# İKTİSADİ VE İDARİ

## BİLİMLERDE ULUSLARARASI ARAŞTIRMA VE DERLEMELER

*Mart 2023*

**EDİTÖRLER**
**DOÇ. DR. MUSTAFA METE**
**DR. ÖĞR. ÜYESİ ERHAN AKARDENİZ**

SERÜVEN YAYINEVİ

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

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

**Birinci Basım / First Edition** • © Mart 2023

**ISBN** • 978-625-6399-80-8

**© 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

# İktisadi ve İdari Bilimlerde Uluslararası Araştırma ve Derlemeler

**Mart 2023**

Editörler

Doç. Dr. Mustafa METE
Dr. Öğr. Üyesi Erhan AKARDENİZ

# İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1
REKABET YOĞUN PAZARDA YENİLİKÇİ İŞ MODELLERİNİN KULLANILMASINDA TEKNOLOJİNİN YERİ VE ÖNEMİ
Murat TANIK..... 1

BÖLÜM 2
GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIKLARI ETKİNLİK ÖLÇÜMÜ
Alper OVA ..... 23

BÖLÜM 3
TEDARİKÇİ SEÇİMİ VE ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME
Hazal AKBAL..... 37

BÖLÜM 4
KRİPTO VARLIKLAR VE YATIRIMCILARI KRİPTO VARLIK YATIRIMINDAN UZAK TUTAN FAKTÖRLER
Abdulmuttalip PİLATİN, Önder DİLEK ..... 51

BÖLÜM 5
KAMU ÇALIŞANLARININ ÇEVRE SORUMLULUĞUNA BAĞLI TÜKETİM BİLİNCİ ÜZERİNE BİR İNCELEME
Kübra ECER ..... 69

BÖLÜM 6
BİLGİ ÇAĞINDA ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ
Kaya AĞIN ..... 85

BÖLÜM 7
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA VE YENİLENEBİLİR ENERJİ
Yunus BUDAK..... 105

BÖLÜM 8
TÜRKİYE'NİN ORTA GELİR TUZAĞINDAN ÇIKIŞINDA KAMU TEŞVİK MEKANİZMASININ DAHA ETKİN HALE GETİRİLMESİ İÇİN YAPILMASI GEREKEN HUSUSLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ
Ali SAKLAN ..... 121

BÖLÜM 9
ÖRGÜTSEL ADALET VE ÖRGÜTSEL SESSİZLİK ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA
Meryem GÜL ..... 149

BÖLÜM 10
ÇAĞDAŞ MALİYETLEME YAKLAŞIMLARI: ÜRÜN YAŞAM SEYRİ MALİYETLEME
Önder GÜR ..... 167

BÖLÜM 11
LATİN AMERİKA ÜLKELERİNİN BÖLGESEL- KÜRESEL DEĞER ZİNCİRLERİYLE ENTEGRASYONU
Mehmet Fazıl ÖZKUL ..... 189

BÖLÜM 12
HİLE RİSKİ YÖNETİMİNDE İÇ DENETİMİN ÖNEMİ
Özlem USMAN ..... 205

BÖLÜM 13
ÇİN, ABD VE AB TİCARET POLİTİKALARINDA JEOEKONOMİ TARTIŞMALARI VE YARI İLETKEN ENDÜSTRİSİNİN DURUMU
Gülçin Elif YÜCEL ..... 229

BÖLÜM 14
NFT (NON-FUNGIBLE TOKEN) ÖZELİNDE KRİPTO VARLIKLARIN VERGİLENDİRİLMESİ
İskender Emrah KARAKAŞ ..... 249

BÖLÜM 15
İŞLETME STOKLARINDA YAPILAN HİLELER VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ
Sulhi ESKİ ..... 271

BÖLÜM 16
SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN B CORP SERTİFİKALI MUHASEBE-DENETİM ŞİRKETLERİNİN İNCELENMESİ
Kürşad ÇAVUŞOĞLU ..... 293

BÖLÜM 17
MUTLULUK VE KARBON AYAK İZİ: ÜLKE PERFORMANSLARINA İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME
Demet GEDİZ AYDOĞDU, Gülşah ÖZŞAHİN ..... 315

BÖLÜM 18
TÜRKİYE'DE KREDİ KARTI VE BANKA KARTI KULLANIMININ SEKTÖREL İNCELEMESİ
Halil İbrahim YAVUZ ..... 329

BÖLÜM 19
BİLGİYE DAYALI EKONOMİ ÜZERİNE DEĞERLENDİRME
Zeynep Karaca ..... 347

BÖLÜM 20
İŞLETMELERİN YENİDEN ÜRETİM FALİYETİNE BAKIŞ AÇILARI
İbrahim GÜRLER ..... 357

BÖLÜM 21
HİZMET PAZARLAMASI BAĞLAMINDA HİZMET HATA VE TELAFİLERİNİN GÜNCEL ÖRNEKLERLE İNCELENMESİ
Filiz ASLAN ÇETİN, Emel Hatice OKTAY ..... 373

BÖLÜM 22
KARBON MUHASEBESİ VE ŞİRKETLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLARI İÇERİK ANALİZİ
Seyhan ÖZTÜRK, Osman Nuri AKARSU ..... 391

BÖLÜM 23
UZAKTAN ÇALIŞMANIN GELECEĞİ: ENGELLİLER İÇİN KALICI BİR UYGULAMA OLABİLİR Mİ?
Aykut AYDIN ..... 415

BÖLÜM 24
ZİHNİYET - İDEOLOJİ KARMAŞASINDA DOĞU İKTİSADININ İMKÂNI
Görkem BAHTİYAR ..... 429

BÖLÜM 25
HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNİN ŞEHİR PAZARLAMASINA ETKİSİ: SAFRANBOLU ÖRNEĞİ
Ebubekir IŞIK, Mehmet GÖKERİK ..... 441

BÖLÜM 26
BALKAN ÜLKELERİ VE TÜRKİYE'NİN CRITIC-RAFSI YÖNTEMİ İLE EKONOMİK PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ
Yusuf KAHREMAN ..... 471

BÖLÜM 27
SÖZLEŞMECİ DEVLETLERİN AVRUPA İNSAN HAKLARI MAHKEMESİ KARARLARINI UYGULAMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ
Tarık SÖYLEMİŞ ..... 491

BÖLÜM 28
SAVAŞ EKONOMİSİ VE SAVAŞIN EKONOMİK ETKİLERİ
Esra Sena TÜRKO, Adem TÜRKMEN ..... 509

BÖLÜM 29
ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN HARCAMA EĞİLİMLERİ: DÜZCE ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ
Coşkun ZABUNOĞLU , Cahit AYDEMİR, Abdulaziz SEZER ..... 523

BÖLÜM 30
İLK HALKA ARZLARDA DÜŞÜK FİYATLAMA ÜZERİNE KAPSAMLI BİR LİTERATÜR TARAMASI
Orhan Emre ELMA ..... 539

BÖLÜM 31
TÜRKİYE'DE YOKSULLUK VE MAKRO İKTİSADİ GÖRÜNÜM
Selda Görkey ..... 565

BÖLÜM 32
İZMİR SAĞLIK TURİZMİ YÖNETİMİ
Ali KÖSTEPEN ..... 595

BÖLÜM 33
FİNANSAL GELİŞMİŞLİK İLE FİNANSAL HİZMETLER GÜVEN ENDEKSİ ARASINDA EŞBÜTÜNLEŞME ANALİZİ
Tuncer YILMAZ ..... 613

BÖLÜM 34
TÜRKİYE'DE SERMAYE PİYASALARININ GELİŞİMİ KAPSAMINDA DENETİM TARİHİ
Pınar DALOĞLU ..... 639

BÖLÜM 35
TÜRKİYE'NİN TERÖR ÖRGÜTÜ PYD/YPG İLE MÜCADELESİ
Serpil GÜDÜL ..... 653

# BÖLÜM 1

## REKABET YOĞUN PAZARDA YENİLİKÇİ İŞ MODELLERİNİN KULLANILMASINDA TEKNOLOJİNİN YERİ VE ÖNEMİ

*Murat TANIK*[1]

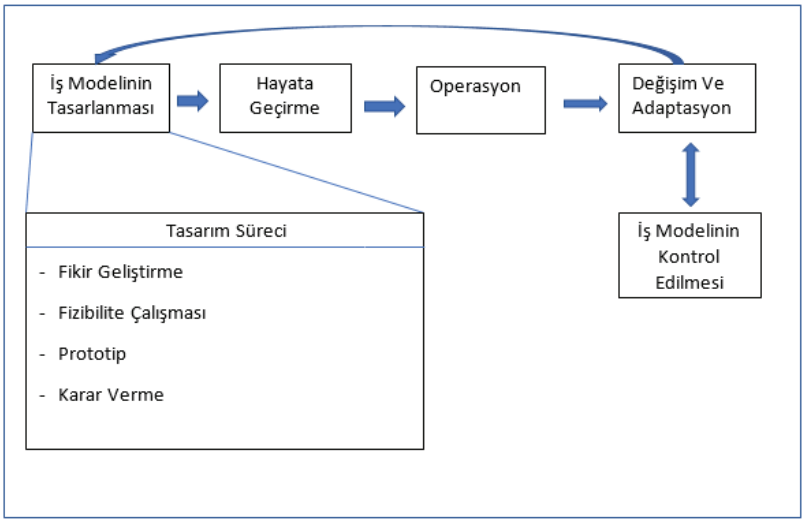
1 Doç. Dr. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, Orcid No: 0000-0002-3116-7095

e-mail: murat.tanik@deu.edu.tr

## 1.Giriş

Bir işletmenin gelişiminde ve başarılı olmasında iş planının doğru tasarlanmasının etkisi oldukça büyüktür. (Zott ve Amit 2010) İş sürecinin tasarımı konusunda literatür incelendiğinde genellikle tasarımın iki farklı koşulda gerçekleştiği görülecektir. Bunların birincisi mevcut bir iş modelinin yeniden tasarımı iken diğeri ve bu kısımda ele alacağımız durum; yepyeni bir girişim için iş modelinin tasarlandığı durumdur. Yine literatür incelendiğinde yeni bir girişimin iş modeli oluşturulurken bunun hangi hızda ve detay seviyesinde gerçekleştirileceği tartışma konusudur. Bir görüş aşırı planlamanın dezavantajlarını vurgulayıp, sezgilere dayalı hareket etmeyi ön plana çıkarmakta ve iş planının, hızı kestiği ve motivasyonu azalttığını söylemektedir. Elbette bu, aşırı özgüvenle hareket etmek veya elde yeterli veri yokken iyimserliğe kapılmak vs gibi çeşitli risklere yol açacaktır Bu görüşün karşısında oldukça kalabalık bir grup ise detaylı ve yapısal iş planının start-up ın başarısı için oldukça gerekli olduğunu vurgular (Delmar ve Shane 2003). Bu girişimciye uzun vadede yapısal bir destek saplayacaktır ve ekonomik ilişkileri daha iyi ortaya koyup, karmaşıklığın azalması için zemin hazırlayacaktır. (Gavetti vd. 2005) Bu kısımda iş modelinin tasarım aşamasında hangi safhalardan geçileceği özetle ele alınacaktır. Bu bağlamda iş modeli kavramı, bir işletmede yürütülecek işlerin oldukça açık, sade ve bütünlüklü olarak ele alınmasına katkı sağlayacak ve girişimci için kullanışlı bir bakış açısı sağlayacaktır.

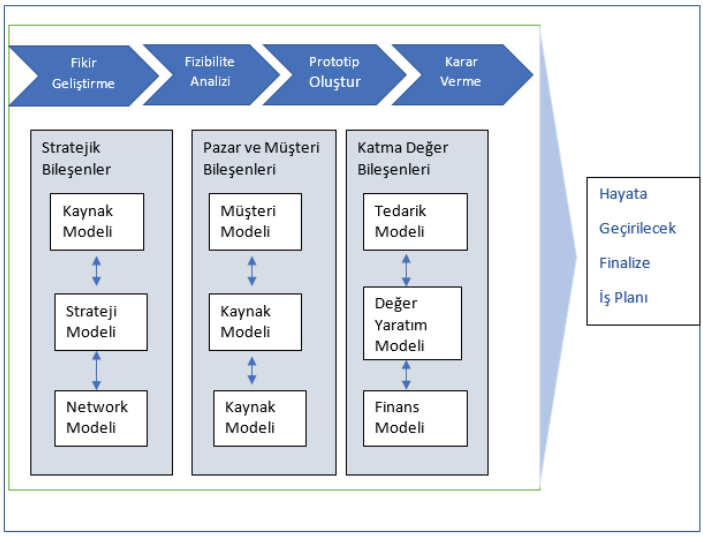
Öte yandan girişimci iş modelinde ortaya çıkabilecek zayıflıklar veya ortadan kaldırılması mümkün olmayan riskler oluştuğunda çıkış için de bir strateji hazırlamalıdır. (Wirtz 2020)




*Şekil 1. İş Modeli Yaşam Evreleri*

## 2.Tasarım Süreci

İş modeli tasarım süreci dört aşamalı olarak düşünülebilir: Fikir geliştirme, fizibilite analizi, prototip geliştirme ve karar verme. Jenerik bir iş modeli başarılı olma olasılığını arttırmak için bu aşamaların her birisinden geçmelidir. İlk aşama olan fikir geliştirme sürecinde iş modeline zemin oluşturacak fikirler oluşturmak için yaratıcılık teknikleri kullanılabilir. Bu teknikler: Beyin Fırtınası, Morfolojik Kutu, Metot 635, Synektik teknik gibi tekniklerdir. Oluşturulan fikirler grubu tamamen yeni fikirler olmak zorunda değildir; pazardaki mevcut firmaların zayıflıkları analiz edilip bunlar göz önüne alınarak ta bir iş modeli geliştirilebilir. İş modeli tasarlarken iki farklı yol izlenebilir. İlk yaklaşımda tamamen temel iş modelinin yenilikçiliği üzerinde odaklanılabilir. Bu durumda yaratılacak iş modeli tamamen özgün ve benzersiz bir yenilikçilik ihtiva etmelidir. Buna örnek olarak Dell firmasının 2010 yılında geleneksel değer zincirini değiştirip tedarik zincirini doğrudan dağıtım şeklinde yenilemesi ve bilgisayar sektöründe devrim yaratması verilebilir. İkinci olarak bir imitasyon stratejisi uygulanabilir. Bu durumda pazarda mevcut olan bir işletmenin iş modelinin anahtar elemanları taklit edilerek bir iş modeli oluşturulur. Örneğin Alman ağı StudiVZ, Facebook un iş modelinin anahtar kısımları taklit edilerek ve Almanya'nın bölgesel ihtiyaçlarına uyarlanarak oluşturulmuştur. (Wirtz 2020). Girişimci potansiyel tasarım özelliklerini değerlendirdikten sonra iş modelinin kavramsal modelini kabaca oluşturur. Bu aşamada stratejik bileşenler incelenmeye başlanır ve kısmi modelleri oluşturulmaya başlanır. Stratejik kısmi modellerin tasarımı ile ilgili kararlar bütünleşik iş modelinin diğer stratejik bileşenlerini etkileyebileceği için önce mental bir model olarak oluşturulur.




*Şekil 2. Tasarım sürecinde kısmi modellerin geliştirilmesi Kaynak Wirtz (2010a,2011)*

İkinci aşama olan Fizibilite Analizi sürecinde ise çevre ve mevcut endüstriler analiz edilir. Eğer bir yıkıcı teknoloji (disruptive technology) hayata geçiyorsa iş modeli mevcut endüstrinin dışında oluşabilir ve hatta yeni bir endüstri de oluşturabilir. Diğer tarafta iş modeli mevcut endüstrinin içinde faaliyet gösteren şirketlerle rekabet etmek için açıkça ortaya konabilir. Bu bulgulardan sonra müşteri ve Pazar bileşenleri ile ilgili kavramlar kabaca ortaya konur ve strateji de bu unsurlarla hizalanır (Wirtz 2020)

Üçüncü aşama olan Prototip Oluşturma sürecinde girişimci potansiyel gelişim yolları üzerinde düşünür. Katma değer yaratacak bileşenler oluşturulur ve bunlar diğer bileşenlerle bütünleştirilir. Böylelikle girişimin bütün kısmi modelleri kabaca da olsa elde edilmiş olur. Bu aşamadaki geliştirme sürecinde girişimci pek çok alternatif ortaya koyar ve bu alternatifleri başarılı olma olasılıklarına göre ağırlıklandırır. (Ostervalder ve Pigneur 2010) Böylelikle girişimci alternatif yolları farklı modellerle ortaya koymuş olur. Bu aşamada oluşturulan kısmi modellerin rafine edilmesiyle detaylı konseptler yaratılmış olur.

Prototipi aşaması tamamlandığında karar verme süreci başlamış olur. Daha önce yaratılan her bir geliştirme yolu veya prototip için bir iş planı oluşturulur. İş planı her iş modelinin karlılığının test edilmesinde ve zayıflıkların belirlenmesinde kullanılır. Sürecin bu kısmında iş modelinin kısmi modelleri bir miktar daha rafine edilir ve daha uyumlu hale getirilir. İş modelleri ve bunlara uygun iş planları geliştirildikten sonra alternatiflerin değerlendirilmesine başlanır. Bu amaçla objektif bir karşılaştırma yapabilmek için uygulama bazlı bir check-list kullanılabilir. Böylelikle iş modeli hayata geçmeye hazır hale gelmiş olur.

### 3.Rekabet ortamında Zorluklar ve Fırsatlar

Girişimciler bir işletmeyi hayata geçirirlerken pek çok zorlukla karşılaşırlar. Bu problemlerin pek çoğunun çözümü varmış gibi görülmekle beraber bu, hiç sıkıntı yaşamayacakları anlamına gelmez. Bir girişimci için karşılaşılan problemlerden biri finansmandır. Bunun dışında hükümetin uygulamaları, üretim sorunları veya işçilikle alakalı problemler en göz önündeki zorluklar olarak sıralanabilir. Bu zorlukların yanında yine Pazar durumuyla alakalı olarak, pazardaki yoğun rekabet girişimcilerin karşılaştığı zorlukların başlarında gelmektedir (Bena 2017). Pek çok girişimci rekabetin yoğun olduğu pazarda işletmesinin sunduğu değerin potansiyel müşterilerinin gözünde pek te önem taşımayacağı endişesi ile yola çıkar. Rekabetin yoğun olduğu yerde ortaya çıkan diğer start-up larla iş modelinin çakışması durumunda müşteri kaybı yaşanması endişe yaratabilir. Girişimciler için en zorlu rekabet alanı ise endüstri içinde, müşterileri cezbetme doğrultusunda yaşanan değişimlerin ve trendlerin doğru algılanıp

buna uyum sağlayacak iş fırsatlarını yakalamak ile ilgilidir. (Shahidi ve Smagulova 2008) Trendler pek çok işin doğmasına ve yok olmasına yol açmışlardır ve bu yüzden özellikle sektörde deneyimi olmayan girişimci için her zaman yoğun bir tehdit oluşturur. Pazardaki mevcut ve tecrübeli oyuncular yeni trendlere hızlıca uyum saplar ve bu değişimi avantajlarına kullanmayı bilirlerken yeni oyuncuların bunu yapma becerisi çoğu zaman yoktur.

Ancak tüm bunlarla birlikte aynı zamanda rekabet, girişimciye işini geliştirmesi için oldukça kuvvetli avantajlar da sunar. Rekabetin mevcut olması, girişimcilerin ürün ve hizmetlerini dünya pazarında kuvvetli bir pozisyon kazanması için sürekli iyileştirmesi gerekliliğini doğurur. Yani bir anlamda girişimciyi müşteri cezbetmek için yenilikçi olmaya ve yüksek kalitede ürünleri pazara ucuza sunması için teşvik eder ve uyarır (Kaburi vd. 2012). Bununla birlikte yine de pazarda tecrübeli şirketler varken rekabet le uğraşmak özellikle tecrübesiz yeni girişimci için, her zaman oldukça zor bir iştir. Girişimcinin farkına varması gereken en önemli konulardan biri ise pazardaki her mevcut işletmenin bir boşluk bıraktığı gerçeğidir.

Sektörde tecrübeli firmaları yeni girenlere karşı kuvvetli yapan diğer önemli bir unsur da müşteri ve tedarikçileri ile oluşturdukları ilişkiler ağıdır. Böylelikle daha az risk taşırlar ve genellikle sermaye maliyetleri daha düşük olma eğilimindedir. Tabi çıktı üretme kapasiteleri de hacimsel olarak maliyetlerin düşmesine yardımcı olur. Bu gerçekleri göz önünde tutarak girişimcilerin mevcut oyuncuların bıraktığı boşluğu yakalayıp bunu avantaja çevirmeleri için nelere dikkat etmeleri gerektiğini inceleyelim. Elbette bir işi daha iyi yapmanın farklı yolları her zaman vardır. Mevcut işletmelerin hangi sebeplerle pazarda boşluk bıraktığını incelemek faydalı olacaktır.

Elbette fırsatlar kendilerini girişimcilerin kucağına atmazlar. Bir işletmenin sadece bir işi "yapış şekli" yoktur, aynı zamanda "şeyleri görme şekli" de vardır. (Wickham 2016) Bir işletmenin yeni fırsatlar için iş çevresini tarama şekli o organizasyonu oluşturan sistem ve süreçlere bağlıdır. Organizasyonel atalet değişen koşullara uyum sağlamaya direnç göstermek demektir. Kurulmuş şirketler kibre kapılabilir. Geçmiş başarısına bakıp pazardaki konumunu garanti görebilir. Fırsat tarama sistemleri katı, bürokratikleşmiş veya politik kavgalarla bezenmiş olabilir. Olayları görmekte baskın bir mantık geliştirmiş ve ona hapsolmuş olabilir. Bu perspektif kurulu şirketin iştahı daha güçlü yeni girişimciye göre dünyadaki değişimi fark etmesini engelleyebilir. Örnek olarak IBM şirketinin işletim sisteminin önemini ıskalaması Bill Gates in Microsoft unun dünyanın en büyük şirketlerinden biri olmasına yol açmıştır.

Bazen yeni fırsatların küçümsenmesi mümkün olabilir. Kurulu bir firma için bir fırsatın yaratacağı değerin büyüklüğü elbette firmanın büyüklüğüne göreceli olarak uygun olmalıdır. 100 milyon dolar değerinde bir firma için 100.000 dolarlık bir fırsat 1 milyon dolarlık bir firma kadar değer taşımaz ve bu yüzden göz ardı edilebilir. Bu durum girişimci için hem kazanç sağlama hem de kapıdan içeri adım atması için fırsat yaratabilir. (Wickham 2016)

Elbette, bir de şirketlerin, işleri "yapış şekli" vardır. Buna şirket kültürü denebilir ve bu kültür şirketin müşterilerine ürün ve hizmetleri veya daha geniş bir ifade ile değeri ne şekilde sunduğunu etkiler. Rekabet ortamı değiştikçe değeri sunmanın en iyi yolu da değişmek zorundadır. Bunun için şirketin yapış şeklinin değişime açık olması gerekir. Yeni gelenlerin bu değişim gösteren çevreye yeni bir kültür geliştirip uyum sağlama şansı daha fazladır. Buna örnek olarak, İsveçli girişimci iş insanı Jan Carlzon un "Swedish Airline Systems" ın kültürünü kökten değiştirip uçak ve hava limanı ihtiyaçlarının karşılanması önceliğini müşteri ihtiyaçlarının karşılanması önceliğine dönüştürerek bir başarı hikayesi yazması gösterilebilir.

Kurulu şirketlerde yöneticiler sıklıkla iç politik kavgalara girerler. Bu durum bazı birey veya grupların amaçlarının diğerlerini ile veya şirketin bütününün amaçları ile paralel görmediklerinde ortaya çıkar. Yeni fırsatların yakalanması amaç birliğini gerektirir. Eğer bu, mevcut değilse yeni fırsatların sunduğu değerle ilgili bir mutabakata varılması çok zorlaşır. Farklı hizipler birbirleri ile çekişirken fırsatlar yandan geçip gidebilir. Bu durum daha odaklı ve daha az politikleşmiş yeni girişimi avantajlı kılar.

Tüm ülkelerde geçerli olmamakla birlikte, devletler sıklıkla şirketlerin çok büyüyüp tekel haline dönüşmesini istemezler. Bunun için de tekelleşmeyi önlemeye yönelik yasal düzenlemeler hazırlarlar. Amerikan Anayasa Mahkemesinin Microsoft'u ikiye bölmesi buna örnek olarak gösterilebilir. Bunun yanı sıra yine bazı devletler yeni girişimlerin pazara girmesinin ve büyümesinin poliitik ve ekonomik önemini bilirler ve bunu teşvik etmek için farklı yollar izleyebilirler. Bazen vergi avantajları, bazen kredilerde esneklik veya istihdam konusunda daha fazla özgürlük sağlayarak, girişimleri ve onların yenilikçiliklerini teşvik etmeye gayret ederler. Destekler teknik gelişim, eğitim veya danışmanlık olarak da gerçekleşebilir. Tüm bunlar dengeyi bir miktar girişimcilerin lehine çevirmeye yardımcı olur.

Bütün bunların yanında odaklanılması gereken en önemli noktaların başında kurulu şirketlerin içinde bulunduğu teknolojik atalettir. Yenilikçiliği başarmak çoğu zaman teknoloji ile ilgilidir. Teknoloji ise bir anlamda bir işin yapılış şeklidir. Sıklıkla kurulu bir şirket odağını müşteriye hizmet

üzerine kurmaktansa, sahibi olduğu ve iyi kullandığı bir teknoloji üstünde tutmayı tercih eder. Ancak ihtiyaçları karşılama yeteneğini arttıracak teknolojiler bazen çok hızlı gelişirler. Bu gibi durumlarda kurulu şirketin teknolojik ataleti yeni şirketlere avantaj sağlayabilir. Bu duruma örnek olarak mekanik daktilo üreticileri verilebilir. Bu şirketler uzun yıllar en iyi mekanik daktiloları tasarlamak, üretmek, pazarlamak konusunda uzmanlaştılar. Ancak kendilerini mekanik daktiloların en iyisini sunmakla sınırlandırdılar ve müşteriye en iyi belge hazırlama ve yönetme hizmetini sunma görevini göz ardı ettiler. Nihayetinde, pazara, doküman yönetiminde büyük avantajlar sunan kelime işlemciler ile birlikte gelen yeni girişimlere av olmak durumunda kaldılar (Wickham 2016).

Buraya kadar saydığımız faktörlerin kurumsal etkilerden kaynaklandığını ve klasik ekonomik yaklaşımlara göre kurumsal etkilerin verimliliği etkilediği ve yöneticilerin tam olarak rasyonel karar verememesinden dolayı olumsuz sonuçların ortaya çıktığı söylenebilir. Yani yöneticiler daha etkin olsalardı girişimleri pazardan uzak tutacak stratejileri geliştirebilirlerdi. Ancak bu geleneksel görüşe karşı yeni bir görüş bunun her zaman geçerli olmadığını söyler. Arend (1999) a göre kurulu şirketlerdeki yöneticiler fırsatların farkında olsalar bile yine de bunlardan istifade etmemeyi tercih edebilirler. Arend in çalışması mevcut şirketlerin bazı durumlarda fırsatı görseler bile pazara yeni giriş için bir boşluk bırakmayı tercih edebileceğini ve bununla birlikte yine de rasyonel davranmış olabileceğini ortaya koyar. Oyun teorisine dayalı olarak geliştirilen b u görüş biraz tekniktir ve karmaşıktır. Detaya girmeden açıklayacak olursak; klasik ekonomik teoriye göre rekabet halindeki şirketlerin karlarını maksimize etmek için sadece tek bir optimum stratejisi mevcuttur. Bu görüş iki varsayıma dayanmaktadır. Birincisi tüm rakiplerin teknolojiye erişim fırsatı eşittir. İkincisi ise bu teknoloji sabit veya durağandır ve zaman içinde değişmez. Burada "teknoloji" istifade edilebilecek fırsat olarak düşünülebilir. Daha gerçekçi olursak ve teknolojinin sürekli geliştiğini ve firmaların buna erişim şansının eşit olduğunu düşünürsek, daha ilginç çıkarımlar da yapılabilir. Bu durumda aslında şirketler için bir değil iki farklı optimal strateji vardır. Bunlardan birincisi yeni teknolojiye uyum maliyetinden kurtulmak için yeni teknolojiyi göz ardı etmek, ikincisi ise yeni teknolojiye uyum sağlamak için bunun maliyetine katlanmak. Birincisine statik verimlilik stratejisi ikincisine ise dinamik verimlilik stratejisi denebilir. İkinci, yani dinamik yol, kısa vadede maliyetleri arttırır ancak uzun vadede bazı risklerle birlikte karlılığı arttırma potansiyeli getirebilir. Bu iki stratejinin ortasını bulmak söz konusu değildir ve birinden biri seçilmek zorundadır. Arend' in oyun teorisi bakış açısına göre mevcut oyuncu bazı durumlarda teknolojik bilerek göz ardı eder ve yeni oyuncunun girişine göz yumar ve nihayetinde yeni oyuncuya karşı kaybetse bile bunu

yaparken bile rasyonel davranmaktadır. Bir kez rekabet savaşında karşı karşıya gelindiğinde mevcut oyuncunun yeni teknolojiye geçerek karlılığını arttırma şansı kalmamış olabilir. Bunun ötesinde her iki firmanın birden karlılığını arttırma şansı çoğu durumda mümkün değildir. Yöneticiler bu teknoloji hamlesini yapmaya karar verse bile yatırımcılar iki oyuncuyu birden destekleme eğilimi göstermeyecektir. Sonuç olarak bazı durumlarda yeni girişimci için bir boşluk bırakılması kaçınılmaz olabilir. Tabi son olarak yeni girişimci de büyüdükçe bir süre sonra benzer bir kaderle karşılaşabileceğini zihninin bir köşesinde saklamalıdır.

Wickham (2016) girişimcinin pazara girmek için yollar aramasını "pencere" metaforu adını verdiği metaforla açıklamaya girişir:

Bu metafordaki ilk aşama, sağlam bir duvar hayal etmektir. Bu, girişimcinin girmeye çalıştığı rekabetçi ortamı temsil eder. Yerleşik işletmelerin rekabeti nedeniyle duvar sağlam. Bu işletmeler, müşterilere ürün ve hizmetleri etkili bir şekilde sunma konusunda aktiftir. Girişimci yeni veya daha iyi hiçbir şey yapamaz ve bu nedenle yeni değer yaratılamaz. Ancak, önceki bölümde tartıştığımız gibi, yerleşik işletmeler pazarda boşluklar bırakır. Girişimcilerin yeni ve daha iyi bir şeyler yapabileceği alanlar her zaman vardır. Bu boşluklar, girişimcinin içinden geçebileceği fırsat pencerelerini temsil eder. Girişimci, yaratmak istediği 'bütün yeni dünyayı' pencereden görebilir. Girişimcinin ilk görevi, iş ortamını taramak ve boşlukların, pencerelerin olduğu yerler bulmaktır.

Bir pencere tespit ettikten sonra girişimci onu ölçmelidir. Girişimci, pencerenin veya fırsatın onu açmak için gereken yatırımı haklı çıkaracak kadar büyük olduğundan emin olmalıdır. Pencerenin açılması, girişimin başlangıç aşamasını temsil eder. Pencereyi baştan sona taşımak, işi geliştirmek ve müşterilere yeni değerler sunmak anlamına gelir. Son aşama pencereyi kapatmaktır. Pencere kapatılmalı, rakipler kilitlenmeli, çünkü kapatılmazsa, rakipler girişimciyi takip edebilir ve fırsattan kendileri yararlanabilirler.

## 4.Fırsatlar ve Yeni teknolojiler

Geliştirilen yeni ürün ve hizmetlerin çoğu, müşteri memnuniyetsizliğinin veya karşılanmamış bir ihtiyacın aciliyeti ile ilgili pazar bilgisinin edinilmesine dayanır. Bu bilginin edinilmesindeki faydaların anlaşılması için, özellikle büyük şirketler, markalı ürünlerin olduğu pazarda müşteri farkındalığı, tavrı ve alışveriş kalıpları ile ilgili konuları değerlendirmek için yoğun olarak pazar araştırmaları verilerine güvenirler (Mele vd. 2015). Bunun ötesinde, büyük verinin gelişi ile resmi pazar araştırmalarına sosyal medya gibi mecralardaki canlı veri setlerinin eklemlenmesi sayesinde şirketler çok daha büyük verileri analiz etme ve değerlendirme yeteneğini kazandılar. Tabi ki yeni fırsatların tespit edilmesinde pazar

araştırmalarına çok fazla güvenilmesi de müşterinin mevcut veya gelecek ihtiyacı ile ilgili bir açık ifadede bulunamamasından dolayı önemli bir eksiklik yaratmaktadır. Müşterinin bu konudaki eksikliğine gizli ihtiyaç adı verilmektedir (Key ve Hufenbach 2014).

Teknolojik girişimciler ise, pazar bilgisini yeni bir geliştirme projesinin girdisi olarak daha az dikkate alma eğilimindedirler. Çünkü onların temel motivasyonu mevcut veya gelişmekte olan bir teknolojinin yeni bir uygulamasını oluşturmak veya bilinen bir problemin çözümüne yeni bir yaklaşım geliştirmektir. Bunun sonucu olarak, teknolojinin uygulanabilir bir çözüm sunabileceğini doğrulamak mümkün olana kadar fikirlerinin ticari uygulanabilirliği ile ilgili herhangi bir değerlendirmeyi erteleme eğiliminde olacaklardır. Bu aşamada ve özellikle "gizli ihtiyaçlar" mevcutken girişimci, kendine olan kuvvetli inanç ve önünde sonunda müşteriden yeterli talebin geleceğine olan sezgilerinin itici güzüyle pazara girer.

Lazer icat edildiğinde, başlangıçta bilim adamlarının ne tür pratik bir kullanıma girebileceği konusunda hiçbir fikirleri yoktu. Bununla birlikte, o zamandan beri, teknolojinin niteliklerinin anlaşılması, kesme, tamir ve ölçüm gibi alanlarda çeşitli endüstrilerde çok sayıda girişimci uygulama üretti, böylece lazer önemli bir teknolojik atılım olarak görülmeye başlandı. Başlangıçta yeni bir bilimsel veya teknolojik atılımın entelektüel açıdan heyecan verici olduğu, ancak hemen ticarileştirme için bir temel sağlayamadığı sıklıkla görülen bir durumdur (O'Connor ve Rice 2013).

İyi anlaşılmış bir teknolojinin uzantısı veya tamamen yeni bir teknolojinin ortaya çıkışı olsun, teknolojik değişim, organizasyonun teknolojiyi başarılı bir şekilde benimsemesine veya görmezden gelmesine bağlı olarak, rakiplerin yararlanarak bir avantaj elde etmesine bağlı olarak, firmalar için bir fırsat veya tehdittir. o. Bu nedenle özellikle yüksek teknoloji endüstrilerinde teknolojik değişimi izlemek kritik derecede önemli bir faaliyettir.

Yeni teknoloji bir endüstri sektörü dışından geldiğinde, faaliyet son derece zorlaşır çünkü sektördeki yerleşik firmalar onu kullanma yeteneklerinden yoksundur (Zahra ve George 2002) ve olası değişime cevap vermek için teknolojiyi yeterli zamanda tanımlamaya ihtiyaç vardır. Klasik bir örnek, saat endüstrisinde mikroçipin gelişiydi. Bu, ürünlerinde geleneksel mekanik saat mekanizmasını kullanmaya devam eden mevcut firmaların çoğunu ciddi şekilde etkiledi.

Yöneticiler, performansı sürdürmek için hangi yeniliklere odaklanacakları konusunda zor bir seçimle karşı karşıya kalabilirler (Tutut ve Ofek 2013). Radikal bir girişimci yenilik fırsatı ortaya çıktığında, yerleşik işletmeci risklere karşı potansiyel maliyet faydalarını tartmalıdır. Radikal bir yenilik üstün performans vaadi sunabilir, ancak işe yarayan yeni teknoloji

açısından geliştirme riskleri yüksek olabilir ve radikal yeniliğin pazar kabulü beklenenden daha düşük olabilir. Bu nedenle ticari getirileri tahmin etmek zor olabilir (Chao ve Kavadias 2008).

Hill ve Rothaermel (2003), yerleşik şirketler için yeni girişimcinin giriş olasılığının gelecekteki inovasyon yollarının seçimini karmaşıklaştırdığı görüşündedir. Bunun nedeni, radikal inovasyonun mevcut ürünlerin yerini alma ve nihayetinde onları geçme potansiyeline sahip olabilmesidir. Radikal inovasyon özellikle mevcut teknolojide dezavantajlı olmaya yatkın olan ve mevcut firmaları hakim endüstri konumlarından çıkarmak açısından yeni girişimcilere oldukça cazip görünür. Hill ve Rothaermel ayrıca, yerleşik işletmeci radikal fırsatı takip etme planlarından vazgeçerse veya ertelerse ve bunun yerine artan inovasyona odaklanırsa, yeni bir girişimci girişimcinin, radikal inovasyon için pazar potansiyelinin zayıf olduğu sonucuna varabileceğini ve girmekten vazgeçebileceğini öne sürdüler. Bu yol, kademeli iyileştirme yoluyla sektör hakimiyetini sürdürebilen ve pazarın yeni bir katılımcıyla paylaşılmasından daha yüksek bir kâr üreten yerleşik işletmeci için faydalı olabilir.

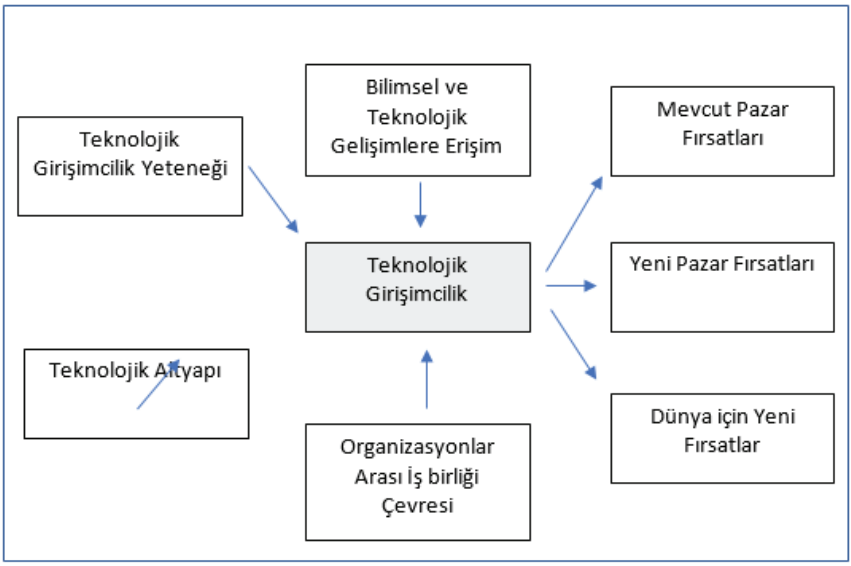
Mevcut kanıtlar, pazar belirsizliğinin firmaları radikal yenilikler için pazar potansiyeli hakkında bir bilgi kaynağı olarak rakiplerin eylemlerine güvenmeye teşvik ettiğini göstermektedir. Radikal yenilikleri göz ardı eden veya eksik yatırım yapan yerleşik şirketlerin bir açıklaması, mevcut ürünlerden elde edilen gelirleri yok etmeye veya mevcut teknolojiyi kullanmakla bağlantılı pahalı sermaye varlıklarını değiştirmeye yönelik teşviklerin olmamasıdır (Chandy ve Tellis 1998).

Geliştirme ekipleri ve yönetim arasında organizasyonel esneklik ve katılıklar da tespit edilmiştir. Ayrıca yerleşiklerin mevcut müşterilerinden gelen *girdilere* dayanarak radikal inovasyona karşı bir önyargıya sahip olma olasılığı da vardır (Gatignon vd 2002). Yeni girişimci bu gerçekleri göz önüne almalıdır.

### 4.1.Teknolojik Girişimcilik: Silikon Vadisinin Analizi

Piyasa değeri açısından dünyanın en zengin şirketlerinden ikisi, her ikisi de Silikon Vadisi, California'da bulunan Apple ve Google'dır. Silikon vadiside alınan patent sayısı amerikanın bütün hepsinin toplamından fazladır ve burası büyük bir "yenilikçilik kümelenmesi" teşkil etmektedir. Bu kümenin ekosistemi, yeni başlayanlardan, başlangıç sürecini destekleyen profesyonel hizmet firmalarından ve teknoloji tabanlı girişimciliğe sürekli vurgu yaparak uzun vadeli büyümeyi sürdürmeye odaklanan olgun işletmelerden oluşur. Silikon Vadisi ekosistemi hakkında yorum yapan Engel ve del-Palacioya göre (2015, s. 38), "insan kaynakları, sermaye ve bilgi kaynakları son derece hareketlidir ve işlemlerin hızı, amansız bir fırsat arayışı, aşamalı finansman ve kısa iş modeli döngüleri" tarafından

yönlendirilir. Bu araştırmacılar, Silikon Vadisi'nin, dünyanın başka yerlerindeki diğer yenilik merkezleriyle birlikte, risk sermayesi yatırımcılarını oluşturan bir altyapı tarafından desteklenen girişimcilere, stratejik yatırımcılar olarak hareket eden olgun şirketlere, üniversitelere, hükümete, Ar-Ge merkezlerine ve uzmanlaşmış hizmet sağlayıcılara bağımlı olduğunu öne sürdüler.




*Şekil 3. Teknolojik Girişimcilik Ekosistemindeki Girdi ve Çıktılar. Kaynak: Chaston 2017*

Yüksek potansiyelli teknoloji tabanlı girişimci girişimlerin gelişimini destekleyen bu tür ekosistemlerde aşağıdaki kilit davranışları belirlediler:

1. İnsanlar, sermaye ve fikri mülkiyet (IP) gibi kaynakların artan hareketliliği

2. Kaynak sınırlamalarına bakılmaksızın fırsat peşinde koşmayı içeren girişimci bir süreç

3. Artan iş geliştirme hızı

4. Stratejik bir küresel bakış açısı

5. Uyumlamayı güçlendiren çıkarların ve işlem yapılarının uyumu kültürü

6. İş birliği için bir yakınlığa yol açan teşvikler ve hedefler

7. Dünyanın başka yerlerindeki teknoloji odaklı girişimcilerle küresel bağların geliştirilmesine verilen önem. (Chaston 2017)

Yeni teknolojinin, geliştirilmesi ve kullanılması genellikle büyük harcamalar gerektirir. Yeni kurulan şirketler söz konusu olduğunda, Silikon Vadisi altyapısının kritik derecede önemli bir yönü, yeni, gelişmekte olan girişimci firmaların faaliyetlerini finanse etmek için hem uzmanlığa hem de "derin ceplere" sahip risk sermayedarlarının varlığıdır. Silikon Vadisi'ndeki bu risk sermayedarlarının en önemli etkisi, start-up'ları hızlı değer yaratmaya, işletmeleri büyütmeye ve hızlı çıkış yapmaya yönlendirmektir. Girişim yatırımcıları ayrıca, yönetime aktif katılım, işe alım ve tüm çalışanların ekonomik çıkarlarını yatırımcıların ekonomik çıkarlarıyla uyumlu hale getirmeye yardımcı olacak tazminat politikalarının oluşturulması yoluyla inovasyonu hızlandırmaya yardımcı olur. Bu gerçeklerin incelenmesi gelişmekte olan ülkelerdeki girişimciler için de bir perspektif sunabilir.

Engel ve del-Palacio (2015), bölgedeki büyük şirketlerin ya dahili olarak yeni teknolojiye yatırım yapmanın ya da daha küçük firmalar için işbirlikçi destek sağlamanın öneminin farkında olduklarını belirtmiştir. Bu harcama ölçeği, yalnızca Apple ve Google gibi büyük şirketlerin yeni teknolojilerin ticarileştirilmesini finanse etmek için kullanılabilecek büyük nakit rezervleri biriktirmiş olmaları nedeniyle mümkündür (Kristoff 2011). Engel ve del-Palacio'nun bir inovasyon kümesi içinde önemli olduğunu düşündüğü diğer altyapı bileşenleri ise, önde gelen araştırma odaklı üniversitelerin, araştırma merkezlerinin ve yeni teknoloji geliştirme programları için devlet fonlarının mevcudiyetidir. Silikon Vadisi örneğinde, Stanford Üniversitesi hem araştırma üstlenmede hem de yüksek teknoloji firmalarının ihtiyaç duyduğu bilgi işçilerini eğitmede kilit bir rol oynamaktadır.

Yeni bilginin diğer anahtar kaynakları, federal olarak finanse edilen şirketler ve ticari araştırma merkezleridir. Bunlar, ya genel merkezleri Vadi'de (örneğin Hewlett-Packard veya Cisco) oldukları için ya da araştırmacılarının yeni teknolojilerin inovasyonu ve ticarileştirilmesiyle uğraşan diğerlerine (örneğin IBM, Xerox ve Samsung) yakın olmasını istedikleri için burada kurulmuştur. Engel ve del-Palacio, Silikon Vadisi'nin inovasyon kümesinin bileşenleri kadar önemli olan diğer unsurun, bu bileşenler arasındaki davranışlar ve etkileşimler olduğu sonucuna vardı.

Buradaki kritik unsurlar, kaynakların hareketliliğini, girişimcilik için fırsat arama süreçlerini, inovasyonu ve denemeyi ve dünyanın başka yerlerinde yerleşik girişimcilerle uluslararası bağlantılar üzerine inşa edilmiş küresel bir stratejik bakış açısının kullanılması konularıdır.

Kaynak hareketliliğinin önemli bir yönü, bireylerin şirketler arasında hareket etmeye istekli olmalarıdır. Sonuç olarak, insanlar bir girişimden diğerine geçerken bilgi ve teknolojik anlayış paylaşılır. Yeni teknolojinin

hareketliliği fikri mülkiyet haklarıyla korunur, ancak çoğu zaman üniversiteler ve şirketlerle yapılan lisans anlaşmaları yoluyla, ürün satışı ve lisanslama yoluyla desteklenir.

Silikon Vadisi'ndeki birçok büyük işletme, aynı zamanda, fikirlerin ve icatların hareketliliğini teşvik etmek için başlangıç satın almalarıyla ilgilenen ve açık inovasyon süreçlerini destekleyen kurumsal girişim merkezleri kurmuştur.

Uluslararası bağlantıların "inovasyon kümeleri" içinde önemli bir rolü vardır. Kişiler arası ağlar, sermaye artırma, yetenekleri işe alma, ve müşterileri çekme dahil olmak üzere kritik kaynak edinimini kolaylaştıran itici güçtür. Kaynak kısıtlı bir ortamla uğraşırken, girişimciler genellikle daha büyük firmalarla rekabet halindeki bilgi asimetrisi tarafından engellenir. Güçlü kişilerarası ağlar, bilgiye erişim sağlayarak, öğrenmeyi hızlandırarak, mübadele anlaşmazlıklarını ve geliştirme maliyetlerini azaltarak bu sorunun üstesinden gelir (Cohen ve Fields 1999).

Bunlar, ilişkiler yoluyla kurulan güven ile elde edilir. Silikon Vadisi'nde göçmen toplulukları içinde, özellikle Kaliforniya'ya taşınan Hintli, Çinli ve İsrailli mühendisler ve bilim adamları arasında paralel ağlar mevcuttur. Mezun dernekleri ve aile bağları aracılığıyla kendi ülkelerinin ağlarına bağlanırlar. Bu bağlar, hızlı paylaşım ve yeni bilgi ve teknolojilere uyum için yollar sağlayarak, varlıkların ve insanların sınırlar arasında sık ve akıcı hareketine izin veren sözleşmeler veya istihdam ilişkileri gibi uzun mesafeli iş ilişkilerinin oluşumuna yol açabilir. Farklı kümeler arasındaki bağlantıların güçlü olduğu yerlerde, ortak projelerin takibi ve kaynakların kullanımı verimliliğin ötesinde karşılıklı bağımlılığa geçer. Bu tür topluluklar genellikle birden fazla kümede varlık gösteren ve varlığını sürdüren bireyler tarafından birbirine bağlanır. İlgili kişiler güveni artırır ve bilgi alışverişini hızlandırır. Bu da işletmelerin daha iyi entegre olmasına yardımcı olabilir. Gelişmekte olan ülkelerde bu tip kümelenmelerin mevcut olmaması bir engel gibi görünse de. Yaygın sosyal medya kullanımı ve kültür farklılıkları da benzer avantajların oluşması için fırsat teşkil edebilir.

### 4.2.Yakın Gelecek Trendleri

Bilim veya teknolojideki hangi ilerlemelerin yeni bir endüstriyel zenginlik kaynağı yaratmanın temeli haline geleceğini kesin olarak tahmin etmeye çalışmak imkansızdır. Bu nedenle, herhangi bir fütüristin başarmayı umabileceği tek şey, hangi çalışma alanlarının mevcut kuruluşların geleceğini olumsuz yönde etkileme potansiyeline sahip olduğunu belirlemek veya sonunda dünya için tamamen yeni bir sektöre veya sanayiye dönüşecek olan yepyeni bir teklif sunmaktır. Bununla birlikte, mümkün olan, teknolojik girişimcilerin faaliyetleri sonucunda mevcut sektörlerin

iyileştirilmesini desteklemek veya tamamen yeni sektörler yaratma potansiyeli sunabilecek bilim ve teknoloji alanlarını belirlemektir.

Bu bölümde yirmi birinci yüzyılda önemli bir servet üretiminin temeli haline gelebilecek, çözüm gerektiren bazı fırsatları veya küresel sorunları gözden geçireceğiz.

### 4.2.1.Global ısınma ve enerji

Yirmi birinci yüzyılda insan ırkının karşı karşıya olduğu en büyük tehdidin küresel ısınma olduğu makul bir şekilde tartışılabilir. Küresel ısınma oranındaki azalma, sera gazı emisyonlarının seviyesinde bir azalmayı gerektirir. Bu alandaki önemli fırsatlar arasında yenilenebilir enerji kullanımının yaygınlaştırılması ve yenilenebilir enerji kaynakları tarafından üretilen elektriğin depolanması ve dağıtımına yönelik süreçlerin iyileştirilmesi olarak sayılabilir. Depolama ve dağıtım konusuyla ilgili ilerleme, Yenilenebilir enerji ile ilgili teknolojik gelişmeler ile ilişkili olduğundan biraz daha yavaştır. Bunun nedeni, birçok ülkede elektrik şebekelerinin çoğu zaman parçalanmış olması ve yenilenebilir enerjiyle üretilen elektriğin dağıtımını sağlamaya pek uygun olmamasıdır (Cohen 2015). Sorunun kaynağı, geleneksel elektrik sistemlerinin merkezileştirilmesini yani elektriğin büyük ölçekli bir elektrik santralinde üretilip müşterilere iletilmesidir.

Alternatif teknolojik fırsat, yük yönetimi ve enerji depolama sistemlerindeki gelişmelerle birlikte tüketim noktasında veya yakınında yenilenebilir kaynaklardan dağıtılmış üretime geçmektir. Bu tür eylemler, elektriğin iletilmesi sırasında kaybedilen enerji miktarını azaltacak ve ihtiyaç duyulan elektrik hatlarının boyutunu ve sayısını azaltacaktır.

Şirketler, yeni ürün/pazar kombinasyonlarını keşfederek organizasyonel yeteneklerden yararlanma seçeneğine de sahiptir. Yeni pazarlara girmenin olası bir yolu, yakıt hücrelerinin geliştirilmesiyle ilgili olarak şu anda petrol ve otomobil şirketlerinde meydana gelenler gibi diğer şirketlerle stratejik bir ittifaka girmektir. İklim politikası, şirketleri ürün ve hizmetlerini geleneksel pazarların dışında konumlandırmaya da teşvik edebilir. Diğer bir çözüm, faaliyetlerin ve yüksek emisyon kaynaklarının tedarik zincirinin başka bir yerinde gerçekleştirilmesini sağlamaktır. Örneğin British Telecom, yenilenebilir kaynaklardan ve kombine ısı ve enerji santrallerinden üretilen elektriği satın almaya başlamıştır (Cunningham 2008).

### 4.2.2.Sağlık Hizmetleri Sektörü

İnsan ırkının karşı karşıya olduğu bir başka büyük meta-sorun, sağlık hizmeti sunumunu iyileştirmenin yeni yollarını bulmak ve aynı zamanda maliyetleri dengelemek veya azaltmak için yeni yollar bulmaktır. Shos-

tak (2005), sağlık hizmetlerinde ortaya çıkan eğilimleri incelerken yirminci yüzyılın ortalarından bu yana büyük çokuluslu ilaç şirketlerinin, proteinler veya hücreler gibi belirli hedefleri etkileyen küçük moleküller geliştirmede çok başarılı olduklarını kaydetti. İlaç geliştirmenin küçük moleküller modelinde yeni bir formül sentezlenmiş ve hayvan modellerinde ve insan denekler üzerinde yapılan klinik çalışmalarda test edilmiştir. Bununla birlikte, son yirmi yılda kök hücreye, biyolojiklere (yani daha büyük moleküller veya kümeler) ve yeni antikorların yaratılmasına dayalı terapilere artan bir ilgi olmuştur.

Bu yeni terapi biçimlerinin potansiyeli, insan genomunun anlaşılmasına bağlıdır. Bununla birlikte Shostak, gen dizileri ile belirli bir tıbbi bozukluk arasındaki bir bağlantının tanımlanmasının karmaşık bir süreç olduğu gerçeğini ifade ederek, gen dizilimine dayalı tedaviler geliştirme potansiyeline yönelik başlangıçtaki coşkunun susturulduğu sonucuna varmıştır.

Bununla birlikte sağlık sektöründe yeni bir durum ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni, küçük molekül Ar-Ge'sine yapılan yatırımın marjinal getirisinde önemli bir düşüş olması ve ilaç endüstrisinin değişiklikleri dikkate almak zorunda kalmasıdır. Kök hücreleri, antikorları veya biyolojik terapileri içeren yeni tekno-bilimsel prosedürler gibi yaklaşımlar, küçük molekül terapilerini tamamlayıcı olarak kullanılmaktadır. (Prainsack vd. 2008).

### 4.2.3.Yapay zeka ve IOT (Nesnelerin İnterneti)

1950'de İngiliz akademisyen Alan Turing, bir makinenin aktivitelerinin bir insandan ayırt edilemez olup olmadığını belirlemek için bir makinenin akıllı davranış sergileme yeteneğinin test edilebileceğini öne sürdü (Muggleton 2014).

Bir makinenin zeka sergileme yeteneği o zamandan beri AI olarak bilinir hale geldi. AI kullanan makineler, geleneksel olarak insanlarla ilişkilendirilen bilişsel işlevleri yetkin bir şekilde yerine getirebilir veya taklit edebilir. Modern AI örnekleri arasında satranç ve go gibi oyunlarda ve kendi kendine giden arabalarda profesyonel oyuncuları yenebilen bilgisayarlar yer alır.

Yapay zeka (AI), tipik olarak ve daha önce insan gerektiren konuşma tanıma, görsel algılar, karar verme yetenekleri ve dilleri tercüme etme yeteneği dahil ancak bunlarla sınırlı olmayan görevleri yerine getirebilen bilgisayar sistemlerinin hem teorisini hem de geliştirilmesini ifade eder.

Sahada, AI yaratımının gerçekleşmesi için mantık, sürekli matematik, olasılık, akıl yürütme, öğrenme, eylem ve matematik gereklidir (Russell ve Peter, 2016). Yapay zekanın karmaşıklığının yalnızca uygulanabileceği derinlik ve derece ile eşleştiği iddia edilebilir.

AI uygulamaları tüm alanlarda ve tüm endüstrilerde tanımlanmıştır (Nilsson, 2014). Teknolojinin dinamik ve çok yönlü doğası ve müteakip uygulamaları göz önüne alındığında, bu durum, girişimcilik alanında da, girişimcilerin bulunduğu tüm potansiyel endüstrilerde de uygulamaları olduğu anlamına gelir. Uygulamaların türü, girişimci tarafından sunulan hizmet veya mallara göre ve sunulan hizmetin türüne veya satılan malın oluşturulma yöntemine göre değişkenlik gösterecektir. AI entegrasyonunun maliyetleri, organizasyonun kullanmak istediği AI uygulamasının türüne bağlı olarak değişecektir (Klosowski & Gola, 2016).

Yapay zeka entegrasyonu için riske tabanlı bir maliyetlendirme sistemi mevcuttur, ancak bir AI sisteminin uygulanması ve entegrasyonu için kullanılacak olan değişken sayısı dikkate alındığında organizasyonun karşılaşacağı risk ve maliyetin ağırlıklı olarak kullanılacak uygulamanın türüne bağlı olduğu görülür.

Autor vd. (2006), yapay zeka gibi bilgisayar teknolojilerinin gelişmiş ekonomilere yayılmasıyla, istihdam fırsatlarının yüksek ücretli/yüksek eğitimli işler etrafında piyasanın en üstünde ve düşük ücretli az eğitim gerektiren işlerde en altta kümeleneceğini belirtmiştir. Bununla birlikte, perakendecilik gibi daha düşük vasıflı işlerin de etkilenmesi muhtemeldir. Süpermarketlerdeki self servis check-out yolları giderek daha yaygın hale geliyor ve bir ürün satın alma kararının tüm yönlerini desteklemek için mobil uygulamalar mevcuttur. Bu durum outletlerde personel ihtiyacının zamanla azalabileceğini ima etmektedir.

Ford (2015), insanların hareketlilik, el becerisi ve el-göz koordinasyonu gerektiren görevlerde son derece iyi olması nedeniyle geçmişte birçok düşük ücretli işin otomasyondan korunduğunu belirtti. Bununla birlikte, çeşitli iş rollerini yerine getirirken insanları taklit edebilen AI yazılımı kullanan daha uygun fiyatlı robotlar piyasaya çıktıkça bu avantajların azalması beklenebilir.

Yapay zekada devam eden ilerlemelerin, anında iş ve meslek yıkımına ve hızla artan işsizliğe yol açması pek olası değildir. Bununla birlikte, önceki iki Sanayi Devrimi'nde olduğu gibi, mevcut üçüncü Sanayi Devrimi'nde de, bazı sektörlerdeki fırsatların önemli ölçüde azalmasıyla birlikte, ekonomilerin başka yerlerinde yeni fırsatların ortaya çıkması umuduyla, iş piyasalarının yapısı ve doğası değişecektir.

IoT, veya Türkçe olarak ifade edersek "nesnelerin interneti" ev aletlerinin kontrolü, tedarik zinciri yönetimi, sağlık ve güvenlik yönetimi ve perakendecilik gibi alanlardaki faaliyetleri iyileştirme potansiyeli sunar. Örneğin perakendecilik sektöründe IoT, gelişmiş stok ve varlık yönetimi, daha az malzeme taşıma, daha fazla bilgi paylaşımı ve daha iyi ürün takibi için potansiyel sunar (Bose 2009). Perakende örneği, çoğu IoT uy-

gulamasının temel olarak "veri yakalama" otomasyonuna izin verdiği ve böylece "veri yakalama"ya manuel müdahaleyi gereksiz hale getirdiğinin kanıtıdır.

Tedarik zinciri içinde IoT teknolojileri, bir depoya giren malları otomatik olarak taramayı ve bir yönetim bilgi sisteminde depolanan bilgileri gerçek zamanlı olarak güncellemeyi mümkün kılar. Bu da yine insan aktörlerin müdahalesinin gereksiz hale gelmesiyle sonuçlanmaktadır. Bazı IoT uygulamaları yalnızca mevcut faaliyetleri devralmakla kalmaz, aynı zamanda malların nakliye yolunda tam olarak takip edilebilmesi gibi yeni işlevleri de destekleyebilir (Bendavid ve Cassivi 2010).Nesnelerin İnterneti (IoT), akıllı cihazlar gibi şeylerin internet üzerinden birbirlerine bağlanmasını ve günlük eşyalarda bulunan bağlantılar ile verilerin gönderilmesine ve alınmasına izin verilmesini ifade eder (Wortmann ve Fluchter, 2015).

IoT şemsiyesi altına giren öğelere örnek olarak, kapılardaki akıllı kilitlerden binaya girmeden termostattaki sıcaklığı değiştirme yeteneğine kadar her şey sayılabilir. Bunlar, üretimde bir düğmeye basma ve internete bağlı bir makine yardımıyla başka bir cihazdan gönderilen verilere dayanarak belirli bir modelden x sayıda ürün oluşturmak gibi üretimsel yetenekleri kapsarlar. Veya hizmet alanında, örneğin, teslimat yapan kuryelerin, hiç kimsenin onları içeri almasına gerek kalmadan, paketleri evin içine yerleştirmesine izin verme yeteneği gibi. Morgan (2014), IoT'nin işyerinin hem içinde hem de dışında "geleceğin dalgası" olacağını savunmuş "bağlanabilen her şey bağlanacaktır" görüşünü vurgulamıştır.

Ofis ortamında çalışan bir girişimci, ofis kahve makinesini uzaktan programlayabilir, ofise geldiğinde taze bir demlik kahvenin beklediğinden emin olabilir, yazıcıya belgeler gönderir ve ardından yazıcı daha fazla toner veya kağıda ihtiyaç duyduğunda, girişimcinin bunu yapmayı hatırlamasına gerek kalmadan daha fazlasını sipariş edebilir (Morgan, 2014). Girişimci tarafından giyilen giyilebilir cihaz, üretkenliğini takip edebilir, bu bilgileri ofisteki diğer cihazlara iletebilir ve böylece güncellemeler, yedeklemeler gibi sistem görevlerinin tamamlanmasını sağlayabilir. (Morgan, 2014). IoT, gelişmiş teknoloji aracılığıyla genel üretkenliği artırmak için artan otomasyon ve artan ara bağlantı isteyen herhangi bir birey için büyük potansiyele sahiptir (Wortmann & Fluchter, 2015). Bununla birlikte, yapay zekada olduğu gibi, bir ofis alanının, imalat firmasının veya hizmet sektörü içindeki bir işletmenin IoT entegrasyonunun maliyeti, arzu edilen bağlantının derecesine, organizasyonun mevcut kaynaklarına, gerekli yükseltmelerin miktarına bağlıdır.

"Nesneler", diğer "nesneler" ile etkileşimlerinden bilgi toplayabilir. Nesneler ya bu bilgiyi yerel olarak kaydeder ya da bilgilerin başkalarının

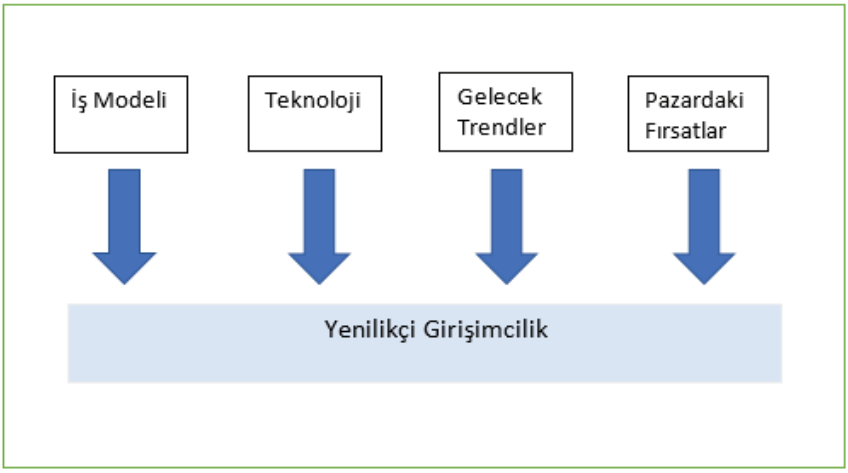
kullanımına hazır olması için “Bulut”taki bir yere iletebilir.

“Nesneler” potansiyel olarak özerk, yarı özerk veya özerk değildir. Bununla birlikte, “nesneler”” ağa bağlı olduklarından, diğer “nesneler” ile etkileşime girdikçe daha özerk hale gelebilirler. Ayrıca, ağın ve “nesnelerin” bileşimi, bireysel “nesnelerden” daha fazlası olabilir çünkü , ağ etkisi nihai olarak herhangi  tek bir “nesne” nin sunduğu bilgiden daha büyük bilginin oluştuğu “nesneler” arasındaki ilişkiden gelişmektedir. Bu olgunun bir örneği, birçok farklı veri kaynağını ve kabiliyetini birleştiren otonom tedarik zincirlerinin yapısı ve işleyişi içinde mevcuttur (O’Leary 2006).

IoT, büyük hacimde veri üretebilir. Sensörler dünya ile etkileşime girdiğinden, barkod etiketleri gibi “nesneler” çok büyük miktarlarda veri üretir. IoT ile ilişkili veri çeşitliliği, çeşitli sensör türleri geliştiğinden ve farklı veri kaynakları elde edildiğinden dolayı da genişliyor. Sensörün ve diğer veri toplama cihazlarının kalitesi artmaya devam ettikçe, verilerin doğruluğu ve gerçek zamanlı yapısı da iyileşecektir. O’Leary, bu kadar yüksek veri hacmi, artan veri hızı ve artan veri çeşitliliği ile, insanları dışlayarak IoT hakkında konuşmanın muhtemelen sınırlayıcı olduğunu belirtti. Bunun nedeni, insanların veri üreticileri veya veri kullanıcıları olabilmesidir. İnsanların rolünü tanımak için bir yaklaşım, IoT’yi “İnsanların ve Nesnelerin İnterneti”ne genişletmek olacaktır. İnsanlara dayalı bilgiler, örneğin, konumlarını veya diğer değişkenleri yakalayan insanları “temsil eden” sensörleri içerebilir. Ek olarak, insanlara dayalı bilgiler, ek bağlamsal bilgiler sağlayan sosyal medyayı içerebilir. IoT uygulamaları yalnızca daha verimli veri toplamayı sağlamakla kalmaz, otomasyon yoluyla tamamen yeni verilerin yakalanmasını da destekler. Bununla birlikte, bu faydalara ek olarak, IoT teknolojilerinin mahremiyet ve güvenlik risklerine maruz kalabilmeleri (Lahlou ve diğerleri 2005 ), yerleşik iş uygulamalarına müdahale edebilmeleri (Konomi ve Roussos 2007 ) ve insan aktörlerin kontrol duygusunu baltalayabilmeleri gibi dezavantajları da olabilir. (Kjeldskov ve Skov 2007). Bu riskler ise yine bazı iş fırsatlarına da kapı açabilir. Büyük veri konusu günümüzde girişimcilere yenilik fırsatları yaratan en önemli unsurların başında gelmektedir.

Girişimciler, büyük verinin varlığına ayak uyduruyor. Yaratıcı beyinler, sensörleri ve ürettikleri verileri eski ürünlere değer katmak ve yepyeni ürünler yaratmak için kullanmanın yeni yollarını hayal ediyorlar. Ve verilerin kendisi yenilik için fırsatlar sunuyor. Gelecek vaat eden bir dizi start-up veri toplamak, depolamak ve analiz etmek için yeni yollar sunuyor; 2011 ve 2012’de Wall Street Journal bu şirketlerin birçoğunu bir dizi blog yazısında duyurmuştur. Mevcut işletmeler, süreçleri kolaylaştırmak, verimlilik yaratmak ve müşteri hizmetlerini iyileştirmek için büyük verilerden yararlanmaya başlamıştır. Ancak girişimciler, yenilik sürecinin

kendisini daha iyi anlamak ve iyileştirmek için büyük verileri nasıl kullanacaklarını düşünmeye yeni yeni başlamaktadırlar.




*Şekil 4. Yenilikçi Girişimcilik için Gerekli Unsurlar*

## 5.Sonuç

Bu kısımda ele alınan bulgular değerlendirildiğinde öncelikli olarak doğru iş modelinin oluşturulmasında dikkatli ve titiz olunmasının ancak iş fırsatlarının kaçmasına neden olacak kadar veya girişimciyi fikirlerinden de uzaklaştıracak kadar da ağır olunmaması gerektiğini belirtmeliyiz. Doğru iş modeli fırsatın kara dönüşmesi için anahtar öneme sahip olduğundan üzerine belli bir çapa gösterilmesini hak etmektedir. Doğru stratejinin geliştirilmesi, elbette pazarın, rakiplerin koşulların ve diğer faktörlerin derinlemesine analizini de gerektirir. Burada bulunacak potansiyel fırsatların getiriye dönüşmesinde elbette teknolojinin yeri ve önemi tartışılmaz. Ancak gerçek inovasyonlar pazarın doğru bir şekilde analiz edilmesi ile iyi fırsatların tespit edilmesi ve bu fırsatların yeni teknolojiler ile ve doğru tasarlanmış bir iş modeli ile bütünleştirilmesi sonucu elde edilecektir.

Bu üçlü entegrasyon elbette farklı sektörler için farklı şekillerde gerçekleştirilebilir, ancak bu entegrasyonu gelecek trendlerin olduğu alanlarda arayan ve bulmayı başaran girişimler geleceğin yıldız şirketleri arasında yer alma potansiyelini taşıyacaklardır.

# KAYNAKÇA

Arend, R.J. (1999) 'Emergence of entrepreneurs following exogenous technological change', *Strategic Management Journal*, Vol. 20, pp. 31–47.

Autor, D. H., Katz, L. F., & Kearney, M. S. (2006). Th e polarization of the US labor market. American Economic Review, 96 (2), 189–194.

Bendavid, Y., & Cassivi, L. (2010). Bridging the gap between RFID/EPC concepts, technological requirements and supply chain e-business processes. *Journal of Th eoretical and Applied Electronic Commerce Research, 5* (3), 1–16.

Bibel, W. (2014). Artifi cial intelligence in a historical perspective. *AI Communications, 27* (1), 87–102.

Blau, J. (2015, July–August 3–7). Apple and Google hope to slide into the driver's seat. *Research-Technology Management* .

Bose, I. S. (2009). Managing RFID projects in organizations. *European Journal of Information Systems, 18* (6), 534–540.

Chandy, R. K., & Tellis, G. J. (1998). Organizing for radical product innovation: The overlooked role of willingness to cannibalize. *Journal of Marketing Research, 35* (4), 474–487.

Chao, R. O., & Kavadias, S. (2008). A theoretical framework for managing the new product development portfolio: When and how to use strategic buckets. *Management Science, 54* (5), 907–921.

Chaston, I. (2019) *Technologıcal Entrepreneurshıp: Technology-Driven vs Market-Driven Innovation* Palgrave Macmillan Publishing

Cohen, S., & Fields, D. (1999). Social capital and capital gains in Silicon Valley. *California Management Review, 41*(2), 108–130.

Cohen, S. (2015). What is stopping the renewable energy transformation and what can the US Government do? *Social Research, 82* (3), 689–698.

Cunningham, I. (2008). Time to go green in the supply chain. *Logistics & Transport Focus, 10* (4), 60–61.

Delmar, F., & Shane, S. (2003). Does business planning facilitate the development of new ventures? Strategic Management Journal, 24(12), 1165–1185.

Engel, J. S., & del-Palacio, I. (2015). Global clusters of innovation: Lessons from Silicon Valley. *California Management Review, 57*(2), 37–58.

Ford, M. (2015). Could artifi cial intelligence create an unemployment crisis? *Communications of the ACM, 56* (7), 35–38.

Gatignon, H., Tushman, M. L., Smith, W., & Anderson, P. (2002). A structural approach to assessing innovation: Construct development of innovation locus, type, and characteristics. *Journal of Marketing, 48* (9), 1103–1122.

Gavetti, G., Levinthal, D. A., & Rivkin, J. W. (2005). Strategy making in novel and complex worlds: The power of analogy. Strategic Management Journal, 26(8), 691–712.

Hill, C. W., & Rothaermel, F. T. (2003). Th e performance of incumbent firms in the face of radical technological innovation. *Academy of Management Review, 28* (2), 257–274.

Kaburi, S. N., Mobegi, V. O., Kombo, A., Omari, A. and Sewe, T. (2012). Entrepreneurship Challenges in Developing Economies: A Case of Kenyan Economy. International Journal of Arts and Commerce. 1(4), 264-274.

Kachouie, R., Sedighadeli, S., Khosla, R., & Chu, M. (2014). Socially assistive robots in elderly care. *International Journal of Human–Computer Interaction, 30* , 369–393.

Key, P., & Hufenbach, Y. (2014). Engineering the value network of the customer interface and marketing in the data-rich retail environment. *International Journal of Electronic Commerce, 18* (4), 17–42.

Kjeldskov, J., & Skov, M. (2007). Exploring context-aware-ness for ubiquitous computing in the healthcare domain. *Personal and Ubiquitous Computing,11* (7), 549–562.

Klosowski, G., & Gola, A. (2016). *Risk-based estimation of manufacturing order costs with artificial intelligence*. Gdansk, Poland: 2016 Federated Conference on Computer Science and Information Systems (FedCSIS).

Konomi, S., & Roussos, G. (2007). Ubiquitous computing in the real world: Lessons learnt from large  scale RFID deployments. *Personal and Ubiquitous Computing, 11* (7), 507–521.

Kristoff, K. (2011). *Cash-rich stocks to buy now* (pp. 23–27). Washington, DC: Kiplinger's Personal Finance.

Lahlou, S., Langheinrich, M., & Roecker, C. (2005). Privacy and trust issues with invisible computers. *Communications of the ACM, 48* (3), 59–60.

Mele, C., Pels, J., & Kaj, S. (2015). A holistic market conceptualization. *Journal of the Academy of Marketing Science, 43* (1), 100–114.

Morgan, J. (2014). A simple explanation of 'the internet of things'. Retrieved from https://www.forbes.com/sites/jacobmorgan/2014/05/13/simple-explanation-internetthings-that-anyone-can-understand/#31c394001d09

Muggleton, S. (2014). Alan Turing and the development of artifi cial intelligence. *AI Communications, 27* (1), 3–10.

Nilsson, N. (2014). *Principles of artificial intelligence*. Burlington, MA: Morgan Kaufmann Publishers, Inc.

O'Connor, G. C., & Rice, M. P. (2013). New market creation for breakthrough innovations. *Journal of Product Innovation Management, 30* (2), 209–227.

O'Leary, D. E. (2006). Using mirror worlds to support supply chain management.

*Applications of Management Science, 12* , 203–217.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2002). An e-business model ontology for modeling e-business. In 15th Bled Electronic Commerce Conference, e-Reality: Constructing the e-Economy, Bled.

Prainsack, B., Gesink, I., & Franklin, S. (2008). Stem cell Technologies 1998–2008: Controversies and silences. *Science as Culture, 17* , 351–362.

Russell, S., & Norvig, P. (2016). *Artificial intelligence: A modern approach*. Malaysia:Pearson Education Ltd.

Shahidi, M. and Smagulova, A. (2008). The Challenges of Entrepreneurship in Dynamic Society. Central Asia Business. 1(1), 34-45.

Shostak, S. (2005). Th e emergence of toxicogenomics: A case study of molecularization. *Social Studies of Science, 35* , 367–403.

Tutut, O., & Ofek, E. (2013). Innovation strategy and entry deterrence. *Journal of Economics and Management Strategy, 21* (3), 583–631.

Wickham, P.A. (2016) *Strategic Innovation* (Fourth Ed) Prentice Hall Publishing

Wirtz, B. W. (2010a). Business model management: Design – Instrumente – Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen (1st ed.). Wiesbaden: Gabler.

Wirtz, B. W. (2010b). Electronic business (3rd ed.). Wiesbaden: Gabler.

Wirtz, B. W. (2011). Business model management: Design – instruments – success factors. Wiesbaden: Gabler.

Wirtz, B. W. (2018a). Business model management: Design – Instrumente – Erfolgsfaktoren von Geschäftsmodellen (4th ed.). Wiesbaden: Springer Gabler.

Wirtz, B., (2020) Business Model Management Design - Process – Instruments Springer Publishing, Springer Texts in Business and Economics

Wortmann, F., & Fluchter, K. (2015). Internet of things: Technology and value added. *Business & Information Systems Engineering*, *57*(3), 221-224.

Wright, A. (2012). The social life of robots. *Communications of the ACM, 55* (2), 41–49.

Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review, 27* (2), 185–203.

Zott, C., & Amit, R. (2010). Business model design: An activity system perspective. Long Range Planning, 43(2–3), 216–226.

# BÖLÜM 2

## GAYRİMENKUL YATIRIM ORTAKLIKLARI ETKİNLİK ÖLÇÜMÜ

*Alper OVA*[1]

1 Dr., İstanbul, e-mail: alperova@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-1784-1506

## 1. Giriş

Geleneksel bir gayrimenkul yatırım ortaklığı (GYO) esasen gayrimenkulleri, ipotek ile ilgili varlıkları veya her ikisini birden elde tutmak için özel olarak oluşturulan kapalı uçlu fondur. Bu yatırım aracı, ABD Kongresi tarafından 1960 yılında, yatırımcılara gayrimenkullere yatırım yapmak konusunda bir fırsat sağlamak ve aynı zamanda yatırım ortaklıklarındaki hissedarlara sağlanan faydaların aynılarını yaşamaları amacıyla oluşturulmuştur (Chan, Erickson ve Wang, 2003:3).

GYO'ların oluşturulmasından önce, yatırımcılar sadece emlak piyasasından gayrimenkul satın alabilirdi, borsadan almaları ise mümkün değildi. GYO'ların oluşturulmasıyla birlikte, mülklerin, şirket veya tröst şeklinde oldukları için, menkul kıymetler borsasında ticareti mümkün hale gelmiştir. Diğer Bir başka ifadeyle, yatırımcılar bir gayrimenkul havuzu ve/veya ipotek havuzu satın alma niyetiyle borsadan GYO hisse senedi satın alabilirler. Böylece GYO konsepti, küçük yatırımcıların gayrimenkule yatırım yapmasını mümkün ve uygun hale getirmiştir (Chan, Erickson ve Wang, 2003:3).

GYO konsepti 1960'larda ilk çıktığında yatırımcıların gayrimenkul alım gücü daha yüksekti. Son yıllarda dünya nüfusunun artması ve sermaye dolaşımının kolaylaşmasıyla beraber gayrimenkul fiyatları oldukça arttığından, küçük yatırımcının gayrimenkul alabilirliği giderek azalmaktadır. Bu bağlamda GYO'lar küçük yatırımcılara büyük umutlar sunmaktadır.

GYO'ların ülke ekonomisine çok farklı faydaları vardır. Bir yandan gayrimenkullerin, menkul kıymetleştirilmesini sağlarlar diğer yandan sağlıklı ve düzgün kentleşmeye yardım ederler. Ayrıca küçük yatırımcılara likidite sağlarlar. Yani küçük yatırımcı tüm varlığını bir gayrimenkule yatırdığında nakit ihtiyacı olabilir. Daha sonra ise bu gayrimenkulün paraya dönmesi zaman ve ekstra maliyet gerektirebilir. Ancak GYO hisse senetleri borsada kolayca satılabilir. Bu sayede küçük yatırımcılar, ayrıca profesyonel gayrimenkul portföy yönetimi hizmeti de almış olurlar (Çolak & Alıcı, 2001:2).

GYO'lar kayıt dışılığı önleyerek de ekonomiye katkı sağlarlar. Türkiye'de GYO işlemlerindeki değerler, ekspertiz raporu dikkate alınarak uygulanır. Ayrıca her türlü faaliyetler SPK gözetiminde gerçekleştirilir ve kamuya duyurulur (Çolak & Alıcı, 2001:2-3).

Kısaca GYO'lar, sağlam esaslarla kurulup işletilirse ekonomiye çok farklı nitelikte fayda sağlarlar. Atıl gayrimenkullerin değerlendirilmesi, tutarca yüksek altyapı yatırımlarının finanse edilmesi, sermaye piyasasına yeni yatırımcı kazandırılması, GYO'ların kendilerinin gayrimenkul

piyasasında yatırımcı olmaları, inşaat sektörüne belli bir düzen ve disiplin kazandırılması GYO'ların sağladıkları bazı faydalardır (Kaçıra, 2009:2).

GYO'lar genel olarak küçük yatırımcıların ulaşamayacakları ölçüde büyük yatırımlar yaparlar. Bu büyük yatırımlar çoğunlukla yabancı kaynak gerektirirler. GYO'lar ödedikleri faiz giderleri, faaliyet giderleri ve öz sermayelerine uygun bir getiri elde etmek durumundadırlar. Aksi takdirde şirket sürdürülebilirliğini yitirebilir. Yani GYO'ların elde ettikleri kira geliri ya da diğer gelirler ile çeşitli giderleri ve öz sermayesi arasında bir ilişki olmalıdır. Gelir düzeyi göreceli olarak çok yüksek olan GYO'lar diğer GYO'lara göre rekabet avantajı elde edebilirler.

Literatür incelendiğinde GYO'ları analiz eden çalışmaların sayıca az olduğu ve bu çalışmaların çoğunun güncel olmadığı görülmektedir. Buradaki boşluğu doldurmak amacıyla bu çalışmada Türkiye'deki (BIST'te yer alan) gayrimenkul yatırım ortaklıklarının 2021 yılı etkinlik analizi Veri Zarflama yöntemiyle yapılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde gayrimenkul yatırım ortaklıklarına ilişkin bazı genel bilgiler yer almaktadır. Üçüncü bölümde literatür incelemesi yapılmıştır. Dördüncü bölümde veri ve yöntem açıklanmış, beşinci bölümde bulgulara yer verilmiştir. Beşinci bölümden sonra ise sonuç bölümü gelmektedir.

## 2. Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları Genel Bilgiler ve Türkiye'deki GYO'lar

Gayrimenkul yatırımının kapsamı, gayrimenkulün mülkiyetine bağlı tüm kanuni haklar, menfaatler ve kazançlardır. Yani gayrimenkule sahip olan, sadece o toprağa ya da binaya sahip olmuş olmaz, aynı zamanda bir takım sınırlar dahilinde bu gayrimenkullerin sağladığı haklara da sahip olmuş olur. Bu hakların tanımı zaman içerisinde değişebilmektedir. Bu da gayrimenkul piyasasının değişken ve dinamik bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu durum, gayrimenkul piyasasındaki değişimleri takip eden ve isabetli öngörülerde bulunan kişi ve kurumların kazançlı çıkacağı anlamına gelmektedir. GYO'lar portföylerinde bulunan gayrimenkullerinin değerlerini tahmin ve tespit edebilecek profesyonel bilgi ve donanıma sahip kurumlarca değerlendirilmesini sağlarlar. GYO'ların portföyündeki varlıklar belirli dönemlerde ekspertiz şirketleri tarafından değerlenmekte ve böylelikle portföyün gerçek değeri de tespit edilmiş olur (Kaçıra, 2009:2-3).

