International Education Studies*, 2(4), 49-55. doi: 10.5539/ies.v2n4p49.
- Murat, S. & Şahin, L. (2011). Nedenleri ve sonuçları bakımından gençler arasında yaygınlaşan işsizlik. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, 0 (44), 1-48. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iusoskon/issue/9548/119251>
- National Association of Colleges and Employers (NACE), (2019). Internship & co-op survey report. Erişim Adresi: <https://career.fsu.edu/sites/g/files/upcbnu746/files/2019-nace-internship-and-co-op-survey-executive-summary.pdf>
- OECD (2013). *Protecting jobs, enhancing flexibility: A new look at employment protection legislation*. OECD Publishing.
- OECD (2017). Türkiye bir bakışta eğitim OECD göstergeleri. Erişim Adresi: <http://www.oecd.org/education/skills-beyondschool/EAG2017CN-Turkey-Turkish.pdf>
- Öztürk, Z., Bozdan, D. & Özenci, İ. (2017). Uluslararası ticaret bölümü öğrencilerinin bölümü tercih nedenleri ve kariyer planları üzerine bir araştırma. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 6(3), 342- 351.
- Rende, H. (2011). Almanya’da makine mühendisliği eğitimi. *Mühendis ve Makine Dergisi*, 52, 631. 43-50. Erişim Adresi: https://www.mmo.org.tr/sites/default/files/1cb1ed93a895a3f_ek.pdf
- Sanders, J & De Grip, A. (2004). Training, task flexibility and the employability of low-skilled workers. *International Journal of Manpower*, 25(1), 73-89. doi. org/10.1108/01437720410525009
- Sertkaya, Y., & Okur, A. (2016). Türkiye’de genç işsizliğinin belirleyicilerine yönelik ekonometrik bir analiz. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 155-168. Erişim Adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/arui-ibfdergisi/issue/60488/887225>
- Süzek, S. (2010). *İş hukuku*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Taş, H. Y. & M. Bilen (2014). Avrupa birliği ve Türkiye’de genç işsizliği sorunu ve çözüm önerileri. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 3 (3), 50-69.
- T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı. (2021). 2021-2023 Ulusal Genç İstihdam Stratejisi Raporu, Erişim adresi: <https://www.csgb.gov.tr/media/86869/ulusal-genc-istihdam-stratejisi-ve-eylem-plani-2012-2023.pdf>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). İşgücü İstatistikleri. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Istihdam,-Issizlik-ve-Ucret-108>
- Türk Dil Kurumu, (2023). Türk Dil Kurumu Sözlükleri. Erişim Adresi: <https://soz-luk.gov.tr/>
- UN Internships Report (2019). Erişim Adresi: https://fairinternshipinitiative.files.wordpress.com/2020/12/2019-20_un_internships_report_final_web.pdf
- Yağmur, A. (2009). İstihdam edilebilirlik açısından eğitim-istihdam ilişkisi: Konya

bölgesi imalat sanayii örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Yıldırım, A. & Çarıkçı, O. (2017). Meslek yüksekokullarında belirsiz gelecek: Sınavsız geçişten ek puana, yöneticilerin ve öğretmenlerin, myo'ların geleceği hakkındaki görüşlerinin değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(21), 203-218. doi.org/10.20875/makusobed.317275.

Yükseköğretim Kurumu Yükseköğretim İstatistikleri (2021). Erişim adresi: <https://istatistik.yok.gov.tr/>

Bölüm 15

UZAY TAŞIMACILIĞI: YENİ BİR ÇAĞ

Uğur DEMİREL¹



¹ Öğr. Gör., Gümüşhane Üniversitesi, İrfan Can Köse Meslek Yüksek Okulu,
Hukuk Bölümü, ORCID: 0000-0002-4992-5632, udemirel@gumushane.edu.tr

1. GİRİŞ

1957 yılında Sputnik I'nın uzaya fırlatılmasıyla birlikte evimiz olarak gördüğümüz dünyanın atmosferinin dışına ilk nesneyi göndererek insanlığın uzay macerası başlamış oldu. Plaj topu büyüklüğünde bir uydu olan bu nesnenin uzaya gönderilmesinin akabinde uzay maceramız birçok uzay programıyla günümüze kadar devam etmiş olup halada hız kaybetmeden devam etmektedir (Doko, 2017). Bu zamana kadar uzayda ana aktör olarak faaliyette bulunan ulus devletleri ve uzaya araç gönderen devletler insanları ve yükleri yörüngeye ve aya götüren araçlar inşa ettiler, uluslararası uzay kanunu oluşturdular ve uzay teknolojisindeki ana yatırımları şekillendirdiler.

Günümüze kadar gerçekleşen uzay programlarına baktığımızda uzaya dair insanlığın hatırladığı tek olay beklide Apollo'nun 1969 yılında aya inişidir. Bu gelişmenin yanı sıra uzayın ticari olarak sağladığı birçok fayda söz konusudur. Jeostatif meteorolojik uydulardan elde edilen görüntüler sayesinde her gün televizyonlarda gördüğümüz hava durumu tahminlerinde bu görüntülerden faydalanılmaktadır. Uzay çağının sunmuş olduğu bu önemli gelişmelerden ticari olarak daha fazla etkisi olan ticari uzay teknolojisi uydu iletişimidir. Bu teknoloji, sağladığı ürün ve hizmetler üzerinden yıllık olarak milyarlarca dolar sağlamaktadır (Whalen, 2010).

1990'lı yıllarda uzaktan görüntüleme ile başlayan uzayın kullanımı yeni gelişmelerle birlikte 2000'li yıllardan sonra farklı bir boyut kazanmıştır. Artık uzayda yeni ticari aktörler boy göstermeye başlamış olup hem uzaya araç gönderme hizmetlerinde hem de uzayın farklı amaçlar doğrultusunda kullanımında yer almaya başladılar (Humboldt, t.y.). Hatta ABD hükümeti ulusal güvenlik nedenleriyle herkesin erişimine açık olmayan GPS sinyallerini dünya çapında sivil ve ticari kullanıcıların kullanımına açma kararı aldı (gps.gov, 2021). Böylelikle günümüzde hem endüstriyel hem de bireysel olarak kullanmış olduğumuz navigasyon teknolojisinin önü açılmış oldu.

Son yıllarda uzay kullanımı artık birkaç ülkenin tekelinden çıkmış olup diğer ülkelerinde gündemine girmiş bulunmaktadır. Ancak bu durum avantaj sağlamakla beraber birçok kaygıyı da beraberinde getirmektedir. Uzay kullanımında hak talep edebileceklerin sayısının artması karmaşıklıklara ve anlaşmazlıklara yol açacağı manasına gelmektedir. Uzayda çıkabilecek herhangi bir anlaşmazlık ve çatışmaya karşılık ülkeler kendi ulusal güvenliğini sağlamayı düşünmektedirler fakat henüz bu konudaki uluslararası hukukun tam oturmamış olması bunu gerçekleştirmenin ilk etapta güç olacağını göstermektedir. Artan bu rekabet ortamında ülkeler aynı zamanda özel sektördeki girişimcilerle de hassas bir denge sağlamak zorundadırlar.

2. UZAY TAŞIMACILIĞI

Bu bölümde, uzayın ticari olarak kullanımının öneminden bahsedilecek ve bu bağlamda uzay kargo taşımacılığının uzay ticaretindeki yeri ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bunun yanı sıra uzay ticareti tarihine kısaca değinilecek, sektörün karşılaşacağı sorunlara cevaplar ve öneriler sunarak daha nasıl sağlıklı, güvenli ve sağlam bir uzay ticareti gerçekleştirilebileceği üzerinde durulacaktır.