Yatırımcılar, hisse senetlerini satın aldıkları GYO lar sayesinde portföydeki gayrimenkullere küçük bir oranda dahi olsa sahip olmaktadırlar. Bu şekilde hem portföydeki varlıkların yüksek getirilerinden faydalanıp hem de diledikleri zaman satabilme imkânına sahip olurlar. Buna ilaveten, GYO'nun gayrimenkul portföyü profesyonel uzmanlar tarafından yönetildiği için, gayrimenkul yatırımlarının profesyoneller tarafından yapılması sağlanmış olur (Kaçıra, 2009:3).

GYO'ları analiz edenler genel olarak bir GYO'yu aşağıda yer alan 3 türden biri içinde değerlendirirler (Çolak & Alıcı, 2001:11):

- Öz varlığa dayalı GYO'lar (Equity REITs)
- İpotekli GYO'lar (Mortgage REITs)
- Karma GYO'lar (Hybrid REITs)

Özvarlığa dayalı olan GYO'lar gayrimenkulün mülkiyetine sahiptir. Diğer bir deyişle gayrimenkule ya da gayrimenkul projesine büyük oranda yatırım yaparlar. Genel olarak kira geliri elde ederler. İpotekli GYO'lar gayrimenkule sahip olanlara borç verirler ve ağırlıklı olarak faiz geliri elde ederler. Karma GYO'lar ise hem gayrimenkullere ve/veya gayrimenkul projelerine hem de gayrimenkullere dayalı araçlara yatırım yaparlar (Çolak & Alıcı, 2001:11-12).

**Tablo 1.** Türkiye'deki Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarının Konsolide Portföy Bilgileri[1]

| | | | Konsolide Olmayan Aktif | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Yıl | Ay | Ortaklık Sayısı | Toplamı (Bin TL) | G % | PSPA % | İŞ % | DİĞER % |
| 2011 | 12 | 23 | 20,769,996 | 63 | 11.27 | 5.45 | 20.40 |
| 2012 | 12 | 25 | 24,086,877 | 66 | 8.18 | 6.48 | 19.34 |
| 2013 | 12 | 30 | 37,572,732 | 59 | 18.86 | 4.76 | 17.07 |
| 2014 | 12 | 31 | 42,059,437 | 71 | 9.19 | 4.51 | 15.63 |
| 2015 | 12 | 31 | 52,530,355 | 73 | 6.00 | 3.82 | 17.26 |
| 2016 | 12 | 31 | 60,602,223 | 77 | 6.80 | 3.41 | 12.49 |
| 2017 | 12 | 31 | 67,161,605 | 79 | 3.99 | 2.77 | 14.70 |
| 2018 | 12 | 33 | 79,414,634 | 79 | 3.38 | 2.39 | 15.12 |
| 2019 | 12 | 33 | 86,227,907 | 77 | 2.33 | 4.91 | 16.25 |
| 2020 | 12 | 33 | 94,881,785 | 77 | 2.38 | 5.87 | 14.96 |
| 2021 | 12 | 36 | 149,766,514 | 75 | 3.96 | 9.82 | 11.27 |

Kaynak: https://spk.gov.tr/istatistikler/aylik-istatistik-bultenleri/2021-yili-istatistik-bultenleri

Tablo 1 Türkiye'deki GYO'ların konsolide portföy bilgilerini vermektedir. 2011 yılında gayrimenkul ve gayrimenkule dayalı proje ve hakların oranı %63 iken, 2021 yılına gelindiğinde bu oran %75 olmuştur. Dolayısıyla Türkiye'deki GYO'lar çoğunlukla tür olarak öz varlığa dayalı GYO sınıflamasına girmektedir. Para ve sermaye piyasası araçlarının portföydeki oranı ise %11.27 den %3.96'ya gerilemiştir. GYO'ların oransal olarak gayrimenkul ve gayrimenkul projelerini portföyünde artırmalarının nedeni getiri beklentisinin yüksek olmasıdır. Burada beklentinin yüksek olmasının temel bazı nedenleri şöyle sıralanabilir:

a. Ülkedeki nüfus artışı: Şekil 1 Türkiye'deki nüfusun 2010 yılında 73.7 milyonken, 2021 yılında 84.7 milyona ulaştığını göstermektedir. Ayrıca nüfus artış hızı da genel olarak yüksektir. Nüfustaki bu seyir

[1] Burada G %, portföydeki gayrimenkul, gayrimenkule dayalı proje ve hakların oranını, PSPA % portföydeki para ve sermaye piyasası araçları oranını, İŞ % portföydeki iştiraklerin oranını ifade etmektedir.

gayrimenkul piyasasına sürekli talebi artırmaktadır. Yani GYO'lar ellerindeki gayrimenkulün eninde sonunda getirisinin yüksek olacağını tahmin etmektedirler.

**Şekil 1.** Türkiye'deki Nüfus ve Artış Hızı

Kaynak: https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Nufus-ve-Konut-Sayimi-2021-45866

b. Ülkeye olan düzensiz göç: Bir yandan Türkiye'nin kendi nüfusu artarken diğer yandan Suriye, Afganistan, Irak, Türkmenistan gibi ülkelerden gelen göç dalgalarıyla ülke nüfusu düzeyi tam olarak bilinemez hale gelmiştir. Göçmenlerin etkisiyle konut bulunabilirliği azalmıştır.

c. Büyükşehirlerdeki yapıların faydalı ömürlerini tamamlamaları ve kentsel dönüşüm ihtiyacının ortaya çıkışı: Kentsel dönüşümün yoğun olduğu bölgelerde insanlar bir yandan konutlarını yeniden inşa ettirirken diğer yandan başka bir konutta ikamet etmek zorunda kalmaktadırlar. Bu da konut kira düzeyini oldukça artırmaktadır. Dolayısıyla GYO'lar hem gayrimenkulün piyasa değerinin artmasını hem de kira getirisinin artmasını dikkate alarak portföylerindeki gayrimenkul ve gayrimenkule dayalı projelerin oranını artırmışlardır.

d. Kültürel olarak gayrimenkul sahibi olmanın bir statü göstergesi olması: Türkiye'de gayrimenkul sahibi olmak bir çeşit statü göstergesi olup, genel olarak gayrimenkul satın almaya olan talep, gayrimenkul arzının üzerinde olmaktadır. Bu da genel olarak fiyatları artırıcı bir etki yapmaktadır.

**Tablo 2.** Türkiye'deki Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları Portföy Değeri

| Yıl | Piyasa Değeri (milyon TL) | Piyasa Değeri (Milyon $) |
|---|---|---|
| 2011/12 | 11,708 | 6,224 |
| 2012/12 | 15,782 | 8,857 |
| 2013/12 | 18,632 | 8,730 |
| 2014/12 | 21,981 | 9,462 |
| 2015/12 | 21,280 | 7,279 |
| 2016/12 | 24,962 | 7,080 |
| 2017/12 | 26,924 | 7,125 |
| 2018/12 | 19,363 | 3,660 |
| 2019/12 | 32,712 | 5,497 |
| 2020/12 | 55,333 | 7,445 |
| 2021/12 | 87,272 | 6,536 |

Kaynak: https://spk.gov.tr/istatistikler/aylik-istatistik-bultenleri/2021-yili-istatistik-bultenleri

Tablo 2 Türkiye'deki GYO'ların portföy değerini göstermektedir. TL bazında 2021 yılında, 2011 yılına göre oldukça yüksek görünen portföy değeri, dolar bazında 2014 yılına kadar yükselmiş, sonra 2018 yılında büyük bir düşüş yaşamıştır. 2021 yılına gelindiğinde ise 2011 yılındaki değere yakın bir değerde olduğu görülmektedir.

## 3. Literatür

Gayrimenkul yatırım ortaklıklarını konu alan etkinlik çalışmaları literatürde sayıca azdır. Bu çalışmalardan bazıları şunlardır.

Anderson vd (2002) GYO'ların etkinliğini veri zarflama analiziyle incelemiştir. 1992-1996 dönemini konu alan çalışmada girdi olarak faiz giderleri, faaliyet giderleri, genel yönetim giderleri ve yönetim ücretlerini kullanan yazarlar, çıktı olarak ipotek varlıkları (mortgage assets), öz kaynak varlıkları (equity assets) ve diğer varlıkları kullanmışlardır. Etkinlik skorlarını yıllar itibariyle hesaplayan yazarlar ayrıca GYO karakteristiklerinin etkinlik üzerindeki etkisini bir regresyon analiziyle de incelemişlerdir.

Miller, Clauretie ve Springer (2006) GYO'ların maliyet etkinliğini stokastik sınır yöntemiyle ölçmüştür. 1995-2003 döneminin analiz edildiği çalışmada çıktı olarak toplam varlıklar ve toplam gelir ayrı ayrı kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre uygulanan dört modelin üçünde etkinsizliğin zamanla arttığı, kaldıracın ise dört modelde de etkinsizliği azaltıcı bir etki yaptığı görülmektedir.

Türkmen (2011) İMKB'de kayıtlı gayrimenkul yatırım ortaklıklarının etkinliğini veri zarflama yöntemiyle incelemiştir. 2007-2010 yıllarının incelendiği çalışma ölçeğe göre sabit getiri varsayımı altında yapılmıştır. Türkmen (2011) girdi olarak genel yönetim giderleri, pazarlama, satış ve dağıtım giderleri, (Toplam Borç – Alınan Sipariş Avansları)/ Net Aktif Değerdir. Modelde çıktı olarak ise net aktif değer ve net dönem karı

kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda 2007 yılında 4, 2008'de 7, 2009'da 4 ve 2010 yılında 5 firma etkin çıkmıştır.

Aytekin ve Kahraman (2015) BIST gayrimenkul yatırım ortaklıkları endeksindeki firmaların etkinliklerini veri zarflama yöntemiyle incelemiştir. 2008-2012 dönemini inceleyen çalışmada girdi olarak genel yönetim giderleri, finansman giderleri ve ödenmiş sermaye kullanılırken, çıktı olarak ise net aktif değer, net dönem karı ve piyasa değeri kullanılmıştır. Çalışma sonuçlarına göre 2008 ve 2009 yıllarında 5, 2010 ve 2011 yıllarında 8, 2012 yılında ise 4 şirket etki çıkmıştır. İncelenen 5 yılda da etkin olan bir şirket bulunmamaktadır. Aytekin ve Kahraman (2015) ayrıca etkin olmayan firmalar için referans kümesi ve potansiyel iyileştirme oranlarını da vermiştir.

Ahmed ve Mohamad (2017) Singapur'daki GYO'ların etkinliğini veri zarflama analiziyle incelemiştir. 2009-2013 dönemini konu alan çalışmada girdi olarak faaliyet giderleri, yönetim ücretleri ve faiz giderleri dikkate alınırken, çıktı olarak toplam varlıklar, toplam gelir ve net varlık değeri kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda analize dahil edilen 18 firmadan 2009 yılında 9 ve 2010-2013 döneminde 7 firma etkin çıkmıştır. Yazarlar ayrıca Malmquist indeksi de hesaplamışlardır.

Karakaya (2017) Türkiye'deki gayrimenkul yatırım ortaklıklarının etkinliğini veri zarflama yöntemiyle incelemiştir. 2015 yılını konu alan çalışmada ölçeğe göre sabit getiri, ölçeğe göre değişken getiri ve ölçek etkinliği hesaplamaları yapılmıştır. Karakaya (2017) girdi değişkeni olarak finansman gideri, faaliyet giderleri ve özsermayeyi kullanırken, çıktı olarak ise net aktif değeri ve toplam gelirleri kullanmıştır. Çalışma sonucunda ölçeğe göre sabit getiri varsayımı altında 31 şirketten 10'unun, ölçeğe göre değişken getiri varsayımı altında 11'inin ve ölçek etkinliği açısından 13'ünün etkin olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğe göre sabit getiri varsayımı altında ortalama etkinlik skoru 0.810 çıkmıştır. Karakaya (2017) ayrıca süper etkinlik skorlarını hesaplamış ve süper etkinlik skoru ile hisse senedi fiyatı arasında pozitif korelasyon olduğunu ifade etmiştir.

Münyas (2018) veri zarflama analizi yardımıyla gayrimenkul yatırım ortaklıklarının etkinliklerini incelemiştir. 2011-2017 dönemini konu alan çalışmada girdi değişkeni olarak asit test oranı, özsermaye çarpanı, finansal kaldıraç, aktif devir hızı, alacak devir hızı kullanılırken, çıktı değişkeni olarak net kar marjı, fiyat/kazanç, hisse başına kar kullanılmıştır. Çalışma sonucunda 3 şirket tüm yıllarda etkin çıkmış ve çalışmanın son yılı olan 2017 yılında 27 firma içinde etkin firma sayısı 11 çıkmıştır.

Aktaş ve Darwish (2020) gayrimenkul yatırım ortaklığı sektörü ve girişim sermayesi yatırım ortaklığı sektörünün performanslarını 2014-2019 dönemi için incelemiştir. Çalışmada girdi değişkeni olarak riskli yatırım tutarı, toplam özsermaye ve toplam aktifler kullanılırken, çıktı

değişkeni olarak net kar ve hisse başı kar kullanılmıştır. Çalışma sonucunda GYO sektörünün, girişim sermayesi yatırım ortaklığı sektörüne göre genel olarak daha etkin olduğu ortaya çıkmıştır.

Alsharif (2021) Suudi Arabistan'daki GYO ların etkinliğini veri zarflama analizi ile incelemiştir. Girdi-çıktı seçiminde kar odaklı bir yaklaşım sergileyen Alsharif (2021) girdi olarak faiz giderleri ve mülk faaliyet giderlerini (property operating expenses) kullanırken, çıktı olarak kira geliri ve diğer gelirleri tercih etmiştir. Yazar ayrıca toplam varlıkların çıktı olarak kullanıldığı başka bir model daha hesaplamıştır. Toplam varlıkların çıktı olarak kullanıldığı modele göre 17 firmadan 2018 ve 2019 yıllarında 4 firma etkin çıkarken, kira geliri ve diğer gelirlerin çıktı olarak kullanıldığı modelde 2018 ve 2019 yıllarında 3 firma etkin çıkmıştır.

Atukalp ve Çizgici Akyüz (2021) gayrimenkul yatırım ortaklıklarının toplam faktör verimliliğini 2014-2019 dönemi için incelemiştir. Çalışmada girdi değişkeni olarak faaliyet giderleri ve finansman giderleri kullanılırken, çıktı değişkeni olarak hasılat ve net kar kullanılmıştır. Yazarlar yıllar itibariyle Malmquist toplam faktör verimliliği endeksini tablo halinde vermişlerdir.

## 4. Veri ve Yöntem

### 4.1 Veri

Bu çalışmada BIST'te ye alan gayrimenkul yatırım ortaklıklarının 2021 yılı etkinlik analizi yapılmıştır. BIST'te 2022 itibariyle 39 GYO ye almaktadır. Bunlardan 2021 yılında kurulmuş ya da sonradan GYO olmuş, hesap dönemi farklı ya da verilerine ulaşılamayan toplam 4 şirket analizden çıkarılmıştır. Dolayısıyla 35 şirket analiz edilmiştir. Veriler şirketlerin bağımsız denetim raporlarında yer alan konsolide finansal tablolardan alınmıştır.

**Tablo 3.** Girdi ve Çıktı Değişkenleri

| | |
|---|---|
| **Girdi Değişkenleri** | |
| Finansman Giderleri | Atukalp & Çizgici Akyüz (2021); Aytekin & Kahraman (2015); Karakaya (2017) |
| Faaliyet Giderleri | Ahmed & Mohamad (2017); Atukalp & Çizgici Akyüz (2021); Karakaya (2017) |
| Özsermaye | Aktaş & Darwish (2020); Karakaya (2017) |
| **Çıktı Değişkenleri** | |
| Toplam Varlıklar | Ahmed & Mohamad (2017) |
| Toplam Gelirler (Hasılat) | Ahmed & Mohamad (2017); Atukalp & Çizgici Akyüz (2021); Karakaya (2017) |

Tablo 3 bu çalışmada kullanılan girdi ve çıktı değişkenlerini vermektedir. Tablo 3'ten anlaşılacağı üzere girdi ve çıktı değişkenleri literatür dikkate alınarak seçilmiştir. Bu değişkenlerin haricinde "net aktif değer" değişkeni de Karakaya (2017), Türkmen (2011) ve Aytekin ve

Kahraman (2015) tarafından tercih edilmiştir. Fakat bu değişkene ulaşılamadığı için çalışmada 3 girdi (finansman giderleri, faaliyet giderleri, özsermaye) ve iki çıktı (toplam varlıklar, toplam gelirler) kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılan faaliyet giderleri, şirketlerin gelir tablolarında yer alan genel yönetim giderleri, satış ve pazarlama gideriyle esas faaliyetlerden diğer giderler kalemlerinin toplamı alınarak hesaplanmıştır. Toplam gelir ise gelir tablosunun en üstünde yer alan hasılat rakamıdır. Toplam hasılatı kira gelirleri, yurt gelirleri ve diğer gelirler oluşturmaktadır. Esas faaliyetlerden elde edilen diğer gelirler (yatırım amaçlı gayrimenkuller değer artışı, kur farkı geliri vb.) ise hasılatın içinde yer almamaktadır.

### 4.2 Yöntem

Bu çalışmada GYO'ların etkinlik analizinde veri zarflama yöntemi kullanılmıştır. Veri zarflama ilk olarak Charnes, Cooper ve Rhodes (1978) tarafından geliştirilmiştir. Bir karar verme biriminin etkinliği ağırlıklandırılmış çıktının ağırlıklandırılmış girdiye oranının maksimumu olarak ifade edilir. Tabi burada karar verme birimlerinin benzer oranları birden küçük ya da bire eşit olmalıdır. Matematiksel olarak şöyle ifade edilebilir (Charnes, Cooper ve Rhodes, 1978:430):

$$max_{h0} = \frac{\sum_{r=1}^{s} u_r y_{r0}}{\sum_{i=1}^{m} v_i x_{i0}} \tag{1}$$

Kısıtlar;

$$\frac{\sum_{r=1}^{s} u_r y_{rj}}{\sum_{i=1}^{m} v_i x_{ij}} \leq 1; \quad J = 1, \ldots, n$$

$$u_r v_i \geq 0 \text{ ; r=1,…,s ; i=1,…,m}$$

Burada $y_{rj}, x_{ij}$ (tümü pozitif), j karar biriminin çıktı ve girdilerini oluşturmaktadır. $u_r, v_i \geq 0$ problemin çözümü tarafından belirlenecek değişken ağırlıklardır (Charnes, Cooper ve Rhodes, 1978:430).

Bu çalışmada ölçeğe göre sabit getiri varsayımı altında girdi odaklı veri zarflama analizi uygulanmıştır. Girdi odaklı zarflama modeli aşağıdaki gibidir (Cooper, Seiford ve Zhu, 2004:13):

$$min\theta - \varepsilon(\sum_{i=1}^{m} s_i^- + \sum_{r=1}^{s} s_r^+) \tag{2}$$

Kısıtlar;

$$\sum_{j=1}^{n} x_{ij}\lambda_j + s_i^- = \theta x_{i0} \qquad i=1,2,\ldots m;$$

$$\sum_{j=1}^{n} y_{rj}\lambda_j - s_r^+ = y_{r0} \qquad r=1,2,\ldots s;$$

$$\lambda_j \geq 0 \qquad j=1,2,\ldots n;$$

## 5. Bulgular

**Tablo 4.** BIST'te Yer Alan Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarının 2021 Yılı Etkinlik Değerleri

| Firma | Etkinlik Değeri | Firma | Etkinlik Değeri |
|---|---|---|---|
| 1 | 1.000 | 19 | 0.902 |
| 2 | 0.755 | 20 | 0.473 |
| 3 | 0.487 | 21 | 0.486 |
| 4 | 0.682 | 22 | 1.000 |
| 5 | 0.767 | 23 | 1.000 |
| 6 | 0.362 | 24 | 0.403 |
| 7 | 1.000 | 25 | 1.000 |
| 8 | 1.000 | 26 | 0.665 |
| 9 | 0.718 | 27 | 0.639 |
| 10 | 1.000 | 28 | 0.647 |
| 11 | 0.668 | 29 | 0.726 |
| 12 | 0.940 | 30 | 0.461 |
| 13 | 0.538 | 31 | 0.664 |
| 14 | 0.814 | 32 | 0.879 |
| 15 | 0.581 | 33 | 0.559 |
| 16 | 0.428 | 34 | 1.000 |
| 17 | 0.457 | 35 | 0.930 |
| 18 | 0.466 | Ortalama | 0.717 |

**Tablo 5.** Etkin Olmayan GYO'lar için Projeksiyon (Milyon TL)

| | Değişken | Orijinal Değer | Radyal Hareket | Slack Değer | Hedeflenen değer |
|---|---|---|---|---|---|
| Firma 2 | Toplam Varlıklar | 7729.4 | 0.0 | 0.0 | 7729.4 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 415.9 | 0.0 | 206.5 | 622.4 |
| | Finansman Giderleri | 1765.8 | -431.8 | 0.0 | 1334.0 |
| | Faaliyet Giderleri | 66.1 | -16.2 | 0.0 | 49.9 |
| | Özsermaye | 4138.1 | -1011.9 | 0.0 | 3126.2 |
| Firma 3 | Toplam Varlıklar | 260.8 | 0.0 | 88.4 | 349.2 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 120.7 | 0.0 | 0.0 | 120.7 |
| | Finansman Giderleri | 6.3 | -3.2 | -2.1 | 1.0 |
| | Faaliyet Giderleri | 11.8 | -6.1 | 0.0 | 5.7 |
| | Özsermaye | 253.0 | -129.7 | 0.0 | 123.3 |
| Firma 4 | Toplam Varlıklar | 3095.2 | 0.0 | 0.0 | 3095.2 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 122.0 | 0.0 | 421.8 | 543.8 |
| | Finansman Giderleri | 1.0 | -0.3 | 0.0 | 0.7 |
| | Faaliyet Giderleri | 33.9 | -10.8 | 0.0 | 23.1 |
| | Özsermaye | 3060.0 | -972.7 | -358.8 | 1728.5 |
| Firma 5 | Toplam Varlıklar | 127.5 | 0.0 | 0.0 | 127.5 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 4.4 | 0.0 | 18.3 | 22.7 |
| | Finansman Giderleri | 14.0 | -3.3 | 0.0 | 10.7 |
| | Faaliyet Giderleri | 3.4 | -0.8 | 0.0 | 2.6 |
| | Özsermaye | 50.6 | -11.8 | 0.0 | 38.8 |
| Firma 6 | Toplam Varlıklar | 614.5 | 0.0 | 0.0 | 614.5 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 34.7 | 0.0 | 112.4 | 147.1 |
| | Finansman Giderleri | 0.6 | -0.4 | 0.0 | 0.2 |
| | Faaliyet Giderleri | 19.4 | -12.4 | -1.1 | 5.9 |
| | Özsermaye | 605.5 | -386.4 | 0.0 | 219.1 |
| Firma 9 | Toplam Varlıklar | 1006.5 | 0.0 | 453.8 | 1460.3 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 466.6 | 0.0 | 0.0 | 466.6 |
| | Finansman Giderleri | 79.5 | -22.4 | -53.8 | 3.2 |
| | Faaliyet Giderleri | 30.1 | -8.5 | 0.0 | 21.6 |
| | Özsermaye | 719.9 | -203.2 | 0.0 | 516.7 |
| Firma 11 | Toplam Varlıklar | 30760.5 | 0.0 | 0.0 | 30760.5 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 6737.5 | 0.0 | 0.0 | 6737.5 |
| | Finansman Giderleri | 609.4 | -202.6 | 0.0 | 406.8 |
| | Faaliyet Giderleri | 1174.1 | -390.3 | 0.0 | 783.8 |
| | Özsermaye | 15746.9 | -5234.4 | 0.0 | 10512.5 |
| Firma 12 | Toplam Varlıklar | 4578.2 | 0.0 | 0.0 | 4578.2 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 104.6 | 0.0 | 515.3 | 619.9 |
| | Finansman Giderleri | 42.7 | -2.6 | 0.0 | 40.1 |
| | Faaliyet Giderleri | 30.2 | -1.8 | 0.0 | 28.4 |
| | Özsermaye | 3300.2 | -199.0 | 0.0 | 3101.2 |
| Firma 13 | Toplam Varlıklar | 89.3 | 0.0 | 0.0 | 89.3 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 12.1 | 0.0 | 19.5 | 31.6 |
| | Finansman Giderleri | 0.5 | -0.2 | 0.0 | 0.3 |
| | Faaliyet Giderleri | 3.3 | -1.5 | -0.3 | 1.5 |
| | Özsermaye | 58.5 | -27.0 | 0.0 | 31.5 |
| Firma 14 | Toplam Varlıklar | 6676.3 | 0.0 | 0.0 | 6676.3 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 488.6 | 0.0 | 318.2 | 806.8 |
| | Finansman Giderleri | 195.9 | -36.5 | 0.0 | 159.4 |
| | Faaliyet Giderleri | 45.4 | -8.5 | 0.0 | 36.9 |
| | Özsermaye | 5475.7 | -1020.4 | 0.0 | 4455.3 |
| Firma 15 | Toplam Varlıklar | 2989.4 | 0.0 | 0.0 | 2989.4 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 524.2 | 0.0 | 113.5 | 637.7 |
| | Finansman Giderleri | 110.3 | -46.2 | 0.0 | 64.1 |
| | Faaliyet Giderleri | 73.3 | -30.7 | 0.0 | 42.6 |
| | Özsermaye | 1761.5 | -737.8 | 0.0 | 1023.7 |
| Firma 16 | Toplam Varlıklar | 123.0 | 0.0 | 9.1 | 132.1 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 61.0 | 0.0 | 0.0 | 61.0 |
| | Finansman Giderleri | 1.7 | -1.0 | 0.0 | 0.7 |
| | Faaliyet Giderleri | 15.6 | -8.9 | -3.5 | 3.2 |
| | Özsermaye | 107.8 | -61.7 | 0.0 | 46.1 |
| Firma 17 | Toplam Varlıklar | 185.1 | 0.0 | 0.0 | 185.1 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 28.2 | 0.0 | 15.3 | 43.5 |
| | Finansman Giderleri | 0.1 | -0.1 | 0.0 | 0.0 |
| | Faaliyet Giderleri | 12.5 | -6.8 | -4.0 | 1.7 |
| | Özsermaye | 144.4 | -78.4 | 0.0 | 66.0 |
| Firma 18 | Toplam Varlıklar | 490.0 | 0.0 | 0.0 | 490.0 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 40.0 | 0.0 | 60.3 | 100.3 |
| | Finansman Giderleri | 0.4 | -0.2 | 0.0 | 0.2 |
| | Faaliyet Giderleri | 8.7 | -4.6 | 0.0 | 4.1 |
| | Özsermaye | 467.8 | -249.7 | 0.0 | 218.1 |
| Firma 19 | Toplam Varlıklar | 1644.5 | 0.0 | 0.0 | 1644.5 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 484.2 | 0.0 | 0.0 | 484.2 |
| | Finansman Giderleri | 402.5 | -39.4 | 0.0 | 363.1 |
| | Faaliyet Giderleri | 211.6 | -20.7 | -124.5 | 66.4 |
| | Özsermaye | 402.7 | -39.4 | 0.0 | 363.3 |
| Firma 20 | Toplam Varlıklar | 9063.0 | 0.0 | 0.0 | 9063.0 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 1472.7 | 0.0 | 897.5 | 2370.2 |
| | Finansman Giderleri | 84.7 | -44.6 | 0.0 | 40.1 |
| | Faaliyet Giderleri | 312.9 | -164.8 | 0.0 | 148.1 |
| | Özsermaye | 6725.1 | -3541.2 | 0.0 | 3183.9 |
| Firma 21 | Toplam Varlıklar | 1049.0 | 0.0 | 0.0 | 1049.0 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 95.0 | 0.0 | 111.1 | 206.1 |
| | Finansman Giderleri | 6.0 | -3.1 | 0.0 | 2.9 |
| | Faaliyet Giderleri | 17.3 | -8.9 | 0.0 | 8.4 |
| | Özsermaye | 1007.7 | -518.4 | 0.0 | 489.3 |
| Firma 24 | Toplam Varlıklar | 1224.2 | 0.0 | 0.0 | 1224.2 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 62.3 | 0.0 | 447.0 | 509.3 |
| | Finansman Giderleri | 13.5 | -8.1 | 0.0 | 5.4 |
| | Faaliyet Giderleri | 81.6 | -48.7 | -7.2 | 25.7 |
| | Özsermaye | 1065.0 | -635.8 | 0.0 | 429.2 |
| Firma 26 | Toplam Varlıklar | 5242.5 | 0.0 | 0.0 | 5242.5 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 414.2 | 0.0 | 273.5 | 687.7 |
| | Finansman Giderleri | 931.9 | -312.1 | 0.0 | 619.8 |
| | Faaliyet Giderleri | 58.7 | -19.7 | 0.0 | 39.0 |
| | Özsermaye | 2993.5 | -1002.4 | 0.0 | 1991.1 |
| Firma 27 | Toplam Varlıklar | 11323.3 | 0.0 | 0.0 | 11323.3 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 2123.4 | 0.0 | 0.0 | 2123.4 |
| | Finansman Giderleri | 2170.6 | -784.1 | 0.0 | 1386.5 |
| | Faaliyet Giderleri | 638.5 | -230.6 | 0.0 | 407.9 |
| | Özsermaye | 4896.5 | -1768.8 | 0.0 | 3127.7 |
| Firma 28 | Toplam Varlıklar | 1603.4 | 0.0 | 0.0 | 1603.4 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 53.0 | 0.0 | 184.7 | 237.7 |
| | Finansman Giderleri | 316.2 | -111.7 | 0.0 | 204.5 |
| | Faaliyet Giderleri | 21.2 | -7.5 | 0.0 | 13.7 |
| | Özsermaye | 807.4 | -285.3 | 0.0 | 522.1 |
| Firma 29 | Toplam Varlıklar | 19907.0 | 0.0 | 0.0 | 19907.0 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 1483.7 | 0.0 | 765.8 | 2249.5 |
| | Finansman Giderleri | 1607.4 | -440.0 | 0.0 | 1167.4 |
| | Faaliyet Giderleri | 135.4 | -37.1 | 0.0 | 98.3 |
| | Özsermaye | 14519.0 | -3974.5 | 0.0 | 10544.5 |
| Firma 30 | Toplam Varlıklar | 104.3 | 0.0 | 0.0 | 104.3 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 40.6 | 0.0 | 0.0 | 40.6 |
| | Finansman Giderleri | 2.4 | -1.3 | 0.0 | 1.1 |
| | Faaliyet Giderleri | 5.1 | -2.8 | 0.0 | 2.3 |
| | Özsermaye | 78.4 | -42.3 | 0.0 | 36.1 |
| Firma 31 | Toplam Varlıklar | 743.6 | 0.0 | 0.0 | 743.6 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 30.1 | 0.0 | 58.7 | 88.8 |
| | Finansman Giderleri | 29.8 | -10.0 | 0.0 | 19.8 |
| | Faaliyet Giderleri | 6.1 | -2.1 | 0.0 | 4.1 |
| | Özsermaye | 739.9 | -248.6 | 0.0 | 491.3 |
| Firma 32 | Toplam Varlıklar | 4619.8 | 0.0 | 0.0 | 4619.8 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 248.2 | 0.0 | 662.5 | 910.7 |
| | Finansman Giderleri | 14.3 | -1.7 | 0.0 | 12.6 |
| | Faaliyet Giderleri | 42.2 | -5.1 | 0.0 | 37.1 |
| | Özsermaye | 2441.1 | -296.3 | 0.0 | 2144.8 |
| Firma 33 | Toplam Varlıklar | 2835.0 | 0.0 | 0.0 | 2835.0 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 277.7 | 0.0 | 185.0 | 462.7 |
| | Finansman Giderleri | 71.3 | -31.4 | 0.0 | 39.9 |
| | Faaliyet Giderleri | 34.9 | -15.4 | 0.0 | 19.5 |
| | Özsermaye | 2767.8 | -1220.0 | 0.0 | 1547.8 |
| Firma 35 | Toplam Varlıklar | 8643.9 | 0.0 | 0.0 | 8643.9 |
| | Toplam Gelirler (hasılat) | 186.8 | 0.0 | 564.3 | 751.1 |
| | Finansman Giderleri | 7.0 | -0.5 | 0.0 | 6.5 |
| | Faaliyet Giderleri | 46.3 | -3.2 | 0.0 | 43.1 |
| | Özsermaye | 8372.6 | -584.4 | 0.0 | 7788.2 |

Tablo 4'de BIST'te faaliyet gösteren GYO ların 2021 yılı etkinlik skorları görülmektedir. Ortalama etkinlik skoru 0.717 olması şirketlerin girdilerini, çıktılara dönüştürme noktasında tam olarak etkin kullanmadıkları görülmektedir. Bir başka deyişle bu çıktılar daha az girdiyle de elde edilebilirdi. Etkin firma sayısı 2021 yılında 8 olmuştur.

Tablo 5 etkin olmayan GYO'lar için gerekli olan projeksiyonu göstermektedir.

**Sonuç**

Bu çalışmada BIST'te yer alan gayrimenkul yatırım ortaklıklarının 2021 yılı etkinlik skorları veri zarflama yöntemiyle hesaplanmıştır. 39 GYO' nun 4 tanesi kapsam dışı bırakılmış ve 35 GYO analiz edilmiştir. Girdi ve çıktıların belirlenmesinde ilgili literatür dikkate alınmıştır. Girdi değişkeni olarak finansman giderleri, faaliyet giderleri ve öz sermaye kullanılmış, çıktı olarak ise toplam varlıklar ve toplam gelirler (hasılat) kullanılmıştır. Veriler şirketlerin denetim raporlarındaki konsolide finansal tablolardan alınmıştır.

Ölçeğe göre sabit getiri varsayımı altında ve girdi odaklı yapılan analiz neticesinde 35 firmadan 8 tanesi etkin çıkmıştır. Ortalama etkinlik skoru ise 0.717 olmuştur. Yani şirketler mevcut çıktılarına daha az girdi kullanarak ulaşabilecekleri görülmüştür.

Sonuç olarak BIST'te işlem gören GYO' ların daha etkin olmaları için bazı potansiyel iyileştirmeler gerekmektedir. Bu çalışmada 1, 7, 8, 10, 22, 23, 25 ve 34 nolu firmalar etkin çıkmıştır. Etkin olmayan GYO'ların kira fiyatı belirlenirken, finansman ve faaliyet giderlerini bütçelerken ya da optimum öz sermaye yapısını belirlerken etkin GYO'ları referans almaları daha etkin bir yapıya ulaşmalarını sağlayacaktır.

Şirketlerin mevcut ekonomik koşullarda ayakta kalmaları, kaynaklarını ne ölçüde etkin kullandığına bağlıdır. Mevcut girdilerle alması gerektiğinden düşük seviyede çıktı elde eden şirketler, diğer şirketlerle rekabet avantajını zamanla kaybetmektedirler. Bu sebeple etkin olmayan şirketlerin etkin şirketleri iyi incelemeleri ve yönetsel karar alırken etkin şirketlerin stratejilerini de analiz etmeleri gerekmektedir. GYO'ların literatürde az ele alınan bir konu olmasından dolayı, bu çalışmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Bundan sonraki çalışmalarda GYO etkinlik skorlarının stokastik sınır yöntemiyle incelenmesi ve daha uzun bir periyodu dikkate alması daha sağlıklı sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır.

# KAYNAKÇA

Ahmed A.A. & Mohamad A. (2017). Data envelopment analysis of efficiency of real estate investment trusts in Singapore, International Journal of Law and Management, 59(6), 826-838, https://doi.org/10.1108/IJLMA-06-2016-0058

Aktaş, M. & Darwish, Z. (2020). Performance Comparison of Real Estate Investment Trust Sector and Venture Capital Investment Trust Sector In Turkey. Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 6 (2), 129-138. https://doi.org/10.46849/guiibd.825747

Alsharif, M. (2021). The efficiency of REITs industry in Saudi Arabia: profit-oriented approach. Property Management, 39(4), 565-577. https://doi.org/10.1108/PM-09-2020-0061

Anderson R.I., Fok R., Springer T. & Webb J. (2002). Technical efficiency and economies of scale: A non-parametric analysis of REIT operating efficiency. European Journal of Operational Research, 139(3), 598-612, https://doi.org/10.1016/S0377-2217(01)00183-7

Atukalp, M. E. & Çizgici Akyüz, G. (2021). Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarında Ölçek Büyüklüğü ve Verimlilik İlişkisi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, (31), 59-72. https://doi.org/10.18092/ulikidince.767215

Aytekin, S. & Kahraman, E. (2015). BIST Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları Endeksindeki (XGMYO) Şirketlerin Finansal Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi Yöntemi ile Değerlendirilmesi. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(1), 289-301

Chan S.H. & Erickson J. & Wang K. (2003). Real Estate Investment Trusts – Structure, Performance and Investment Opportunities, Oxford University Press, Inc.

Charnes A. & Cooper W.W. & Rhodes E. (1978). Measuring the Efficiency of Decision Making Units, European Journal of Operational Research, 2(6), 429-444.

Cooper, W.W., Seiford, L.M. & Zhu, J., (2004). "Data envelopment analysis: History, models and interpretations." In: Cooper, W.W., Seiford, L.M., Zhu, J. (Eds.). Handbook on data envelopment analysis. Kluwer Academic Publishers, Boston, 1–39.

Çolak A.E. & Alıcı A. (2001). Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları A'dan Z'ye, Sermaye Piyasası Kurulu, Yayın No:136

https://spk.gov.tr/istatistikler/aylik-istatistik-bultenleri/2021-yili-istatistik-bultenleri 2021-Aralık (Erişim Tarihi 11 Ocak 2023).

https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Nufus-ve-Konut-Sayimi-2021-45866 (Erişim Tarihi 11 Ocak 2023).

Kaçıra F.B. (2009). Gayrimenkul Yatırım Ortaklıkları, Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş.

Karakaya, A. (2017). Türkiye'deki Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarının Hisse Senedi Değeri ve Süper Etkinliği Arasındaki İlişki. Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi, 1(1) , 1-17.

Miller, S. M., Clauretie, T. M., & Springer, T. M. (2006). Economies of Scale and Cost Efficiencies: A Panel-Data Stochastic-Frontier Analysis of Real Estate Investment Trusts. The Manchester School, 74(4), 483–499. https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.2006.00505.x

Münyas, T. (2018). Gayrimenkul Yatırım Ortaklıklarının Finansal Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi Yöntemi İle Değerlendirilmesi. Journal of Life Economics, 5(4), 111-126.

Türkmen, S. (2011). İMKB'de işlem gören gayrimenkul yatırım ortaklıklarının finansal etkinliklerinin veri zarflama analizi ile değerlendirilmesi. Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 31(2), 273-288

# BÖLÜM 3

## TEDARİKÇİ SEÇİMİ VE ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME

*Hazal AKBAL*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Zübeyde Hanım Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, hazalakbal@ohu.edu.tr, ORCID ID:0000-0002-5129-9773

## GİRİŞ

Günümüz sıkı rekabet koşullarında ayakta kalabilmek, kaliteli hizmetler ve ürünler sunmak birçok faaliyetin etkin yönetimi ile mümkündür. Bu faaliyetlerden biri de tedarik zincirinin yönetimidir. Tedarik zinciri yönetimi kısaca, kaynak akışı ile müşteri talebinin yerine getirilmesi amacıyla zincir üyelerinin birbiri ile uyumlu hale getirilmesidir. Tedarik zinciri yönetimi birçok fonksiyonu bünyesinde barındıran bileşenlerden oluşmaktadır. Önemli bileşenlerden birisi de tedarikçi seçimidir. Tedarik zincirinin yönetiminde önemli bir yer tutan tedarikçi seçimi, çok kriterli ve karmaşık bir süreçtir. Tedarik zincirinde en uygun tedarikçiyi seçmek fiyat, kalite, teslimat zamanı, garanti politikası, güvenilirlik gibi birden çok kriteri göz önüne alarak optimal seçimin yapılmasıdır.

AHP, TOPSIS, GİA, VIKOR, MOORA, ELECTRE gibi yöntemler tedarik seçimi problemlerinde en sık kullanılan çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemleridir. Bu bölümde ilk olarak tedarik zincirine ilişkin kavramsal çerçeve sunularak tedarikçi seçiminin değerlendirilmesinde kullanılan kriterler ile seçim sürecine dair bilgiler verilecektir. Çok kriterli karar verme hakkında bilgiler sunularak tedarikçi seçiminde karar vericilerin etkin karar verme süreçlerinde sıklıkla kullanılan çok kriterli karar verme yöntemleri ele alınacaktır.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Tedarikçi seçim kararı değerlendirilmeden önce tedarik, tedarikçi ve tedarik zinciri gibi kavramların ne ifade ettiğinin bilinmesinde fayda vardır. İlgili kavramlara ilişkin açıklamalar aşağıda sunulmuştur.

### 1.1. Tedarik, Tedarikçi, Tedarik Zinciri Kavramları

Tedarik zinciri yönetimine olan önem firmaların kendi organizasyonları içerisinde ve dışında işbirlikçi ilişkilerin yararlarını gördükleri 1980'li yıllardan itibaren sürekli olarak artış göstermiştir. Firmalar artık tedarikçilerinden ve tedarik zinciri elemanlarından ayrı olarak etkin bir biçimde rekabet edemeyeceklerini düşünmektedir. Tedarik zinciri, hammadde ve parça tedariki, stok takibi, imalat, depolama, montaj, sipariş yönetimi, dağıtım ile müşteriye teslimata kadar bir ürünün ham maddeden müşteriye teslim edilmesiyle ilgili tüm faaliyetler ve bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için önemli bilgi sistemleridir (Lummus ve Vokurka, 1999: 11).

Tedarik kavramı Türk Dil Kurumu tarafından "*araştırıp bulma, sağlama, elde etme"* anlamlarına gelirken, tedarikçi kavramı ise "*gerekli olan malzemeyi sağlayan kimse*" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Bir tedarikçi, planlı bir biçimde tasarlanan ve yönetilen bir tedarik zincirinin unsuru olursa tedarik zincirinin bütününün rekabet avantajı artar. Bu nedenle doğru ve uygun tedarikçi seçimi tekin tedarik zinciri yaratmanın

önemli bir adımıdır (Özel ve Özyörük, 2007: 415).

Tedarik zincirinin kavramsal çerçevesi birbiri ile ilişkili üç unsur olan tedarik zinciri ağ yapısı, yönetimi ve iş süreçleri bileşenlerinden oluşmaktadır. Tedarik zinciri ağ yapısı, üye firmalar ile bu firmalar arasındaki bağlantılardan oluşmaktadır. Yönetim bileşenleri, iş süreçlerinin tedarik zinciri süresince uyumlaştırıldığı ve yönetildiği değişkenlerdir. İş süreçleri ise müşterilere belirli bir değer üreten faaliyetlerdir. (Lambert ve Cooper, 2000: 69).

Bir tedarik zinciri, yukarı yönlü (tedarik) aşağı yönlü (dağıtım) ve nihai tüketici gibi birçok firmadan oluşmaktadır. Tedarik zinciri, kaynaktan müşteriye doğru ürün, hizmet ve bilginin aşağı ve yukarı akışlarına doğrudan kapsam dahilinde olan birden çok varlık grubu olarak tanımlanabilmektedir. Bu tanım kapsamında, tedarik zinciri karmaşıklığının üç derecesini doğrudan, genişletilmiş ve nihai tedarik zinciri biçiminde tanımlayabiliriz. Doğrudan tedarik zinciri, ürünlerin, hizmetlerin ve bilginin aşağı ve yukarı akışlarında yer alan firma, müşteri ve tedarikçiden oluşmaktadır. Genişletilmiş tedarik zinciri, bilgi, ürün ve hizmetlerin aşağı ve yukarı akışlarında yer alan, acil tedarikçinin tedarikçilerini ve acil müşterinin müşterilerini içermektedir. Nihai tedarik zincirinde ise nihai tedarikçiden müşteriye ürün, hizmet ve bilginin aşağı ve yukarı akışlarında yer alan tüm organizasyonları kapsamaktadır (Mentzer vd., 2001:3-4).

## 2. TEDARİKÇİ SEÇİMİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Kaynak kullanımı, başarılı işletmelerin tedarik zinciri performanslarını etkileyen temel faktörlerden biridir. Kaynak kullanım kararları tedarik zincirinin mali verimliliği ile tüketiciye cevap verebilirliği üzerinde etki yaratmaktadır. Kaynak kullanım kararlarında tedarikçi seçimi konusu ilk sırada gelmektedir (Supçiller ve Deligöz, 2018: 362).

### 2.1. Tedarikçi Seçim Kriterleri

İşletmelerin kendi arasında ve dış çevresiyle işbirliği içerisinde çalışmasının yarattığı fayda ve rekabete dayalı olarak müşteri istek ve taleplerinin karşılanması gerekliliği tedarik zincirinin önem kazanmasında rol oynamaktadır. İşletmelerin müşterilere sunduğu ürünlerin kalitesi tedarikçilerden sağlanan mamullerin kalitesi ile doğru orantılıdır. Bu nedenle işletme performansını doğrudan etkileyen işletmelerin hedeflerine uygun tedarikçi seçim kararı önemli bir problem haline gelmektedir (Kapar, 2013: 2016).

Tedarikçi seçimine ilişkin ilk çalışma 1966'da Amerika'da Dickson tarafından yapılmıştır. Dickson, toplamda 273 kişiye anket uygulayarak ankette 23 adet kriter kullanmıştır. Fiyat, kalite, teknik kapasite, teslimat, iş yapma yeteneği, performans geçmişi, yönetim ve organizasyon, coğrafi

konum, garanti ve şikâyet politikası, eğitim yardımları, üretim yetenekleri, davranış, etki, finansal pozisyon, işçi ilişkileri kayıtları, prosedürlere uyum, geçmiş iş tutarı, iletişim sistemi, karşılıklı düzenlemeler, ün ve endüstrideki pozisyon, paketleme yeteneği, operasyon kontrol ve onarım servisleri bu kriterlerdendir (Dickson, 1966).

1966 yılında Dickson'ın yaptığı çalışmada kullanılan kriterler günümüzde de işletmeler tarafından seçim kriterleri olarak yer almaktadır. Teknik özellikler, tedarik süresi, fiyat, iletişim kolaylığı, tedarikçi esnekliği, satış sonrası hizmet, ürün kalitesi, tedarik kapasitesi, ödeme şartları, son kullanıcı şikâyetleri tasarım yeteneği, üretim aksaklıkları, tedarik süresi sapmaları, nakliye, tedarikçi itibarı ile tedarikçinin finansal yapısı gibi kriterler günümüzde tedarikçilerin seçiminde dikkate alınan bazı özelliklerdir (Nebol, 2016: 75). Ayrıca giderek zorunlu hale gelen yeşile dönüş, çevre ve dostu uygulamalarla birlikte tedarikçi seçiminde yeşil ürün, yeşil tasarım, yeşil ambalaj gibi kriterlerin de göz önünde bulundurulmasını sağlamıştır.

Tedarikçilerin ürünleri için kalite güvence vermeleri, kaliteli ürünlerini üretim noktalarına zamanında ulaştırabilmeleri işletmelerin üretimlerinin aksamaması için önemlidir. Kalite belgelendirme de işletmelerin tedarikçilerle ilişkilerini kuvvetlendiren bir kriterdir (Odman Çelikçapa ve Şenol, 2015: 259).

Tedarikçi seçiminde kullanılan kriterler incelendiğinde birbiri ile çatışan kriterlere ilişkin durumlar ortaya çıkmaktadır. İşletmeler en uygun fiyata kaliteli ürün temin etmek isterken kaliteli ürün sunan tedarikçiler ise en uygun fiyattan bu ürünleri sunmayabilmektedir. Bu nedenle tedarikçi seçimi birbiri ile çatışan kriterlerin içerisinden uzlaşan çözüme ulaşma işlemi olabilmektedir (Özdemir, 2010: 63). Tablo 1'de tedarikçi değerlendirmesine ilişkin örnek bir değerlendirme cetveli sunulmuştur.

**Tablo 1.** *Tedarikçi değerlendirme cetveli*

| Tedarikçi Adı: | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Kriter | Kriter Değeri (A) | | Kriterin Önem Derecesi (B) | Ağırlıklı Puan |
| Teknik Özellikler | …….. (x) | …… | = | …… |
| Teslim Süresi Sapması | ……..(x) | …… | = | …… |
| Fiyat Uygunluğu | ……...(x) | …… | = | …… |
| Kalite Red Oranı | ……(x) | …… | = | …… |
| Toplam Puan | | | = | …… |
| (A):1: En kötü…….4: En iyi | | (B):1: En az önemli…..4: Kuvvetli önemli | | |

**Kaynak***: Nebol, 2016: 76.*

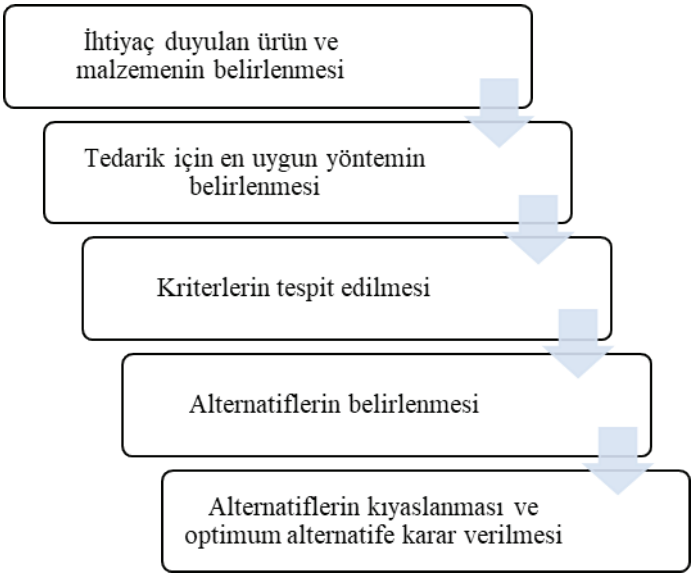
Tablo 1'de sunulan kriterler örnek değerlendirme kriterleridir. Her işletmenin kendi amacına uygun olarak belirlediği kriterlere ilişkin bir lis-

te belirlenerek değerlendirme cetveli oluşturulur. Daha sonra her kriterin değeri belirlenerek kriterlere ilişkin önem dereceleri ağırlıklandırılır. Son olarak her bir kritere ilişkin ağırlıklı puanlar elde edilerek her tedarikçi firma için toplamda genel bir performans puanı oluşturulur.

### 2.2. Tedarikçi Seçim Süreci

Son yıllarda işletmelerin varlıklarının devamı için gereksinim duydukları ürün ve malzemeleri uygun maliyet, doğru zaman ve kaynaktan tedarik etmeleri önem kazanmaktadır. Bu durumun gerçekleşmesi ise etkin bir tedarik zincirinin işletmenin genelinde adapte edilmesi ile mümkün olacaktır. Bu noktada tedarik zincirinin yönetiminde önem kazanan konulardan biri de tedarikçi seçimi olmuştur (Dağdeviren ve Eraslan, 2008: 74).

Tedarikçi seçimi, tedarikçileri işletmelerin tedarik zincirlerinin parçasına dönüştürmek amacıyla değerlendirme sürecidir. Tedarikçilerin işletme ile uyum halinde, düşük maliyetle yüksek verim sağlaması tedarikçi seçiminin ana amacıdır. İşletmeler çoğu zaman uygun tedarikçi bulmakta zorluklar yaşamaktadır. Özellikle uzun dönemli stratejik ilişki sürdürülecek tedarikçilerin belirlenmesi dikkatli seçim yapılması gereken tedarikçi seçim sürecinin önemli bir noktasıdır (Özbek, 2016: 86). Tedarikçi seçim süreci Şekil 1'de kısaca özetlenmiştir.




**Şekil 1.** *Tedarikçi seçim süreci*
**Kaynak:** *Özçelik ve Eryılmaz, 2019: 500*

Tedarikçi seçiminde öncelikle işletmelerin ihtiyaç duydukları ürün veya malzemelerin tespit edilmesi gerekmektedir. Daha sonra tedarik edilecek olan ürün veya malzeme için hangi satın alma yönteminin kullanı-

lacağı belirlenir. Seçilecek olan tedarikçiye ilişkin kriterler belirlenerek tedarikçilerle ilgili yeterli bilgi elde edilir. Sonraki aşamada alternatif tedarikçiler arasında kıyaslama yapılarak en uygun tedarikçi seçimi yapılır.

### 2.3. Tedarikçi Seçim Problemi

En basit tanımı ile tedarikçi seçim problemi, malzeme ve ürünlerin hangi miktarda ve kimden alınacağının belirlenmesidir. İşletmeler varlıklarını devamı için birden çok tedarikçi firma ile çalışmak durumundadır. Bu tedarikçi firmaların birçok alternatif firma içerisinden seçilmesi ise zor bir problemdir (Özder ve Eren, 2016: 196).

Satın alma departmanlarının tek tedarikçi mi birden çok tedarikçi ile mi iş yapma kararı alması da önemli bir tedarikçi seçim problemidir. Rekabet koşulları, talebin düzeyi gibi faktörler üzerinde durarak konuya ilişkin en doğru kararın verilmesi gerekir (Vatansever, 2013: 157).

Temelde iki tür tedarikçi seçim problemi bulunmaktadır (Ghodsypour ve O'Brien, 1998:199):

1. Kısıtlama olmadığında tedarikçi seçimi: Mevcut tedarikçiler, talep eden kişilerin talep, teslimat kalite gibi gereksinimlerini karşılayabilir.

2. Tedarikçilerin kapasitesinde, kalitesinde vb. bazı sınırlamalar olduğunda tedarikçi seçimi: Tek bir tedarikçi alıcıların tüm talep ve gereksinimlerini yerine getiremez ve alıcılar, ilk tedarikçinin kapasite eksikliğini veya düşük kalitesini telafi etmek için talebinin bir kısmını bir tedarikçiden ve geri kalan bölümünü ise başka bir tedarikçiden karşılamak zorundadır.

## 3. ÇOK KRİTERLİ KARAR VERME

Çok kriterli karar vermenin başlangıcı, Benjamin Franklin'in karar verme sürecinde görülebilmektedir. Franklin önemli bir konuda karar verme için basit bir kâğıt sistemi kullanmıştır. Kâğıdın bir yüzüne kararı destekleyen görüşleri diğer tarafına da aleyhindeki görüşleri yazmıştır. Yavaş yavaş kâğıdın her iki yüzündeki eşit öneme sahip görüşleri silmeye başlamıştır. Kâğıdın bir yüzündeki görüşlerin tamamı silinene kadar bu işleme devam etmiş sonunda yalnızca kâğıdın bir yüzünde kalan görüşleri destekleyen taraf olmuştur. ÇKKV çalışmalarının gelişimi 1980 ve 1990'ların başında hızlanmıştır. Bir filozof ve politik ekonomist olan Francis Edgeworth, istatistiksel yöntemlerin geliştirilmesinde önemli katkılarda bulunmuş ve matematiksel kavramları karar vermeye uygulayan ilk kişidir. Modern ÇKKV teorisinin temeli, Vilfredo Pareto'nun verimlilik kavramı olarak da bilinen Pareto-optimalitesidir (Siekelova, Podhorska ve Imppola, 2021: 1).

İşletmeler tarafından satın alma faaliyetlerinin yerinde, ucuz ve hızlı bir biçimde gerçekleştirilmesi son derece önemli iken en uygun tedarikçilerin seçimi ise zaman ve para kaybı ile sonuçlanabilen zor bir süreçtir. Bu süreç birbiri ile çelişen pek çok bileşeni kapsadığından karmaşık karar verme sürecine dönüşmektedir. Karmaşık süreci yönetmek için ise ÇKKV tekniklerinden faydalanılmaktadır (Özçelik ve Eryılmaz, 2019: 498).

Günümüzde tedarik zincirleri de rekabet etmektedir. Bu nedenle tedarik zincirlerinin önemli unsurlarından olan tedarikçiler giderek daha çok önem kazanmaya başlamaktadır. En uygun tedarikçinin seçimi birbiri ile çatışan amaçların maksimizasyonunu gerektirdiği için ÇKKV problemleri içerisindedir (Koç, 2019:339).

### 3.1. Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri

Tedarikçi seçim problemleri için nicel ve nitel yöntemler kullanılmaktadır. Bu süreçte birbiri ile çatışan birçok kriter değerlendirileceğinden ÇKKV yöntemlerinden yararlanılmaktadır. Tedarikçi seçiminde birçok ÇKKV yöntemlerinden faydalanılmakta olup bu bölümde en sık kullanılan yöntemler anlatılacaktır.

#### 3.1.1. Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP)

Nicel ve nitel kriterleri kıyaslama özelliğine sahip olan, uygulanması ve anlaşılması kolay bir yöntem olan AHP T.L, Saaty tarafından ilk olarak 1980 tarihinde çok kriterli ve karmaşık sorunlara çözüm bulmak amacıyla geliştirilmiştir (Özyörük ve Özcan, 2008: 135).

AHP'nin çıktısı, karar alternatiflerinin her biri için genel tercihi gösteren öncelik sıralamasıdır ve bu yöntem karar vericinin en iyi yaklaşımı seçmesine yardımcı olur. AHP aşağıda ifade edilen adımlardan oluşur (Sehra, Brar ve Kaur, 2012: 1).

1. adım: Karar hiyerarşisi, karar problemini birbiriyle ilişkili ve birbirine bağımlı öğelerden oluşan bir hiyerarşiye bölerek oluşturulur.

2. adım: Karar elemanları üzerinde ikili karşılaştırmalar yapılır.

3. adım: Elemanların ağırlıkları hesaplanır.

4. adım: Karar alternatifleri için bir dizi derecelendirme sağlamak üzere karar öğelerinin ağırlıkları toplanır.

AHP ile alternatif seçimi üzerinde etkili olan kriterlerin kolay tanımlanması, kriterlerin alternatiflere göre kıyaslanabilme olanağı, kriter ile alt kriter arasında ilişkinin kurulması gibi nedenlerle tercih edilen yöntemlerden biridir (Candan ve Yazgan, 2015:46).

### 3.1.2. TOPSIS

ELECTRE yönteminin ana yaklaşımlarını kullanan TOPSIS, bu yönteme göre daha kısadır. Yöntem, karar noktalarının ideal çözüme yakınlığına dayanmaktadır. İlk iki adımı ELECTRE ile aynı olan yöntem, altı adımdan oluşmaktadır. Bu adımlar (Aydın ve Eren, 2018: 137):

1. Karar matrisi oluşturularak başlanır.

2. Standart karar matrisi oluşturulur.

3. Kriterlerin ağırlık değerleri belirlenir.

4. İdeal ve negatif ideal alternatifler belirlenir.

5. Uzaklık ölçüleri hesaplanır.

6. İdeal çözüme göreli yakınlık hesaplanır.

Yöntem karışık matematiksel modeller içermemekle birlikte sonuçların anlaşılır ve yorumlanabilir olması ile kullanım kolaylığı nedenleri ile pek çok alanda uygulama alanı bulmaktadır (Arıkan Kargı, 2020: 96).

### 3.1.3. Gri İlişkisel Analiz (GIA)

Sanayi, tarım, ekonomik, sosyal gibi birçok doğal sistem çalışma konularına göre adlandırılır. Ancak çalışma konularının rengine göre gri sistem adı seçilmektedir. Rengin koyu veya açıklığı bilginin belirginlik düzeyinin tanımlanmasında kullanılır. Siyah sistem, kesin bir biçimde bilinmeyen bilgiyi tanımlarken beyaz sistem, kesin bilinen bilgiyi, gri sistem ise kısmen bilinen ve kısmen bilinmeyen bilgiyi tanımlar (Baş ve Çakmak, 2012: 65).

Altı adımdan oluşan gri ilişkisel analiz yönteminin adımları aşağıda özetlenmiştir (Deng, 1982).

1. Karar problemine ilişkin karar matrisi oluşturulur.

2. Karşılaştırma matris oluşturulur.

3. Karar matrisinin normalizasyonu ile normalizasyon matrisi oluşturulur.

4. Mutlak değer tablosu oluşturulur.

5. Gri ilişkisel katsayı matrisi oluşturulur.

6. Gri ilişkisel dereceler hesaplanır.

Yöntemin bilgisayar ile kolaylıkla hesaplanması ve formülasyon kolaylığının olması çok sayıdaki kriter ve alternatifi barındıran çok kriterli karar verme problemlerinin çözüme kavuşturulmasında önemli bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır (Özdemir ve Deste, 2009: 155).

### 3.1.4. VIKOR

VIKOR, karmaşık sistemlerin çok kriterli optimizasyonu için geliştirilen bir yöntemdir. İlk ağırlıklarla oluşturulan uzlaşık çözümünün tercih kararlılığı için ağırlık kararlılık aralıklarını, uzlaşma sıralama listesini ve uzlaşma çözümünü belirler. Bu yöntem, çatışan kriterler için pek çok alternatif içerisinden sıralama ve seçim yapmayı sağlar. İdeal çözüme yakınlık ölçümüne dayalı çok kriterli sıralama endeksini sunmaktadır (Oprivicovic, 1998).

VIKOR yönteminin uzlaşık sıralama algoritması aşağıdaki adımlardan oluşmaktadır (Ertuğrul ve Özçil, 2014: 274; Gul vd., 2016: 62-63):

1. En kötü ve en iyi olan kriter fonksiyonlarının değerleri hesaplanır.

2. Her alternatif için ortalama grup ($S_j$) ile en kötü grup ($R_j$) değeri hesaplanır.

3. $Q_j$ değerleri hesaplanır.

4. $Q_j$, $S_j$, $R_j$ değerleri sıralanır ve koşullar denetlenir

### 3.1.5. MOORA

İlk olarak 2006 yılında Brauers ve Zavadskas tarafınca geliştirilen yöntemin farklı çeşitleri bulunmaktadır. MOORA referans nokta yaklaşımı, MOORA oran, önem katsayısı, tam çarpım formu ve MULTI-MOORA bu yaklaşımlardandır. Bu yöntemin normalizasyon aşaması TOPSIS ile aynıdır (Arıkan Kargı, 2020: 99).

MOORA yöntemine ilk olarak matrisin oluşturulması başlanır. İlk matris üzerinde seçilen kriterler ile ilgili veriler ilgili tabloya yazılır. İlk matristeki verilerle kareler ile karekökler matrisi oluşturulur. Kriterlerin normalizasyon işlemi yapıldıktan sonra her kriter için toplamlar hesaplanarak büyükten küçüğe sıralaması yapılır (Durmaz, Akagündüz ve Şahin, 2017: 1029-1031).

Bu yöntem genellikle oran ve referans nokta yaklaşımı biçiminde iki bölüm halinde uygulanır. Oran metodunda ilk olarak normalizasyon işlemi ile başlanır. Normalizasyon işleminden sonra kriterler minimum ve maksimum değerler olarak belirlenerek toplanır. Toplanan minimum değerler toplanan maksimum değerlerden çıkartılır. Referans nokta yönteminde ise oran yöntemine ilave olarak eğer amacımız maksimizasyon ise maksimum noktalar, amacımız minimizasyon ise en küçük noktalar olan referans noktaları belirlenir (Önay, 2015: 246-247).

### 3.1.6. ELECTRE

1960'lı yıllardan bu yana, ELECTRE (Elimination and Choice Expressing the Reality-Eleme ve Gerçeği İfade Eden Seçim) yöntemi, tarım-

dan finansa, ulaşımdan personel alımına kadar birçok karar verme probleminde kullanılmaktadır. Tüm kriterler nicel ise, diğer ÇKKV yöntemlerini kullanmak daha iyi olabilir Ancak tüm kriterlerin nicel olduğunu ve aynı ölçekte aynı birim ile tanımlandığını varsayarsak, en az bir kritere göre eksik bilgiye sahipsek ELECTRE yöntemini kullanmak uygundur (Figueira, vd., 2013: 61-70).

ELECTRE yönteminin adımları aşağıdaki paragrafta sıralanmıştır (Ertuğrul ve Karakaşoğlu, 2010: 28-31):

1. Karar matrisi kurulur.
2. Normalize karar matrisi kurulur.
3. Ağırlıklı karar matrisi kurulur.
4. Uyum, uyumsuzluk küme ve indeksleri oluşturulur.
5. Üstünlük matrisi oluşturulur.
6. Nihai sıralama yapılır.

**SONUÇ**

Sağlık, eğitim, otomotiv, endüstri, bankacılık, eğlence gibi hemen her sektörde müşterilerin firmalardan en önemli beklentisi kaliteli ve uygun fiyatlı ürün satın almaktır. Tedarik zinciri ham maddenin tedariki ile başlayıp nihai ürünün müşteriye teslim edilmesi ile sonuçlanan bir süreç olduğu düşünüldüğünde tedarikçi seçimi bu noktada önem kazanmaktadır.

Tedarikçilerin değerlendirilmesi ve seçimi ile seçilen tedarikçilerle kaliteli ilişkiler kurulması ve bu ilişkilerin sürdürülebilir olması rekabet koşullarında önem kazanan noktalardan biridir. Her işletmenin kendi organizasyonel yapıları ve stratejilerine uygun olarak belirleyecekleri tedarikçi kriterleri ile müşteri istek ve talepleri etkin bir biçimde karşılanacaktır.

Tedarikçi seçim süreci pek çok kriter ve alternatifi bünyesinde bulunduran, nitel ve nicel faktörlerden etkilenen, çoğu zaman karar vermenin karmaşık hale geldiği bir problem alanıdır. Fiyat, kalite, teslimat özellikleri, garanti politikası, kalite güvence, karşılıklı işbirliği gibi birçok kriter bu seçim sürecini etkilemektedir. İşletmeler için tedarikçi seçimi çok kriterli, karmaşık bir karar verme problemi şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Özellikle önemli hizmetlerin sunulduğu işletmeler için tedarik zincirleri hayati öneme sahiptir. Bu nedenle, tedarikçi seçiminde doğru kararlar alarak süreci doğru yöneten işletmeler birçok alanda işletmelerine fayda yaratarak rekabette ön plana çıkabilecektir.

# KAYNAKÇA

Arıkan Kargı, V.S. (2020). TOPSIS ve MOORA yöntemleri ile hava filtre ekipmanlarının sıralanması, Çolak, S. (Ed.), *Üretim Yönetimi* içinde (ss.95-108). Akademisyen Yayınevi.

Aydın, Y., Eren, T. (2018). Savunma sanayiinde stratejik ürün için çok kriterli karar verme yöntemleri ile tedarikçi seçimi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 7(1),129-148.

Baş, M., Çakmak, Z. (2012). Gri ilişkisel analiz ve lojistik regresyon analizi ile işletmelerde finansal başarısızlığın belirlenmesi ve bir uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3), 63-82.

Candan, G., Yazgan, H.R. (2015). Tedarik zincirinde hammadde tedarikçisi seçimi problemi: Bir uygulama. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 43-52.

Dağdeviren, M., Eraslan, E. (2008). PROMETHEE sıralama yöntemi ile tedarikçi seçimi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 23(1), 69-75.

Deng J.L. (1982). Control problems of grey systems. *Systems & Control Letters*, 1(5), 288-294. http://dx.doi.org/10.1016/S0167-6911(82)80025-X

Dickson, G. (1966). An analysis of vendor selection: systems and decisions. *Journal of Purchasing*, 1(2),5-17.

Durmaz, E. D., Akagündüz, E., Şahin, R. (2017). Tedarikçi Seçim Probleminde Hedef Programlama ve MOORA Yöntemi: Uygulama Çalışması. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(3), 1021-1044.

Ertuğrul, İ., Karakaşoğlu, N. (2010). Electre ve Bulanık AHP Yöntemleri ile Bir İşletme İçin Bilgisayar Seçimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2), 23-41.

Ertuğrul, İ., Özçil. A. (2014). Çok kriterli karar vermede TOPSIS ve VIKOR yöntemleriyle klima seçimi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 267-282.

Figueira, J.R., Greco, S., Roy, B., Słowiński, R. (2013). An overview of ELECTRE methods and their recent extensions. *Journal of Multi-Criteria Decision Analysis*, 20(1-2), 61-85.

Ghodsypour, S.H., O'Brien, C. (1998). A decision support system for supplier selection using an integrated analytic hierarchy process and linear programming. *International Journal of Production Economics*, 56-57, 199-212.

Gul, M., Çelik, E., Aydin, N., Gumus, A.T., Guneri, A.F. (2016). A state of the art literature review of VIKOR and its fuzzy extensions on application. *Applied Soft Computing*, 46, 60-89.

Kapar, K. (2013). Bir üretim işletmesinde analitik hiyerarşi süreci ile tedarikçi seçimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(1), 197-231.

Koç, E. (2019). Uluslararası tedarikçi seçim probleminde bulanık dematel yönteminin kullanımı. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(17), 339-355.

Lambert, D.M., Cooper, M.C. (2000). Issues in Supply Chain Management. *Industrial Marketing Management*, 29(1), 65-83.

Lummus, R.R., Vokurka, R.J. (1999). Defining supply chain management: a historical perspective and practical guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 99(1), 11-17.

Mentzer, J.T., DeWitt, W., Keebler, J.S., Min, S., Nix, N.W., Smith, C.D., Zacharia, Z.G. (2001). Defining supply chain management. *Journal of Buıness Logistics*,22(2), 1-25.

Nebol, E. (2016). *Tedarik Zinciri ve Lojistik Yönetimi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Oprivicovic, S. (1998). Multicriteria Optimization of Civil Engineering Systems, PhD Thesis, Faculty of Civil Engineering, Belgrade.

Odman Çelikçapa, F., Şenol, G. (2015). *Üretim Yönetimi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

Önay, O. (2015). MOORA. Yıldırım, B.F., Önder, E. (Ed.), *İşletmeciler, Mühendisler ve Yöneticiler için Operasyonel, Yönetsel ve Stratejik Problemlerin Çözümünde Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri* içinde (ss.245-257). Bursa: Dora Yayıncılık.

Özbek, A. (2016). Tedarikçi seçiminde çok kriterli karar verme yöntemlerinin kullanılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(1), 85-101.

Özçelik, T.Ö., Eryılmaz, S.A. (2019). Traktör imalatında çok kriterli karar verme yöntemleri ile tedarikçi seçimi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, Özel Sayı, 498-512.

Özdemir, A.İ., Deste, M. (2009). Gri ilişkisel analiz ile çok kriterli tedarikçi seçimi: Otomotiv sektöründe bir uygulama. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 38(2), 147-156.

Özdemir, A. (2010). Ürün grupları temelinde tedarikçi seçim probleminin ele alınması ve analitik hiyerarşi süreci ile çözümlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(1), 55-84.

Özder, E.H., Eren, T. (2016). Çok ölçütlü karar verme yöntemi ve hedef programlama teknikleri ile tedarikçi seçimi. *Selçuk Üniversitesi Mühendislik, Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 4(3), 196-207.

Özel, B., Özyörük, B. (2007). Bulanık aksiyomatik tasarım ile tedarikçi firma seçimi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 22(3), 415-423.

Özyörük, B., Özcan, E.C. (2008). Analitik hiyerarşi sürecinin tedarikçi seçiminde uygulanması: Otomotiv sektöründen bir örnek. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 13(1), 133-144.

Siekelova, A., Podhorska, I., Imppola, J.J. (2021). Analytic hierarchy process in multiple–criteria decision–making: a model example. International Conference on Entrepreneurial Competencies in a Changing World (ECCW 2020) (ss.1-10). https://doi.org/10.1051/shsconf/20219001019

Sehra, S.K., Brar, Y.S., Kaur, N. (2012). Multi criteria decision making approach for selecting effort estimation model. *International Journal of Computer Applications*, 39(1), 10-17.

Supçiller, A.A., Deligöz, K. (2018). Tedarikçi seçimi probleminin çok kriterli karar verme yöntemleriyle uzlaşık çözümü. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (18. EYİ Özel Sayısı), 355-368.

Türk Dil Kurumu (TDK), Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/. Erişim tarihi: 16.01.2023.

Vatansever, K. (2013). Tedarikçi seçim kararlarında bulanık TOPSIS yönteminin kullanımı ve bir uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(3), 155-168.

# BÖLÜM 4

## KRİPTO VARLIKLAR VE YATIRIMCILARI KRİPTO VARLIK YATIRIMINDAN UZAK TUTAN FAKTÖRLER[1]

*Abdulmuttalip PİLATİN*[2]

*Önder DİLEK*[3]

1 Bu çalışma 19-22 Ekim 2022 tarihinde Burdur'da gerçekleştirilen 25. Finans Sempozyumunda tam metin olarak sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.

2 Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Finans ve Bnakacılık Bölümü, abdulmuttalip.pilatin@erdogan.edu.tr, https://orcid.org/0000-0002-2293-2808

3 Doç. Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Finans ve Bnakacılık Bölümü, onder.dilek@erdogan.edu.tr, https://orcid.org/0000-0001-6659-4962

## 1. Giriş

Gün geçtikçe kripto varlıklar daha önemli bir yatırım aracı olarak görülmektedir. Kripto varlıkların ilki ve en bilineni olan Bitcoin, takma adı Sathoshi Nakamoto olarak bilinen kişi veya grup tarafından yazılan "Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System" başlıklı bir makalede yer almaktadır (Hmeed ve Farooq, 2016). 2008 küresel finans krizin ardından insanların tam da finans dünyasına olan güvenini kaybettiği dönemde yayınlanan bu makale, başka bir para birimine ilişkin teknik analiz raporu yayınlaması zamanlama açısından oldukça manidar görülebilir. İlgili makale, kripto para birimi olan Bitcoin'i, kriptografik kanıta dayalı bir elektronik ödeme sistemi olarak tanımlar ve bu sistemde iki taraf doğrudan birbirine bağlı olduğunu vurgular. Bitcoin'i açıklayan araştırma, e-ticaretin büyüme trendi göz önüne alınarak bankaların sunduğu aracılık hizmetlerini eleştirmek suretiyle bankacılık sektörüyle ilgili eleştiler de içermektedir. İlgili makale, geliştiricilerin blockchain teknolojisini bir kripto para birimi altyapısı olarak nasıl hazırladığını ve çalıştırdığını teknik bir bakış açısıyla ortaya koymaktadır. Aynı zamanda küresel teknolojik krizden sonra güven sorununun nasıl çözüleceğine dair yeni bir anlayış kazandırmaya çalışmaktadır. Bu minvalde şifrelenmiş kripto paraların en önemli özelliği, para basma yetkisine sahip otorite yerine şifreli, sınırlı sayıda, matematik kurallarına ve bilgisayar algoritmalarına dayalı bir güvene dayanmasıdır. (Dilek, 2022: 10).

Kripto varlıklara yatırım yapmak ve bu varlıkları bir ödeme aracı olarak kabul etme bir yöntem olarak görülmektedir. Kripto varlık yatırımcı sayısı ve hacmi büyüdükçe kripto varlık faaliyetlerini kapsayan mali hesaplar hakkında bir güvence sağlanması daha önemli hale geliyor. Mastercard ve Visa, uluslararası ödemelerde kripto varlık kabulünü ve bu konuda anlaşmalar yapmayı planlıyor. Ayrıca, Tesla ve PayPal da dahil olmak üzere birçok şirketin kripto para cinsinden ödeme kabul ettiği biliniyor (Bhambhwani vd., 2021). Bunun yanında, Facebook Libra ugulaması duyurulduktan sonra her ne kadar libra bir ödeme aracı olarak tasarlansa da kripto varlıklarının kullanımı yalnızca değer depolama amacıyla değil, aynı zamanda ödeme aracı olarak değerlendirilmesini tekrar gündeme getirdi. Dahası bazı Amerikan bankalarının daha yüksek bir karşılık ayırarak kripto varlıkları kabul ettiği bilinmektedir. Bununla birlikte, kripto varlık ekosisteminin tipik finansal araç piyasasından farklı olması, yeni risk ve sorunları ortaya çıkararak, denetçilerin kripto varlık işlemlerinin dahil olduğu mali denetimleri makul düzeyde ve yeterli denetim kanıtı elde etmesini zorlaştırıyor (Fujiki, 2020). Bu noktada kripto varlıkların değer biriktirme işlevini incelemek için, finansal okuryazarlığın varlık birikimi üzerindeki etkilerini dikkate almak önemlidir (Lusardi ve Mitchell, 2014; Gomes vd., 2020).

Yatırımcıların kripto varlıklara yatırım yapması veya portföylerine eklemesi ilgi çekicidir çünkü kripto varlıklar henüz yeni ve spekülatif bir varlıktır. Hisse senetleri ve tahviller gibi klasik varlıklar. Bugüne kadar, kripto varlıkların hükümetler veya kurumlar tarafından çok fazla desteklendiği söylenemez. Bazıları özellikle ilk zamanlar kripto varlıkları değişim aracı olan para birimini olarak görmekteydi (Pilatin, 2022a). Son dönemde ise ABD para birimiyle veya altınla aynı kategoride görülmeye başlandı (Giudici ve Vinogradov, 2020). Bu sebeple bireylerin vade algısı ve anlayışı, kripto varlıklara sahip olma kararını etkilenen önemli bir faktördür. Kripto varlıklarla ilgili olarak, bazı araştırmacılar kripto varlıkların bir yatırım portföyü içinde tutulabileceğini belirtirken, bazı fon yöneticileri kripto para biriminin bir değer deposu olabileceğini ve dolayısıyla enflasyona karşı bir koruma aracı olarak altının yerini alabileceğini belirtmektedir. Bazıları ise bu varlıkları dijital altın olarak adlandırmaktadır (Bonaparte, 2022). Bir kısmının ise kripto varlıklara bakış açısı olumsuz olarak görüyor. Spekülatif bir varlık olduklarından herhangi bir kripto varlığa yatırım çok fazla önerilmiyor. Finans dünyasının en ünlü isimlerinden biri olan Warren Buffet, kripto para birimini çok tehlikeli ve riskli olarak tanımlıyor ve yatırımcıların yalnızca hisse senedi gibi gelir getirici varlıkları elinde tutması gerektiğini söylüyor (Bonaparte, 2022).

Daha yeni ve yüksek riskli bir varlık türü olmasına rağmen son yılarda kripto varlıkların işlem hacmi ve yatırımcı sayısı hızla artmıştır (Pilatin, 200a). Tüm dünyada hızla yayılan kripto varlık yatırımlarının değeri 3 trilyon dolar seviyelerini aşarak çok büyük bir meblağa ulaştı. 2021 yılı kripto varlıklar için oldukça önemli bir yıl oldu. 2021 yılı Kasın ayında kripto varlıkların değeri 3 trilyon dolar seviyelerini geçti. Önceki yıllarla kıyaslandığında kripto varlıkların çok fazla değer kazandığı, işlem hacimlerinin artarken volatilitelerinin azaldığı görülmüştür (Pilatin, 2022a). O sebeple bireylerin son yıllarda kripto varlıklara olan ilgisi hızla artarken ve kripto varlıklar ile bunların dayandığı blockhain teknolojisi geleceğin teknolojisi ve yatırım aracı olmaya aday görünmektedir. Fakat çok kısa bir süre içerisinde oldukça önemli sayıda yatırımcıya, piyasa değerine ve işlem hacmine ulaşan kripto varlıkların neden daha fazla yatırımcı tarafından tercih edilmediği ve bu sebeplere odaklanan bir çalışma olmadığı görülmüştür. Bu noktada akıllara kripto varlıklara yatırım yapmayanların gerekçeleri, korkuları ve endişelerinin neler olduğu sorusu gelmektedir. Çünkü kripto varlıklar ve dayandıkları teknoloji, gelecekte finansal sistem içerisinde çok daha önemli bir yer edinecekse bu öncelikle çok daha fazla sayıda bireyin kripto varlıkları kullanmasına ve bunlara yatırım yapmasına bağlı olacaktır. Bu nedenle bireylerin neden kripto varlık yatırımlarından uzak durduğunu sorgulamak korkulan, endişe edilen ve bilinmeyen yönerini açığa çıkarmak oldukça önemlidir.

Bireyler kripto varlıklara güvenmiyor mu? Yoksa farklı sebeplerle mi yatırım yapmıyorlar? Bu soruya cevap vermek önemlidir. Çünkü, sonuçlar sadece bireysel yatırımcıları değil, bunun yanında bazı büyük finansal kurumları ve hatta belki de küresel ekonomik düzeni ve rezerv para sistemini önemli ölçüde etkileyebilir (Arli vd. 2020; Demirer ve Kuran, 2006; Vigna ve Casey, 2016). Ayrıca, kripto varlıklar ve üzerine kurulan Blokchain teknolojisi Dördüncü Sanayi Devrimi tetikleme potansiyeline sahip olabilir (Arli vd., 2020). Çünkü blok zincir teknolojilerinin daha da gelişmesiyle, makineden makineye (M2M) ödemeler, Nesnelerin İnterneti (IoT), Akıllı otomotivler, paylaşım ekonomisi ile geleneksel gidişhat değişebilir (Chalmers vd, 2019; Ferreira vd., 2020; Harvey vd., 2018; Lee, 2019; Morkunas vd., 2019; Chukowry vd., 2021). Yapılan bir çalışmada, kripto varlıklara yatırım sebebi olarak sırasıyla, geleceğin yatırım aracı olarak görülmesi, 7/24 kripto dijital varlık transferinin yapılabilmesi ve kullanılan yeni teknoloji olması yer almaktadır (Pilatin, 2022a; 673).

Kripto varlıklarla ilgili gelişmeler bu yöndeyken bu varlıklar bir kısım yatırımcı ve birey tarafından uzak durulması gerekn bir alan olarak görülmektedir. Bu çalışmadaki amaç, kripto varlıklara yatırım yapmayan ve onlardan uzak duran bireylerin özelliklerini analiz etmektir. Bu sebeple bu çalışmada kripto varlıklara yatırım yapmayanların gerekçeleri ve gerekçelerinin bireylerin özelliklerine göre anlamlı olarak farklılık gösterip göstermediği ele alınmıştır. Bu çalışmanın temel motivasyon kaynağını oluşturmaktadır. Çalışmada kullanılan veri seti 2021 yılının Mart – Haziran aylarında online şekilde yapılan anketlerden elde edilmiştir.

## 2. Kripto Varlıklar ve Kripto Varlık Yatırımı

Kripto para olarak ortaya çıkan bu varlıkların değerinin, işlem hacminin ve yatırımcı sayılarının bu kadar artması artık bu varlıkların bir değişim aracı olan "para" olmaktan ziyade bir "yatırım aracı" olarak görülmesini sağladı. Ayrıca bu varlıkların ödeme aracı olarak kabul edilmesinin çok sınırlı olduğu düşünüldüğünde, bir ödeme aracı veya bir hesap birimi olarak görülmediği net olarak görülmektedir (Janson & Karoubi, 2021). Bu sebeple bu varlıklar son dönemde kripto varlık olarak adlandırılmaya başlandı (Alnasaa et. Al. 2022; Fujiki, 2020; Nishibe, 2016; Pilatin, 2022a; Nishibe, 2020).

Grafik 1'de en büyük 10 kripto varlık bilgileri yer almaktadır. Kullandığı teknoloji, altyapı, sınırlı sayıda olması ve ilk olmanın getirdiği avantajla Bitcoin % 42'lik piyasa payı ve 448 milyar $ ile en büyük kripto varlık olarak görünmektedir. Ardından 195 milyar $'lık piyasa değeriyle Etheryum ikinci ve 68 milyar $'lık değeriyle Tether üçüncü sırada gelmektedir.

*Grafik 1. Kripto Varlıklara İlişkin Bilgiler (29.01.2023)*

| # | İsim | Fiyat $ | 7G % | Piyasa Değeri | Dolaşımdaki Arz | 7 Günlük Fiyat Seyri |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Bitcoin BTC | $23,235.70 | ▲1.50% | $447,888,638,444 | 19,275,881 BTC | |
| 2 | Ethereum ETH | $1,596.09 | ▼2.05% | $195,319,217,317 | 122,373,866 ETH | |
| 3 | Tether USDT | $1.00 | ▲0.00% | $67,636,888,415 | 67,620,214,773 USDT | |
| 4 | BNB BNB | $308.38 | ▲2.03% | $48,694,591,796 | 157,902,175 BNB | |
| 5 | USD Coin USDC | $0.9999 | ▼0.02% | $43,107,659,420 | 43,113,723,754 USDC | |
| 6 | XRP XRP | $0.4105 | ▲0.95% | $20,853,478,109 | 50,803,611,248 XRP | |
| 7 | Binance USD BUSD | $1.00 | ▼0.02% | $15,782,003,053 | 15,780,823,955 BUSD | |
| 8 | Cardano ADA | $0.3859 | ▲3.56% | $13,347,576,114 | 34,585,646,881 ADA | |
| 9 | Dogecoin DOGE | $0.08877 | ▲3.54% | $11,777,349,452 | 132,670,764,300 DOGE | |
| 10 | Polygon MATIC | $1.15 | ▲15.95% | $10,051,768,623 | 8,734,317,475 MATIC | |

**Kaynak:** *CoinMarketCap.com*

Kripto varlıkların arz sayısının sınırlı olması aslında değerinin develüe edilmeyeceğinin yani düşmeyeceğinin bir nevi garantisi olarak görülebilir. O sebeple sınırlı sayıda olan ve arzı artırılmayan kripto varlıklar daha sağlam olarak görülmektedir. Örneğin, Bitcoin sadece 21 milyon adet şifreli varlık üretildiğini ve bunun Grafik 1'in oluşturulduğu tarih olan 29.01.2023 tarihine kadar 19.275.881 adedinin şifresinin çözülerek piyasada işlem gördüğü bilinmektedir. Her Bitcoin'in şifresini çözmek ve piyasada işlem görmesini sağlamak bir öncekinden daha zor ve uzun sürmektedir. Bu sebeple son Bitcon'in şifresinin çözülmesi çok uzun zaman alabilir.

Dünya'daki toplam altın varlığının yaklaşık 18 trilyon dolar değerinde olduğu tahmin edilmektedir. Kripto varlıkların değerinin 2021 yılında ulaştığı en yüksek seviye olan 3 trilyon dolar düşünüldüğünde bu varlıkarın toplam altın varlığının 6'da 1'i kadar bir büyüklüğe ulaştığı görülmektedir. Altına göre çok yeni bir yatırım aracı olan kritpto varlıklar

için bu seviye oldukça yüksek bir seviyedir. Kripto varlıkların bu seviyelere ulaşmasında Covid-19 pandemisi sebebiyle dünyada ortaya çıkan kapanma, kısıtlama, karantina ve diğer benzeri uygulamaların da etkisi olmuştur. Çünkü bu uygulamalar sebebiyle insanların internette geçirikleri zaman bir hayli artmış, gelirleri azaldığı için yeni ve kısa vadede gelir elde etmenin yollarını aramış ve bu sayede kripto varlık yatırımcı sayısı artmıştır. Aynı etkiler diğer yatırım araçlarını da etkilemiştir. Bu süreçte BİST yatırımcı sayısında da yüksek düzeyde artış olmuştur. Buna göre BİST yatırımcı sayısı 2020 yılında %66 ve 2021 yılında % 20 artarak 1 milyon seviyelerinden 2.3 milyon sayısına ulaşmış ve böylece piyasaya % 100'den fazla yeni yatırımcı giriş yapmıştır (Pilatin, 2022b). Kripto varlık piyasasında ise bu durum çok daha ileri düzeyde gerçekleşmiştir. Tüm bunlar düşünüldüğüne ilerki yıllarda kripto varlıkların altın veya doların yerini alamasa bile değerli bir yatırım ve rezerv saklama aracı olabileceği ihtimal dahilinde görülebilir (Pilatin, 2022a).

## 3. Bulgular

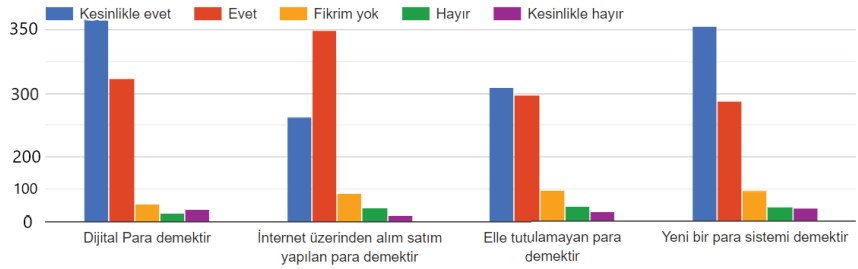
Bu bölümde katılımcıların kripto paradan ne anladıkları ve sosyo-ekonomik özelliklerinin yanı sıra kripto varlık yatırımı yapmama nedenlerine ait bilgiler verilmektedir. İlk olarak katılımcılara kripto para denince ne anladıkları sorulmuştur.

*Tablo 1. Bireylerin "Kripto Para" İfadesinden Anladıkları*

| | N | Ortalama | Std. Sapma | Minimum | Maximum |
|---|---|---|---|---|---|
| Dijital Para demektir | 758 | 4,31 | 0,963 | 1 | 5 |
| Maddi olmayan para demektir | 758 | 4,13 | 0,926 | 1 | 5 |
| İnternet üzerinden alım satım yapılan para demektir | 758 | 4,07 | 0,884 | 1 | 5 |
| Yeni bir para sistemi demektir | 758 | 4,05 | 0,934 | 1 | 5 |

Buna göre katılımcılar kripto varlıkları, 4,31 ortalamayla dijital para olarak, 4,13 ortalamayla maddi olmayan para olarak, 4,07 ortalamayla internet üzerinden alım satımı yapılabilen para olarak ve 4,05 ortalamayla da yeni bir para sistemi olarak görmektedir.

*Grafik 2. Kripto Para İfadesinden Anlaşılanlara Verilen Yanıt Ayrıntıları*




Her bir soruya verilen cevaplar ayrıntılı incelendiğinde, çoğunlukla kesinlikle evet ve evet cevaplarının verildiği görülmektedir. Her ne kadar katılımcılar kripto paralara yatırım yapmasalar da kripto para ifadesinden anladıkları olumlu şeyler olduğu görülmektedir. Belki de en önemlisi kripto varlıkların gelecekte yeni bir para birimi olarak görülmesidir.

*Tablo 2. Katılımcıların özellikleri*

| Değişkenler | | Frekans | % | Değişken | | Frekans | % |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Cinsiyet** | **Erkek** | 426 | 56,2 | **Eğitim Seviyesi** | **Lise ve altı** | 144 | 19,0 |
| | **Kadın** | 332 | 43,8 | | **Üniversite** | 397 | 52,4 |
| | **Toplam** | 758 | 100,0 | | **Lisansüstü** | 217 | 28,6 |
| **Yaş** | **18-25** | 339 | 44,7 | | **Toplam** | 758 | 100 |
| | **26-35** | 212 | 27,9 | **Ort. Gelir** | **0-3.500** | 252 | 33,2 |
| | **36-45** | 123 | 15,1 | | **3.501-6.500** | 200 | 26,4 |
| | **46+** | 84 | 12,7 | | **6.501-10.000** | 161 | 21,2 |
| | **Toplam** | 758 | 100,0 | | **10.001 +** | 145 | 19,1 |
| **Meslek** | **Memur** | 243 | 32,0 | | **Toplam** | 758 | 100 |
| | **Özel Sektör** | 133 | 17,5 | **Bölge** | **Akdeniz** | 91 | 12,0 |
| | **Öğrenci** | 324 | 42,7 | | **Karadeniz** | 147 | 19,3 |
| | **Emekli /İşsiz** | 58 | 7,7 | | **Marmara** | 212 | 28,0 |
| | **Toplam** | 758 | 100 | | **Ege** | 72 | 9,5 |
| **Medeni Durum** | **Evli** | 248 | 32,7 | | **G.D.Anadolu** | 46 | 6,6 |
| | **Bekâr** | 510 | 67,2 | | **İç Anadolu** | 155 | 20,4 |
| | | | | | **D.Anadolu** | 35 | 4,6 |
| | **Toplam** | **758** | **100,0** | **Toplam** | **758** | 100,0 | Toplam |

Tablo 2'de görüldüğü gibi, katılımcıların yaklaşık %43,8i kadın, %56,2'si erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %44,7'si 18-25 yaş aralığındayken en düşük %12,7'si ise 46 ve üzeri yaş grubundadır. Katılımcıların %67,2'si bekârken %32,'si evlidir. %19'u lise ve altı, %52,4'ü üniversite, %28,6'sı lisansüstü mezunudur. Katılımcıların %32'si memur, %17,5'i özel sektör çalışanı, %42,7'si öğrenci, %7,7'si emekli, esnaf ve işsizlerden oluşmaktadır. %33,2'sinin aylık geliri 0-3.500 TL arası, %26,4'ünün 3.501-

6.500 TL arası, %21,2'sinin 6501-10.000 TL arası ve %19,1'inin geliri ise 10.001 TL ve üzerindedir. Son olarak katılımcıların % 28'i Marmara, %20 'si İç Anadolu, %19'u Karadeniz, %12'si Akdeniz, % 9,5'i Ege, % 6,6'sı Güneydoğu Anadolu ve % 4,6'sı ise Doğu Anadolu bölgesindedir.

*Tablo 3. Kripto Varlık Yatırımında Bulunmama Sebepleri*

| | N | Ortalama | Std. Sapma | Minimum | Maximum |
|---|---|---|---|---|---|
| **Riskli olarak görülmeleri** | 758 | 3,945 | 1,106 | 1 | 5 |
| **Güven sorunları** | 758 | 3,943 | 1,208 | 1 | 5 |
| **Karşılıksız olmaları** | 758 | 3,588 | 1,242 | 1 | 5 |
| **Kamuoyundaki olumsuz haberler** | 758 | 3,456 | 1,069 | 1 | 5 |
| **Kullanılan teknoloji** | 758 | 3,394 | 1,203 | 1 | 5 |
| **Yatırım yapmanın bilinmemesi** | 758 | 3,103 | 1,078 | 1 | 5 |
| **Dini inanç** | 758 | 2,934 | 1,350 | 1 | 5 |

Tablo 3'te bireylerin kripto varlık yatırımında bulunmama sebepleri gösterilmektedir. Buna göre bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasına sebep olan en önemli faktörün 3,95 ortalamayla risk faktörü olduğu belirlenmiştir. İkinci sırada 3,94 ortalamayla kripto varlıklarla ilgili güven sorunu yer almaktadır. Üçüncü sırada ise kripto varlıkların herhangi bir karşılığının olmaması bireylerin yatırım yapmamalarında etkili faktörler arasında yer almaktadır. Ardından sırasıyla kripto varlıklarla ilgili olumsuz haberlerin olması, kullanılan teknoloji, yatırım yapmayı bilmeme ve dini duygu gibi sebepler yer almaktadır. Kripto varlıklara yatırım yapmama moktasında benzer sonuçlardan Dilek (2022) çalışmasında behsedilmiştir. Çalışmanın bundan sonraki kısmında kripto varlık yatırımı yapmama sebepleri katılımcıların sosyo-ekonomik değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmiştir.

## 4. Analiz Sonuçları

### 4.1 Faktör Analizi

Tablo 4'te yer alan ve bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasına sebep olan faktörlere ait faktör analizi sonuçları yer almaktadır. Bireylerin kripto varlık yatırımı yapmama sebeplerini ölçmek için kullanılan ölçeklerin geçerlilikleri faktör analizi yapılarak test edilmiştir. Çalışmada kullanılan ölçeklerin faktör yapısını ve yükünü belirlemek için yapılan ölçeğin Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değerleri faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

*Tablo 4. KMO sonuçları*

| | | |
|---|---|---|
| Kaiser-Meyer-Olkin Uygunluk Ölçüsü | | **,799** |
| Barlett Küresellik Testi | Yaklaşık ki-kare | 1827,600 |
| | S.d. | 21 |
| | Anlamlılık | ,000 |

Yapılan Bartlett Testi (Bartlett's Test of Sphericity) değişkenler arasında faktör analizi yapmaya uygun bir ilişki olduğunu ifade etmektedir (p=.000). Tablo 4'te bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasına sebep olan gerekçeleri belirlemeye yönelik yapılan açıklayıcı faktör analizi sonuçları yer almaktadır.

*Tablo 5. Faktör analiz sonuçları*

| Değişkenler | Yükler |
|---|---|
| **Risk** | ,816 |
| **Güven** | ,809 |
| **Karşılıksız Olması** | ,808 |
| **Olumsuz Haberler** | ,733 |
| **Kullanılan Teknoloji** | ,554 |
| **Din** | ,515 |
| **Al Sat Bilmeme** | ,425 |
| **Toplam açıklanan varyans** | **68,665** |
| **Cronbach's Alfa** | **,791** |

Tablo 5 incelendiğinde, yedi değişkenin tek bir faktör olarak ortaya çıktığı belirlenmiştir. Belirlenen bu faktör bireylerin kripto varlık yatırımı yapmama gerekçelerinin %68,66'sını açıklamaktadır. Ölçek ifadelerinin güvenilirlik katsayısı ise 0,791 olarak tespit edilmiştir. Faktör analizi yapılırken öz değeri 1'den daha büyük ve minimum yük büyüklüğü 0.40 olma şartı ugulanmıştır. Bunun sebebi bir ifadenin bir faktörü doğru ölçtüğünü belirlemek için ilgili faktör yükü değerinin en az 0.30 veya bu değerden daha yüksek bir değer alması gerekliliğidir (Kline, 1994, Akt., Karaman, 2015:31).

### 4.2. Varyans Analizi (T Test) Sonuçları

Ankete katılan bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasını etkileyen faktörlerin sosyo-ekonomik özelliklerine göre farklılık oluşturup oluşturmadığını belirlemek için "Varyans Analizi" yapılmıştır. Karşılaştırılan cinsiyet ve medeni durum grupları için bağımsız örneklem T Testi; bölge, eğitim seviyesi, yaş, meslek ve gelir durumu grup farklılıklarının karşılaştırılmasında tek yönlü varyans analizi (Anova Testi) kullanılmıştır. Analiz sonuçlarında sadece anlamlı farklılık gösteren faktörlere ilişkin hipotezlere yer verilmiştir.

### 4.2.1. Cinsiyete Göre Sonuçlar

Tablo 6'da bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasını etkileyen faktörlerin eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analiz bulguları yer almaktadır.

**$H_{1a}$:** Bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamalarında etkili olan faktörler bireylerin cinsiyetleri bakımından farklılık göstermektedir.

**$H_0$ :** Bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamalarında etkili olan faktörler bireylerin cinsiyetleri bakımından farklılık göstermemektedir.

*Tablo 6. Cinsiyete göre sonuçlar*

| Faktör | Cinsiyet | N | Ortalama | Standart Sapma | F | P |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Yatırım Yapmama Faktörü | Erkek | 426 | 3,552 | ,745 | 3,153 | 0,004 |
| | Kadın | 332 | 3,388 | ,811 | | |

* Sonuçlar %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$).

Tablo 6'da belirtilen bireylerin kripto varlık yatırımı yapmasını engelleyen faktörler cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiğinden, $H_0$ hipotezi red edilmiştir. Yani bireylerin kripto varlık yatırım yapmama nedenleri cinsiyetleri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu sonuçlar kripto varlık yatırımı yapmama sebeplerinin erkek ve kadınlar açısından farklılaştığını göstermektedir.

### 4.2.2 Medeni Duruma Göre Sonuçlar

Tablo 7'de bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasını etkileyen faktörlerin medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi bulguları yer almaktadır.

**$H_{2a}$:** Bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamalarında etkili olan faktörler bireylerin medeni durumlarına göre farklılık göstermektedir.

**$H_0$ :** Bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamalarında etkili olan faktörler bireylerin medeni durumlarına göre farklılık göstermemektedir.

*Tablo 7. Medeni duruma göre sonuçlar*

| Faktör | Medeni Durum | N | Ortalama | Standart Sapma | F | P |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Yatırım Yapmama Faktörü | Evli | 248 | 3,659 | ,64 | 11,337 | 0,000 |
| | Bekâr | 510 | 3,393 | ,823 | | |

* Sonuçlar %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$).

Tablo 7'de belirtilen bireylerin kripto varlık yatırımı yapmasını engelleyen faktörler bireylerin medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık gösterdiğinden, $H_0$ hipotezi red edilirken $H_{2a}$ kabul edilmiştir. Yani bireylerin kripto varlık yatırım yapmama nedenleri medeni durumları açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu sonuçlar kripto varlık yatırımı yapmama sebeplerinin evli ve bekâr bireyler açısından farklılaştığını göstermektedir.

### 4.3 Varyans Analizi (One-Way ANOVA) Sonuçları

#### 4.3.1 Bölgelere Göre Sonuçlar

Tablo 8'de bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasını etkileyen faktörlerin bölgelere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi bulguları yer almaktadır.

**$H_{3a}$:** Bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamalarında etkili olan faktörler bireylerin bölgelerine göre farklılık göstermektedir.

**$H_0$ :** Bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamalarında etkili olan faktörler bireylerin bölgelerine göre farklılık göstermemektedir.

*Tablo 8. Bölgelere göre sonuçlar*

| Faktör | Bölge | N | Ortalama | Standart Sapma | F | P |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Kripto Varıklara Yatırım Yapmama Faktörü | Akdeniz | 91 | 3,222 | ,618 | 1,477 | 0,224 |
| | Ege | 72 | 3,748 | ,814 | | |
| | Doğu Anadolu | 35 | 3,378 | ,792 | | |
| | G.D. Anadolu | 46 | 3,654 | ,776 | | |
| | İç Anadolu | 155 | 3,145 | ,617 | | |
| | Karadeniz | 147 | 3,457 | ,615 | | |
| | Marmara | 212 | 3,347 | ,791 | | |

Tablo 8'de belirtilen bireylerin kripto varlık yatırımı yapmasına sebep olan faktörler bölgelere göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediğinden, $H_0$ hipotezi kabul edilmiştir. Yani bireylerin kripto varlık yatırım yapmama nedenleri bölgeler açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu sonuçlar kripto varlık yatırımı yapmama sebeplerinin genel olarak tüm bölgelerde benzer olduğu şeklinde yorunlanabilir. Yani buradan bölgelerden bağımsız olarak kripto varlık yatırımı yapmama noktasnda bireylerin benzer endişelere sahip olduğu yorumu yapılabilir.

#### 4.3.2 Eğitim Durumuna Göre Sonuçlar

Tablo 9'da bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasını etkileyen faktörlerin eğitim durumuna göre anlamlı bir farklılık gösterip gösterme-

diğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi bulguları yer almaktadır.

**$H_{4a}$:** Kripto varlık yatırımı yapmamada etkili olan faktörler tüketicilerin eğitim seviyelerine göre farklılık göstermektedir.

**$H_0$:** Kripto varlık yatırımı yapmamada etkili olan faktörler eğitim seviyelerine göre farklılık göstermemektedir.

*Tablo 9. Eğitim Duruma Göre Sonuçlar*

| Faktör | Eğitim Durumu | N | Ortalama | Standart Sapma | F | P |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Yatırım Yapmama Faktörü | Lise ve altı | 144 | 3,430 | ,779 | 4,984 | 0,007 |
| | **Lisans** | 397 | 3,422 | ,826 | | |
| | Lisansüstü | 217 | 3,621 | ,667 | | |

* Sonuçlar %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$).

Tablo 9'a göre kripto varlık yatırımı yapmamada etkili olan faktörler katılımcıların eğitim durumlarına göre anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. Buna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuş ve $H_0$ red edilmiştir. Farklılığın kaynağını belirlemek için Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre lisans ile lisansüstü eğitime sahip olanlar arsında anlamlı farklılık olduğu anlaşılmıştır $F(_{5,985})=4,984$, ($p<0,05$).

### 4.3.3 Yaş Gruplarına Göre Sonuçlar

Tablo 10'da bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasını etkileyen faktörlerin yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi bulguları yer almaktadır.

**$H_{5a}$:** Bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamalarında etkili olan faktörler yaş gruplarına gre farklılık göstermektedir.

**$H_0$ :** Bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamalarında etkili olan faktörler yaş gruplarına göre farklılık göstermemektedir.

*Tablo 10. Yaş gruplarına göre sonuçlar*

| Faktör | Yaş | N | Ortalama | Standart Sapma | F | P |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Yatırım Yapmama Faktörü | **18-25** | 390 | 3,382 | ,814 | 4,477 | 0,004 |
| | 26-35 | 161 | 3,588 | ,813 | | |
| | 36-45 | 123 | 3,361 | ,690 | | |
| | 46 ve üzeri | 84 | 3,547 | ,779 | | |

* Sonuçlar %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$).

Tablo 10'da kripto varlık yatırımı yapmamada etkili olan faktörler katılımcıların yaşlarına göre karşılaştırıldığında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları gösterilmektedir. Buna göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuş ve $H_0$ red edilmiştir. Farklılığın kaynağını belirlemek için Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre 18-25 yaş aralığı ile 26-35 ve 26-45 yaş aralığına sahip olanlar anlamlı farklılık olduğu anlaşılmıştır $F(_{8,039})=4,477$, $(p<0,05)$.

### 4.3.4 Mesleklere Göre Sonuçlar

Tablo 11'de bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasını etkileyen faktörlerin meslek gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi bulguları yer almaktadır.

**$H_{6a}$:** Kripto varlık yatırımı yapmamada etkili olan faktörler bireylerin mesleklerine göre farklılık göstermektedir.

**$H_0$:** Kripto varlık yatırımı yapmamada etkili olan faktörler bireylerin mesleklerine göre farklılık göstermemektedir.

*Tablo 11. Meslek gruplarına göre sonuçlar*

| Faktör | Meslek | N | Ortalama | Standart Sapma | F | P |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Yatırım Yapmama Faktörü | **Öğrenci** | 324 | 3,382 | ,814 | 4,055 | 0,007 |
| | Kamu Personeli | 243 | 3,588 | ,813 | | |
| | Özel Sektör/ Esnaf | 133 | 3,361 | ,690 | | |
| | Emekli ve Çalışmayan | 58 | 3,547 | ,779 | | |

* Sonuçlar %95 güven düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($p < 0,05$).

Tablo 11'de tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre kripto varlık yatırımı yapmamada etkili olan faktörler katılımcıların meslek gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmuş ve $H_0$ red edilmiştir. Farklılığın kaynağını belirlemek için Post Hoc testlerinden Tukey testi yapılmıştır. Buna göre öğrenciler ile kamu personeli arasında anlamlı farklılık olduğu anlaşılmıştır $F(_{7,293})=4,055$, $(p<0,05)$.

### 4.3.5 Gelir Seviyesine Göre Sonuçlar

Tablo 12'de bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasını etkileyen faktörlerin gelir seviyelerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi bulguları yer almaktadır.

**$H_{7a}$:** Kripto varlık yatırımı yapmamada etkili olan faktörler bireylerin gelir seviyelerine göre farklılık göstermektedir.

**$H_0$:** Kripto varlık yatırımı yapmamada etkili olan faktörler bireylerin gelir seviyelerine göre farklılık göstermemektedir.

*Tablo 12. Gelir seviyesine göre sonuçlar*

| Faktör | Gelir Seviyesi | N | Ortalama | Standart Sapma | F | P |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Yatırım Yapmama Faktörü | 0-3.500 | 324 | 3,181 | ,825 | 2,453 | 0,357 |
| | 3.501-6.500 | 243 | 3,254 | ,756 | | |
| | 6.501-10.000 | 133 | 3,356 | ,710 | | |
| | 10.001 + | 58 | 3,458 | ,842 | | |

Tablo 12'de görüldüğü üzere bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasına sebep olan faktörlerin hiçbiri katılımcıların gelir seviyelerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermediğinden, $H_0$ hipotezi kabul edilmiştir. Yani kripto varlık yatırımı yapmama tüketicilerin gelir seviyesine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu sonuçlar kripto varlıklardan kaçınan yatırımcıların temelde aynı sebeplerle yatırımdan kaçındığını göstermektedir. Gelir seviyesi bakımından herhangi bir farklılık ortaya çıkmamaktadır.

## 5. Sonuç

Kripto varlıklar ilk olarak bir değişim aracı olan "para" şeklinde görülmesine rağmen son yıllarda bir değer saklama ve yatırım aracı olan "varlık" olarak görülmeye başlanmıştır. Çünkü kripto varlıklar ürün ve hizmet alım satımından ziyade bir değer saklama ve enflasyondan korunma aracı olarak işlev görmektedir. Bu durum onun bir paradan ziyade bir değer saklama ve yatırım aracı olduğunu doğrular niteliktedir. Bu sebeple bu varlıklar son dönemde kripto varlık olarak adlandırılmaya başlandı (Alnasaa et. Al. 2022; Fujiki, 2020; Nishibe, 2016; Pilatin, 2022a; Nishibe, 2020). Her geçen gün bilinirliliği ve yatırımcı sayısı artan kripto varlıkların değeri 2021 yılında 3 trilyon dolar seviyelerini aşarak çok yüksek değere ve işlem hacmine ulaştı. İlk yıllarına kıyasla kripto varlıkların işlem hacimlerinin artmasına paralel çok fazla değer kazanması, kripto varlıkların riskli olmasının önemli sebeplerinden biri olan volatilitenin azalmasını sağlamıştır.

Dünya'daki toplam altın varlığının yaklaşık 18 trilyon dolar değerinde olduğu düşünüldüğünde kripto varlıkların ulaştığı 3 trilyon dolarlık değerin büyüklüğü daha net anlaşılmaktadır. İlk çağlarda altın önce bir değişim aracı sonra para ve ardından bir yatırım aracına dönüşmüştür. Binlerce yıllık bir geçmişe sahip olan altının güvenli bir yatırım aracı olarak dünya ekonomisinde yerini alması oldukça uzun bir tarihi süreç

içerisinde gelişmiştir. Tüm bunlara rağmen kripto varlıklar ve bunların arasında en büyük paya sahip olan Bitcoin çok kısa bir sürede önemli bir büyüklüğe, işlem hacmine ve yatırımcı sayısına ulaşmıştır. Kripto varlıkların bu büyüklüğe ulaşmasında Covid-19 pandemisi sebebiyle dünyada ortaya çıkan kapanma, kısıtlama, karantina ve diğer benzeri uygulamalar sebebiyle insanların gelirlerinin azalaması sonucu yeni yatırım ve gelir kapıları aramasının da etkisi olmuştur. Şimdiye kadar ki süreç düşünüldüğünde kripto varlıkların altın veya doların yerini alamasa bile değerli bir yatırım ve rezerv saklama aracı olarak görüleceği söylenebilir.

Dahası doların rezerv para olarak kullanıldığı günümüzdeki küresel finans sisteminin aksaması veya sekteğe uğraması durumunda yeni bir rezerv varlık birimi olarak kripto varlıklar veya Bitcoin kullanılabilir. Bu durumun ortaya çıkmasında en önemli etken kripto varlıkların değerinin, işlem hacminin ve yatırımcı sayısının artması olabilir. Bu durumun ortaya çıkması ihtimal dışı olmadığından yatırımcıların kripto varlık yatırımları arz etmektedir. Yapanların hangi amaçla yaptığının önemli olduğu gibi yapmayanların da neden yapmadığını bilmek ve ona göre politikalar geliştirmek önem arzetmektedir. Bu nedenle çalışmada yatırımcıların kripto varlık yatırımı yapmamasını etkileyen faktörler ele alınmıştır. Bireylerin kripto varlıklarla ilgili endişe, korku ve risk algıları giderilince kripto varlıklara olan bakış açıları değişecek ve artan güven duygusuyla birlikte yatırımcı sayısında artış görülecektir.

Bitcoin ve diğer kripto varlıklar merkezileşmiş bir sisteme, ülkeye veya bankaya bağlı olmaksızın blok zinciri teknolojisi ile üretilmiş bağımsız bir kripto varlıktır. Kripto varlıklar herhangi bir varlığın, ürünün ya da değerin parasal bir karşılığı olarak görülmemektedir. Bitcoinin arzı sınırlıdır ve her bir sonraki Bitcoini üretmek daha zor ve maliyetli olmaktadır. Altın nadir bulunan, çıkarma ve işlem alieti yüksek olduğundan dolayı değerli ve güvenli bir yatırım aracıdır. Benzer sebepler ve aynı mantık kripto varlıkların da değerli olması sonucu ortaya çıkarmaktadır. Arzının sınırı olması bu dijital varlığın herhangi bir enflasyon riski taşımamasını sağlamaktadır. Ayrıca kripto varlıklar tüm dünya ülkelerinde 7/24 yatırım yapılabilir, çok hızlı ve maliyetsiz transfer edilebilir bir özellik taşımaktadırlar. Kripto varlık sistemi ve ağı içerisinde yapılan tüm işlemler şeffaf ve tüm aktörler tarafından teyit edilmektedir. Dolayısıyla isteyen herkes işlemleri görebilir ve doğruluğunu denetleyebilir. İşlemler anonim olarak gerçekleşir ve blok zincirde kaydedilir. Blok zincirinde onaylanan ve kaydedilen işlemlerin değişmesi artık mümkün değildir. Bu sebeple verilerin kaybolması ihtimal dahilinde değildir. Altının fiziksel bir karşılığı varken, kripto varlıklar fiziksel bir karşılığı yoktur fakat dijital bir karşılığı vardır. Altının bölünmesi, taşınması ve saklanması oldukça maliyetliyken kripto varlıklar bu açılardan bölünebilir, taşınabilir ve oldukça masrafsız.

Ayrıca tutarı fark etmezsizin çok büyük miktarlardaki kripto varlıklar bile dijital alanlarda veya taşınan belleklerde bile saklanabilmektedir. Tüm bu özellikleri düşünüldüğünde kripto varlıklar geleceğin dijital dünyasında çok daha etkin ve önemli bir yere sahip olabilir. Bu noktada bireylerin, bankaların, finansçıların, politika yapıcıların ve devletlerin bu yeni duruma hazırlıklı olması gerekir.

Bu sebeple bu çalışmada kripto yatırımı yapanlardan ziyade yapmayanlara odaklanılmıştır. Çünkü yapmayanların neden yapmadığı, endişeleri, yapmalarını sağlamak için hangi güven sorunu ve problemlerin ortadan kaldırılması gerektiği sorusu önemlidir. Geleceğin dijitalleşmiş dünyasında kripto varlıkların çok önemli bir yer tutacağı düşünülmektedir. Buna göre, çalışma sonuçları bireylerin kripto varlık yatırımı yapmamasına sebep olan faktörlerin sırasıyla 3,95 ortalamayla bu varlıkların riskli görülmesi, 3,94 ortalamayla güvenilirlik sorunları, 3,59 ortalamayla karşılıksız olmaları, 3,46 ortalamayla olumsuz haberler, 3,39 ortalamayla kullanılan teknoloji, 3,10 ortalamayla kripto varlık yatırım yapmayı bilmeme ve son olarak en düşük 2,93 ortalamayla dini duygular olduğunu göstermektedir. Ayrıca sonuçlar bireylerin cinsiyet, medeni durum, eğitim, yaş, meslek açısından bireylerin kripto varlık yatırım yapmama noktasında faklılaştığını gösterirken Türkiye'nin 7 bölgesi ve gelir seviyesi bakımından farklılaşmadığını göstermektedir. Türkiye'nin 7 bölgesi ve Gelir seviyesi bakımından bir fark olmaması aslında kritpo varlıklar hakkında tüm bölgeler ve gelir grupları açısından benzer endişe, güven sorunu ve risk algısı olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar yatırımcılar, kurumlar, politika yapıcılar açısından ilgi çekici ve önemli olabilir. Ayrıca çalışmanın ilk olması ve gelecekte yapılacak çalışmalara yol gösterici olması bakımından önemlidir. Benzeri çalışmalar diğer yatırım araçları ve diğer değişkenler dikkate alınarak da yapılabilir.

# KAYNAKÇA

Alnasaa, M., Gueorguiev, N., Honda, J., Imamoglu, E., Mauro, P., Primus, K., ve Rozhkov, D. (2022). Crypto-assets, corruption, and capital controls: Cross-country correlations. *Economics Letters*, *215*, 110492.

Arli, D., van Esch, P., Bakpayev, M., ve Laurence, A. (2020). Do consumers really trust cryptocurrencies?. *Marketing Intelligence & Planning*, *39*(1), 74-90.

Bhambhwani, S. M. Delikouras, S., ve Korniotis, G. M. (2021). *Do Fundamentals Drive Cryptocurrency Prices*? SSRN working paper.

Bonaparte, Y. (2022). Time horizon and cryptocurrency ownership: Is crypto not speculative? *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, *79*, 101609.

Chalmers, D., Matthews, R. ve Hyslop, A. (2019). Blockchain as an external enabler of new venture ideas: digital entrepreneurs and the disintermediation of the global music industry. *Journal of Business Research*, *125*, 577-591. doi: 10.1016/j.jbusres.2019.09.002.

Chukowry, V., Nanuck, G., ve Sungkur, R. K. (2021). The future of continuous learning–Digital badge and microcredential system using blockchain. *Global Transitions Proceedings*, *2*(2), 355-361.

CoinMarketCap (2022). https://coinmarketcap.com/tr/

Demirer, R. ve Kutan, A.M. (2006). Does herding behavior exist in Chinese stock markets? *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 16*(2), 123-142.

Dilek Ö. (2022). *Kripto Para Yatırımını Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi.* Güncel İşletme Yönetimi Çalışmaları II, ss.139-159. Editör: Serkan Yılmaz ve İlksun Didem Ülbeği. kademisyen Yayınevi Kitabevi: Ankara.

Ferreira, C.M.S., Oliveira, R.A.R., Silva, J.S. ve da Cunha Cavalcanti, C.F.M. (2020), *Blockchain for machine to machine interaction in industry 4.0*. Blockchain Technology for Industry 4.0, Springer, Singapore, pp. 99-116.

Fornell, C., ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research, 18*(1), 39-50.

F. Hair Jr, J., Sarstedt, M., Hopkins, L., ve G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research. *European business review, 26* (2), 106-121.

Fujiki, H. (2020). Who adopts crypto assets in Japan? Evidence from the 2019 financial literacy survey. *Journal of the Japanese and International Economies*, *58*, 101107.

Giudici, G., Milne, A., ve Vinogradov, D., (2020). Cryptocurrencies: market analysis and perspectives. *J. Industrial and Business Economics, 47*(1), 1–18.

Gomes, F., Haliassos, M., and Ramadorai, T., (2021). Household Finance. *Journal of Economic Literature, 59* (3), 919-1000.

Hameed, S. ve Farooq, S. (2016). The art of crypto-currencies a comprehensive. *(IJACSA) Internaional Journal of Advanced Computer Science and Applications, 7*(12), 426-435.

Harvey, R.C., Moorman, C. ve Toledo, M. (2018). How blockchain can help marketers build better relationships with their customers. available at: https://hbr.org/2018/10/how-blockchain-canhelp- marketers-build-betterrelationships-with-their-customers.

Janson, N., ve Karoubi, B. (2021). The Bitcoin: to be or not to be a Real Currency? *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 82, 312-319.

Karaman, H. (2015), Açımlayıcı Faktör Analizinde Kullanılan Faktör Çıkartma Yöntemlerinin Karşılaştırılması. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Kline, P. (2014). *An easy guide to factor analysis*. Routledge.

Lee, J.Y. (2019). A decentralized token economy: how blockchain and cryptocurrency can revolutionize business. *Business Horizons*, *62*(6), 773-784.

Lusardi, A., ve Mitchell, O.S., (2014). The economic importance of financial literacy: theory and evidence. *J Econ Lit, 52* (1), 5–44.

Morkunas, V.J., Paschen, J. ve Boon, E. (2019). How blockchain technologies impact your business model. *Business Horizons*, *62*(3), 295-306.

Nishibe, M. (2016). *The Enigma of Money*, Singapore: Springer.

Nishibe, M. (2020). Good money drives out bad: Introduction to the featured section on "The evolution of diverse e-money: Digital-community currencies and cryptocurrencies". *The Japanese Political Economy*, *46*(1), 1-16.

Pilatin, A. (2022a). Bireylerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri Kripto Varlık Satın Almalarını Etkiler Mi? Türkiye'den Kanıtlar. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *13*(2), 665-678.

Pilatin, A. (2022b). In the context of behavioral finance, do investor characteristics affect stock holding period?. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *13*(25), 244-266.

Vigna, P. ve Casey, M.J. (2016). *The Age of Cryptocurrency: How Bitcoin and the Blockchain Are Challenging the Global Economic Order*, Macmillan.

Yanar, H. İ., Çetin, M. Ş., ve Kiliç, V. (2022). Devletsiz Yönetişimin Yeni Ekonomik Enstrümani: Kripto Para Ve Geleceği. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *12*(1), 23-48.

# BÖLÜM 5

## KAMU ÇALIŞANLARININ ÇEVRE SORUMLULUĞUNA BAĞLI TÜKETİM BİLİNCİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

*Kübra ECER*[1]

1 Dr., İletişim Uzmanı, T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, kubraecr@gmail.com

## GİRİŞ

Bireylerin tüm canlıların etkileşimde olduğu doğada yer alan kaynakları tamamen tüketmeden yararlanabilmeleri sürdürülebilir çevre anlayışı ile mümkündür. Geçmişte insanların doğal kaynakları bilinçsizce kullanması, kendilerinden sonraki nesillerin birçok çevre sorunu ile yüzleşmesine neden olmuştur.

Çevreye zarar verilmemesi ve çevrenin sürdürülebilir olması hususundaki farkındalık, bireysel ve siyasal boyutlarda çevre bilincinin geliştirilmesi ile mümkündür. Oluşan bilinç ile çevre üzerinde etkisi olan sorunların bireyler tarafından nasıl algılandığı ve bu sorunlara karşı gösterilen tepkiler çevre duyarlılığının düzeyine göre şekillenmektedir. Çevreye karşı sorumluluk ve bilinç düzeyi bireysel özelliklere göre farklılık göstermektedir (Yücel, Uslu, Altunkasa, Güçray ve Say, 2006). Bireylerin tüketim tercihleri de çevre sorumluluğuna bağlı olarak şekillenmektedir. Her ne kadar insan eliyle çevreye birçok şekilde zarar verilmiş olsa da, bireyler hem kendileri hem de tüm canlılar için çevreyi iyileştirme isteğine sahiptir. Bu istek gelecek nesillerinde iyi bir çevre de yaşayabilmesi amacıyla bireysel düzeyde kalmayarak ulusal ve uluslararası bir mesele olarak ele alınmaktadır. "Fakat bireysel düzeyde insanlar israf tutumlarını azaltmadıkları, su ve enerji tasarrufu yapmadıkları, geri dönüştürülebilir ürünleri tercih etmedikleri, çevreyi aktif olarak korumadıkları takdirde çevre bilincine sahip olduğu söylenememektedir" (Erten, 2004).

Bireylerin eğitim düzeylerinin artması, teknolojik gelişmeler ışığında bilgiye erişimin daha kolay hale gelmesi ile toplumda çevreye karşı sorumluluk ve bilinç düzeyi artma eğilimindedir. Çevreye karşı sorumluluk bilinci birçok alanda olduğu gibi bireylerin tüketim davranışlarını da yönlendirmektedir. Çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilincinin oluşması sadece bireyi değil tüm toplumu ilgilendiren bir olgudur. Bireylerin tüketim alışkanlıkları, çevrenin bozulmasına etki eden birçok faktörün etkisini arttırmakta ya da azaltmaktadır. Bu nedenle tüketicilerin çevre sorumluluğuna dair tüketim bilinci üzerine yapılacak araştırmalar ve elde edilen bulguların analizi, toplumda çevre farkındalık düzeyinin artması için önemlidir. Çevreye karşı sorumluluk ve bilinci arttırmanın öneminin anlaşıldığı günümüzde, kamu sektöründe çalışan bireylerin tüketim davranışlarının çevre sorumluluğuna bağlılığının ne düzeyde olduğunun anlaşılması, toplumdaki diğer tüketicilerin de duyarlılığının artmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın temel amacı, kamu çalışanlarının bireysel tüketimlerinin yanı sıra görev yaptıkları kamu kurumlarının tüzel kişilikleri adına da tüketim karar vermeleri nedeniyle çevre sorumluluğuna dair tüketim bilinci hakkında detaylı bilgilere ulaşmaktır. Bu amaçla farklı yaş, eğitim ve

unvan düzeylerinden oluşan bir örneklem üzerinde araştırma yapılmıştır. Elden edilen verilerin analizi için SPSS programı kullanılmıştır. Araştırmanın hipotezlerinin test edilmesinde t testi, ANOVA kullanılmıştır.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dünya nüfusunun artması, plansız üretim ve büyüme gibi birçok unsur çevrenin kirlemesine ve hatta çevrenin yok olmasına neden olmuştur. Günümüzde halen çevreye karşı olumsuz davranışlar sergileyen insanlar bulunmaktadır ve bu insanlar duyarsız yaklaşımları ile canlı cansız tüm varlıklara zarar vermektedir. Çevreyi koruma algısı ilk olarak çevre kirliliğinin artışı ile ortaya çıktığında yalnızca kirleticilerin engellenmesi amacını taşımaktaydı. Ancak sadece kirleticileri önlemek çevreyi koruma konusunda oldukça yetersiz bir eylem planı olduğu anlaşıldığından, çevre konusunda farkındalığı arttırma çabaları başlamıştır. Ulusal ve uluslararası alanda çevre konusunda birçok devlet, sivil toplum kuruluşu ve şirketler çalışmalar yürütmektedir. Ancak çevre konusunda farkındalık çalışmalarla sınırlı kalmayacak kadar günlük hayatın içindedir. Elbette "bireylerin ve farklı sosyo-ekonomik ve kültürel oluşumların çevre duyarlılıklarının tespiti ve bu tespit sonucunda bunu geliştirici önlemlerin alınması birçok fayda oluşturacaktır. Bireylerin çevre hakkındaki duyarlılığı hükümetlerin politikalarını etkileyecek, tüketim kararlarını bu çerçevede şekillendirmeleri ise işletmelerin üretim şeklinin çevreye zarar vermesine engel olacaktır" (Yücel ve diğerleri, 2006). Bu nedenle bireysel düzeyde çevreye karşı sorumluluk anlayışının yaygınlaşması, bu anlayışın üretim ve tüketime sirayet etmesi sürdürülebilir çevre için önemlidir. "Doğal kaynakların hızla tüketilmesi, çevre kirliliği, enerji kaynaklarının hızla azalması gibi nedenler doğal dengenin bozulmasına neden olmakta ve insanlığın geleceğini tehdit etmektedir. İnsanlar, çevre sorunlarına karşı sorumluluklarının farkında olmalı ve tüketim tercihlerini bu yönde yapmalıdır (Babaoğul ve Altıok, 2007).

Çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci, çevre hakkındaki sorunların farkında olan insanların kendi ekonomik faydalarından ziyade, öncelikle çevre ve toplum yararını gözeterek kararlar alması ve bu minvalde davranışlar sergilemesidir. Çevre sorumluluğuna sahip tüketici, tutum ve davranışlarının sonuçlarının farkındadır ve tüketim tercihlerinde gelecek nesiller için bilinçli kararlar vermektedir (Nickell, Rice ve Tucker, 1976). Tüketim tercihlerinde hem kendi hem diğer canlılar için makro düzeyde düşünen ve kendi tercihleri nedeniyle çevreyi etkilediğinin bilincinde olan bireyler çevre sorumluluğuna bağlı tüketici olarak nitelendirilmektedir (Kozinets ve Handelman, 2004).

Hem küresel hem de bölgesel düzeyde çevre sorumluluğuna bağlı tüketim anlayışı sürdürülebilir üretim ve tüketim kavramları ile bütün-

leşerek yaygınlaşmaktadır. Çevre dostu ürünlerin geliştirilmesi ile daha sürdürülebilir ve çevreye duyarlı üretim ve tüketimi teşvik etmeye yönelik çalışmalar yapılmaktadır (Golob ve Kronegger, 2019). Bireysel tüketici tercihlerini ve sürdürülebilir yaşam tarzlarını anlamak, çevreye duyarlı ve daha sürdürülebilir tüketim kalıplarına yol açacak değişiklikleri uygulamaya koymanın ilk adımı olarak değerlendirilmektedir.

Politika yapıcılar, akademisyenler, iş dünyası, sivil toplum kuruluşları ve vatandaşların etkin bir biçimde rol alacağı çevre politikalarının uygulanması sürdürülebilir bir gelecek için oldukça önemlidir (García-Álvarez ve Moreno, 2018). Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de sürdürülebilir çevre anlayışı çerçevesinde çevreye karşı sorumluluk anlayışı ile tüketimi teşvik etmek amacıyla sıfır atık yönetim sistemi kurulmuştur. Sıfır atık hedefi ile "verimlilik artışı, israfın engellenmesi ve maliyetin düşürülmesi çevre koruma bilincinin kurum bünyesinde gelişmesine katkı sağlayarak duyarlı tüketici bireylerin artırılması ile ulusal ve uluslararası alanda kurumların çevreci sıfatına sahip olarak saygınlıklarının arttırılması" amaçlanmaktadır (Çevre, Şehircilik ve İklim Değşikliği Bakanlığı, 2022). Bu sistemin başarılı olması için bireysel düzeyde alınan kararlardan başlamak üzere tüm tüketim kararlarının sürdürülebilir çevre anlayışı ile şekillendirilmesi gerekmektedir. Çevreye karşı sorumlu bireyleri arttırmanın yolu ilk olarak eğitimden geçmektedir. Eğitimle insanların davranışları, tercihleri temel düzeyde yönlendirilebilir. Ancak tek taraflı bir bilgi aktarımından ziyade davranışlarla desteklenen eğitim daha başarılı olacaktır. Ayrıca insanlar rol model olarak gördükleri ya da saygı duydukları bir görevi icra edenlerin davranışlarından etkilenebilmektedir. Birçok alanda görev yapan kamu çalışanı bulunmaktadır ve insanlar günlük hayatta birçok kamu çalışanı ile iletişim kurmaktadır. Toplumda kamu çalışanlarının görev ve konumları nedeniyle insanları etkileme ve yönlendirme düzeylerinin diğer bireylere göre daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Ayrıca kamu çalışanlarının bireysel tüketim kararları vermelerinin yanı sıra kamu adına da tüketim kararları vermektedir. Bu nedenle kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilincinin tespit edilmesinin dikkat çekici olacağı düşünülmektedir.

Literatürde çevre sorumluluğuna bağlı tüketime dair bazı araştırmalar bulunmaktadır. Ancak bu çalışmalarda çevre sorumluluğuna bağlı tüketime dair farklı sonuçlara ulaşmıştır. Yapılan literatür taramasında çevre sorumluluğuna bağlı tüketime dair Türkiye'de yapılan çalışmalar ve içerikleri Tablo 1'de özetlenmiştir.

**Tablo 1.** *Literatür Taraması*

| | |
|---|---|
| (Çatı ve Öcel, 2019) | Çalışmada; çevre bilinç düzeyinin çevre davranışını etkilediği ve çalışmaya katılan bireylerin çevre bilinç düzeylerinin demografik verilerine göre farklılık gösterdiği belirtilmektedir. |
| (Sayraç, Arı ve Malkoç, 2016) | Çalışmada; katılımcıların ailede kadının sorumlu tüketim bilincinin çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilincini olumlu yönde etkilediği belirtilmektedir. |
| (Baydaş, Ata ve Duru, 2021) | Çalışmada; çevreye yönelik tutumların demografik verilere göre farklılaştığı ancak yeşil ürün satın alma kararında bir farklılık olmadığı belirtilmektedir. |
| (Bozyiğit ve Madran, 2018) | Çalışmada; çevreci tutumların kapsadığı davranışlar ile annelerin çocukları yetiştirme davranışları arasında ilişki bulunduğu belirtilmektedir. |
| (Dikmenli, 2007) | Çalışmada; öğretmen adayı olan bireylerin çevre bilinç düzeylerinin orta düzeyde olduğu ve bireylerin çevreye yönelik bilgilendirici bir ders aldıklarında diğerlerinden farklılaştıkları belirtilmektedir. |

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Literatürde bireylerin çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilincine dair araştırmalar bulunsa da kamu çalışanları üzerine yapılan çok az sayıda araştırma bulunmaktadır. Bu çalışma ile kamu çalışanlarının demografik özelliklerine göre çevre sorumluluğuna bağlı tüketim anlayışının farklılık gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik analiz yapılarak literatüre bir katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Çalışmanın anket içermesi nedeniyle öncelikle Üsküdar Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 31/12/2020 tarih 607 sayılı etik kurul onayı alınmış, sonrasında araştırmaya başlanmıştır. Verilerin analizi, ölçeklerin açıklayıcı faktör analizi ve güvenirlik analizi için SPSS programı kullanılmıştır. Araştırmanın hipotezlerinin test edilmesinde t testi, ANOVA kullanılmıştır.

Sosyal Güvenlik Kurumu verilerine göre Türkiye'de 2022 yılında 3.265.892 kamu çalışanı bulunmaktadır (Sosyal Güvenlik Kurumu, 2022). Bu araştırmanın evrenini 18 yaş üstü kamu çalışanı olan bireyler oluşturmaktadır. "Yapılan araştırmalarda bir milyon ve üzeri evrenlerde %95 güven aralığında örneklem büyüklüğünün 384 olması yeterli" görülmektedir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2010). Türkiye'de kamu çalışan sayısı değerlendirildiğinde çalışma için ulaşılan örneklem hacminin yeterli düzeyde olduğu değerlendirilmektedir. Araştırmada kullanılan anket çalışmasında yöntem olarak kolayda örneklem kullanılmıştır. Katılımcılarla internet üzerinden bağlantı paylaşımı yapılarak anketi doldurmaları sağlanmıştır. Bu şekilde toplam 399 kişiden elden edilen verilerden

bir kısmı uç değerlere sahip olması nedeniyle örneklemden çıkarılmıştır. Katılımcıların 384'ü değerlendirmeye alınmıştır. Uygulanan anketten elde edilen verilerden analiz edilerek değerlendirme yapılmıştır.

Araştırmada verileri toplamak için çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci ölçeği ve demografik bilgi formu kullanılmıştır.

*Çevre Sorumluluğuna Bağlı Tüketim Bilinci Ölçeği*: Çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilincini ölçmek için kullanılan bu ölçek 24 maddedir ve beşli likert yapısındadır. Ölçeğin çevreye karşı sorumluluk ve bilinç, tüketim ve satın alma ile tasarruf olmak üzere üç boyutu vardır. Çevreye karşı sorumluluk ve bilinç boyutunda bireylerin çevreye karşı sorumluluk bilincini ölçmeye yönelik maddeler yer almaktadır. Tüketim ve satın alma boyutunda bireylerin bir tüketim ve satın alma davranışını yansıtan maddeler yer almaktadır. Tasarruf boyutunda ise bireylerin tasarruf etme alışkanlıklarını yansıtan maddeler yer almaktadır (Köse ve Gül, 2015).

*Demografik Bilgi Formu*: Bu form ile katılımcıların eğitim düzeyi, yaş, cinsiyet, medeni durum, unvan, kıdem gibi demografik özellikleri hakkında veri elde etmek amacıyla sorular bulunmaktadır.

İnsanların çevre sorumluluğunun temelinde gelecek nesillerinde en az kendileri kadar iyi doğal koşullarda yaşamasını sağlama amacı bulunmaktadır. Bu nedenle tüm kararlarında olduğu gibi tüketim kararlarında da bu sorumluluk ve bilinç ile hareket etmeleri gerekir. Bu sorumluluk ve bilincin toplumdaki en büyük paydaşı kamu çalışanlarıdır. Kamu çalışanlarının çevreye karşı sorumluluk ve bilinç düzeylerinin ne olduğu, hem bireysel hem de kamu adına aldıkları tüketim kararlarındaki bakış açılarına ilişkin verilere ulaşılması ve bu verilerden elde edilen bulgulara göre değerlendirme yapılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla birçok kritere uygun sağlayarak belli bir eğitimden geçmiş olan kamu çalışanların çevre sorumluluğuna dair tüketim bilincinin yüksek olduğu düşüncesi ile aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

$H_1$: Kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci yüksektir.

$H_2$: Kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci, cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

$H_3$: Kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci, eğitim düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

$H_4$: Kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci, unvanlarına göre farklılık göstermektedir.

$H_5$: Kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci, yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

## 2.2. Bulgular

Araştırma kapsamında uygulanan anket ile elde edilen verilerin analizinde öncelikle verilerin normal dağılım gösterme durumları incelenmiştir.

**Tablo 2.** *Verilerin Dağılımına Ait Normallik Test Sonuçları*

| Değişkenler | İstatistik | Sd | p | $\bar{x}$ | Medyan | Çarpıklık | Basıklık |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Çevreye karşı sorumluluk ve bilinç | 0,104 | 384 | 0,000 | 43,507 | 43 | -0,008 | 0,331 |
| Tüketim ve satın alma | 0,119 | 384 | 0,000 | 28,684 | 30 | -0,59 | 0,434 |
| Tasarruf | 0,096 | 384 | 0,000 | 19,890 | 20 | -0,259 | 0,603 |

Verilerin normal dağılım analizi sonucunda ortalama ile medyanın birbirine yakınlığı ve basıklık ile çarpıklığın ± 1,5 arasında olmasının araştırmada verilerin normal dağılıma uygun olduğunu göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Araştırmaya katılanların çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci düzeyini belirlemek için betimsel istatistikler yapılmıştır.

**Tablo 3.** *Ölçeğe Ait Betimsel İstatistikler*

| Boyutlar | n | $\bar{x}$ | ss |
|---|---|---|---|
| Çevreye karşı sorumluluk ve bilinç | 384 | 43,50 | 6,56 |
| Tüketim ve satın alma | 384 | 28,68 | 7,75 |
| Tasarruf | 384 | 19,89 | 3,53 |
| **Çevre sorumluluğuna bağlı tüketim** | 384 | 92,08 | 15,50 |

Tablo 3'deki çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci düzeyine ait betimsel istatistikler incelendiğinde, katılımcıların çevre sorumluğuna bağlı tüketim bilinci düzeyinin yüksek seviyede olduğu belirlenmiştir ($\bar{x}$ = 92,08). Çevre sorumluğuna bağlı tüketim bilinci ölçeğine ait en yüksek düzeye sahip alt boyutun 43,50 ortalama ile çevreye karşı sorumluluk ve bilinç alt boyutu olduğu, en düşük düzeye sahip alt boyutun ise 19,89 ortalama ile tasarruf alt boyutu olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 4.** *Ölçeğe İlişkin Faktör Analizi Sonuçları*

| Faktörler | Madde No | Faktör Ağırlıkları | Faktör Açıklayıcıları | Faktör Güvenirlikleri |
|---|---|---|---|---|
| Çevreye Karşı Sorumluluk ve Bilinç | Madde 1 | 0,515 | 29,806 | 0,830 |
| | Madde 2 | 0,821 | | |
| | Madde 3 | 0,862 | | |
| | Madde 4 | 0,644 | | |
| | Madde 5 | 0,459 | | |
| | Madde 6 | 0,393 | | |
| | Madde 7 | 0,705 | | |
| | Madde 8 | 0,489 | | |
| | Madde 9 | 0,551 | | |
| | Madde 10 | 0,494 | | |
| | Madde 11 | 0,503 | | |
| Tüketim ve Satın Alma | Madde 12 | 0,869 | 15,660 | 0,935 |
| | Madde 13 | 0,870 | | |
| | Madde 14 | 0,885 | | |
| | Madde 15 | 0,844 | | |
| | Madde 16 | 0,723 | | |
| | Madde 17 | 0,772 | | |
| | Madde 18 | 0,894 | | |
| | Madde 19 | 0,496 | | |
| Tasarruf | Madde 20 | 0,723 | 12,336 | 0,755 |
| | Madde 21 | 0,651 | | |
| | Madde 22 | 0,687 | | |
| | Madde 23 | 0,680 | | |
| | Madde 24 | 0,518 | | |
| **Toplam** | | | **57,803** | **0,929** |
| **Kaiser-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği** | | | | **0,887** |
| **Bartlett Küresellik Testi Ki kare:** | | | | **6446,955** |
| **sd** | | | | **276** |
| **P** | | | | **0,000** |

Tablo 4'de yer alan faktör analizi sonucunda, 24 maddelik çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci ölçeği 3 faktör altında toplanmış ve bu 3 faktör toplam varyansın %57,803'ünü açıkladığı belirlenmiştir. Faktörlerin içsel tutarlılıklarının hesaplanmasında, Cronbach's alpha değeri kullanılmıştır. Cronbach's alpha değerinin 0,70'in üzerinde olduğundan güvenirliğin yüksek olduğunu belirlenmiştir.

Bir modelin kabul edilebilir veya mükemmel uyumda olup olmadığının belirlenmesinde kullanılan en önemli uyum kriteri $X^2/df$ değeridir (Schermelleh-Engel and Moosbrugger, 2003). Bu bilgi ışığında, DFA mo-

delinin $X^2$/df değerinin 1075,21/221 sonucunda, 4,86 olması modelin kabul edilebilir uyumda olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda, diğer uyum kriterlerinin kabul edilebilir uyumda oldukları belirlenmiştir. Uyum kriterleri sonuçları *T*ablo 5'de verilmiştir.

**Tablo 5.** *Ölçeğe İlişkin Uyum Kriterlerine Ait Değerler*

| Uyum Kriterleri | Kabul Edilebilir Uyum | Ölçeğe Ait Değerler |
|---|---|---|
| $\chi 2/sd$ | ≤5 | 4,86 |
| RMSEA | 0.05 ≤ RMSEA ≤ 0.10 | 0,01 |
| SRMR | 0.05 ≤ SRMR ≤ 0.10 | 0,08 |
| NFI | 0.90 ≤NFI ≤ 0.95 | 0,93 |
| NNFI | 0.90 ≤NNFI ≤ 0.95 | 0,75 |
| CFI | 0.90 ≤CFI ≤ 0.95 | 0,95 |
| GFI | 0.90 ≤GFI ≤ 0.95 | 0,81 |
| AGFI | 0.85 ≤ AGFI ≤ 0.90 | 0,74 |
| IFI | 0.90 ≤IFI ≤ 0.95 | 0,95 |
| RFI | 0.90 ≤RFI ≤ 0.95 | 0,95 |

(Engel ve Helfried, 2003)

Katılımcıların demografik bilgilerinden elde dilen veriler frekans ve yüzde dağılımları ile analiz edilmiştir.

**Tablo 6.** *Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri*

| **Cinsiyet** | **Sayı** | **Yüzde(%)** |
|---|---|---|
| Kadın | 147 | 38,3 |
| Erkek | 237 | 61,7 |
| **Yaş** | **Sayı** | **Yüzde(%)** |
| 20-30 | 70 | 18,2 |
| 31-40 | 200 | 52,1 |
| 41-50 | 73 | 19 |
| 51-60 | 36 | 9,4 |
| 61 ve üzeri | 5 | 1,3 |
| **Eğitim** | **Sayı** | **Yüzde(%)** |
| Lise | 7 | 1,8 |
| Ön lisans | 8 | 2,1 |
| Lisans | 261 | 68 |
| Yüksek lisans | 60 | 15,6 |
| Doktora | 48 | 12,5 |
| **Unvan** | **Sayı** | **Yüzde(%)** |
| Uzman/Denetmen/Müfettiş | 159 | 41,4 |

| | | |
|---|---|---|
| Akademisyen | 71 | 18,5 |
| Öğretmen | 48 | 12,5 |
| Daire Başkanı | 7 | 1,8 |
| Doktor/Hemşire ve diğer sağlık personeli | 15 | 3,9 |
| Hakim/Savcı/Avukat ve diğer adli personel | 5 | 1,3 |
| Veri Hazırlama ve Kontrol İşletmeni (VHKİ) | 54 | 14,1 |
| Müdür/Müdür yardımcısı | 9 | 2,3 |
| Diğer | 16 | 4,2 |
| **Kıdem (yıl)** | **Sayı** | **Yüzde(%)** |
| 1-10 | 219 | 57 |
| 11-20 | 107 | 27,9 |
| 21-30 | 38 | 9,9 |
| 31 ve üzeri | 20 | 5,2 |

Tablo 6'da görüleceği üzere araştırmaya katılan kamu çalışanlarının 147'si (%38,3) kadın ve 237'si (%61,7) erkektir. Araştırmaya katılanlar 21-61 yaş aralığındaki kamu çalışanlarından oluşmaktadır ve katılanların 200'ü (%52,1) 21-40 yaş arasında iken, yalnızca 5'i (%1,3) 61 yaş ve üzeri yaş aralığında bulunmaktadır. Katılanların 261'i (%68)lisans mezunu iken, 7'si (%1,8) lise mezunudur. Ayrıca katılanların 219'u (%57) mesleklerinde ilk 10 yıl içinde iken, 20'si (%5,2) mesleklerinde 31 yıl ve üzeri tecrübeye sahiptir.

**Tablo 7.** *Cinsiyetlere Göre Çevre Sorumluluğuna Bağlı Tüketim Bilinci Düzeylerinin Karşılaştırması*

| **Değişken** | **Grup** | **N** | $\bar{x}$ | **ss** | **t** | **sd** | **P** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci | Kadın | 147 | 95,10 | 16,41 | 3,03 | 382 | 0,003* |
| | Erkek | 237 | 90,22 | 14,63 | | | |

*p<0.05

Yapılan bağımsız örneklem t-testi sonucuna göre katılımcıların çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci düzeylerinin cinsiyetlerine göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olduğu belirlenmiştir (t= 3,033, p=0,003, p<0,05). Cinsiyeti kadın ($\bar{x}$=95,10) olanların çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci düzeylerinin erkeklere göre ($\bar{x}$ =90,22) daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Araştırmada kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilincinin eğitim düzeylerine göre değişip değişmediğini belirlemek için ANOVA testi uygulanmıştır. Analiz sonucu Tablo 8'de sunulmuştur.

**Tablo 8.** *Eğitim Düzeylerine Göre Çevre Sorumluluğuna Bağlı Tüketim Bilinci Düzeylerinin Karşılaştırması*

| Eğitim Düzeyi | n | $\bar{x}$ | ss | F | p | Scheffe |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Lise | 7 | 96,57 | 4,49 | | | |
| Ön lisans | 8 | 89,25 | 2,61 | | | 1-2 |
| Lisans | 261 | 89,33 | 0,91 | 13,510 | 0,000 | 1-3 |
| Yüksek lisans | 60 | 92,80 | 1,82 | | | |
| Doktora | 48 | 105,98 | 2,29 | | | |

**p<0.05*

*1 = Doktora, 2= Yüksek lisans,3=Lisans*

Uygulanan ANOVA testi sonucuna göre; kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci düzeylerinin eğitim düzeylerine göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olduğu belirlenmiştir (F=13,510 p=0,000 p<0,05). Doktora derecesine sahip ($\bar{x}$ =105,98) kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci düzeyi, yüksek lisans derecesine sahip ($\bar{x}$=92,80) kamu çalışanlarına ve lisans derecesine sahip ($\bar{x}$=89,33) kamu çalışanlarına göre daha yüksektir.

Araştırmada kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilincinin unvanlara göre değişip değişmediğini belirlemek için bağımsız örneklemler için ANOVA testi uygulanmıştır. Analiz sonucu Tablo 9'da sunulmuştur.

**Tablo- 9***: Unvanlara Göre Çevre Sorumluluğuna Bağlı Tüketim Bilinci Düzeylerinin Karşılaştırması*

| Unvan | n | $\bar{x}$ | s.s | F | p | Scheffe |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Uzman/Denetmen/Müfettiş | 159 | 90,20 | 13,21 | | | 1-2 |
| Akademisyen | 71 | 103,42 | 15,81 | 7,693 | 0,000* | 1-3 |
| Öğretmen | 48 | 90,06 | 15,29 | | | 1-4 |
| Veri Hazırlama ve Kontrol İşletmeni (VHKİ) | 54 | 85,70 | 15,59 | | | |

** p<0.05*

*1 = Akademisyen, 2= Uzman/Denetmen/Müfettiş,3=VHKİ,4=Öğretmen*

Kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci düzeylerinin unvan değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için uygulanan ANOVA testi sonucuna göre; kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci düzeylerinin unvanlarına göre farklılığı istatistiksel olarak %95 güven düzeyinde anlamlı olduğu belirlenmiştir (F=7,693 p=0,000, p<0,05). Akademisyen ($\bar{x}$=103,42) kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinç düzeyi, uzman/

müfettiş/denetmen ($\bar{x}$=90,20), öğretmen ($x$=90,06) ve VHKİ ($\bar{x}$=85,70) unvanlı kamu çalışanlarına göre daha yüksektir.

Kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinç düzeylerinin yaş değişkenine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için uygulanan ANOVA testi sonucuna göre; kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci düzeylerinin yaşlarına göre farklılığı istatistiksel olarak anlamlı olmadığı belirlenmiştir (F= 0,670 p=0,613, p>0,05).

**SONUÇ**

Doğayı korumak ve çevreyi tahrip etmeden ihtiyaçları gidermek hususunda tüm bireylere sorumluluk düşmektedir. Topluma yakın ve diğer bireylerle sürekli iletişim halinde bulunan kişilerin çevreye karşı sorumlu ve bilinçli olması, tüketim ve satın alma kararlarını bu çerçevede alması sürdürülebilir çevre için oldukça önemlidir. Bu nedenle kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci konusunda farkındalık düzeylerinin ne düzeyde olduğunu incelemek üzere yapılan araştırmada bir anket uygulanmıştır. Bu araştırmadan elde edilen verilerden hareketle öncelikle kamu çalışanlarının demografik özellikleri incelenmiş daha sonra kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinç düzeyleri belirlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen verilere göre kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinç düzeyleri yüksektir ve $H_1$ hipotezi doğrulanmıştır. Çevre konusunda son dönemlerde yapılan kamu çalışmalarının ve sıfır atık yönetim sisteminin bu sonuç üzerinde rolü olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca belirli kriterleri taşıyan ve bazı sınav ve eğitimlerden geçirilen kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinç düzeylerinin yüksek olması beklenmektedir. Kadınların korumacı güdülerle davranan bireyler olması ve daha duygusal davranışlar sergilemeleri nedeniyle çevre konusunda daha hassas olabilecekleri tahmin edildiğinden $H_2$ hipotezi oluşturulmuş ve bu hipotez doğrulanmıştır. Çevre konusunda eğitim önemine binaen oluşturulan $H_3$ hipotezi, doktora derecesine sahip bireylerin çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinç düzeylerinin daha yüksek olması sebebiyle doğrulanmıştır. Akademisyen kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinç düzeyinin daha yüksek çıkması ile $H_4$ hipotezi doğrulanmıştır. Ancak kamu çalışanları arasında çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinç düzeyi yaşlarına göre farklılık göstermediğinden $H_5$ hipotezi reddedilmiştir.

Hem bireysel alanlarında hem de kamusal alanda tüketim ve satın alma kararları veren kamu çalışanlarının çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinç düzeylerinin yüksek olması sürdürülebilir çevre adına iyi bir

gelişme olarak değerlendirilmektedir. Ancak bireysel farkındalıklardan ziyade tüm toplumu kapsayacak politika ve uygulamaları hayata geçirebilmek için daha detaylı araştırma ve analizlerin yapılması gerekmektedir. Örneğin Almanya'da Federal Çevre, Doğa Koruma ve Nükleer Güvenlik Bakanlığı ile Federal Çevre Ajansı, çevre bilincine dair iki yılda bir rapor yayınlamaktadır. Bu rapor için yapılan çalışmalar ile 1996 yılından beri Almanya'da çevre bilincinin ve çevresel davranışın nasıl geliştiğine dair anket yapılmaktadır. Böylelikle vatandaşlar çevre sorumluluğunu dikkate alınması gereken bir görev olarak görmektedir (Bundesministerium für Umwelt, 2020). Türkiye'de de sürdürülebilir çevre kaygısı taşıyan kamu politikalarının oluşturulması ve "kamu yararına yönelik bu politikaların uygulanması ve bireylerin davranışlarını bu minvalde yönlendirebilmek, vatandaşların kamu politikalarına daha kolay uyum göstermesini sağlamak"(Ecer, 2020) amacıyla çevre-tüketim ilişkisinde farkındalığı arttırıcı çalışma ve projelerin yapılması, gelecek nesillere iyi bir çevre bırakmak adına faydalı olacaktır.

# KAYNAKÇA


Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2010). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamaları*. Sakarya Kitabevi.

Babaoğul, M. ve Altıok, N. (2007). Evrensel tüketici hakları. *Tüketici Yazıları*, *56*(1), 27–76.

Baydaş, A., Ata, S. ve Duru, A. U. (2021). A study on green purchasing attitudes of public employees: Sample of Düzce province. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, *10*(1), 187–206.

Bozyiğit, S. ve Madran, C. (2018). Çocukların çevre bilinçli tüketici olarak sosyalleşmesinde annelerin çocuk yetiştirme tutumlarının rolü. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *7*(2), 173–196.

Bundesministerium für Umwelt. (2020). Environmental Awareness in Germany 2018. https://www.bmu.de/en/publications adresinden erişildi.

Çatı, K. ve Öcel, Y. (2019). Yeşil pazarlama faaliyetleri çerçevesinde çevreci bilinç düzeyinin çevreci davranış üzerine etkisi: Düzce ili örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, *18*(4), 1412–1431. doi:10.21547/jss.542692

Çevre, Ş. ve İ. D. B. (2022). Sıfır Atık. https://sifiratik.gov.tr/ adresinden erişildi.

Dikmenli, Y. (2007). Preservice teachers' perception levels concerning consumer environmental consciousness. *Journal of Education in Science*, *3*(2), 157–164. doi:10.21891/jeseh.326741

Ecer, K. (2020). Kamu politikalarının oluşturulmasında davranışsal iktisadın rolü. *Türk İdare Dergisi*, *491*, 41–63.

Engel, K. S. ve Helfried, M. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: tests of signicance and descriptive goodness-of-fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, *8*(2).

Erten, S. (2004). Çevre eğitimi ve çevre bilinci nedir, çevre eğitimi nasıl olmalıdır?". *Çevre ve İnsan Dergisi*, *65–66*.

García-Álvarez, M. T. ve Moreno, B. (2018). Environmental performance assessment in the EU: A challenge for the sustainability. *Journal of Cleaner Production*, *205*, 266–280.

Golob, U. ve Kronegger, L. (2019). Environmental consciousness of European consumers: A segmentation-based study. *Journal of Cleaner Production*, *221*, 1–9.

Köse, E. Ö. ve Gül, Ş. (2015). Öğretmen adayları için çevre sorumluluğuna bağlı tüketim bilinci ölçeğinin geliştirilmesi. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama Dergisi*, *4*, 257–277.

Kozinets, R. V. ve Handelman, J. M. (2004). Adversaries of consumption: consumer movements, activism, and ideology. *Journal of Consumer Research*, *31*, 691–704.

Nickell, R. P., Rice, S. ve Tucker, S. P. (1976). *Management in family living* (5. bs.). John Wiley and Sons.

Sayraç, N., Arı, E. ve Malkoç, G. (2016). Aile ve bireysel değerlerin sorumlu tüketim bilinci üzerindeki etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *15*(29), 223–240.

Sosyal Güvenlik Kurumu. (2022). SGK Veri Uygulaması. https://veri.sgk.gov.tr/ adresinden erişildi.

Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics* (7. bs.). Pearson.

Yücel, M., Uslu, C., Altunkasa, M. F., Güçray, S. ve Say, N. P. (2006). Adana'da çevre duyarlılığı düzeyinin ve geliştirme olanaklarının araştırılması. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, *19*(2), 217–228.

# BÖLÜM 6

## BİLGİ ÇAĞINDA ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ

*Kaya AĞIN*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi Kaya AĞIN, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, kagin@erzincan.edu.tr, Orcid No: 0000-0003-2783-5334

## Giriş

Örgütsel davranış, örgütlerde çalışanların davranışlarını inceleyen bir disiplindir. Bu disiplin, çalışanların nasıl davrandıklarını, neden böyle davrandıklarını ve bu davranışların örgütün performansı üzerindeki etkisini inceler. Bu disiplin, psikoloji, sosyoloji ve yönetim gibi çeşitli disiplinlerden etkilenmektedir (Greenberg, 2011). Örgütsel davranış, bir organizasyonun işleyişini etkileyen faktörleri inceleyen çok disiplinli bir alandır. Bu faktörler arasında insan davranışları, organizasyonel yapı, kültür, yönetim stil ve işgücü çeşitliliği gibi konular yer almaktadır.

Örgütsel davranış, iş yaşamında oldukça önemli bir konudur. İşletmelerin hedeflerine ulaşmaları ve çalışanların performanslarını artırmaları için örgütsel davranışın etkin bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. İş yaşamında örgütsel davranış, çalışanların işletmedeki davranışlarına ve etkileşimlerine odaklanır. Bu kapsamda, çalışanların birbirleriyle nasıl etkileşimde bulundukları, nasıl motivasyon sağlandıkları, nasıl liderlik edildikleri, işletmedeki kültürün ne olduğu gibi konular ele alınır. Bu faktörler, çalışanların işletmedeki rollerini anlamalarına, işletmenin amaçlarına uygun olarak davranmalarına ve işletme performansının artmasına yardımcı olur.

Örgütsel davranışın iş yaşamındaki etkileri arasında çalışan memnuniyetinin artması, işbirliğinin teşvik edilmesi, liderliğin geliştirilmesi, işletme kültürünün iyileştirilmesi ve değişime uyum sağlanması yer alır. Tüm bu faktörler, işletmenin başarısına katkı sağlar ve çalışanların iş yaşamında daha mutlu, daha verimli ve daha başarılı olmalarını sağlar. Örgütsel davranışın iş yaşamındaki önemi büyüktür ve işletmelerin başarısı için oldukça önemlidir. İşletmelerin çalışanlarının davranışlarını yönetmeleri, işletmenin hedeflerine uygun olarak çalışmalarını sağlamaları ve işletmenin performansını artırmaları için örgütsel davranışı etkin bir şekilde yönetmeleri gerekmektedir.

Bu alandaki çalışmalar, özellikle işletmelerin hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak için yöneticilere ve liderlere rehberlik eder. Örneğin, çalışanların motivasyonunu artırmak, takım çalışması becerilerini geliştirmek, liderlik becerilerini iyileştirmek ve işyerindeki iletişimi geliştirmek gibi hedeflere ulaşmak için örgütsel davranış çalışmalarından faydalanılabilir (Colquitt vd., 2011).

Örgütsel davranış, organizasyonel yapı, kültür ve liderlik tarzları gibi konuların yanı sıra, çalışanların davranışlarını da inceler. Bu, çalışanların neden bazı davranışlarda bulunduklarını, işyerindeki ilişkileri nasıl yönettiklerini ve nasıl daha iyi performans gösterebileceklerini anlamak için araştırmalar yapılmasını içermektedir. Örgütsel davranış, organizasyonların insan kaynakları yönetimine odaklanan, disiplinler arası bir alan ola-

rak tanımlanabilir. İşletmelerin hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak için yöneticilere ve liderlere rehberlik eder ve çalışanların davranışlarını inceler (Fortune, 2009).

Örgütsel davranışın ana konularından bazıları şunlardır (Adams, 2002):

1. Liderlik: Liderlik, örgütlerde çalışanların davranışları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Liderlik, örgütlerin performansını etkiler, çalışanların motivasyonunu artırır ve çalışanların hedeflerine ulaşmalarını sağlar. Örgütsel davranış, liderlik tarzları, liderlik etkinliği, liderlik gelişimi ve liderlik becerileri gibi konuları inceler.

2. İletişim: İyi bir iletişim, örgütlerdeki çalışanların etkileşimini geliştirir ve örgütün performansını artırır. İletişim, örgütlerdeki karar verme süreçlerinin etkinliğini artırır, çalışanların işleri hakkında daha iyi bilgilendirilmesini sağlar ve çalışanların motivasyonunu artırır. Örgütsel davranış, iletişim tarzları, iletişim kanalları, iletişim engelleri ve etkili iletişim teknikleri gibi konuları inceler.

3. Motivasyon: Çalışanların motivasyonu, örgütlerin başarısı için önemlidir. Motivasyon, çalışanların işlerinde daha iyi performans göstermelerini sağlar, çalışanların örgüte sadakatini artırır ve çalışanların işlerine bağlılığını artırır. Örgütsel davranış, motivasyon teorileri, motivasyon stratejileri ve motivasyon faktörleri gibi konuları inceler.

4. Gruplar ve Takımlar: Örgütlerdeki gruplar ve takımlar, çalışanların davranışlarını etkiler. Gruplar ve takımlar, çalışanların birbirleriyle işbirliği yapmalarını sağlar, çalışanların birbirlerine destek olmalarını ve motivasyonlarını artırır. Örgütsel davranış, grup dinamikleri, grup karar verme süreci, takım performansı ve takım yönetimi gibi konuları inceler.

5. Örgüt Kültürü: Örgüt kültürü, örgütlerdeki çalışanların davranışları üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Örgüt kültürü, örgütlerin değerlerini, inançlarını ve normlarını yansıtır. Örgüt kültürü, çalışanların örgüte bağlılığını artırır, çalışanların iş tatminini artırır ve örgütlerin performansını etkiler. Örgütsel davranış, örgüt kültürünün oluşumu, yönetimi ve değiştirilmesi gibi konuları inceler.

6. Değişim Yönetimi: Değişim yönetimi, örgütlerin değişen iş ortamında ayakta kalabilmeleri için değişim süreçlerini planlamalarına, uygulamalarına ve kontrol etmelerine yardımcı olan bir süreçtir. Değişim yönetimi, örgütlerin içinde bulundukları durumu analiz ederek, örgütün karşılaştığı zorlukları belirleyerek, uygun stratejiler ve araçlar kullanarak değişimi yönetmeyi amaçlar.

Değişim yönetimi, örgütlerin stratejik hedeflerini ve işletme performansını artırmak için değişiklikleri yönetmelerine yardımcı olur. Bu değişiklikler, iş süreçlerinde yapılan değişiklikler, teknolojik değişiklikler, organizasyon yapısında yapılan değişiklikler ve yönetim tarzında yapılan değişiklikler gibi farklı şekillerde olabilir. Değişim yönetimi, örgütlerdeki çalışanların davranışları üzerinde de büyük bir etkiye sahiptir. Bu nedenle, değişim yönetimi, çalışanların değişim sürecine aktif bir şekilde dahil edilmesini ve çalışanların değişime uyum sağlamalarını sağlamak için uygun iletişim ve liderlik stratejileri kullanmayı da içerir (Coutu, 2002).

Bu konular, örgütsel davranışın temel konularıdır. Örgütsel davranış, örgütlerin yönetiminde önemli bir rol oynar ve örgütlerin performansını artırmak için çalışanların davranışlarını etkilemeyi amaçlar.

**Örgütsel Davranışın İş Yaşamındaki Önemi**

Örgütsel davranış kavramı iş yaşamında çok önemli bir yere sahiptir. İş dünyası hızla değişirken, başarılı bir örgütün sadece doğru stratejilere sahip olması yeterli değildir. Aynı zamanda, örgüt içindeki insanların davranışları ve etkileşimleri de çok önemlidir. İşte örgütsel davranışın iş yaşamındaki önemli bazı nedenleri şunlardır (Davenport, 2005):

1. İşletme performansını artırmak: Örgütsel davranış, işletme performansını artırmak için önemlidir. İnsanların nasıl çalıştığı, nasıl iletişim kurduğu ve nasıl motive olduğu gibi faktörler, işletmenin üretkenliğini, karlılığını ve rekabet gücünü doğrudan etkiler.

2. Çalışanlar arasındaki etkileşimi iyileştirmek: Örgütsel davranış, çalışanlar arasındaki etkileşimi ve işbirliğini artırmaya yardımcı olur. İyi bir örgütsel davranış kültürü, takım çalışmasını teşvik eder ve işletmenin verimliliğini artırır.

3. Çalışanların memnuniyetini artırmak: Örgütsel davranış, çalışanların işe bağlılığını ve memnuniyetini artırmak için önemlidir. İşletmeler, çalışanlarına destekleyici bir iş ortamı sağlayarak, çalışanlarının işlerinde daha mutlu ve daha tatmin olmalarını sağlayabilirler.

4. Değişime uyum sağlamak: Değişim kaçınılmazdır ve işletmelerin, değişime uyum sağlamaları gerekmektedir. İyi bir örgütsel davranış kültürü, çalışanların değişime uyum sağlamalarına yardımcı olur ve işletmenin hızla değişen iş ortamına uyum sağlamasına yardımcı olur.

5. İşletme itibarını korumak: Örgütsel davranış, işletme itibarını korumak için de önemlidir. Çalışanların işletmeyi nasıl temsil ettiği ve müşterilerle nasıl etkileşime girdiği, işletmenin itibarını etkileyebilir.

Özetle, örgütsel davranış, iş yaşamında işletmelerin başarısı için kritik öneme sahip bir konudur. İyi bir örgütsel davranış kültürü, işletmelerin

verimliliğini artırabilir, çalışanların memnuniyetini artırabilir ve işletmelerin değişen iş ortamına uyum sağlamasına yardımcı olabilir (Greenberg, 2002).