2.1. Uzayın Önemi

Günlük yaşantımızda şuan için fazla yer almamasına rağmen farkında olmasak ta uzayın hayatımızı etkileyen birçok yönü bulunmaktadır. Uzayın insan hayatındaki önemi ekonomi, inovasyon ve ulusal güvenlik açısından ele alınarak açıklanacaktır.

Uzay ekonomisinin, çoğumuzun düşündüğünden daha fazla bir büyüklüğe sahip olduğu (The Space Foundation, 2016) raporunda görülmektedir. Raporda yer alan bilgilere göre; uzay endüstrisi 2015 yılında küresel pazarda sadece tek başına 323 milyon dolarlık bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu tutarın 126.33 milyon dolarlık kısmını uzay ürünleri ve servisleri sektörü, 120.88 milyon dolarlık kısmını ticari altyapı ve destek endüstrileri sektörü ve 76.52 milyon dolarlık kısmını küresel hükümet uzay bütçeleri oluşturmaktadır. Güncel bir raporda ise küresel uzay ekonomisinin 2021'de 469 milyar dolara ulaştığı, ticari alanda ise 2020'den bu yana %6.4 gelir artışının kaydedildiğinden ve 2022 yılının ilk altı ayında 1.022 uzay aracının yörüngeye yerleştirildiğinden bahsedilmektedir (spacefoundation.org, t.y.).

Bu sektörlerin yanı sıra, doğrudan bir ekonomik girdisi olmamasına rağmen kullanıcıların kullanımına ücretsiz olarak sunulan GPS teknolojisi de birçok alanda kullanılmasıyla önemli bir yere sahiptir. (Gokturkharita, 2016) Askeri ve sivil amaçlarla kullandığımız alanlara verilen örneklerden uzayın önemi daha da fazla anlaşılmaktadır.

Askeri amaçla kullanıldığı alanlar;

- Kara, hava ve deniz araçlarının navigasyonu (arama kurtarma)
- Hedef bulma (füze güdümü, INS sistemlerinin desteği)
- Uçakların görüşünün sınırlı ya da hiç olmadığı hava koşullarında iniş ve kalkışın sağlanması

Sivil Kullanım Alanları;

- Kadastrol, hidrografik (barometre), yerel ve global deformasyon, jeodezik ve jeodinamik amaçlı ölçmelerde
- Uçakların görüşü sınırlı ya da iç olmadığı hava koşullarında iniş ve kalkışta

- Kara, hava, deniz araçlarının navigasyonu
- Kinematik GPS destekli fotogrametrik çalışmalar
- Hayvan, araç, bebek takip sistemleri
- Aktif kontrol ağırları
- CBS veri tabanlarının geliştirilmesi
- Asayiş

Bunlarla sınırlı olmayan uzay endüstrisi, gelecekte ortaya çıkacak yeni gelişmelerle birlikte ekonomiye daha da katkıda bulunabilir. Uzay turizmi; gezegenler, aylar ve asteroitler’de madencilik; uzay kargo taşımacılığı uzay endüstrisi için büyük bir potansiyele sahip ekonomik girdiler olabilirler. Ancak, bunun gerçekleşmesi maliyetler, gelecekteki düzenlemeler, uluslararası sorunlar ve gelişen teknoloji ile ilgili varsayımlar gibi birçok faktöre bağlıdır. Tüm bu faktörler göz önünde bulundurarak değerlendirildiğinde uzay endüstrisine girip girmemek konusunda bazı kaygıların olabilmesine rağmen ekonomik büyümeye katkısı olacağı düşünüldüğünden uzay cazip bir endüstri alanı olarak görülmektedir.

Uzay endüstrisinde bugün gelinen noktada teknolojik inovasyonların katkısı göz ardı edilemez, fakat inovasyonun ne zaman gerçekleşeceğini tahmin etmek genellikle güçtür; çünkü yeni teknolojilerin nerede ve nasıl ortaya çıkacağını bilemeyiz. Aslında uzayın zorlu ortamı teknoloji açısından ilerlemeyi zorunlu kılmaktadır. (Kramer & Mosher, 2016) 1 paund (453 gr) bir nesnenin yörüngeye fırlatılma maliyetinin 27,000 dolar ve 43,180 dolar arasında değiştiğini belirtmektedirler dolayısıyla yörüngeye fırlatılacak bir nesnenin gönderim maliyeti ancak geliştirilecek yeni ve farklı teknolojik inovasyonlar gerçekleştirilerek düşürülebilir. Bu nedenledir ki organizasyonlar büyük klasik uydulardan ziyade daha küçük makul boyutlardaki uyduları tercih etmeye yönelmektedirler (Betancourt, 2016).

En eskiden beri uzaydaki teknolojik gelişmeler dünyamızdaki hayatımızda da uygulanmaktadır hatta Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi (NASA), bu tür araştırma projelerinden çıkarılan teknolojileri listeleyen bir web sitesi yürütmektedir (Nasa, 2016). Örneğin uzay araştırmaları sırasında astronotların korunmasında faydalı olan hafif nanotüpler, acil müdahale ekipmanı ve elektrik yalıtımı uygulamaları için test edilmektedir. Diğer bir gelişme, uzayda kullanılan malzemelerin dayanıklılığından emin olma ihtiyacı, birçok endüstride faydalı olan bir analiz aracının geliştirilmesine yol açmıştır. Diğer bir örnek, NASA’nın icadı olan hafızalı sünger yastıklarda kullanılan temper süngerdir. Bu tip teknolojik gelişmeler, şirketlerin uzay ile ilgili çalışmalarının artmasıyla birlikte daha fazla ticaret sektöründe görülebilecektir.

Uzayın ekonomik potansiyelinin farkında olan ülkeler, uzaya dair yatırım politikalarını yeniden gözden geçirmek zorunda kalmaktadır. Bu amaçla inovatif uzay teknolojilerini yakından takip etmekte ve özellikle bu alanda yatırım yapmaktadırlar. Uzayda kendine yer bulmak isteyen ülkeler bu tip yatırımlar yaparken ulusal güvenlik açısından uzayın ne denli önemli olduğunu da bilerek hareket etmelidirler. Ülkeler ulusal güvenliğini sağlayabilmek adına uydulardan fazlasıyla istifade etmektedirler.

Uzayda sivil uydulardan farklı olarak askeri amaçlı kullanılan uydular da bulunmaktadır. Yalnızca askeri operasyonlar için kullanılan bu uydular gözetleme ve keşif için tasarlanmış, aynı zamanda konumlandırma ve navigasyon fonksiyonları da sunmaktadır. Ancak, askeri kullanım için belirlenmeyen birçok uydu da hala askeri amaçlar için hizmet vermektedir. Dünya etrafında dönen yaklaşık 3.700 yapay uydunun yaklaşık yüzde 50'si hayatları boyunca askeri amaçlar için kullanılmış olup bunların şuanda sadece 1,100 tanesi aktif durumdadır. Yörüngeye gönderildikleri günden buyana, askeri uydular birçok ülkede ulusal güvenliğin kritik bir parçası haline gelmiştir (Smith, 2015).

2.2. Uzayın ticari Kullanımının kısa bir tarihi

İnsanlığın uzaydaki girişimlerinin kökleri, Sovyetler Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri arasındaki rekabete kadar uzanmaktadır. Bu iki süper güç arasındaki jeopolitik rekabet ve nükleer silah rekabetinin endişesi, 1967 yılında OST (Outer Space Treaty – Dış Uzay Antlaşması) antlaşmasıyla sonuçlanmıştır (United Nations Publication, 2002). Bu antlaşmayla Amerika Birleşik Devletleri ve Sovyetler Birliği arasındaki uzaya nükleer silah yerleştirilmesi konusundaki endişeler hafifletilmeye çalışılmıştır.