**Örgütsel Davranışın Temel Öngüleri ve Yaklaşımları**

Örgütsel davranışın temel yaklaşımları, örgütlerdeki insan davranışlarını anlamak ve açıklamak için kullanılan farklı teorik perspektiflerdir. Bu yaklaşımlar, örgütsel davranışı farklı açılardan ele alır ve insanların örgütlerde nasıl davrandıklarını açıklamak için farklı teorik çerçeveler sunar. Örgütsel davranışa ilişkin çeşitli yaklaşımlar şu şekilde sıralabilir (Greenberg, 1990):

1. Sistem Yaklaşımı: Bu yaklaşım, bir örgütü bir sistem olarak ele alır ve örgütün tüm bileşenlerinin birbiriyle etkileşim halinde olduğunu varsayar. Bu yaklaşıma göre, örgütün başarısını artırmak için tüm bileşenlerin uyumlu bir şekilde çalışması gereklidir. Örneğin, bir örgütün müşteri hizmetleri departmanındaki bir hatanın, satışlar departmanındaki bir siparişin gecikmesine yol açabileceği düşünülür. Bu yaklaşım, örgütün etrafındaki faktörlerin de dikkate alınması gerektiğini savunur. Bu faktörler arasında teknolojik gelişmeler, ekonomik koşullar, politik faktörler, rekabet ortamı gibi dış faktörler yer alır (Peterson, 2000).

2. Kontingensi Yaklaşımı: Bu yaklaşım, her örgütün kendine özgü özellikleri olduğunu varsayar. Bu yaklaşıma göre, her örgütün özel ihtiyaçları vardır ve bu ihtiyaçlar karşılanmadan örgütün performansının artırılması mümkün değildir. Örneğin, bir aile şirketi ile bir uluslararası şirketin yönetimi arasında farklılıklar olabilir. Bu yaklaşım, örgütlerin ihtiyaçlarına göre farklı yönetim stratejileri kullanılması gerektiğini savunur (Kanter, 2004).

3. Davranış Bilimleri Yaklaşımı: Bu yaklaşım, insan davranışının anlaşılması ve yönetilmesi üzerinde durur. Bu yaklaşıma göre, insan davranışının anlaşılması, örgütlerdeki etkileşimlerin anlaşılmasına yardımcı olur ve bu etkileşimlerin yönetilmesi, örgütün başarısını artırmaya yardımcı olur. Bu yaklaşım, örgütlerin insan kaynakları yönetimine odaklanır. Çalışanların motivasyonu, liderlik, grup dinamikleri gibi konuları ele alır.

4. Sosyal Sistem Yaklaşımı: Bu yaklaşım, örgütleri bir sosyal sistem olarak ele alır ve örgütlerdeki insanların sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarının karşılanması gerektiğini savunur. Bu yaklaşıma göre, örgütlerdeki insanlar, işleriyle ilgili olarak değerli hissetmek, kabul edilmek, saygı görmek ve iş ortamında tatmin edici bir sosyal ilişki kurmak isterler. Bu yaklaşım, işyerindeki psikolojik güvenlik ve sağlık gibi konulara odaklanır.

5. Kültür Yaklaşımı: Örgütsel davranışın bir diğer temel yaklaşımı-

dır ve bir örgütün kültürünün, örgütün başarısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu varsayar. Bu yaklaşıma göre, örgütlerdeki insanlar, örgütün kültürüne uygun davranışlar sergilerler ve bu kültür, örgütün başarısı için kritik öneme sahiptir. Örgüt kültürü, örgütün değerleri, normları, inançları, ritüelleri, sembolleri ve liderlik tarzlarından oluşur. Kültür yaklaşımı, örgütlerin kültürünü anlamak, yönetmek ve geliştirmek için yönetim stratejileri geliştirmeye odaklanır. Örneğin, bir örgütün kültürü, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını, işyerindeki uyumu ve iş ortamında yaratıcı bir atmosferi etkileyebilir. Bu yaklaşımın amacı, örgüt kültürünün, örgütün başarısı için pozitif bir etkiye sahip olmasını sağlamaktır (Lam vd., 2002).

**Örgütsel Davranışın Küresel Ticaret ile İlişkisi**

Küreselleşme işletmelerin farklı ülkelerdeki pazarlara erişmesini kolaylaştırarak küresel ticaretin gelişmesine neden olmaktadır. Bu durum, işletmelerin kültürel farklılıkları anlama, yorumlama ve uyum sağlama becerilerini artırmasını gerektirir. Örgütsel davranış, işletmelerin kültürler arası farklılıkların anlaşılması ve çeşitlilik yönetimi gibi konularda çalışanlarına eğitim vermesine yardımcı olmaktadır (Greenberg, 2011). Bu eğitim, işletmelerin küresel pazarlarda faaliyet gösterirken, farklı kültürlere uyum sağlama, kültürler arası etkileşimleri yönetme ve çeşitlilikle başa çıkma becerilerini geliştirmelerine yardımcı olur.

Küresel ticaret ayrıca, işletmelerin farklı ülkelerde faaliyet gösterdikleri için, örgütsel davranışın sistem yaklaşımını kullanarak, işletmelerin farklı bileşenleri arasındaki etkileşimleri anlamalarını gerektirir. Sistem yaklaşımı, işletmelerin farklı ülkelerde faaliyet gösterirken, işletmelerin kültürlerinden, tedarik zincirlerinden, müşterilerinden, çalışanlarından, tedarikçilerinden, hükümetlerinden ve diğer bileşenlerinden kaynaklanan etkileşimleri anlamalarına yardımcı olabilir. Bu da, işletmelerin küresel ticarette daha iyi performans göstermelerini sağlamaktadır (McShane ve Von Glinow, 2003).

Örgütsel davranışın küresel ticaret ile olan ilişkisi, küreselleşme sürecinde işletmelerin yüzleştiği zorlukları ele almalarında ve başarılarına katkıda bulunmalarında önemli bir rol oynar. Küresel ticaret, işletmelerin dünya genelinde pazarlara erişmesini sağlar ve farklı kültürlerle çalışma ihtiyacını doğurur. Bu da örgütsel davranışın kültür yaklaşımı gibi konuları ele alarak kültürel farklılıkları anlamak, çeşitlilikle başa çıkmak ve farklı ülkelerde çalışan insanları yönetmek için önemli olduğunu gösterir.

Küreselleşme, örgütsel davranışın diğer bir temel yaklaşımı olan sistem yaklaşımını da etkiler. Küreselleşme ile birlikte işletmeler, küresel bir sistemde etkileşim halindedirler ve bu nedenle, örgütsel davranışın bir sistem olarak ele alınması ve işletmelerin farklı bileşenleri arasındaki et-

kileşimlerin anlaşılması önemlidir. Örgütsel davranışın sistem yaklaşımı, küresel ticaretin karmaşık ve dinamik yapısına uygun bir şekilde işletmelerin yönetilmesine yardımcı olabilir (Greenberg, 2011).

Örgütsel davranış, küresel ticaretin işletmeler üzerindeki etkilerini anlamaya yardımcı olur. Küreselleşme, işletmelerin kültürler arası farklılıkları anlamalarını ve yönetmelerini gerektirirken, örgütsel davranış, bu becerilerin geliştirilmesine yardımcı olabilir. Ayrıca, örgütsel davranışın sistem yaklaşımı, işletmelerin farklı bileşenleri arasındaki etkileşimleri anlamalarına yardımcı olarak, küresel ticarette başarılı olmalarına yardımcı olabilir. Sonuç olarak küresel ticaret ile örgütsel davranış arasında sıkı bir ilişki vardır. Küreselleşme, işletmelerin farklı kültürlerde çalışan insanları yönetmeleri, kültürel farklılıkları anlamaları ve sistem yaklaşımı ile karmaşık yapıları anlamaları için örgütsel davranışı kullanmalarını gerektirir (LaMarch, 1997).

**Teknolojik Gelişmelerin Örgütsel Davranış Üzerine Olan Etkileri**

Teknolojik gelişmeler, örgütsel davranışı etkileyen faktörlerden biridir ve bu faktörün işletmeler üzerindeki etkileri oldukça önemlidir. Teknolojik gelişmeler, örgütsel davranışı şekillendiren değişkenler arasında en önemli olanıdır ve bu değişkenler arasında işletme kültürü, liderlik tarzları, çalışanların motivasyonu, performans yönetimi ve örgütlerin yapısı gibi unsurlar yer almaktadır (Stajkovic, 2006).

Teknolojik gelişmeler, örgütsel davranışı etkileyen faktörlerden biri olarak, işletmelerin üretim süreçlerinde, bilgi işleme sistemlerinde, iletişimde ve müşteri ilişkilerinde büyük değişimler yaratmıştır. Bu değişimler, işletmelerin rekabet güçlerini artırmak için daha esnek, yenilikçi ve verimli hale gelmelerine yardımcı olmuştur.

Örneğin, bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi, işletmelerin veri toplama, depolama ve analiz etme konularında daha verimli hale gelmesine yardımcı olmuştur. Bu da, işletmelerin müşteri davranışlarını, pazar trendlerini ve işletme performansını daha iyi anlamalarını sağlayarak daha stratejik kararlar almalarına olanak tanımıştır (Nirmala ve Akhliesh, 2009).

Ayrıca, mobil teknolojiler ve internetin yaygınlaşması, işletmelerin işgücü esnekliğini artırmıştır. Bu sayede, işletmeler uzaktan çalışma gibi yeni iş modelleri kullanarak, daha geniş bir yetenek havuzuna erişebilir hale gelmişlerdir. Bunun yanı sıra, işletmelerin çevrimiçi pazarlama ve satış kanalları aracılığıyla müşterilere ulaşması kolaylaşmıştır.

Ancak, teknolojik gelişmelerin örgütsel davranış üzerindeki etkisi, her zaman pozitif olmayabilir. Örneğin, otomasyon ve robotik teknolojilerin yaygınlaşması, bazı işlerin otomatik hale gelmesi ve bazı çalışanların

işlerini kaybetmesi anlamına gelebilir. Bu nedenle, işletmelerin teknolojik gelişmelerin etkilerini anlamaları ve bu etkileri yönetebilmeleri önemlidir.

Teknolojik gelişmelerin örgütsel davranış üzerindeki etkileri birçok alanda hissedilebilir ve farklı yönleriyle incelenmesi gerekmektedir (Hendricks, 1992).

1. İletişim ve İşbirliği: Teknolojik gelişmeler, işletmelerin iletişim kanallarını ve işbirliği yöntemlerini değiştirmiştir. İşletmeler, e-posta, video konferans, anlık mesajlaşma ve bulut bilişim gibi araçlar sayesinde uzaktaki iş arkadaşları ile iletişim kurabilir ve işbirliği yapabilir hale gelmiştir. Böylece, işletmelerin uluslararası veya dağıtık çalışanları daha verimli ve etkili bir şekilde bir araya getirmesi mümkün olmuştur.

2. İşgücü Esnekliği: Teknolojik gelişmeler, işletmelerin çalışanların uzaktan çalışmalarına olanak tanıyan birçok araç ve sistem geliştirmesine neden olmuştur. Bu, işletmelerin daha fazla işgücü esnekliği sağlamalarına olanak tanımıştır. İşletmeler, çalışanlarının zaman ve yer bağımsız çalışmalarına izin vererek, iş verimliliğini arttırmakta ve işgücü maliyetlerini düşürmektedir.

3. Yönetim ve Örgütsel Yapı: Teknolojik gelişmeler, işletmelerin yönetim yapısını ve örgütsel yapısını da etkilemiştir. Yöneticiler, işletmelerin farklı konumlarındaki çalışanlarını izlemek ve performanslarını değerlendirmek için daha sofistike teknolojiler kullanmaktadır. Ayrıca, işletmelerin örgütsel yapısında da değişiklikler yapılmaktadır. Örneğin, bazı işletmeler, çalışanlarının hiyerarşik yapıya bağlı kalmadan, projeler üzerinde eşit bir şekilde çalışmalarını sağlayan daha esnek ve ağ tabanlı bir yapıya geçmişlerdir.

4. Değişim ve Adaptasyon: Teknolojik gelişmeler, işletmelerin hızlı bir şekilde değişime ve adapte olmaya ihtiyaç duydukları bir iş ortamı yaratmıştır. İşletmelerin rekabet güçlerini korumak ve artırmak için, teknolojik gelişmeleri yakından takip etmeleri ve hızlı bir şekilde adapte olmaları gerekmektedir.

5. Müşteri İlişkileri: Teknolojik gelişmeler, işletmelerin müşteri ilişkilerini de değiştirmiştir. Müşteri ilişkileri, işletmelerin müşterileri ile olan etkileşimlerini ifade eder. Teknolojik gelişmeler, işletmelerin müşteri ilişkilerini değiştirmiş ve geliştirmiş olduğu araçlar sayesinde işletmeler müşterilerine daha iyi hizmet verebilmektedir.

Örneğin, internet üzerinden yapılan online alışverişlerde müşterilerle işletmeler arasındaki iletişim, e-posta, canlı destek ve sosyal medya gibi araçlarla gerçekleştirilebilmektedir. Bu sayede, işletmeler müşterilerine daha hızlı ve etkili bir şekilde yanıt verebilmekte ve müşteri memnuniyetini artırmaktadır.

Ayrıca, müşterilerin işletme hakkındaki düşüncelerini ve geri bildirimlerini toplamak için kullanılan anketler ve müşteri memnuniyeti ölçüm araçları da teknolojik gelişmelerle birlikte daha yaygın hale gelmiştir. Bu sayede işletmeler, müşterilerinin ihtiyaçlarını daha iyi anlayarak, onlara daha iyi hizmetler sunabilmekte ve müşteri sadakatini artırabilmektedir.

Sonuç olarak, teknolojik gelişmeler, örgütsel davranış üzerinde önemli bir etkiye sahiptir ve işletmelerin teknolojik değişimleri anlamaları ve bu değişimleri yönetmeleri, rekabet avantajı sağlamaları açısından önemlidir.

**Örgüt Kültürünün Örgütsel Davranış ile Olan İlişkisi**

Örgüt kültürü, bir örgütün benimsediği, paylaştığı ve çalışanlar arasında yaygınlaşan değerler, inançlar, davranış kalıpları, normlar, ritüeller ve semboller gibi unsurların tümüdür. Kısacası, örgüt kültürü bir örgütün bireyleri arasındaki işbirliğini ve koordinasyonu sağlamak için oluşturduğu "ortak dil" olarak tanımlanabilir (Boyd ve Vozikis, 1994).

Örgüt kültürü, bir örgütün özünü, benzersizliğini ve kimliğini oluşturur. Bu nedenle, örgüt kültürü, örgütün hedeflerine, stratejilerine, performansına ve başarısına doğrudan etki eder. Örgüt kültürü, çalışanların örgüte uyum sağlamalarını kolaylaştırır, çalışanların örgütle duygusal bir bağ kurmalarına yardımcı olur ve çalışanların örgüte sadakatini artırır. Bu da çalışanların performansını, iş tatminini ve örgütün başarısını olumlu yönde etkiler.

Örgüt kültürü, aynı zamanda örgütün dış çevresiyle olan ilişkisini de etkiler. Örneğin, bir örgütün müşteri odaklı bir kültürü varsa, bu örgütün müşterileriyle olan ilişkileri daha pozitif olacak ve müşteri memnuniyeti artacaktır. Buna karşılık, bir örgütün inovasyon odaklı bir kültürü varsa, örgütün pazar payı ve rekabet gücü artacaktır. Örgüt kültürü, bir örgütün işleyişinde çok önemli bir role sahiptir ve örgütün performansını doğrudan etkiler. Örgüt kültürü, bir örgütün benzersizliğini ve kimliğini oluştururken, aynı zamanda çalışanların örgüte uyum sağlamalarını kolaylaştırır ve örgütün dış çevresiyle olan ilişkilerini de etkiler.

Örgüt kültürü ve örgütsel davranış, birbirleriyle yakından ilişkili kavramlar olup, birbirlerini etkileyen faktörlerdir. Örgüt kültürü, örgütsel davranışı etkilerken, örgütsel davranış da örgüt kültürünü şekillendirir. Örgüt kültürü, örgütte çalışanların benimsediği, paylaştığı ve yaygınlaşan değerler, inançlar, davranış kalıpları, normlar, ritüeller ve semboller gibi unsurların tümüdür. Örgüt kültürü, çalışanların örgüte uyum sağlamalarını kolaylaştırır, örgüt içi iletişimi geliştirir, motivasyonu arttırır ve çalışanların örgüte olan bağlılığını yükseltir. Bu nedenle, örgüt kültürü, örgütsel davranışı doğrudan etkilemektedir (George, 1991).

Öte yandan, örgütsel davranış, çalışanların örgütteki davranış biçim-

lerini ifade eder. Örgütsel davranış, örgüt içi iletişim, liderlik, işbirliği, motivasyon, iş tatmini, stres yönetimi gibi birçok unsuru içerir. Örgütsel davranış, çalışanların örgüt kültürüne uygun hareket etmeleri ve örgütün hedeflerine ulaşması için gerekli olan davranış kalıplarını benimsemeleri gerektiği anlamına gelmektedir.

Özetle, örgüt kültürü ve örgütsel davranış birbirleriyle yakından ilişkili olup, birbirlerini etkileyen faktörlerdir. Örgüt kültürü, çalışanların örgüte olan bağlılığını, işbirliğini ve performansını arttırırken, örgütsel davranış da örgüt kültürünü şekillendirir ve örgütün hedeflerine ulaşmasını sağlar.

**Örgütsel Davranış Kapsamında Yöneticinin Rolü**

Örgütsel davranış kavramı, bir organizasyonun iç dinamikleri ve bu dinamiklerin yönetilmesi ile ilgilidir. Bu nedenle, örgütsel davranışın etkili bir şekilde yönetilmesi, özellikle yöneticilerin işlevi açısından oldukça önemlidir. Örgütsel davranış kapsamında yöneticiler, örgüt içindeki insan davranışlarını etkileyen faktörleri anlamak ve bu faktörlere müdahale etmekle görevlidirler. Yöneticilerin örgütsel davranışa etkileri oldukça önemli olup, çalışanların iş performanslarını, motivasyonlarını, iş tatminlerini ve örgüte bağlılıklarını belirleyebilirler.

Yöneticiler, örgütsel davranışın tüm yönlerinin yönetilmesinden sorumludurlar. Bu, çalışanların davranışlarını izleme, yönlendirme, motive etme ve geliştirme anlamına gelmektedir. Yöneticiler, çalışanların performansını artırmak için uygun motivasyon tekniklerini kullanmalı, çalışanların güvenini ve sadakatini kazanmak için iyi iletişim becerilerine sahip olmalıdırlar (Conner,1993).

Ayrıca, yöneticiler, örgüt kültürünün geliştirilmesi ve sürdürülmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Örgüt kültürü, çalışanların birbirleriyle olan ilişkilerini, çalışma ortamını ve işyerindeki değerleri içerir. Yöneticiler, örgüt kültürünün geliştirilmesinde ve uygulanmasında liderlik yapmalı, örgüt kültürüne uygun davranışları sergilemeli ve çalışanlarına örgüt kültürünün önemini vurgulamalıdırlar.

Yöneticilerin örgütsel davranış kapsamında birkaç rolü bulunmaktadır. Bu roller şunlardır (Robbins, 2005):

1. Planlama: Yöneticiler, örgüt içindeki insan davranışlarını anlamak için araştırmalar yaparak, davranışlarla ilgili hedefler belirleyerek ve bu hedeflere ulaşmak için stratejiler oluşturarak örgüt kültürünü ve örgütsel davranışı şekillendirebilirler.

2. Organize Etme: Yöneticiler, örgüt içindeki insan kaynaklarını yöneterek, insan davranışlarına etki eden faktörleri düzenleyerek, iş süreç-

lerinin akışını yöneterek ve diğer yönetim faaliyetlerini organize ederek örgütsel davranışı şekillendirebilirler.

3. Liderlik: Yöneticiler, örgüt kültürünü ve örgütsel davranışı şekillendiren liderlik tarzlarını kullanarak, çalışanların motivasyonunu arttırabilir, işbirliğini teşvik edebilir ve örgüte bağlılıklarını sağlayabilirler.

4. Denetleme: Yöneticiler, örgüt içindeki insan davranışlarını izleyerek, performansları ölçerek, geri bildirimler vererek ve çalışanların örgüte uyum sağlamalarını sağlayarak örgütsel davranışı kontrol edebilirler.

5. Yönlendirme: Yöneticiler, örgüt kültürünü ve örgütsel davranışı yönlendirebilirler. Bu, örgüt içindeki insanların davranışlarını belirli bir yönde yönlendirmek, örgütün amaçlarına ulaşmak için gerekli olan davranışları benimsetmek ve örgüt kültürünü geliştirmek anlamına gelmektedir.

Özetle, yöneticiler, örgüt kültürü ve örgütsel davranışın şekillenmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar. Planlama, organize etme, liderlik, denetleme ve yönlendirme rolleri, yöneticilerin örgütsel davranış kapsamındaki görevleridir. İyi bir yönetici, çalışanların performansını artırmak, işyerinde iyi bir atmosfer oluşturmak ve örgüt kültürünü sürdürmek için gerekli becerilere sahip olmalıdır.

**Örgütlerde Yöneticilerin Sahip Olması Gerek Bilgi ve Becerileri**

Yöneticiler, bir organizasyonun başarısı için çok önemli bir role sahiptirler ve belirli bir dizi bilgi ve beceriye sahip olmaları gerekir. İşte örgütlerde yöneticilerin sahip olması gereken bazı önemli bilgi ve beceriler (Chen vd., 1998):

1. İletişim becerileri: Yöneticilerin iletişim becerileri son derece önemlidir çünkü başarılı bir örgütün yönetimi, doğru ve etkili iletişim becerilerine sahip olmayı gerektirir. İletişim becerileri, yöneticilerin fikirlerini açıkça ifade etmelerini, çalışanlarıyla açık bir diyalog kurmalarını ve onları motive etmelerini sağlar (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2002). Ayrıca, iletişim becerileri, yöneticilerin müşterilerle etkileşimlerini yönetmelerine ve işbirliği içinde çalışmalarına yardımcı olur. İyi bir yönetici, çalışanları arasında iletişimi kolaylaştırarak örgütün verimliliğini artırabilir ve başarıyı elde etmek için stratejik bir planın uygulanmasına yardımcı olabilir. İyi bir yönetici, etkili bir iletişim kurabilme becerisine sahip olmalıdır. Bu, işbirliği yaparak, problem çözerek, empati kurarak ve diğer çalışanlarla açık bir şekilde iletişim kurarak sağlanabilir.

2. Liderlik becerileri: Yöneticilerin liderlik becerilerine sahip olmaları, çalışanların performansını artırmada ve örgütün hedeflerine ulaşmada önemlidir. İyi bir lider, vizyonunu paylaşabilen, takımı motive eden ve

iyi bir örnek olan kişidir. Yöneticiler, çalışanlarını motive etmek, yönlendirmek ve geliştirmek için liderlik becerilerine sahip olmalıdır. Liderlik, vizyon belirleme, takım oluşturma ve yönlendirme, inovasyon ve risk yönetimi gibi birçok yeteneği içermektedir.

3. Stratejik planlama: Bir organizasyonun başarısı, iyi bir stratejik planlama ve yönetimle doğrudan ilişkilidir. Yöneticilerin stratejik planlama, bütçeleme ve kaynak yönetimi konusunda bilgi sahibi olmaları gerekir. Yöneticiler, örgütlerinin uzun vadeli hedeflerini belirlemek ve stratejiler geliştirmek için stratejik düşünme becerilerine sahip olmalıdır. Bu beceriler, pazar analizi, rekabet analizi, risk yönetimi, kaynak yönetimi ve benzeri gibi konuları içermektedir.

4. İnsan kaynakları yönetimi: İyi bir yönetici, çalışanları işe almak, eğitmek, motive etmek ve geliştirmek için gerekli insan kaynakları yönetimi becerilerine sahip olmalıdır. Yöneticiler, çalışanların seçimi, işe alımı, eğitimi, yönlendirilmesi ve motivasyonu gibi insan kaynakları yönetimi konularında da uzman olmalıdır.

5. Finansal yönetim: Yöneticiler, organizasyonun finansal sağlığını anlamak için temel finansal yönetim becerilerine sahip olmalıdırlar. Bütçe yapma, finansal analiz yapma ve finansal raporlama konusunda bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Yöneticiler, örgütlerinin mali yönetiminden sorumludur ve bu nedenle finansal yönetim becerilerine sahip olmalıdır. Bu beceriler, bütçe yönetimi, finansal analiz, nakit yönetimi ve benzeri konuları içermektedir.

6. Değişim yönetimi: Yöneticiler, örgütün değişen iş ortamına uyum sağlaması ve değişikliklere karşı direnç göstermemesi için değişim yönetimi konusunda bilgi sahibi olmalıdırlar. Yöneticiler, örgütlerinde inovasyonu teşvik etmek ve değişimi yönetmek için gerekli becerilere sahip olmalıdır. İnovasyon ve değişim yönetimi, örgütün rekabetçiliğini artırmak için gereklidir (Bonanno, 2004).

7. Problem çözme ve karar verme: İyi bir yönetici, sorunları tanımlama, analiz etme, seçenekleri değerlendirme ve etkili bir şekilde karar verme becerisine sahip olmalıdır.

8. Küresel Düşünme Becerileri: Küresel bir dünyada faaliyet gösteren örgütlerde yöneticiler, kültürel farklılıklara saygı duymalı, çok kültürlü ekipleri yönetebilmeli ve uluslararası pazarlama stratejileri oluşturabilmelidir.

9. Teknoloji Yönetimi Becerileri: Günümüzde teknoloji, örgütler için kritik bir rol oynamaktadır. Teknoloji yönetimi, işletmelerin teknolojik değişimlere uyum sağlamasını ve teknolojinin işletme süreçlerinde kullanılmasını yönetme sürecidir (Tierney ve Farmer, 2002). Yöneticilerin

bu alanda sahip olmaları gereken beceriler arasında teknoloji stratejilerini belirleme, teknolojiyi yönetme ve işletme süreçlerine entegre etme, teknolojik değişimleri öngörme ve uyum sağlama yer alır. Ayrıca, yöneticilerin, teknolojik yenilikleri takip ederek, işletmenin rekabet gücünü artırmak için fırsatları değerlendirmesi de gerekmektedir. Teknoloji Yönetimi Becerileri'ne sahip olan yöneticiler, işletmelerin teknolojik değişimlere uyum sağlamasına yardımcı olurken, işletmelerin verimliliğini ve karlılığını artırmak için teknolojinin kullanımını optimize edebilirler.

Bu becerilerin yanı sıra, yöneticilerin liderlik, işbirliği, takım çalışması, empati ve açıklık gibi kişisel özelliklere de sahip olmaları gerekir. Böylece, organizasyonun hedeflerine ulaşması için çalışanları motive edebilirler.

**Örgütsel Davranış Biliminde Kullanılan Yöntem ve Veri Toplama Teknikleri**

Örgütsel davranış bilimi, insanların iş hayatında nasıl davrandıklarını ve organizasyonlar içindeki etkileşimlerini anlamak için kullanılan bir disiplindir. Bu alanda araştırma yapmak için birçok yöntem ve veri toplama tekniği kullanılmaktadır. Bazı yaygın yöntemler şunlardır (Klein ve Kozlowski, 2000):

1. Gözlem: Araştırmacıların örgüt içindeki davranışları doğrudan gözlemlemelerini içeren bir yöntemdir. Gözlem, araştırmacıların örgütün kültürü, çalışanlarının etkileşimi ve örgüt içi iletişim hakkında veri toplamalarına olanak tanır. Gözlem, araştırmacıların katılımcılardan doğrudan veri toplama yöntemlerine göre daha az müdahaleci olmasına izin verir ve daha objektif veriler sağlayabilir. Gözlem yöntemi, davranışların doğal ortamlarında izlenmesi ve kaydedilmesi yoluyla veri toplama yöntemidir (Lee ve Allen 2002). Gözlem yöntemi, örgütsel davranışı doğal bir şekilde inceleyerek daha gerçekçi sonuçlar verir. Ancak, bazı davranışlar örgüt ortamında açıkça görülemez, bu nedenle araştırmacıların davranışları doğru bir şekilde kaydetmek için belirli bir protokol izlemeleri gerekir.

2. Anket: Anket, araştırmacıların önceden belirlenmiş soruları örgüt üyelerine yönlendirdiği bir yöntemdir. Anketler genellikle geniş kapsamlı örneklem gruplarında uygulanır ve araştırmacılara büyük miktarda veri toplama olanağı sağlar. Anketler, katılımcılara önceden belirlenmiş sorulara yanıt vermeleri için yazılı bir form verilmesi yoluyla veri toplama yöntemidir. Anketler, büyük ölçekli veri toplama ve istatistiksel analizler yapmak için idealdir. Ancak, anketlerin doğruluğu katılımcıların dürüst cevaplar vermesine bağlıdır.

3. Röportaj: Röportaj, araştırmacıların önceden belirlenmiş soruları örgüt üyelerine yönelttiği bir yöntemdir. Röportajlar, araştırmacılara örgüt

üyelerinin derinlemesine anlayışlarını elde etme olanağı sağlar. Bu yöntem, araştırmacıların katılımcıların cevaplarını daha ayrıntılı bir şekilde sorgulamalarına izin verir. Röportajlar, araştırmacının katılımcılarla doğrudan etkileşimde bulunarak belirli soruları sorması yoluyla veri toplama yöntemidir. Röportajlar, katılımcıların daha detaylı yanıtlar vermesine olanak tanır ve bazı davranışlar hakkında daha fazla bilgi edinmek için yararlı olabilir.

4. Odak Grupları: Odak grupları, bir araştırmacının bir grup örgüt üyesiyle yüz yüze bir toplantı düzenleyip belirli konular hakkında görüşmeler yaptığı bir yöntemdir. Bu yöntem, araştırmacılara örgüt üyelerinin birbirleriyle nasıl etkileşimde bulunduklarını ve düşüncelerini daha iyi anlamalarına yardımcı olur. Odak grupları, belirli bir konu hakkında bir grup insanla etkileşimde bulunarak görüşlerini, tutumlarını ve davranışlarını anlamak için kullanılan bir veri toplama yöntemidir (Wright, 2003). Odak grupları, katılımcılar arasındaki etkileşimleri gözlemleyerek, grup dinamiklerini ve tutumları daha iyi anlamak için yararlıdır.

5. Simülasyon: Simülasyon, araştırmacıların örgüt davranışını simüle etmek için önceden belirlenmiş bir senaryo kullanmasını içeren bir yöntemdir. Simülasyon, araştırmacıların örgüt davranışını belirli bir koşul altında gözlemlemelerine olanak tanır.

6. Nöro-bilim teknikleri: Son yıllarda örgütsel davranış bilimi, nöro-bilim teknikleri gibi gelişmiş veri toplama yöntemlerini kullanarak insan davranışını daha derinlemesine incelemeye başlamıştır. Bu teknikler, beyin tarama cihazları, elektro-ensefalogramlar ve biyolojik ölçümler gibi araçları içerir (Boyd ve Vozikis, 1994). Bu yöntemler, insan davranışının altında yatan biyolojik faktörleri anlamak ve daha iyi örgütsel politikalar oluşturmak için yararlıdır.

Bu teknikler, örgütsel davranışın farklı yönlerini araştırmak için kullanılabilir ve araştırmacılara farklı veri türleri sağlar. Araştırmacılar, farklı teknikleri kullanarak verileri birleştirebilir ve daha kapsamlı bir analiz yapabilirler.

**Örgütsel Davranış Araştırmalarında Elde Edilen Bilgi İş Yaşamına Uygulanması**

Örgütsel davranış araştırmalarında elde edilen bilgiler, iş yaşamına farklı şekillerde uygulanabilir. Bu bilgiler, işletme yöneticilerinin karar verme süreçlerinde ve işletme stratejilerinin belirlenmesinde kullanılabilir.

Örneğin, çalışanların motivasyonunu artırmak için örgütsel davranış araştırmalarında ortaya konulan motivasyon faktörleri dikkate alınarak çalışanların iş tatminlerinin artırılması amaçlanabilir. Ayrıca, örgütsel

davranış araştırmaları, yönetim ve liderlik stratejilerinin belirlenmesinde de etkili olabilir (Greenberg, 2002).

Ayrıca, örgütsel davranış araştırmaları, işletmelerin müşteri memnuniyetini artırmak için de kullanılabilir. Çalışanların davranışlarının ve tutumlarının müşteri deneyimlerini nasıl etkilediği araştırılabilir ve bu bilgiler, müşteri deneyimlerinin geliştirilmesi için kullanılabilir.

Örgütsel davranış araştırmalarından elde edilen bilgi, iş yaşamına farklı yollarla uygulanabilir. Bu yöntemler şu şekilde sıralanabilir (Bagozzi, 2003):

1. İşletme stratejileri geliştirme: Örgütsel davranış araştırmaları, işletme yönetimine farklı bakış açıları sunabilir. Bu bakış açıları, işletmelerin stratejik planlarını ve hedeflerini geliştirmede kullanılabilir.

2. İnsan kaynakları yönetimi: Örgütsel davranış araştırmaları, işletmelerin insan kaynakları yönetimi politikalarını ve uygulamalarını şekillendirebilir. Örneğin, çalışanların motivasyonunu artırmak için neler yapılabileceği konusunda öneriler sunabilir.

3. Eğitim ve geliştirme: Örgütsel davranış araştırmaları, çalışanların eğitim ve geliştirme ihtiyaçlarını belirlemeye yardımcı olabilir. Bu nedenle, işletmeler, bu araştırmaları kullanarak, çalışanlarına uygun eğitim ve geliştirme programları sunabilir.

4. Performans yönetimi: Örgütsel davranış araştırmaları, işletmelerin performans yönetimi sistemlerinin geliştirilmesinde ve uygulanmasında kullanılabilir. Bu araştırmalar, performans yönetimi sürecinde kullanılabilecek ölçütlerin belirlenmesine yardımcı olabilir.

5. Liderlik geliştirme: Örgütsel davranış araştırmaları, işletmelerin liderlik geliştirme programlarını şekillendirmede kullanılabilir. Bu araştırmalar, hangi liderlik tarzlarının işletmeler için en uygun olduğunu belirlemeye yardımcı olabilir.

Sonuç olarak, örgütsel davranış araştırmaları, işletmelerin verimliliğini artırmak, çalışanlarının memnuniyetini artırmak ve müşteri deneyimini geliştirmek için kullanılabilecek önemli bilgiler sağlar. Ayrıca, örgütsel davranış araştırmalarından elde edilen bilgi, işletmelerin performansını artırmak ve başarıya ulaşmak için değerli bir kaynak olabilir.

**Örgütsel Davranış Kavramının Etkin Uygulanabilmesi**

Örgütsel davranış kavramının etkin uygulanabilmesi, işletmelerin ve organizasyonların çalışanlarının davranışlarını anlamalarına ve yönetmelerine yardımcı olmalarını sağlar. Bunun için örgütsel davranış kavramlarının ve prensiplerinin uygulanması gerekmektedir. İşletmeler, örgütsel davranışın temel konularından olan liderlik, motivasyon, iletişim, grup dinamikleri, kültür

ve çatışma yönetimi gibi konuları anlamalı ve bu konuları yönetim stratejilerine dahil etmelidirler. Bu konulara ilişkin eğitim ve eğitimler düzenleyerek, çalışanların davranışlarını değiştirebilirler (Scheier ve Carver, 1985).

Ayrıca, örgütsel davranış kavramlarına dayalı olarak çalışanların motivasyonunu ve memnuniyetini artırmak için çeşitli uygulamalar yapılabilir. Bu uygulamalar arasında performans ölçümü, ödüllendirme, çalışanların katılımını artırmak için diyalog ve geri bildirimler, açık ve tutarlı iletişim, iş ve özel yaşam dengesini sağlamak gibi uygulamalar yer alabilir. Örgütsel davranışın etkin uygulanabilmesi için işletmelerin açık bir kültürü olması gerekmektedir. Çalışanların özgürce fikirlerini ifade edebilecekleri bir ortamın yaratılması ve kurumsal değerlerin açık ve net bir şekilde belirlenmesi, çalışanların davranışlarını daha tutarlı hale getirerek, örgütün genel performansını artırabilir.

Örgütsel davranışın etkin olabilmesi için aşağıdaki adımların atılması önerilir (Greenberg, 2002):

1. İletişim kanallarının açık olması: İyi bir iletişim, örgütsel davranışın temel unsurlarından biridir. İletişim kanallarının açık olması ve çalışanların birbirleriyle ve yöneticileriyle rahatça iletişim kurabilmeleri önemlidir.

2. Liderlerin etkili olması: İyi bir lider, çalışanların motivasyonunu artırabilir ve işletmenin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olabilir. Liderlerin etkili olabilmesi için iyi bir iletişim becerisine, işletmenin ihtiyaçlarına uygun liderlik stillerini kullanabilme yeteneğine ve çalışanları yönlendirebilecekleri yetkinliklere sahip olmaları gerekmektedir.

3. Eğitim ve geliştirme programları: Çalışanların eğitimi ve geliştirilmesi, işletmenin performansı için önemlidir. Bu programlar, çalışanların becerilerini ve bilgilerini artırmalarına, motivasyonlarını yükseltmelerine ve işletmenin hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olabilir.

4. Performans yönetimi: Çalışanların performansının takibi ve değerlendirilmesi, örgütsel davranışın etkinliği açısından önemlidir. Performans yönetimi, çalışanların işlerindeki güçlü ve zayıf yönlerini belirlemelerine ve geliştirmelerine yardımcı olabilir.

5. Çalışanların motivasyonunu artırma: Çalışanların motivasyonu, örgütsel davranışın başarısı için önemlidir. Çalışanların motivasyonunu artırmak için, ödüllendirme programları, çalışanların sorumluluk alma seviyelerini artırmak ve işletmenin hedeflerine uygun olarak çalışanları motive eden bir iş kültürü oluşturmak gibi çeşitli yöntemler kullanılabilir.

6. Çalışanların katılımı: Çalışanların katılımı, işletmenin hedeflerine ulaşmasında önemlidir. Çalışanların fikirleri ve görüşleri, işletmenin

karar alma süreçlerinde dikkate alınmalı ve çalışanlar, işletmenin hedeflerine ulaşmak için aktif olarak katkıda bulunmalıdır.

Bu adımların uygulanması, örgütsel davranışın etkinliğini artırabilir ve işletmenin performansını geliştirebilir.

**Sonuç**

Örgütsel davranış, işletme yönetimi ve organizasyonlar arasındaki etkileşimleri inceleyen bir disiplindir. İnsanların iş yerindeki davranışlarını, iletişimlerini, motivasyonlarını, liderlik stillerini ve işletmenin başarısı üzerindeki etkilerini araştırır. Örgütsel davranış, işletmelerin performanslarını geliştirmeye ve çalışanların işlerinde mutlu ve başarılı olmalarını sağlamaya yardımcı olmaktadır. Örgütsel davranış, örgütlerdeki insanların davranışlarını anlamak, yönetmek ve geliştirmek için tasarlanmış bir disiplindir. Bu disiplin, psikoloji, sosyoloji, antropoloji, işletme ve diğer disiplinlerin bir araya gelmesiyle oluşur. Örgütsel davranış, işletmelerin rekabet avantajını elde etmelerine ve sürdürmelerine yardımcı olur. Bu alanda yapılan araştırmalar, yöneticilerin örgütlerindeki insanların davranışlarını daha iyi anlamalarına ve yönetmelerine yardımcı olur.

Örgütsel davranışın ana konuları arasında liderlik, motivasyon, ekip çalışması, örgüt kültürü, değişim yönetimi, müşteri ilişkileri yönetimi ve iletişim yer alır. Bu konular, yöneticilerin işletmelerinde başarılı olmaları için önemli bilgiler sağlar. Örgüt kültürü, örgütsel davranışın önemli bir konusudur çünkü örgüt kültürü, örgütlerin çalışanlarına, müşterilerine ve topluma nasıl davrandıklarını yansıtır. İyi bir örgüt kültürü, işletmelerin performansını artırabilirken kötü bir örgüt kültürü, işletmenin başarısını olumsuz yönde etkileyebilir.

Örgütsel davranış, çalışanların işletme içinde nasıl davrandıklarını, birbirleriyle nasıl etkileşimde bulunduklarını ve işlerini nasıl yaptıklarını yöneten bir disiplindir. İyi bir örgütsel davranış, çalışanların performansını artırır ve işletmenin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olur. Örgütsel davranış, çalışanların işletmedeki rollerini ve sorumluluklarını anlamalarına ve işletmenin amaçlarına uygun olarak davranmalarına yardımcı olur. Bu, çalışanların işlerinde daha mutlu olmalarını ve işletmeyle daha bağlı hissetmelerini sağlar.

İyi bir örgütsel davranış, işletmedeki çalışanların birbirleriyle nasıl etkileşimde bulunduklarını ve işbirliği yaptıklarını düzenler. İşbirliği, işletmenin hedeflerine ulaşmak için önemlidir ve örgütsel davranışın teşviki, çalışanların birbirleriyle daha iyi çalışmalarına yardımcı olur. Örgütsel davranış, liderlerin rolünü ve liderlik stillerini anlamalarına yardımcı olur. İyi bir örgütsel davranış, liderlerin çalışanlarını yönetme ve yönlendirme becerilerini geliştirmelerini sağlamaktadır.

İyi bir örgütsel davranış, işletme kültürünü olumlu yönde etkiler. İşletme kültürü, işletmenin değerlerini, inançlarını ve davranışlarını yansıtır. İyi bir örgütsel davranış, işletme kültürünü olumlu yönde etkileyerek çalışanların işletmeyle daha bağlı hissetmelerini sağlar. İşletmelerin karşılaştığı değişimlere uyum sağlamaları önemlidir. İyi bir örgütsel davranış, işletmelerin değişime uyum sağlamalarına ve bu değişimlerden olumlu sonuçlar elde etmelerine yardımcı olur.

# KAYNAKÇA

Adams, V.H., Snyder, C.R., Rand, K.L., King, E.A., Sigmon, D.R., & Pulvers, K.M. 2002. *Hope in the workplace*. In R. Giacolone & C. Jurkiewicz (Eds.), *Handbook of workplace spirituality and organizational performance* : 367-377. New York: Sharpe.

Bagozzi, R.P. 2003. *Positive and negative emotions in organizations*. In K. S. Cameron, J. E. Dutton, & R. E. Quinn (Eds.), *Positive organizational scholarship*: 176-193. San Francisco: Berrett-Koehler.

Bonanno, G.A. 2004. Loss, trauma and human resilience: Have we underestimated the human capacity to thrive after extremely aversive events? *American Psychologist*, 59: 20-28.

Boyd, N.G., & Vozikis, G.S. 1994. The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18: 63-77.

Chen, C.C., Greene, P.G., & Crick, A. 1998. Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13: 295-316.

Colquitt, J. A., LePine, J. A., Zapata, C. P., & Wild, R. E. (2011). Trust in typical and high-reliability contexts: Building and reacting to trust among firefighters. Academy of Management Journal, 54(5), 999-1015.

Conner, D. 1993. *Managing at the speed of change: How resilient managers succeed and prosper where others fail*. New York: Villard.

Coutu, D.L. 2002. How resilience works. *Harvard Business Review*, 80(5): 46-55.

Davenport, T. H. (2005). Thinking for a living: how to get better performances and results from knowledge workers. Harvard Business Press.

George, J.M. 1991. State or trait: Effects of positive mood on prosocial behaviors at work. *Journal of Applied Psychology*, 76: 299-307.

Greenberg, J. (2002). Advances in organizational justice. Stanford University Press.

Greenberg, J. (2011). Behavior in Organizations, Pearson Pub.

Greenberg, J. (1990). Organizational justice: Yesterday, today and tomorrow. Journal of Management.

Hendrick, F. (1992)the Rightsizing Remedy, Business One Irwin: Homewood. IL.

Kanter, R.M. 2004. *Confidence*. New York: Crown.

Klein, K. J., & Kozlowski, S. W. (Eds.). 2000. *Multilevel theory, research, and methods in organizations*. San Francisco: Jossey-Bass.

Lam, S., Chen, X., & Schaubroeck, J. 2002. Participative decision making and employee performance in different cultures: The moderating effects of allo-

centrism/idiocentrism and efficacy. *Academy of Management Journal*, 45: 905-914.

LaMarch, J. 1997. The resilient worker: Employees who can cope with change. Hospital Material *Management Quarterly*, 19(2): 54-58.

Lee, K., & Allen, N.J. 2002. Organizational citizenship behavior and workplace deviance: The role of affect and cognitions. *Journal of Applied Psychology*, 18: 131-142.

Nirmala, M., & Akhilesh, K. B. (2009). Organizational rightsizing. Saarbrucken: LAP LAMBERT Academic Publishing.

Peterson, C. 2000. The future of optimism. *American Psychologist*, 55: 44-55.

Robbins, S. P. (2005). Principles of organizational behavior. Translated by Parsaeian A, Arabi M. Ninth printing. Publications Cultural Research Bureau in Tehran.

Scheier, M., & Carver, C. 1985. Optimism, coping, and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, 4: 219-247.

Seligman, M.E.P., & Csikszentmihalyi, M. 2000. Positive psychology. *American Psychologist*, 55: 5-14.

Stajkovic, A.D. 2006. Development of a core confidence—higher order construct. *Journal of Applied Psychology*, 91: 1208-1224.

Tierney, P., & Farmer, S. 2002. Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45: 1137-1148.

Wright, T.A. 2003. Positive organizational behavior: An idea whose time has truly come. *Journal of Organizational Behavior*, 24: 437-442.

# BÖLÜM 7

## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK, SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA VE YENİLENEBİLİR ENERJİ

*Yunus BUDAK*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, Ağrı Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmeti Bölümü, ORCID: 00000003-3126-743X, ynsbdk04@gmail.com

## 1.GİRİŞ

Sanayileşme ile birlikte iktisadi değişimlerin yaşandığı ve günümüz dünyasına gelene kadar birçok değişimin meydana geldiği mevcut ekonomik politiğin sürdürülebilir olmadığı görülmektedir. Dünya ekonomisinin sürekli büyüme isteğinin mevcut koşullar altında devamlılığının sağlanması imkânsıza yakın bir hal almıştır. Üretim için kullanılan yakıtların yenilenebilir enerji kaynaklarından ziyade, fosil yakıtlardan karşılanmasından dolayı ortaya çıkan sera gazların çevre üzerinde meydana getirdiği olumsuzlukların birçok unsur üzerinde baskı oluşturmuştur. Özellikle ekonomik büyüme ve kalkınmanın sürekliliğinde negatif etkiler ile birlikte, gelecek kuşakların da hayatlarının tehlike altında olması bu olumsuzlukların başında gelmektedir.

Toplumların enerji kullanımı sadece sanayileşme ile birlikte ortaya çıkan bir zaruriyet değildir. Aynı zamanda iktisadi ve sosyal bir hayatın devam etmesi için de zorunlu tüketim kalemleri arasında bulunmaktadır. Toplumların gelişmişlik düzeyi erişilebilen ve aynı zamanda tüketilebilen enerji miktarına bağlı olarak değişebilmektedir. Dünya üzerinde tüketilen enerji miktarı sürekli artış göstermekle beraber, insan yaşamının devamlılığı sağlayan hava, su gibi temel kaynaklar sürekli kirlenmekte ve bu kirlilik sürekli artış göstermektedir. Bu ilişkinin nihayetinde yaşamın birçok tarafını tehdit etme seviyesine ulaşmıştır. Birey ve toplumlar mevcut yaşamsal kolaylıklarını sağlayabilen günümüz teknolojisinin temel kaynağı olan kullanılan enerjinin azaltılması için bir şey yapmamakta, aksine bu kullanımı sürekli arttırmaktadır ( Akova, 2008: 1).

Sürdürülebilir kalkınma bugünün ihtiyaçlarını karşılamakla beraber, gelecek nesillerin refahlarında herhangi bir olumsuzluğa neden olacak eylemlerden kaçınma durumudur. Bu açıdan aynı zamanda mevcut zaman diliminde uygulanan politikaların gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılaması gerekliliği sürdürülebilir kalkınma için son derece önem arz etmektedir. Sürdürülebilir kalkınma için büyümenin tetikleyici unsur olduğu bilinme beraber, esas olan kalkınma için iktisadi ve sosyal atılımların yaşanmasıdır. Bu açıdan temel iktisadi politikaların politika yapıcıları tarafından kalkınma odaklı bir düzleme oturtulması gerekmektedir. Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında diğer gerekli olanların başında çevresel faktörler gelmektedir. Sürdürülebilirlik için yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının artması ve kullanım açısından toplumun tüm tabakları arasında eşit pay edilmesi gerekmektedir.

Kalkınma için birçok değişken önemli olmakla beraber, enerji bu değişkenler arasında büyük önem arz etmektedir. Sanayileşmenin çok ileri seviyede olduğu günümüz dünyasında büyüme için enerji girdileri çok fazladır. Nüfus artışları ile birlikte büyük üretimlerin gerçekleşmesi enerji

kaynaklarının etkili ve verimli kullanılmasına bağlıdır. Özellikle yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanım kapasite arttırılarak sürdürülebilirlik açısından oldukça önemlidir. Bu açıdan enerjinin sürdürülebilir kalkınma için bir tehdit olmaktan ziyade, bir araç olması kullanılan enerjinin kaynağı ile ilgilidir.

## 2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilirlik kavramı tüm bilim dalları kapsama alanında ve göz önünde tutulan bir dinamizmdir. Bu açıdan bu kavramın genel yapısının avantajları ile birlikte dezavantajları iyi değerlendirilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirlik özellikle 1800'lı yılların başında bilim alanlarının konusu olmaya başlamıştır. Özellikle tarımsal faaliyetler ve ormanlar gibi faaliyet dallarının etkisi ile ortaya çıktığı, aynı zamanda yenilenebilir enerji kaynakların devamlılığı ile ilgili nedensellikler kapsamında meydana geldiği görülmektedir. Sürdürülebilirlik kavramının en önemli özelliği dünyanın geleceği ile ilgili somut öneriler sunması ve aynı zamanda erişilen kaynakların tüketimini minimize ederek, bu kaynakların korunması sağlamaktır. Bu kavramın etki alanına bakıldığında; ekonomik, sosyal, hukuk, çevre, işletme yönetimi gibi farklı disiplinleri bir araya getiren dinamik bir unsur olduğu unutulmamalıdır. Bu sayılan disiplinleri bir araya getirmesi ile birlikte; demokrasi, özgürlük ve hak gibi diğer sosyal dinamikleri de bir bütün şeklinde ekolojisinde muhafaza etmektedir. Sürdürülebilirlik kavramına iktisadi açıdan bakıldığında Neo-Klasik iktisat açısından; refahı en üst seviye elde etmeyi amaçlamaktadır ( Tıraş, 2012: 59).

Sürdürülebilirlik liberal politikaların artması ve küreselleşme ile birlikte daha çok kullanılan ve daha çok gündemde tutulan kavramların başında gelmektedir. Bu kavram; katılımcı bir süreç sağlayarak, iktisadi, sosyal, bilimsel, kültürel ve tabi kaynakların daha dikkatli kullanılması gerekliliğini kendisine misyon edinmiştir. Bu açıdan aynı zamanda farkındalık oluşturması, bu düşüncenin yayılışını arttırmaktadır ( Gladwin vd., 1985: 877).

Sürdürülebilirlik kavramı genel dinamikleri açısından çoğu kesim tarafından tam olarak anlaşılmayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun altında yatan birçok sebep olmakla beraber, en önemli olanların başında kullanım sahasının geniş ölçekli olmasından kaynaklanmaktadır. Konu ile yakından ilgilenen araştırmacılar sürdürülebilir kavramının temelinde "korumak" anlamının hakim olduğunu belirtmektedirler ( Muscoe, 1995). Bununla birlikte son dönemlerde bu kavram için, toplumun tüm katmanları ve çevrenin gelecekteki paydaşlarına olan sorumluluklarını aktarmasını olarak da tanımlanmaktadır. Sürdürülebilirliği toplumların devamlılığı olan ve var olan sistemlerin aralıksız bir şekilde ileriye doğru devam etmesini sağlayan bir yapı olarak tanımlamak gerekmektedir ( Gil-

man, 1992). Aynı zamanda sürdürebilirlik için bir başka tanımda; ekolojinin sınırlarının en üst seviyede olduğu ekonomik büyüme ve kalkınmanın ilişkisi kaynaklı pozitif sonuçların varlığının zamansal açıdan korunması olarak ifade edilebilir ( Ruckelshaus, 1989).

BM Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu (UNCSD)'nin oluşturduğu sürdürülebilirlik göstergeleri aşağıda tablolar halinde gösterilmiştir. Bu tablolar sosyal, çevresel, ekonomik ve kurumsal açıdan verilen göstergelerle sürdürülebilirliğin zamansal yolculuğu ile birlikte hedeflere ulaşımın nasıl neticeleneceğini ortaya koymaktadır.

*Tablo 1. UNCSD Tarafından Geliştirilen Sürdürülebilirlik İçin Sosyal Göstergeler*

| **SOSYAL GÖSTERGELER** | | |
|---|---|---|
| **Tema** | **Alt tema** | **Gösterge** |
| **EŞİTLİK** | Fakirlik | Fakirlik sınırının altında yaşayan nüfus oranı |
| | | Gini gelir eşitsizliği endeksi |
| | | İşsizlik oranı |
| | Cinsiyet eşitliği | Ortalama kadın işçi ücretinin erkek işçi ücretine oranı |
| **SAĞLIK** | Beslenme durumu | Çocukların beslenme durumu |
| | Ölüm oranı | 5 yaş altı çocuk ölüm oranı |
| | | Doğumda yaşam belirtisi |
| | Hijyen koşulları | Yeterli kirli su atık hizmeti alan nüfusun oranı |
| | İçme suyu | Temiz içme suyu bulabilen nüfusun oranı |
| | Sağlık hizmetleri | Temel sağlık hizmeti alabilen nüfusun oranı |
| | | Bulaşıcı çocuk hastalıklarına karşı aşılama |
| | | Doğum kontrol yöntemlerinin kullanılma oranı |
| **EĞİTİM** | Eğitim düzeyi | İlkokul mezunu çocuk sayısı |
| | | Lise mezunu yetişkin sayısı |
| | Okuryazarlık | Yetişkin okuryazar oranı |
| **BARINMA** | Yaşama koşulları | Kişi başına yaşam alanı |
| **GÜVENLİK** | Suç | 100.000 kişi başına kayıtlı suç oranı |
| **NÜFUS** | Nüfusun değişimi | Nüfus artış oranı |

**Kaynak:** *UN, 1996a*

*Tablo 2. UNCSD Tarafından Geliştirilen Sürdürülebilirlik İçin Çevresel Göstergeler*

| ÇEVRESEL GÖSTERGELER | | |
|---|---|---|
| **Tema** | **Alt tema** | **Gösterge** |
| **ATMOSFER** | İklim değişikliği | Sera gazı emisyonu |
| | Ozon tabakasının bozulması | Ozona zarar veren maddelerin tüketimi |
| | Hava kalitesi | Şehirlerde hava kirliliğinin yoğunlaşması |
| **TOPRAK** | Tarım | Ekilebilir alanlar |
| | | Gübre kullanımı |
| | | Tarım kimyasallarının kullanımı |
| | Ormanlar | Ormanlık arazi yüzdesi |
| | | Ağaç kesme yoğunluğu |
| | Çölleşme | Çölleşmeden etkilenen alanlar |
| | Şehirleşme | Şehir yerleşim alanlarının genişliği |
| **OKYANUS, DENİZLER ve KIYILAR** | Kıyı bölgeleri | Kıyılarda alglerin yoğunlaşma oranı |
| | | Kıyı bölgelerinde yaşayan nüfusun oranı |
| | Balıkçılık | Önemli türlerin yıllık avlanma oranı |
| **SU** | Su miktarı | Yeraltı sularının yıllık kullanım oranı |
| | Su kalitesi | Sudaki organik materyal düzeyi |
| **BİYOLOJİK ÇEŞİTLİLİK** | Ekosistem | Önemli ekosistemlerin alanı |
| | | Koruma altına alınan alanların oranı |
| | Türler | Önemli türlerin varlığı |

**Kaynak:** *UN, 1996a*

*Tablo 3. UNCSD Tarafından Geliştirilen Sürdürülebilirlik İçin Ekonomik Göstergeler*

| EKONOMİK GÖSTERGELER | | |
|---|---|---|
| **Tema** | **Alt tema** | **Gösterge** |
| **EKONOMİK YAPI** | Ekonomik performans | Kişi başına GSMH |
| | | GSMH'da yatırımların oranı |
| | Ticaret | Mal ve hizmetlerde ödemeler dengesi |
| | Mali durum | Borçların GSMH'ya oranı |
| | | GSMH'nın yüzdesi olarak alınan dış yardımlar |
| **TÜKETİM VE ÜRETİM KALIPLARI** | Malzeme tüketimi | Malzeme kullanım yoğunluğu |
| | Enerji kullanımı | Kişi başına yıllık enerji tüketimi |
| | | Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanım oranı |
| | | Enerji kullanımı yoğunluğu |
| | Atık üretimi ve yönetimi | Sanayi ve belediyelerin katı atık üretimi |
| | | Tehlikeli atık üretimi |
| | | Radyoaktif atıkların yönetimi |
| | | Atıkların geri dönüşümü ve yeniden kullanımı |

**Kaynak:** *UN, 1996a*

*Tablo 4. UNCSD Tarafından Geliştirilen Sürdürülebilirlik İçin Kurumsal Göstergeler*

| KURUMSAL GÖSTERGELER | | |
|---|---|---|
| **Tema** | **Alt tema** | **Gösterge** |
| **KURUMSAL ÇEVRE** | Stratejik sürdürülebilir kalkınma uygulamaları | Ulusal sürdürülebilir gelişme stratejisi |
| | Uluslararası işbirliği | İmzalanmış küresel anlaşmaların uygulanması |
| **KURUMSAL KAPASİTE** | Bilgiye erişim | İnternet kullanıcısı sayısı (1000 kişi başına) |
| | İletişim altyapısı | Telefon hattı sayısı (1000 kişi başına) |
| | Bilim ve teknoloji | GSMH'nın AR-GE'ye ayrılan yüzdesi |
| | Doğal afetlere hazırlıklı olma | Doğal afetlerden kaynaklanan ekonomik ve insan kayıpları |

**Kaynak:** *UN, 1996a*

## 3. SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA

İktisadi kavramların sosyo-ekonomik unsurlarının kaynağı dinamik bir yapı üzerinde inşa edilmiştir. Sürdürülebilirlik, kalkınma ve sürdürülebilir kalkınma bu dinamik yapıdan etkilenmiş genel bir tanım üzerine inşa edilemeyecek kadar zor olmakla beraber, yine de çerçevesi itibari ile ifadelendirilebilir. Amarty Sen kalkınma iktisadını şu şekilde açıklamaya çalışmıştır ( Sen, 2004); "Kalkınma, insanların yararlandığı gerçek özgürlükleri genişletme süreci olarak görülebilir. Özgürlükler, toplumsal ve iktisadi düzenlemelerin yanı sıra medeni ve siyasal haklar gibi başka belirleyicilere de bağlıdır. Kalkınma, özgürlüğü ortadan kaldıran başlıca nedenlerin zorbalığın, yoksulluğun, sistematik toplumsal yoksunlukla birlikte yetersiz iktisadi fırsatların, baskıcı devletlerin hoşgörüsüzlüğünün ya da aşırılıklarının yanı sıra kamusal hizmetlerdeki ihtimalin ortadan kaldırılmasını gerektirir."

Sürdürebilir kalkınma kavramı zamansal bir iktisadi sistemin sonucu ile birlikte kendine has dönemsel özelliklerini koruyup var olmayı bilmiştir. Özellikle Sanayi Devrimi ile birlikte hızla artan nüfusun yanında ürerim artışların etkisi ile birlikte hem sosyal hem de iktisadi anlamda sürdürülebilir kalkınma bir kavram olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır. Sonrasında bazı iktisadi krizler ile birlikte bu kavramın kurumsallık kazanmasına giden bir yol açılmıştır. Sürdürülebilir kalkınmanın daha da etkin bir söylem haline gelmesi küreselleşme ve liberal iktisadi sistemin yaygınlaşmasının arttığı 80'li yıllara dayanmaktadır. Bu kavram bu tarihten itibaren özellikle toplumun mevcut gereksinimlerini karşılaması için gelecek nesillerden herhangi maddi ve manevi bir kazanım elde etmemesi, aksine onlara kendi kendilerine yetebilecek bir sistem bırakması olarak

tanımlanmaktadır ( Soubbotina ve Sheram, 2000). BM'nin 1987 yılında yayımlamış olduğu raporlarda ( Ortak geleceğimiz ve Bruntland), sürdürülebilirlik kavramı detaylı bir şekilde ele alınarak ekonomik ve sosyal gözlemcilerin dikkatini çekmiştir. Raporda sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleşmesi için;

. Ekonomik büyüme kaliteli bir şekilde artarak kalkınmanın daha sağlıklı olması

. Nüfus politikası gözden geçirilerek nüfus artışlarının dengeli bir sisteme oturtulması

. Çevre ve ekonomik etkiler önemsenmeli, bu açıdan enerji, gıda, su gibi temel ihtiyaçlar karşılanarak gelecekteki kuşaklara zarar vermeyecek kararlar alınmıştır ( Bruntland, 1987). Alınan kararların uygulanmasından önce niyet beyanı olarak nitelendirilmesi önemli bir vizyon olmakla beraber, ekolojik sistemin sürdürülebilirliği için iktisadi faaliyetlerin sonuçları ile ilintili olduğunun altı çizilmiştir. İktisadi faaliyetlerle kaynaklar üzerindeki olumsuzluklar azaltılarak çevreye verilen zararın telafisinin sağlanacağı düşünülmektedir ( Tıraş, 2012).

Sürdürülebilir kalkınmanın kendi içinde var olan bazı yönleri mevcuttur. Bu yönler özellikle Dünya Ekonomik Kalkınma Komisyonu tarafından bu kavram için bir tanımlamaya gittiğinden beri güncelliğini korumuştur. Karmaşık hale gelen mevcut yönlerin genel çizgide üç gruba ayrıldığı söylenebilir ( Harris, 2000: 5 ve McKeown vd., 2022: 8).

. Ekonomik Sürdürülebilir Kalkınma: Bu kalkınma türünde özellikle iktisadi bir sistemin varlığından söz edilmektedir. Topluma yetecek düzeyde mal ve hizmet üretiminin sürekliliği önemsenmekte, devletin borçlanma dengesini korunmalıdır. Ayrıca endüstriyel ve tarımsal sektörlere zarar veren her türlü dengesizliğin önüne geçilerek marjinal olumsuzlukların önüne geçilmek istenmektedir.

. Çevresel Sürdürülebilir Kalkınma: Bu kalkınmada çevresel bir sürdürülebilirliğin mekanizması üzerinde durulmaktadır. Öncelikle yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı aşırıya gitmeden yapılarak gelecek nesiller düşünülmelidir. Ayrıca yenilenebilir olmayan kaynakların kullanımı yatırımlara endeksli bir şekilde yapılarak hızlı tüketimin önüne geçilmelidir. Tüm bu detaylarla birlikte çevrenin biyolojik ve atmosferik fonksiyonlarının geleceğe daha sağlam bir şekilde ulaşması hedeflenmektedir.

. Sosyal Sürdürülebilir Kalkınma: Sosyal açıdan sürdürülebilir kalkınmada toplumun içinde dinamik olarak yaşayan ve tüm kesimleri ilgilendiren bir sistemler bütünüdür. Eğitim, sağlık, eşitlik, adalet, siyasi hesap verebilirlik, demokrasiye katılım gibi faktörlerin kalıcılığını koru-

makla beraber, devamlılığını sağlamak için tüm araçların kullanımı olarak ifade edilebilir.

Sürdürülebilir kalkınma kavramı bir sürecin parçaları nihayetinde tarihsel olarak tecrübelerin aktarımı ile günümüz literatüründe son halini almıştır. Bu açıdan bu kavramın tarihi süreçte hangi süreçlerde yer aldığını bilmek önemlidir.

*Tablo 5. Sürdürülebilir Kalkınman için Önemli Tarihler*

| **ETKİNLİK** | **TARİH** |
|---|---|
| BM İnsani Gelişme Konferansı | 1972 |
| Ortak Geleceğimiz Raporu ( Brundtland) | 1987 |
| BM Çevre ve Kalkınma Konferansı ( Rio) | 1992 |
| BM İnsan Yerleşimleri Konferansı ( Habitat II) | 1996 |
| Binyıl Zirvesi | 2000 |
| Sürdürülebilir Kalkınma Dünya Zirvesi ( Johannesburg) | 2002 |
| BM Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı ( Rio + 20) | 2012 |

**Kaynak:** *Yazar tarafından düzenlenmiştir.*

Sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde sorulacak en temel sorulardan biri neyin tam olarak sürdürülmesidir? Bu açıdan bakıldığında iki temel dinamik üzerinde durulmaktadır. Birinci olarak, faydanın ne düzeyde olması durumudur. Temelde faydanın sürdürülmesi gerekliliğinin yanında gelecek kuşaklardan herhangi bir fayda transferinin gerçekleşmemesi gereklidir. Sonradan gelecek olan nesillerin elde edecekleri yaşam tatminleri düzeyi mevcut nesillerin ki kadar iyi düzeyde olmalıdır. İkinci olarak, somut bir şekilde doğal kaynakların sürdürülebilirliği devem ederek, fiziksel verimliliğe dikkat edilmelidir. Özellikle gelecek açısından bakıldığında ekosistem içinde bulunan biyofiziksel kaynaklara erişimin şimdiki zaman dilimi düzeyi kadar olmasına dikkat edilmelidir ( Daly, 2006:1 ). Sürdürülebilir kalkınmayı daha iyi özetlemek için aşağıdaki tablo bilgilendirici olacaktır. İki başlık halinde sunulan tablonun ilk bölümü sürdürülecek olan şeyin ne olduğunu, ikinci olarak da geliştirilecek olanın ne olduğunu özetlemektedir ( Parris ve Kates, 2003: 2).

*Tablo 6: Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerinin Sınıflandırılması*

| **Sürdürülecek Olan Nedir?** | **Geliştirilecek Olan Nedir?** |
|---|---|
| **Doğa:** | **İnsan:** |
| Gezegen | Çocukların Hayatta Kalması |
| Biyolojik Çeşitlilik | Yaşam Beklentisi |
| Ekosistemler | Eğitim |
| | Eşitlik |
| | Eşit Fırsatlar |

| | |
|---|---|
| **Yaşam Desteği:**<br>Ekosistem Servisleri<br>Kaynaklar<br>Çevre | **Ekonomi:**<br>Zenginlik<br>Verimli Sektörler<br>Çevre Tüketimi |
| **Topluluk:**<br>Kültürler<br>Gruplar<br>Yerler | **Toplum:**<br>Kurumlar<br>Sosyal Sermaye<br>Devletler<br>Bölge |

**Kaynak:** *Parris ve Kates, 2003: 3*

## 4. YENİLENEBİLİR ENERJİ

Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması ile birlikte devamlılığı da önem arz etmektedir. Bu açıdan bu devamlılığı sağlamak için bazı değişkenlerin pozitifliği koruması gerekmektedir. Özellikle bireylerin yaşam standartlarının düzeltilmesi, ekonomik büyüme ve nüfus artışlarının etkisi ile artan enerji gerekliliğin optimal ölçüde karşılanması hayati önem taşımaktadır. Son dönemlerde küresel ölçekte görülen enerji krizlerinin yine aynı şeklide küresel ölçekte büyümeyi sekteye uğrattığı gerçeği, sürdürülebilir kalkınmanın enerji ile bağlantısının çok güçlü olduğunu ortaya koymaktadır. Bu açıdan girdi maliyetlerinin başında olan enerji fiyatlarının artışı büyümeyi olumsuz etkilemekte, enflasyonist baskılarla üretim, istihdam gibi değişkenler olumsuz etkilenmektedir. Enerji faktörü sürdürülebilir kalkınma için ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan büyük önem taşımaktadır.

Enerjinin bir kaynak olarak sağlanması kadar enerji arz güvenliğini de sağlamak bir o kadar önemlidir. Bu durum sürdürülebilir kalkınma için olmazsa olmaz bir gerekliliktir. Küresel ölçekte de bu tespit önemli derecede dikkate değer bir strateji haline gelmiştir. Çünkü enerji sahaları ve nakil kanallarının güvenliği tüm ulusları etkileyebilecek düzeyde küresel bir dengedir. Sağlanılması gereken sistem hiçbir zaman çevre sorunlarını attırmamalıdır ve aksine sorunların minimize edilmesi arayışına girilmelidir.

Enerjinin pay edilmesi önemli bir sorundur. Bu açıdan sürdürülebilir ve eşitliğe dayanan bir enerji politikasında en temel dinamik toplumlar düzeyinde enerjinin kullanımındaki verimlilik sağlanarak, kaynakların kullanımında sürdürülebilirlik esaslı bir sisteme öncelik tanınmalıdır. Enerji kullanımında önde olan ülkelerin kaynak kullanım şekilleri gözden geçirilerek, tercih edilen kaynak kullanımları fosilden daha sürdürülebilir kaynaklara doğru aktarılmalıdır. Bu temel prensip ile birlikte küresel ölçekte kullanılan kaynakların sürdürülebilir kalkınma için dengeli bir

enerji politikası oluşturmadığı, kaynak kullanımlarının çeşitlilik göstererek daha verimli olan yenilenebilir enerjiye dönüştürülmesi gerekmektedir. Bu sistemin sağlanabilmesi için politika yapıcıların sosyal, ekonomik ve çevresel sorunların önüne geçmek için gerekli iktisadi politikaları yerine getirmeliler ( Johansson vd., 1992: 210-211).

Yenilenebilir enerjinin birçok kaynağı mevcuttur. Bunlardan en önemlisi güneş olmakla beraber; rüzgar, jeotremal, bio kütle diğer enerji kaynaklarıdır. Güneş enerjisi, evrende son derece önemli bir kaynaktır. Dolayısıyla yeryüzünde yaşamın devamı ve kaynağı olarak vazgeçilmez bir yenilenebilir enerji türü olmakla beraber, yenilenebilir enerji türleri arasında potansiyel olarak en önemli tür olarak varlığını devam ettirmektedir. Bu açıdan ele alındığında genel anlamda enerji kaynakları arasında güneşin birincil enerji kaynağı olarak ilk sırada olduğu görülmektedir ( Acaroğlu, 2003). Sürdürülebilirlik açısından güneş enerjisi diğer yenilenebilir enerji türlerine göre en çok kullanılabilecek enerji türüdür. Çevresel boyutları ele alındığında güneşten elektrik üretimi hem ekonomik açıdan hem de çevreye en az zarar veren yöntemlerin başında gelmektedir. Güneş enerjisinden elektrik üretimi doğrudan ve dolaylı dönüşüm şeklinde yapılmaktadır ( Uğurlu, 2009: 187).

Yenilenebilir enerji kaynaklarından bir diğeri olan rüzgar, ana kaynağı güneş olan bir başka yenilenebilir enerji türlerindendir. Farklı ve yakın konumların aralarında meydana gelen basınç farklarından kaynaklı oluşan hava akımlarına rüzgar denilmektedir ( Gökkuş, 2014). Bu basınç farklarının arasında yüksek basınçtan alçak basınca doğru oluşan hava hareketleriyle meydana gelmektedir. Rüzgar önemli bir yenilenebilir enerji türüdür. Bu enerji türü ile birlikte belirli koşullar ve uygunluklarla elektrik üretimi yapılmaktadır. Bir diğer enerji türü olan jeotermal enerji, yerin farklı derinliklerinde biriken ısının ve aynı zamanda basınç ile birlikte oluşan gaz, buhar ve sıcak su şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu enerji türü çevreye vereceği zararlar göz önüne alındığında çok temiz bir enerji olarak karşımıza çıkmaktadır ( Kumbur vd., 2005).

Yenilenebilir enerji kaynakları hem sürdürülebilirliği hem de çevreye vereceği zarar açısından kullanılması gereken olmazsa olmaz enerji kaynağıdır. Bununla birlikte iktisadi açıdan verimliliği ele alındığında devamlılığı esas alan bir enerji politikası yaklaşımıdır. Özellikle enerji kaynakları açısından zengin olmayan ülkelerin bu durumu telafi etmek için ciddi manada yenilenebilir enerjiye yatırım yapmaları gerekmektedir. Bu yatırımlar ülkelerin hem ekonomik hem de enerji bağımsızlıkları için önem arz etmektedir. Yenilenebilir enerji yatırımlarının kendi kendini amorti edecek sürelerine bakıldığında yatırımların daha da mantıklı hale geldiği anlaşılmaktadır.

## 5. SÜRÜDÜRÜLEBİLİR KALKINMA VE YENİLENEBİLİR ENERJİ İLİŞKİSİ

Bir ekonomi için büyüme çok önemli bir parametredir. Diğer iktisadi koşulların bozulmaması kuralı ile birlikte büyümenin sürekliliği önem arz etmektedir. Büyüme ile birlikte kalkınmanın gerçekleşmesi hem iktisadi hem de sosyal açıdan istenilen bir durumdur. Kalkınmanın gerçekleşmesi için birçok faktör olmakla beraber, enerji bunların arasında önemli bir konumdadır. Üretim yapılırken enerji çok önemli bir girdi olmakla beraber, enerjinin olmadığı veya yetersiz olduğu sahalarda üretim yapmak imkânsız hale gelecektir. Enerjinin sürdürülebilirliği ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlerle yakından ilgilidir. Uluslararası sürdürülebilir kalkınma platformlarında tartışılan temel konulardan biri de enerjidir. Sanayileşme ile birlikte günümüz dünyasına gelene kadar nüfusun önemli derecede attığı görülmüştür. Bu artış ile birlikte büyük teknolojik aletlerle yapılan büyük üretimlerin yapılmasında önemli derecede enerji kaynağının kullanıldığı görülmektedir. Bu açıdan enerjinin günümüz dünyasındaki gibi yeryüzünde istikrarı bozan bir denklem yerine, kalkınma öncelikli sürdürülebilen bir güce dönüşmesi arzu edilen bir durumdur. Kalkınmanın oluşturulabilmesi için enerji olmazsa olmazların başında gelmektedir. Nüfusun bu şekilde artmış olması ile birlikte emek-yoğun üretimden teknolojik-yoğun üretime geçildiği görülmektedir. Bu yol değişiminde enerji tüketiminin aşırı artışı enerjiyi önemli bir noktada konumlandırmaktadır. Ülkeleri enerji konusunda üç kategoriye ayrılmaktadır. Enerji kaynaklarını tüketen ülkeler, enerji kaynaklarına sahip ülkeler ve enerji kaynaklarını işleyip enerjiyi kullanabilir hale getirenler ( Çepik, 2015).

Dünyanın etrafında dönemsinden ve aynı zamanda yer çekimi kaynaklı yenilenebilir enerji kaynakların bir kısmına neden olmuştur. Fosil yakıtlar ile kıyaslandığında yenilenebilir enerji kaynakları sınırsız olması ve aynı zamanda çevreye diğer enerji kaynaklarından daha az zarar vermesinden dolayı daha avantajlı olmaktadır. Bu açıdan yenilenebilir enerji kaynaklarından güneş ve rüzgar enerjisinin sürdürülebilir kalkınmada önemli değişkenler olduğu görülmektedir ( Seydioğulları, 2013: 19-25). Çünkü yenilenebilir enerji kaynakları kullanıldığında bitmeyen enerji kaynaklarıdır. Aksi yönde tercih yapılıp fosil yakıtlara dönülürse hem tükenmesinden kaynaklı iktisadi bir tercih olmayacak hem de çevreye aşırı zarar verdiğinden ekonomik getirisinden ziyade daha zararlı bir mekanizmaya dönüşecektir. Bu da sürdürülebilir kalkınma için istenilen bir durum değildir.

Fosil yakıtların günümüz dünyasında kullanımına bakıldığında çevreye verdikleri zararlar açısından ciddi zararlara neden olmaktadır. Bu zararlar; ekolojik dengenin bozulması, tarımın yok edilmesi, bazı hayvan türlerinin neslinin yok olması. Bu zararların ortadan kaldırılması için fo-

sil yakıtlardan yenilenebilir enerji yakıtlarına geçişin gerçekleşmesi gerekmektedir. Bununla birlikte sürdürülebilir kalkınma ile birlikte küresel ısınmanın önüne geçecek tek güç yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının artmasıdır ( Seydioğulları, 2013, 19-25).

Küresel enerji arzına bakıldığında gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin yenilenebilir enerji kaynaklarına yöneldiği görülmektedir. Yenilenebilir enerji kaynaklarına geçişin sadece enerji arzının sürekliliği ile ilgili bir durum olmadığı; aynı zamanda iklim değişikliği, yoksulluğun en aza indirgenmesi, sürdürülebilir kalkınmanın yönetilebilirliği araştırmacılar tarafından ortaya konulmuştur ( United Nations, 2014: 3).

Sürdürülebilir kalkınma için yenilenebilir enerji faktörü diğer tüm faktörlerden daha çok önem arz etmektedir. Ancak yenilenebilir enerji kaynaklarının gelişmesinin önünde birçok engel bulunmaktadır. Bu açıdan bu enerji türünün devamlılığını sağlamak bazı faktörlere bağlıdır. Bunlar; "Dağıtım ve satış, teknik ürün geliştirme, projelendirme ve planlama, enerji tasarruf tedbirleri, tüketici danışma ve planlama" ( Abdeen, 2012: 124-126).

## 6. SONUÇ

Sürdürülebilirlik iktisadi, sosyal, siyasal, kültürel hemen hemen tüm alanlarda gerekli olan ve düzenin sağlanması için önemli bir denge mekanizmasıdır. Özellikle iktisadi açıdan sürdürülebilirlik hem günümüz dünyasının hem de gelecekteki nesillerin varlığını devam ettirebilmesi için çok önemlidir. İktisadi büyümelerin meydana gelebilmesi için çeşitli bağımsız değişkenlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu değişkenlerin arasında en önemlilerden bir tanesi üretim için gerekli olan enerjinin kullanımıdır. Bu enerjinin kullanımında fosil kaynaklar mı, yenilenebilir enerji kaynakları mı kullanılması büyüme ve kalkınmanın nasıl bir yol izleyeceği açısından önemlidir.

Küreselleşme ile birlikte liberal iktisadi sistemin dünya üzerindeki tüm ekonomilerde baskın bir hale gelmesi bazı sorunları tartışılmasının önünü açmıştır. Özellikle sanayileşmenin çok üst düzeylere evirildiği bu dönemde ağır teknolojik makinaların kullanımından ve seri üretime geçişten kaynaklı çok ciddi bir enerji tüketimi söz konusu olmuştur. Kullanılan bu enerjinin genellikle fosil kaynaklardan elde edildiği durumu sürdürülebilirliğin tartışılır hale geldiğini ortaya koymuştur. Bu nedenle yenilenebilir enerji kaynaklarına daha fazla ilgi gösterilerek, enerjinin kaynağının bu sahada oluşturulması zaruriyetini doğurmuştur. Bu şekilde büyümenin kontrollü bir şekilde yapılarak çevresel kaygıların önüne geçilmesi daha da kolaylaşacaktır. Çevrenin fosil yakıtlarla kirletilmesinin önüne geçilerek hem şimdiki nesillerin hem de gelecekteki nesillerin daha yaşanılır bir sistem içinde olmaları sağlanmış olacaktır.

Sürdürülebilirlik kalkınma, iktisadi koşulların elverişli bir ortam sunması ile birlikte sosyal, siyasal ve çevresel faktörlerin de pozitif yansımaları ile birlikte sağlanabilmektedir. Öncelikle ekonomik büyümenin belirli bir çıtaya kadar gelmiş olması ile birlikte, kalkınmanın da bu durumu takip edecek şekilde ilerlemesi gerekmektedir. Kalkınmanın daha sağlıklı olabilmesi için yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı arttırılmalı ve fosil yakıtlardan sağlanan enerji azaltılmalıdır. Bu şekilde hem sürdürülebilir kalkınmanı devamlılığı sağlanacak hem de fosil yakıtlardan enerji elde etme azalacağı için çevresel bozulmaların önüne geçilecektir. Gelecek nesillerin refahlarından bir azalma olmayacağı gibi yenilenebilir enerji kullanımı ile birlikte kalkınmanın süreklilik sağlayacağı daha yaşanabilir bir dünyayı geleceğe bırakılmış olacaktır.

# KAYNAKÇA

Abdeen, M. O. (2012). Renewable Energy and Sustainable Development, P. Vasant, N. Barsoum Nader ve J. Webb (Ed.), Innovation in Power, Control, and Optimization: Emerging Energy Tecnologies, içinde (95-136), IGI Global, United States of America: IGI Global.

Acaroğlu, M. (2003). Alternatif Enerji Kaynakları. İstanbul: Nobel Yayınevi.

Akova, İsmet (2008).Yenilenebilir Enerji Kaynakları, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Brundtland, G. H. (1987). Our common future: Report of the world commission on environment and development. Oxford University Press.

Çepik, Barış (2015) "Sürdürülebilir Kalkınma Çerçevesinde Türkiye'de Yenilenebilir Enerji Politikaları.", Doktora Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İstanbul.

Daly, H. (2006). Sustainable Development: Definitions, Principles, Policies. The Future Of Sustainability, Springer, Dordrecht.

Gilman, R. (1992). Sustainability By Robert Gilmanfrom the 1992 UIA/AIA Call for sustainable community solutions.

Gladwin, T.N., Kennelly, J.J. ve Krause, T-S., (1995), Shgifting Paradigms For Sustainable Development: Implications For Management Theory And Research, Academy of management Review, Vol:20, No:4.

Gökkuş, G. (2014). Rüzgar Enerjisi Üretim Sistemlerinde İzleme ve Hata Kontrol Sistemleri. Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Harris, J. (2000). Basic Principles of Sustainable Development, Dimensions of Sustainable Developmnet.

Harris, J. M. (2011). Sürdürülebilir kalkınmanın temel prensipleri. (Çev. E. Özmete). Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar Dergisi.

Johansson, T. B., Kelly, H., Reddy, A. K. N. ve Williams, R. H. (1992). Renewable Fuels and Elecricity for a Growing World Economy: Defining and Achieving the Potantial‖, Energy Studies Review, 4(3).

Kumbur, H., Özer, Z., Özsoy, D. H. ve Avcı, E. D. (2005). Türkiye'de Geleneksel ve Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Potansiyeli ve Çevresel Etkilerinin Karşılaştırılması. III. Yenilenebilir Enerji Kaynakları Sempozyumu ve Sergisi. Mersin.