Bunun yanı sıra daha geniş konular da ele alındı. Her ülke diğer ülkelere uzay araçları ve astronotlarına saygı gösterecek, ne gök cisimleri üzerinde egemenlik iddiasında bulunacaklar ne de uzayda kitle imha silahlarını bulunduracaklar. Uzay ticareti kullanımı için bu kararların en önemlisi her ülkenin kendi özel şahıs ve şirketlerinin uzaydaki eylemlerinden sorumlu olduğu kararı alınmasıdır. 1967'den beri, halihazırda ki uzaya yolculuk yapan veya uzaya araç gönderen büyük uluslar dahil 91 ülke bu antlaşmayı imzalamış bulunmaktadır (U.S. Department of State, 1967). Antlaşmanın imzalandığı tarihi takip eden yıllarda, çoğunlukla hükümetlerin icraatlarıyla gerçekleşen uzay programlarının yanı sıra artık uzayda girişimlerde bulunma arzusunda olan şirketler de kendi programlarını hayata geçirmek istemektedirler. 2000 yılında, Amazon'un kurucusu Jeff Bezos, dikey kalkışlı bir roket gemisi geliştirerek yolculara basit yörüngesel bir uçuş sağlamak amacıyla Blue Origin şirketini kurdu (Howell, 2013). 2002 yılında PayPal'in kurucularından Elon Musk SpaceX şirketini kurdu ve şirket 2010 yılında bir uzay aracını alt yörüngeden dünyaya geri getirebilen ilk şirket oldu (spacex.com, t. y.). 2005 yılında

Richard Branson ve Burt Rutan bir araya gelerek yolcu taşıma uzay araçlarını geliştirmeyi amaçladıkları The Spaceship Company şirketini kurdular (thespaceshipcompany, 2005). 1999 yılında Robert T. Bigelow tarafından kurulan Bigelow Aerospace şirketi uzayda ve diğer gök cisimlerinde daha kolay uygulanabilen yaşam alanları geliştirmeye odaklanmıştır. 2006 ve 2007 yılında Genesis I-II prototiplerini uzaya göndermişlerdir (bigelowaerospace, t. y.). Bir diğer şirket, Planetary Resources, ise asteroitlerdeki kaynakların belirlenmesini, ayıklanmasını ve refine edilmesini amaçlamaktadır (Planetary Resources, t. y.). Hatta yakın zamanda, Moon Express şirketi dünyanın uydusu olan aya ait kaynakların madenciliği yapmak amacıyla ilk özel keşif aracını göndermek için FAA'den taşıma yükü konusunda olumlu bir yanıt almıştır (Wall, 2016).

Günümüze kadar gerçekleşen bu gelişmelerden de anlaşılacağı üzere, bugün uzay ekonomisinin ticari bileşeni uydu iletişimleri, yayın ve uzaktan görüntülemeye tutunda karasal altyapı ve bu uyduları destekleyen işgücüne kadar her şeyi kapsamaktadır (The Space Foundation, 2016). Örneğin Google, Facebook, SpaceX ve OneWeb gibi firmalar kendi uydu sistemlerini dünyanın dört bir yanında doğrudan internet bağlantısı sağlamak için kullanmak istemektedirler (Patterson, 2015). Uzaktan görüntüleme teknolojisindeki yenilikler ve teknolojik ilerleme sayesinde, Planet Labs gibi şirketler tarımdan enerji üretimine kadar çeşitli sektörler için dünyamızın uydudan görüntülerini pazarlamaktadırlar (Planet Labs Inc., t. y.). İnsan hakları savunucuları, savaş suçlarını belgelemek için uzaktan görüntülemeye (Friedman, 2016) yararlanarak sahaya gönderilen ekipleri riske atmamış oluyorlar ve ayrıca maliyetleri çok daha düşürebilmektedirler.

Şahısların ve şirketlerin hükümetlerin uydu sistemlerini kullanabilmesiyle artık ekonomik açıdan çok daha fazla fayda sağlanabilmektedir. Aynı zamanda, ulusal navigasyon sistemleri milyarlarca internet kullanıcısı ve milyonlarca sisteme oldukça hassas zamanlama verileri sağlamaktadır (Jewel, 2015). Bu veriler sağlanmadığı takdirde internet ve bulut tabanlı bilgi işlem hizmetleri için olası sorunlar ortaya çıkabilecektir (Hollingham, 2013).

2.3. İlerde karşılaşılabilecek zorluklar

Uzay pazarının büyümesiyle birlikte bu pazarın düzenlenmesi gerektiği konusundaki ilgede artmıştır. Özel şirketlerin binlerce yeni uydu fırlatmak istemesiyle birlikte, ABD hükümeti uzaydaki bu trafiğin en iyi nasıl bir şekilde yönetilebileceğini değerlendirmektedir (Gruss, 2015). Asteroitlerdeki kaynakların madenciliği gibi potansiyel uzay ekonomisinin belirli yönleri, ABD hükümeti ve uluslararası hukuk arasındaki çatışmalardan duyulan endişeyi artırmıştır (Davalos, 2016).

Özellikle Moon Express'in yürütmüş olduğu uzay keşif çalışmalarıyla birlikte bu tür görevlerin düzenlenmesi konusunda hangi kurumun otorite-

te sahibi olması gerektiği ve en iyi yaklaşımın ne olacağı sorusu gündeme gelmektedir. Özel sektör de bu tür görevler başlatıldığında nelere izin verilip verilmeyeceği hala kesinlik kazanmamıştır. Bu sorulara verebileceğimiz yanıtlar uzayın kullanımı ve keşfinde yaşanan güçlükler göz önüne alındığında yetersiz kalmaktadır. Bu güçlüklerin bazıları çevresel olmakla birlikte çoğunlukla tekniksel konularla alakalıdır. Ayrıca mevcut düzenlemeler ve gelecekte uygulanacak yeni düzenlemeler de yaşanan bu güçlüklerden bazılarıdır. Hatta uzay ticaretinin getirmiş olduğu beklide en büyük endişeler içerisinde ulusal güvenlik ve uluslararası ilişkiler konusu yer almaktadır. Uzay ticaretinde yaşanan bu güçlükleri dört genel bölüm şeklinde açıklanmaya çalışılmıştır. Bunlar; uzayın teknik açıdan zorlu ortamı, yasal düzenlemelerle alakalı sınırlamalar, ulusal güvenlik sorunları ve uluslararası anlaşmazlıklardır.

2.3.1. Uzayın Teknik Açıdan Zorlu Ortamı

Dış uzaya erişmek teknik açıdan zorlayıcı ve tehlikeli olabilmektedir. Hatta birçok uzay mekiği programı ölümcül sonuçlar doğurmuş ve birçok insan hayatını kaybetmiştir. 1986 yılında Challenger uzay mekiği 10. görevine çıkmak üzereyken patlayarak altısı astronot ve bir eğitmen ile birlikte yedi katılımcının ölümüne sebebiyet vermiştir. 2003 yılında ise Columbia adlı uzay mekiği ise 28. Görevinde patlaması sonucu yedi kişinin daha hayatını kaybetmesine neden olmuştur (Pinchefsky, 2012).

Uzayın ticari sektöründe de kazalar görülmektedir. 2014 yılında Virgin Galactic'e ait SpaceShip Two'nun dağılması sonucunda pilot yaralı olarak kurtulurken yardımcı pilot hayatını kaybetmiştir (Spaceref, 2015). Haziran, 2015'te SpaceX'in Falcon Roketlerinden biri fırlatma sırasında patlayarak ISS'ye ait taşıdığı bir yükü yok etti (Wall, Spaceflight, 2015). Aynı firma 1 Eylül 2016'da, rutin bir fırlatma testinde, roketin patlaması sonucu rokette bulunan Facebook'un Afrika'nın bazı bölgelerine internet sağlamayı planladığı uyduyu yok etmiştir (bbc.com, 2016).