McKeown, R., Hopkins, C., Rizzi, R. ve Chrystalbride, M. (2002). Education for Sustainable Development Toolkit. Knoxville: Energy, Environment and Resources Center, University of Tennessee.

Muscoe, M. (1995). A sustainable community profile. Places, 9 (3).

Parris, T. ve Kates, R. (2003). Characterizing And Measuring Sustainable Development, Annual Review Of Environment And Resources, 28(1).

Ruckelshaus, W. D. (1989). Toward a sustainable world. Scientific American, 261(3).

Sen, A (2004). Özgürlükle Kalkınma. İstanbul: Ayrıntı Yayınevi.

Seydioğlu, Hatice Selcen, ( 2013). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yenilenebilir Enerji, Planlama Dergisi, 23(1).

Soubbotina, T. P. ve Sheram, K. A. (2000). Beyond economic growth: Meeting the challenges of global development. Wasington, USA: World Bank.

Tıraş, H. H. (2012). Sürdürülebilir kalkınma ve çevre: Teorik bir inceleme. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi.

Uğurlu, Örgen (2009). Çevresel güvenlik ve Türkiye'de enerji politikaları. Örgün Yayınevi.

United Nations (2014). Sustainable Development: Promotion Of New And Renewable Sources Of Energy, General Assembly Sixty-Ninth Session, A/69/323.

United Nations. (1996a). Indicators of sustainable development: Guidelines and methodologies. New York: UN.

# BÖLÜM 8

## TÜRKİYE'NİN ORTA GELİR TUZAĞINDAN ÇIKIŞINDA KAMU TEŞVİK MEKANİZMASININ DAHA ETKİN HALE GETİRİLMESİ İÇİN YAPILMASI GEREKEN HUSUSLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ[1]

*Ali SAKLAN*[2]

1 Prof. Dr. Ahmet Diken ve Prof. Dr. Uğur Adıgüzel danışmanlığında Ali Saklan'ın "Orta Gelir Tuzağı'ndan Çıkışta Kamu Teşvik Politikalarının Rolü, Ülke Uygulamaları ve Türkiye Açısından Bir Model Önerisi" başlıklı Doktora Tezinden türetilmiştir.

2 Dr. İç Denetçi, Necmettin Erbakan Üniversitesi İç Denetim Birim Başkanlığı, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Hukuku Anabilim Dalı, Mali Hukuk Bilim Dalı Doktora Öğrencisi, asaklan@erbakan.edu.tr, Orcid: https://orcid.org/0000-0002-2498-808X.

## Giriş

Dünya üzerinde ülkelerin refah düzeylerinin ölçülmesinde kullanılan en önemli ölçütlerden biri hiç şüphesiz kişi başına düşen milli gelirdir. Bu ölçüte göre Dünya Bankası tarafından dünya ekonomileri sıralanmakta, yapılan bu tasnifle ülke ekonomileri sırasıyla yüksek, orta ve düşük gelirli ülke ekonomileri olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca Dünya Bankası tarafından yapılan sınıflandırmada, orta gelirli ülke ekonomileri de iki alt gruba ayrılmakta, Dünya Bankası tarafından belirlenen kişi başına düşen milli geliri 1.086 $-4.255 $ arasında olan ülkeler düşük orta gelirli ülke, 4.256 $- 13.205 $ arasında olan ülkeler ise yüksek orta gelirli ülke ekonomisi olarak sıralanmaktadır[1]. Ülke ekonomilerinin orta gelir tuzağına düşüp düşmediklerinin tespitinde bu sıralama bir ölçüt olarak dikkate alınmaktadır. Bu noktada orta gelir tuzağı; orta gelir grubunda yer alan ülke ekonomilerinin yüksek gelir grubuna geçemeyip, burada takılması olarak tanımlanabilir. Konu bu açıdan değerlendirildiğinde; orta gelir tuzağı, sıralamada uzun yıllar boyunca orta gelir grubunda bulunup yüksek gelir grubuna geçemeyen ülkelerin içinde bulunduğu durum olarak ifade edilmektedir. Konu Türkiye ekonomisi açısından değerlendirildiğinde; Türkiye yaklaşık 50 yıl boyunca düşük orta gelirli ülke ekonomileri arasında yer aldıktan sonra, 2005 yılı itibariyle yüksek orta gelirli ülke ekonomileri arasında kendisine yer edinmiştir (Yeldan vd., 2012).

Dünya ekonomileri arasında orta gelir tuzağı kavramı geniş yankı bulmaktadır. Bu konuda yapılmış çalışmalarda literatürde yerini almıştır. Dünya ekonomilerine orta gelir tuzağı açısından bakıldığında; orta gelir tuzağına yakalanmış ülkeler olduğu gibi, orta gelir tuzağı sürecine girmiş, gerekli etkinliği ve verimliliği gösterip bu tuzaktan çıkış göstermiş ülke ekonomileri de bulunmaktadır. Orta gelir tuzağı sürecini bu şekilde yaşayıp bu süreci aşan ülke ekonomileri örneklerinin bulunması, hiç şüphesiz Türkiye ekonomisi için de (ki böyle bir tuzak içinde adının geçtiği dikkate alındığında) büyük önem arz etmektedir.

Günümüzde Türkiye ekonomisine bakıldığında, 65 yıla yakın orta gelirli grup ekonomileri arasında yer alan bir ekonomi tablosu karşımıza çıkmaktadır. Son dönemde ekonomide gösterdiği ivme haricinde, 1965'ten (düşük orta gelirli ülkeler arasına katıldığı yıl) 2000'li yılların başındaki krize kadar ki periyotta Türkiye ekonomisinin yıllar itibariyle durağan konumunu koruduğunu, belli bir sıçrama kaydedemediği görülmektedir. Orta gelir tuzağı kavramı Türkiye açısından değerlendirildiğinde, Türkiye'nin orta gelir tuzağına düştüğü veya orta gelir tuzağı sürecine girdiği veya yakınlaştığı ifade edilmektedir. Yapılan bu çalışmada bu hususlar incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmamızın bir başka yönü Türkiye'nin kamu teşvik politikalarıdır. Bilindiği üzere teşvik, ülkenin kalkınmasına ve gelişmesine ön ayak ola-

1 Çalışmanın türetildiği doktora tezinde 2017 yılına ilişkin veriler yer almaktadır.

cak bir kavramdır. Bir ülkede gerek ürünsel bazda gerekse sektörel bazda gelişim o ülkenin kalkınması için son derece önemlidir. Bu anlamda ülkede uygulanan kamu teşvikleri bu gelişimin sağlanması ve hızlanması için en önemli faktörlerden biridir. Bu açıdan çalışmada, Türkiye'nin orta gelir tuzağından çıkışta kamu teşvik politikalarının rolünün değerlendirilmeye çalışılarak etkin bir teşvik mekanizması için yapılması gerekenler hususunda bir sistematik oluşturulmaya çalışılmıştır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde orta gelir tuzağı kavramı ve Türkiye ekonomisi değerlendirildikten sonra ikinci bölümde kamu teşvik politikaları incelenmiş, üçüncü ve son bölümde Türkiye'nin orta gelir tuzağından çıkışında kamu teşvik mekanizmasının etkin hale getirilmesi için gerekenler ifade edilmeye çalışılmıştır.

## 1.Orta Gelir Tuzağı Kavramı ve Türkiye Ekonomisi

Dünya Bankası ülke ekonomilerini, kişi başına düşen milli gelirlerine göre kategorize etmektedir. Bu sayede ülkeler bazında gelir grupları ortaya çıkmaktadır. Bu bölümlendirmeye göre; Dünya Bankası ülkeleri düşük, orta ve yüksek gelirli ülkeler olarak sıralamaktadır. Dünya Bankası tarafından yapılan bu sınıflandırmada, orta gelirli ülkeler kendi içinde düşük orta ve yüksek orta gelirli ülkeler olarak tanzim edilmektedir. Bu sınıflandırma oluşturulurken kişi başına düşen milli gelir baz alınmaktadır. Kişi başına düşen milli gelir, Atlas metodu denilen yerli para cinsinden Gayri Safi Milli Hasılanın (GSMH) ABD dolarına çevrilerek yıl ortası nüfusuna bölünmesiyle bulunmaktadır. Dünya Bankası atlas yöntemini analitik amaçlar için ülkeleri kategorize etmek ve borçlanma imkânını belirlemek için kullanılır (Türk Stat, 2017). Atlas yöntemiyle Dünya Bankası tarafından yapılan hesaplamalara göre; ülkeler kişi başına düşen milli gelirleri yönünden Tablo 1.1.'de belirtilen ölçütler dikkate alınarak sıralanmaktadır (Dünya Bankası, 2023 (1)).

*Tablo 1.1.Kişi Başına Düşen GSMH yönünden Ekonomilerin Sınıflandırılması*

| **Ekonomiler** | **Kişi Başı Düşen GSMH (2017)[2]** | **Kişi Başı Düşen GSMH (2021)** |
|---|---|---|
| Düşük Gelirli Ekonomiler | 1.005 $ ve daha düşük | 1.085 $ ve daha düşük |
| Orta Gelirli Ekonomiler | 1.006 $ ve 12.235 $ Arası | 1.086 ile 13.205 $ Arası |
| *Düşük Orta Gelirli Ekonomiler* | 1.006 $ ve 3.955 $ Arası | 1.086 $ ile 4.255 $ Arası |
| *Yüksek Orta Gelirli Ekonomiler* | 3.956 $ ve 12.235 $ Arası | 4.256 $ ile 13.205 $ Arası |
| Yüksek Gelirli Ekonomiler | 12.236 $ ve Üstü | 13.205 $ ve Üstü |

*Kaynak: Dünya Bankası, 2023 (1), (https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups) (Erişim Tarihi:01.03.2023)*

2 Çalışmanın türetildiği doktora tezinde 2017 yılına ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 1.1.'deki sıralamalar baz alındığında, orta gelirli ülke ekonomilerinin yaşadığı sıkıntılı durumu anlatmak adına oluşturulan orta gelir tuzağı kavramı ortaya çıkmaktadır. Buna göre orta gelir tuzağı; kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hasıla bakımından orta gelir düzeyine ulaşmış ülkelerin ve/veya bölgelerin belirli bir gelir bandında sıkışıp kalması, yani üst gelir düzeyine geçememe durumu olarak ifade edilebilir (Taşçı ve Özcan, 2014:51).

Orta Gelir Tuzağı tuzak, gelir tuzağı gibi kavramları içinde barındırmaktadır. Genel olarak tuzak; kişi başına düşen geliri artırmaya yardımcı olan ve sürdürülebilir olmayan bir faktörün etkisinin yayılmasından sonra, diğer kısıtlayıcı faktörlerin kişi başına düşen gelir düzeyini tekrar olması gereken seviyesine getirme durumu olarak ifade edilebilir (Kayalıdere v.d.,2016:2). Gelir tuzağı kavramı ise, ülkelerin belirli yapısal sorunlar nedeniyle bulunduğu gelir grubunda sıkışması ve bir üst gelir grubuna geçememesi olarak tarif edilebilir (Erer, 2018:17).

Tuzak, gelir tuzağı kavramlarının birleşimi olan orta gelir tuzağı kavramı, 2007 yılında ilk olarak Indermit Gill ve Homi Kharas tarafından hazırlanan *"Bir Asya Rönesansı: Ekonomik Büyüme İçin Fikirler (An East Asian Renaissance Ideas for Economic Growth)"* adlı raporda dile getirilmiştir. Gill ve Kharas tarafından ortaya atılmıştır. Raporda orta gelir tuzağı açıklanırken ülke ve bölge örneklerine değinilmiştir. Orta gelir tuzağı kavramı daha sonra başka çalışmalarda geniş bir şekilde incelenmiştir (Öz ve Göde, 2015:3).

Orta gelir tuzağına ilişkin literatür incelendiğinde; orta gelir tuzağı, orta gelir tuzağının tespiti, orta gelir tuzağına neden olan unsurlar ve incelenen ülkelerin orta gelir tuzağına düşüp düşmediği vb. gibi hususlar yönüyle çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalardan öne çıkanların bazılarına ilişkin bilgiler ilerleyen paragraflarda belirtilmiştir.

Ohno (2009) hazırladığı *"Orta Gelir Tuzağı: Doğu Asya ve Afrika'nın Sanayileşme Stratejilerine Etkileri (The Middle Income Trap: Implications for Industrialization Strategies in East Asia and Africa)"* adlı çalışmada; Doğu Asya ve Afrika ülkelerini özel de Vietnam ekonomisini çeşitli istatistikî bilgiler kullanarak araştırmış, orta gelir tuzağı için cam tavan benzetmesinde bulunmuştur. Ülke ekonomilerinin gelişim evrelerini dört aşamada incelemiş, orta gelir tuzağını, ikinci aşama olarak tanımladığı yabancı sermaye gözetiminde üretimin genişlemesi aşamasından, teknoloji ve yönetim hakimiyeti ile yüksek kalitede mal üretimi aşaması olan 3. Aşamaya geçilememesi, ikinci aşamada takılıp kalınması olarak ifade etmiştir (Ohno, 2009:37).

Yine Lin ve Triechel (2012) tarafından hazırlanan *"Orta Gelir Tuzağından Kaçmak İçin Çin'in Yükselişinden Öğrenmek: Latin Amerika İçin Yeni Bir Yapısal Ekonomi Yaklaşımı (Learning from China's Rise to Es-*

*cape the Middle Income Trap A New Structural Economics Approach to Latin America)"* başlıklı çalışmada; Latin Amerika ülkelerinin orta gelir tuzağına düşmesinin, düşük katma değerli sektörlerden yüksek katma değerli sektörlere geçiş sürecini devam ettirememelerinin bir sonucu olduğu ifade edilmiştir (Lin ve Triechel, 2012:7).

Konuyla ilgili olarak Dünya Bankası (2012) tarafından hazırlanan *"Çin:2030: Modern, Uyumlu ve Yaratıcı Bir Toplumun İnşası (China 2030 Building A Modern Harmonious and Creative Society)"* adlı raporda; orta gelir tuzağı süreci şu şekilde izah edilmiştir. Düşük gelirli ülkeler yabancı teknolojileri ve kendi ucuz iş gücünü kullanmak yoluyla, düşük maliyetli ve emek yoğun ürünler üreterek uluslar arası piyasalarda rekabet edebilir. Bu süreçte emek ve sermayenin düşük verimli tarım sektöründen yüksek verimli sanayi sektörüne geçmesiyle büyük verimlilik artışları yaşanacaktır. Bu ülkeler orta gelir düzeyine ulaştıkça, tarım sektöründeki kullanılabilir iş gücü azalacak, ücretler artmaya başlayacak ve rekabet güçleri aşınmaya başlayacaktır. Zaman içinde, kaynakların yeniden tahsisi ve teknoloji transferi sayesinde elde edilen verimlilik artışları azalmaya başlayacak, ücret artışlarıyla birlikte uluslar arası piyasalarda daha az rekabetçi olunacaktır. Eğer ülkeler yabancı teknolojiye dayanmayı bırakıp, verimliliklerini inovasyon yoluyla artırma yoluna gitmezlerse, kendilerini tuzağa düşmüş olarak bulacaklardır (Dünya Bankası, 2012:12).

Felipe vd., (2012) tarafından hazırlanan *"Orta Gelir Tuzağının Takibi: Nedir? Kim tuzağın içinde? Neden Tuzağın içinde? (Tracking the Middle-Income Trap: What Is It, Who Is in It, and Why?)"* adlı çalışmalarında; 1950-2010 dönemleri arasında 124 ülkeyi gelir geçişleri, süreleri ve büyüme hızları yönünden araştırmaya tabi tutmuşlardır. Ayrıca ülkeleri gayri safi yurtiçi hasılalarını baz alarak düşük gelirli, düşük orta gelirli, yüksek orta gelirli ve yüksek gelirli gruplar olarak sınıflandırmışlardır. Bu sınıflandırmaya göre geliri 2000$'ın altında olan ekonomilerin düşük gelirli, 2.000-7.250$ arasındakiler düşük orta gelirli, 7.250-11.750$ arasındakiler yüksek orta gelirli ve 11.750$'den yüksek olanlar ise yüksek gelirli ekonomiler olarak nitelendirilmişlerdir (Felipe vd., 2012:1).

Carnovale (2012) tarafından hazırlanan *"Gelişmekte olan Ülkeler ve Orta Gelir Tuzağı: Düşme Önceden Belli mi? (Developing Countries and the Middle-Income Trap: Predetermined to Fall)?"* adlı çalışmada; inceleme kapsamına aldığı ülkelerin belli zaman aralıklarında orta gelir düzeyinden yüksek gelir düzeyine çıkıp çıkmadığını, geçiş periyodunun başında olanlar ve orta gelir tuzağına takılmış olanlar yönüyle araştırmıştır (Carnovale, 2012)

Woo (2012) tarafından hazırlanan *"Çin Orta Gelir Tuzağı ile Buluştu: Yakalamaya Giden Yoldaki Büyük Çukurlar (China Meets the Middle-İn-*

*come Trap: The Large Potholes in the Road to Catching-Up)"* adlı çalışmada; ilgili ülkenin kişi başına düşen gelirinin Amerika Birleşik Devletlerinin kişi başına düşen gelirine bölünmesiyle bulunan ve Catch-Up Index (CUI) olarak adlandırılan bir endeksle büyümede yavaşlama üzerine bir araştırma yapmıştır. Çalışmada, CUI değeri %55-%20 aralığında bulunan ülkeler orta gelir tuzağında olduğu kabul edilmiştir (Woo, 2012:314-315).

Tho (2013) tarafından hazırlanan *"Orta Gelir Tuzağı: Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği Üyeleri için Konular (The Middle Income Trap: Issues for Members of the Association of Southeast Asian Nations)"* adlı çalışmada; Endonezya, Malezya, Filipinler ve Tayland ülkelerinin orta gelir tuzağından nasıl kurtulacağı üzerinde çıkarımlarda bulunulmuştur. Araştırmaya konu olan ülkelerin orta gelir tuzağından kurtulup yüksek gelir grubuna geçebilmesi için Ar-Ge harcamalarında artış, yüksek kaliteli insan kaynaklarına vurgu yaparak, dinamik bir özel sektörü beslemek için kurumsal sistemi geliştirmek gerektiği vurgulanmıştır (Tho, 2013:3).

Egawa (2013) tarafından kaleme alınan *"Gelir Eşitsizliği Asya'da Orta Gelir Tuzağına Neden Olacak mı? (Will Income Inequality Cause A Mıddle-Income Trap in Asia?)"* adlı çalışmada; gelir dağılımında yaşanan eşitsizliğin orta gelir tuzağına sebep verip vermediği araştırılmıştır (Egawa, 2013).

Robertson ve Ye (2013) tarafından hazırlanan "Orta Gelir Tuzağının Varoluşu Üzerine (On the Existence of a Middle Income Trap)" adlı çalışmada; orta gelir grubunda yer alan ülkeler, bir referans ülke (Amerika Birleşik Devletleri) temel alınarak belirlenmektedir. Çalışmaya göre, ülkenin kişi başına gayri safi milli hasılası Amerika Birleşik Devletlerinin kişi başına düşen gayri safi milli hasılası ile oranlanarak, ülke ekonomilerinin durumu tespit edilmektedir. Buna göre, bir ülkenin kişi başına düşen GSMH'ı ABD'nin kişi başına düşen GSMH'ının %8 ile %36 arasında ise o ülke orta gelirli ülkeler kategorisi içinde yer almaktadır. Sonuç itibariyle incelenen 189 ülkenin 46'sının orta gelir grubunda yer aldığı, 19'unun ise orta gelir tuzağında olduğu tespit edilmiştir (Robertson ve Ye, 2013).

Literatürde ön plana çıkan bazı çalışmalarda da görüleceği üzere, çalışmalarda orta gelir tuzağının tespiti, açıklanması, ölçümü ve hangi nedenlere dayalı olduğu incelenmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak yapılan çalışmalarda göstermektedir ki; bazı ülkeler, orta gelir düzeyine ulaştıktan sonra ekonomileri durgunlaşmakta ve yüksek gelir düzeyine geçiş yapamamaktadır (Koçak ve Bulut,2014:2).Orta gelirli ülkelerin yaşadığı bu durum Orta Gelir Tuzağı'na yakalandıklarının işaretidir.

Orta gelir tuzağı, esasında gelişmekte olan ülkeler için geçerli olan bir kavramdır. Ülkeler büyümenin ilk aşamalarında geleneksel üretim olan tarım üretiminden hafif tüketim malları üretimine geçerler ve bu dönemde

büyüme göreceli olarak ivme kazanır. Hafif tüketim mallarının üretimine geçişinden sonra geleneksel üretim olan tarım sektöründeki istihdam fazlalığı yeni sanayilere yönelirken, sermaye yüksek karlar nedeniyle artmaktadır. Fakat ülkeler, orta gelir grubuna yaklaştıkça, büyüme yavaşlamaya, yüksek karlar azalmaya başlar ve teknolojide eskime gün yüzüne çıkar. Bu durumda artık büyümenin kaynaklarının yerini üretim değil, üretkenlik alır ve nitelikli beşeri sermaye, araştırma geliştirme faaliyetleri gibi faktörler ön plana çıkmaya başlar. Ülke ekonomilerinin bu durumdan çıkmakta yaşadıkları sıkıntılar ve engeller de "Orta Gelir Tuzağı" olarak adlandırılmaktadır (Alçın ve Güner, 2015:30). Sonuçta orta gelir düzeyinde olan ülke ekonomilerinin burada sıkışıp kalması ve yüksek gelirli ekonomiler arasına geçememesi orta gelir tuzağı olarak ifade edilebilir.

Orta gelir tuzağı konusu Türkiye için de önem arz eden bir konudur. Konu Türkiye açısından değerlendirilmeye ve bu konuda öne çıkan çalışmalara geçmeden önce Türkiye'nin ekonomik verilerine ilişkin bazı bilgilerin paylaşılması yerinde olacaktır. Türkiye ekonomisi yıllar itibariyle bakıldığında; düşük orta gelir düzeyine 1955'te ulaşmış ve ancak 50 yıl sonra 2005'te yüksek orta gelir düzeyini yakalayabilmiştir. Türkiye orta gelir bandında göreceli olarak en uzun süre kalmış olan ülkelerden (Bulgaristan ve Kosta Rika ile birlikte) birisi olarak gözlemlenmektedir (Yeldan vd.,2012). Dünya Bankasının son verilerine göre; Türkiye'nin kişi başı GSMH'ı 2021 yılı için 9.900 Dolar[3] olarak görülmektedir. Türkiye açısından bu durum değerlendirildiğinde; Türkiye'nin halen üst orta gelirli ekonomileri arasında yer aldığı söylenebilir (Dünya Bankası, 2023 (2)).

Türkiye'nin orta gelir tuzağında bulunup bulunmadığının tespit edilmesine yönelikte birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan bu çalışmalarda; Türkiye'nin genel olarak ya orta gelir tuzağında olduğu belirtilmiş ya da orta gelir tuzağının sınırında, orta gelir tuzağına düşmek üzere, orta gelir tuzağı riskiyle karşı karşıya vb. gibi ifadelerin kullanıldığı görülmektedir. Konuyla ilgili öne çıkan çalışmalar hakkında kısaca şu bilgiler verilebilir.

Sak (2010) tarafından hazırlanan *"Çok Alametler Belirdi: Türkiye Sanayisizleşiyor"* adlı çalışmada; Türkiye'nin orta gelir tuzağında olduğu ifade edilmiştir. Çalışmada, Türkiye'nin büyümesinin hem orta hem de sanayisiz olduğu, sanayinin toplam istihdam içindeki payının düştüğü, işçi başına verimliliğin azaldığı belirtilmiştir (Sak,2010).

Yeldan vd.(2012) tarafından hazırlanan *"Orta Gelir Tuzağı'ndan Çıkış: Hangi Türkiye"* Türkiye orta gelir tuzağındadır. Bu durumun nedeni, Türkiye'nin kurumsal yönetim, teknoloji, tasarruf ve nitelikli işgücü yetersizlikleridir (Yeldan vd., 2012).

3 Çalışmanın türetildiği doktora tezinde bu veri 10.930 Dolar olarak görülmektedir.

Gürsel ve Soybilgen (2013) tarafından hazırlanan "*Türkiye Orta Gelir Tuzağının Eşiğinde"* adlı çalışmada; Türkiye'de emek verimliliği artışı son dönemlerde neredeyse yok denecek kadar azalmıştır. Çalışmada bu durumun ülkenin orta gelir tuzağının eşiğinde bulunduğunun bariz kanıtıdır. Bu bağlamda çalışmaya göre emek verimliliğin artırılması gerekmektedir (Gürsel ve Soybilgen, 2013).

Atik (2015) tarafından hazırlanan *"Türkiye İçin Orta Gelir Tuzağından Kurtuluş Önerileri"* adlı çalışmada; Türkiye orta gelir tuzağındadır. Çalışmaya göre; Türkiye'nin nitelikli işgücünün artması bunun ücretleri artırması, aynı zamanda teknolojik yönde ilerlemenin neredeyse durma noktasına gelmesi değer katan ürünlerin üretilmesine engel olmuştur. Bu durum ülkenin uluslararası düzeyde rekabet avantajının yitirmesine ve tuzağın içine girmesine neden olmuştur (Atik, 2015).

Uyanık (2015) tarafından hazırlanan *"Orta Gelir Tuzağı ve Türkiye'nin Konumu Açısından Bir Değerlendirme"* adlı çalışmada; Türkiye orta gelir tuzağındadır. Çalışmaya göre; bu tuzaktan kurtulmak için eğitim sisteminin teknoloji baz alınarak oluşturulması, teknoloji üretebilir, inovasyon yetenekleri yüksek bireylerin yetiştirilmesi gerekmektedir (Uyanık, 2015).

Bayar (2016) tarafından hazırlanan *"Türkiye ve Orta Gelir Tuzağı: Eğitimin Önemi"* adlı çalışmada; Türkiye henüz orta gelir tuzağında değildir. Çalışmaya göre; bir ülkenin yüksek gelirli ülke ekonomileri arasına girebilmesi ve uluslar arası rekabet edilebilirliğinin artırabilmesi için ileri teknolojili değer katan bir üretimin yapılmasının sağlanması gerekmektedir. Bunu yapmanın en büyük yolu iyi yetişmiş nitelikli işgücünden geçmektedir. Bu yüzden eğitimin kalitesi geliştirilmelidir (Bayar, 2016).

Karanfil (2016) tarafından hazırlanan *"Ar-Ge Harcamalarının Orta Gelir Tuzağı Üzerine Etkisi: Avrupa Birliği ve Türkiye İçin Panel Veri Analizi"* adlı çalışmada; 2014 yılı verilerine göre Türkiye orta gelir tuzağındadır. Bunun en büyük nedenlerinden biri de araştırma geliştirme harcamalarının gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payının yetersizliği bunun sonucu olarak teknolojinin gerekli değişimleri sağlayamamasıdır (Karanfil, 2016).

Eğilmez (2017) tarafından hazırlanan *"Orta Gelir Tuzağında Son Durum"* adlı çalışmada; Türkiye'nin kişi başına gayri safi yurtiçi hâsılasının gerek Dünya Bankası gerekse de IMF verilerine göre orta gelir tuzağında olduğunu gösterdiği, Türkiye İstatistik Kurumunun gözden geçirdiği gayri safi yurtiçi hâsılaya göre de IMF verilerine göre tuzaktan çıkıp tekrar tuzağın içine girdiği, Dünya Bankası verilerine göre hiç tuzaktan çıkmadığını belirtmiştir (Eğilmez, 2017).

Yavuz (2017) tarafından hazırlanan *"Maliye Kuramı Bağlamında Türkiye'de Orta Gelir Tuzağı Sorunsalının Analizi"* adlı çalışmada; Türkiye'nin alt orta gelir tuzağına yakalandığı ama üst orta gelir tuzağı yönünden riskin devam ettiği ifade edilmiştir. Çalışmaya göre; siyasetçiler verimli harcama politikaları belirlemeli ayrıca israftan kaçınılmalı ve büyümeyi artırıcı harcamalar yapılmalıdır (Yavuz, 2017).

Akbulut ve Yıldız (2017) tarafından hazırlanan *"Orta Gelir Tuzağından Çıkışta Teşvik Politikalarının Etkililiği: Türkiye Örneği"* adlı çalışmada; Türkiye orta gelir tuzağındadır. Çalışmaya göre; orta gelir tuzağının en büyük sebeplerinden birisi yapısal sorunlar ve bir diğeri de bölgeler arası eşitsizliğinin yoğun olmasıdır (Akbulut ve Yıldız, 2017).

## 2.Kamu Teşvik Politikaları

Bu başlık altında teşvik kavramı tanımlanarak, teşvikin özelliklerinden bahsedilmiştir. Ayrıca kamu teşvik politikalarının amaçları ile teşvik türleri de gözden geçirilmiştir.

### 2.1.Teşvik Kavramının Tanımı ve Özellikleri

Ülkeleri ekonomik yönden güçlendirmek, refahını artırmak için ülke kaynaklarını belirlenen hedefler doğrultusunda yönlendirilmesini sağlamak adına Devlet tarafından kullanılan yöntemlerden biri teşviklerdir. Ülkelerin teşviklere gerek duymalarında çeşitli etmenler ön plana çıkmaktadır. Bu etmenler arasında; istihdamı artırmak, ekonomik ve sosyal kalkınmayı sağlamak, sanayileşme ve teknolojik gelişmeyi gerçekleştirmek, ihracatı artırma, yabancı sermayeyi ülkeye çekme, bölgeler arası dengesizlikleri gidermek sayılabilir (Özdaş, 2009:9).

Teşvik, "belirlenen ekonomik hedeflere ulaşmak için bazı faaliyetlerin diğer faaliyetlere nazaran öncelikli ve hızlı gelişmesini sağlamak için devlet tarafından çeşitli şartlar altında verilen nakdi ve/veya nakdi olmayan destek, yardım ve özendirmeler" olarak tanımlanabilmektedir (Dürüs, 2005:3).

Devlet tarafından yapılan teşvik uygulamalarının temelinde ülke kaynaklarının daha aktif ve daha optimum sektörlere kanalize edilmesi hedeflenmektedir. Ayrıca teşvik politikaları son dönemlerde gerilemekte olan alanların tekrar rekabet edilebilir hale getirilmesinde, ekonomik dalgalanmaların etkilerini azaltmada, sanayileşmenin hızlandırmasında aktif kullanılmaktadır (Yayar ve Demir, 2012:121).

2012/28328 sayılı Bakanlar Kurulu'nun Devlet Yardımları Hakkındaki Kararının birinci maddesinde; kaynakların katma değeri yüksek yatırımlara kazandırmak, istihdam ve üretim miktarını artırmak, yatırımlarda devamlılığın sağlanmasıyla kalkınma sürecini hızlandırmak, teknolojik

gelişimi artırmak, bölgeler arası dengesizlikleri gidermek vb. amaçlarla yatırımlar ile araştırma geliştirme faaliyetleri desteklenmektedir ifadeleri ile teşvikin genel amacından bahsedilmiştir (19 Haziran 2012 Tarih ve 28328 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı).

Teşvik, devlet tarafından Kamu İktisadi Teşebbüsleri ile özel sektörde çalışan gerçek kişilere (esnaf ve ticaret erbabı) ve işletmelere verilmektedir. Teşvik sisteminin, teşvikten yararlanan ve teşviki sağlayan olarak iki tarafı bulunmaktadır. Teşviklerin gerek nakden yapılan desteklerde, gerekse de vergisel yükün azalması yönünden yapılan teşviklerde devlete ciddi bir mali yükü olduğu söylenebilir. Teşvikten yararlanan açısından da gerek vergisel yükün azalması noktasında gerekse de yapılan nakdi yardımlar sayesinde büyük bir fayda sağlamaktadır. Yine teşvikler, ülke içinde bölgesel yönden gelişmişlik farklılıklarının azaltılmasında ciddi faydaları bulunmaktadır (Kılıç, 2015:29).

İyi bir teşvik politikasının, öncelikle piyasaların etkinliğini ve piyasalardaki rekabeti artırıcı etkisi olmalıdır. Ayrıca teşvik mevzuatı net ve belirgin olmalıdır. Tek bir mevzuat çatısı altında birleştirilmelidir. Yine piyasada öncelikli sektörleri ve kalkınmada öne çıkan bölgeleri hedef alan, işletmenin hangi aşamada (üretim, yatırım, işletme) teşvike ihtiyaç duyduğu zamanı tespit ederek destek sağlayan bir teşvik politikası güdülmelidir (Akçay ve Yıldız, 2017:3-4).

### 2.2.Teşvik Politikalarının Amaçları

Ülkeden ülkeye teşvik politikalarının amaçları değişse de genel itibariyle aşağıda belirtilen amaçların gerçekleştirilmesi sağlanmaya çalışılmaktadır (Organ,1998:7-8; Ar,2009:10-11; Duran,1997:49,52):

- Ekonominin ihtiyacına göre kaynak dağılımını sağlamak,
- Teknolojik ve sanayileşme yönünden gelişmeyi sağlamak,
- İstihdamın güçlendirilmesi ve artırılmasını sağlamak,
- Gerek bölgesel gerekse de ülkesel anlamda kalkınmayı (sosyal ve ekonomik yönden) sağlamak,
- Küresel rekabet ortamında öne çıkartacak malların üretilmesini ve geliştirilmesini sağlamak,
- Bölgesel gelişimin sağlanarak, nüfus hareketlerini (göç olgusunu) azaltmak.

### 2.3.Teşvik Türleri

Teşvik farklı amaçları gerçekleştirmek için verilmektedir. Bu noktada kendi içinde ayni olabileceği gibi parasal veya vergisel avantajlar yönüyle de olabilmektedir. Yine amaçlar bağlamında hedeflenen hususları

gerçekleştirmek adına teşvikler çeşitlenebilir. Ayrıca kapsam yönüyle ve veriliş aşamalarına göre de sıralanması mümkündür. Bu bağlamda teşvik türleri dört alt başlık altında aşağıdaki gibi incelenebilir (Yavan, 2011:35-38; Tatar Candan ve Yurdadoğ, 2017:161; Buyrukoğlu, 2014:22; Başer, 2015:73-74):

- **Kullanılan araçlara göre teşvikler;**
  - ✓ ***Ayni Teşvikler;*** İşletmelere ve sektörlere yönelik maliyeti azaltan veya tamamen kaldıran, muafiyet, istisna vb. gibi avantajlar sağlayan nakdi olmayan teşviklerdir. Devletin organizesi ile yapılan endüstri havzaları, sanayi siteleri gibi yerlerde çalışan işletmelere sağlanan altyapı (elektrik, su, telekomünikasyon) hizmetlerinin düşük bedellerle veya bedel alınmadan verilmesi bu teşvik kapsamında değerlendirilebilir.
  - ✓ ***Parasal (Nakdi) Teşvikler;*** Devlet tarafından yatırım projelerine karşılıklı (düşük faizli) ya da karşılıksız olarak (hibe, prim vb.) verilen teşviklerdir.
  - ✓ ***Vergisel Teşvikler;*** Devletin alma hakkı olan vergileri almaktan vazgeçtiği vergiler bu kapsamda değerlendirilmiştir. Bu teşvik türü kapsam olarak geniş bir alana yayılmış vaziyettedir. Karşımıza şahıs ve kurum kazançlarından alınan vergilerin oranların düşürülmesi gibi çıkabilirken, aynı zamanda ihracat, ithalat, ülke dışı faaliyet karşılığı vergi indirimi gibi teşvik şeklinde de çıkabilir.
  - ✓ ***Diğer Teşvikler;*** Yukarıda yazılı teşvikler haricinde piyasaları (piyasa ayrıcalıkları, döviz kuru ayrıcalıkları) desteklemek, sosyal yaşamı (çevre, sağlık ve güvenlik çalışmalarına belirli standartlar getirmek) düzenlemek (düzenleyici teşvikler), çeşitli altyapı (elektrik su vb.) faaliyetlerini sübvanse etmek amaçlı geliştirilen teşvikler olarak karşımıza çıkmaktadır.
- **Amaçlarına göre teşvikler;** araştırma geliştirme ve teknolojik gelişimi sağlamak, rekabeti artırmak, küçük ve orta büyüklükteki işletmelere destek sağlamak, ülkeye dış yatırımcıları çekmek, üretimin ve ihracatın artırılmasını sağlamak gibi amaçlar doğrultusunda verilen teşviklerdir.
- **Kapsamına göre teşvikler;**
  - ✓ ***Genel Amaçlı Teşvikler;*** Ekonominin bütününü kapsayan ve seçici özelliği olmayan teşvik araçlarına genel amaçlı teşvikler denmektedir. İş konusu ve bölge farklılığı gözetilmeden uygulanan bu önlemler kurumlar vergisi oranlarının düşürülmesi veya ücret

üzerinden alınan vergilerde indirim yapılması gibi yöntemlerle gerçekleştirilmektedir.

- ✓ ***Özel Amaçlı Teşvikler;*** Ekonominin tümünü kapsamayan, belli bir ekonomik faaliyetin ya da çabanın genişletilmesi, yavaşlatılması ya da geriletilmesi amacıyla seçicilik kıstası olan parasal ya da parasal olmayan önlemlerdir.

- ➢ **Veriliş Aşamalarına Göre Teşvikler;**

- ✓ ***Yatırım Öncesi Uygulanan Teşvik Türleri;*** Organize sanayi bölgelerinin veya küçük sanayi sitelerinin kurulmasını hızlandırmak, hazine arazilerini verimli yatırım projeleri hazırlayanlara sunmak, üniversite-sanayi işbirliğini kurup geliştirmek, teknopark, bilgi ve teknoloji merkezleri kurmak şeklinde sıralanabilir.

- ✓ ***Yatırım Aşamasında Verilen Teşvik Türleri;*** İthal edilen makine ve teçhizat için gümrük ve fon muafiyeti, düşük faizli uzun vadeli yatırım kredisi, vergi, resim ve harç muafiyeti ve indirimleri, yatırım teşvik primi, katma değer vergisi istisnası söz konusu teşvik araçlarını oluşturmaktadır.

- ✓ ***İşletme Aşamasında Verilen Teşvikler;*** düşük faizli işletme kredisi temini, hızlandırılmış amortisman, yeniden değerleme, kullanılmış makine ve teçhizat ithalinde vergi avantajları ve yatırım indirimi olarak sıralanabilir.

## 3.Türkiye'nin Orta Gelir Tuzağından Çıkışında Kamu Teşvik Mekanizmasının Daha Etkin Hale Getirilmesi İçin Yapılması Gerekenler

Bu başlık altında genel itibariyle kamu teşvik mekanizması gözden geçirildikten sonra, kamu teşvik mekanizmasının daha etkin bir hal alması adına nelerin yapılabilmesi hususunda konu değerlendirilerek belli bir sistematik oluşturulmaya çalışılmıştır.

### 3.1.Kamu Teşvik Mekanizmasının Genel Değerlendirilmesi[4]

Türkiye'nin kamu teşvik yapısı; yatırım teşvik sistemi ile çeşitli kurumlar tarafından verilen destekleri içermektedir. Bu yönüyle kamu teşvik yapısı farklı teşvik mekanizmasını bünyesinde barındırmaktadır.

Kamu teşvik sistemi değişik açılardan değerlendirmeye tabi tutulabilir. Bunlardan ilki, kanuni düzenlemelerle ilgilidir. Kamu teşvik mekanizması çok fazla kurumla alakalı olması ve farklı alanlardaki konularla irtibatlı olması hasebiyle mevzuat yönüyle anlaşılması zor ve karışık bir

4 Çalışmanın türetildiği doktora tezinde Türkiye'de uygulanan çeşitli teşviklerden örnekler verilmiş, ardından verilen örneklerden yola çıkılarak yukarıdaki başlıktaki değerlendirmeler kısmı hazırlanmıştır.

yapı arz etmektedir. Bu husus sistemin etkinliğini zayıflatmaktadır.

Sistemle ilgili bir başka problem, teşvik kullanıcılarının yararlanacağı süre ile ilgilidir. Teşvik/Destek unsurlarının bazılarında süre kısıtlaması uygulanır iken, bazılarında ise daha esnek davranılabilmektedir. Bu durum teşvikten yararlananların daha rahat ve esnek davranmasına sebep olabileceğinden ötürü, teşvik sisteminin zafiyetine neden olabilir.

Kamu teşvik sisteminin eksik bir başka yönü, ortak veri tabanının oluşturulmamasıdır. Her kurum kendi başvurularını kendi yönetim kademesi içinde değerlendirmektedir. Bu açıdan bilgilerin dağınık olması, teşvikler hakkında oluşturulacak istatistiki bilgiler yeterince verimli bir şekilde elde edilmesine mani olmaktadır. Yine her bir teşvik/destek unsuru yönünden farklı bir sistematiğin kurulması ve yönetilmesine neden olmaktadır.

Sistemle ilgili bir başka husus, denetim eksikliğinden dolayı, geri bildirim sorunlarının yaşanmasıdır. Öyle ki, gerekli nakdi veya ayni desteklerden yararlanabilmek adına, sadece kiremitle örülmüş depolar, içi boş yapılar vb. atıl yapıların oluşmasına sebep olunmuştur.

Yukarıda ifade edilmeye çalışılan hususlar, teşvik mekanizmasının etkin bir şekilde hareket etme kabiliyetini azaltmaktadır. Bu noktada orta gelir tuzağı sürecini aşmada etkin bir kamu teşvik mekanizması için belirli bir sistematiğin oluşturulması uygun olacaktır.

### 3.2. Orta Gelir Tuzağından Çıkışta Kamu Teşvik Mekanizmasının Daha Etkin Hale Getirilmesi İçin Yapılması Gerekenler

Orta gelir tuzağına yakalanan veya bu sürecin içinde bulunan ülkelerde, orta gelir tuzağı özellikle büyüme, kalkınma, gelişme vb. iktisadi değerlerde ciddi durağanlığa sebebiyet verdiği dikkatten kaçmamaktadır. Ayrıca ülke gayri safi yurt içi hâsılasının artmasında orta gelir tuzağı ciddi bir set olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de ekonomik bağlamda yaşanılan gelişmelerde bu tuzağın etkisi altında olduğunu göstermektedir.

Orta gelir tuzağından başarıyla çıkmış ülkelerin kalkınma ve gelişim süreçleri incelediğinde[5], bu tuzaktan başarılı bir şekilde çıkış gösteren ülkelerde birkaç unsurun ön plana çıktığı söylenebilir. Genel itibariyle incelenen ülkelerde aşağıda belirtilen hususların etkili olduğu görülmektedir.

- İhracata Dayalı Büyüme ve Sanayileşme
- Yüksek teknolojili ürün imalatı üzerine yoğunlaşma
- Araştırma geliştirme faaliyetlerine gereken özenin gösterilmesi

5 Çalışmanın türetildiği doktora tezinde Japonya, Güney Kore, Singapur, Hong Kong, Tayvan ülkelerine ait ekonomik gelişim süreçleri ile teşvik politikaları incelenmiştir.

Yukarıda yer alan unsurlara bakıldığında, ülkelerin orta gelir tuzağını aşmada ileri teknoloji üretiminin ve bu üretimin elde edilmesinde araştırma geliştirme faaliyetlerinin etkinliğinin ne kadar önemli düzeyde olduğu, sanayileşmede imalat sanayisinin ve tüketen değil üreten bir toplum olmanın önemini gözler önüne sermektedir.

Orta gelir tuzağı sürecini başarılı bir şekilde aşan ve kalkınmış ülkeleri incelediğimizde, kalkınmada ve gelişmede devletin rolü azımsanmayacak derecededir. Bu konuda Türkiye'de de kalkınma ve gelişime öncülük edecek firma yapısının dikkate alınarak gerekli katkıların sağlanması gerekmektedir. Türkiye'nin firma yapısı incelendiğinde, firma yapısının genel itibariyle küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluştuğu görülmektedir. Tabi bu girişimler yanında büyük ölçekli işletmeler ve gerçek kişilerin oluşturduğu girişim yapısı da mevcuttur. Devletin kamu teşvik mekanizması marifetiyle gerekli destekleri ve teşvikleri küçük ve orta ölçekli işletmelere, gerçek kişilere ve büyük ölçekli işletmelere vermesi, orta gelir tuzağını aşmada başarı göstermiş ülkelerde olduğu gibi gerekli katma değeri sağlayacaktır, İhracata dayalı ileri teknoloji ürünler üretmelerine gerekli destek verilerek, Türkiye'nin orta gelir tuzağı sürecini aşması sağlanabilir.

Tam bu noktada Türkiye'deki kamu teşvik mekanizmasının etkin olması için yapılması gerekenler nelerdir? sorusu karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan kamu teşvik mekanizmasının ana amacının, Türkiye'nin orta gelir tuzağını aşmasında kamu teşvik politikalarının nasıl etkin hale getirebileceğidir. Bu soru ve amaçtan yola çıkarak çalışmanın bundan sonraki kısmında, kalkınmada başarı gösterip yüksek gelirli ülke ekonomileri arasında yerini almaya başaran ülkelerin kalkınma süreçlerinde kamu teşvik politikalarının sürece nasıl katkı sağladığı da dikkate alınarak etkin kamu teşvik mekanizmasının oluşturulması için yapılması gerekenler üzerinde durulmuştur.

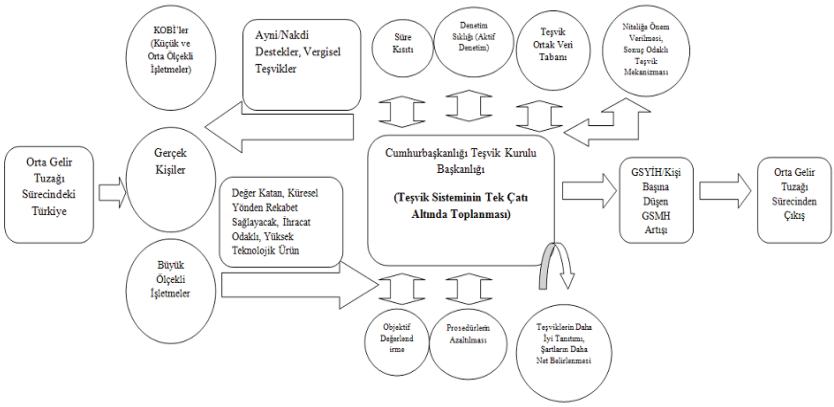
#### 3.2.1.Etkin Kamu Teşvik Mekanizmasının Oluşturulması ve Yapısı

Etkin kamu teşvik mekanizması ve yapısı oluşturulurken, Türkiye'de orta gelir tuzağı sürecinden çıkmasında etkin kamu teşvik mekanizması için neler yapılması gerekli olduğu üzerinde durulmuştur.

Aşağıda şematik olarak verilecek etkin kamu teşvik mekanizmasında yapılması gerekenler ilgili sistematikte de görüleceği üzere; kamu teşvik yapısında öne çıkacak en önemli unsur, kamu teşvik yapısının dağınıklığı hususunun teşvik mekanizmasının etkinliğini azaltıcı bir nokta olduğudur. İleride daha detaylı olarak açıklanacak bu husus, kamu teşvik yapısının oluşturulmasında karşımıza "teşvik mekanizmasının tek elden yönetilmesi" olarak çıkmakta, üretilen sistematiğin ana omurgasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'de son dönemde yürütme alanında yapılan anayasal düzenlemelere paralel olarak bu yapılanmanın Cumhur-

başkanlığı çatısı altında "Cumhurbaşkanlığı Teşvik Kurulu Başkanlığı" adıyla kurulacak bir kuruluş eliyle sürdürülmesi daha isabetli olacağı kanaatindeyiz. Yine kamu teşvik yapısı oluşturulurken bu çatı altında toplanan teşvik yapılanmasının etkinliği için gerekli olan hususlar dile getirilecektir. Etkin kamu teşvik yapısının bileşenleri hakkında şematik yapı verildikten sonra gerekli açıklamalar yapılacaktır. Bahsi geçen şematik yapı aşağıda yer verilen şekil 1.2.'dir.

**Şekil 1.2. Orta Gelir Tuzağından Çıkışta Türkiye'de Kamu Teşvik Mekanizmasının Daha Etkin Hale Getirilmesi İçin Yapılması Gerekenler**




**Kaynak: Şekil tarafımızca düzenlenmiştir.**

### 3.2.2.Etkin Kamu Teşvik Mekanizmasının İşleyişi

Etkin kamu teşvik mekanizması için yapılması gerekenlerin gösterildiği Şekil 1.2.'de de görüleceği üzere; yapı, Türkiye'nin orta gelir tuzağı sürecinden çıkışta kamu teşvik politikalarının nasıl etkin bir yapı haline getirilmesi ve bu yapının verimliliğinin artırılmasında hangi unsurların dikkate alınması üzerinedir. Etkin kamu teşvik mekanizmasında iki taraf bulunmaktadır. Bunlardan birincisi teşvik mekanizmasının kullanıcıları olan küçük ve orta ölçekli işletmeler, gerçek kişiler ve büyük ölçekli işletmelerdir. Taraflardan diğeri teşvik sürecini uygulayan ve yürüten devlettir. Şekilde görüleceği üzere; devlet teşvikten yararlanan kişilere gerekli teşvik ve destek unsurlarını temin ederek, teşvik kullanıcılarının çalıştıkları sektörlerde gerekli atılımları sağlamasını hedeflemektedir. Diğer bir ifadeyle devlet verdiği teşvik karşılığında, teşvik kullanıcılarından küresel rekabet ortamında öncü konuma yükseltecek, ihracat odaklı, ileri teknoloji barındıran ürünlerin üretmesini koşul olarak öne sürmektedir. Kamu teşvik mekanizması bu şekilde etkin kullanılırsa, Türkiye'nin kalkınması ve gelişimi sağlanarak gerek GSMH'ın gerekse de kişi başına düşen gayri safi milli hasılada gerekli atılımlar sağlanarak orta gelir tuzağı sürecinden başarılı bir şekilde çıkılmasına yardımcı olunacaktır.

Şekil 1.2. incelendiğinde bir başka yön ortaya çıkmaktadır. Bu yön kamu teşvik mekanizması tarafındadır. Yukarıdaki paragrafta belirtilen sürecin başarılı bir şekilde işlemesi ve süreçten gerekli faydanın elde edebilmesi için kamu teşvik mekanizmasının etkinliğinin kullanıcılar nezdinde artırılması gerekmektedir. İşte bu noktada kamu teşvik mekanizmasının etkinliğinin artırılmasında teşvik mekanizmasındaki dağınık yapının giderilerek, bu yapının tek çatı altında toplanmasının uygun olması gerektiği etkin kamu teşvik yapısının omurgası olmuştur. Bu yüzden Türkiye'de yaşanan son anayasal değişimlere paralel olarak diğer bir ifadeyle yürütme kanadının güçlendirmesi amacıyla oluşturulan Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemindeki yapı dikkate alınarak teşvik sisteminin Cumhurbaşkanlığı çatısı altında birleştirilmesi uygun olacaktır. Bu bağlamda şekil 1.2.'de görüleceği üzere "Cumhurbaşkanlığı Teşvik Kurulu Başkanlığı" adı altında bir yapının kurulması ve tek başına bütün teşvik sistemini yönetmesi teşvik mekanizmasındaki dağınıklığı, kafa karışıklığının azalmasına ve bu mekanizmasının daha verimli hale gelmesine yardımcı olacaktır. Her ne kadar kamu teşvik mekanizmasının tek çatı altında toplanması ana omurgayı oluştursa da, teşvik mekanizmasının kendi içindeki eksik yanları da dikkate alınarak etkin kamu teşvik mekanizması için çeşitli bileşenlere de yer verilmiştir. Bu konuyla ilgili açıklamalara ilerleyen başlıklar altında yer verilecektir.

#### 3.2.2.1.Etkin Kamu Teşvik Mekanizmasında İlişkinin Bir Tarafı: Teşvik Kullanıcıları

Şematik yapının gösterildiği Şekil 1.2'de görüleceği üzere; iki taraflı ilişkinin bir yanını teşvik kullanıcıları oluşturmaktadır. Teşvik kullanıcılarından kasıt, piyasada yer alan küçük ve orta ölçekli işletmeler, gerçek kişiler diğer bir ifadeyle girişimciler ve büyük ölçekli işletmelerdir.

Teşvik kullanıcılarının devlet tarafından kamu teşvik mekanizması çerçevesinde verilecek nakdi/ayni/vergisel teşviklerle, elde ettikleri gerekli altyapı ile değer katan, küresel rekabet ortamında öncü konuma getirecek, ihracat odaklı, yüksek teknolojik ürünlerin üretmesi hedeflenmektedir.

Bu noktada devletin kamu teşvik mekanizması yoluyla verecekleri teşvik/destek unsurlarının markalaşmış ileri teknoloji ürünler üretmek adına üretim/imalat sanayilerine kanalize edilmesi, teşvikten yararlanan kesiminde devlet tarafından sağlanan bu altyapıyı en iyi şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

#### 3.2.2.2.Etkin Kamu Teşvik Mekanizmasında İlişkinin Diğer Tarafı: Devlet

Etkin kamu teşvik mekanizmasını yöneten, kamu teşvik sürecinde başat rol üstlenen taraf devlettir. Devletin fonksiyonu kamu teşvik mekanizması sürecini hazırlamak, uygulamak kısacası yönetmektir.

Kamu teşvik mekanizmasının etkinliğini artırılmasında yapılması gereken en önemli nokta kamu teşvik mekanizmasın tek çatı altında toplayarak birleştirilmesidir. Bu noktada yapılan son anayasal düzenlemeler ışığında getirilen Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi yapısı içinde kamu teşvik yapısı Cumhurbaşkanlığı altında "Cumhurbaşkanlığı Teşvik Kurulu Başkanlığı" adıyla oluşturulacak kurum vasıtasıyla yönetilmesi, kamu teşvik sistemindeki dağınıklığı, kopukluğun, kafa karışıklığının giderilmesi hususlarında ciddi yardımda bulunacaktır.

Kamu teşvik sisteminin tek çatı altında toplanması kamu teşvik sisteminin etkinliğini artırması noktasında ciddi tesirde bulunacağı yönünde düşüncelerimiz olduğu kadar, bu yapı haricinde kamu teşvik sisteminin çeşitli açılardan revize edilmesi, tekrar gözden geçirilmesi uygun olacaktır. Bu açıdan etkin kamu teşvik mekanizması için belirtilen hususlarda ilerleyen paragraflarda açıklamalarda bulunulmuştur. Bu bağlamda, kamu teşvik mekanizmasının etkinliğini artıracağı hususlar, katkı sağlayacak noktalar aşağıdaki gibi sıralanabilir.

- Teşvik Mekanizmasının Tek Elden Yönetilmesi
- Sıkı Denetim (Aktif Denetim)
- Süre Kısıtı
- Teşviklerin Daha İyi Tanıtımı, Şartların Daha Net Belirlenmesi
- Objektif Değerlendirme
- Prosedürlerin Azaltılması
- Niteliğe Önem Verilmesi, Sonuç Odaklı Teşvik Mekanizması
- Teşvik Ortak Veri Tabanının Oluşturulması

Yukarıda yer alan bu kamu teşvik mekanizmasını etkinleştiren bileşenler hakkındaki açıklamalara ilerleyen başlıklarda yer verilmiştir.

#### 3.2.2.2.1.Teşvik Mekanizmasının Tek Elden Yönetilmesi

Türkiye'de uygulanan kamu teşviklerinin genel görünümü incelendiğinde[6]; birçok bakanlığın ve devlet kurumunun çeşitli teşvikler/destekler sağladıkları görülmektedir. Başka bir ifadeyle Türkiye'deki teşvik yapısı birçok bakanlık ve kurum arasında dağılmış vaziyettedir. Bu dağınık teşvik yapısının birleştirilmesi teşvik mekanizmasının etkinliği için önem arz etmektedir. Bu konuda seçilmiş ülkelerden Japonya'da Uluslar Arası Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (MITI) teşvik mekanizmasının tek elden yönetilmesine güzel bir örnek olduğu söylenebilir. Japonya'daki kalkınmacı devletin belli başlı araçlarından biri olan MITI sanayi politikasını yönlen-

6 Çalışmanın türetildiği doktora tezinde Türkiye'de uygulanan çeşitli teşviklerden örnekler verilmiştir.

dirirken "pazara uyumlu müdahale yöntemleri" ni izler. Bu terim, iç ya da dış değişikliklere tepki olarak ya da bu tür değişikliklerin beklentisi içinde, yerli sanayilerin korunması, stratejik sanayilerin geliştirilmesi ve ekonomik yapının uyarlanmasıyla ilgili politikalar topluluğunu gösterir politikalar MITI görevlilerinin anladığı anlamda "ulusal çıkarları" korumak amacıyla MITI tarafından belirlenir ve izlenir. MITI'nin en önemli aracı, yönetimde kılavuzluk görevini yürütmesidir. Bu da hükümetin çeşitli bakanlıkların kurulmasına temel oluşturan yasalarda belirtilen yetkilerini gösterir. Diğer bir ifadeyle, kararnameler (şiji), dilekler (yobo), uyarılar (keikoku), öneriler (kankoku) ve teşvikler (kanşo) çıkararak belli bir bakanlığın yasal alanına giren kuruluşları ya da müşterileri yönlendirmektir (Kozlu, 1994:57-58).

MITI örneğinde de görüleceği üzere teşvik için ortak üst bir yapının kurulması, teşvike başvuracak kişi ve kuruluşlar açısından teşvik mekanizmasındaki karışıklıkların (hangi konu hakkında nereye başvuracam? vb. sorular) telafi edeceği, teşvik politikalarının daha etkin yönetileceği, teşvik altyapısı diğer bir deyişle teşvik veri tabanı oluşturulmasına katkı sağlayacağı, bürokrasinin azalacağı, tek bir noktadan teşvik mekanizmasının yönetilmesinde teşvik sürecinde çok başlılığın ortadan kaldırarak prosedürlerin standartlaştırılarak faydalanılabilirliğin artırılabileceği söylenebilir. Bu gibi nedenlerden ötürü teşvik sisteminin son anayasal düzenlemeler ışığında Cumhurbaşkanlığı bünyesinde "Cumhurbaşkanlığı Teşvik Kurulu Başkanlığı" adıyla kurulacak kurum bünyesinde toplanması ile teşviklerden yararlanmak isteyen kişi ve kuruluşların daha hızlı ve daha kolay yöntemlerle işlemlerini tamamlayıp, daha etkin ve daha verimli bir şekilde gerekli teşviklerden yararlanması sağlanabilecektir.

**3.2.2.2.2.Sıkı Denetim (Aktif Denetim)**

Teşvik sürecinin her aşamasında aktif denetimin sağlanmış olması gerekir. Özellikle Güney Kore'de devletin sanayide korumacılık uygulamasına yer verdiği görülmektedir. Güney Kore Devletinin korumacılık yönünde aldığı tedbir ve teşviklerin en önemli yönlerinden biri saptanan hedeflere ulaşamayan sektör ve şirketlere uygulanan yaptırımlardır. Güney Kore'de sanayi devriminin bir başka simgesi sübvansiyonlardır. Bu sübvansiyonlar korumacı yaptırımlar kadar sektör ve firmalara sunulan teşvikleri de kapsamaktadır. Güney Kore'nin sübvansiyonları kullanmadaki etkinliği de şöyle açıklanabilir. Kore'de devlet kamu desteği alan çıkar gruplarına performans kıstasları empoze edebilecek güce sahipti. Hükümetin sonuçları denetlemedeki ısrarı özel sektörü yatırımlarını artırmaya ve verimini yükseltmeye zorlamıştır. Kore'deki teşvik ve sübvansiyon sistemi (başka ülkelere kıyasla) nitelik açısından daha üstündü, başka ülkelerde tek yönlü iken Kore'de sistem karşılıklı işledi. Devlet desteklediği firmaların ihracata yönelmeleri yanında yeni teknoloji geliştirmelerini,

araştırma geliştirmeye kaynak ayırmalarını ve iş üstünde eğitim programları oluşturmalarını şart koştu (Kozlu,1994:146-147).

Aktif denetim, Güney Kore ülke örneğinde de görüleceği üzere etkin teşvik mekanizması için önem arz etmektedir. Ülkemizde teşvik sürecinde denetim mekanizmasına bakıldığında, ne yazık ki teşvik sürecinde aktif denetimin sağlandığı pek söylenemez. Ülkemizde kişiler veya şirketler teşvikten yararlanabilmek için teşvik şartlarını göstermelik olarak yerine getirebilmek adına bazı faaliyetlere giriştikleri ama teşvik başvurusunun sürecinde yapılan kontrolden sonra teşvikten yararlandıran kurum personeli tarafından gerçekten teşvikin konusuna ilişkin yatırım çalışmalarının tam randımanlı bir şekilde izlenmediği görülmektedir. Bu durum sonucunda sadece tuğla ile üstü örtülmüş binalar, depolar vb. atıl yapılar ortaya çıkmakta, teşvike konu yatırımın sadece teşvike konu bedelin veya vergi avantajının vb. sağlanması için yapıldığı yatırımın ne yazık ki tamamlanmadığı görülmektedir. Bu durumlara düşmemek için etkin teşvik mekanizması için vazgeçilmez bir unsur olan aktif denetimin teşvik sürecinde (teşvikin başlangıcından sonuna kadar) sağlanması gerekmektedir.

**3.2.2.2.3.Süre Kısıtı**

Teşvikler süre noktasında da değerlendirilmesi gerekmektedir. Türkiye'deki teşvik örneklerine bakıldığında kimi teşviklerde süre kısıtı olduğu, kimisinde genel ifadelerle konunun değerlendirildiği görülmektedir. Konu bu açıdan değerlendirildiğinde; kişi veya kurumlara verilecek teşvikler de süre kısıtı ve yeterli süre uzunluğu dikkate alınması gerekmektedir. Konuyla ilgili olarak Güney Kore ülkesinden örnek verilirse; Güney Kore'de devlet, korumacı uygulamalarla desteklediği sanayi sektörlerinin 5-10 yıl içinde bu güce erişmesini ve ülke için önemli bir ihracat kaynağı haline gelmesini beklemektedir. Bu güce erişemeyen sektör ve şirketlerden desteğini çekmektedir. Korumacılığın temel amacı ihracata yönelik, uluslar arası rekabet gücüne sahip firmaların oluşmasına katkıda bulunmaktır (Kozlu, 1994:146-147).

Örnekte de görüleceği üzere teşvikle yapılan desteklemelerde, firmanın gerek küresel boyutta gerekse de iç piyasada rekabet edebilecek aşamaya gelinceye kadar desteklemek, daha sonraki süreçte desteğin kesilmesi gerekmektedir. Bu noktada Türkiye açısından konu değerlendirildiğinde; süre kısıtına dikkat edilmesi, yararlanıcıların rekabet edebilecek düzeye geldikleri anda teşvik unsurlarının kesilmesi anlamına gelmektedir. Bunun yapılabilmesi için de bir önceki başlıkta belirtilen denetim sıklığının başka bir ifadeyle aktif denetime kesinlikle önem verilmeli, bu başlıkta belirtilen süre kısıtına hassasiyet gösterilmesi gerekmektedir.

#### 3.2.2.2.4.Teşviklerin Daha İyi Tanıtımı, Şartların Daha Net Belirlenmesi

Türkiye'deki uygulanan çeşitli teşvik örneklerine bakıldığında şartların bazılarının kafa karışıklığına neden olacak şekilde karışık olduğu fark edilmektedir. Bu açıdan teşvik mevzuatı ve başvuru işlemleri daha basit ve kolay anlaşılır hale getirilmelidir. Bu noktada konu değerlendirildiğinde; teşvik mevzuatının karmaşıklığı, dağınıklığı, çok sık değişiklikler yapılması, hukuksal normların açık ve anlaşılır olmaması vb. nedenlerden ötürü teşvik sistemi yeterince anlaşılmamakta ve yararlanıcıların bu konuya önyargılı bakmalarına ve teşviklerden yararlanma konusunda mesafeli davranmalarına neden olmaktadır.

Bu başlık altında değerlendirilmesi gereken bir başka husussa teşviklerin yeterince yararlanıcılar nezdinde iyi bilinmemesidir. Bu yüzden teşvikten beklenen getiri çoğu zaman sekteye uğramaktadır. Bu açıdan teşvik mekanizmasını ilgili kurumlar tarafından seminer/eğitim programları, danışmanlık hizmetleri aktif bir şekilde verilerek etkin bir şekilde tanıtımı sağlanarak ilgili teşvik programlarından daha fazla kişi veya şirketin yararlanması sağlanması gerekmektedir. Bu sayede teşvik sisteminden beklenen fayda elde edilecektir. Bu noktada teşvik şartlarının daha net belirlenmesi ve teşviklerin daha iyi tanıtılması gerekmektedir.

#### 3.2.2.2.5.Objektif Değerlendirme

Ülkemizin gerek kültürel gerekse de sosyal yapısından kaynaklı olarak devletle ilgili faaliyetlerin genelinde bürokrasinin ve siyaseten egemenliğin söz sahibi olduğu görülmektedir. Ancak, teşvik mekanizması gibi hassas konularda teşvikten yararlanacak kişiler veya şirketler açısından değerlendirme yapılırken bürokratik, siyasi düşüncelerin veya aynı siyasi görüş düşüncesinin devre dışı bırakılarak değerlendirmelerin daha objektif ve sistematik olarak yapılması teşviklerin amacına daha uygun olacak olup, teşvikten beklenen getirinin elde edilmesine yardımcı olacaktır. Bunun tersi düşünüldüğünde; teşviklerden yararlanacak kişilerin veya kurumların değerlendirilmesinde bürokratik ilişkiler, siyasi görüş, aynı düşünce yapısı, eş dost akraba ilişkileri vb. ölçütlerin dikkate alınması, değerlendirmelerin amacından sapmasına neden olacak, haksız yoldan teşvikten yararlanma sonucuna kadar sıkıntılı haller yaşanacaktır. Bu yüzden yapılan değerlendirmelerin sağlıklı, uzman kişilerce yapılmasının sağlanması, kriterlerin objektif ve tarafsız bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.

#### 3.2.2.2.6. Prosedürlerin Azaltılması

Bu başlık altında teşvik sürecinde gerekli olan evrak işlemlerinin, başvuru işlemlerinin vb. hususlarının hızlandırılması, azaltılmasından

bahsedilmiştir. Konu ile ilgili olarak verilecek en güzel ülke örneklerden biri Singapur'dur. Singapur'da yabancı yatırımcıları çekmek için çok etken tanıtım kampanyaları düzenlendi ve gelen yabancı yatırımcılara yol gösterecek, yardımcı olacak örgütlenme yapıldı. Başka ülkelerde, yabancı yatırımcının yatırım yapabilmek için 10-15 devlet dairesine başvurup gerekli belgeler toplamak için aylar, bazen yıllar harcaması gerekirken, Singapur'da yalnız bir yere başvurmak yeterliydi (one stop procedure) Bütün işlemleri bir büro kendisi kovuşturuyor, sonucu bir-iki hafta içinde alıyordu. Bu şekilde hem yabancı yatırımcı vakit kazanıyor hem de Singapur ilk günden yabancı yatırımcılara iyi niyet sergilemiş oluyordu (Sönmez, 2001:216). Örnekte de görüleceği üzere prosedürlerin azaltılması gerek başvuru işleminin artması noktasında, gerekse de işlem karmaşasının azaltılması noktasında büyük yarar gösterecektir.

Prosedürlerin azaltılması nasıl sağlanabilir? Bu soruya karşılık birkaç öneride bulunulabilir. Örneğin; gerekli güvenlik altyapısı oluşturularak ortak bir teşvik veri tabanının oluşturularak teşvik başvurularının internet üzerinde yapılması sağlanabilir. (son dönemde bilindiği üzere; e-imza uygulaması neredeyse tüm kamu kurumlarında uygulanmakta olup, ıslak imza uygulaması bazı işlemler hariç kullanım alanı daraltılmıştır.) Ayrıca başvuruların çeşitli kurumlar arasında gezilerek değil tek bir kuruma başvurarak tamamlanması sağlanabilir. (ki bu kurum oluşturulan sistematikte Cumhurbaşkanlığı Teşvik Kurulu Başkanlığı'dır) Bu yöntemde belirlenecek kurumun ortak bir veri alt yapısı sayesinde yararlanıcıların diğer devlet kurumlarındaki bilgilerine kolaylıkla ulaşılarak işlemlerin daha hızlı bir şekilde tamamlanması sağlanacaktır. Prosedürlerin azaltılması noktasında verilen önerilerde de görüleceği üzere bu konuda gerekli adımların atılabilmesi için etkin bir teşvik mekanizması için önerdiğimiz diğer başlıklar olan denetim sıklığı, teşvik mekanizmasının tek elden yönetilmesi başlıklarının birlikte değerlendirilmesi ve birbirleriyle ilişkilendirilmesi uygun olacaktır. Bu açıdan bakıldığında bu başlık değerlendirilirken bahsi geçen diğer başlıkların da dikkate alınması gerekmektedir. Diğer bir anlatımla prosedürlerin azaltılması noktasında aktif denetimin ön planda olması ve ayrıca prosedürlerin azaltılmasında teşvik mekanizmasının tek çatı altında toplanması büyük önem arz edecektir.

#### 3.2.2.2.7.Niteliğe Önem Verilmesi, Sonuç Odaklı Teşvik Mekanizması

Başlığın "niteliğe önem verilmesi" kısmı için şu hususlar dile getirilebilir. Öncelikle teşvik mekanizmasında Türkiye açısından katma değer sağlayacak alanlar, ürünler vb. seçilmelidir. Başka bir anlatımla Türkiye için değer katacak Türkiye'yi bir sonraki aşamaya taşıyacak, Türkiye'nin hak ettiği yüksek gelirli ekonomiler arasına girmesine destek verecek bir teşvik mekanizmasına öncelik verilmesi, özel önem gösterilmesi gerekmektedir. Bu açıdan Türkiye için önem arz eden değer katıcı alanların or-

taya çıkarılması gerekmektedir. Bu bağlamda ilgili alanlarda teşviklerin verilmeye başlanılmasından önce gerek sektörel alanda gerek ürünsel anlamda verilecek desteklerin hangi alanlarda verilmesinin uygun olacağının tespit edilmesi uygun olacaktır. Bu noktada Türkiye açısından sanayileşmenin önemi, ileri yüksek teknoloji ve araştırma geliştirme'nin önemi, ihracatı dayalı büyüme politikasını destekleyici teşvik mekanizmaları göz ardı edilmeden niteliğin ön plana çıkartılması Türkiye ile özdeşleştirilecek ürünlerin diğer bir ifadeyle markalaşma hamlesinin ön plana çıkartılması gerekmektedir. Türkiye'deki kamu teşvikleri incelendiğinde, neredeyse her konuda teşvik bulunmakla beraber, bundan sonraki süreçte nicelikten çok niteliğe önem verilmesi, başka bir ifadeyle öze önem verilmesi, daha anlaşılabilir ve detaylı bir teşvik mevzuatı sağlanmalı, bilgilerin genel ifadelerden daha özel ifadelere yakınlaştırılmasının sağlanması, Türkiye açısından değer katıcı, katma değeri olan, küresel rekabet ortamında daha öne çıkaracak bir özel sektörün oluşturulması vb. hususların öncülük ederek her açıdan kalitenin daha öne çıkarılması gerekmektedir.

Başlıkta belirtilen "sonuç odaklı teşvik mekanizması" kısmı için da şu hususlar söylenebilir. Bu ifade başlığın diğer bir bölümünü oluşturan niteliğin öne çıkarılması ile eşdeğerlilik arz eden bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu iki kavramın birbirlerinin tamamlayıcısı olduğu söylenebilir. Sonuç odaklı teşvik mekanizması ifadesi ile şartları belirtilen, ortaya çıkarılan teşviklerin sonucunda ne elde edilmesi hedefleniyor? sorusunun cevabı aranmaktadır. Burada teşvikten beklenen getirinin, ülkemizin orta gelir tuzağı sürecinin aşmasında diğer bir ifadeyle yüksek gelirli ülke ekonomileri arasına girmesi açısından nasıl bir katkı sağlayacağı hususu önem arz etmektedir. Devlet kurumları bahsi geçen hedef ve öne çıkan amaçlar noktasında konuyu değerlendirilerek ilan edeceği teşvikin ortaya çıkmasından önce çok hassas davranmaları, eksikliklerin ve beklenen getirinin iyi araştırılıp konunun detaylı bir şekilde değerlendirilmesi ve bu konuda gerekli adımların atılması gerekmektedir. Bu bağlamda Türkiye açısından güçlü bir teşvik mekanizması oluşturularak Türkiye'nin değerine değer katacak, kalkınma yolunda güçlü bir Türkiye'nin önündeki engellerin aşılmasını sağlayacak bir teşvik mekanizması oluşturulmasının öngörülmesi gerekmektedir.

#### 3.2.2.2.8.Teşvik Ortak Veri Tabanının Oluşturulması

Bu başlık altında etkin bir teşvik mekanizması için teşvikler konusunda ortak bir veri tabanının oluşturulmasının gerekliliği değerlendirilmeye çalışılmıştır. Kamu teşviklerinin genel görünümünü incelediğimizde, teşvik mekanizması yatırım teşvik sistemi olarak ayrı bir yapı ve Bakanlıkların ve diğer kurumların sağladıkları destekler (teşvikler) noktasında ayrı bir yapı olduğu görülmektedir. Yararlanıcı kişi ve kuruluşlar hangi teşvikten yararlanmak istiyorsa diğer bir ifadeyle kendi gelişimini sağlamasına

yardımcı olacak teşvikin olup olmadığını ayrı ayrı kurumların sundukları teşvik mekanizmalarını kontrol etmek zorunda kalacaklardır. Ayrıca bu durum, bu sisteme biraz yabancı olan kişi ve şirketlerin bu işe biraz soğuk bakmasına neden olacaktır. Başka bir açıdan ciddi bir zaman kaybına neden olan bu durumun teşvik sisteminden beklenen getirinin tam manasıyla sağlanmasına da engel olduğu veya olacağı aşikardır. Diğer bir açıdan farklı kurumlar arasında teşviklerin bu şekilde dağılması ülkemizin genelinde teşvik mekanizmasını etkin çalışıp çalışmadığını belirleyen, yardımcı en önemli süreç olan istatistikî çalışmaların dağınık bir şekilde olmasına sebep olmaktadır. Bu noktada etkin bir teşvik mekanizmasının oluşturulmasında teşvik konusunda ortak bir veri tabanının oluşturulması gerekli olduğu kanaatindeyiz.

Sistem nasıl olmalıdır? Bu konuda da birkaç öneride bulunulabilir. Öncelikle teşvik ortak veri alt yapısı oluşturularak devlet tarafından sağlanan desteklerin (teşviklerin) aynı veri tabanı içinde birleştirilmesi gerekmektedir. Yine başka bir nokta yararlanıcı kişi veya şirketlerin çok detaylı bilgisi olmadan kendi bilgileri veya şirket yetkilisi tarafından girilecek şirket bilgileri ile hangi teşvikler yararlanabileceklerini gösteren tek bir ekran sayesinde hem eğitici hem de öğretici bir yapı elde edilebilir. Bu sayede kişi ve şirketler birkaç aşamayla gerekli başvuruyu sağlamış olacaktır. Aynı zamanda teşvik sürecini, başvurusunun durumunu gerekli kimlik bilgileri girilerek kolaylıkla ulaşması da mümkün olacaktır. Sonuç olarak bu veri tabanı sayesinde yararlanıcıların teşvik mekanizmasında daha hızlı ve daha etkin yararlanmaları sağlanacaktır. Teşvik istatistiklerine gelindiğinde bu noktada Türkiye İstatistik Kurumu sistemine benzer bir sistem tek elden teşvik ortak veri tabanına entegre edilerek hangi teşvikten kaç kişi veya kurumun yararlandığını gösteren bir altyapı çalışması yapılabilir. Bu sayede yıllar itibariyle teşvikten kaç kişi veya kurumun yararlandığı veya teşvik mekanizmasının etkin çalışıp çalışmadığı tespit edilebilir ve teşvik konusunda herhangi bir eksiklik görülürse bu sayede giderilebilir. Diğer bir ifadeyle teşvik mekanizmasının şartları yararlanıcılara hitap etmiyorsa veya bu şartları karşılayacak yararlanıcı piyasada yer almıyorsa teşvik şartları revize edilerek gerekirse daha fazla kişinin veya şirketin teşvik yoluyla gelişmesini sağlayabilmek adına teşvik şartlarında hafifletme yoluna gidilebilir. Son olarak bu bahsi geçen sistemin getirilmesi bir başlık altında değindiğimiz teşvik mekanizmasının tek elden yönetilmesi sistemine de geçişi kolaylaştıracak ve hızlandıracaktır.

Yukarıda yer verilen hususlar genel itibariyle Türkiye'nin orta gelir tuzağı sürecini aşması için kamu teşvik mekanizmasının etkin hale getirilmesi için genel itibariyle gerekli olan noktalardır. Bu hususlar dikkate alınarak uygun bir teşvik yapısının oluşturulmasının Türkiye'nin orta gelir tuzağı sürecini aşmasına yardımı olacaktır.

**Sonuç**

Çalışmada orta gelir tuzağı kavramı üzerinde durulmuş ve bu kavram çerçevesinde Türkiye ekonomisinin durumu değerlendirilmiştir. Orta gelir tuzağı, orta gelir düzeyine ulaşmış ülkelerin bu gelir bandında sıkışıp kalması ve yüksek gelir düzeyine erişememesi olarak ifade edilebilir. Çalışmada Türkiye ekonomisi orta gelir tuzağı yönünden incelenmiş, bu bağlamda Türkiye ekonomisinin orta gelir tuzağı sürecinde olduğu ifade edilmiştir. Bu noktada Türkiye'nin kalkınan ve gelişmiş bir ülke haline gelmesi için orta gelir tuzağı sürecinden çıkması gerekmektedir. Bu açıdan çalışmamızda Türkiye'nin orta gelir tuzağından çıkışta etkin bir kamu teşvik mekanizması için yapılması gerekenler ortaya konulmaya çalışılmıştır. Buna göre Türkiye'nin orta gelir tuzağından çıkışında etkin kamu teşvik mekanizması için yapılması gerekenler şu şekilde sıralanabilir.

- Teşvik Mekanizmasının Tek Elden Yönetilmesi
- Sıkı Denetim (Aktif Denetim)
- Süre Kısıtı
- Teşviklerin Daha İyi Tanıtımı, Şartların Daha Net Belirlenmesi
- Objektif Değerlendirme
- Prosedürlerin Azaltılması
- Niteliğe Önem Verilmesi, Sonuç Odaklı Teşvik Mekanizması
- Teşvik Ortak Veri Tabanının Oluşturulması

Sonuç olarak çalışmada yer verilen kamu teşvik mekanizmasının daha etkin hale getirilmesi için öngörülen sistematik uygulamaya geçirilmesi halinde Türkiye'ye orta gelir tuzağı sürecinin aşılmasında katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

# KAYNAKÇA

19 Haziran 2012 Tarih ve 28328 Sayılı Bakanlar Kurulu Kararı

Türk Stat (2017), https://www.tuik.gov.tr/Home/Index, Erişim Tarihi:01.10.2017.

Akbulut, G. Yıldız, B. (2017), "Orta Gelir Tuzağından Çıkışta Teşvik Politikalarının Etkililiği: Türkiye Örneği", *The Journal of İnternational Scientific Researches*, 2 (4), s.54-71.

Akçay, A. Ö. Erataş Sönmez, F. (2016), "Avrupa Birliği Borç Krizinin Türkiye Ekonomisine Etkileri GVAR Analizi", *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:5, Sayı:10, s.1-18.

Alçın, S. Güner, B. (2015), "Orta Gelir Tuzağı: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme", Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:XXXVII, Sayı:I, s.27-45.

Ar, M. (2009), *"KOBİ'lere Verilen Teşvik ve Destekler Kapsamında KOSGEB Konya Örneği"*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

Atik, H. (2015), "Türkiye İçin Orta Gelir Tuzağından Kurtuluş Önerileri", *Sosyoekonomi Dergisi*, Vol: 23(26), s.165-174.

Başer, D.İ. (2015), *"KOBİ'lerin Finansmanında Teşviklerin Yeri ve Önemi Denizli'de Teşvik Uygulaması"*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

Bayar, G. (2016), "Türkiye ve Orta Gelir Tuzağı: Eğitimin Önemi", *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 34, s.45-78

Buyrukoğlu, S. (2014), *"Yatırım Teşvik Politikaları ve Makroekonomik Etkileri: Türkiye İçin Amprik Analiz"*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi) , Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

Carnovale, M.(2012), "Developing Countries and the Middle-Income Trap: Predetermined to Fall?", *New York University Leonard N. Stern School of Business*.

Duran, M. (1997), "Türkiye'de Uygulanan Yatırım Teşvik Politikalarının Değerlendirilmesi (1980-1995)", (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Dürüs, İ. (2005), *"Türkiye'de Vergi Teşvik Önlemleri, Mahiyeti ve Etkinliği"*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Egawa, A.(2013), "Will Income Inequality Cause A Mıddle-Income Trap in Asia?", *Bruegel Working Paper 2013/06*.

Eğilmez, Mahfi, "Orta Gelir Tuzağında Son Durum", http://www.mahfiegilmez.com/2017/05/orta-gelir-tuzagnda-son-durum.html, Erişim Tarihi:15.11.2017.

Erer, B. (2018), *"Orta Gelir Tuzağı: Gelişmiş Bir Türkiye İçin İşletmelerimizin Yapısal Dönüşümü Üzerine Bir Model Önerisi"* (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Felipe, J. Abdon A. Kumar, U. (2012), "Tracking the Middle-Income Trap: What is it, Who is in it, and Why?", *Levy Economics Institute of Bard College Working Paper. 715*.

Gill, İ., Kharas, H. (2007), "An East Asian Renaissance Ideas for Economic Growth", The International Bank for Reconstruction and Development, *The World Bank.*

Gürsel, S. Soybilgen, B. (2013), "Türkiye Orta Gelir Tuzağının Eşiğinde", *Betam Araştırma Notu: 13/154*, İstanbul.

Karanfil, M. (2016), "Ar-ge Harcamalarının Orta Gelir Tuzağı Üzerine Etkisi: Avrupa Birliği ve Türkiye İçin Panel Veri Analizi", *Journal of Life Economics*, Sayı:20, s.219-234.

Kayalıdere, G. Özcan, P.M. Tepekule, U. (2016), "Orta Gelir Tuzağını Önlemede Vergi Politikalarının Rolü", *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt:5, Sayı:7, s.1905-1915.