Görüldüğü üzere roketlerin fırlatılmasında birçok güçlükle karşılaşmaktadır ancak bazı şirketler teknik olarak daha zor olmasına rağmen fırlatma sistemleri için kullanılan güçlendiricileri yeniden kullanmaya başlamışlardır. Hem Blue Origin hem de SpaceX firmaları fırlatmadan sonra güçlendiricileri tekrar kullanılmak üzere geri getirebileceklerini göstermiş oldular ve böylelikle fırlatma maliyetlerini düşürmeyi amaçlamaktadırlar (Malik, 2016; Wall, 2016).

Bir roketi yeniden kullanabilmek başarılmış olsa bile hala beraberinde bazı riskleri taşımaktadır. Bu yeniden kullanılabilir sistemlerin tam olarak güvenli olduğu kanıtlanana kadar, müşteriler ve yasa düzenleyiciler bu konuda ihtiyatlı davranmaktadırlar (Masugana, 2016). Ayrıca bu tarz yeni teknolojiler ve daha karmaşık sistemler yüksek sigorta oranlarına da sebebiyet vermektedir. Öyle ki uzay sigortacıları şimdiden bu oranların artmasını bekledikleri

konusunda uyarılarda bulunmaktadır (Selding, 2016). Bu tür kaygılar devam ettiği sürece hükümete ait yüklerin ve astronotların fırlatılabilmesi için daha sıkı kontroller gerektirebilmektedir.

Uzayda karşılaşılan güçlükler bunlarla sınırlı kalmamaktadır. Uzaydaki tozdan tutunda radyasyona kadar bir çok güçlük dolayısıyla uzay ortamı oldukça zorlayıcı olmaktadır. Asteroid mandenciliğinden keşif görevlerine kadar faaliyette bulunmak isteyen ve bu amaçla yörünge ötesine gitmek isteyen şirketlerin olması bu durumu daha da zorlaştırmaktadır. Bu ticari şirketler uzayda ne kadar çok ileriye giderlerse o kadar çok beklenmedik problemlerle uğraşmak zorunda kalacaklarıdır. Yörüngede faaliyet göstermeye odaklanmış şirketler için ise en teknik problem uzaydaki enkaz yığını olmaktadır.

Yörüngedeki bu enkaz yığını giderek bir teknik sorun haline gelmektedir. Uzayda faaliyet göstermek isteyen hükümetlerin ve özel şirketlerin sayısı arttıkça, yörüngedeki bu enkaz miktarıda artacaktır. (Kaşıkçı, 2017), çapı 1 cm'den büyük olan 750 bin, çapı 1 mm'den büyük olan 166 milyon adet cisimin dolanmakta olduğunu ve bu cisimlerin pek çoğunun günümüzde herhangi bir işlevinin bulunmadığını hatta kontrol altında olmadığını ifade etmektedir.

Enkaz sorunu giderek büyümektedir ve uzay araçları için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Bu sorunun çözülebilmesi için kazayla gerçekleşen çarpışma riskleri azaltılabilir veya yörüngedeki bu enkazı temizlemek için yenilikçi teknolojiler üretilebilir. Hangi yaklaşım tercih edilirse edilsin şuan olduğundan daha fazla bir küresel işbirliğine ihtiyaç duyulmaktadır.

2.3.2. Yasal Düzenlemelerle Alakalı Sınırlamalar

Mevcut düzenlemeler, dünya atmosferini terk eden veya giren sistemlere ve yörüngedeki uyduların kabiliyetlerine odaklanmaktadır. Bu düzenleyici yapı, bir şekilde bir birinden ayrılmamış birçok devlet kurumunu kapsamaktadır. Yörüngeye uydu ya da uzay istasyonu yerleştirmek gibi tek seferlik uzay mekiği operasyonları her ne kadar iş görüyor olsa da her geçen gün uzay ekonomisine özel sektörden yeni aktörlerin girmesiyle birlikte yetersiz hale gelmeye başlamıştır.

Uzayın sunmuş olduğu bu yeni kullanımları, bazı yeni yönetmeliklerin oluşturulmasını zorunlu kılmaktadır. Hali hazırda uzaktan görüntüleme teknolojisi gibi gelişmelerle alakalı düzenlemeler olduğu gibi gelişmekte olan bazı alanlarla ilgili de yeni düzenlemeler yürürlüğe girecektir.

Hem yörüngede hem de yörünge ötesinde insan seyahati düzenleme yapılması gereken ilgi çekici alanlardan biri olacaktır. Uzay turizminin gerçekleşmesi durumunda deneysel görevlerden ziyade daha çok atmosferik uçaklar ve gemiler gibi bazı uzay yolculuğu türleri ortaya çıkabilir. Eğer uzay turizmi beklenenin ötesinde bir gelişme gösterirse bu alanda bazı düzenlemeler yapılması zorunlu hale gelecektir.

Uzay turizmi konusu hala endüstrideki tazeliğini koruduğundan insanların böyle bir seyahati gerçekleştirmeden önce kendilerinden bilgilendirilmiş bir onay alınması gerektiği tartışılmaktadır. Bu düşüncenin olgunlaşmasının altında yatan haklı gerekçeler bulunmaktadır (MacCallum, 2016);

- Mevcut sistem üzerinde hala inovasyonlar ve çalışmalara yapılmaktadır.
- İnsanlı uzay sektörü hala ilk evrelerinde ve bu nedenle de katı düzenlemelerden korunması gerekmektedir.
- İnsanlı uzay sektörü tek yönlü bir sektör değildir dolayısıyla yüksek irtifa balonları kullanımı gibi daha yeni sistemler üzerine çalışılmaktadır.
- Yörünge içi seyahat ve yörünge dışı seyahat arasında belirgin farklılıklar vardır.

Türkiye’de de uzay sektörüyle ilgili düzenlemeler yapılması konusunda çalışmalar yapılmaktadır. Yakın zamanda Türkiye uzay ajansı kurulması ve uzaya yönelik faaliyetlerin düzenlenmesi hakkında kanun tasarısı, TBMM başkanlığına sunuldu. Bu tasarının amacı, Türkiye’nin uzay ve havacılık teknolojileri alanında temel politika ve stratejilerin belirlenmesi, uygulanması, dışa bağımlı olmayan rekabetçi sanayinin geliştirilmesi, toplumun refahı ve milli menfaatleri doğrultusunda uzay teknolojilerinin kullanımının yaygınlaştırılması ve bu alandaki bilimsel ve teknolojik altyapı ve insan kaynaklarının geliştirilmesi ve kapasite ve yeteneklerin artırılmasıdır. (milliyet.com, 2017).

Uzayı kullanma ve keşfetme ile ilgili yasalar şüphesiz ki uzayın önemli iki unsuru olan ulusal güvenlik ve uluslararası ilişkiler ile şekillenecektir. Ülkeler artık askeri kabiliyetlerini güçlendirmek için büyük ölçüde uzaya güvenmektedir. Silahlı kuvvetler, güvenlik rejimleri ve etik kurallar uzaydaki ticaretin şekillenmesinde önemli rol oynayacaktır.

2.3.3. Ulusal Güvenlik Sorunları

Ulusal güvenlik uzay için oldukça önem arz etmektedir. Nükleer komuta ve kontrol cihazları, askeri ve istihbarat gözetimi ve ulusal güvenlik iletişimi için uyduların kullanılması bu önemin sebeplerinden bir kaçıdır. Öyle ki uzay artık ulusal güvenlik açısından eskisinden daha tartışmalı ve tehlikeli bir ortam haline gelmektedir (Billings, 2015) hatta üst düzey savunma alanı uzmanlarına göre uzay artık kutsal bir alan olmaktan çıkmaktadır (Marshall Jr., 2015). Eğer bu ön görüler gerçekleşirse, uzay endüstrisi giderek daha tehlikeli bir hal alacak ve sıkı bir şekilde kontrolü sağlanacaktır.