Kılıç, A. (2015) *"Türkiye'de Uygulanan Yatırım Teşvik Politikaları ve Çorum İlinde Bir Uygulama"*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Koçak, E. Bulut, Ü. (2014), "Orta Gelir Tuzağı: Teorik Çerçeve, Ampirik Yaklaşımlar ve Türkiye Üzerine Ekonometrik Bir Uygulama", *Maliye Dergisi,* Sayı:167, s.1-21.

Kozlu, C. (1994), *Türkiye Mucizesi İçin Vizyon Arayışları ve Asya Modelleri*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 1994.

Lin, J. Y. Triechel, V. (2012) "Learning from China's Rise to Escape the Middle Income Trap A New Structural Economics Approach to Latin America", *The World Bank Policy Research Working Paper. 6165*.

Ohno, K. (2009), "The Middle Income Trap: Implications for Industrialization Strategies in East Asia and Africa", *GRIPS Development Forum.*

Organ, İ. (1998), *"Türkiye'de Uygulanan Teşvik Politikaları ve Denizli Örneği"*, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

Öz, E. Göde, B. (2015), "Orta Gelir Tuzağı ve Türkiye'nin Konumu", *Maliye Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, s.77-93.

Özdaş, Y. (2009), *"Türkiye'de Uygulanan Yatırım Teşvikleri ve Diyarbakır Bölgesinde Bir Araştırma",* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Robertson, P. E. Ye, L. (2013) "On the Existence of a Middle Income Trap", *University of Western Australia Economics Discussion Paper,* 13-12.

Sak, G. (2010), "Çok Alametler Belirdi: Türkiye Sanayisizleşiyor.", *TEPAV (Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı)*, İstanbul.

Sönmez, A. (2001), *Doğu Asya "Mucizesi" ve Bunalımı*, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Taşçı, K., Özcan, M.K.(2014), "Türkiye'de Bölgeler İtibariyle Orta Gelir Tuzağı", *İşveren Dergisi*, Cilt:52, Sayı:2, s.51-57.

Tatar Candan, G. Yurdadoğ, V. (2017), "Türkiye'de Maliye Politikası Aracı Olarak Teşvik Politikaları", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 27,s.154-177.

The World Bank (2012), "China 2030 Building a Modern Harmoniousand Creative Society", The *World Bank Development Research Center of the State Council*.

The Worldbank, (2023-1), ,https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups, Erişim Tarihi:01.03.2023.

The Worldbank, (2023-2), https://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD?locations=TR, Erişim Tarihi:01.03.2023.

Tho, T. V. (2013), "The Middle-Income Trap: Issues for Members of the Association of Southeast Asian Nations", *VNU Journal of Economics and Business*, 29(2), s.107-128.

Uyanık, C. C. (2015), "Orta Gelir Tuzağı ve Türkiye'nin Konumu Açısından Bir Değerlendirme", *Sosyoekonomi Dergisi*, Vol: 23(26), s.175-186.

Woo, W. T. (2012), "China Meets the Middle Income Trap: The Large Potholes in the Road to Catching Up", *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 10:4, s.313-336.

Yavan, N. (2011), "Teşviklerin Sektörel ve Bölgesel Analizi Türkiye Örneği", *Maliye Hesap Uzmanları Vakfı Yayın No: 27*, Ankara.

Yavuz, E. (2017), "Maliye Kuramı Bağlamında Türkiye'de Orta Gelir Tuzağı Sorunsalının Analizi", *Social Sciences*, 12(2), s.78-101.

Yayar, R., Demir, Y. (2012), "Bölgesel Kalkınma ve Yatırım Teşvikleri: Tokat İlinde Bir Uygulama", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı:39, s.119-146.

Yeldan, E. Taşçı, K. Voyvoda, E., Özsan, M.E. (2012), "Orta Gelir Tuzağından Çıkış: Hangi Türkiye?", *Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu*, İstanbul.

# BÖLÜM 9

## ÖRGÜTSEL ADALET VE ÖRGÜTSEL SESSİZLİK ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

*Meryem GÜL*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Düziçi MYO, meryemgul@osmaniye.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3668-6879.

## GİRİŞ

Günümüzde bireyler, çevrelerinde olup biten olayların ne derece adil olduğunu sorgulamakta ve karşılaşılan adaletsizliklere farklı şekillerde tepkide bulunmaktadırlar. Bireylerin günlük yaşamlarında adalet algılarını en çok değerlendirdikleri ortam, çalıştıkları örgütler olmaktadır. Örgütlerdeki personel seçimi, performans değerleme, ödüllendirme, ücretlendirme, görevlendirme, eğitim programları, terfi, yetkilendirme ve iş ile ilgili malzemelerin temini gibi uygulamalar çalışanların adalet algıları üzerinde etkili olmaktadır. Çalışanlar, aldıkları ücretin adil olup olmadığı, yöneticilerin adil davranıp davranmadığı ve ödüllerin adaletli bir şekilde dağıtılıp dağıtılmadığı konularındaki algıları nedeni ile örgüte karşı bazı davranış kalıpları geliştirmektedir. Bu durum, örgütsel adalet kavramının öneminin artmasına neden olmuştur (İyigün, 2012: 50).

Örgütsel adalet, çalışanların adil muamele algısı, çalışanlar ve örgütleri arasındaki sosyal ve ekonomik alışveriş algısı, ödüllerin dağıtılmasına ilişkin kurallar dizisi gibi farklı şekillerde tanımlanmaktadır (Ölçer ve Çoşkun, 2022: 5). Örgütsel adalet, işyerinde uygulanan süreçler ve çalışanların elde edilen sonuçlara ilişkin algılarıdır. Çalışanlar, kendilerini diğer çalışanlarla kıyaslar ve gördükleri muamelenin adil olduğunu düşünürlerse örgütsel adaletin var olduğunu algısına sahip olurlar. Kurum içi uygulamaların adil olduğunu düşündüklerinde, daha fazla moral ve motivasyonla çalışarak performanslarını artırırlar (Yavuz, 2022:226). Eğer çalışanlar, çevrelerinde meydan gelen olayları adil olarak değerlendirmez ise bazen alınan kararlara karşı çıkarak ya da onaylamayarak tepkiler verebilmekte, bazen de olaylar karşısında sessiz kalarak pasif davranma şeklinde tepkide bulunmaktadır. Nitekim bireyin olaylar karşısında sessiz kalma davranışını tercih etmesi de bir tepki olarak görülmektedir (Serinkan ve Mengüloğlu, 2021: 30).

Örgütsel sessizlik, çalışanların olumsuz bir eleştiri almamak ya da oluşabilecek tepkilerden dolayı bilinçli olarak örgüt ile ilgili bilgi, fikir, görüş ve önerilerini bilinçli olarak saklamasıdır. Örgütlerde çalışanlar; işini kaybetme korkusu, dışlanmaktan kaçınma, utanç duymaktan korkma veya örgüt kültüründeki ahlaki kurallar nedeni ile sessiz kalmayı tercih etmektedir (Kıranlı-Güngör ve Potuk, 2018: 725). Fikir ve düşüncelerinin örgüt açısından önemsiz olduğu algısına sahip olan çalışanlar, fikir ve düşüncelerini dile getirdiğinde olumsuz tepki alacağını düşünerek sessiz kalmayı tercih etmektedir. Bu durum, örgüte katkı sağlayacak fikir ve düşüncelerin ortaya çıkmasını engelleyecek ve verimliliği düşmesine neden olacaktır. Örgüt içerisinde fikir ve düşüncelerini açıkça dile getirebilen çalışanlar, örgütün gelişiminde doğrudan katkıda bulunduğundan örgütlerde çalışanların sessizliği istenmeyen bir durumdur (Şahin, 2020: 104).

Bu çalışmada, örgütsel adalet ve örgütsel sessizlik kavramları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. İlk olarak, örgütsel adalet kavramı ve örgütsel adaletin boyutları olan dağıtımsal adalet, işlemsel (prosedürel) adalet ve etkileşimsel adalet kavramları açıklanmıştır. Sonrasında ise çalışmanın diğer değişeni olan örgütsel sessizlik kavramı ve örgütsel sessizliğin boyutları olan kabullenici sessizlik, savunma sessizliği ve prososyal sessizlik kavramları açıklanmıştır.

## 1.ÖRGÜTSEL ADALET

Adalet kavramı, doğruluk ve haklılığın ifadesi olarak kullanılmaktadır. Adalet kavramının kökünü oluşturan "adl" sözcüğü İngilizcedeki "justice""in karşılığını oluşturmaktadır. Justice sözcüğünün kökünü oluşturan just ise, bir düzenin ya da sistemin iyi işleyebilmesi için gerekenlerin yapılması olarak tanımlanmaktadır. Adalet kavramı, günlük yaşamda kişilerin dürüstlüğünü, bir hareketin ya da davranışın adalete uygunluğunu ifade etmektedir. Adalet kavramı örgütsel ortamlarda ise, yöneticilerin adil veya adaletli olma durumunu tanımlamak için kullanılmaktadır (İçerli, 2010: 68-69). Örgütsel adalet, örgüt içerisinde gerçekleşen dağıtımların, bu dağıtım süreçlerinin ve prosedürlerinin çalışanlar tarafından adaletli bir şekilde algılanması süreci olarak ifade edilmektedir (Oğuzhan, 2021: 1401). Örgütsel adalet; ücretlerin, terfilerin ve çalışanlara verilen cezaların nasıl uygulandığı, örgütsel kararların nasıl alındığı, bu kararların çalışanlarla nasıl paylaşıldığı ve çalışanların üst yönetime yönelik algıları ile ilgili bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Sarrafoğlu ve Günsay, 2020: 86). Örgütsel adalet genel olarak, örgütün çalışanlarına ne ölçüde adil ve saygılı davrandığına, yeterli ve doğru bilgi sağladığına ilişkin çalışanların algılamaları olarak da ifade edilmektedir (Ranto vd., 2022: 88).

Örgütsel adalet ile ilgili çalışmaların Adams'ın Eşitlik Teorisi ile başladığı görülmektedir. Eşitlik teorisi, çalışanların iş başarısı ve tatmin olma derecesinin çalıştığı ortam ile ilgili olarak algıladığı eşitlik veya eşitsizlik durumu ile ilgili olduğunu varsayan bir teoridir. Bu teoride, örgütlerde çalışan bireyler kendi çabaları sonucu elde ettikleri kazanımları, diğer örgütlerde ve benzer işleri yapan çalışanların elde ettikleri kazanımları ile karşılaştırmakta ve bu karşılaştırma sonucunda işi, yöneticisi ve örgütü ile ilgili tutumlar geliştirmektedir. Geliştirilen bu tutum sonucunda çalışanın örgütteki adalet ile ilgili bir algılaması ortaya çıkmaktadır. Buradan hareketle, çalışanın örgütteki uygulamalar ile ilgili olarak adalet algılaması, örgütsel adalet olarak tanımlanmaktadır (Özdevecioğlu, 2003: 78).

Çalışanlar, kendilerine verilen görevlerin, ödüllerin ve cezaların adil olup olmadığı konusunda belirli bir yargıya varırlar ve bu yargı doğrultusunda örgüte karşı belirli bir tutum geliştirirler. Çalışanların, yöneticileri, çalışma arkadaşları, örgütle olan ilişkileri ve örgüt içerisinde gerçekleşen

alışverişler örgütsel adalet algısının oluşmasını sağlar. Sosyal mübadele teorisi ve karşılıklılık normu, çalışanların örgüt yöneticilerinden gördükleri adil muameleye karşılık vermek için hem rol içi hem de ekstra rol faaliyetlerini gerçekleştirdiğini varsaymaktadır. Buna göre, çalışanlar örgütsel uygulamaların adil ve tutarlı olduğunu algıladıklarında; bu durum çalışanlara örgütün onların refahına değer verdiğini düşündürmekte, çalışanların örgütün taktiksel hedeflerine ulaşılmasına yardımcı olacak davranışlar sergilemelerine yol açmakta, çalışanların örgütün etkinliğini ve performansını iyileştirmek için daha fazla çaba harcamaya istekli olmasını sağlamakta, çalışanların amaçları ile örgütün amaçları arasında bir dengenin kurulmasını desteklemekte, işgücü devir hızını azaltmakta, çalışanın verimliliğini artırmakta, örgütsel bağlılığı artırmakta, çalışanların yöneticilerinden daha fazla memnun olmasını sağlamakta, çalışanların motivasyonu ve performansını olumlu yönde etkilemekte, çalışanların örgüte daha fazla güvenmelerini ve kendilerini değerli hissetmelerini sağlamaktadır. Öte yandan, çalışanlar örgütlerinin kendilerine davranış biçimini adaletsiz olarak gördüklerinde, olumsuz tepki verme olasılıkları daha da yükselerek kaytarma, devamsızlık vb. olumsuz durumlar ortaya çıkmaktadır (Kurtulmuş ve Karabıyık, 2016; 460; Choudhry vd., 2011: 20; Yavuz, 2022: 220).

### 1.1.Örgütsel Adaletin Boyutları

Örgütsel adalet ile ilgili literatür incelendiğinde, örgütsel adaletin boyutları ile ilgili bir uzlaşmanın olmadığı görülmüştür. Temelde örgütsel adalet kavramı; ücret, terfi, ödül ve cezanın dağıtımına ilişkin sonuçların adilliği (dağıtımsal adalet) ve dağıtımdaki çıktıların tespit edilmesinde kullanılan karar alma süreçlerinin adilliği (işlemsel adalet) olarak iki boyutta ele alınmıştır. Sonraki çalışmalarda, örgütsel işlemler sırasında yöneticilerinin çalışanlara yönelik davranışlarındaki adilliği (etkileşimsel adalet) boyutu eklenmiştir. Daha sonraki zamanlarda ise etkileşimsel adalet boyutu kişilerarası adalet ve bilgisel adalet olarak ele alınmış ve örgütsel adalet dört boyutta sınıflandırılmıştır (Acaray, 2019: 199-200). Bu çalışmada ise literatürdeki çalışmalar (Doğan ve Oğuzhan,2022; İyigün, 2012; Kavak ve Kaygın, 2018; Kılınç, 2018; Kurtulmuş ve Karabıyık, 2016; Oğuzhan, 2021; Özdevecioğlu, 2003; Wiseman ve Stillwell, 2022) temel alınarak örgütsel adalet; dağıtımsal, işlemsel ve etkileşimsel adalet olmak üzere üç boyutta değerlendirilmiştir.

#### 1.1.1 Dağıtımsal Adalet

Örgütsel adalet kavramı, ilk olarak 1960'lı yıllarda dağıtımsal adalet bağlamında ele alınmıştır. Dağıtım adaleti kavramı, Adams'ın tarafından ortaya konulan Eşitlik Teorisinden büyük ölçüde etkilenmiştir. Bu teori, kaynak ve ödüllerin çalışanlar arasında eşit bir şekilde dağıtılmasını var-

saymaktadır. Bu teoriden hareketle, çalışanlar örgüte yaptıkları katkılar ile elde ettikleri kazanımları diğer çalışanların kazanımları ile karşılaştırmaktadır. Bu işlem sonucunda, katkı ve kazanımların eşit olması örgüt içerisinde adil bir ortamın olduğu algısı oluşturmaktadır. Fakat yapılan işlem sonucunda, katkı ve kazanımların eşit olmaması, örgüt içerisinde adaletin olmadığı algısı oluşturmakta ve bu durum çalışanları rahatsız etmektedir (Kavak ve Kaygın, 2018: 35).

Dağıtımsal adalet, örgütte üst yönetim tarafından alınan kararların ve buna bağlı kalınarak yerine getirilen uygulamaların çalışanlar tarafından adil algılanması olarak tanımlanmaktadır. Dağıtımsal adalet; görevler, ürünler, hizmetler, ödüller, ücretler, statüler, fırsatlar ve terfiler gibi her türlü kazanımların çalışanlar arasındaki adil dağılımını ifade eden örgütsel adalet boyutudur. Dağıtımsal adalet, örgütte çalışanın elde ettiği çıktı ile hak ettiğini kıyaslaması sonucu oluşan bir adalet algısıdır. Eğer bir örgütte çalışan, örgütün ücret, terfi ve ödül gibi çıktıları adaletli bir şekilde dağıttığını düşünüyorsa o örgütte dağıtımsal adalet seviyesinin yüksek olduğu söylenebilir (Kılınç, 2018: 3078).

Dağıtımsal adalette, çalışanlar yalnızca kendilerine değil örgütte çalışan herkese hakkının verilmesi gerektiğini savunmaktadır (Oğuzhan, 2021: 1401). Dağıtımsal adaletin uygulandığı örgütlerde, yöneticiler performansa dayalı olarak ödül ve cezaları eşit bir şekilde dağıtır. Örgütte daha çok performans sergileyen çalışanlar, örgütün amaçlarına katkıları ve örgüt amaçlarından uzaklaşmaları ölçüsünde ödüllendirilir ya da cezalandırılır. Dağıtımsal adaletin uygulandığı örgütlerde yaş, cinsiyet, din ya da ırk gibi sübjektif özelliklere dayalı olarak ödül, ceza ve terfilerin verilmemesi gerekir (İşcan ve Nakdiyok, 2004: 187).

### 1.1.2. İşlemsel (Prosedürel) Adalet

Örgütsel adaletin işlemsel adalet boyutu, çalışanlar için örgütsel çıktıların yanında bu çıktıların dağılımına nasıl ve hangi süreçlerle ulaşıldığının öneminin anlaşılması sonucunda ortaya çıkmıştır. İşlemsel adalet, örgütte alınan kararların nasıl alındığına ilişkin süreçleri inceleyen bir kavramdır (Öztürk ve Vatansever, 2020: 3616). İşlemsel adalet, çalışanların karar alma sürecine katılımlarına ilişkin algılarını ifade eder ve karar verme sürecinin adilliği, nesnelliği veya tarafsızlığını yansıtır (Sarrafoğlu ve Günsay, 2020: 86). İşlemsel adalet, yönetimin sonuçları belirlemek için uygun ve adil karar verme prosedürlerini benimseyip benimsemediğini belirleyen süreci ifade eder. Uygun prosedürler, çalışanlara kurum ve onu uygulayan yetkililer tarafından saygı duyulduğunu ve değer verildiğini gösterir (Ranto vd., 2022: 88).

İşlemsel adalet, karar verme sürecindeki adalet algısı olarak ifade edilmektedir. Bu adalet türü, yönetimin aldığı kararların gerekçelerinin

haklı olduğu algısına dayanmaktadır. işlemsel adalet kavramı, bir kişinin kendisi veya başkaları ile ilgili karar vermede prosedür ve yöntemlerin doğruluğu veya yanlışlığı hakkındaki değerlendirmesine dayanmaktadır. İşlemsel adalet, ödüllendirme veya cezalandırma sürecinde uygulanan kural ve düzenlemelere ilişkin eşitlik algısına dayanmaktadır (Choudhry vd., 2011: 19).

Örgütlerde çalışanlar, kuruluşlarında kararların sonuçları ile ilgilendiği gibi kararların nasıl alındığıyla da ilgilenmektedirler. Bu durum işlemsel adaletin önemini ortaya çıkarmıştır. Karar verme sürecinin adil olduğu algısı olarak ifade edilen işlemsel adalet kavramı, çalışanların iş yerinde adalet değerlendirmelerini etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Örgütte alınan kararların sonucu, olumlu olsa bile çalışanlar karar verme süreçlerinin adilliğini önemsemektedirler. Örgütlerde, karar süreçleri düzeltmeye izin vermediğinde ve çalışanların çıkarları yeterince temsil edilmediğinde çalışanların adalet algıları bu durumdan zarar görmektedir (Wiseman ve Stillwell, 2022: 1289). Bu nedenle, örgütlerde, işlemsel adaletin sağlanması için ilk yapılması gereken şey prosedürlerin tutarlılığına önem verilmesidir. Benzer davranışlara eşit muamelede bulunulması örgütlerde benimsenen prosedürlerin adil olduğunu göstermektedir. Adil ve kesin bir karara ulaşmak için prosedürleri uygulayan kişilerin tarafsız olması gerekmektedir. Ayrıca çalışanların karar verici olan üst yönetime inancı ne kadar fazla ise çalışanlar, karar verme sürecini o oranda adil olarak görmektedir. Kararlardan doğrudan etkilenen çalışanların, karar alma süreçlerinde söz sahibi olması, kararlara katılım göstermesi, ve çalışana süreçte temsil hakkı verilmesi ile işlemsel adalet sağlanabilmektedir (Rahman vd., 2016: 191).

### 1.1.3. Etkileşimsel Adalet

Etkileşimsel adalet, yöneticilerin çalışanlara yönelik tutum ve davranışları ile kural ve prosedürlerin nasıl uygulandığı ile ilgili bir adalet boyutudur (Sarrafoğlu ve Günsay, 2020: 86). Etkileşimsel adalet, örgüt yöneticilerinin ve üst düzey yetkililerin kararlarını yerine getirirken davranışlarıyla, yani yetkilerine, kararlarına ve eylemlerine tabi olanlara nasıl davrandıkları ile ilgili bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Etkileşimsel adalet, karar vericilerin çalışanlarına saygı ve duyarlılıkla davrandığında ve kararların gerekçelerini etraflıca açıkladığında gelişen bir örgütsel adalet boyutudur (Srivastava, 2015: 669).

Etkileşimsel adalette, çalışanlar, örgütün karar verirken kullanılan yöntemlerin neler olduğu ve bu yöntemlere ne derecede bağlı kalındığına bakmak yerine, prosedürler uygulamaya koyulurken çalışanlara yeterli bilgilendirme yapılıp yapılmadığına bakmakta ve kendilerine nasıl muamele edildiği ile ilgilenmektedir. Etkileşimsel adalette, çalışanlar için

önemli olan örgütün kendilerine nasıl davrandığıdır. Etkileşimsel adalette, çalışan ve örgüt arasında saygı, dürüstlük ve nezakete dayalı bir iletişim sürecinin olması gerekmektedir. Çünkü çalışanlar, kendilerine saygılı davranılan bir ortamda kendilerini mutlu ve güvende hissetmekte ve değer gördükleri bir örgütte çalışmaya daha istekli olmaktadırlar (Şan ve Yalçıntaş, 2017: 504).

Etkileşimsel adalet, örgütlerde kişiler arası ilişkiler ile ilgili olup dağıtım kararından etkilenecekler ile dağıtım kaynağı arasındaki etkileşim çerçevesinde şekillenmektedir. Bu bağlamda, etkileşimsel adalet kişilerin süreçleri uygulayış biçiminin farklı olmasının çalışanların farklı tepkiler vermesine neden olduğu düşüncesinin ortaya çıkması ile ilgili çalışmaların başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Örgütlerde iletişim ve etkileşim hem çalışanlar için hem de yöneticiler için önemli görüldüğünden, etkileşimsel adalet, genel olarak literatürde karar vericilerin çalışanlarına karşı saygılı ve duyarlı davranmasını vurgulamaktadır. (Özçınar vd., 2015: 157).

## 2.ÖRGÜTSEL SESSİZLİK

Yoğun rekabetin yaşandığı günümüz iş dünyasında örgütler, müşterilerinin ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayabilmek için deneyimli, sorumluluk sahibi, yaratıcı, motive olmuş, kendini işine adamış, bilgili ve bunu paylaşmaya istekli yenilikçi çalışanlara ihtiyaç duymaktadır. Örgüt çalışanlarının bu özelliklere sahip olması ile yönetsel engeller ortadan kalkacak ve çalışanlar örgütün desteğini alacaktır. Çalışanlar, fikirlerinin önemsendiği, kararlara katılımlarının sağlandığı, kendilerine değer verilen ve örgütsel adaletin sağlandığı ortamlarda daha verimli ve etkili çalışmaktadır. Bu durumun aksine çalışanlar herhangi bir sorun veya fırsatla karşılaştıklarında, kendilerini doğabilecek zarar ve tehlikelerden korumak adına bilinçli olarak bazen susma davranışı gösterebilmektedirler (Kanbur, 2018: 382). Bir örgütün üyelerinin çoğu örgütsel konularda sessiz kalmayı seçtiğinde, sessizliğin örgütsel sessizlik olarak adlandırılan kolektif bir davranışa dönüştüğü öne sürülmektedir (Ehtiyar ve Yanardağ, 2008: 52).

Örgütsel sesin karşıtı olan örgütsel sessizlik, çalışanların örgütsel konulardaki fikirlerini özgürce ifade edememesi olarak tanımlanmaktadır (Coban ve Sarikaya, 2016: 145). Örgütsel sessizlik kavramı, genellikle çalışanların örgütsel sorunlar ya da kendilerini ilgilendiren konular hakkında düşüncelerini, kaygılarını ve önerilerini dile getirmemeleri olarak ifade edilmektedir. Bazı çalışanlar, işleriyle ilgili çeşitli sorunlarla karşılaştıklarında her zaman başkalarıyla, özellikle üst yönetim ile herhangi bir bilgiyi paylaşmak istemezler. Çalışanlar bazen de maliyet-fayda analizi yaparak konuşmak yerine sessiz kalmayı tercih edebilmektedirler (Cetin, 2020: 2). Ölçer ve Çoşkun (2022: 6) göre örgütsel sessizlik iki durumda ortaya çık-

maktadır. Birincisi, çalışanın örgütün mevcut durumunu değiştirme arzusunun olmaması; ikincisi, mevcut durumu değiştirme gücüne sahip olduğu düşünülen kişilere düşüncelerinin aktarılmamasıdır. Buradan hareketle örgütsel sessizliğin aktif, bilinçli ve amaçlı bir davranış olduğu söylenebilir.

Örgütlerde çalışanların sessiz kalmasında bireysel, sosyal ve örgütsel unsurlar etkili olmaktadır. İnsanların önyargıları ve mevcut durumlarını devam ettirme isteği bireysel unsur; yönetici davranış ve tutumları, örgüt iklimi, grup düşüncesine uymak ve belirgin olmayan sorumluluk örgütsel unsur; ekonomik durum ve toplumun kültürel değerleri sosyal unsur olarak örgütsel sessizliğe yol açmaktadır. Ayrıca çalışanların işini kaybetme korkusu, olumsuz haberi veren çalışan olmama isteği, konuşmanın hiçbir şeyi değiştirmeyeceğini düşünmesi, risk almak istememesi, öz yeterliliğinin az olması, terfi fırsatlarını kaçırma korkusu, insanlarla olan ilişkilerini bozmama düşüncesi ve ceza almak istememesi gibi unsurlar da örgütsel sessizliğe neden olabilmektedir (Meydan vd., 2015: 145).

Örgütsel sessizliğin, hem örgütsel açıdan hem çalışanlar açısından birçok olumsuz etkisi bulunmaktadır. Örgütsel sessizliğin olduğu durumda, örgütler çalışanlarının entelektüel katılımlarından fayda sağlayamaz, sorunlar tespit edilemez, geri bildirim olmaz, bilgiye doğrudan ulaşılamaz ve sorunlara yönelik çözümler yetersiz kalır. Bu durum, etkili karar verme, gelişme, değişim ve performans iyileştirmenin önünde engeller olarak görülmektedir (Bordbar vd., 2019: 202). Örgütsel sessizliğin çalışanlar üzerindeki etkileri ise örgütsel güven, bağlılık, aidiyet ve destek duygusunun azalması, işten ayrılma isteği, örgüt ile ilgili sorun ve şikâyetleri dile getirmede güçsüzlük vb. gibi durumların ortaya çıkmasıdır. Ayrıca örgütsel sessizliğin sağlık problemi, depresyon, alkol ve madde bağımlılığı gibi kişisel etkileri de bulunmaktadır (Ballı ve Çakıcı, 2016: 81).

### 2.1.Örgütsel Sessizliğin Boyutları

Çalışanların, örgüt ile ilgili fikir ve düşüncelerini kasıtlı olarak söylemekten çekindikleri ve dile getirmedikleri durumda örgütsel sessizlik kavramı ortaya çıkmaktadır. Çalışanların sessizlik davranışının altında yatan nedenler farklılık gösterebilmektedir. Bir diğer ifade ile çalışanların örgütsel sessizlik davranışı farklı sebeplerle ortaya çıkmakta ve bu davranışı gösterme şekli de farklılaşabilmektedir. Bu durum örgütsel sessizliğin farklı boyutlarının ortaya çıkmasına neden olmuştur (Şahin, 2020: 106-107). Literatürdeki çalışmalar (Ölçer ve Çoşkun, 2022; Yalçınsoy, 2017; Serinkan ve Mengüloğlu, 2021; Dyne vd., 2003; Ballı ve Çakıcı, 2016; Gül ve Özcan ,2011; Kılınç ve Ulusoy, 2014; Evren ve Sarpkaya, 2020) değerlendirildiğinde örgütsel sessizliğin kabullenici sessizlik, savunma sessizliği ve prososyal sessizlik olmak üzere üç farklı boyutta ele alındığı görülmektedir.

### 2.1.1.Kabullenici Sessizlik

Kabullenici sessizlik; öfke, korku ve sinizm gibi güçlü olumsuz duygulara dayalı olarak örgütteki diğer çalışanlardan fikir, bilgi ve düşüncelerin saklanması şeklinde ortaya çıkan bir kendini koruma biçimidir (Ölçer ve Çoşkun, 2022: 6). Kabullenici sessizlik, çalışanın fikir ve düşüncelerinin dikkate alınmayacağını düşünmesi, kendini yetersiz hissetmesi, davranışlarını alınan kararlara göre biçimlendirmesi olarak tanımlanmaktadır. Kabullenici sessizlik davranışı gösteren çalışanlar, örgüt içerisindeki durum ve koşulları olduğu gibi kabul etmektedir (Yalçınsoy, 2017: 4).

Kabullenici sessizlikte, çalışan sessizliğinin farkındadır ve mevcut durumla ilgili çeşitli seçenekler olduğunu bilir, ancak bir fark yaratamama duygusuyla yine de sessiz kalmayı tercih etmektedir. Sınırlı farkındalığı ve sorgulamadan kabullenmeyi ifade eden bu tür sessizlik, aynı zamanda çalışan uyumunun bir parçasıdır (Kılınç ve Ulusoy, 2014: 26). Kabullenici sessizlik, pasif davranışı içermektedir ve çalışanlar örgütsel süreçlere dâhil olmama eğilimindedir (Cetin, 2020: 3).

Kabullenici sessizlik, çalışanların mevcut durum ile ilgili bilgi, duygu ve düşüncelerini paylaşmaktan kaçınmalarıdır. Bu kişiler gerçekten mevcut durumla ilgisizdirler. Mevcut durumu kabul ederler ve mevcut durumu değiştirmek için konuşmaya, katılmaya veya çaba sarf etmeye istekli değillerdir. Kabullenici sessizlik davranışı sergileyen çalışanlar, örgütlerindeki koşulları olduğu gibi kabul etmektedir (Coban ve Sarıkaya, 2016: 147).

### 2.1.2. Savunma Sessizliği

Savunma sessizliği, çalışanların herhangi bir konuda görüşlerini açıklarken karşılaşabilecekleri tepkilerden korkmalarına bağlı olarak, kendilerini ve örgütteki konumlarını korumak amacıyla fikir ve düşüncelerini kasıtlı olarak gizlemesidir (Evren ve Sarpkaya, 2020: 802). Savunma sessizliği, çalışanın, konuşmanın sonuçlarından korktuğu için nefsi müdafaa ve önleyici amaçlarla sergilediği pasif ama bilinçli davranışlarını ifade eder. Savunma sessizliği, kendini dış tehditlere karşı korumayı amaçlar, savunmacı ve ileriye dönük bir davranıştır (Kılınç ve Ulusoy, 2014: 26).

Savunma sessizliği, korkuya dayalı bir kendini koruma biçimi olarak ilgili fikirleri, bilgileri veya görüşleri saklamak olarak ifade edilmektedir. Savunma sessizliği, kendini dış tehditlerden korumaya yönelik kasıtlı ve proaktif bir davranıştır. Kabullenici sessizliğin aksine, savunma sessizliği daha proaktiftir, farkındalığı ve alternatifleri göz önünde bulundurmayı içermektedir (Dyne vd.,2003: 1367). Gulluce ve Erkilic, (2016: 13) göre savunma sessizliği, duygu ve düşüncelerini paylaştıklarında karşılaşacaklarını düşündükleri sonuçlardan korkan çalışanların kendilerini korumak

için duygu ve düşüncelerini saklamalarıdır. Yapılan bazı araştırmalar, bireylerin sessiz kalmalarının temel faktörlerinden birinin korku duygusu olduğunu ortaya koymuştur. Bu korku duygusu, çalışanların sorunlarla ilgili düşüncelerini gizlemesine yol açmaktadır. Çalışanlar, yöneticilerin duymak istemeyeceği fikirleri paylaştığında zor duruma düşeceğini düşündükleri için, stratejik bir davranış olarak, imajını korumak adına sessiz kalmayı tercih edebilmektedir.

Serinkan ve Mengüloğlu (2021: 35) göre çalışanların savunma sessizliği davranışı göstermesinin nedeni, sorumlu tutulmaktan kaçınmak ve kendini koruma içgüdüsüdür. Buna göre, örgütte çalışanlar olumsuz geribildirimlerle karşılaşmamak için fikir ve görüşlerini dile getirmemektedir. Bu durum, örgüt içindeki sosyal ilişkilerin devamlılığı ve çatışmaların engellenmesi açısından olumlu görülse de, hem birey hem örgüt açısından olumsuz sonuçlara neden olmaktadır.

### 2.1.3. Prososyal Sessizlik

Prososyal sessizlik; topluma, örgüte ve diğer bireylere faydalı olmak için fedakârlık ve işbirliğine dayalı olarak iş hakkındaki fikir, bilgi ve görüşlerin gizlenmesidir. Başkalarını düşünerek yapılan bu davranışta, birey özveride bulunmakta ve örgüt ile diğer bireylerin menfaatini bilinçli olarak ön planda tutma anlayışı hâkim olmaktadır (Gül ve Özcan, 2011: 112; Cetin, 2020:3). Prososyal sessizlikte, çalışanlar, içeriden öğrenilen bilgileri dışarıdaki kişilere ifşa etmemek, başkaları hakkındaki kişisel bilgileri uygunsuz bir şekilde iletmemek ve sırları bozmamak gibi gizli ve özel bilgileri korumak amacıyla sessiz kalmaktadır. Prososyal sessizlikte, çalışanlar kasıtlı olarak, kuruluşla ilgili kaygılara dayalı ve kuruluşa fayda sağlamak amacıyla belirli fikirleri, bilgileri veya görüşleri açıklamamaya karar vermektedir (Dyne vd., 2003: 1368).

Prososyal sessizlikte, çalışanların konuştuklarında karşılaşabilecekleri olumsuz geri bildirimlerden çok diğer iş arkadaşlarının olumsuzluklarla karşı karşıya kalmaması için sessiz kalması durumu söz konusu olmaktadır. Prososyal sessizlik, oluşabilecek sorunlara katlanmak ve herhangi bir şikâyette bulunmadan çalışmaya devam etmek, örgüt yararına veya diğer çalışanlar yararına sessiz kalma davranışıdır. Bu tür durumlarda çalışanlar, örgütte birlik ve beraberliğin devamlılığını sağlamak adına görüşlerini açıklamaktan kaçınmaktadır (Yalçınsoy, 2017: 5).

Prososyal sessizlik, başkalarını düşünmeye dayalı olarak belirli konularda bilgi, fikir ve düşüncelerin açıklanmaması, örgütün ve diğer çalışanların yararına işbirliği yapılması olarak ifade edilmektedir. Prososyal sessizlik; çalışanların, örgüt çıkarları veya diğer çalışanların çıkarları gibi nedenlerle sessiz kalması açısından diğer sessizlik türlerinden farklılık göstermektedir. Bu doğrultuda prososyal sessizliğin, savunmacı sessizli-

ğin aksine, çalışanın kişisel çıkarlarından çok diğer bireylerin çıkarlarına hizmet ettiği söylenebilir (Evren ve Sarpkaya, 2020: 802; Gulluce ve Erkilic, 2016: 13)

## 3.ÖRGÜTSEL ADALET VE ÖRGÜTSEL SESSİZLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ

Günümüz rekabet koşullarında örgütlerin kâr etmesi yeterli olmamakta, örgütlerin varlığını sürdürmesi için hem iç hem de dış müşterilerini memnun etmesi gerekmektedir. Örgütler için rakipler tarafından taklit edilemeyecek en önemli sermaye unsuru insan kaynaklarıdır. Örgütlerin insan kaynaklarını verimli kullanabilmeleri izleyecekleri politikalara bağlıdır. Bu noktada örgütsel adalet kavramının önemi ortaya çıkmaktadır. Örgütsel adalet algısı çalışanlar üzerinde oldukça etkilidir. Örgütsel adalet, çalışanların, örgütteki işlem, işleyiş, dağıtım ve etkileşime ilişkin algısı olarak ifade edilmektedir. Çalışanlar örgütsel adalet algısı oluştururken kendilerine çeşitli ölçütler belirlemekte ve bu ölçütlere göre örgütün adil davranıp davranmadığını değerlendirmektedir (Altınkurt ve Yılmaz, 2010: 466). Örgütsel adaletin sağlandığı işletmelerde, çalışanlar daha mutlu, daha huzurlu ve işlerinden memnun olarak çalışabilmektedir. Örgütsel adaletin sağlanmadığı işletmelerde ise çalışanlar, tükenmişlik yaşamakta, performans ve motivasyonları düşmekte ve işten ayrılmalar meydana gelmektedir. Ayrıca bazı çalışanlarda, işe devam edip içine kapanıklık ve sessizlik hali oluşabilmektedir. Bu noktada çalışan sessizliği kavramı ortaya çıkmaktadır. (Yavuz, 2022:220).

Örgütsel sessizlik, çalışanların örgütlerinin karşı karşıya kaldığı önemli konu ve problemlere çözüm olabilecek bilgi ve düşüncelerini bilinçli olarak saklamasıdır (Önder, 2017: 670). Örgütsel sessizlik davranışı birçok problemlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Sessizlikten kaynaklanan olumsuz sonuçlar hem örgütün yapısına hem de çalışanlarına zarar vermektedir. Örgütsel sessizliğin yol açtığı sorunlar arasında çalışanların yeni fikir üretememeleri ve ilerleme gösterememeleri en dikkat edilmesi gereken sorunların başında gelmektedir (Erigüç vd., 2014:135). Ayrıca örgütsel sessizlik; düşük performans, düşük motivasyon, kalitesiz iletişim iklimi, artan iş devir oranı, yetersiz iş tatmini, düşük örgütsel bağlılık ve güven gibi olumsuz durumların ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Üçok ve Torun, 2015: 29).

Örgütsel adalet kavramı, çalışanların örgüt içerisindeki tutum ve davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahip olmakta ve çalışanların sessizliğini etkilemektedir. Örgütsel adalet ve örgütsel sessizlik kavramları ilk kez 1980'li yıllarda birlikte ele alınmıştır (Kara ve Beğenirbaş, 2021: 962). Literatürde örgütsel adalet ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkiyi araştıran birçok çalışmada (Doğan ve Oğuzhan, 2022; Serinkan ve Men-

güloğlu, 2021; Mirmohhamdi ve Marefat, 2014; Kara ve Beğenirbaş, 2021; Algün-Doğu ve Yılmaz, 2017; Meydan vd., 2015) örgütsel adalet algısının, sessizlik davranışı sergileme eğilimlerini önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Serinkan ve Mengüloğlu (2021: 46) göre çalışanlar dağıtımsal, işlemsel ve etkileşimsel konularda örgüt yöneticilerinin adaletli olmayan davranışlarda bulunduklarını algılamaları durumunda fikir ve görüşlerinin dikkate alınmayacağını düşünerek daha fazla sessiz kalma davranışına yönelmektedir. Bu nedenle, örgütsel adalet ve örgütsel sessizlik birbirleri ile karşılıklı etkileşim halinde olan iki faktör olarak görülmeli ve çalışanların sessizlik düzeyini düşüren, örgütsel adalet algısını geliştiren adımlar atılmalıdır. Meydan, Köksal ve Kara (2015: 144) göre çalışanların adalet algısı, sessizlik davranışı üzerinde etkili olan unsurlardan biridir. Örgütsel adalet algısı yüksek olan çalışanlar, adaletsizlik ile karşılaşmayacakları ve çevrelerini değiştirebileceklerini düşündükleri için sessizlik davranışı göstermeyecektir.

Doğan ve Oğuzhan, (2022: 197) tarafından yapılan çalışmada, örgütsel adalet ve örgütsel sessizlik arasında anlamlı ve negatif bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, örgütsel adaletin işlemsel adalet boyutu çerçevesinde, çalışanlar örgütsel kararların alınmasında adil davranıldığı algısı içerisinde olduklarında örgüte karşı olan bağlılıkları artırmakta ve örgütsel sessizlik davranışı sergilememektedir. Dağıtımsal adalet boyutunda ise adil bir ödüllendirme sistemi uygulandığını düşünen çalışanların, örgüte olan bağlılıkları artmakta ve olumsuz bir tavır göstermeyip sessizlik yolu seçilmemektedir. Örgütsel adaletin etkileşimsel boyutu odaklı anlayışta ise, çalışanlar örgüt içerisindeki bireysel ve sosyal ilişkilerin adaletli olduğunu düşündüklerinde, örgüte karşı bir bağlılık duymakta ve sessiz kalıp pasif bir tavır sergilemek yerine aktif bir tavır sergilemektedir.

Önder (2017) tarafından yapılan çalışmada, katılımcıların örgütsel adalet ve bağlılıkları arttıkça sessizliklerinin azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Yavuz (2022:219) tarafından yapılan çalışmada, örgütsel adalet ve örgütsel sessizlik kavramları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre çalışanların fikirlerini, önerilerini ve sorunlarını kolayca ifade edebilmeleri örgütün başarısı için kritik bir öneme sahiptir. Örgütsel adaletin olduğu işletmelerde çalışanların fikirlerini özgürce ifade edebildiği ve bu sayede sessiz kalma davranışlarının azalacağı düşünülmektedir.

Algün-Doğu ve Yılmaz (2017: 25) tarafından yapılan çalışmada örgütsel adalet algısının örgütsel sessizlik üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre çalışanların sessiz kalmalarına neden olabilecek faktörlerden birisi de örgütsel adalet algısıdır. Çalışanlar örgüt içerisindeki faaliyetlerin, uygulamaların ve alınan kararların adaletli bir şekilde

yerine getirildiğine inanırsa, bu durum çalışanlarda örgütsel adalet algısı oluşturmakta ve çalışanlar sessizlik davranışı göstermemektedir. Mirmohhamdi ve Marefat (2014) tarafından yapılan çalışmada örgütsel adalet düzeyi ile örgütsel sessizlik arasında anlamlı bir negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kara ve Beğenirbaş (2021: 968) tarafından yapılan çalışmada örgütsel adalet algısının örgütsel sessizlik üzerinde doğrudan etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, olumlu adalet algısının oluşması ve yöneticilere olan güven duygusunun artması çalışanlarda sessizlik davranışının azalmasına neden olmaktadır.

## SONUÇ

Örgütsel adalet, çalışanların işyerlerinde uygulanan süreçler ve elde edilen sonuçlara ilişkin algıları olarak ifade edilmektedir. Örgütsel adalet; ücretlerin, ödüllerin, cezaların, terfilerin nasıl uygulandığı, kararların nasıl alındığı, çalışanların üst yönetime olan algıları ile ilgili bir kavramdır. Çalışanlar, yöneticilerin adil davranıp davranmadığı, ödül ve cezaların adil uygulanıp uygulanmadığı ile ilgili olarak örgüte karşı bir takım davranış kalıpları geliştirmektedir. Çalışanlar, kendilerini diğer çalışanlar ile kıyaslamakta ve gördükleri muamelenin sonucunda örgütsel adaletin olup olmadığını sorgulamaktadır. Örgütsel adaletin var olduğu örgütlerde; iş tatmini, örgütsel bağlılık, motivasyon ve performans artışı sağlanmaktadır. Örgütsel adaletin olmadığı örgütlerde ise motivasyon, işe bağlılık, iş tatmini azalmakta ve işten ayrılmalar artmaktadır. Ayrıca bazı çalışanlarda içe kapanıklık ve sessizlik hali ortaya çıkmaktadır. Çalışanların olaylar karşısında sessiz kalmayı tercih etmesi de bir tepki olarak düşünülmektedir.

Örgütsel sessizlik, çalışanların örgütsel konudaki fikir, görüş ve düşüncelerini örgüt ile paylaşmaması veya açıklamaması durumu olarak ifade edilmektedir. Çalışanların örgütsel sessizlik davranışı farklı sebeplerle ortaya çıkmaktadır. Örgütlerde çalışanlar; korku, öfke ve sinizm gibi duygulara bağlı olarak, örgütteki konumlarını korumak, görüşlerini açıklarken oluşabilecek tepkilerinden kaçınmak, fedakârlık ve işbirliğine dayalı olarak örgüte ve diğer çalışma arkadaşlarına faydalı olmak için fikir ve görüşlerini gizlemeyi tercih etmektedir. Örgütsel sessizlik; bireysel, örgütsel ve sosyal açıdan bir takım olumsuz sonuçların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu nedenden dolayı örgütlerde çalışanların sessizliği istenmeyen bir durumdur.

Literatürdeki çalışmalar değerlendirildiğinde, örgütsel adaletin örgütsel sessizlik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Çalışanlar örgüt yörecilerinin adaletli olmayan davranışlarda bulunduklarını algılamaları durumunda, tepki göstermekten kaçınıp sessiz kalma eğilime girmekte, bilgi ve düşüncelerini paylaşmaktan kaçınmaktadır. Ör-

gütsel adaletin olduğu örgütlerde çalışanlar, düşüncelerini özgürce ifade edebilmekte ve bu sayede sessizlik davranışında azalma sağlanmaktadır. Çalışanların fikir, görüş ve önerilerini ifade etmeleri örgütün başarı için kritik bir önem arz etmektedir. Bu nedenle, kararlardan doğrudan etkilenen çalışanların karar alma süreçlerinde söz sahibi olması, karar verme süreçlerinin adaletli olması, ücret, terfi ve ödül gibi çıktıların adaletli bir şekilde dağıtılması, karar vericilerin çalışanlarına saygı duyması ve kararların gerekçelerini etraflıca açıklaması örgütlerde sessizlik davranışının azalmasında etkili olmaktadır.

Çalışmada, örgütsel adalet ve boyutları (dağıtımsal adalet, işlemsel adalet ve etkileşimsel adalet) ile örgütsel sessizlik ve boyutları ( kabullenici sessizlik, savunma sessizliği ve prososyal sessizlik) açıklandıktan sonra örgütsel adalet ve örgütsel sessizlik arasındaki ilişki literatürdeki çalışmalar kapsamında değerlendirilmiştir. Örgütsel adalet ve boyutları ile örgütsel sessizlik ve boyutları arasındaki ilişki ile ilgili nicel yöntemler kullanılarak, farklı örneklemler üzerinde araştırmaların yapılmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

# KAYNAKÇA


Acaray, A.(2019). Örgütsel Adalet ve Örgütsel Sinizm Arasındaki İlişkide Güç Mesafesinin Düzenleyici Etkisi, *International Journal of Economic and Administrative Studies*, (24):197-214.

Algün Doğu, G. & Yılmaz, B. (2017). Gençlik ve Spor Bakanlığı Merkez Teşkilatı Çalışanlarının Örgütsel Adalet ile Örgütsel Sessizlik Algıları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma, *CBÜ Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 12(1): 16-27.

Altınkurt, Y. & Yılmaz, K. (2010). Değerlere Göre Yönetim ve Örgütsel Adalet İlişkisinin Ortaöğretim Okulu Öğretmenlerinin Algılarına Göre İncelenmesi, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 16(4): 463-484.

Ballı, E. & Çakıcı, A. (2016). Otel İşletmelerinde Çalışanların Örgütsel Bağlılığının Örgütsel Sessizlikleri Üzerindeki Etkisi, *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 20(2): 79-98.

Bordbar, G., Shad, F.S., Rahimi, E. & Rostami, N. A. (2019). Effect of Organizational Silence on Employees' Productivity, *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 6(3): 198-207.

Cetin, A. (2020). Organizational Silence and Organizational Commitment: A Study of Turkish Sport Managers, *Ann Appl Sport Sci*, 8(2): 1-10.

Coban, H. & Sarikaya, M. (2016). A Research On The Relationship Between Organizational Silence and Burnout, *European Scientific Journal September*: 145-154.

Choudhry, N., Philip, P. J. & Kumar, R.(2011). Impact of Organizational Justice on Organizational Effectiveness, *Industrial Engineering Letters*, 1(3): 18-24.

Doğan, S. & Oğuzhan, Y.S. (2022). A Research on The Effect of Organizational Justice on Organizational Silence and Commitment to The Organizatıon, *Sivas Cumhuriyet University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 2 (1): 25-40.

Dyne, L.V, Ang, S. & Botero, I.C. (2003). Conceptualizing Employee Silence and Employee Voice as Multidimensional Constructs, *Journal of Management Studies*: 1359-1392.

Ehtiyar, R. & Yanardağ, M. (2008). Organızational Silence: A Survey On Employees Working in A Chain Hotel, *Tourism and Hospitality Management*, 14(1): 51-68.

Erigüç, G., Özer, Ö., Turaç, İ.S. & Sonğur, C. (2014). The Causes and Effects of The Organizational Silence: on Which Issues The Nurses Remain Silent?, *Int. Journal of Management Economics and Business*, 10(22): 131-153.

Evren, H.U. & Sarpkaya, P.Y. (2020). Organizational Silence from the Perspective of Instructors, *Educational Administration: Theory and Practice*, 26(4): 799-864.

Gulluce, A., C. & Erkilic, E. (2016). Analysis of Organizational Silence Attitudes of Hotel Operations' Employees by Structural Equation Model: Examplary of Rize Province, *European Scientific Journal July 2016 edition*, 12(19): 9-31.

Gül, H. & Özcan, N. (2011). Mobbing ve Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişkiler: Karaman İl Özel İdaresinde Görgül Bir Çalışma, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 1(2): 107-134.

İçerli, L. (2010). Örgütsel Adalet: Kuramsal Bir Yaklaşım, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(1): 67-92.

İşcan, Ö.F. & Nakdiyok, A. (2004). Çalışanların Örgütsel Bağdaşımlarının Belirleyicileri Olarak Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Adalet Algıları, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*: 181-201.

İyigün, N.Ö. (2012). Örgütsel Adalet: Kuramsal Bir Yaklaşım, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 21: 49-64.

Kanbur, E. (2018). Effect of Fear of Negative Evaluation of Employees on Organizational Silence, *Journal of Business Research,*10(1): 382-402.

Kara, A.U. & Beğenirbaş, M. (2021). Örgütsel Adaletin Örgütsel Sessizliğe Etkisinde Yöneticiye Duyulan Güvenin Düzenleyici Rolü, *Araştırma Makalesi*, 9(3): 956-975.

Kavak, O. & Kaygın, E. (2018). Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Muhalefet Davranışı Üzerindeki Etkisi, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*: 33-51.

Kılınç, E. (2018). İş görenlerin Örgütsel Adalet Algılarının Örgütsel Güven Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi, *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, 5(27): 3076-3089.

Kılınç, E. & Ulusoy, H. (2014). Investigation of Organizational Citizenship Behavior, Organizational Silence and Employee Performance at Physicians and Nurses, and The Relationship Among Them, *Business Management Dynamics*, 3(11): 25-34.

Kıranlı-Güngör, S. & Potuk, A. (2018). Öğretmenlerin Mobbing, Örgütsel Adalet ve Örgütsel Sessizlik Algıları ve Aralarındaki İlişki, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education)* 33(3): 723-742.

Kurtulmuş, M. & Karabıyık, H. (2016). Algılanan Örgütsel Adaletin Öğretmenlerin İşe Yabancılaşma Düzeylerine Etkisi, *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2):459-477.

Meydan, C.H., Köksal, K. & Uğurlu-Kara, A. (2015). Örgüt İçinde Sessizlik: Örgütsel Etik Değerlerin Etkisi Ve Adalet Algısının Aracılık Rolü, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3): 142 -159.

Mirmohhamdi, S.M. & Marefat, A. (2014). The Effect of Perceived Justice and Organizational Silence on Organizational Commitment, *International Re-*

*view of Management and Business Research*, 3(3): 1773-1789.

Oğuzhan, Y.S. (2021). Örgütlerde Kültür Örgütsel Adalet ve Sessizlik Arasındaki İlişkinin Kuramsal Açıdan İncelenmesi, *Erciyes Akademi*, 35(4): 1398-1408.

Ölçer, F. & Çoşkun, Ö.F. (2022). The Mediating Role of Organizational Silence in The Relationship Between Organizational Justice and Organizational Creativity, *Society and Business Review*: 1-24.

Önder, E. (2017). Ortaöğretim Okullarında Örgütsel Sessizliğin Yordayıcısı Olarak Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık, *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD*), 18(2): 669-686.

Özçınar, M.F., Demirel, Y. & Özbezek, B.D. (2015). Çalışanların Örgütsel Adalet Algıları ve Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 13; 150-171.

Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan Örgütsel Adaletin Bireylerarası Saldırgan Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 21: 77-96.

Öztürk, M. & Vatansever, K. (2020). Örgütsel Adalet ve Örgütsel Güvenin İşe Adanmışlık Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi: Alanya Belediyesi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi,* 12(4): 3613-3632.

Rahman, A., Shahzad, N., Mustafa, K., Khan, M.F. & Qurashi, F. (2016). Effects of Organizational Justice on Organizational Commitment, *International Journal of Economics and Financial Issues*: 188-196.

Ranto, D.W.P., Tjahjono, H.K., Muafi & Prajogo, W. (2022). The Influence of Organizational Justice on Interpersonal and Organizational Deviance: A Conceptual Paper, *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 3(2): 87-97.

San, İ. & Yalçıntaş, M. (2017). Örgütsel Adalet İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Ampirik Bir Çalışma, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*: 503-514.

Sarrafoğlu, G. B., & Günsay, M. M. (2020). The Effects of Organizational Justice and Organizational Silence on Job Satisfaction and Employees' İntention to Leave, *Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management,* 15(2): 85-97.

Serinkan, C. & Mengüloğlu, M.A. (2021). Örgütsel Adalet ve Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişkiler: Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesinde Görgül Bir Araştırma, *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies,* 8(2): 27-52.

Srivastava, U.R. (2015). Multiple Dimensions of Organizational Justice and Work-Related Outcomes among Health-Care Professionals, *American Journal of Industrial and Business Management*: 666-685.

Şahin, M. (2020). Örgütsel Sessizlik, İş Hayatında Örgüt Düşmanı Davranışlar, *Publisher: Eğitim Yayınevi*: 103-117.

Üçok, D. & Torun, A. (2015). Örgütsel Sessizliğin Nedenleri Üzerine Nitel Bir Araştırma, *İş ve İnsan Dergisi,* 2(1): 27-37.

Wiseman, J. & Stillwell, A. (2022). Organizational Justice: Typology, Antecedents and Consequences, *Encyclopedia,* 2: 1287-1295.

Yalçınsoy, A. (2017). Örgütsel Sessizlik ve Sonuçları, *The Journal of Social Science*, 1(1): 1-19.

Yavuz, A. (2022). The Relationship Between Organızational Justice and Employee Silence: A Study on Public Employees, *DOI 10.20544/HORIZONS.A.30.1.22.P16 UDC 35.08-057.16:005.32]:303.62(560):* 219-229.

# BÖLÜM 10

## ÇAĞDAŞ MALİYETLEME YAKLAŞIMLARI: ÜRÜN YAŞAM SEYRİ MALİYETLEME

*Önder GÜR*[1*]

1 [*]Öğretim Görevlisi Doktor, Kırklareli Üniversitesi, Babaeski Meslek Yüksekokulu, Finans, Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Kırklareli, Türkiye, ondergur@klu.edu.tr, Orcid: 0000-0003-3249-4300

## GİRİŞ

Üretilen hemen her ürünün bir yaşam süresi vardır. Her ürün birtakım çalışmalar sonucu piyasaya sürülmekte ve belirli aşamaları geçtikten sonra farklı nedenlerden kaynaklı olarak alıcı bulamamaktadır. Gerek yeni niteliklere sahip bir ürünün çıkması gerekse yerine getirdiği işlevin gereksizleşmesi sonucu talep görmediği için piyasadan çekilmektedir. Bir ürünün piyasadan çekilmesi, ürünün rekabet ortamına ve teknolojik gelişim hızına göre farklılık gösterebilmektedir. Bu nedenle ürün yaşam seyrinin (ÜYS), pazarlama yaklaşımlarıyla incelenmesi gerektiği gibi maliyet yönetimi açısından da incelenmesi bir ihtiyaç olarak doğmuştur.

Ürünün tasarımı, tasarımın iyileştirilmesi ya da tasarım değişikliği, maliyetinin ve pazara sunma süresinin azaltılması için geliştirilen yaşam döngüsü mühendisliği, günümüzün rekabetçi küresel pazarında bu sorunlara yönelik etkin çözüm sunan bir yaklaşım olarak doğmuştur. Bu yaklaşım ürün tasarlama, üretme, kullanma ve elden çıkarma da dahil olmak üzere yaşam seyrinde ortaya çıkan tüm maliyetlerle ile ilgilenmektedir (Lui & ark., 2008:1007). Bu yönüyle ürünün yaşamı boyunca oluşturduğu maliyetleri dikkate alındığı için dönemler itibariyle farklı bakış açıları ile ilişkilendirilebilir. Ürünün yaşam seyri maliyeti üreticinin, tedarikçinin, kullanıcının veya daha geniş bir vizyon ile bakılırsa toplumun bakış açısıyla değerlendirilebilir (Lindholm & Suomala, 2007:651).

Artık yönetim muhasebesinin de bir parçası olan bu yaklaşımla ürünün üretim maliyetleri kadar diğer evrelerinin maliyetlerini de dahil ederek ürünün yaşam seyrinin yönetilmesi hedeflenmektedir (Blocher & Stout & Cokins, 2010:12). Geleneksel maliyet yaklaşımları ile karşılaştırıldığında, ürün yaşam seyri maliyetleme (ÜYSM)'nin en belirgin özelliği "etkin maliyet bilgisi" üretme olduğu görülmektedir. Zamana karşı yarışılan bir ortamda yeni mamullerin düşük maliyetle, yüksek kalitede ve hızlı bir biçimde piyasa sunulmasını sağlama amaçlı üretilen bilgilerin işletmelere önemli bir rekabet avantajı sağlayacağı düşünülmektedir (Otlu & Kararca, 2005:245). Özellikle bir ürünün toplam yaşam seyrinin maliyetlerinin %70'den fazlasının tasarım aşamasında oluştuğu bilinmektedir. Yaşam seyrinin sonuçlarını dikkate alan tasarımcılar, ürünlerin maliyetlerini önemli ölçüde azaltabilirler (Seo & ark., 2002:461). Diğer yandan işletmeler satışını yapacağı ürünün yaşam evrelerini bilmesi, ürün geliştirme faaliyetlerinin daha iyi planlanmasına katkı sağlayacaktır. Bu durumun uzun vadede maliyetleri azaltacağı düşünülürse, elde edilen kârı artıracak ve diğer yandan rakiplerine karşı üstünlük de sağlamış olacaktır.

Ürünün yaşamı boyunca oluşan maliyetler, ürünün yaşam seyrinin analizini yapmayı beraberinde getirmiştir. Analiz yapılmasının amacı, üretilen ürünün uzun vadede sağlayacağı faydanın ölçülmesine dayan-

maktadır. Çünkü bu yaklaşımın temel prensipleri arasında yer alan sürdürülebilirlik ve çevreci düşünce yapısı ile uyuşmaması durumunda yapılan yatırım faydasız olarak görülmektedir. Bu nedenle ürün yaşam seyri analizi (ÜSYA), daha çok kamu alanında yapılmakla birlikte benimsenmesi nispeten yavaş olsa da ticari kuruluşların özellikle yatırım kararlarında kriter olarak kullanılmaktadır (Norris, 2001:118).

ÜYSA, ürün ömrünün farklı aşamalarında oluşan çeşitli sorunları ele almada başarılı olmaktadır. Ürünün tasarım alternatiflerinin değerlendirilmesinde, sistem gereksinimlerinin yapılandırılmasında ve üretim yaklaşımlarının geliştirilmesinde uygulanabilmektedir. Faaliyet halindeki bir sistemde, üretilen üründe yüksek maliyete neden olan kısımları tespit etmede ve maliyetlemesi sorunlu alanları belirlemede etkin bir şekilde kullanılabilir (Hussein, 2008:73).

Bu yaklaşım, üretilen ürünün çevre duyarlı ürün geliştirme çabası, çevre kirliliğinden kaynaklanan toplumsal maliyetleri azaltıcı çözümleri bulmada yardımcı olmaktadır. Ancak bu çözümler, daha pahalı ürün bileşenleri ve malzemeleri gerektirebileceğinden daha yüksek üretim maliyetlerine yol açabileceği de unutulmamalıdır (Lindholm & Suomala, 2007:652). Bu nedenle yaklaşıma bütünsel bakmak gerekir, yaşam seyri maliyetlemenin kapsamlı bir şekilde uygulanması ve faydalı sonuçların elde edilebilmesi için yaşam seyri maliyet analizi bu sürecinin ayrılmaz bir parçası olmalıdır.

Bu yaklaşım ilk olarak 1960'lı yıllarda Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Savunma Bakanlığı tarafından silah sistemlerinin daha etkili bir hale getirilmesi amacıyla kullanılmıştır (Güneş & Aksu, 2003:44). 1970'lerden bu yana yaşam seyri maliyetleme ABD, İngiltere, Japonya ve Almanya'da ilgi görmüş ve uygulama yapılmıştır (Okano , 2001:317). ÜYSM, dünya çapında endüstriyel mühendislik ekipmanlarında, teknolojik ürünlerde, uzay ve havacılık sistemlerinde doğrudan veya dolaylı olarak etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Bu yükseliş trendi rekabet, artan maliyetler ve bütçe kısıtları gibi nedenlerden kaynaklanmaktadır (Dhillon, 2010:27).

## 1. Ürün Yaşam Seyri

Bir ürünün yaşam seyri, ürün oluşturulduktan sonra bir ihtiyacın karşılanması ile nihai olarak elden çıkarılması arasındaki zaman aralığı olarak tanımlanabilir. Bir ürünün ömrü ise hem ana bileşenlerinin arızalanmasından hem de gerekli hizmeti sağlamaya devam etme şeklinden etkilenebilmektedir (ANAO, 2001:8). Birçok varlık, hizmet dışı hale gelmeden önce de faydalı ömürlerinin sonuna gelebilmektedir. Teknolojik gelişmeler ve kullanıcı gereksinimlerindeki değişiklikler, bir ürünün ömrünü etkileyen temel faktörlerdir.

Kavramsal açıdan farklı bakış açılarına göre faklı şekillerde yorumlanan ürün kavramının tüm disiplinler açısından ortak noktası, bir varlık üzerinde değişiklik yapılarak onun değerini artırıp toplumun istek, ihtiyaç ve beklentileri doğrultusunda üretilmesi şeklindedir. Genel olarak ürünün yaşam seyri, pazarlama stratejilerinde ürünün sunuş, satış ve tutundurma faaliyetlerine yönelik bir kavram olarak kullanılmaktadır. Ürün yaşam seyri (ÜYS), analiz amacına göre pazarlama yönetimi açısından ve maliyet yönetimi açısından olmak üzere iki şekilde incelenmektedir (Çiftçi, 2012:3-7).

***Pazarlama Yönetimi Açısından Ürün Yaşam Seyri***

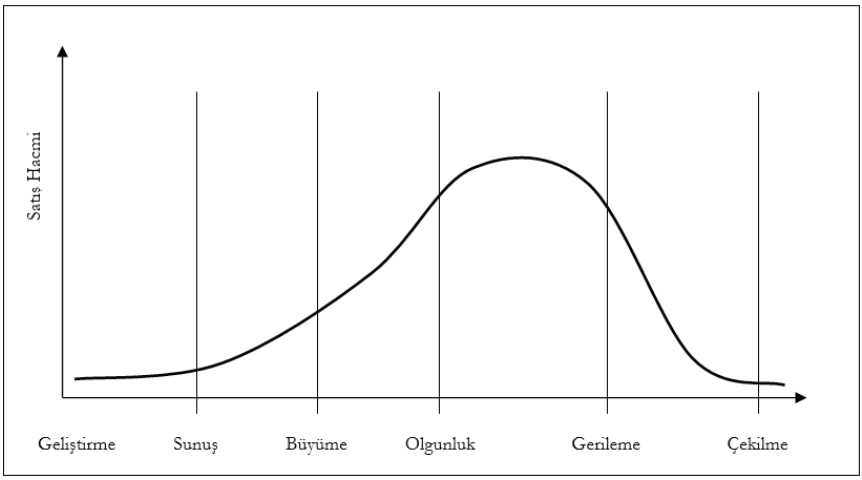
ÜYS, işletmenin pazarlama stratejisini oluşturmada rol oynadığından önemli bir parça olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak farklı çalışmalarda bu aşamalar dört, beş ve altı olmak üzere farklılık göstermektedir. Bazı çalışmalarda sunuş aşamasının başına geliştirme eklenirken, bazılarında ise son aşama olan gerilemenin sonuna çekilmeyi eklemektedir. Diğer bazı çalışmalarda ise olgunluk ve gerilemenin arasına doygunluk eklenmektedir (Ronald, 2002:227). Bu aşamalar, kapsayıcı olacak bir biçimde Şekil.1'de gösterilmiştir.

***Geliştirme& Tasarım***

Ürünün araştırılıp tasarlandığı aşamadır. Bu aşamada mamulden herhangi bir satış geliri ve dolayısıyla kâr sağlaması beklenmemektedir. Aksine, ürüne ilişkin teknik araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin, piyasada kabul görme potansiyelini belirlemeye yönelik pazar araştırmalarının, deneme üretimlerinin, vb. yol açtığı önemli giderler söz konusu olmaktadır. Eğer bu çalışmalar olumlu sonuçlanırsa, ürünün üretimi ve pazarlanması için gerekli tesis, donanım ve diğer kaynaklara yatırım yapılmaktadır, aksi halde üründen vazgeçilmektedir (Büyükmirza, 2016:857).

***Sunuş***

Yeni ürünün piyasaya ilk kez sunulduğu aşamadır. Bu aşamada ilk satış gelirlerinin elde edilmeye başlanmaktadır (Büyükmirza, 2016:857). Ancak, zaman alan ve satış büyümesi yavaş olan bir aşamadır. Piyasa ürün iyileştirmeleri açısından hazır olmadığından, işletmeler genellikle ürünün temel versiyonlarını üretilmektedir. Bu aşama diğer aşamalarla karşılaştırıldığında, düşük satışlar, yüksek dağıtım maliyetleri ve tanıtım masrafları nedeniyle zarar edilmekte veya düşük kâr seviyesi oluşmaktadır. Bununla birlikte satıcıları çekmek ve diğer yandan stok oluşturmak için paraya duyulan ihtiyaç oldukça fazladır. Ürünün piyasaya tanıtılması amacıyla tüketicilerin bilgilendirilmesi ve denemelerini sağlamak adına promosyon harcamaları nispeten yüksek olmaktadır (Kotler & ark., 1999:629).




*Şekil 1 Ürün Yaşam Seyri*

*Kaynak: Ronald, 2002*

***Büyüme***

Piyasaya sürülen ürün pazardaki ihtiyaçları karşılarsa veya daha önce farkında olunmayan ihtiyaçları ortaya çıkarırsa, ürünün satışları hızla artarak bir büyüme aşamasına girmektedir. Tatmin edici kârın ortaya çıkması ile yeni rakipler piyasaya girmeye başlamaktadır. Rakiplerdeki artış, dağıtım kanallarının sayısının artmasına sebep olduğundan işletmeleri satış ağını güçlendirmeye zorlamaktadır. Ayrıca rekabetin artması nedeniyle firmalar fiyatları biraz düşürmekte ve bu da karlılığı etkilemektedir. Bu nedenle işletmelerin promosyon ya da farklı politikalarla piyasadaki rekabete hazırlıklı olması gerektiği aşamadır (Kotler & ark., 1999:630).

İşletmeler, mümkün olduğunca hızlı pazar büyümesini sürdürmek için çeşitli stratejileri uygulamaya başlamaktadır. İşletmeler, ürünün kalitesini artırarak yeni pazar segmentlerine girmekte ve yeni dağıtım kanallarıyla satış yaparak satışlarını daha da artırmaya çalışmaktadır. Bazı reklamcılık faaliyetleriyle ürün hakkındaki farkındalık geliştirilmekte ve daha fazla alıcı çekmek için doğru zamanda fiyatları düşürülmektedir. Diğer yandan ürün geliştirme, tanıtım ve dağıtım konularında fazla para harcamak suretiyle işletme hâkim bir konuma gelebilir (Kotler & ark., 1999:630).

***Olgunluk***

Bu aşamada, bir ürünün satış büyümesi yavaşlayarak olgunluk dönemine girilmektedir. Olgunluk aşaması normalde önceki aşamalardan daha uzun sürmektedir ve pazarlama yönetimine büyük zorluklar getirmektedir. Satış büyümesindeki yavaşlama, aynı ürünü satan birçok üreticinin piyasada olmasından kaynaklanmaktadır. Rekabetin yoğunlaşmasıyla rakipler, daha fazla satış yapmak için fiyatlarını düşürmeye, reklamcı-

lık, satış promosyonlarını ve Ar-Ge bütçelerini artırmaya başlamaktadır. Bu adımlar kârda bir düşüşe neden olmaktadır. Genellikle zayıf rakipler yoğun rekabet ve kârdaki düşüşten kaynaklı olarak piyasadan çekilmektedir(Kotler & ark., 1999:630). Bu sebeple mevcut pazar payını koruma çabaları ön plana çıktığı ve diğer yandan üründen beklenen asıl kârın sağlandığı aşamadır (Büyükmirza, 2016:631).

Olgunluk aşamasındaki pek çok ürün, uzun süre değişmeden kalmış görünse de en başarılı firmalar, değişen tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için sürekli olarak ürünlerini geliştirmektedir. Bu aşamanın sonuna doğru işletmeler, pazarda yenilik yapma, ürünün fonksiyonunu artırma ve pazarlama karmasını değiştirme ihtiyacı hissetmektedirler (Kotler & ark., 1999:630).

***Gerileme***

Çoğu ürün formlarının ve markalarının satışlarının azalmaya başladığı aşama gerileme aşamasıdır. Satışlar sıfıra düşebilir veya uzun yıllar devam ettikleri seviyede kalabilirler. Teknolojik gelişmeler, tüketici zevkindeki değişmeler ve artan rekabet dahil olmak üzere, satışlar birçok nedenden dolayı gerileyebilmektedir. Satışlar ve kârlar düştükçe bazı büyük işletmeler, piyasadan çekilmektedir. Kalan firmaların da ürün çeşitliliğini azalttığı bir aşamadır (Kotler & ark., 1999:634).

Bazı firmaların satışı az olan bir ürünü üretmesi, yalnızca kâr amacı ile değil, piyasadan çekilme maliyetinin yüksek olmasıyla da açıklanabilir. Bu ve bunun gibi nedenlerden dolayı İşletmelerin yaşlanan ürünlerine daha fazla dikkat etmeleri gerekmektedir. İşletmelerin ilk görevi satışları, pazar paylarını, tasarruflarını ve kâr trendlerini düzenli inceleyerek bu ürünleri geri çekilme aşamasında tanımlamalıdır (Kotler & ark., 1999:635).

***Çekilme***

Bir ürün ömrünün sonuna doğru müşteri talebinin tamamen durmadan azalmaya devam ettiği aşamadır. İşletmeler bu aşamada bazen talep yaratmak için geçici olarak geri çekme çekebilir ya da tamamen geri çekebilir. Ancak bir ürünün üretimin durdurulması birtakım zorlukları ve maliyetleri beraberinde getirmektedir (Ronald, 2002:238-239). Ürünün tamamen geri çekilmesinin en önemli nedeni satışlarda meydana gelen düşüştür. Bu düşüş bazen piyasanın doyması sonucu kendiliğinden olmakta ya da işletmeler tarafından bu süreç hızlandırılmaktadır (Tek, 1999:423).

Bu aşama, işletme yönetiminin alacaklarını tahsil etmeye çalıştığı, satışı azalan ürünlerden çekilmeye veya bütün ürün çeşitlerini bırakmaya karar verdiği aşamadır. İşletmeler ürünün üretimini durdurmaya karar verebilir veya başka bir firmaya satabilir ya da kurtarma değeri ile tasfiye

edebilir. Ancak işletme bir alıcı bulmayı planlıyorsa, üretime geçici olarak devam etmek isteyebilir (Kotler & ark., 1999:635).

**Maliyet Yönetimi Açısından Ürün Yaşam Seyri**

Bir ürünün yaşam seyrinde farklı maliyetler ortaya çıkabilmektedir. Bu maliyetler, üretici tarafından ve nihai son kullanıcı olan tüketici tarafından katlanılan maliyetlerle oluşmaktadır. Bu sebeple iki başlık altında ele alınmaktır. Ayrıca maliyet yönetimi, tüketici ile üreticinin bakış açısını birlikte ele almak daha faydalı sonuçlar ortaya çıkarmaktadır (Çiftçi, 2012:8).

**Üretici Açısından Ürün Yaşam Seyri**

Üreticinin bakış açısına göre, sistemde ve ürünlerde sürekli bir maliyet artışı yaşanmaktadır. Bir sistemin veya ürünün tasarımı ve sürecin geliştirilmesi (performansın iyileştirilmesi, kapasite eklenmesi vb.), mühendislik çalışmalarındaki değişiklikler, ürün ham maddesinin tedarikinde tedarikçilerin değiştirilmesi, lojistik destek kabiliyetindeki değişiklikler, hatalı tahminlerin yapılması, tahmin prosedürlerindeki değişiklikler ve öngörülemeyen sorunların da ürün yaşam seyrinin bir parçası olduğunu düşünürsek ürünün yaşam seyri boyunca oluşturduğu maliyetin üretici perspektifinden değerlendirilmesi oldukça önemli bir konudur. (Okano, 2001:317). Üreticinin maliyetleri, ürünün yaşam seyri boyunca işletmenin yürütmüş olduğu faaliyetlere göre belli aşamalarda oluşmaktadır (Güneş & Aksu, 2003:45):

- Mamul
- Tasarım
- Geliştirme
- Üretim
- Lojistik-Destek

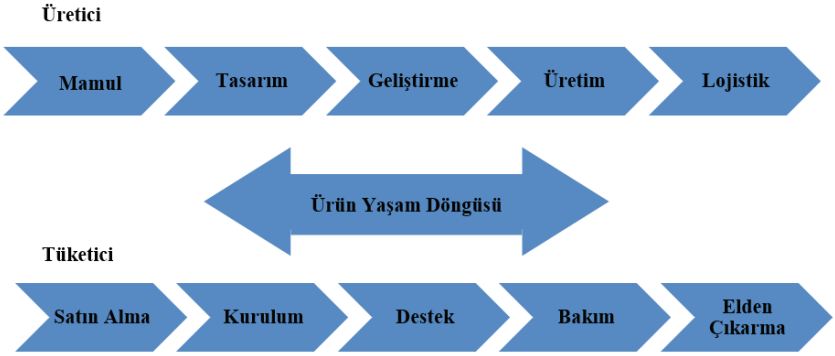
Üretici, gerekli ham maddeleri ve iş gücünü doğrudan açık pazardan edinerek ürüne dönüştürmekte ve ürünü piyasaya sürmektedir. İşletmeler geliştirme, üretim, dağıtım maliyetlerini değerlendirerek ve bunları ürünün piyasa değeri ile karşılaştırarak ürünün ekonomik geçerliliğini doğru bir şekilde ölçmeye çalışmaktadır. (Hussein, 2008:12). Ayrıca üretici açısından maliyet yönetiminin kârını artırmak için en önemli araç olduğu unutulmamalıdır.

**Tüketici Açısından Ürün Yaşam Seyri**

Tüketici açısından ürünün yaşam seyri maliyetleri, son kullanıcının ürünü elinde bulundurduğu süre boyunca katlanacağı maliyetleri ifade etmektedir. Bu nedenle tüketici açısından ürün yaşam seyrine ait maliyetler beş aşamada oluşmaktadır (Güneş & Aksu, 2003:45):

- Satın alma,
- Kurulum-Montaj,
- Destek,
- Bakım-onarım,
- Elden çıkarma.

Tüketicinin bakış açısıyla ürünün ekonomik verimliliğinin değerlendirilmesi çok daha karmaşık ve subjektiftir. Tüketici bakış açısıyla oluşan maliyetler yalnızca piyasadaki ürünün maliyetiyle değil, aynı zamanda ürünün ürettiği ihtiyaçların karşılanma düzeyine de bağlıdır. Açıkçası bu tür bir değer, piyasa tarafından ölçülemeyeceği, yani müşterinin algısına bağlı olarak değişebileceği öngörülmelidir (Hussein, 2008:12). Üretici açısından ve tüketici açısından ürün yaşam döngüsüne ilişkin maliyetler Şekil.2'de bir arada gösterilmiştir.




*Şekil 2 Üretici ve Tüketici Açısından Ürün Yaşam Döngüsü*
*Kaynak: Hussein, 2008*

## 2. Ürün Yaşam Seyri Maliyetleme

Ürün yaşam seyrinin doğası gereği ürünün üretim aşamaları zamana dayalı ele alınması gerekir. Bu yaklaşım, ürün var olduğu sürece ürünün süreçlerini devamlı tahmin etmeyi ve değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu sebeple ÜSYM, bir ürün veya hizmetle ilgili elde edilecek gelirleri ve katlanılacak maliyetlerin tahminini kapsayan bir karar alma aracı olarak kullanılmaktadır (Shewchuk, 1992:66). ÜSYM belirli bir ürün, sistem veya yapı içindeki ürünün tasarım sürecinden başlayarak öngörülen yaşam seyrine ilişkin alınan kararlara yol göstermektedir. Bu kararlar, operasyonel gereklilikler, performans ve etkinlik faktörleri, tasarım konfigürasyonu, bakım konsepti, üretim miktarı, kullanım faktörleri, lojistik destek ve elden çıkarma ile ilgili olabilmektedir. Bu tür kararlar tasarım, geliştirme, üretim, dağıtım faaliyetlerini ve sistem desteğinin sürdürülme-

sine ilişkin yetenekleri işletmelere kazandırmaktadır (Fabrycky & Blanchard, 1991:144).

***Ürün Yaşam Seyri Maliyetlemenin Tanımı ve Amacı***

Bir maddenin yaşam seyri maliyeti, maddenin konsepti ve imalatı ile kullanımı boyunca faydalı ömrünün sonuna kadar harcanan tüm fonların toplamıdır (Hussein, 2008:15). Ürünün ömrü boyunca söz konusu olan tüm giderleri dikkate alınarak yapılan maliyetleme yaklaşımına "Ürün Yaşam Seyri Maliyetlemesi" (Life-Cycle Costing, LCC) adı verilmektedir. Klasik anlamda yapılan maliyet saptamaları "günlük yaşam maliyetlemesi" olarak adlandırılırsa, bu yaklaşımın saptamaları "beşikten mezara kadar maliyetleme" şeklinde tanımlanabilir (Büyükmirza, 2016:856).

ÜYSM, ürün veya ekipmanın tüm yaşam süresince maliyetlerini hesaplamak için kullanılan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım, sermaye bütçeleme kararları veya yaşam seyri içerisinde daha düşük maliyetle kaliteli ürünler üretmeye çalışmak gibi çeşitli yönetim amaçları için de kullanılmaktadır (Okano , 2001:329).

Ürün yaşam seyri maliyetlemenin metodolojisi gereği hem üreticilere hem de tüketicilere bir ürünün yaşam seyri boyunca oluşturduğu maliyetleri tahmin etmeye ve yönetmeye yardımcı olmayı amaçlamaktadır (Bengü & Kara, 2010:325). Ancak daha önce de belirtildiği üzere tüketicilere oluşturacağı maliyet subjektif olacağı için hesaplanması pek kolay değildir. Bu neden belirli varsayımlar dayandırılarak yapılmaktadır. Bu bölümün devamında üretici açısından ürün yaşam seyri maliyetleme kapsamı üzerinde durulacaktır.

***Ürün Yaşam Seyri Maliyetlemenin Kapsamı***

ÜYSM, finansal veya vergi raporlaması için değil, maliyet planlamasının yanı sıra ürün fiyatlaması için de temel kriter olarak kullanılan bir yaklaşımdır. ÜYSM, bir ürünün yaşam seyrinde işlevselliğini kaybetmediği takdirde, ürünün geliştirme maliyeti, üretim maliyeti, satış ve dağıtım harcamalarını ve satış sonrası hizmet ve garanti maliyeti dahil olmak üzere bütün maliyetleri kapsamaktadır (Gersil, 2006:57).

Bu bağlamda, ekonomik rekabet edebilirlik için gereken fizibilite raporları ancak ürünün yaşam seyri maliyetlemesi yapılırken yaşam seyrine ilişkin analizin etkin bir şekilde kullanılmasıyla sağlanabileceği unutulmadan hazırlanmalıdır (Fabrycky & Blanchard, 1991:148). Hazırlanan fizibilite raporlarında, üretilecek ürünün yaşamı boyunca oluşturacağı maliyetlere ilişkin analizlere yer verilerek bu sürecin yönetilmesi sağlanmaktadır.

***Ürün Yaşam Seyri Maliyetleme Analizi***

Genellikle ürün yaşam seyri maliyetleme analizi (ÜYSMA) ifadesiyle ürün yaşam seyri maliyetlemeye vurgu yapılmaktadır. Oysa analiz, bir inceleme ve çözümleme iken, maliyetleme ise analiz sonucunda elde edilen veriler ışığında birim ve toplam maliyetin hesaplanması işidir (Yılmaz & Arı, 2011:79).

ÜYSMA, en düşük yaşam ömrüne sahip ürünlerin bile birçok alternatif arasından seçimine olanak tanımaktadır. Teknolojik bir perspektiften bakıldığında, önerilen bazı ürünler uygun görülebilir olsa da mühendislik ve ekonomi arasındaki kombinasyonla yapılan gerekli analizler sonucunda kârsız olduklarını ispatlanabilir (Alexandra & Corina & Alina, 2014:175).

Eski yaklaşımlara göre uygulanışı biraz zor olsa da bir ürünün tüm aşamalarına ilişkin bilgi sahibi olmada yardımcı olmaktadır. ÜYSMA, gerçekleştirilmesinde oldukça etkili kabul edilen 10 adım bulunmaktadır. Etkili bir analiz için adımların sırası gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Dhillon, 2010:30):

1. Ürün yaşam seyri maliyetleme analizinin hedefini belirleyin,
2. Sisteme hedefleri tanımlayın ve kapsamını belirleyin,
3. Etkili tahmin yapan yaşam seyri maliyetleme modelini seçin,
4. Seçilen modele gerekli verilerin girişlerini yapın,
5. Girdilerin ve çıktıların kontrollerini gerçekleştirin,
6. Temel duyarlılık analizi ve risk değerlendirmesi gerçekleştirin,
7. Ürün yaşam seyri maliyetleme analiz sonuçlarını formüle edin,
8. Ürün yaşam seyri maliyetleme analizini raporlayın,
9. Ürün yaşam seyri maliyetleme analizini uygun şekilde sunun,
10. Ürün yaşam seyri maliyet analizini uygun şekilde güncelleyin.

ÜYSMA doğası gereği erken uygulamalarla yapılacak maliyet analizlerinde maliyet sürücülerindeki ve tasarım parametrelerindeki değişikliklerin maliyeti nasıl etkilediğini göstererek maliyetin düşülmesine katkı sağlamakla kalmayıp aynı zamanda nihai tasarımının daha işlevsel olmasına yönelik katkıda bulunabilmektedir (Asıedu & Gu, 1998:883).

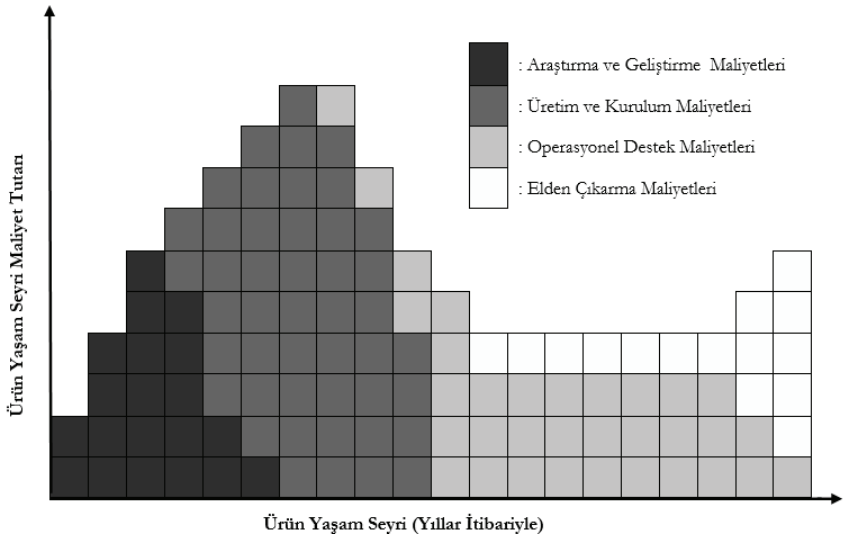
***Ürün Yaşam Seyri Maliyet Yönetimi***

ÜYSM yaklaşımı, ürünün üretim öncesi safhasından başlayan ve kullanım değeri bitinceye kadar geçen sürece ait maliyetleri esas alan bir maliyet yönetimi yaklaşımıdır (Karakaya, 2004:586). ÜYSM, ürünün tasarımında, geliştirilmesinde, üretiminde, operasyonel aşamalarında ve lo-

jistik destek de dahil olmak üzere her aşamasında geçerlidir. Yaşam seyri ilerledikçe, maliyet, alternatif tasarım konfigürasyonlarının değerlendirilmesinde ve tercih edilen bir yaklaşımın seçiminde önemli bir parametre olarak kullanılmaktadır (Fabrycky & Blanchard, 1991:145).

Ürün yaşam seyri maliyet yönetimi, maliyet ve karlılık analizi temeline dayanmaktadır. Yaklaşımın özelliği, stratejik planlamayla ürünün sunuş, büyüme, olgunlaşma, gerileme (Güneş & Aksu, 2003:46) ve çekilme aşamalarında (Ronald, 2002:238), ürünü geliştirme, üretim, satış ve garanti süresi sonuna kadar oluşan maliyetler üreticiyi ilgilendirmektedir. (Yılmaz & Arı, 2011:81). Bu amaçla, söz konusu değişik aşamalarda işletmenin alacağı en uygun pazarlama ve üretim kararıyla işletmenin en yüksek karı elde etmesine yardımcı olmaktadır (Güneş & Aksu, 2003:46).

Maliyet azaltımı ile maliyet kontrolü aynı anlamda değildir ve bu nedenle ürün yaşam seyri maliyet yönetiminin vurgu yaptığı en önemli konu olmaktadır. Maliyet azaltımı stratejileri; ürün yaşam seyrinin ilk evrelerinde atılacak adımlarla sonraki evrelerdeki maliyetlerin azaltılabileceği esasına dayanmaktadır (Kartal & Gündüz & Sevim, 2013:225). Bu kavramların daha iyi anlaşılması amacıyla, bir ürünün araştırma-geliştirme faaliyetleriyle başlayan ve elden çıkarılmasına kadar ortaya çıkan maliyetler Şekil.3'te gösterilmiştir.




*Şekil 3 Ürün Yaşam Seyri Maliyet Çizelgesi*

*Kaynak: Fabrycky & Blanchard, 1991.*

Ürün yaşam seyrinde gerçekleşen maliyetlerin %70-85'lik gibi büyük bir bölümü, üretim öncesi geliştirme ve tasarım aşamalarında verilen kararların sonuçlarından oluşmaktadır (Dowlatshahi, 1992:1803). Ürünün

pazara sunuş aşamasına gelene kadar katlanılan harcamaların fazla olması nedeniyle ürünlerden ilk yıllarda pek kâr edilemediğinden ürünlerin kârsız görünmesine neden olmaktadır. Bu sebeple elde edilen gelir harcamaları karşılayamamaktadır. Ürünün geliştirilmesi, pazara sunulması ve müşteri kazanma maliyetleri yüksek olması nedeniyle işletmeler ürünlerin kârlılığına yıl bazında bakmak yerine ürünlerin yaşam seyri kârlılığına bakmalıdırlar (Gersil, 2006:65). Böylelikle işletme yöneticileri ürünün kazancını daha doğru yorumlayarak ürün hakkında alacakları kararlar daha isabetli olacaktır.

***Ürün Yaşam Seyri Maliyetleme Sistemi***

Maliyet yönetimi sadece maliyetleri hesaplamak değil, aynı zamanda onları kontrol etmeyi de hedeflemektedir. Ürünün yaşam seyrine ilişkin bütün aşamalara ait maliyetleri tahmin ederek ve sonrasında oluşan maliyetlerle karşılaştırarak doğru kararlar alınıp alınmadığının araştırılması oluşturulacak bir sistem ile mümkün olabilir. İşte bu sebeple ürün yaşam seyri maliyetleme sistemi (ÜYSMS), stratejik maliyet yönetimi alanın girerek maliyetlerin ve karların yönetilmesindeki en önemli araçlardan biri olmaktadır.

ÜYSMS, ürünün planlanması aşamasında yöneticilere bir ürünün yaşam seyrinin hangi aşamasında hangi maliyetlere katlandığını göstermektedir. Bu süreçte sistemsel olarak hareket edildiğinden önceden tahmin, hesaplama yaparak, analiz ederek, raporlama yaparak daha doğru kararların alınmasına olanak sunmaktadır (Bengü & Kara, 2010:328).

ÜYSMS, bünyesinde hedef ve kaizen maliyetleme olmak üzere iki yöntemden faydalanmaktadır. Ürünün fiyatı, kalitesi ve işlevselliği konusundaki yoğun rekabet nedeniyle işletmeler tarafından yeniden tasarlanması gerekebilmektedir. Bu nedenle, hedef maliyetleme ve kaizen, sürekli olarak maliyeti azaltmak ve değeri artırmak için tamamlayıcı yaklaşımlar olarak kullanılmaktadır (Blocher & Stout & Cokins, 2010:550).

ÜYSMS'den beklenen katkı, optimum maliyet azaltımını gerçekleştirmektir. Bu amaçla sistemin ilk ayağı olan Hedef maliyetleme yöntemi, ürüne tasarım ve geliştirme aşamasında uygulanmakta böylece yaşam seyrinin daha ilk safhasında maliyet azaltımı hedeflenmektedir. Sonraki aşama olan üretim aşamasında da maliyet azaltım çalışmaları devam ettirilmekte bu safhada da kaizen maliyetleme tekniği devreye sokulmaktadır (Altınbay, 2006a:1).

ÜYSM'de kullanılan yöntemleri belirlemek için öncelikle ürünün yaşam seyrine ilişkin aşamaların bilinmesinde fayda vardır. Hatırlanacağı üzere daha önceki bölümlerde ürün yaşam seyri aşamalarından bahsedilmiştir. Aşağıdaki Şekil 4'te ürün yaşam seyri aşamalarında kullanılan önemli yöntemler gösterilmiştir (Köse, 2002:85).

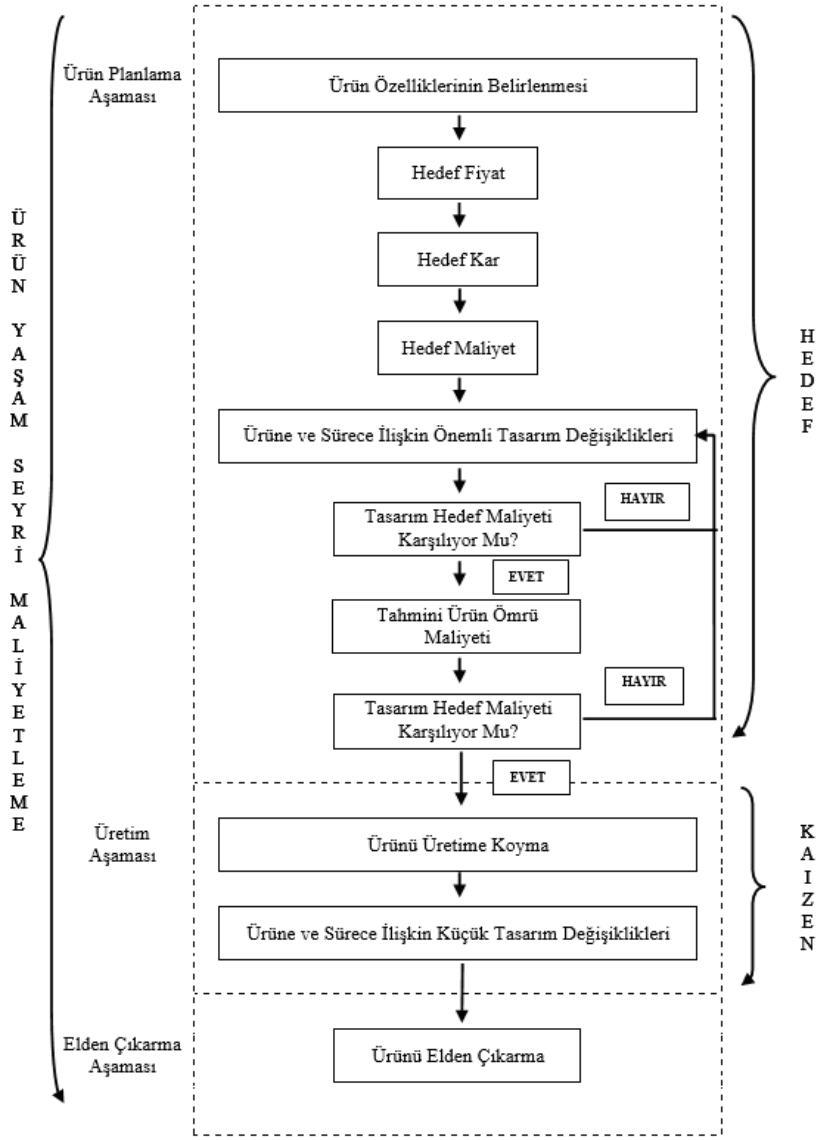
*Şekil 4 Ürün Yaşam Seyri Maliyetleme Sisteminde Evrelere Kullanılan Yöntemler*
*Kaynak: Köse, 2002*

Yukarıda da gösterildiği üzere hedef maliyetleme, planlama ve geliştirme aşamasında kullanılmakta iken, kaizen maliyetleme ürünün sunuş, büyüme, olgunluk ve gerileme aşamalarını sürekli geliştirmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu açıdan ele aldığımızda; ÜYSMS, hedef maliyetleme, kaizen maliyetleme yöntemleriyle birlikte diğer yardımcı teknikler ile kullanıldığında daha etkili olabilmektedir (Köse, 2002:85).

***Hedef Maliyetleme***

Hedef maliyetleme, öncelikle bir işletmenin gelecekteki kazançlarını stratejik olarak yönetmek için kullanılan bir yöntemdir. İşletme, ürünün öngörülen satış fiyatıyla karlı olması durumunda, üretmek istediği belirli bir işlevselliği olan ürünün maliyetini belirleyerek bu amaca ulaşmaktadır. Aslında hedef maliyetlemenin mantığı basittir (Cooper & Chew, 1996:88). Hedef maliyetleme, üretilmek istenen ürün daha tasarım aşamasındayken nihai kullanıcının ihtiyacına, pazarın şartlarına ve istenilen kârlılığa uygun bir şekilde üretim yapılmasını sağlamaktır. Hedef maliyetleme, "henüz tasarım aşamasındayken, mamulün üretimi ve satış sonrası katlanılacak maliyetlerin taahhüdünün konduğu" fikrini kabul etmektedir. Hedef maliyetleme, diğer maliyetleme yaklaşımlarıyla da bütünleşen bir kuram ve maliyet düşürmede etkin bir araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Basık & Türker, 2005:56).

Daha önce de belirtildiği üzere ürün yaşamına yönelik oluşturulacak maliyetleme sistemi, maliyet kontrolünü değil maliyeti azaltmayı vurgulamaktadır. Hedef maliyetlemede bu amaçla kullanılan etkin bir araçtır. Hedef maliyet, belirli bir pazar payını elde etmek için gerekli olan satış fiyatı ile birim başına arzu edilen kâr arasındaki fark olarak tanımlanabilir. Diğer yandan hedef maliyet cari olarak ulaşılan maliyetten daha düşükse, o zaman yönetim gerçekleşen maliyetleri hedef maliyete doğru taşımanın yöntemlerini bulmalıdır (Kartal & Gündüz & Sevim, 2013:227). Bu bağlamda ürününün etkinliğinde yöntemlerin kullanılışı aşağıdaki Şekil 5 yardımıyla gösterilmiştir.




*Şekil 5 Ürün Yaşam Seyri Maliyetleme Sistemi*

*Kaynak: Köse, 2002.*

### *Kaizen Maliyetleme*

Kaizen maliyetleme, değer mühendisliğinin ve geliştirilmiş tasarımın etkilerinin halihazırda üretimin devam ettiği aşamada gerçekleşmektedir. Bu yaklaşımın amacı, üretimde olan ürüne yönelik yeni üretim teknikleri (esnek imalat sistemleri gibi) geliştirerek, operasyonel kontrolü sağlayarak

ve toplam kalite yönetimi gibi yeni yönetim tekniklerini kullanarak maliyetlerin daha da azaltılmasını sağlamaktır. Kaizen maliyetleme, belirli bir tasarım ve işlevselliğe sahip bir ürünün üretim sürecinde maliyetleri düşürmenin yeni yollarını sürekli araştırarak en verimli üretimi sağlamaya yardımcı olmaktadır (Blocher & Stout & Cokins, 2010:550).

Hedef maliyetleme gibi kaizen maliyetleme de maliyet azaltımına yönelik amaçlar seti belli olduğunda çok etkili olmaktadır. Hedef maliyetlemeden farklı olarak kaizen maliyetleme, mamul tasarımıyla çok ilgili olmayıp daha çok mamulün üretim süreciyle ilgilenmektedir (Altınbay, 2006b:104).

Diğer bir ifadeyle amacı maliyetleri kontrol etmek değil, maliyetleri planlayarak düşürmeye çalışmaktır. Kaizen maliyetleme hedeflere ulaşılmasında ürüne değer katmayan faaliyetlerin ve israfın elimine edilmesine yoğunlaşmaktadır. Kaizen maliyetleme ürünün kendisine değil sürece odaklanmaktadır (Kartal & Gündüz & Sevim, 2013:240).

## 3. ÜYSM'nin Diğer Maliyetleme Yaklaşımları ile Karşılaştırılması

Geleneksel maliyetleme yaklaşımları, muhasebenin dönemsellik kavramını temel almaktadır. Bu nedenle her işletme, maliyetlerini dönemsel olarak raporlamaktadır. Dönemsellik, işletmenin kabul edilen ömrünün, belli dönemlere bölünmesini ve her dönem faaliyet sonuçlarının diğer dönemlerden bağımsız olarak saptanmasını öngörmektedir. Dönemsellik varsayımı, işletmenin gerçekleştirdiği faaliyetlerin değerlendirilmesini ve kontrolünü amaçlamaktadır (Altuğ, 2015:17). Sonuç olarak işletmelerin ilgili dönemin gelirleri ile ilgili dönemin maliyet ve giderlerini karşılaştırılması nedeniyle bir sonraki faaliyet döneminin maliyet bilgileriyle bir bütünlük yakalanamamaktadır. Dönemsellik kavramı nedeniyle geleneksel yaklaşımlar, bir ürünün yaşam seyrine ilişkin bilgi elde edilmesini imkansızlaştırmaktadır.

Diğer maliyetleme yaklaşımları, ürün yaşam seyri maliyet yönetimi için gereksinim duyulan bilgileri sunmaktan uzaktır. Bu yaklaşımlar, maliyet davranışını açıklamak için genellikle birim ve hacim bazlı maliyet etmenlerini kullanmakta ve üretim faaliyetlerine yoğunlaşırken, satış sonrası lojistik faaliyetlerini göz ardı etmektedirler. Ürün yaşam seyri maliyetlemenin dışındaki yaklaşımlar, hiçbir zaman ürünün tüm yaşamına ait maliyetleri bir araya toplayamamaktadır (Kartal & Gündüz & Sevim, 2013:225).

Ürün yaşam seyri maliyetleme ise daha önce de ifade edildiği üzere, toplam yaşamı boyunca mamulün maliyetini devamlı tahmin etmeye yönelik bir yaklaşımdır. Ürün yaşam seyri maliyetleme, doğrudan veya dolaylı, tekrarlayan ya da tekrarlamayan, sonradan oluşan veya oluşması

muhtemel olan ve geliştirme, üretim, operasyon, bakım, destek aşamalarına kadar tahmin edilen ürün ömrü içinde ortaya çıkabilecek maliyetlerin toplamı ile ilgilenmektedir (Doğan & Hatunoğlu, 2012:433).Ürün yaşam seyri maliyetleme yöneticilere, ürünün veya hizmetin tüm yaşam seyri üzerindeki toplam maliyetinin en düşük seviyeye indirilmesine yardımcı olmak için maliyet etkenlerine (araştırma ve geliştirme, mühendislik) ve satış aktivitelerine (pazarlama, dağıtım, hizmet) odaklandığı kadar, maliyet sistemlerinin üzerinde yoğunlaştığı imalat ve operasyonları da ele almaktadır. Özellikle en önemlisi, tasarım seçeneklerinin maliyetler üzerindeki etkilerinin dikkatli bir şekilde incelenmesine yardımcı olmaktadır (Blocher & Stout & Cokins, 2010:570).

Maliyet yönetimi için kullanılan ve faaliyet tabanlı bir muhasebe anlayışı olan bir diğer yaklaşım faaliyet tabanlı maliyetleme (ABC), literatürde maliyet tahminlerinin doğruluğunu artırmanın bir yolu olarak önerilmektedir. Faaliyet tabanlı maliyetleme, maliyetlerin ürünlere dağıtılmasında geleneksel muhasebe metodolojilerine göre önemli bir avantaj sunsa da sadece belirli faaliyetlere yönelik olması ve ürün yaşam seyrine ilişkin bilgi üretmemesi nedeniyle eleştirilmektedir (Asıedu & Gu, 1998:895).

Son olarak geleneksel yaklaşımlar, bir ürünün maliyetini hesaplarken direkt ilk madde ve malzeme giderleri, direkt işçilik giderleri ve genel üretim giderleri üzerinden hareket etmektedir. Özellikle satış sonrası ürünün oluşturduğu maliyetlerin tamamını ele alamamaktadır. Geleneksel maliyet yaklaşımları ile ürün yaşam seyri maliyet yaklaşımı karşılaştırmalı olarak Tablo 1'de gösterilmiştir.

*Tablo 1 Geleneksel Maliyetleme Yaklaşımı ile Ürün Yaşam Seyri Maliyetleme Yaklaşımının Karşılaştırılması*

| Geleneksel Maliyet Yaklaşımları | Ürün Yaşam Seyri Maliyetleme Yaklaşımı |
|---|---|
| Ürün geliştirmeye yönelik araştırmalar ve üretim aşamasındaki maliyetler dönem gideridir. | Ürün geliştirmeye yönelik araştırmalar ve üretim aşamasındaki maliyetler ürün maliyetine dahil edilir. |
| Ürüne ilişkin maliyet hesaplamalarında yalnızca üretim maliyetleri esas alınır. | Ürünün maliyetine, ürünün neden olduğu bütün giderler dahil edilir. |
| Maliyetler dönemler itibariyle raporlanır. | Maliyetler ürünün yaşam seyri boyunca raporlanır. |
| Maliyetlerin kontrolünde sadece üretim maliyetlerine odaklanılır. | Ürünle ilgili tüm maliyetleri dikkate alarak maliyet yönetimi gerçekleştirir. |

*Kaynak: Gersil, 2006.*

***Ürün Yaşam Seyri Maliyetlemenin Avantajları***

ÜYSM işletmenin ürünün tasarlanmasından başlayıp daha sonraki süreçlerine kadar etki eden bir yapıya sahiptir. Buda işletmeyi birçok bakımdan üstün kılmaktadır (Köse, 2002:82; Gersil, 2006; Balyemez & Develi & Şahinoğlu, 2005:86; Bengü & Kara, 2010:328).

- Üretilmesi düşünülen ürün projesinin, işletmeye sağlayacağı avantajları ve dezavantajları üretilmeden önce ortaya koyması,
- Üretilecek ürünün tasarım döneminde, üretimle ilgili olmayan lojistik, kurulum, destek ve garanti gibi sonradan ortaya çıkabilecek maliyetleri önceden tanımlamaya yardımcı olması,
- Ürünün kalitesinin, özelliğinin, stilinin ve servisinin geliştirilmesine ya da tutundurulmasına yardımcı olması,
- Ürünün sunuş aşamasında, rakiplerine karşı rekabetçi fiyatlamayı sağlayarak rakiplerin düşük başlangıç fiyatıyla pazara girme konusunda cesaretlerini kırması,
- Bir ürünün hem rakiplerinden daha hızlı hem de rakiplerinden daha düşük maliyetli dağıtımı o ürün için bir pazar avantajı sağlaması,
- Üretim sürecindeki ürünün maliyetlerini azaltmak için ürün üzerinde yapılabilecek tasarım değişikliklerini ortaya çıkarması,
- Üretim sürecinde ekipman değiştirme, planlama ve bütçeleme ile ilgili kararlar almada yardımcı olması,
- Küresel rekabet ortamında işletmelerin sürdürülebilir rekabetçi avantajı yakalamasına yardımcı olması,
- Hedef maliyetleme ve kaizen maliyetleme yöntemlerini kullanarak yeri geldiğinde esnek üretim avantajı elde etmesi,
- Hedef maliyetler ile gerçek faaliyetler arasındaki aralıkların ölçümüne ve analizine imkân vermesi.

***Ürün Yaşam Seyri Maliyetlemenin Dezavantajları***

ÜYSM kavramsal olarak sınırlı kaynaklardan maksimum fayda sağlamaya yöneliktir ancak, başlıca dezavantajları da bulunmaktadır. Bazıları şunlardır(Asıedu & Gu, 1998:894; ANAO, 2001:8; Dhillon, 2010:34):

- Ürün yaşam seyrine ilişkin detaylı bilgi sağlayan bir yapısı olsa da pratikte gerçekleştirmesi çok zor ve zahmetli bir yaklaşımdır.
- Malzemeler ve süreçler için güvenilir çevresel veriler azdır ve farklı etkilerin nasıl değerlendirileceği veya değerlendirileceği konusunda geniş tabanlı bir fikir birliği yoktur.
- Ürün kullanımı ve atılmasından kaynaklanan etkilerin niceliksel olarak değerlendirilmesi zordur, çünkü bunlar tahmin edilmesi veya tahmin edilmesi zor olan faktörlere bağlıdır.
- Maliyet tahminlerindeki küçük yanlışlıklar, bir ürünün maliyetini büyük ölçüde artırabilmektedir.
- İyi bir ürün yaşam seyri maliyetleme modeli için verilerin yeterli ve güvenli olması çok önemlidir.
- Ürünün yaşam seyri içerisinde enflasyonun bireysel ve toplam

maliyetler üzerindeki etkisinden kaynaklı olarak tam bir öngörü sağlayamaz.

- Ürünün beklenenden daha fazla faydalı ömre sahip olması durumunda bakım faaliyetlerine duyulan ihtiyaç ve bunların maliyetini artırma ihtimali vardır.
- Süreci yönetecek kişinin oldukça bilgili ve deneyimli bir maliyet analizcisi olması gerekmektedir.

## 4. Bölüm Değerlendirmesi

Günümüz rekabet koşulları düşünüldüğünde özellikle ürün yaşam seyri maliyetleme yaklaşımını kullanarak üretim yapan işletmeler pazardaki rakiplerine karşı büyük bir üstünlük sağlamaktadır. Ürün yaşam seyri maliyetleme sistemi tasarımı, geliştirme, üretim, inşaat, operasyonel kullanım ve lojistik desteğin tüm aşamalarında uygulanabilmektedir. Özü itibari ile ürünün bütün yaşamını ele alması, işletmelere strateji belirleme aşamasında yardımcı olmaktadır.

Maliyete dayalı fiyatlandırma, imalat ve hizmet firmaları için yaygın bir yaklaşımdır. Maliyet liderliği konusunda rekabet edenler, maliyetleri ve fiyatı azaltarak için işletme verimliliğini artırmak için bu yaklaşımın maliyet bilgilerini kullanmaktadır. Maliyetleri en iyi şekilde azaltabilenler fiyat konusunda daha rekabetçi olmaktadırlar. Bu nedenle rekabet açısından ele alındığında ürün yaşam seyri maliyetleme kullanıcısına maliyet konusunda çok detaylı bilgi sağladığı için avantaj sağlamaktadır. Ancak her yaklaşımın bir yanılma payının olabileceği unutulmayarak teknolojik açıdan bakıldığında önerilen ürünlerden/yatırımlardan bazıları uygun görünse bile, ekonomik olarak gerekçelendirmenin pek mümkün olmayacağı analizlerde yapabilmektedir.

Bu yaklaşımın Hedef Maliyetleme ve Kaizen Maliyetleme gibi yöntemleri içinde barındırması nedeniyle, ürüne ait maliyetlerin düşürülmesinin yanı sıra süreç içerisinde geliştirilmesini ve tutundurulmasını sağlamaktadır. Ürün yaşam seyri maliyetlemesinin geleneksel yaklaşımların dışında ürünün tasarlanması aşamasında daha fazla gidere katlanması dezavantaj gibi gözükse de ilerde ortaya çıkabilecek bakım-onarım ya da iade konularında avantaj sağlaması nedeniyle karın maksimize edilebileceğini göstermektedir.

Diğer yandan ürün yaşam seyri maliyetlemenin sürdürülebilirlik sağlaması ve çevreci olması sebebiyle pek çok Avrupa ülkesi kanunlarla ve yürürlüğe soktuğu mevzuatlarla enerji tüketimi, hava kirliliği, atık yönetimi gibi konulara çözüm üretmeye çalışarak, çevre dostu ürünleri ve üretim teknolojilerini geliştirmeye çalışmaktadır.

# KAYNAKÇA


Alexandra, D., Corina, G.D. & Alina, I.M. (2014). Product life cycle cost. *Recent Advances in Mathematics, Statistics and Economics,* 15-17March Venice, Italy, 175-181.

Altınbay, A. (2006b). Kaizen Maliyetleme Sistemi: Dinamik Bir Maliyet Yönetim Sistemi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, *S.1*, 103-121.

Altınbay, A.(2006a). *Stratejik Maliyet Yönetimi Yaklaşımlarından Yaşam Seyri Maliyetleme Sisteminin Tasarımı Ve Bir Uygulama.* Doktora Tezi. Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya

Altuğ, O.(2015). *Maliyet Muhasebesi* (15). İstanbul: Türkmen Kitabevi

Asiedu, Y. & Gu, P. (1998). Product life cycle cost analysis: state of the art review. *International journal production research, 36(4),* 883-908.

Australian National Audit Office (ANAO), (2001). *Lıfe–cycle costıng*. Australian: Better Practice Guide (10.03.20023 tarihinde Life-cycle costing : better practice guide / Australian National Audit Office | National Library of Australia (nla.gov.au) adresinden ulaşılmıştır.

Balyemez, F., Develi, E.İ. & Şahinoğlu, Z.B. (2005). Ürün Yaşamı Sürecinde Üretimin Yeniden Yapılandırılması. *V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, 5-27 Kasım, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 83-87.

Basık, F.O. & Türker, İ. (2005). Stratejik Maliyet Analizi ve Yönetimi. *V. Ulusal Üretim Araştırmaları Sempozyumu*, 5-27 Kasım, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 53-58.

Bengü, H., & Kara, E. (2010). Product Life Cycle Costing Methodology. *Banking and Finance Letters*, *2(3)*, 325-333.

Blocher, E.J., Stout, D.E. & Cokins, G. (2010). *Cost Management: A Strategic Emphasis.* New York: McGraw-Hill/Irwin

Büyükmirza, H.K.(2016). *Maliyet ve yönetim muhasebesi* (21). Ankara: Gazi kitabevi

Cooper, R., & Chew, W. B. (1996). Control tomorrow's costs through today's designs. *Harvard Business Review*, *74(1)*, 88-97.

Çiftçi, H.N.(2012). *Mamul yaşam dönemi maliyetleme yöntemi: Bir işletme uygulaması.* Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, İstanbul

Dhillon, B.S., (2010). *Life Cycle Costing for Engineers*. United States of America : Taylor and Francis Group, CRC Press

Doğan, Z. & Hatunoğlu, Z. (2012). *Maliyet ve Yönetim Muhasebesi(1).* İstanbul: Lisans Yayıncılık

Dowlatshahi, S. (1992). Product design in a concurrent engineering environment: an optimization approach. *The International Journal of Production Research, 30(8)*, 1803-1818.

Fabrycky, W. J., & Blanchard, B. S. (1991). *Life-cycle cost and economic analysis.* Englewood Cliffs, Prentice Hall.

Gersil, A. (2006). *Stratejik maliyet yönetimi kapsamında ürün yaşam seyri maliyet yönteminin analizi ve bir işletme uygulaması*. Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi, Ankara

Güneş, R. & Aksu*, İ. (2003). Mamul Yaşam Seyri Maliyetlemesi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,8(2)*, 43-61.

Hussein, A.Y.(2008). *Development Of Product Lıfe-Cycle Cost Analysıs Tool*. Master. Faculty of Mechanical Engineering Universiti Teknologi, Malaysia

Karakaya, M. (2004). *Maliyet Muhasebesi*, Ankara: Gazi Kitabevi, Fersaa Matbacılık

Kartal, A., Gündüz, E.H. & Sevim, A.(2013). *Maliyet Yönetimi(2)* , Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi

Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J. & Wong, V.(1999). *Principal of Marketing (Second European Edition)*, European: Prentice Hall.

Köse, T. (2002). Ürün maliyetlerine göre karar alma araçları: ürün yaşam seyri maliyetlemesi, hedef maliyetleme ve kaizen maliyetleme. *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2), 77-104.

Lindholm, A. & Suomala, P., (2007). Learning by costing. *International Journal of Productivity and Performance Management,56(8)*, 651-672.

Liu, H., Gopalkrishnan, V., Quynh, K. T. N., & Ng, W. K. (2009). Regression models for estimating product life cycle cost. *Journal of Intelligent Manufacturing, 20(4),* 401-408.

Norris, G. A. (2001). Integrating life cycle cost analysis and LCA. *The International Journal of Life Cycle Assessment, 6(2),*118-120.

Okano, K. (2001). Life cycle costing-An approach to life cycle cost management: A consideration from historical development. *Asia Pacific Management Review, 6(3)*, 317-341.

Otlu, F. & Kararca, S. (2005). Maliyet Yönetimi ve Yaşam Seyri Maliyet Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(2)*, 245-270.

Ronald, S.T.L.(2002). Life after death:reverse logistics and the product life cycle. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 32(3),* 223-247.

Seo, K., Park, J.H., Jang, D.S. & Wallace, D. (2002). Approximate Estimation of the Product Life Cycle Cost Using Artificial Neural Networks in Conceptual Design. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology, 19*, 461-471.

Shewchuk, J. (1992). Life Cycle Thinking: An Approach to Better Business Decisions and Behaviours that will Maximize Profits. Cma Magazine, 66(4), 34-36.

Tek, Ö.B. (1999). *Pazarlama İlkeleri Global Yönetimsel Yaklaşım Türkiye Uygulamaları(8)*, İstanbul: Beta Yayınları

Woodward, D. G. (1997). Life cycle costing—theory, information acquisition and application. *International journal of project management, 15(6),* 335-344.

Yılmaz, R. & Arı, M. (2011). Ürün Yaşam Seyri Maliyet Analizi ve Ürün Yaşam Seyri Maliyetleme Yaklaşımları İçin Durum Değerlendirmesi ve Kavramsal Çözümleme İhtiyacı. *Muhasebe Finansman Dergisi, 49*,75-88.

# BÖLÜM 11

## LATİN AMERİKA ÜLKELERİNİN BÖLGESEL- KÜRESEL DEĞER ZİNCİRLERİYLE ENTEGRASYONU

*Mehmet Fazıl ÖZKUL* [1]

1 Mehmet Fazıl ÖZKUL, Dr, Rekabet Kurumu, Orcid ID: ORCID: 0000-0001-7113-3343

## Giriş

Neo liberal politikaların geçtiğimiz yüzyılın sonunda küresel ölçekte yaygınlaşması, ekonomik entegrasyon faaliyetlerini derinleştirmiştir. Bölge ülkeleri arasındaki derin ekonomik entegrasyon ve geniş üretim ağları, bölgesel küresel değer zinciri (KDZ) faaliyetlerini de arttırmaktadır. Bölgesel değer zincirlerinin güçlenmesinde bölgesel hubların yani merkezlerin varlıkları önemli rol oynamaktadır.

Meng ve arkadaşlarına göre (2019), dünyada bir hub ve etrafında çevre ülkelerden oluşan üç önemli bölge bulunmaktadır: Çin'in hub olduğu Doğu- Güneydoğu Asya, ABD'nin hub olduğu Kuzey Amerika ve Almanya'nın hub olduğu AB. Söz konusu Bölgelerde ülkelerin arasındaki ticaretin büyük bir bölümü bölge içinde gerçekleşmektedir. Latin Amerika içinde bir ülkenin hub olarak ortaya çıkmaması üretim ağlarının dolayısıyla değer zincirlerinin bölgesel düzeyde gelişmesini kısıtlamaktadır (Li ve diğerleri 2019). Bölgesel entegrasyonunun dolayısıyla değer zincirlerinin Latin Amerika'da yeterince gelişmemesinin diğer temel sebepleri, coğrafi koşular, farklı bürokratik yapılar ve ülkelerin ekonomik entegrasyona ilgili farklı beklentilerdir. Kısacası Latin Amerika'yı bir bütün olarak Doğu Asya, AB ve Kuzey Amerika gibi ekonomik entegrasyonun geliştiği coğrafi bir bölge olarak değerlendirmemek gerekmektedir. Latin Amerika kendi içinde Meksika, Orta Amerika, Güney Amerika ve Karayipler gibi alt bölgelerden oluşmaktadır. Alt bölgeler arasındaki ekonomik bütünleşme faaliyetleri daha ileri düzeyde olsa da Bölge dışı ülkelerle ekonomik ilişkiler de oldukça yoğundur. Dolayısıyla Bölge ülkeleri arasındaki ticaret ve bölgesel değer zincirlerine katılım oranı diğer bölgelerin oldukça gerisindedir. Bölge firmaları ağırlıklı olarak diğer bölgelerdeki lider firmaların değer zincirlerine katılım sağlamaktadırlar. Katılımın önemli kısmı katma değeri düşük emek yoğun aşamalarda gerçekleşmektedir. Söz konusu firmalar değer zincirlerinde yükselip katma değeri yüksek aşamalara geçiş konusunda ise akran ülkeler firmaları gibi performans gösteremektedirler. Bununla birlikte Bölge firmaları, küresel değer zincirlerinin küresel yenilik zincirlerine dönüşmesinin yarattığı fırsatlardan giderek daha fazla yararlanmaktadırlar.

Yukarıda ana hatları özetlenen çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Girişten sonraki bölümde Latin Amerika ve Bölgeselleşme başlığı ele alındıktan sonra üçüncü bölümde Latin Amerika'da değer zincirlerine katılım diğer bölgelerle karşılaştırmalı olarak analiz edilecektir. Dördüncü bölümde Latin Amerika ülkelerinin değer zincirlerine entegrasyonu, imalat ve hizmet sektörlerinin alt başlıkları özelinde değerlendirilecektir. Son bölümde ise genel bir değerlendirme yapılacaktır.

## 1. Latin Amerika ve Bölgeselleşme

Latin Amerika, İspanyolca, İtalyanca, Portekizce gibi Latin dillerinin konuşulduğu Amerika kıtasındaki bir grup ülkeye atıfta bulunmak için kullanılmaktadır. Latin Amerika coğrafi bir konumdan ziyade dil, kültür ve tarih bağlamlarında tanımlanabilen bir kavramdır. Latin Amerika ifadesi 19. yüzyılda kullanılmaya başlanmıştır. Bu tarihten önce "İspanyol Amerika'sı", "İber-Amerika", "Andean Amerika" ve "Güney Konisi" gibi kavramlar bölgenin çeşitli yerlerini ifade etmek için kullanılmıştır. Latin Amerika teriminin, 1800'lerin ortalarında Fransız imparator 3. Napolyon tarafından ortaya atıldığı da düşünülmektedir (Landers vd.2006). Kuzey Amerika, Orta Amerika, Karayipler ve Güney Amerika'dan 20 bağımsız devletten oluşan Latin Amerika, Dünya'nın toplam yüz ölçümünün %13'ünü oluşturmaktadır. Latin Amerika içinde Kuzey Amerika'dan Meksika, Orta Amerika'dan Dominik Cumhuriyeti, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nikaragua, Panama, Kosta Rika, Karayipler'den ve Güney Amerika'dan Arjantin, Bolivya, Brezilya, Kolombiya, Ekvator, Küba, Paraguay, Peru, Şili, Uruguay, Venezuela ülkeleri bulunmaktadır.

Temel hedefi ağırlıklı olarak önce sömürüden kurtulmak ardından da siyasi ve ekonomik bağımsızlık sağlamak olan Latin Amerika'da bölgesel entegrasyon girişimleri, Avrupa, Kuzey Amerika ve Doğu-Asya ile aynı paralelde gelişmemiştir. Dolasıyla Latin Amerika'da söz konusu Bölge ülkelerinin büyük bir bölümünü içine alan geniş kapsamlı bölgesel işbirliği anlaşması yürürlüğe girmemiştir. Bunun yerine daha dar kapsamlı Latin Amerika'nın belirli bölgelerini içeren CARICOM (KARAYİP Ortak Pazarı), CAN (AND Milletler Topluluğu), MERCOSUR (Güney Ortak Pazarı), SICA (Orta Amerika Ortak Pazarı), LAIA (Latin Amerika Entegrasyon Topluluğu) gibi sınırlı bölgesel işbirliği anlaşmaları imzalanmıştır. Latin Amerika ülkelerinde bölge dışı ülkelerle yapılan ticaret anlaşmaları oldukça yaygındır. Meksika ticaretinin büyük kısmını, ABD ve Kanada ile birlikte imzaladığı USMCA serbest ticaret anlaşması çerçevesinde gerçekleştirmektedir. Kuzey Amerikalı ortaklarıyla ticaret anlaşmaları yapan diğer bir Latin Amerikalı ülkesi de Orta Amerika ülkeleridir. GüneyAmerika ülkelerinin de bir- çok gelişmiş ülke ile ticaret anlaşmaları bulunmaktadır (Lalanne,2022: 19).

Latin Amerika'da 1950'li yıllarda başlayan bölgesel iş birliğini geliştirme girişimleri, dış borç ve ticaret açıklarının neden olduğu finansal krizler nedeniyle sık sık kesintiye uğramış, bölge ülkeleri daha fazla ekonomi odaklı ve daha gevşek bir sistem oluşturmak istemişlerdir. Bölgesel entegrasyonun yeterince gelişmemesinin diğer nedenleri:

- Latin Amerika'nın ulaşım alt yapısının AB, Doğu Asya ve Güney Doğu Asya'ya göre daha az gelişmiş olması nedeni ile ulaşım maliyetleri

yüksektir. Kıtanın özellikle batı kesimlerinin engebeli ve ulaşım açısından zorlu olması da bu sonucu desteklemektedir.

- Latin Amerika ülkelerinde bürokrasisinin karmaşıklığı ve kuralların uygulanmasındaki düzensizlik ileri entegrasyon faaliyetlerini kısıtlamaktadır.

- Bir entegrasyonun başarılı olup olmamasını belirleyen koşullardan birisi de tamamlayıcılıktır. Ülkelerin farklı alanlarda uzmanlaşması, bölgesel entegrasyonu dolasıyla bölgesel ticareti arttırmaktadır. Latin Amerika ülkelerinin önemli kısmının hammadde ve düşük katma değerli imalat ürünleri ihracatçısı olması ve teknoloji yoğun ürünlerin ağırlıklı olarak Bölge dışından gelmesi bölgesel ticareti sınırlandırmaktadır.

- Latin Amerika ülkelerinin önemli bir bölümünde şiddet faaliyetlerinin yaygın olması ve bu ülkelerin dünyanın en tehlikeli ülkeleri listesinde yer almaları, Bölge ülkeleri arasındaki engellerin kaldırılmasını zorlaştırmaktadır.

- Serbest ekonomi politikalarını benimseyen ülkelerin yanı sıra hala korumacı politikaları uygulayan ülkelerin azımsanmayacak kadar çok olması Bölge içi ticarette tarife ve tarife dışındaki engellerin geçerli olmasına neden olmaktadır. En sık uygulanan tarife dışı engeller, düzenleyici standartlar ve menşe kurallarıdır. Standartların çokluğu, ülkeleri az sayıda pazarda uzmanlaşmaya ve ticaret yapmaya zorlamaktadır (Cadestin ve diğerleri, 2016). Tarife dışı engeller firmaların ölçek ekonomilerinden yararlanma şansını azaltırken ticarette sapmalara da neden olmaktadır. Blyde ve Trachtenberg'e (2020) göre, standartlarda uyumsuzluk ve orijin kuralı bölge içi ticareti ve yüksek teknolojili tedarik zincirlerinin oluşumunu engellemektedir.

- Sotomoyor vd. (2022)'e göre, Meksika ile Brezilya gibi Bölgenin önde gelen ülkeleri için farklı ekonomik amaç ve çıkarlar nedeniyle derin bölgesel entegrasyon bir öncelik değildir. Meksika, ABD ve Kanada ile serbest ticaret (USMCA) anlaşması doğrultusunda sanayisini güçlendirmeyi hedeflemektedir. Brezilya ile diğer Güney Amerika ülkeleri ise bölgesel ağların güçlendirilmesine katkı sağlayacak ileri düzey bir entegrasyona girmeden ticaretin önündeki engelleri kaldırılmasını amaçlamaktadırlar.

## 2. Latin Amerika ve Bölgesel-Küresel Değer Zincirleri

Latin Amerika ülkelerinin küresel değer zincirlerine katılımın hızlanması süreci, 1970 ve 80'lerdeki borç krizinin ardından Bölgede, ithal ikameci politikaların yerini ihracata dayalı politikalara almasıyla başlamıştır. Serbest ticaret politikalarına geçiş ve uygulanan teşvik politikaları, çok uluslu şirketleri dolayısıyla doğrudan yabancı yatırımı (FDI) çekmek

için ideal ortam yaratmıştır. Bölge firmalarının küresel değer zincirlerine katılımını arttıran diğer bir faktör de başta serbest ticaret anlaşmaları (STA) olmak üzere ekonomik entegrasyon faaliyetleri olmuştur. STA'lar, ihracata yönelik üretken sektörlere yatırımı teşvik etmek için ideal çerçeve oluşturmuştur. Meksika, 1994 yılında NAFTA'nın imzalanmasıyla ABD ve Kanada ile ticaret bütünleşme sürecine girmiştir. Latin Amerika ülkelerinin KDZ'lere entegrasyonunu hızlandıran bir gelişme de 2000 yılında Çin'in DTÖ'ye katılımı olmuştur (Meng vd., 2019). DTÖ'ye katılımdan sonra Çin, Dünya'nın diğer bölgelerinde olduğu gibi Latin Amerika'da da küresel değer zincirlerinde üretim- ticaret bağlantılarını yönlendiren birincil aktör olmuştur.

Coğrafi bir bölgeden çok dil kültür ve tarihsel bir birliği ifade eden Latin Amerika'daki ülkelerin küresel değer zincirlerine katılım süreçleri oldukça farklı biçimde gerçekleşmiştir. Meksika firmaları, 1960'lı yılların ortalarında Amerika Birleşik Devletleri firmalarının emek yoğun ve montaj faaliyetlerini gerçekleştirmeye başlayarak KDZ'lere entegre olurlarken, Güney Amerika ve Karayip ülkelerinin firmaları ise 2000 yılından sonra Çin'deki KDZ'lere katılarak katılımlarını pekiştirmişlerdir. Meksika'nın değer zincirlerine erken katılımı, ülkeye imalat sektöründe bir avantaj sağlayıp ABD ile daha derin ekonomik entegrasyonun yolunu açarken bu durum, aynı zamanda Meksika'nın Latin Amerika'dan ziyade Kuzey Amerika pazarına daha fazla bağımlı olmasına da neden olmuştur.

Meksika'nın değer zincirlerinde çoğunlukla Kuzey Amerika Bölgesi kapsamında geçekleştirdiği geriye dönük bağlantı faaliyetlerin payı zamanla azalırken, başta Çin'den olmak üzere bölge dışı ülkelerden girdi temininde artış gözlenmektedir. Tedarikteki bu kaymanın temel sebebi, maliyetlerden ziyade ABD'nin USMCA Anlaşması kapsamında getirdiği sıkı menşe kuralları olmuştur. Buna karşılılık ABD, Meksika ve Kanada arasında NAFTA anlaşmasının revize edilerek USMCA'nın yürürlüğe girmesi, Meksika'nın USMCA ülkelerine ara mal ihracatını yanı ileri bağlantı konumunu pozitif olarak etkilemiştir.

Yedi Orta Amerika ülkesinin değer zincirleri içindeki ticaretleri ağırlıklı olarak kendi aralarında gerçekleşmektedir. Diğer Latin Amerika ülkelerinin, Orta Amerika ülkelerinin değer zincirlerindeki ticaretlerindeki payı düşükken ABD ve AB ülkelerinin söz konusu ticarette önemli bir payı bulunmaktadır. İmalat sanayi değer zincirlerinde emek yoğun aşamalarda uzmanlaşan Orta Amerika ülkeleri, ara mal teminini Bölge dışından yapmaktadırlar. Dolaysıyla kendi aralarında yaptıkları ticarette bu ülkelerin geri bağlantı oranları düşüktür.

Son olarak, on Güney Amerika ülkesi için de Orta Amerika'ya benzer bir durum geçerlidir. Yani Güney Amerika'da da, bölgesel ticaret, La-

tin Amerika kapsamındaki ticaretten ziyade söz konusu ülkelerin kendi aralarında yaptıkları ticareti ifade etmektedir. Geri kalan ticaret ise bölge dışı olarak kabul edilmektedir. Güney Amerika ülkelerinin değer zincirleri içinde gerçekleştirdikleri ticarette en önemli ortakları Asya ve Avrupa ülkeleridir. Bölgesel bütünleşme kapsamındaki ilişkiler yalnızca Arjantin, Brezilya arasında güçlüdür. Tablo 1'de Güney Amerika ülkelerinin küresel değer zincirlerine entegrasyonunda en çok dikkat çeken ülke, Arjantin'in geri bağlantısı katsayısında kaydedilen %200'e varan artıştır. Bu gelişmede Arjantin'in Çin ve diğer Doğu ve Güneydoğu Asya ülkeleri ile ticaretindeki artış önemli rol oynamıştır.

Latin Amerika ekonomik sektörlerinin ve firmalarının bir başka özelliği de bölgenin KDZ'lerine zayıf katılım oranlarıdır. Blyde ve Trachtenberg (2020), Asya ülkelerinde %25, Avrupa ülkelerinde %18 olan bölge içi yabancı katma değerin Latin Amerika ülkelerinde %5 olduğunu hesaplamıştır. Benzer şekilde, Estevadeordal ve Blyde (2016), ortalama olarak Latin Amerika ülkelerinde yabancı girdilerin %29'unun bölge içi kaynaklı olduğunu ve geri kalanının bölge dışından, özellikle Kuzey Amerika'dan geldiğini ortaya koymuştur. Bu oran, Asya ülkelerinde %47'dir. Bölgesel ticaretin çok gelişmemiş olmasının yanı sıra Bölgede genel olarak düşük geriye dönük katılım oranı da KDZ'lere katılım oranının zayıf olmasının diğer bir nedenidir. Yalnızca KDZ'lerinde nihai ürün aşamalarında uzmanlaşan Meksika ve Orta Amerika ülkeleri tarafından gerçekleştirilen ihracat, nispeten yüksek oranda yabancı girdi içeriğine sahiptir. Tablo 1'de Bölgenin büyük ülkelerinin geri ve ileri bağlantı oranları ASEAN ülkeleri ile kıyaslamalı olarak ortaya konmaktadır. ASEAN firmalarının önemli bir bölümü küresel değer zincirlerinin düşük halkalarına girdikten sonra katma değeri yüksek halkalarına yükselip teknoloji yoğun üretim alanlarında uzmanlaşmışlardır. ASEAN ülkeleri gibi KDZ'lerde geri bağlantı oranları yüksek Meksika ve Kosta Rika'da ise üretim alanında daha hetorejen bir yapı söz konusudur. Örneğin, Meksika firmaları, otomotiv ve havacılık alanlarında katma değeri yüksek alanlarda uzmanlaşırken diğer sektörlerde katma değeri düşük alanlarda uzmanlaşmışlardır. Elektronik ve tıbbi cihaz endüstrilerideki faaliyetlerine rağmen, Kosta Rika'da ise düşük teknolojik içerik üretim baskın durumdadır(Gereffi ve diğerleri, 2019). Buna karşılık zengin doğal kaynaklara sahip olup birincil kaynak ihracatı yüksek Güney Amerika ülkelerinde ileriye doğru bağlantı oranı yüksektir. Güney Amerika ülkelerinin değer zincirlerine katılımı, Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne katılımı ve artan emtia talebi ile hızlanmıştır.

**Tablo:1** *Seçili Latin Amerika ve ASEAN Ülkelerinin Değer Zincirlerine Katılımı*

| Ülkeler | 1990-1994 | 1995-1999 | 2000-2004 | 2005-2009 | 2010-2014 | 2015-2018 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Kostarika** | 36,69 | 38,86 | 38,69 | 41,98 | 40,5 | 36,76 |
| G.Bağlantı | 22,52 | 23,76 | 22,73 | 23,9 | 20,54 | 18,46 |
| İ.Bağlantı | 14,17 | 15,09 | 15,96 | 18,08 | 19,96 | 18,3 |
| **Meksika** | 36,19 | 43,04 | 41,25 | 41,93 | 44,47 | 42,35 |
| G.Bağlantı | 25,23 | 33,01 | 31,37 | 30,18 | 31,6 | 30,41 |
| İ.Bağlantı | 10,96 | 10,03 | 9,88 | 11,75 | 12,87 | 11,94 |
| **Arjantin** | 28,87 | 30,25 | 36,9 | 43,01 | 41,44 | 38,22 |
| G.Bağlantı | 6,87 | 10,52 | 15,19 | 19,77 | 19,71 | 18,8 |
| İ.Bağlantı | 22 | 19,73 | 21,71 | 23,24 | 21,73 | 19,42 |
| **Brezilya** | 33,9 | 37,13 | 41,52 | 44,49 | 43,67 | 40,15 |
| G.Bağlantı | 9,05 | 11,56 | 15,16 | 13,94 | 13,16 | 13,99 |
| İ.Bağlantı | 24,85 | 25,57 | 26,36 | 30,55 | 30,51 | 26,16 |
| **Şili** | 47,86 | 45,94 | 49,07 | 54,03 | 54,63 | 52,71 |
| G.Bağlantı | 26,63 | 22,68 | 22,31 | 23,83 | 24,64 | 23,41 |
| İ.Bağlantı | 21,23 | 23,26 | 26,76 | 30,2 | 29,99 | 29,3 |
| **Peru** | 39,64 | 41,7 | 45,46 | 51,07 | 50,42 | 45 |
| G.Bağlantı | 8,64 | 8,56 | 8,53 | 10,15 | 11,11 | 9,86 |
| İ.Bağlantı | 31 | 33,14 | 36,93 | 40,92 | 39,31 | 35,14 |
| **ASEAN** | 57,18 | 59,62 | 62 | 64,6 | 63,51 | 61,24 |
| G.Bağlantı | 39,23 | 40,37 | 40,7 | 39,6 | 37,75 | 36,26 |
| İ.Bağlantı | 17,95 | 19,25 | 21,3 | 25 | 25,76 | 24,98 |

**Kaynak:** *Sotomayor, M.,Cordova, M. (2022)*

Meksika ve Kosta Rika dışında bir merkeze bağımlılık yoktur; bunun yerine bölge dışı ağlara bağlantılarda ülkeler çeşitlilik göstermektedirler. Örneğin, Beaton vd. (2017) araştırmasında, dış ağ bağlantısı en fazla olan ülkeleri Brezilya, Arjantin, Peru, Şili ve Kolombiya olarak sıralamıştır. Bu ülkeler, tüm potansiyel küresel ticaret ortaklarının yaklaşık yüzde 91'ini kapsayan ticaret bağlantılarına sahiptirler. Yurtdışı ağlardaki çeşitlilik, merkez ülkelerin karşı karşıya kaldığı durgunluklarda veya küresel tedarik zincirini etkileyen şoklara maruz kaldığı durumlarda bu ülkelerin elde edebilecekleri bir avantaj olarak da görülebilir. Örneğin Meksika, 2008 Krizinde Amerika Birleşik Devletleri'nin ekonomik gerilemesinden ciddi şekilde etkilenirken, uluslararası üretim ağlarının çeşitliliği nedeniyle Güney Amerika ülkeleri krizden eşit derecede etkilenmemiştir.

Latin Amerika ülkelerinin küresel değer zincirleri içinde gerçekleştirdikleri ticarette ABD, Almanya ve Çin en önemli hublar olarak dikkat çekmektedirler. Seçilen Latin Amerika ülkelerinin toplam katma değerli ihracatlarında en büyük paya sahip ülkelerin gösterildiği Tablo 2'de 2000 yılına kadar ağırlıklı olarak ABD ön plana çıkmaktadır. Zamanla Meksika ve Orta Amerika'nın büyük bir bölümü dışında bu firmaların yerini

başta Almanya olmak üzere Avrupalı firmalar almıştır. Özellikle Avrupa ülkeleri, Güney Amerika ülkelerinin KDZ'lerdeki ticaretlerinde en önemli hub durumundadırlar. Avrupa ülkeleriyle yapılan serbest ticaret anlaşmaları bu süreci desteklemektedir. Çin'li firmaların payları düzenli olarak artsa da kısa ve orta vadede ve ASEAN Ülkelerinin özellikle Almanya firmalarının yerlerini almaları beklenmemektedir.

**Tablo 2** *Seçili Latin Amerika Ülkelerinin Küresel Değer Zincirlerindeki İhracatlarında Hubların Payı*

| Hub | Kostarika | Meksika | Arjantin | Brezilya | Şili | Kolombiya | Peru |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ABD | | | | | | | |
| 1990 | 11.68 | 35.73 | 6.17 | 7.66 | 9.23 | 20.00 | 9.50 |
| 2000 | 19.09 | 38.02 | 7.57 | 8.81 | 10.34 | 18.95 | 11.01 |
| 2010 | 13.44 | 32.64 | 4.70 | 6.03 | 6.14 | 17.58 | 7.09 |
| 2019 | 8.20 | 27.45 | 2.97 | 3.83 | 5.56 | 9.54 | 3.28 |
| Almanya | | | | | | | |
| 1990 | 12.03 | 7.22 | 10.26 | 16.81 | 15.41 | 13.96 | 18.55 |
| 2000 | 8.15 | 6.40 | 9.74 | 14.11 | 12.56 | 10.11 | 15.11 |
| 2010 | 10.57 | 7.67 | 10.05 | 14.73 | 12.66 | 10.75 | 14.72 |
| 2019 | 12.29 | 9.85 | 11.16 | 16.68 | 13.78 | 13.92 | 15.35 |
| Çin | | | | | | | |
| 1990 | 0.15 | 0.23 | 0.28 | 0.75 | 0.65 | 0.13 | 1.29 |
| 2000 | 1.03 | 1.29 | 1.36 | 3.39 | 3.06 | 0.62 | 5.53 |
| 2010 | 2.21 | 3.35 | 3.15 | 7.39 | 7.05 | 1.43 | 12.79 |
| 2019 | 2.36 | 3.88 | 3.08 | 7.40 | 6.83 | 1.54 | 11.47 |

**Kaynak:** *Sotomayor, M.,Cordova, M. (2022)*

## 3. Latin Amerika Ülke Firmalarının Sektörel Bazda Değer Zincirlerine Katılımı

Latin Amerika ülke firmaları tarım, tekstil, medikal, havacılık -uzay ve hizmet gibi çeşitli sektörlerde KDZ'lere entegre olmuşlardır (Giuliani vd. (2005). Ancak Doğu ve Güneydoğu Asya'da elektronik de ya da AB 'de otomotiv de olduğu gibi Latin Amerika'da değer zincirlerinde, Bölge ülkelerinin büyük kısmının katılımı ile oluşan ülkelerin birbirlerini tamamladığı spesifik sektörler bulunmamaktadır. Değer zincirlerindeki entegrasyonun çoğu, ucuz işgücü, stratejik konum ve diğer alanlardaki karşılaştırmalı avantajlardan yararlanmak amacıyla genellikle doğrudan yabancı yatırım (DYY) tarafından desteklenen ihracata yönelik sektörler tarafından gerçekleşmektedir. Değer zincirlerine katılım sağlanan sektörler, ülkelere istihdam, ihracatı arttırma; firmalara ise yüksek teknolojili ürün ve elde ettikleri katma değeri arttırma konulularında fırsatlar sunmaktadırlar.

İmalat sanayi başlığı altında Meksika ve Orta Amerika'da değer zincirlerine entegre olan firmaların çok büyük bir kısmı ABD çok uluslu fir-

malarının liderliğindeki değer zincirlerinin ucuz işgücü taleplerini karşılamaktadırlar. Söz konusu değer zincirleri ABD'ye bağımlı bir yapının da ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Nitekim hazır giyim endüstrisinin değer zincirleri aracılığıyla ABD'ye yaptığı ihracat, Nikaragua ihracat toplam ihracatının beşte birini oluşturmaktadır. Büyük oranda ABD, Kore Cumhuriyeti, Meksika, Çin, Tayvan gibi yabancı sermayeli firmalardan oluşan sektörde yerli firmaların sayısı ve pazar payı sınırlıdır. Firmaların önemli bir kısmının daha büyük küresel veya bölgesel ağların parçası olduğu tekstil ve hazır giyimdeki değer zincirlerinde, küresel firmaların faaliyetleri Orta Amerika'da çeşitli ülkelere yayılmıştır. İrili ufaklı Orta Amerika'da birçok ülkeye yayılan tekstil faaliyetleri, küresel firmaların, müşterilerinin farklı taleplerini karşılamalarına olanak sağlamaktadır. Özellikle tekstil firmaları, Guatemala, Honduras ve Meksika gibi çeşitli ülkelerindeki Bölge ülkelerdeki yaygın faaliyetleriyle maliyet avantajı elde etme amacındadırlar. Ancak bölge ülke firmaları değer zincirlerinde daha katma değerli aşamalara yükselme konusunda sınırlı ölçekte başarı gösterebildiklerinden aralarında ciddi bir fiyat rekabeti yaşanmaktadır. Dolayısıyla yaratılan katma değerin küçük bir kısmı Bölge'de kalmakta önemli kısmı çok uluslu firmalar aracılığıyla merkez ülkelere gitmektedir.

Orta Amerika ve Meksika'da ABD çok uluslu firmalarının liderliğindeki değer zincirlerinin ucuz işgücü taleplerini karşılayarak ön plana çıkan diğer bir sektör de tıbbi ürünler sektörüdür. Meksika'nın Baja Kaliforniya Bölgesinde 1990'ların ikinci yarısında faaliyete geçmeye başlayan tıbbi cihaz firmaları, Kaliforniya tıbbi cihaz kümelerinin emek yoğun süreçlerini düşük maliyetle gerçekleştirmek amacıyla kurulmuşlardır. Bu Bölgedeki üretim, Meksika'nın tıbbi cihazlara yönelik büyük iç talebine rağmen, ABD'ye ihracata yönelik bir endüstridir. Bölgede medikal ürünler başlığı altında önemli kısmı montajla ilgili olan ürünlerin %95'i tercihli vergi rejimi kapsamında değerlendirilmektedir. Üretilen ürünlerin %90'ı başta ABD olmak üzere ihraç edilmektedir. Baja Kaliforniya tıbbi cihaz sektöründe faaliyet gösteren 67 fabrikada yaklaşık 42.000 kişiye istihdam sağlanmaktadır (Stark vd, 2014).

Bölgedeki fabrikalar temel olarak lider firmaların katma değeri düşük imalat ve montaj faaliyetlerine yönelik üretim yapmaktadırlar. Firmalar, değer zincirlerinde yükselerek araştırma ve geliştirme gibi katma değeri yüksek aşamalara geçme konusunda çok az ilerleme gösterebilmişlerdir (Carillo, 2009). Bölgede üretilen ürünler ağırlıklı olarak cerrahi bandajlar, kataterler ve ilaç dağıtım sistemleri ve cerrahi aletler gibi tek kullanımlık olgun ürün kategorisindeki ürünlerden oluşmaktadır. Ancak son yıllarda katma değeri daha yüksek cerrahi ürünlerin üretiminde artış gözlemlenmektedir. Meksika'nın toplam tıbbi cihaz ihracatının yaklaşık %50'si bu tesislerde gerçekleştirilmektedir (Promexico, 2011).

Kaliforniya'daki çok uluslu firmaların liderliğindeki değer zincirlerinde emek yoğun süreçleri katlım sağlayan diğer bir grup da Kosta Rikalı firmalardır. Bu ülkede tıbbi cihaz sektöründeki üretim 1980'lerin ortalarında başlamıştır. Sektörde, firmaların sayısı ve çeşitliliği ile ürünlerin değerindeki en hızlı gelişme 2009 ile 2012 yılları arasında gerçekleşmiştir. Bu dönemde, Kosta Rika'daki tıbbi cihaz tedarik zincirinde imalatçı firmaların arasına yaklaşık 50 firma, paketleme ve destek hizmetleri sağlayan firmaların arasına da 16 firma daha katılmıştır. Bu firmaların yarısından fazlası (%60) ABD; %30'dan azı ise Kosta Rika kökenlidir (Gereffi vd. 2011). Az sayıdaki firma zamanla montajın yanı sıra küçük çaplı ARGE faaliyetlerine de yönelse de bu firmaların sayısı çok azdır.

Kosta Rika'ya ait yerli firmalar, değer zincirinin etiketleme, paketleme segmentlerinde ve destek hizmetlerinde aktiftirler. Medikal sektöründeki firmalar, değer zincirlerinde fonksiyonel yükselme göstermese de bir bölümü daha katma değerli ürünlerin üretimine geçmeyi başarmışlardır. Fonksiyonel yükselme, nitelikli işgücü ve beşeri sermayeye yatırım gerektirdiğinden, gelişmekte olan ülkelerde ürün yükselme, katma değerli üretimin daha iyi bir yolu olabilmektedir (Gereffi vd. 2011). Sektörde faaliyet gösteren firmaların bir kısmı, değer zincirlerinde ürün yükselme gerçekleştirerek sofistike ürünlerin üretimine geçiş yapmışlardır. Ayrıca medikal sektöründe oluşan bilgi birikimi ve kalifiye işgücündeki artış, medikal sektöründeki çok uluslu firmaların da ülkeye yatırım yapmasını beraberinde getirmiştir. Meksika ve Kosta Rikalı firmalar, değer zincirlerinde, ağırlıklı olarak bileşen üretimi ve montaj aşamalarında uzmanlaşmışlardır. Bu aşamalarda firmalar, ana pazarları olan Amerika Birleşik Devletleri'ne göre daha düşük maliyetli işgücünden yararlanarak üretim yapmaktadırlar.

Ancak, Latin Amerikalı firmaların küresel zincirlere katılımı, yalnızca imalat sanayinde yabancı firmalara ve teknolojiye bağımlı olarak gerçekleşmemektedir. Latin Amerika, doğal kaynak bakımından oldukça zengin bir ülkedir. Bölge ülkelerinin bir kısmı, doğal kaynaklar ve madencilik endüstrilerindeki ürünlerini katma değeri daha yüksek ürünlere dönüştürme konusunda deneyimlidirler. Bu yerel deneyim, zincirde faaliyet gösteren ülkelere yüksek değerli hizmetler ihraç etme fırsatı verebilmektedir. Uruguay'daki büyük baş hayvancılık sektörü için bilgisayarlı bir izlenebilirlik sisteminin geliştirilmesi, Şili madencilik alanında mühendislik hizmeti ihracatı ve Kosta Rika'da çevre hizmetlerini bu alandaki gelişmelerinden bazılarıdır.

Uruguay, ülkedeki insan nüfusundan fazla sahip olduğu yaklaşık 12 milyon büyükbaş hayvanla önemli bir hayvancılık ülkesidir. Ancak hayvancılığın dış ticaretindeki asıl öneminin artması ve firmalarının değer zincirlerinin farklı segmentlerine katılmaları sığır izlenebilirlik projesi ile

gerçekleşmiştir. Sığır izlenebilirlik projesi, Uruguay'ın sığır yetiştiriciliği ile ilgili tüm aşamaları kontrol etmesini ve gıda güvenliği standartlarını geliştirmesini sağlayıp ithalat kısıtlamalarını minimuma indirmesine katkıda bulunmaktadır. Canlı hayvan izlenebilirlik sistemi, üreticileri, yerel yönetimleri, nakliyecileri, özel sektörü, bilişim şirketlerini ve merkezi hükümeti (özellikle Tarım Bakanlığı) bir araya getiren çok paydaşlı bir ortak girişim aracılığıyla geliştirilmiştir. Ulusal sığır üretiminin %100'ünün gerçek zamanlı olarak izlenmesini sağlayan dünyadaki tek sistem sayesinde, yaklaşık 2,5 milyon yeni hayvan kayıt altına alınmaktadır. Günümüzde Uruguay hayvancılık firmaları, değer zincirlerinin değişik aşamalarına entegre olarak ülkenin toplam ihracatının 10 yılda 2 kattan fazla artmasını sağlamışlardır (Statisca 2022). Ayrıca Uruguay, Kolombiya gibi Bölge ülkelerine know how ihracatı da yapmaktadır.

Bakır ve diğer metal rezervleriyle madenciliğin önemli bir endüstri olduğu Şili, alandaki deneyimini hizmet geliri kaynağına dönüştürerek madencilik mühendisliği hizmetlerinin önde gelen küresel merkezlerinden biri olarak ortaya çıkmıştır (Stark vd, 2010). Mühendislik hizmetleri ihracatını desteklemeye büyük önem veren Şili Hükümetleri, sektörün gelişimine önemli destek vermişlerdir. Hükümetler ayrıca Şili mühendislik hizmetleri için bir markalaşma ve tanıtım girişimine kayda değer yatırımlar yapmıştır. Uluslararası madencilik firmaları, ülkenin muazzam maden zenginliğinden yararlanmak için Şili'ye taşınırken, büyük küresel mühendislik ortakları da onları desteklemek için ülkedeki faaliyetlerini genişletmişlerdir. Şili'de madencilik faaliyetleri için düşük değerli tasarım çizimleri hazırlayarak faaliyete başlayan firmaların bir kısmı 2000'lerin sonunda Şili'de bakır endüstrisi alanında küresel mükemmeliyet merkezleri kurmuşlardır. Bu merkezler, günümüzde küresel ölçekte diğer bakır projelerinin geliştirilmesi için lider ofisler olarak hizmet vermektedirler. 2010'da 3.500'den fazla mühendis istihdam eden bu merkezlerin madencilikle ilgili mühendislik hizmeti ihracatının toplamı tahmini 275,3 milyon ABD Doları olmuştur (Stark vd, 2010). Şili'nin hizmet ihracatının üçte biri, bu faaliyetlerden gelen gelirlerden oluşmaktadır.

Kosta Rika ise sadece sanayileşme faaliyetleriyle değil çevreyi korumaya yönelik girişimleriyle de adından söz ettirmektedir. Çevre alanındaki planlamaları ve gerçekleştirdiği faaliyetlerle, hem gelişmekte hem de gelişmiş ülkeler arasında bu alanda en ön sıralarda yer almaktadır. Uygulamaya konulan koruma teşvikleri sonucunda bugün tropik ormanların yarısından fazlasını kapladığı ülkede, yasadışı ağaç kesimi %82'den %15'e gerilemiştir. Bu gelişmede çiftçilere verilen desteklerin de önemli rolü olmuştur (Stark vd, 2013). Çevreyle ilgili niş pazardaki yetişmiş insan gücüyle Kosta Rika, doğanın korunması, nesli tükenmekte olan hayvanların korunması, çevre eğitimi ve öğretimi gibi yüksek talep gören hizmet-

leri ihraç edebilecek özel bir konuma gelmiştir. Küresel çevre hizmetleri ve teknoloji pazarının yaklaşık 800 milyar ABD Doları değerinde olduğu düşünüldüğünde Kosta Rika'nın potansiyeli daha iyi anlaşılmaktadır.

İmalat sanayi değer zincirlerine katılımda diğer akran ülkelerin gerisinde kalmalarına rağmen, Latin Amerika ülkeleri, hizmet sektöründe küresel değer zincirlerine katılımda daha hızlı bir gelişim göstermektedirler. Bölge'de sektörün gelişmesi, büyük ölçüde, kıtada ağırlıklı olarak İspanya'ya ve Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Hispanik topluluklara hizmet etmek için kurulan DYY projeleri sayesinde gerçekleşmektedir. Ülkelerin coğrafi konumları, ucuz işçilik maliyetleri ve teşvik politikalarının yanı sıra, telekomünikasyon altyapıları ile nitelikli insan sermayesinin mevcudiyeti de Bölge'ye olan ilgiyi arttıran diğer faktörledir. Gelişen hizmet sektöründe ülkelerin beşeri sermayesine artan ihtiyaç kamu ve özel sektörün eğitim faaliyetlerine daha fazla yönelmesini beraberinde getirmiştir. Latin Amerika'nın öne çıkan ülkelerinde özel sektör, hizmet sektörüyle ilgili KDZ'lerin katma değeri yüksek aşamalarına geçiş yapmak amacıyla beşeri sermayeye önemli yatırımlar yapmaktadırlar.

2022 AT Kearney Küresel Hizmetler Lokasyon Endeksi'ne göre, aralarında Arjantin, Brezilya, Şili, Kosta Rika ve Meksika'nın da bulunduğu sekiz Latin Amerika ülkesi, offshore hizmetleri için en rekabetçi ilk 50 uluslararası lokasyon arasında yer almaktadır (AT Kearney, 2022). Brezilya'nın beşinci sırada yer aldığı listede, Kolombiya, Guatemala, Peru ve Uruguay gibi diğer ülkeler de "izlenmesi gereken önemli ülkeler" olarak tanımlanmaktadır. Yurtdışından hizmet tedariği başlığı altında 2010 yılında Latin Amerika'daki bilgi teknolojisi dış kaynak kullanımı, Doğu Avrupa'daki rakamları geçerek 8 milyar USD'ye ulaşmıştır (Gartner, 2009). Latin Amerika ülkeleri offshore hizmet endüstrisine katılımda heterojen bir yapı söz konusudur. Her ulus kendi rekabet avantajı alanında uzmanlaşıp, uzmanlaştığı alana göre katma değer elde etmektedir. Düşük katma değerli alanlarında uzmanlaşan Dominik Cumhuriyeti, Guatemala ve El Salvador çağrı merkezi faaliyetlerine ağırlık vermektedirler. Daha katma değerli alanlarda uzmanlaşan Brezilya, Meksika, Şili Ve Kostarika iş geliştirme süreçleri, bilgi süreci dış kaynak kullanımı ve araştırma geliştirme alanlarındaki faaliyetlerini arttırmaktadırlar.

**Sonuç**

Latin Amerika, coğrafi bir bütünlükten ziyade İspanyolca, İtalyanca, Portekizce gibi Latin dillerinin konuşulduğu Amerika kıtasının farklı bölgelerinde bulunan bir grup ülkeyi ifade etmektedir.1980-90'lı yıllardaki küreselleşme rüzgarı tüm dünyayı etkilediği gibi Latin Amerika ülkelerini de etkilemiştir. Latin Amerika ülkeleri, Bölge içi ve dışı

ülkelerle imzalanan çok sayıda ticaret anlaşması yoluyla ekonomilerinin dışa açılması ve pazarlarının bütünleşmesi sürecine girmişlerdir. Ancak Latin Amerika ülkelerinin tümünü kapsayan bölgeselleşme ile ilgili girişimler, Doğu- Güneydoğu Asya, AB ve Kuzey Amerika'nın oldukça gerisinde kalmıştır. Meksika, ABD ve Kanada ile imzaladığı serbest ticaret anlaşması kapsamında bu ülkelerle; Orta Amerika ülkeleri ve Güney Amerika ülkeleri de kendi alt bölgelerindeki ülkelerle Bölgesel bütünleşme faaliyetlerine ağırlık vermiştir. Güney Amerika ülkeleri bölgeleri dışında Avrupa ve Doğu ve Güneydoğu Asya ülkeleri ile de ticari bağlarını güçlendirmişlerdir. Diğer yandan Bölge içinde bir ülkenin hub olarak ortaya çıkmaması, hem bölgesel entegrasyonun hem de Latin Amerika ülkelerinin değer zincirlerine katılım oranının akran ülkelere göre düşük olmasına neden olmaktadır. Önceleri, Bölge ülkelerinin ticari bağlantılarını yönlendiren en önemli hub ABD iken bugün, Meksika ve bir grup Orta Amerika ülkesi dışında ABD'nin yerini başta Almanya olmak üzere AB ülkeleri ve Çin almıştır.

Bölge ülkelerinin değer zincirlerine katılımı ile ilgili bir nokta da katılım türünün Bölge genelinde çok heterojen bir yapı oluşturmasıdır. Doğal kaynaklar ve madencilik açısından zengin olan Güney Amerika'da bulunan ülkelerin değer zincirlerine ileri bağlantı oranları yüksekken, Meksika ve Orta Amerika ülkelerinde geri bağlantı oranları yüksektir. 3. Bölümde ortaya konduğu gibi, Meksika ve Orta Amerika firmaları, özellikle tekstil, hazır giyim ve medikal sektörlerinde ABD'li çok uluslu firmaların hakimiyetindeki değer zincirlerinde ağırlıklı olarak emek yoğun aşamalarda uzmanlaşmışlardır. Söz konusu firmaların değer zincirlerinde yükselip daha fazla katma değer elde edebilecekleri OEM (Original Eqipment Manufacturing)[1], ODM (Original Design Manufacturing)[2] ve (Original Brand Manufactring)[3] aşamalarına çıkma konusunda da performansları akran ülkelerinin gerisinde kalmıştır. Ağırlıklı olarak firmaların değer zincirlerinde yükselmesi daha katma değerli ürünlere geçişi ifade eden ürün yükselmesi şeklinde gerçekleşmektedir.

Latin Amerika ülkelerinin, imalat sanayinde küresel değer değer zincirlerine entegrasyon ve yararlanma konularındaki zayıf performansı, hizmetler sektöründe daha pozitiftir. Bölge ülkeleri, Hispanik kökenli ABD ve İspanya gibi ülkelerle ilişkilerini coğrafi konumlarını ve ucuz işçilik maliyetlerini avantaja çevirerek yurtdışından hizmet tedariki alanında oldukça rekabetçi konuma gelmişlerdir. Daha az gelişmiş Dominik Cumhuriyeti, Guatemala ve El Salvador gibi Bölge ülkeleri, çağrı merkezi

1 İlgili sektörde her türlü ürünü üretebilir aşamayı ifade eder.
2 Tasarım yapabilir aşamayı ifade eder.
3 Kendi markası altında üretim yapıp değer zinciri oluşturmayı ifade eder.

faaliyetlerine yönelirken; daha gelişmiş Brezilya, Meksika ve Şili gibi ülkeler iş geliştirme süreçleri, bilgi süreci dış kaynak kullanımı ve araştırma geliştirme alanları gibi daha katma değerli alanlara yönelmişlerdir.

Kısacası, Latin Amerika, coğrafi alanını kapsayan bölgesel değer zincirleri fazla gelişmemiştir. Bölge ülkeleri arasındaki ticaret ilişkileri de sadece alt bölgelerde güçlüdür. Bölge dışı değer zincirlerinin ülke ekonomilerindeki önemi de diğer Bölgelere göre oldukça fazladır.

# KAYNAKÇA

AT Kearney (2022). "The 2021 *Kearney Global Services Location Index.* Erişim Tarihi:12.01.2023. http://https://www.kearney.com/digital/article/-/insights/the-2021-kearney-global-services-location-index?utm_medium=pr&utm_sour&utm_=

Beaton, K., Cebotari, A., Ding, X., ve Komaromi, A. (2017). Trade Integration in Latin America: A Network Perspective. *IMF Working Papers*, 17(148).

Blyde, J and Trachtenberg, D. (2020). Global Value Chains and Latin America: A Technical Note. *IDB Technical Note*, 1853

Cadestin, C., Gourdon J. and Kowalski P. (2016). Participation in Global Value Chains in Latin America: Implications for Trade and Trade-Related Policy. OECD Trade Policy Papers, No. 192, OECD Publishing, Paris.

Carillo, J. (2009), *Innovative Companies and Policies for Innovation on the U.S.-Mexico Border.* Erişim Tarihi:11.12.2022 http://www.bakerinstitute.org/research/innovative-companies-and-policies-for-innovation-on-the-us-mexico-border/.

Gartner (2009), "Gartner Outsourcing & Vendor Management Summit 2009. Post Event Brief", Las Vegas, 4-6 May [online] http://www.gartner.com/imagesrv/ summits/docs/na/outsourcing/std12_2009_post_event_trip_report.pdf.

Gereffi, G., K. Fernandez-Stark and P. Psilos (2011). Skills for Upgrading: Workforce Development and Global Value Chains in Developing Countries, Center on Globalization, Governance & Competitiveness, Duke University.

Giuliani, E., Pietrobelli, C. ve Rabellotti, R. (2005). Upgrading in Global Value Chains: Lessons from Latin American Clusters, *World Development, Vol*. 33, No. 4, Amsterdam, Elsevier.

Lalanne, A. Size, Position and Length in Value Chains in Latin America, *CAF Working Paper*, 2022/04.

Li, X., Meng, B., & Wang, Z. (2019). Recent Patterns of Global Production and GVC Participation. *Global Value Chain Development Report 2019*, 9–43. https://doi.org/10.30875/6aa1a271-en.

Landers, J. G. and Barry M. (2006). *Subjects, and Subversives: Blacks in Colonial Latin America.* Albuquerque: University of New Mexico Press

Meng, B., Xiao, H., Ye, J., & Li, S. (2019). Are Global Value Chains Truly Global? A New Perspective Based Onthe Measure of Trade in Value-Added, *IDE -JETRO Discussion Paper*, 736, 1–31.

Sotomayor, M.,Cordova, M. (2022) Rethinking Global Value Chains in Latin America under COVID 19: Challenges and Opportunities for Exporting Firms *AD-Minister* Nº:40 DOI: https://doi.org/10.17230/Ad-minister.40.1.

Promexico (2011). *In Search of Medical Innovation.* Erişim Tarihi:12.01.2023 http://negocios. promexico.gob.mx/english/11-2011/art01.html.

Stark, K., Bamber. P. and Gereffi, G. (2010). *Engineering Services in the Americas*, Erişim Tarihi: 05.12.2022. http://www.cggc.duke.edu/pdfs/CGGC-DB_CORFO_Engineering_Services_in_the_Americas_July_1_2010.pdf.

Stark, K., Bamber. P. and Gereffi, G. (2013). Costa Rica in the Offshore Services Global Value Chain: Opportunities for Upgrading, Durham, , *Center on Globalization, Governance & Competitivenes*, Duke University, North Carolina.

Stark, K., Bamber. P. and Gereffi, G. (2014). Global Value Chains in Latin America: A Development Perspective for Upgrading. In R. Hernández, J. M. Martínez-Piva, & N. Mulder (Eds.), *Global Value Chains And World Trade: Prospects And Challenges For Latin America (pp. 79–106).* North Carolina, US.

Statista (2022). *Uruguay Beef Production* . Erişim Tarihi:15.01.2023 https://www.statista.com/statistics/1004910/uruguay-beef-veal-meat-production-volume/

# BÖLÜM 12

## HİLE RİSKİ YÖNETİMİNDE İÇ DENETİMİN ÖNEMİ

*Özlem USMAN*[1]

1 Dr. Öğretim Üyesi, Yalova Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0002-1745-889X

## GİRİŞ

İşletmelerde hilenin meydana gelmesine ortam hazırlayan birtakım unsurlar söz konusu olabilir. Bu unsurlar, işletmelerin yapılarına, işletmelerin faaliyette bulundukları sektöre, işletmede kurulu organizasyon yapısına, işletme yönetimlerinden çalışanların bilgi ve eğitim düzeylerine kadar çok çeşitli faktörlerden kaynaklanabilir.