Uzayda faaliyet göstermek isteyen aktörlerin sayısının artması, uzayın giderek kalabalıklaşması ve uzay ticaretinin ulusal güvenlik hizmetlerine duyulan ihtiyaç gibi unsurlar uzay ticaretinin güvenlik endişelerini artırmakta-

dır. Sürekli olarak uzaya araç gönderen ülkelerin ve şirketlerin sayısının artması uzayda daha fazla uydu olması demektir. Bunun neticesinde bir uyduya ya da sisteme gerçekleştirilecek bir saldırıyı önlemek için alınacak tedbirler bir zorunluluk haline gelmektedir.

Tüm bu tedbirler alınmasına rağmen dünyanın yörüngesini saran binlerce uyduyu takip edebilmek oldukça zorlaşmaktadır. Özellikle hangi uydunun kime ait olduğu, özel bir uydumu yoksa hükümete ait bir uydumu bunun ayrımını da yapmak güçleşmektedir dolayısıyla herhangi bir saldırıya anında karşılık vermek oldukça zordur. Rus bilgisayar korsanlarının oluşturduğu bir hacker grubunun siber espionaj operasyonları için ticari amaçlı kullanılan uyduları hacklemeleri buna gösterebileceğimiz örneklerden bir tanesidir. Rus hackerler gerçekleştirdikleri diğer siber operasyonların takip edilmemesi için uyduları kumanda ve kontrol sunucusu olarak kullanarak kolluk güçlerinden saklanmayı başarmışlardır (Varlık, 2015).

Uzaydaki bu tür güvenlik zafiyetleri uzay ticaretinin gelişmesini etkilemektedir. Güvenlik açısından duyulan endişelerin neticesinde uzayda faaliyet göstereceklerin lisans alabilmesi konusunda kısıtlamalar uygulanabilir. Bundan dolayı uzayda söz sahibi ülkeler güvenlik zafiyetlerinin artması durumunda uzayı askeri ve istihbarat amaçlı kullanımın dışındaki özel teşebbüsler için daha ihtiyatlı davranacaklardır. Uzayda faaliyet gösteren şirketler uzayda artabilecek bu türden gerilimlere dikkat çekerek uzay endüstrisinin önünün açılması konusunda ileri adım atabilirler ancak bu aynı zamanda uluslararası ilişkileri de etkileyecektir.

2.3.4. Uluslararası Anlaşmazlıklar

Uzay yüzyıllar boyunca gizemini koruyarak insanlığın her zaman ilgisi- ni çekmiştir. Asırlardır uzaya dair edinilen bilgilerin ışığında bugün insanlık bu gizemi ortadan kaldırmak adına uzay çalışmalarına hızla devam etmektedir. Uzay araştırmaları konusunda iki büyük ülke olan ABD ve Rusya bu alanda önemli atılımlarda bulunmuşlardır. 1970'lerde başlatılan ve son uçuşunu 2011'de gerçekleştirdikten sonra emekliye ayrılan Uzay Mekiği programı sonrası Rus yapımı Soyuz'la uzaya insan taşıyan ABD, uzay araştırmalarında Rusya ile göbek bağına yavaş yavaş kopartmaya başlamıştır. ABD'nin bu tutumunun altında yatan en büyük sebeplerden biri tamamı ABD yapımı uzay araçlarıyla uçuşlar gerçekleştirebilecek gelişmelere imza atıyor olmasıdır (Bloomberg International, 2017).

Özel şirketlerin uzayda faaliyet göstermek istemesiyle beraber, ABD'nin Rusya'ya olan bağlılığı her geçen gün azalmaktadır. Rusya ile ABD arasında gerginliğe yol açan Doğu Ukrayna anlaşmazlığı ABD'nin Rusya'ya kapsamlı yaptırım uygulamasına sebep olmuştur. Bu anlaşmazlığın etkisiyle Amerikan Kongresi'nde çoğunluğa sahip olan Cumhuriyetçi Parti NASA bütçesine talep edilenden çok daha az ek kaynak ayrılmasını istemiştir (Deutsche Welle, 2015).

Amerikan Havacılık ve Uzay Dairesi'nin (NASA) Uluslararası Uzay İstasyonu'nun (UUI) faaliyetlerini 5 yıl daha uzatma teklifini Avrupa Uzay Ajansı'nın (ESA) karara bağlayamaması bir başka anlaşmazlık örneğidir. Uzay istasyonuna 2015'e dek destek taahhüdü bulunan ve istasyonun faaliyet giderlerinin yüzde 8'inden biraz fazla bir kısmını karşılayan ESA, ajans üyesi ülkelerin hükümetlerinin Mart ayında yapacakları toplantıdan önce UUI'nin operasyonlarının 2020'ye dek uzatılması yönünde bir karar alınmayacağını belirtmiştir (Teknoport, 2010).

Dış uzay ticaretinin geleceği düşünüldüğü takdirde uluslararası bu tarz anlaşmazlıkların ortadan kaldırılması gerekmektedir. Uzayda faaliyette bulunacak herkesin bu noktada üzerine düşen sorumluluğu yerine getirmesi ile riye dönük sağlam adımların atılabilmesi için önem arz etmektedir.

2.4. Dikkate alınması gereken öneriler

Dış uzay ticaretinin sürekli olarak büyümesi tamamen ileride hükümetlerin nasıl örgütleneceğine, kendi uzay ticaretlerini nasıl yapacaklarına ve özel sektördeki aktörleri nasıl teşvik edeceklerine dayanmaktadır. Bu yeni gelişmekte olan ve giderek önem kazanan endüstrinin tanımında hükümetlere, politikacılara, yasa koyuculara ve daha birçok kurum ve kuruluşa ciddi görevler düşmektedir.

Uzayda karşılaşılabilecek zorlukların yanı sıra uzayın ticarileşmesinin geleceği ile ilgili temel sorunlardan biri, hükümetlerin uzaya dair beklenen değişiklikleri yönetmek için nasıl örgütleneceği konusunda bir sisteme sahip olmamalarıdır. Bu sistemin zayıf ya da güçlü kılınması gelecekteki kararların nasıl alınacağını şekillendirecektir. Bu kapsamda yapılması gerekenler;

- Uzay ajanslarının kurulması ve geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- Uzayın ticarileştirilmesi konusunda farkındalığın artırılması gerekmektedir.
- Uzaya araçların gönderilmesi için kurulan istasyonların sayısının artırılmalı ve geliştirilmeli
- Bu fırlatma istasyonlarının yanı sıra iletişim ve uzaktan görüntüleme araçları da geliştirilmeli
- Hükümetlerin uzay ticaretini nasıl gerçekleştireceği konusunda çalışmalar yapılmalı

Bu öneriler gelecekte ortaya çıkacak sorunlara göre değişiklik gösterecektir. Uzayın ticarileştirilmesiyle ilgili olarak hükümetlerin mutlaka izlediği bir takım politikalar mevcuttur ve bu tür önerilerin de dikkate alındığı düşünülmektedir.

3. UZAY TAŞIMACILIĞI HUKUKU VE POLİTİKASI

Hem bağımsız hem de işbirliği içinde hareket eden ulusal hükümetler, sorumluluk vermek ve uzay taşımacılığı da dahil olmak üzere uzay faaliyetleri için yön ve hesap verebilirlik sağlamak için yasalar ve ilkeler geliştirirler. ABD hükümeti ayrıca uzay taşımacılığı operasyonları için işbirliği ve en iyi uygulamaları geliştirmek ve ilerletmek için diğer ülkelerle birlikte çalışmaktadır. Bu bölüm, imzacıların uzay faaliyetleri için küresel bir çerçeve sunan uluslararası anlaşmaları ve ABD'deki uzay faaliyetlerini özellikle yöneten ABD yasaları ve politikalarını kısaca açıklamaktadır.

3.1. Uluslararası Anlaşmalar

Dış uzay hukuk rejiminin temel aracı, 1967 Ay ve Diğer Göksel Yapılar ("Dış Uzay Antlaşması" veya "OST" olarak adlandırılır) dahil olmak üzere Dış Uzayın Keşfi ve Kullanımındaki Devletlerin Faaliyetlerini Düzenleyen İlkeler Antlaşması'dır. Birleşmiş Milletler Dış Uzayın Barışçıl Kullanımları Komitesi (UNCOPUOS) tarafından hazırlanan antlaşma, 10 Ekim 1967'de yürürlüğe girmiştir. 31 Aralık 2015 itibarıyla, antlaşmaya 104 devlet imzası bulunmaktadır (unoosa.org, t. y.).

OST, bir dizi müteakip uluslararası antlaşma ve ulusal yasada ayrıntılı olarak ele alınmış ve uygulanmış bir dizi geniş ilke oluşturmuştur. Bu ilkeler şunları içerir:

- Dış uzayın araştırılması ve kullanılması tüm insanlığın çıkarları doğrultusunda fayda sağlaması için sürdürülecektir;
- Dış uzay ve gök cisimleri keşif ve herkes tarafından kullanım için ücretsizdir
- Dış uzay ve gök cisimleri ulusal devletler ait değildir.
- Dış uzayda kitle imha silahlarına izin verilmez;
- Ay ve diğer gök cisimleri sadece barışçıl amaçlar için kullanılabilir;
- Devletler, uzaydaki ulusal faaliyetlerinden sorumlu olacaklardır.
- Devletler, yetki alanlarını ve uzay nesneleri üzerinde kontrolü elinde tutarlar.
- Devletler, dış alanın zararlı kirlenmesini önleyecektir.

OST'yi, Astronotların Kurtarılması, Astronotların Dönüşü ve Dış Uza-ya Fırlatılan Nesnelerin Getirilmesi hakkındaki 1968 Sözleşmesi, 1972 tarihli Uzaydan Kaynaklanan Uluslararası Hasar Sorumluluğuna İlişkin Sözleşme'yi izledi. Uzaya Gönderilen Nesnelerin Kaydına İlişkin 1975 Sözleşmesi Uzay ve Ay'da Devletlerin Faaliyetlerini Düzenleyen 1979 Anlaşması bulunmaktadır.

ABD hükümeti, uzayla ilgili sorumluluklarını birkaç farklı ajans aracılığıyla gerçekleştirmektedir. AST, ABD ticari uzay taşımacılığı endüstrisini düzenlemektedir; ABD özel sektörü tarafından ticari uzay fırlatmaları ve yeniden girişimlerini teşvik eder, kolaylaştırır ve teşvik eder; Federal tüzüklerde, sözleşmelerde, yönetmeliklerde, politikalarda, planlarda uygun değişiklikleri önerir, ve prosedürler; ve ABD uzay taşımacılığı altyapısının güçlendirilmesini ve genişlemesini kolaylaştırır. Ulusal Okyanus ve Atmosfer İdaresi (NOAA), uzaktan algılama uydularını (ABD Karada Uzaktan Algılama Politikası Yasası kapsamında) kullanmayı amaçlayan ABD merkezli non-federal kuruluşlara lisans vermekten sorumludur. Federal İletişim Komisyonu (FCC), lisanslanacak radyo iletişimi kullanan federal olmayan uyduların operatörlerini gerektirir. 1976 Silah İhracatı Kontrol Yasası'nın hükümleri, Amerika Birleşik Devletleri Mühimmat Listesi (USML) tarafından yönetilen savunma ve ilgili teknolojilerin ve hizmetlerin ihracatını ve ithalatını kontrol eden Uluslararası Silah Harekât Yönetmeliği (ITAR) kapsamında uygulanmaktadır. Bazı uzay donanımı içeren Devlet Departmanı. ITAR'a ek olarak, Ticaret Bakanlığı tarafından yönetilen Ticari Kontrol Listesi'ni (CCL) içeren İhracat Yönetimi Yönetmelikleri (EAR) bulunmaktadır.

3.2. ABD Hukuku ve Politikası

1984 Ticari Uzay Fırlatma Yasası

1984 tarihli Ticari Uzay Fırlatma Yasası (CSLA), 51 U.S.C'de tadil edilmiş ve yeniden düzenlenmiştir. 50901-50923 sayılı ABD Patenti, ABD vatan-daşı ya da ABD sınırları içinde gerçekleştirildiğinde, fırlatma ve yeniden giriş araçlarının fırlatmalarını ve yeniden girişlerini denetlemek ve düzenlemek için DOT'a ve delegasyon yoluyla AST'ye yetki verir (wikipedia.org, t. y.).

ABD Ticari Uzay Fırlatma Rekabet Yasası

2015 FY döneminde, ABD Kongresi'nin her iki evi de ticari alan faaliyetlerine odaklanmış sözleşmeler sunuldu. Bir uzlaşma sözleşmesi olan ABD Ticari Uzay Fırlatma Rekabet Yasası (CSLCA), 25 Kasım 2015 tarihinde Başkan Barack Obama tarafından kabul edildi ve imzalandı (congress.gov, t. y.).

AST Danışma Belgeleri, Yönergeleri ve El Kitapları

Kılavuz belgeler, belirli FAA yönetmeliklerine uyulmasına yardımcı olmak için bilgi sağlamaktadır. Ticari uzay taşımacılığı güvenliği ve diğer düzenleyici konularla ilgili Danışmanlık Genelgesi, kılavuzlar, el kitapları ve örnek uygulamaları içermektedir.

2010 Ulusal Uzay Politikası

Ulusal Uzay Politikası, Başkanın ülkenin uzay faaliyetleri için yönünü ifade eder. Genel olarak, tüm ulusların barışçıl amaçlarla mekâna erişme, kullanma ve keşfetme haklarını tanır; uzay bilimleri ve keşif, yer bilimleri

ve uzay gözetimi alanlarında uluslararası işbirliğini teşvik eder; açıklık ve şeffaflığı vurgular (gps.gov, 2021b).

2013 Ulusal Uzay Taşımacılığı Politikası

Beyaz Saray, 21 Kasım 2013 tarihinde, 2004 ABD Uzayını güncelleyen ve değiştiren 2013 Ulusal Uzay Taşımacılığı Politikası'nı yayınladı. Ulaştırma Politikası Ticari ve devletsel uzay ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi ve kullanımı konusunda federal birimlere ve ajanslara rehberlik sağlamaktadır (Nasa, t.y.).

Ulusal Uzay Konseyi

Başkan George H. W. Bush, 1989 yılında İcra Emri'ni imzaladığı 1989 yılında Ulusal Uzay Konseyi'ni kurdu. Sadece birkaç yıl sonra, konsey dağıtılmıştı (ancak ortaya çıkmadı) ve işlevleri Ulusal Bilim ve Teknoloji Konseyi'ne kaydırıldı. Haziran 2017'de Başkan Donald Trump, Ulusal Uzay Konseyi'ni dirilterek 13803 sayılı İcra Kararını imzaladı. Konsey, ekim ayında ilk defa halk için televizyonda bir araya geldi. Amerika'nın uzayda oynadığı rolün geleceğini düşündüğü için çeşitli hükümet, endüstri ve akademik uzmanlardan geri bildirim aldı (whitehouse.gov, t.y.).

4. SONUÇ DEĞERLENDİRME

Önümüzdeki dönemde yasal, düzenleyici ve uluslararası zorlukların yaşanacağı şimdiden öngörülmektedir, ancak herhangi bir endişeye kapılmamalıyız, zira bu konuda çalışmaların yapıldığı bilinmektedir. Yatırım yapmak ve daha fazla yeniliği teşvik etmek için kesinliği ve hesap verebilirliği sağlamak için net bir düzenleyici çerçeve oluşturulması gerekmektedir. Ulusal güvenlik kaygıları, uzay-temel çatışmasının endişesi, bu gelişmekte olan pazarın temelini oluşturduğu için büyük önem taşımaktadır.

Yerküre yakın yörünge rekabetinin uluslararası etkileri, ticari fırlatma sağlayıcıları, mekana dayalı hizmet firmaları ve belki de en önemlisi ulus devletler arasında daha fazla işbirliğini gerektirmektedir. Şu anda ihtiyaç duyulan şey, tüm dünyada hükümetler, kar amacı gütmeyen kuruluşlar ve özel müteşebbisler arasında ciddi ve kararlı bir ortaklık kurulmasıdır.

Büyüyen ve güçlü bir ticari alan ekonomisine sahip olan uzay, ekonomik büyümeyi kolaylaştıracak ve ulusal güvenliği güvence altına alacaktır. Rekabetçi ticari uzay sektöründe yeniliği teşvik eden aynı teşvikler, zamanla maliyetleri düşürecek ve güvenlik alanı sistemlerinin kapasitesini artıracaktır. Ucuz fırlatma hizmetleri, Dünya'nın yörüngesini ve daha fazlasını, daha büyük pazarlara, hevesli girişimcilere ve yeni mucitlere açabilir. Bu hizmetler, hükümetlerin yörüngede daha esnek bir savunma ağı oluşturmaya ve gerektiğinde hızlı bir şekilde yeniden oluşturulmasına izin verebilir.

KAYNAKÇA

- bbc.com. (2016, 09 01). *SpaceX roketi deneme ateşlemesi sırasında patladı*. Mayıs 08, 2022 tarihinde [www.bbc.com: https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-37252532](https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-37252532) adresinden erişildi.
- Betancourt, M. (2016, Haziran 20). *airspacemag.com*. Nisan 11, 2022 tarihinde Rise of the CubeSats: <https://www.airspacemag.com/space/rise-cube-sats-180957827/?no-ist> adresinden erişildi.
- bigelow aerospace. (t.y.). *who we are*. Nisan 14, 2022 tarihinde [bigelow aerospace.com: http://bigelow aerospace.com/pages/whoweare/](http://bigelow aerospace.com/pages/whoweare/) adresinden erişildi.
- Billings, L. (2015, Ağustos 10). *War in Space May Be Closer Than Ever*. Mayıs 10, 2022 tarihinde [www.scientificamerican.com: https://www.scientificamerican.com/article/war-in-space-may-be-closer-than-ever/](http://www.scientificamerican.com/article/war-in-space-may-be-closer-than-ever/) adresinden erişildi.
- Bloomberg International. (2017, Ekim 15). *Uzaydaki ABD-Rusya işbirliği bitiyor mu?* Mayıs 10, 2022 tarihinde [www.businessht.com.tr: http://www.businessht.com.tr/teknoloji/haber/1673547-uzaydaki-abd-rusya-isbirligi-bitiyor-mu](http://www.businessht.com.tr/teknoloji/haber/1673547-uzaydaki-abd-rusya-isbirligi-bitiyor-mu) adresinden erişildi.
- congress.gov. (t. y.). *U.S. Commercial Space Launch Competitiveness Act*. Mayıs 5, 2022 tarihinde <https://www.congress.gov/bill/114th-congress/house-bill/2262/text> adresinden erişildi.
- Davalos, J. (2016). International Standards in Regulating Space Travel: Clarifying Ambiguities in the Commercial Era of Outer Space. *Emory International Law Review*, 598-622.
- Deutsche Welle. (2015, Ağustos 06). *Astronotları uzaya Ruslar taşıyacak*. Mayıs 10, 2022 tarihinde [www.dw.com: http://www.dw.com/tr/astronotlar%C4%B1-uzaya-ruslar-ta%C5%9F%C4%B1-yacak/a-18631416](http://www.dw.com/tr/astronotlar%C4%B1-uzaya-ruslar-ta%C5%9F%C4%B1-yacak/a-18631416) adresinden erişildi.
- Doko, E. (2017, Aralık 12). *Uzay maceramızın kırılma noktaları*. 4 Eylül, 2022 tarihinde Bilimoloji: <http://bilimoloji.com/uzay-maceramizin-kirilma-noktalari/> adresinden erişildi.
- Friedman, U. (2016, Şubat 11). *What War Crimes Look Like From Space*. Mayıs 05, 2022 tarihinde [www.theatlantic.com: https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/02/satellites-human-rights-space-nigeria/385063/](https://www.theatlantic.com/international/archive/2015/02/satellites-human-rights-space-nigeria/385063/) adresinden erişildi.
- Gokturkharita. (2016, Şubat 12). *Gps'in Kullanım Alanları Nelerdir?* 4 Kasım, 2022 tarihinde [gokturkharita.com: http://gokturkharita.com/ders_notlari/gps_in_kullanım_alanlari_nelerdir.pdf](http://gokturkharita.com/ders_notlari/gps_in_kullanım_alanlari_nelerdir.pdf) adresinden erişildi.
- gps.gov. (2021a, Mayıs 24). *Selective Availability*. 4 Eylül, 2022 tarihinde <https://www.gps.gov/systems/gps/modernization/sa/> adresinden erişildi.
- gps.gov. (2021b, Mayıs 24). *National Space Policy*. 4 Eylül, 2022 tarihinde <https://www.gps.gov/policy/docs/2010/> adresinden erişildi.

- Gruss, M. (2015, Aralık 03). *Washington Weighs an FAA Role in Managing Space Traffic*. Mayıs 07, 2022 tarihinde spacenews.com: <http://spacenews.com/might-the-faa-inherit-the-space-traffic-management-role/> adresinden erişildi.
- Hollingham, R. (2013, Haziran 10). *What would happen if all satellites stopped working?* Mayıs 07, 2022 tarihinde bbc.com: <http://www.bbc.com/future/story/20130609-the-day-without-satellites> adresinden erişildi.
- Humboldt. (t.y.). *History of Remote Sensing*. 4 Kasım, 2022 tarihinde http://gsp.humboldt.edu/olm/Courses/GSP_216/online/lesson1/history.html adresinden erişildi.
- Jewel, D. (2015, Haziran 10). *The Internet of Everything: It's All in the Timing*. Mayıs 07, 2022 tarihinde gpsworld.com: <http://gpsworld.com/the-internet-of-everything-its-all-in-the-timing/> adresinden erişildi.
- Kaşıkcı, E. (2017, Nisan 22). *Korkulan Son Gelir mi? Dünya Yörüngesindeki Uzay Enkazı Miktarı Tehlikeli Boyutlara Çıktı!* Mayıs 09, 2022 tarihinde www.onedio.com: <https://onedio.com/haber/korkulan-son-gelir-mi-dunya-yorungesindeki-uzay-enkazi-miktari-tehlikeli-boyutlara-cikti-767525> adresinden erişildi.
- Kramer, S., & Mosher, D. (2016, Temmuz 20). *Here's how much money it actually costs to launch stuff into space*. 4 Kasım, 2022 tarihinde businessinsider.com: <http://www.businessinsider.com/spacex-rocket-cargo-price-by-weight-2016-6/#70-mice-at-least-29860-2> adresinden erişildi.
- Malik, T. (2016, Temmuz 19). *Blue Origin Aces 4th Reusable Rocket Launch (and Landing) in Live Webcast*. Mayıs 08, 2022 tarihinde www.space.com: <https://www.space.com/33214-blue-origin-lands-reusable-rocket-4th-time-webcast.html> adresinden erişildi.
- Marshall Jr., T. C. (2015, Mart 26). *Officials: Space no Longer a Sanctuary; Sequester a Threat*. Mayıs 10, 2022 tarihinde /www.defense.gov: <https://www.defense.gov/News/Article/Article/604366/> adresinden erişildi.
- Masugana, S. (2016, Haziran 03). *Rocket science? Check. But can SpaceX get through insurance hurdles?* Mayıs 09, 2022 tarihinde www.latimes.com: <http://www.latimes.com/business/la-fi-spacex-insurers-20160603-snap-story.html> adresinden erişildi.
- milliyet.com. (2017, Şubat 25). *Türkiye Uzay Ajansı kanun tasarısı TBMM'de*. Mayıs 10, 2022 tarihinde www.milliyet.com.tr: <http://www.milliyet.com.tr/turkiye-uzay-ajansi-kanun-tasarisi-teknoloji-haber-2402939/> adresinden erişildi.
- Nasa. (t.y.). *Nasa Spinoff*. 4 Kasım, 2022 tarihinde spinoff.nasa.gov: <https://spinoff.nasa.gov/> adresinden erişildi.
- Nasa. (t.y.). *Policy Documents*. 5 Aralık, 2022 tarihinde <https://www.nasa.gov/offices/olia/policydocs/index.html> adresinden erişildi.
- Patterson, T. (2015, Kasım 9). *Google, Facebook, SpaceX, OneWeb plan to beam Internet everywhere*. Mayıs 5, 2022 tarihinde cnn.com: <https://edition.cnn.com/2015/10/30/tech/pioneers-google-facebook-spacex-oneweb-satelli>

te-drone-balloon-internet/ adresinden erişildi.

Pinchefskey, C. (2012, Nisan 18). *5 Horrifying Facts You Didn't Know About the Space Shuttle*. 05 07, 2022 tarihinde [www.forbes.com: https://www.forbes.com/sites/carolpinchefskey/2012/04/18/5-horrifying-facts-you-didnt-know-about-the-space-shuttle/#445b3ca9f9d4](https://www.forbes.com/sites/carolpinchefskey/2012/04/18/5-horrifying-facts-you-didnt-know-about-the-space-shuttle/#445b3ca9f9d4) adresinden erişildi.

Planet Labs Inc. (t.y.). *Access your planet today*. Mayıs 5, 2022 tarihinde [www.planet.com: https://www.planet.com/markets/](http://www.planet.com/markets/) adresinden erişildi.

Planetary Resources. (t.y.). *Planetary Resources*. Mayıs 05, 2022 tarihinde https://en.wikipedia.org/wiki/Planetary_Resources adresinden erişildi.

Selding, P. B. (2016, Ekim 10). *Space insurers warn that current low rates are not sustainable*. Mayıs 09, 2022 tarihinde [spacenews.com: http://spacenews.com/space-insurers-warn-that-current-low-rates-are-not-sustainable/](http://spacenews.com/space-insurers-warn-that-current-low-rates-are-not-sustainable/) adresinden erişildi.

Smith, P. (2015, Nisan 14). *aerocommetals.co.uk*. Nisan 14, 2022 tarihinde Fact File: The Importance of Military Satellites: <http://aerocommetals.co.uk/blog/post?s=2015-04-14-fact-file-the-importance-of-military-satellites> adresinden erişildi

Spacefoundation.org. (t.y.). *Space Foundation Releases the Space Report 2022 Q2 Showing Growth of Global Space Economy*. Kasım 06, 2022 tarihinde <https://www.spacefoundation.org/2022/07/27/the-space-report-2022-q2/> adresinden erişildi.

spacex.com. (t.y.). *company*. Nisan 14, 2022 tarihinde [spacex.com: http://www.spacex.com/about](http://www.spacex.com/about) adresinden erişildi.

Spaceref. (2015, Temmuz 28). *NTSB: Commercial Space Launch Accident – SpaceShip-Two, Opening Statement*. Mayıs 07, 2022 tarihinde Spaceref: <https://spaceref.com/press-release/ntsb-commercial-space-launch-accident-spaceshiptwo-opening-statement/> adresinden erişildi.

Teknoport. (2010, Aralık 30). *NASA ile ESA arasında anlaşmazlık*. Mayıs 10, 2022 tarihinde [www.teknoport.com.tr: http://www.teknoport.com.tr/2010/12/30/nasa-ile-esa-arasinda-anlasmazlik/](http://www.teknoport.com.tr) adresinden erişildi.

The Space Foundation. (2016). *The Space Report: 2016*. 4 Kasım, 2022 tarihinde Spacestarters: <https://www.spacestarters.com/pdf/TheSpaceReport-2016-OVERVIEW.pdf> adresinden erişildi.

thespaceshipcompany. (2005, Temmuz 27). *the spaceship company announced*. Nisan 14, 2022 tarihinde [thespaceshipcompany: http://thespaceshipcompany.com/the-spaceship-company-announced/](http://thespaceshipcompany.com/the-spaceship-company-announced/) adresinden erişildi.

United Nations Publication. (2002, Ekim). *United Nations Treaties and Principles on Outer Space*. Nisan 14, 2022 tarihinde [unoosa.org: http://www.unoosa.org/pdf/publications/STSPACE11E.pdf](http://www.unoosa.org/pdf/publications/STSPACE11E.pdf) adresinden erişildi.

unoosa.org. (t.y.). *Treaty on Principles Governing the Activities of States in the Exploration and Use of Outer Space, including the Moon and Other Celestial Bodies*.

Nisan 14, 202 tarihinde United Nations Office for Outer Space Affairs: <https://www.unoosa.org/oosa/en/ourwork/spacelaw/treaties/introouterspacetreaty.html> adresinden erişildi

U.S. Department of State. (1967, Ocak 27). *Treaty on Principles Governing the Activities of States in the Exploration and Use of Outer Space, Including the Moon and Other Celestial Bodies*. Nisan 14, 2012 tarihinde state.gov: <https://www.state.gov/t/isn/5181.htm#signatory> adresinden erişildi.

Varlık, E. (2015, Ekim 23). *Rus Hackerlar Uydudan Casusluk Yapmış*. Mayıs 10, 2022 tarihinde www.siberbulten.com: <https://siberbulten.com/strateji-guvenlik/rus-hackerlar-uydudan-casusluk-yapmis/> adresinden erişildi.

Wall, M. (2015, Temmuz 20). *SpaceX Rocket Explosion Likely Caused by Faulty Strut, Elon Musk Says*. 05 07, 2022 tarihinde www.space.com: <https://www.space.com/29994-spacex-rocket-explosion-cause-faulty-strut.html> adresinden erişildi.

Wall, M. (2016, Ağustos 3). *Moon Express Approved for Private Lunar Landing in 2017, a Space First*. Mayıs 5, 2022 tarihinde [Space.com](http://www.space.com): <https://www.space.com/33632-moon-express-private-lunar-landing-approval.html> adresinden erişildi.

Whitehouse.org (t.y.). *National Space Council*. 5 Aralık, 2022 tarihinde <https://www.whitehouse.gov/spacecouncil/> adresinden erişildi.

wikipedia.org. (t. y.). *Commercial Space Launch Act of 1984*. 4 Eylül, 2022 https://en.wikipedia.org/wiki/Commercial_Space_Launch_Act_of_1984 adresinden erişildi.

Whalen, D. J. (2010, Kasım 30). *Communications Satellites: Making the Global Village Possible*. 4 Eylül, 2022 tarihinde <https://history.nasa.gov/satcomhistory.html> adresinden erişildi.