Hileye ortaya çıktıktan sonra müdahale edilmesinden ziyade ortaya çıkmadan önce gereken tedbirlerin alınması ve ilgili prosedürlerin uygulamaya konulması işletmeler açısından önemlidir. Zira hile ve hile riski konularında bilinçli olmayan ve bu konuya yönelik gereken faaliyetlerde bulunmayan işletmeler maalesef hem maddi kayıplara hem de itibar, işgücü, zaman vb. anlamda kayıplara maruz kalmaktadırlar. İşletmeler ne kadar sağlıklı ve etkin işleyen sistemlere sahip olsalar da kişilerin hile faaliyetine yönelmeleri her zaman olasıdır. Bu nedenle hile riski tüm işletmeler için her zaman geçerli bir kavram olmaktadır.

Ortaya çıkan çeşitli finansal skandalların ardından önemi giderek artan iç denetim, işletmelerin faaliyetlerini geliştirme ve onlara değer katma amacı güden bağımsız, objektif olma gibi niteliklere sahip bir güvence ve danışmanlık faaliyeti olarak tanımlanmaktadır. Günümüz iş dünyasında giderek yoğunlaşan rekabet ortamı, hızlı gelişen teknolojik değişimler ve işletmelerin maruz kaldığı hile vakaları vb. unsurlar işletmelerde yeni iş yapış şekillerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Yaşanan bu gelişmeler iç denetim faaliyetlerini de etkilemektedir. Artık etkin bir iç denetim sistemi işletmenin zayıf noktalarını belirlemeyi, düzeltici önlemler alınmasına destek olmayı, risk, fırsat vb. kavramları da yorumlanmayı içerek şekilde yeniden yapılanmaktadır.

Bu çalışmada hile riski yönetiminde iç denetimin rolü teorik çerçevede ele alınmaktadır. Bu anlamda çalışmada öncelikle hile kavramından bahsedilerek hile türleri, hile unsurları, hile riski ve hile riski yönetimi kavramları detaylı şekilde açıklanmaktadır. Ardından iç denetim kavramı ve iç denetim biriminin işletmelerdeki görev ve sorumluluklarına değinilmektedir. Son olarak özellikle hile riski yönetiminde iç denetimin rolü ve artan öneminin altı çizilmektedir.

## 1. HİLE KAVRAMI

Hile kavramının genel kabul gören tek bir tanımını yapmak oldukça güçtür. Çeşitli kaynaklarda hile kavramı farklı ifadelerle tanımlanmıştır.

Türk Dil Kurumu (TDK), hile kavramını "*Birini aldatmak, yanıltmak için yapılan düzen, dolap, oyun, ayak oyunu, alavere dalavere, desise, entrika*" olarak ifade etmiştir. Yine TDK tarafından yapılan ikinci tanım ise

"*Çıkar sağlamak için bir şeye değersiz bir şey katma*" şeklindedir (www.sozluk.gov.tr/).

Amerika'da kurulan Association of Certified Fraud Examiners kısa adıyla ACFE (1996), hileyi şu şekilde tanımlamaktadır. "*Bir kişinin, çalıştığı işletmenin kaynak veya varlıklarını kasıtlı olarak uygun olmayan bir biçimde kullanması veya suiistimal ederek kendisine haksız kişisel yarar sağlaması*".

İngilizce de fraud olarak geçen sözcüğünün karşılığı Türkçe'ye "hile" olarak çevrilmiş ve yolsuzluğu, sahtekarlığı ve usulsüzlüğü de içine alan bir kavram şeklinde tanımlanmıştır (Çatıkkaş ve Çalış, 2010, s. 147). Tanımlar değişiklik gösterse de hile kavramı özünde, kişinin kendisi için kişisel bir kazanç elde etmek ve/veya bir başkası için bir kayıp yaratmak adına dürüst olmayan bir şekilde aldatma faaliyetini içermektedir (CIMA, 2008, s. 7).

Hile kavramında genel olarak aşağıdaki özellikler yer almaktadır (Bozkurt, 2011, s. 60):

- Hile faaliyeti, hileyi yapan tarafından gizlice sürdürülür.
- Hile faaliyetinde, hileyi yapan kişinin kendisine fayda sağlama durumu vardır.
- Mutlak surette kasıt unsuru söz konusudur.
- Mağdur (hileden etkilenen), bir şekilde aldatılmıştır.
- Her durumda hile faaliyetinden mağdur (hileden etkilenen) kişi ya da işletme zarar görmektedir.

ACFE tarafından 2022 yılında yayınlanan raporda işletmelerin karşı karşıya kaldığı çeşitli hilelere ait olan yüzdelik dilimlerde işletmelerin gelirlerinin her yıl %5'ini hile olayları sonucunda kaybettiği ifade edilmektedir. Ayrıca rapora göre meydana gelen hilelerin %69'undan fazlasının kâr amacı güden işletmelerde oluştuğu belirtilmiştir (ACFE, 2022, s. 28). Tablo 1'de vakaların yüzdesi ve ortalama kayıplar hakkında bilgi verilmektedir.

**Tablo 1.** *İşletme Türlerine Göre Hile Oranları ve Ortalama Kayıplar*

| **İşletmenin Türü** | **Vaka Yüzdesi (%)** | **Ortalama Kayıp** |
|---|---|---|
| Özel İşletmeler | 44 % | 120.000$ |
| Halka Açık İşletmeler | 25 % | 118.000$ |
| Devlet Kuruluşları | 18 % | 138.000$ |
| Kâr Amacı Gütmeyen İşletmeler | 9 % | 60.000$ |
| Diğer | 4 % | 218.000$ |

*Kaynak: ACFE, 2022, s.28*

Hilenin sebep olduğu maddi kayıpların yanı sıra bireyler, işletmeler ve toplum üzerinde önemli sosyal ve psikolojik etkileri de olabilmektedir. Söz gelimi hile bir işletmenin iflasına neden olduğunda çok sayıda kişi ve işletme bu durumdan etkilenebilmektedir. İşletmenin kendi çalışanlarının yanında tedarikçiler, bankalar, diğer alacaklılar ve hatta vergi otoriteleri bu durumdan etkilenecektir. Hile kaynakları tüketir, işletmelerin yanı sıra kamu güvenliği ve refahı için de büyük bir tehdit oluşturur (CIMA, 2008, s. 10).

## 2. HİLE TÜRLERİ

Hilelerin çeşitli şekillerde sınıflandırmasını yapmak mümkündür. Bu başlıkta öncelikle ACFE raporunda yer alan ve hile ağacı (fraud tree) olarak adlandırılan sınıflandırmadan bahsedilecektir. Rapora göre işletmelerde görülen hileler 3 grupta toplanmaktadır. Bunlar; varlıkların kötüye kullanımı, yolsuzluk ve finansal tablo hileleridir (ACFE, 2022).

### 2.1. Varlıkların Kötüye Kullanılması

ACFE'nin 2022 yılında yayınladığı raporda varlıkların kötüye kullanılmasının en yaygın hile türü olduğu ve hile vakalarının %86'sının bu kategoriye girdiği ifade edilmektedir. Bu hile türü ACFE tarafından nakit hileleri ile envanter ve tüm diğer varlık hileleri olarak iki başlık altında ele alınmaktadır (ACFE, 2022, ss. 9-10).

Bu hile türünde varlıklar ya kullanım amaçları dışında usulsüz olarak veyahut çalınmak suretiyle kötüye kullanılmaktadır. Çalışan hilesi olarak da adlandırılan bu tür hileler, finansal tablolar içerisinde genelde küçük boyutta olmaktadır. Öte yandan işletme dışı kişiler tarafından yapılan hırsızlıklar ya da satıcı tarafından eksik mal gönderilmesi vb. faaliyetler de varlıkların kötüye kullanımı kategorisinde yer almaktadır. Ancak çoğunlukla işletmelerde alt kademe çalışanları tarafından gerçekleştirilen bir hile türüdür. Bu hile türüne ait olan çeşitli faaliyetler şu şekilde sıralanabilmektedir (Haftacı, 2018, ss. 92-93).

- Alındıların zimmete geçirilmesi,
- Stokların çalınması,
- Maddi varlıkların çalınması,
- Gerçekte söz konusu olmayana alımlar için satıcıya ödeme yapılması,
- Çalışmayan kişilere, işletmede çalışıyorlarmış gibi ödeme yapılması,
- İşletmenin sahip olduğu varlıklarının kişisel işler için kullanılması.

### 2.2. Yolsuzluk

Yolsuzluk, genel olarak çalışanların görevlerini şahsi çıkarları için kötüye kullanması yoluyla gerçekleşmektedir. Burada sözü geçen şahsi çıkar terimi, para veya değerli varlıkların alınmasıyla ilgili olmaktadır. Ancak bu terim aynı zamanda güç ve statü artışlarını da kapsayabilmektedir (Lambsdorff, 2007, s. 16). Bu tarz faaliyetler genellikle işletme çalışanlarının, işletme dışından biriyle iş birliği içerisine girmesi şeklinde meydana gelmektedir (Bozkurt, 2011, s. 73). ACFE, bu hile türünde yer alan faaliyetleri; rüşvet alma, irtikap (karşı tarafı rüşvet vermeye zorlama), bağış ve hediye kabulü, çıkarların çatışması şeklinde sıralamaktadır (Yaylalı ve Celayir, 2022, s. 70).

Bu hile türünde gerçekleştirilen faaliyetler, işletmenin hem riskini hem de zarar maliyetlerinin artmasına neden olmaktadır. İşletmelerde meydana gelen bu tür faaliyetler, yatırımcıların güvenini olumsuz etkiler. İşletmelerin büyümesine engel olur. İlaveten kaynak dağılımının bozulmasına ve işletmelerin iflas risklerinin artmasına yol açmaktadır (Bozkurt, 2011, s. 73).

### 2.3. Finansal Tablo Hileleri

Finansal tablo hileleri, işletme yönetiminin finansal tablolarda bulunması gereken tutarları ve açıklamaları göstermemesi ya da bu tutar ve açıklamalarla ilgili olarak yanlış bildirimlerde bulunmak suretiyle bilgi kullanıcılarını yanıltmasıdır. İşletmelerde kullanılan bazı hesap kalemleri hileli işlemlerde kullanılmaya daha yatkın olabilir. Bununla birlikte finansal tablo hilelerine yol açabilecek alanlar beş başlık altında şu şekilde sıralanabilir (Haftacı, 2018, s. 93):

- Gelirlere yönelik hileler,
- Gelir tahsilatının kötüye kullanılması,
- Stoklara yönelik hileler,
- Alışlara ve ticari borçlara yönelik hileler,
- Diğer hile yöntemleri.

İşletmelerin muhasebe kayıtlarında dolayısıyla düzenledikleri finansal tablolarında gerçekleştirilen ve olağan olmayan çeşitli düzenleme, maskeleme, yolsuzluk ve hileler bazı kesimlere fayda sağlarken çok büyük ve önemli bir kesim üzerinde pek çok zarara sebebiyet vermektedir. Gerçekleştirilen hileli faaliyetlerden mikro açıdan yatırımcılar, satıcılar, çalışanlar, işletmeye borç verenler etkilenirken, makro açıdan tüm kamuoyu ve devlet etkilenmektedir. Finansal tablo hileleri halka açık işletmelerin finansal tablolarında gerçekleştiğinde ise etkileri çok daha fazla olmaktadır. Söz konusu bu etkiler hem maddi zararlar hem de sermaye piyasaları-

na duyulan güvenin kaybedilmesi, sermaye piyasalarının gelişiminin engellenmesi ve işletmelerin özkaynak finansman temininin güçleştirilmesi gibi etkiler olmaktadır (Özeroğlu, 2014, s. 185).

ACFE raporunda yer verilen şekilde yapılan sınıflandırmanın ardından Tablo 2'de işletme odaklı olarak yapılan hile türleri ve söz konusu hile türlerine ait hileyi yapan, hileden etkilenen taraflar ve kısa açıklamalar yer almaktadır. Tabloda yer alan hile türlerinin detaylı açıklamalarına da değinilmektedir (Albrecht ve diğ., 2012, ss. 10-11).

**Tablo 2**. *Hile Türleri*

| Hile Türü | Hileyi Yapan | Mağdur (Etkilenen) | Açıklama |
|---|---|---|---|
| Çalışan Hileleri | İşletmenin çalışanları | İşveren | En yaygın hile türüdür. Çalışanlar, işletme içi pozisyonlarını kullanarak işverenlerine ait varlıkları alması ya da başka bir yere aktarmasıdır. |
| Satıcı Hileleri | Satıcılar/ Tedarikçiler | Alım yapanlar | Satıcıların üzerinde anlaşmaya varılandan ya daha yüksek fiyatlı ya da daha düşük kalitede mal satmasıdır. |
| Müşteri Hileleri | İşletmenin müşterileri | Mal/Hizmet satan işletmeler | Müşterilerin ödeme yapmaması, çok az ödeme yapması ya da aldatma yoluyla işletmeden daha fazla fayda elde etmesi |
| Yönetim Hileleri (Finansal Tablo Hileleri) | Şirket yönetimi | Finansal tablo ilgilileri (Hissedarlar/ borç sahipleri/ yasal yetkililer vb.) | Yönetimin, işletmeyi olduğundan farklı göstermek için mali tabloları manipüle etmesidir. |
| Yatırım Hileleri ve Diğer Tüketici Hileleri | Bireyler | Yatırımcılar | Bireylerin yatırımcıların güvenini kazanarak gerçek olmayan/değersiz planlara para yatırmalarını sağlamasıdır. |
| Diğer Çeşitli Hileler | Duruma göre değişkenlik gösterir. | Duruma göre değişkenlik gösterir. | Herhangi bir kişinin başka bir kişinin güveninden yararlanarak onu aldatmasıdır. |

*Kaynak: Albrecht ve diğ., 2012, s. 10.*

**Çalışan Hileleri:** Çalışanların zimmetine para geçirmesi en yaygın mesleki hile türüdür. Bu hile türünde çalışanlar işletmenin sahip olduğu varlıklarını alarak işverenlerini aldatırlar. Zimmete para geçirme durumu doğrudan ya da dolaylı olabilmektedir (Albrecht ve diğ., 2012, s. 10).

• Doğrudan yapılan hileler, bir çalışanın işletmenin elinde bulundurduğu nakit parasını, stoklarını, araç-gereç ve malzemelerini veya diğer varlıklarını çaldığında ortaya çıkar. Ayrıca, çalışanların sahte işletmeler kurarak gerçekte teslim edilmeyen mallar için işverenlerine ödeme yaptırmaları da doğrudan yapılan hilelere örnektir. Bu durumda işletme varlıkları diğer üçüncü şahısların müdahalesi olmadan doğrudan hile yapan kişinin eline geçer.

• Dolaylı çalışan hilelerinde ise çalışanların satıcılardan, müşterilerden veya işletme dışındaki diğer kişilerden daha düşük satış fiyatları, daha yüksek satın alma fiyatları talep etmesi, malların teslim edilmemesi veya kalitesiz malların teslim edilmesi durumlarında ortaya çıkar. Bu durumlarda, çalışanlara ödeme genellikle işverenin kendisi tarafından değil, çalışanın işvereniyle muhatap olan diğer taraflarca yapılır.

**Satıcı Hileleri:** İşletmeye mal/hizmet sunan satıcıların, gerçekleştirdikleri hilelerdir. Bu hileler, satıcının tek başına ya da işletmenin bir çalışanı ile iş birliği yapması sonucunda gerçekleştirilirler. Satıcı, işletmeye yüksek fiyatlı satış yapmakta ya da az kaliteli mal teslim etmektedir. Satıcı hileleri genel olarak tüm dünyada özellikle de kamu kurumlarına yönelik şekilde sıklıkla yapılmaktadır (Bozkurt, 2011, s. 66).

Satıcı hileleri içerisinde yer alan faaliyetler genel olarak beş şekilde meydana gelebilir. Bu faaliyetler, satışa konu olan malı, önceden alıcı ve satıcının anlaşmaya vardıkları tutarın daha üzerinde faturalandırma (başka bir ifadeyle faturanın şişirilmesi), üzerinde anlaşmaya varılmış olan kaliteden daha düşük kalitede mal gönderilmesi, aynı satışa ait birden fazla faturalandırma yapılması, satıcının faturada belirtilmiş olan malı eksik olarak teslim etmesi ve gerçekte hiç sipariş edilmemiş ya da sevki yapılmamış mallar adına fatura düzenlenmesi olarak sıralanabilir (Tarhan Mengi, 2013, s. 129).

**Müşteri Hileleri:** Müşteri hileleri, müşterilerin yanlış bilgiler vererek satıcıları aldatması ve bunun sonucu olarak da satın aldıkları mal ve hizmetler için ya az ödeme yapmaları ya da hiç ödeme yapmamaları şeklinde gerçekleşmektedir (Albrect ve diğ., 2012, s. 11). Müşteri hileleri, müşterinin tek başına veyahut işletmenin bir çalışanı ile iş birliği yapması sonucu meydana gelebilir. Müşterilerin tek başlarına gerçekleştirdikleri hile faaliyetlerinden en fazla karşılaşılan durum satın alınmış olan mallar için gerçek dışı ve satıcıyı aldatmaya yönelik iddialarda bulunulmasıdır. Müşterinin herhangi bir işletme çalışanı ile iş birliği yaparak gerçekleştirdiği hile faaliyetleri ise çoğunlukla düşük fiyat ödeyerek mal ve hizmet alımı, ödemesini yapmadan mal ve hizmet alımı veya ödeme yapılmadığı halde sanki ödeme yapılmış gibi gösterilmesi gibi durumlar olmaktadır (Arslan, 2018, s. 11).

Bu hile türünde "tüketici kanunu" müşteriler tarafından bilinçli bir şekilde yanlış yorumlanmaktadır. Bu yolla işletmeler müşterilerce istismar edilir. Satın alınan malın bir süre kullanıldıktan sonra iade edilmek istenmesi, garanti kapsamına girmeyen çeşitli durumların sanki kapsam dahilindeymiş gibi gösterilmek suretiyle iade edilmesinde ısrarcı olunması sözü edilen istismar durumlarının temel yollarını oluşturmaktadır. Satın alınan malın bozuk olduğu iddiası ile söz konusu mal bedelini öde-

mekten kaçınma da yine başka bir istismar durumunu teşkil etmektedir (Özeroğlu, 2014, s. 186).

**Yönetim Hileleri (Finansal Tablo Hileleri):** İşletme içerisinde gerçekleştirilen önemli hile türlerinden biridir. "Hileli Finansal Raporlama" olarak da adlandırılabilir. Bu hile türü genellikle büyük tutarlarda zararların ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Çoğunlukla tepe yöneticileri tarafından işletmenin finansal tablolarında yer alan bilgilerin değiştirilmesi yoluyla yapılmaktadır. Genel anlamda işletmenin finansal tablolarındaki hile faaliyetleridir. Bu faaliyetler ile işletmenin mevcut durumu ya gerçek durumundan daha iyi ya da gerçek durumundan daha kötü gösterilmesi amaçlanmaktadır. Hileden etkilenen taraflar finansal tablo ilgilileridir. Söz konusu taraflar özellikle yatırımcılar, kredi verenler ve devlet kurumları olmaktadır (Bozkurt, 2011, s. 65).

**Yatırım Hileleri ve Diğer Tüketici Hileleri:** Yönetim hileleri ile yakından ilişkili olan bir diğer hile türü de yatırım hileleridir. Bu hile türünde sahte ve genellikle değersiz ya da işe yaramayan yatırımlar, yatırımcılara güven duygularının istismar edilmesi yoluyla satılmaktadır (Albrect ve diğ., 2012, s. 12).

Yönetim hilelerinde işletmelerin yöneticileri, işletmenin finansal tablolarında yer alan bilgileri manipüle etme yoluyla mevcut işletme kârını gerçekte olduğundan farklı bir şekilde göstermektedirler. Böylelikle farklılaştırılarak yüksek tutarda açıklanan kâr rakamları da işletmenin hisse senetleri üzerinde etki yaratmaktadır. Yatırım hilelerine yönelik faaliyetlerde ise, hileyi gerçekleştirenler, sahte vaatlerde bulunarak ya da gerçekleri farklılaştırarak bireyleri yatırımda bulunmaya yönlendirmektedirler. Bireylerin, yanlış verilerle aldatılarak yatırım yapmaları sağlandığından bu faaliyetlerle ilgili olarak gerçekleştirilen hile türü, yatırım hileleri olarak ifade edilmektedir (Tarhan Mengi ve Yılmaz Türkmen, 2013, s. 33).

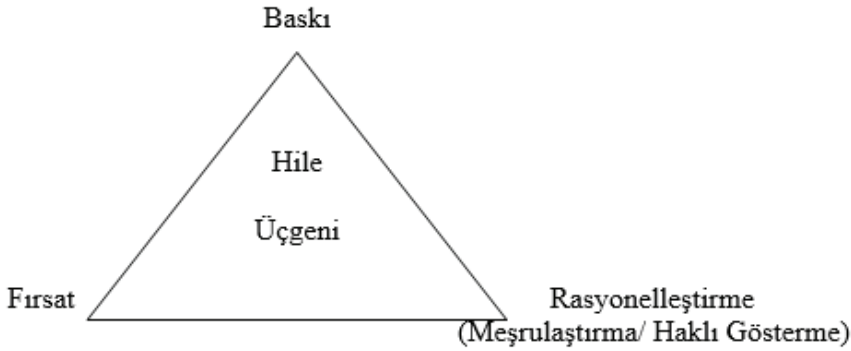
**Diğer Çeşitli Hileler:** Yukarıda bahsi geçen beş hile türünden hiçbirinde sayılmayan hile faaliyetleri diğer çeşitli hileler başlığında yer almaktadır. İşletmelerde gerçekleştirilen hile faaliyetlerinden mortgage hileleri, sigorta veya sağlık hileleri, bankacılık sektöründe gerçekleştirilen hileler, küçük ölçekli işletmelerde gerçekleşen hileler bu hile faaliyetlerine örnek teşkil edebilir. Söz konusu hile faaliyetlerinin tümü aldatıcı veya eksik bilgi verilmesi nedeniyle gerçekleşmektedir (Özeroğlu, 2014, s. 187).

## 3. HİLENİN UNSURLARI

Hile risk faktörlerinin ardındaki yaklaşım Donald R. Cressey tarafından 1940'ların sonlarında ortaya atılan ve hile üçgeni olarak adlandırılan teoridir. Hile üçgeni teorisine göre hilenin yapılması için bir teşvik, baskı, hile yapmaya fırsat sağlayan koşullar ve bu davranışı haklı göstermeye yö-

nelik çeşitli rasyonelleştirme (meşrulaştırma) davranışı mevcuttur (Skousen, 2004, s. 6). Öte yandan hile üçgeni kavramı Donald R. Cressey ile ilişkilendiriliyor olmasına rağmen Donald R. Cressey'in çalışmalarında hile üçgeni kavramının hiç geçmediği görülmektedir. Hile üçgenini bir terim olarak ortaya atan kişi aynı zamanda ACFE'nin de kurucusu olan ve hile kavramı konusunda çok sayıda çalışmalar yürüten Joseph T. Wells'dir (Tarhan Mengi, 2012, s. 116). Şekil 1 Hile üçgeni teorisinde yer alan unsurları göstermektedir. Söz konusu unsurlar aşağıda kısaca açıklanmaktadır.

**Şekil 1.** *Hile Üçgeni*




*Kaynak: Ramos, 2003*

**Baskı:** Hileli işlemlerin gerçekleştirilmesine yönelik olarak baskı unsurunu finansal olan baskılar ve finansal olmayan baskılar şeklinde ikiye ayırmak mümkündür. İşletmelerin belirlemiş oldukları kâr hedefleri, çalışanların performanslarına dayalı olarak yapılan ücretlendirme faaliyetleri, pay sahiplerinin çeşitli beklentileri vb. finansal olan baskı unsurları olurken, çalışanların mevcut sosyal statülerini güçlendirme arzusu ise finansal olmayan baskı unsuru olarak ifade edilebilmektedir (Yazıcı, 2018, s. 847). Bozkurt (2011) hile faaliyetinin çalışanları bir şekilde hile faaliyetini gerçekleştirmeye yönlendiren bir motivasyon ile başladığını ifade etmiş ve motivasyon unsurunun da çeşitli baskı ve dürtüler ile oluştuğundan bahsetmiştir. Buna göre kişileri hile faaliyeti yapmaya yönlendiren motivasyon türleri; psikolojik motivasyon, egoya dayanan motivasyon, ideolojik motivasyon ve ekonomik motivasyon olarak sınıflandırılmaktadır. İşletmede çalışanların üzerinde meydana gelen baskı ve dürtü unsurları da benzer şekilde üç başlığa ayrılmıştır. Bunlar da mali içerikli olan baskılar, kötü alışkanlıklar kaynaklı baskılar ve iş ile ilgili olan baskılar olmaktadır.

Baskı unsurunun hile üçgenindeki en önemli unsur olduğunu söylemek mümkündür. Zira hile faaliyetinde esas aktör insandır. Dolayısıyla kişileri hile faaliyetini gerçekleştirmeye yönlendiren sebeplerin başında hırs ya da sahip olunan varlıkların ötesinde daha iyi bir yaşantıya sahip

olma arzusu söz konusudur. Bu arzuyu kişilerden beklenen performansı sergileme baskısı takip etmektedir. Elbette hile faaliyetine yönlenen kişileri söz konusu hileyi gerçekleştirmeye iten baskı unsurları kişiden kişiye de farklılık gösterecektir (Çetin, 2018, s. 4754).

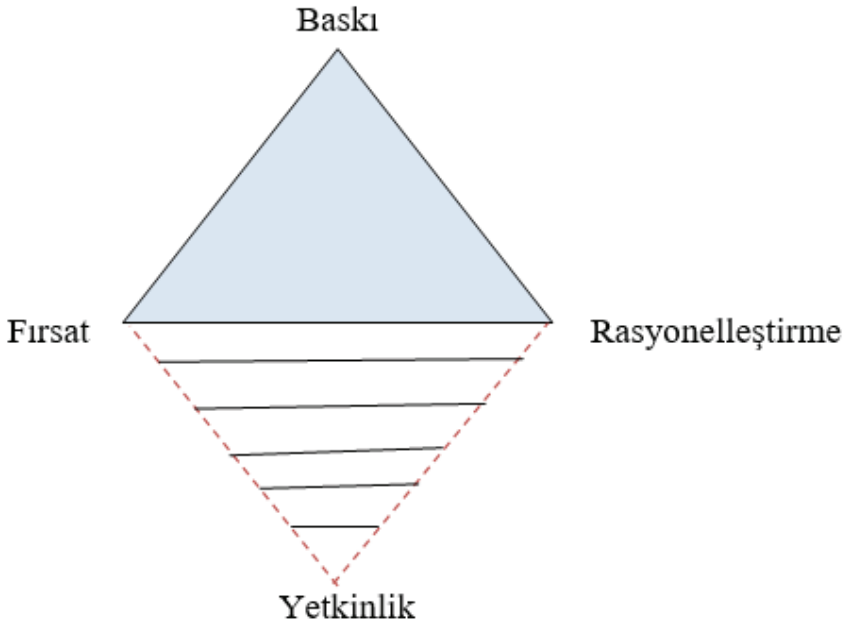
**Fırsat:** Hilenin meydana gelmesindeki önemli unsurlardan bir diğeri de hile üçgeninde yer alan ve çalışanlara işletmede hileli faaliyetlerde bulunmalarına olanak tanıyan fırsat unsurudur. İşletmelerin sahip oldukları iç kontrol sistemlerinin yetersiz/etkisiz olması veya işletme üst yönetiminde yer alan kişilerin kontrolleri boşa çıkarma durumları gibi bazı koşullar işletmelerde hilelerin meydana gelmesine zemin hazırlayabilmektedir. Hile yapma niyetinde olan işletme çalışanı gerçekleştireceği hile türünü işletmedeki konumuna göre belirleyecektir (Çetin, 2018, s. 4754). Hile faaliyetini gerçekleştirecek olan kişiler söz konusu uygun ortamı yakaladığında önce fark edilmeyecek derecede ufak hileleri daha sonra da giderek miktar ve etki yönünden büyüyen hileleri yapma eğilimine girebilmektedirler. Bu nedenle işletmelerde çalışma ortamlarının çeşitli yöntemlerle çapraz kontrol sistemine sahip olmaları hem hile faaliyetlerini engelleyecek hem de caydırıcı bir etki yaratacaktır. Ayrıca hilenin tespit edilmesinde işletmenin söz konusu hileye karşı sergileyeceği tavır da ileride gerçekleşmesi muhtemel hile durumlarını etkileyecektir. Şayet hileyi gerçekleştiren yakalanır ve işletme ile olan ilişkisi derhal kesilmez ise bu tavır hileyi gerçekleştiren kişiyi cesaretlendirirken diğer kişileri de hile yapmaya yöneltebilmektedir. Bu nedenle hilenin tespit edilmesi durumunda kişinin işletme ile olan ilişkisi derhal kesilmeli ve konu mutlaka yargıya taşınmalıdır (Özeroğlu, 2014, s.191).

**Rasyonelleştirme (Meşrulaştırma/Haklı Gösterme):** Hile üçgeninin başka bir unsuru da rasyonelleştirme bir diğer ifadeyle meşrulaştırma/haklı gösterme unsurudur. Rasyonelleştirme, kişilerin gerçekleştirdiği hileli faaliyetleri haklı gösterebilmek adına savunma mekanizmaları geliştirmesidir. Her hile faaliyetinde, hileyi gerçekleştiren kişinin kendini haklı gösterme çabası ve bu duruma yönelik ileri sürdüğü çeşitli gerekçeleri bulunmaktadır. Bu gerekçeler bahane olarak da ifade edilebilmektedir (Bozkurt, 2011, s.121). Hileli faaliyeti gerçekleştiren kişiler bunu başka kişiler de yapıyor, çalışıyorum ve bunu hak ediyorum, yaptığım faaliyet herhangi bir kimseyi zarara uğratmıyor, başka bir çarem yoktu gibi telkinler ile öncelikle kendilerini ikna ederek işledikleri suçu rasyonelleştirme yoluna gitmektedirler (Yazıcı, 2018, s. 847).

Hile üçgeninde yer alan unsurların çalışmalara konu edilmesini takiben 2004 yılına gelindiğinde yapılan bir çalışmada David T. Wolfe ve Dana R. Hermanson, başka bir hile unsuru daha ortaya koymuşlardır. Dördüncü unsur, yetkinlik olarak ifade edilmiştir. Buna göre yetkinlik, kişinin yapısında var olan ya da sonradan edindiği becerileridir. Yetkinlik,

hile yapan kişinin kişisel özelliklerini tasvir etmektedir. Böylelikle hile üçgeni teorisi, hile elması (karosu) teorisi (fraud diamond theory) olarak yeniden adlandırılmıştır (Omar ve Din, 2010, ss.607-608). Hile elması teorisi, hile üçgeni teorisinin ardından en bilinen modeldir (Okan Gökten, 2018, s.659). Şekil 2'de yetkinlik unsurunun da yer aldığı hile elması (karosu) teorisi ifade edilmektedir.

**Şekil 2.** *Hile Üçgeni Teorisinden Hile Elması (Karosu)Teorisine Geçiş*

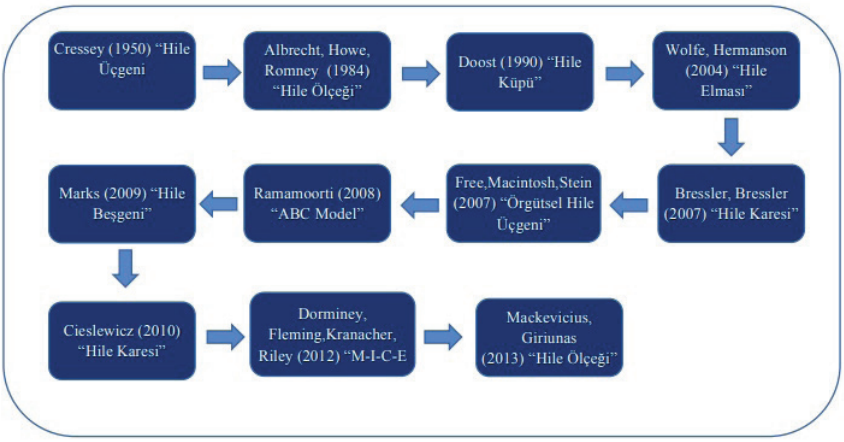



*Kaynak: Omar ve Din, 2010, s. 608*

Wolfe ve Hermanson'a göre hilenin meydana gelmesi için hileli faaliyetlerde bulunma potansiyeline sahip kişinin dördüncü unsur olan hile yapma yetkinliğine sahip olması ve kimi kişisel özellikleri taşıması gerekmektedir (Okan Gökten, 2018, s. 660). Bu anlamda Wolfe ve Hermanson (2004), "yetkinlik" unsurunun, işletmede sahip olunan konum, entelektüel kapasite, kendine güven ve ego, başkalarını ikna ederek kandırma yeteneği, strese ve suçluluk duygusuna karşı dayanıklılık gibi bir dizi bileşeni içerdiğinden bahsetmektedir (Free, 2015, s. 178-179).

Esasen bireylerin hileli davranışlar gerçekleştirmesine sebep olan unsurları kuramsal anlamda çerçeveleyen hile üçgeni teorisinin akabinde zaman içerisinde çok sayıda farklı modeller geliştirilmiştir (Okan Gökten, 2018, s. 659). Modellerin kronolojik sıralaması Şekil 3'teki gibidir.

**Şekil 3.** *Hile Modellerinin Kronolojik Sıralaması*




*Kaynak: Okan Gökten, 2018, s. 659*

Zaman içerisinde küresel ticaretin büyük bir hızla gelişerek değişmesi işletmeleri önemli derecede etkilemiştir. Bu etki, sadece üretilen ürünlerde ve iş süreçlerinde değil, işletmelerin organizasyon yapılarında ve işletme yönetimlerinde de değişimler yaşanmasına sebep olmuştur. Söz konusu bu değişim, uzun yıllar üzerinde durulan hile üçgeni teorisindeki unsurların hileli davranışları açıklama konusunda yetersiz kaldığı görüşünü ortaya çıkarmış ve bu görüşten hareketle Jonathan Marks'ı hile beşgeni teorisini geliştirmesi yönünde motive etmiştir (Nanda ve diğ., 2019, s.108). Jonathan Marks, yaptığı çalışmada hile üçgeni teorisinin ortaya atıldığı yıllar olan 1950'lerdeki işletmelerin sahip olduğu özellikler ile 2000'li yıllarda faaliyet gösteren işletmelerin sahip olduğu özellikleri karşılaştırmıştır (Okan Gökten, 2018, s. 661). İşletmelerin dış kaynak kullanımına yönelmesi, küresel düzeydeki ortaklıklar ve yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler işletmelerin değişimlerini çok yönlü etkilemiştir. Performansa dayalı ödemelerin ve ödüllerin gerçekleşmesi işletme çalışanlarının belirlenen performans hedeflerine ulaşmaları amacıyla etik dışı yöntemler bulmaları yönünde teşvik ve baskı yaratabilmektedir. İlaveten pek çok işletmenin, sahipleri tarafından yönetilmemesi yöneticilerin işletmede herhangi bir problem ortaya çıktığında söz konusu problemi işletme sahiplerinden saklama olasılıklarını da artmıştır (Kazan, 2021, ss. 252-253). Sayılan tüm bu gelişmelerle birlikte Jonathan Marks hile üçgenini oluşturan üç unsura ilaveten beceri ve kibir olmak üzere iki unsur daha eklemiştir (Okan Gökten, 2018, s. 661). Söz konusu unsurlardan beceri, Wolfe ve Hermanson'ın hile elması (karosu) teorisinde değindiği ve yukarıda bahsi geçen yetkinlik unsuru ile benzer şekilde bir anlamı ifade etmektedir. Bu anlamda beceri unsuru, çalışanların iç kontrol sistemlerini göz ardı edebilme, çeşitli gizlilik stratejileri geliştirebilme ve sosyal durumları kontrol altına alabilme

yeteneğidir (Kazan, 2021, s. 253). Kibir unsuru ise genellikle olumsuz bir kişisel özelliktir. Kibir, iç kontrollerin kendileri için geçerli olmadığına inanan kişilerin bir nevi üstünlük tutumudur (Nanda ve diğ., 2019, s. 110).

## 4. HİLE RİSKİ VE HİLE RİSKİ YÖNETİMİ

İşletmelerin faaliyetlerini yürütürken maruz kaldığı risklerden birisi de hile riski olmaktadır. Hile riski, işletmede hileli işlemlerin meydana gelme olasılığı olarak tanımlanabilir. İlaveten işletmenin hileli işlemler karşısındaki savunmasızlığını da ifade etmektedir (Akdemir, 2012, s. 31). İşletmelerin gerek üst yönetimlerinin gerekse işletme içerisinde kurulan iç kontrol sistemlerinin ve denetim mekanizmalarının temel hedefinde çoğunlukla operasyonel ve finansal riskler bulunmaktadır. Söz konusu bu riskler göz önünde bulundurularak önlem alınırken hile kavramı ancak ve ancak işletme bu kavramla karşı karşıya kaldığında öneminin anlaşıldığı bir risk olmaktadır. Hile elbette tamamen engellenebilir bir risk olmasa da işletmelerde hile riskinin azaltılabilmesi için çeşitli yöntemler söz konusudur (Alkan, 2020, s. 66). Bu anlamda hile riski faktörleri de hile üçgenini oluşturan baskı, fırsat ve rasyonelleştirme (meşrulaştırma-haklı gösterme) unsurları olmaktadır.

Artan teknolojik gelişmelerle birlikte işletmeler bilgi teknolojilerini yönetim, iletişim ve finansal bilgileri işleme süreçlerinde yoğun olarak kullanmaktadırlar. Dolayısıyla kötü tasarlanmış ya da kontrolü yetersiz olan bilgi teknolojilerine sahip işletmelerin hileye maruz kalması daha olasıdır. Ulusal ve küresel ağlarla birbirine bağlanan günümüzün bilgisayar sistemleri, sürekli bir siber hile tehdidi ve önemli mali ve bilgi kayıplarına yol açabilecek çeşitli tehditlerle karşı karşıyadır. Bilgi teknolojileri, özellikle hile riskleri söz konusu olduğunda, herhangi bir risk değerlendirmesinin önemli bir bileşenidir. Bilgi teknolojisi riskleri, veri bütünlüğüne yönelik tehditleri, bilgisayar sistemlerinin güvenliğine yönelik tehditleri ve finansal ve özellikli iş bilgilerinin çalınmasını içerir. Bilgi teknolojisine ait hile riskleri herkesi etkileyebilir. İlaveten bilgi teknolojileri, ACFE tarafından tanımlanan ve önceki başlıklarda açıklanan üç hile türü alanından herhangi birinde hile faaliyetini gerçekleştirmek isteyen kişiler tarafından kullanılabilmektedir (IIA, ACFE ve AICPA, 2007, ss. 23-24).

Hile riski yönetimi, fiili ve potansiyel kurumsal hile vakalarından kaynaklanan riskleri azaltmaya yönelik işletmede yürütülecek faaliyetlerin belirlenmesi ve geliştirilmesi için tasarlanmış eylemlere atıfta bulunmaktadır. Söz konusu eylemler; hilelerin önlemesini, tespit edilmesini ve hilelere karşılık verilmesini içermektedir (Boateng ve diğ., 2014, s. 43; KPMG, 2014, s. 5).

### 4.1. Hilelerin Önlenmesi

İşletmelerin hilelerin önlenmesi konusunda yaptıkları tüm çabalara rağmen hile faaliyetlerinden tamamen kaçınmaları mümkün değildir. Hilenin herhangi bir işletmede çeşitli düzeylerde ortaya çıkabilme durumu her zaman söz konusu olduğundan uygun önleyici ve tespit edici tekniklerin işletmede yürürlükte olması esastır. Doğru önleme ve tespit teknikleri, hile risklerini önemli ölçüde azaltabilir. Hileyi önleme ve tespit etme (ortaya çıkartma) birbiriyle ilişkili kavramlar olsa da aynı şeyi ifade etmezler. Önleme; politikaları, prosedürleri, eğitimi ve iletişimi kapsamaktadır, tespit (ortaya çıkartma) ise gerçekleşmiş olan hileyi belirlemek için tasarlanmış faaliyetleri ve programları içermektedir. Hile önleyici tedbirler, hilenin yapılmayacağını garanti edemese de hile riskinin en aza indirilmesinde ilk savunma hattı olmaktadır (IIA, AICPA, ACFE, 2007, s.34). Hile önleyici tedbirler aşağıdaki gibi sıralanabilir. Bunlar (Kaya, 2013, s. 139);

- Dürüst kişilerin işletmeye alınması
- İşletmede olumlu bir çalışma ortamının oluşturulması
- İşletmede etik kültürün yaratılması
- Çalışanlara çeşitli destek programlarının oluşturulması
- Etkin bir iç kontrol sisteminin yapılandırılması
- Satıcıların ve müşterilerin işletme politikası hususunda uyarılması
- Çalışanların gözlenmesi
- İhbar hatlarının kurulması
- Cezalandırılma ya da çeşitli yaptırım korkusunun yaratılması

İşletmeler, sürekli iletişim yoluyla hileyi önleme çabalarını artırabilir. Hileli faaliyetleri caydırıcı en güçlü unsurlardan biri de işletme içerisinde etkin kontrollerin yürürlükte olduğunun farkında olunmasıdır. Hileyi önleme ve tespit etme konusundaki yaygın iyileştirme fırsatları aşağıdaki konuları içermektedir (Deloitte, 2009, s. 7):

- Çalışanlara hile farkındalık eğitimlerini organize etme,
- Hile tespiti çabalarına, önemli hile risklerini göz önünde bulundurarak öncelik verme,
- Hile tespitini ve caydırıcılığını geliştirmek için teknolojinin daha fazla kullanımı
- Performansla ilgili sorunları ortaya çıkarmak için hile destek hatlarını kıyaslayarak değerlendirme.

### 4.2. Hilelerin Tespit Edilmesi (Ortaya Çıkartılması)

Hile faaliyetlerinde, özellikle başlangıç aşamasındayken somut ve belirleyici kanıtlara ulaşmak oldukça güçtür. Görünürde yalnızca hile belirtileri, kırmızı bayraklar ya da göstergeler olarak ifade edilebilecek izler vardır. Kırmızı bayrak kavramı ise *"gerekli kanıt olmadan bazı şeylerin yanlış olabileceğini ortaya koyan bir gösterge"* olarak tanımlanabilir. Hile belirtileri doğalarında olması gerekenden farklı, önemli bir sapma ya da olağandışı bir durum gibi bir anormallik taşımaktadır. İşletme çalışanının bazı şüpheli davranışlarda bulunması ve yaşam standardının birden hızlıca yükselmesi, hesaplarda normal dışı dalgalanmalar olması vb. bu durumlara örnek olarak verilebilir. Elbette söz konusu hile belirtileri mutlak surette hilenin var olduğu anlamını taşımayabilir. Kimi zaman göstergelerin hile ile ilgisi olmayan geçerli-mantıklı gerekçeleri söz konusu olabilir (Bozkurt, 2011, s. 130).

Hileye yönelik alınan önlemler işletme çalışanları ya da üçüncü kişilerce kolaylıkla anlaşılabilir olurken, hileyi ortaya çıkartma kontrollerinin daha gizli tutularak tasarlanması gerekir. Bunun nedeni hilenin ortaya çıkarılmasına yönelik kanıtların işletmede sürekli elde edilememesidir. Hileyi ortaya çıkarma teknikleri genel olarak (Ulucan Özkul ve Almalı Özdemir, 2011, s. 104).

- İşletmenin olağan faaliyet süreci yürütülürken
- İç kaynaklı bilgileri doğrulamak amacıyla dış kaynaklı bilgilerin kullanılması yoluyla,
- Ortaya çıkan sonuçların, diğer kontrolleri daha iyi şekilde düzenlemek ve iyileştirmek maksadıyla kullanılmasıyla oluşturulabilir.

Ayrıca hilelerin tespit edilme (ortaya çıkartılması) şekillerini aşağıdaki gibi sıralamak da mümkündür (Akdemir, 2010, s. 66):

- İhbarlar sayesinde,
- Tesadüf eseri olarak,
- Hukuki araştırmalar yoluyla,
- İtiraf sayesinde,
- Görevlerin ya da çalışanların rotasyonuyla,
- Normal kontrol prosedürleriyle,
- İç denetimle,
- Bağımsız denetimle,
- Kurumsal güvenlikle,

- Risk yönetimiyle.

İşletmelerde hileyi ortaya çıkarma teknik ve kontrollerinin seçimi esnasında bu teknik ve kontrollere ait maliyetlerin de göz önünde bulundurulması yerinde olacaktır. İşletmede bütün hile risklerini elimine etmek için uğraşmak çoğu zaman maliyet etkin bir yaklaşım olmamaktadır. İşletme örneğin önleme kontrolleri yerine ortaya çıkartma kontrollerine daha fazla yoğunlaşmayı uygun görebilir. Fakat söz konusu bu seçim, işletmenin yönetim kurulu tarafından onaylanmalıdır. Hileye karşı kontrolleri tasarlama, uygulama ve izlemeye yönelik araç, personel, eğitim vb. unsurların tahmin edilen maliyetleri, riskin tahmin edilen etkisini aşarsa, maliyet etkin bir yaklaşımdan söz etmek mümkün olmayacaktır (IIA, ACFE, AICPA, 2007).

Hem hile önleme faaliyetlerinin hem de hile tespitine yönelik yapılan faaliyetlerin hile ile mücadelede önemli rolleri vardır ve birinin diğeri olmadan tamamen başarılı olması pek olası değildir. Bu nedenle, işletmelerin hile riskini yönetmek için etkili bir strateji tasarlarken hem hileleri önlemeyi hem de hileleri tespit etmeyi dikkate almaları önemlidir (CIMA, 2008, s. 24).

### 4.3. Hilelere Karşılık Verilmesi (Müdahale Edilmesi)

Hilenin tespit edilmesinin ardından yapılacak eylemler hileye karşılık verilmesini ifade etmektedir. İşletmede yer alan tüm çalışanların ve yöneticilerin hilenin tespit edilmesi durumunda nasıl hareket edeceklerini bilmeleri elzemdir. Hileye geç kalınmadan karşılık verilebilmesi için işletmelere hile karşılık planı hazırlamaları önerilmektedir. Hile karşılık planı ile amaçlanan; işletmede gereken zamanda, etkili olan adımların atılabilmesini sağlamaktır (Akdemir, 2010, s. 68). Bir işletmenin hile ile başa çıkma yaklaşımı, hile karşılık planında açıkça tanımlanmalıdır. Hile karşılık planı, tespit edilen veya şüphe uyandıran hile vakalarıyla ilgilenmek için yürürlükte olan düzenlemeleri açıkça ortaya koyan resmi bir araçtır. Toplanan kanıtların herhangi bir ceza davası durumunda hukuksal açıdan kabul edilebilir olmasını sağlarken, bilgiye dayalı karar vermeyi kolaylaştıracak bir şekilde kanıt toplamaya ve karşılaştırmaya izin veren prosedürleri sunmayı amaçlamaktadır. Bu sayede hasarın sınırlandırılmasına ve kayıpların en aza indirilmesine yardımcı olabilir (CIMA, 2008, s.44). Hile karşılık planında hilenin araştırılmasına ait bilgilere de yer verilmelidir. Hile araştırmasının ne şekilde yapılacağı ve araştırmaya liderlik edecek kişi net olarak ifade edilmelidir. Hazırlanan planda işletmede yer alan tüm birim ve işletme çalışanları için görev ve sorumluluklar net olarak belirtilmelidir (Akdemir 2010, s. 69).

Hile riski yönetimi, hile risklerinin tespit edildiği, hile risklerini önleyici ve ortaya çıkarıcı kontrollerin geliştirildiği ve uygulandığı süreci

ifade etmektedir. Hile riski yönetimi işletmelerde oldukça geniş kapsamlıdır. Hilenin soruşturulmasından hileye dair elde edilen kanıtların mahkemelere sunulmasına kadarki süreçleri de içerisine alır. Hile riski yönetimi ile işletmelerin elbette hile riskinin sıfıra indiği bir ortamı oluşturmaları mümkün değildir. Ancak burada amaçlanan; hile riski yönetimi sayesinde hileleri önlemek ya da mümkün olduğunca hızlı bir şekilde ortaya çıkarmaktır (Özdemir, 2013, ss. 29-30).

## 5. İÇ DENETİM

Uluslararası İç Denetçiler Enstitüsü (IIA) iç denetimi, "bir kuruluşun operasyonlarına değer katmaya ve geliştirmeye yönelik tasarlanan bağımsız, objektif bir güvence ve danışmanlık faaliyeti" olarak ifade etmektedir. Buna göre iç denetim; risk yönetimi, kontrol ve yönetişim süreçlerinin etkinliğini değerlendirmek ve iyileştirmek için sistematik, disiplinli bir yaklaşım getirerek bir kuruluşun hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmaktadır (Pickett, 2003, s. 239). Tanımdan hareketle iç denetimin ana noktalarını şu şekilde sıralamak mümkündür (Yılancı, 2015, ss.12-13):

- Güvence ve danışmanlık faaliyetleri
- Bağımsız ve tarafsız olma
- Durum değerlendirme ve geliştirme
- Risk yönetimi, kontrol ve kurumsallıkla ilgili süreçlerin etkinliği
- İşletme faaliyetlerine değer katma ve geliştirme

İç denetim, işletmenin çalışmalarını değerlendirmeyi ve geliştirmeyi, belirlenen işletme hedeflerine ulaşılmasını, işletme faaliyetlerinin çeşitli aşamalarında gereken değişiklikleri önermeyi, yönetim tarafından oluşturulan politikalar arası koordinasyonu sağlamayı amaçlamaktadır. İlaveten iç denetim, faaliyetlerin yürürlükteki mevzuatlara, işletmede belirlenen stratejik planlara, amaç ve politikalara, performans programlarına uygun şekilde yürütülmesini, güvenilir bilginin zamanında elde edilebilmesini de sağlamaya yöneliktir (Çevikbaş, 2011: 51).

Yaşanan rekabet ortamında büyüme ve gelişmeyi sürekli hale getirmeyi amaçlayan işletmeler, özellikle kurumsal yönetim kalitesini yakalayabilmek için iç denetim faaliyetlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Zira işletme ölçeklerinin giderek büyümesi ve dolayısıyla karmaşıklaşan işlemler, piyasa ilişkileri içerisinde işletmelerin etkin yönetilebilmesi için kontrol ihtiyacını da arttırmaktadır. İşletmelerde iç kontrol sistemlerinin kurulması ve bu sistemlerin etkin işlerliğe sahip olmasıyla ilgili sorumluluklar öncelik kazanmaktadır. Bununla birlikte iç kontrol sistemiyle ilgili olarak bağımsız ve tarafsız şekilde yönetime güvence sağlayan hem yatırımcılar hem de kredi verenler için işletmenin kredibilitesine değer katan özellik-

leri sebebiyle işletmede iç denetim faaliyetlerinin de yürütülmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Böylelikle işletme yönetimi, iç denetim faaliyetinin ne şekilde organize edileceğine işletmenin ölçeği, işletme faaliyetlerinin türü, sermaye kaynakları, risk faktörleri vb. unsurları da dikkate olarak karar vermektedir. İşletmelerde faaliyetlerin sürdürülmesinde iç denetime ihtiyaç duyulma nedenleri başlıklar halinde şu şekilde de sıralanabilir (İSMMO, 2019, s. 20):

- Sorumluluk ve hesap verebilme
- Temsilci teori
- Yönetime danışmanlık ve yardım
- Tasarruf İhtiyacı
- Hileli işlemlere karşı korunma ihtiyacı

Denilebilir ki hem bağımsız ve hem de iç denetime olan ihtiyaç, ticari ve ticari olmayan işletmelerde kayıt tutma hatalarını, varlıkların kötüye kullanımını ve hileyi azaltmak için bağımsız bir doğrulama aracına sahip olma gereksiniminden doğmaktadır (Ramamoorti, 2003, s. 2). Bu anlamda hile riskinin yönetilmesine yönelik süreçte işletme yönetimi ile uyumlu şekilde faaliyette bulunan iç denetim departmanı işletmeler için oldukça değerlidir. İç denetçiler, hata ve hileler ile mücadele etmek için yeni yöntemler geliştirir, iç kontrolleri izler, süreç etkinliğini test eder ve operasyonel faaliyetlerin iyileştirilmesine yardımcı olmak için yönetime danışmanlık yapar. İşletmelerde kurulan sistemlerin ne derece sağlıklı işlediğini belirleyebilmek amacıyla finansal, operasyonel, uygunluk, hile vb. gibi çeşitli konularda denetimler gerçekleştirirler (Teeter ve diğ., 2010, s. 77).

## 6. HİLE RİSKİ YÖNETİMİNDE İÇ DENETİM

İşletme faaliyetlerinde hileli işlemlerin gerçekleştirilmesi, işletmeler için her daim bir risk unsuru olarak ele alınmalıdır. Söz konusu bu riskin tanımlanması ve riske yönelik önlemlerin alınması ile işletmelerin hile risklerini kontrol edebilme yeteneğine sahip olmaları sağlanmalıdır (Karakaya, 2016, s. 160). Otomatik işlem/veri izleme, gözetim, hesap mutabakatı, sürekli ve proaktif yönetim değerlendirmeleri ve iç denetim faaliyetleri gibi hile ile mücadele kontrollerinin tümü, işletmelerde hileli faaliyetlerin daha etkili bir şekilde tespit edilmesini sağlayabilecek araçlardır (ACFE, 2022, s. 22). Özellikle iyi nitelikte etik kod ve ihbar hattı ile desteklenen iç denetim departmanlarının, hileleri önleyebilmek için optimum çözüm olarak göründüğü söylenebilir (Şerifler, 2022).

Her ne kadar finansal tabloların önemli hata ve hile içermediği konusunda makul güvence sağlamaları gerekse de hileyi önlemek ve tespit

etmek dış denetçinin sorumluluğu değildir. Dış denetçilerin böyle bir sorumluluğu bulunmamakla birlikte öte yandan iç denetçilerin hile durumlarını tespit etmede başarılı olduğu görülmektedir. Aynı şekilde risk yönetimi prosedürlerinin de hilelerin tespitinde en faydalı yöntemlerden biri olduğu söylenebilir. İşletmeler bu konuda kaynaklarının imkân verdiği ölçüde, risk yönetimini izleyen ve bu konuda tavsiyelerde bulunan ve aktif olarak hile vakalarını araştıran güçlü bir iç denetim birimi kurmalıdır. İlaveten hilelerin, iç ve dış denetçilerin tavsiyesi üzerine uygulamaya konulan yöntem ve kontroller sonucunda da ortaya çıkarılması mümkündür (CIMA, 2008, ss. 37-38). Bu anlamda hile riskinin yönetilmesine yönelik süreçte işletme yönetimi ile uyumlu şekilde faaliyette bulunan iç denetim departmanı işletmeler için oldukça değerlidir.

Modern işletmecilik anlayışında iç denetim, hileyi önleme, tespit etme ve bunlara yanıt verme yaklaşımını destekleyerek hile ile mücadele faaliyetlerinde kilit bir katılımcı rolü üstlenmektedir. Bu anlamda iç denetimin faaliyetlerinde işletme kontrollerinin etkinliğini incelemek gibi geleneksel rollerden birtakım değişikliklere gitmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Genel olarak, iç denetim aşağıdaki konulardan sorumlu olmalıdır (KPMG, 2014, s. 14):

- Hile karşıtı programların ve kontrollerin tasarımına ve işleyiş etkinliğine ilişkin değerlendirmelerin planlanmasına ve yürütülmesine yardımcı olmak,
- İşletmenin hile riski değerlendirmesine yardımcı olmak ve uygun stratejiler konusunda sonuçların çıkarılmasına destek olmak,
- Yıllık iç denetim planını geliştirirken hile riski değerlendirmesinin sonuçlarını dikkate almak,
- İç kontrol değerlendirmeleri, denetimler, soruşturmalar ve ilgili faaliyetler hakkında denetim komitesine raporlama yapmak.

Bir işletmede, iç denetim biriminin olduğu durumlarda, herhangi bir hile olayını araştırma görevi bu birime düşecektir. Belirli denetçilerin hile uzmanı olarak atanması ve atanan bu kişilerin söz konusu görevi üstlenmek için uygun beceri ve bilgiye sahip olmalarının sağlanması yerinde olacaktır (CIMA, 2008, s. 34).

Günümüzde gelişen bilgi teknolojilerinin iç denetim alanında da kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Robotik süreç otomasyonu, veri analitiği ve özellikle yapay zekâ uygulamalarının sürekli gözetim sağlaması, hileli işlemlere ve yolsuzluğa sebep olabilecek çeşitli faaliyetlerin uzaktan kontrol edilmek suretiyle önlenmesine imkân tanımaktadır (Kardeş Selimoğlu ve Saldı, 2021, s. 10). Teknolojik gelişmelere paralel olarak iç denetim faaliyetlerini yürütmekle görevli iç denetçilerin de değişime ayak

uyduracak şekilde dinamik olması ve riskleri gözetimsiz bırakmaması önemlidir. İç denetimin riskleri doğrudan kontrol edemediği bir gerçektir; ancak, ortaya çıkan riskleri ve gelecekteki potansiyel riskleri ele almak için esnek ve risk bazlı bir denetim yaklaşımı ve dinamik bir denetim planı riskleri kontrol etmede önemli bir rol oynayabilir. Bu sebeple, bugün iç denetim, işletme çapındaki stratejik öncelikleri destekleyen risk tabanlı denetimi geliştirmek için risk sınıflandırma, belirleme ve değerlendirme yeteneklerini yeniden tanımlamakta ve en çok ihtiyaç duyulan alanlarda güvence ve danışmanlık desteği sağlamaktadır. Ayrıca iç denetim, denetim evreninin işletmenin ana risklerinin ve faaliyetlerinin tümünü içermesi gerektiğini kabul ederek vizyonunu ve misyonunu temel iş riskleriyle uyumlu hale getirmektedir. Denetim evreni, bir işletmede mevcut olan kurumsal yönetim, iç kontrol, hile riski, stratejik iş planları ve bilgi teknolojisi, güvenlik ve diğer yüksek riskli alanları da kapsayacak şekilde genişletilmektedir. Burada üzerinde durulması gereken esas nokta, iç denetçilerin sürekli değişen iş ortamıyla başa çıkmayı öğrenmeleri, yani işletmelerin dinamik risk profilini sürekli izlemeleri ve daha esnek ve etkili olmak adına denetim planlarını buna göre uyarlamalarıdır (Aksoy ve Kahyaoğlu, 2013, s. 72).

İç denetçiler, yıllık denetim planlarını geliştirirken işletmenin hile riski değerlendirmesini dikkate almalı ve yönetimin hile yönetimi yeteneklerini periyodik olarak gözden geçirmelidir. Tüm hile risklerinin uygun bir şekilde ele alındığından emin olmalarına yardımcı olmak için, işletmenin risk değerlendirmelerini yürütenlerle ve ayrıca işletme genelinde kilit pozisyonlardaki diğer kişilerle düzenli olarak görüşmeli ve iletişim kurmalıdır. Görevlerini yerine getirirken iç denetçiler hile riski yönetimi ile ilgili iç kontrollerin tasarımını ve işleyişini değerlendirmek için yeterli dikkati göstermelidir. Faaliyetleri gözden geçirirken mesleki şüphecilik ile çalışmalı ve hile belirtilerine karşı daima tetikte olmalıdır. Ortaya çıkan hileli işlemler, profesyonel ve yasal standartlarla tutarlı ve iyi tanımlanmış bir hile karşılık planına göre ele alınmalıdır. İç denetim birimi bu haliyle aynı zamanda işletmenin etik kültürünün desteklenmesinde de aktif bir rol almalıdır (Goldmann ve Kaufman 2009, ss. 81-82).

İç denetçinin ayrıca işletmede hile riskinin yönetimi ile ilgili sorumlu olan kişiler ile sürekli iletişim halinde olması gerekmektedir. Devamlı olarak hile riski için tanımlanan kontrollerin yeterli düzeyde olup olmadığını da test etmelidir. Bu anlamda işletmenin özellikle iç kontrol yapısının etkin şekilde işlerliği ile sürekli ilgilenmelidir. İlaveten yönetim tarafından tespit edilen risklerin doğruluğu konusunu araştırmalıdır. Elbette tüm bu faaliyetleri gerçekleştirirken de bağımsız olarak hareket edebilme yeteneğine sahip olmalıdır. Yönetimin kendisi üzerinde uyguladığı etkiden kurtulamayan bir iç denetçinin sorumluluklarını tam anlamıyla yerine ge-

tirdiğinden bahsetmek mümkün değildir. Bu sebeple dış denetçi de işletmede sorumlu iç denetçiden elde ettiği bilgilere iç denetçinin sahip olduğu bağımsızlık oranında güven duymalıdır (Varıcı, 2011, s. 142).

**SONUÇ**

Günümüz işletmeleri için önemli tehditler arasında hile kavramı da yer almaktadır. Hile, işletmelerde hem yüksek tutarlarda maddi kayıplara hem de itibar, güven, zaman vb. anlamda kayıplara neden olmaktadır. İşletmeler hile riski kavramını dikkate alarak faaliyetlerini sürdürdüklerinde söz konusu olan bu kayıplardan kendilerini koruyabilme şansı yakalayabileceklerdir. Bu anlamda etkin hile riski yönetimi kavramı, işletmelerde güçlü hile önleme ve tespit faaliyetlerini ve hilelere yönelik uygun müdahale çalışmalarını içermektedir. Hile riski yönetiminde temel amaç hilenin önlenebilmesi ya da önlenemiyorsa hiç olmazsa en az kayıp ve zararla sonuçlanmasıdır. İşletmeler faaliyetlerini etkin şekilde sürdürebilmek için işletme içerisinde hile bilincini oluşturmalı ve hile riski yönetimine gereken önemi vermelidir.

İşletmelerde olası hile riski taşıyan alanların belirlenerek bu alanlara yönelik stratejilerin geliştirilmesi iç denetim faaliyetleri sayesinde mümkündür. Zira hile riski, işletmelerin her an karşı karşıya kalabileceği ve hiçbir zaman tamamen ortadan kaldıramayacağı bir risk türüdür. Söz konusu bu riskin etkin yönetilmesi, işletmelerin faaliyetlerini etkili ve verimli olarak sürdürebilmeleri için çok önemlidir. Bu sebeple, işletmeler faaliyetlerini sürdürürken hileleri önlemek, hileli işlemleri tespit etmek ve söz konusu bu işlemlere müdahale etmek kısacası hile riski yönetimini gerçekleştirmek zorundadırlar. Tüm bu faaliyetleri yürütürken iç denetim süreçleri, maddi kayıpların yaşanmaması ya da minimum düzeyde yaşanması, yanlış kararların alınmaması, hile vakalarının yaşanmaması için işletme faaliyetlerini denetlemek suretiyle yönetime raporlar sunmaktadır.

İç denetim kavramı, yapılan iç denetim tanımlarından da anlaşılacağı üzere işletmelerde yürütülen süreçlerle ilgili makul güvence sağlar ve bu güvenceyle birlikte özellikle yönetim, kontrol ve risk yönetimi süreçlerinin geliştirilmesinde işletmeye bir danışmanlık yapma görevini üstlenir. İşletme faaliyetlerinin etkin, etkili ve verimli bir şekilde yürütülebilmesi için bağımsız ve objektif bir değerlendirme aracı olan iç denetimden faydalanılır. Bu anlamda işletmelerde verimsizlik, uygunsuzluk, hata ve hilelere yönelik engelleyici ve önleyici bir mekanizma olduğundan bahsedilebilir.

İç denetim, işletmelerin sürdürdüğü faaliyetlerin kanunlara, mevcut yönerge ve düzenlemelere uygunluğunun denetlenmesi ve şayet aksayan yönler var ise bunlara yönelik gereken tespitlerin yapılması konusunda etkin rol almaktadır. Dolayısıyla işletmelerde hileli işlemlerin tespit edilmesinde iç denetim süreci bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır.

# KAYNAKÇA

ACFE (1996). Report to The Nation on Occupational Fraud and Abuse. https://www.acfe.com/-/media/files/acfe/pdfs/1996-rttn.ashx (Erişim Tarihi: 23.01.2023).

ACFE (2022). Report to The Nation on Occupational Fraud and Abuse. https://acfepublic.s3.us-west-2.amazonaws.com/2022+Report+to+the+Nations.pdf (Erişim Tarihi: 23.01.2023).

Akdemir, Ç. (2010). *İşletmelerde hile riski ve Türk işletmelerinde hile riskinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Akdemir, Ç. (2012). Hile riski değerlendirmesi. *İç Denetim Dergisi, 31,* 30- 35.

Aksoy, T. ve Kahyaoglu, S. (2013). Measuring the internal audit performance: Tips for successful implementation in Turkey. *American International Journal of Contemporary Research*, *3*(4), 71-82.

Albrecht, W. S., Albrecht, C. O., Albrecht, C. C. ve Zimbelman, M. F. (2011). *Fraud Examination.* (4th Edition). South-Western, Cengage Learning.

Alkan, B. Ş. (2020). Hile riski yönetiminde proaktif yaklaşımlar ve araçlar: İşletme yöneticileri üzerine nitel bir araştırma*. Denetişim, 21,* 66-81.

Arslan, Ö. (2018). *Muhasebe hilelerinin tespitinde iç denetim sisteminin önemi ve denetim standartları açısından bağımsız denetçinin hileye karşı sorumluluğu: Bağımsız denetim şirketlerinde bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.

Boateng, A. A., Boateng, G. O., ve Acquah, H. (2014). A literature review of fraud risk management in micro finance institutions in Ghana. *Research Journal of Finance and Accounting, 5*(11), 42-51.

Bozkurt, N. (2011). *İşletmelerin kara deliği hile: Çalışan hileleri* (2. Basım). İstanbul: Alfa Yayınları.

CIMA (2008). Fraud Risk Management: A Guide to Good Practice. http://www.cimaglobal.com/, (Erişim Tarihi: 23.01.2023).

Çatıkkaş, Ö., ve Çalış, Y. E. (2010). Hile denetiminde proaktif yaklaşımlar. *Muhasebe ve Finansman Dergisi, 45,* 126-156.

Çetin, H. (2018). Çalışan hileleri ve hile yapan çalışanların karakteristik özellikleri. *Social Sciences Studies Journal (Sssjournal), 4*(23), 4751-4757.

Çevikbaş, R. (2011). Türkiye'de iç denetim kurumu. *İdare Dergisi, 471-472*, 47-67.

Deloitte (2009). Managing The Business Risk of Fraud: New Guidance for a New Risk Environment. https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/in/Documents/risk/Corporate%20Governance/Audit%20Committee/in-gc-managing-the-business-risk-of-fraud-noexp.pdf. (Erişim Tarihi:

01.02.2023).

Free, C. (2015). Looking through the fraud triangle: A review and call for new directions. *Meditari Accountancy Research, 23*(2), 175-196.

Goldmann, P. D. ve Kaufman, H. (2009). Anti-Fraud Risk And Control Workbook. New Jersey, USA: John Wiley & Sons Inc.

Haftacı, V. (2018). *Muhasebe denetimi.* (5. Baskı). Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

IIA, ACFE ve AICPA (2007). *Managing The Business Risk of Fraud: A Practical Guide*, Exposure Draft,

İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası-İSMMMO (2019). *İç denetime genel bir bakış*. İstanbul: İSMMMO.

Karakaya, G. (2016). Çalışan hileleri ve iç kontrol ilişkisi, *Vergi Sorunları Dergisi*, *330,* 159-172.

Kardeş Selimoğlu, S. ve Saldı, M. H. (2021). Covıd-19 etkisinde sürdürülebilirliğin sağlanması ve iç denetimin değişen rotası. *Denetişim Dergisi 11*(22), 5-14.

Kaya, G. (2013). Muhasebe hilelerinin Vergi Usul Kanunu ve Türk Ticaret Kanunu'na göre değerlendirilmesi ve mali analize etkileri. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kazan, G. (2021). Hile üçgeni, hile elması ve hile beşgeni: Hile eylemlerinin nedenlerine ilişkin teorilere kavramsal bakış. *Muhasebe ve Denetime Bakış, 20*(62), 245-258.

KPMG Forensic (2014). Fraud Risk Management. https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/pdf/2014/05/fraud-risk-management-strategy-prevention-detection-response-O-201405.pdf (Erişim Tarihi: 30.01.2023).

Lambsdorff, J.G. (2007), The institutional economics of corruption and reform: Theory, evidence and policy, Cambridge: Cambridge University Press,

Nanda, S., Zenita, R. ve Salmiah, N. (2019). Fraudulent Financial Reporting: A Fraud Pentagon Analysis. *Accounting and Finance Review,* 4(4), 106-113.

Okan Gökten, P. (2018). Hileli eylemlerin nedenlerine ilişkin paradigma değişimleri: Üçgen, elmas ve diğerleri. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 10*(3), 655-669.

Omar, N.B. ve Din, H. F. M. (2010). Fraud diamond risk ındicator: An assessment of its importance and usage. *International Conference on Science and Social Research,* CSSR 2010, 607-612.

Özdemir, Ü. F. (2013). *Bankalarda hile riski yönetimi ve bir uygulama.* Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Özeroğlu, A. İ. (2014). Finansal aldatmaca ve işletme hileleri. *Akademik Sosyal Araştırma Dergisi, 2*(2), 180-196.

Pickett, K. H. S. (2003). The internal auditing handbook. (2nd Edition), John Wiley & Sons.

Ramamoorti, S. (2003). Internal Auditing: History, Evolution, and Prospects, IIA, https://ecommons.udayton.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1028&context=books (Erişim Tarihi: 12.01.2023)

Ramos, M. (2003). Auditors' responsibility for fraud detection. *Journal of Accountancy, 195*(1), 28-36.

Skousen, C. J. (2004). *An Empirical Investigation of the Relevance and Predictive Ability of the SAS 99 Fraud Risk Factors*, Doctor of Philosophy, Oklahoma State University, UMI Dissertation Services.

Şerifler, Ü. (2022). ACFE 2022 Fraud Raporu. https://www.accafin.com/muhasebe/muhasebe-skandallari/acfe-fraud-raporu-2022. (Erişim Tarihi: 02.02.2023).

Tarhan Mengi, B. (2012), Hile denetimine yetkinliklerin değerlendirilmesi – Hile karosu. *Mali Çözüm Dergisi, 114,* 113-128.

Tarhan Mengi, B. (2013). Satıcı hileleri, *Muhasebe ve Denetime Bakış, 12(*39), 125-140.

Tarhan Mengi, B. ve Yılmaz Türkmen, S. (2013). Yatırım hileleri. *Öneri Dergisi, 10*(39), 31-39.

Teeter, R. A., Alles, M. G. ve Vasarhelyi, M. A. (2010). The remote audit. *Journal of Emerging Technologies in Accounting, 7*(1), 73-88.

Türk Dil Kurumu Sözlükleri, https://sozluk.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 23.01.2023)

Ulucan Özkul, F. ve Almalı Özdemir, Z. (2011). *İşletmelerde hile riski yönetimi.* İstanbul: Beta Basım A.Ş.

Varıcı, İ. (2011). *Hile riski ve denetçinin sorumluluğu: Hile riskinin ölçülmesine yönelik bir uygulama*. Yayınlanmamış doktora tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.

Wolfe, D. ve Hermanson, D. (2004). The fraud diamond: considering the four elements of fraud. *The CPA Journal, 74*(12), 38-42.

Yaylalı, İ. ve Celayir, D. (2022). Hilenin işletme sürekliliğine etkisi. *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Dergisi, 4*(2), 69-75.

Yazıcı, N. (2018). Hile üçgeni: Fırsatların önlenmesinde kırık camlar teorisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi 53*(3), 843-851.

Yılancı, F. M. (2015). *İç denetim ve iç kontrol değerleme rehberi.* Ankara: Detay Yayıncılık.

# BÖLÜM 13

## ÇİN, ABD VE AB TİCARET POLİTİKALARINDA JEOEKONOMİ TARTIŞMALARI VE YARI İLETKEN ENDÜSTRİSİNİN DURUMU

*Gülçin Elif YÜCEL*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Beykent Üniversitesi-İİBF, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, ORCID: 0000-0002-5830-7588

## GİRİŞ

Yarı iletkenler, dünyanın giderek daha fazla bağımlı hâle geldiği ve sürekli artan bir oranda büyümeye devam eden kritik bir üründür. Yarı iletkenler, dijital ekonominin en önemli girdisidir. Savunma sanayi, otomobil, tüketici elektroniği ve elektrik altyapısı yarı iletken tedarik zincirine bağlıdır. Tüm bunlar, dijital dünyanın siber savaş ve yapay zekâ biçimindeki hızlı güvenlik sağlama sorununa ek olarak, yarı iletkenlere bağlıdır (Ernst, 2022). Kısacası yarı iletkenler, iletişim, bilgi işlem, sağlık, askeri sistemler, ulaşım, temiz enerji ve sayısız başka uygulamada ilerleme sağlayan elektronik cihazların temel bir bileşenidir. Yarı iletken endüstrisi, yayılmaya devam ederek, dünyanın her yerindeki insanların yaşamlarını zenginleştirmektedir. Serbest ticaretin, küresel büyüme ve gelişmenin birincil motorudur.

Ülkeler birbiriyle bölgesel rekabet yaratmaya devam ettikçe, ticaret politikasının siyasetle ilişkisi daha belirgin hâle gelmektedir. Uluslararası politik ekonomi literatürü, öncelikle iç politik faktörlere odaklanarak uluslararası ticaret politikası sonuçlarını açıklamaya çalışmaktadır. Son on yılda, Çin, ABD ve AB, yarı iletken kaynaklarının yerelleştirilmesine öncelik veren politikalar ve yasalar çıkarmıştır. Değer zincirlerinin küreselleşmesi, 20. yüzyılın sonlarında serbest ticaret üzerine kurulu neo-liberal ekonomik düzen tarafından yönlendirilen coğrafi uzmanlaşma ile açıklanabilir. Yarı iletken endüstrisinin mevcut küreselleşmeden ayrılması, başlangıçtaki konumuyla zıtlık oluşturmaktadır. Bunun nedeni, sürecin tamamen jeopolitik çıkarlar ve ulusal güvenlikle motive olan hükümetler tarafından yönlendirilmesidir.

Günümüzde yarı iletkenlerin arz güvenliği birçok ülke için bir öncelik hâline gelmiştir. Bununla birlikte, teknolojinin artan güvenlik sorunu, büyük yarı iletken pazarlarının hükümetlerini, tüketicilerini ve üreticilerini ekonomik karşılıklı bağımlılıkla ilişkili ulusal güvenlik tehditlerini dikkate almaya yönlendirmiştir. Bu nedenle devletler, yerli üreticilerin finansmanı ve sübvansiyonu, doğrudan yabancı yatırımın (DYY) teşvik edilmesi, ticaret engelleri ve gelen DYY üzerindeki kısıtlamalar gibi korumacı önlemler ile yarı iletken tedarik kaynaklarını küresellikten arındırmak amacıyla birtakım inisiyatifler almışlardır.

Bu çalışma, ekonomik karşılıklı bağımlılığın politik ekonomi tartışmalarındaki önemini incelemektedir. Çalışmada şu soruya yanıt aranmaktadır: Ülkeler ve ticaret blokları neden yarı iletken üretimin yerelleştirilmesine öncelik vermektedir ve jeoekonomik teori bunu açıklamaya nasıl yardımcı olabilir? Ayrıca, büyük güçler olan Çin, ABD ve AB'nin korumacı eylemlerinin, ekonominin artan güvenlik önlemlerinin bir sonucu olduğunu yarı iletken endüstrisi temel alınarak tartışmak amaçlan-

maktadır. Bu bağlamda, "jeoekonomi" kavramı kullanılarak Çin, ABD ve AB tarafından yarı iletken üretiminin küreselleşmeden uzaklaştırılması ve yerelleştirilmesine çalışılan hükümet politikaları analiz edilecektir.

Çalışma, jeoekonomik teoriden yararlanarak yarı iletken endüstrisinin küresellikten uzaklaşmasının büyük güç rekabetinin ve ekonominin güvenlik sorununun bir sonucu olduğunu iddia eden betimleyici bir çalışmadır. Son yıllardaki ekonomi politik eylemlerin ulusal güvenlik tarafından motive edildiğini desteklemek için politikalar, mevzuat ve politikacıların açıklamalarından yararlanılarak üç süper gücün her biri analiz edecektir. Birinci bölümde yarı iletken endüstrinin nasıl küreselleşmiş bir endüstri hâline geldiği anlatılarak ilgili literatürden bahsedilecektir. İkinci bölümde, jeoekonominin teorik çerçevesi ana hatlarıyla çizilerek bunun yarı iletkenlerle nasıl bir ilişkisi olduğu açıklanacaktır. Sonraki bölümlerde sırasıyla Çin, ABD ve AB özelinde uygulanan politikalar analiz edilerekçalışma sonlandırılacaktır.

## 1. YARI İLETKEN ENDÜSTRİSİ

Yarı iletkenler; çoğu genellikle "mikroçip" veya "çip" olarak bilinen entegre devrelerdir ve cihazların verileri işlemesine, depolamasına ve iletmesine izin veren, elektronik içindeki oldukça gelişmiş bileşenlerdir (Varas vd., 2020). Yarı iletken malzemelerin ilk teknik uygulamasının patenti, 1906 yılında, bu malzemelerin radyo dalgalarını algılayabildiğini keşfeden Amerikalı mühendis Pickard tarafından alınmıştır. 1950'lerin sonlarında mühendisler, ABD merkezli yarı iletken şirketleri Texas Instruments ve Fairchild Semiconductors, birden çok yarı iletkenin tek bir malzeme parçasına nasıl yerleştirileceğini keşfederek ilk entegre devreyi oluşturmuşlardır (Ernst, 2022).

Yarı iletkenlerin işlem gücü ve yeteneğindeki hızlı büyüme, teknolojide büyük ilerlemelere ve tüketici elektroniğinin erişilebilirliğinin ve karşılanabilirliğinin artmasına yol açmıştır. Ayrıca, askeri kullanımın baskın olduğu bir endüstri sivil sektöre kaymış ve endüstri içinde hızlı ekonomik büyümeye yol açmıştır. Yarı iletken endüstrisi, başlangıçta, üretimin tüm yönlerinde ABD'nin hâkimiyetinde olmuştur. Bunun nedeni yarı iletkenlerin ABD'de icat edilmiş olmasıdır. Ayrıca, ABD ordusu 1950'lerde entegre devrelerin birincil tüketicisi olmuş ve tedarik zincirini küreselleştirmenin ilk örneğini, 1961'de DYY şeklinde gerçekleştirmiştir. Fairchild Semiconductor, düşük işçilik maliyetlerinden yararlanmak için değer zincirinin temel imalatını ve montajını Hong Kong'a yaptırmıştır (Bown, 2020). Çok geçmeden daha fazla yarı iletken üreticisi bu yöntemi izleyerek üretim sürecinin en yoğun emek gerektiren ve en az teknik kısımlarını taşeronlara vermiştir. Dış kaynak kullanımı başlangıçta DYY şeklinde başlamış olsa da, sözleşmeli çalışan bağımsız imalatçıların kul-

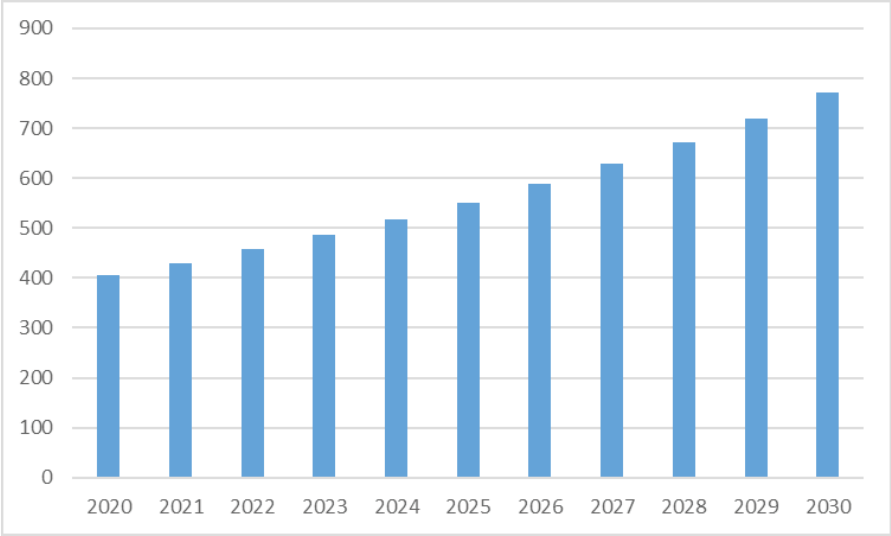
lanımı yoluyla sözleşmeli üretime doğru kaymaya başlamıştır (Varas ve Varadarajan, 2020). 1990'lar boyunca fabrikasyon dökümhane modeli, inovasyonun hızı, birçok firmanın hem üretimin sermaye yoğunluğunu hem de tasarım için yüksek Ar-Ge harcamalarını yönetmesini giderek zorlaştırdığından daha çekici hâle gelmiştir (Varas vd., 2021).

Yarı iletken üretiminin neden küresel bir değer ve tedarik zinciri hâline geldiği sorusu, küreselleşme teorisi ile açıklanmaktadır. Çoğu endüstrinin 20. yüzyılın sonlarında ve 21. yüzyılın başlarındaki eylemlerine benzer şekilde, yarı iletken üreticileri, üretim maliyetlerini düşürmek için ticaret engellerinin azaltılmasından, iletişim teknolojilerindeki artıştan ve düşük nakliye maliyetlerinden yararlanmıştır. Teknolojideki ilerleme, maliyetin çok altında üretilebilen ürünlerin dünyanın herhangi bir yerine gönderilmesine izin vermiş; azalan nakliye maliyetleri tedarik zincirinde engel teşkil etmediğinden, üretimin en uzak bölgelere taşınması kolaylaşmıştır. Ticaret engellerinin azaltılması, üreticilere ucuz işgücüne erişim sağlamış ve pahalı tesis ve ekipman gerektiren bir endüstri için başlangıç maliyetlerini düşürmüştür (Bown, 2020). Yarı iletken üreticileri imalatı daha düşük işgücü gerektiren bölgelere taşımayı tercih ettikçe, ABD'de ve AB'de gerçekleşen imalatın payı da hızla düşmüştür Bununla birlikte üretim, son derece küreselleşmiş olmasına rağmen, yarı iletken satışlarının çoğu ABD merkezli şirketler tarafından yapılmaktadır. Bu durum ABD'nin yarı iletken endüstrisine hâlâ ne ölçüde hâkim olduğunu ortaya koymaktadır.

Hemen herkesin bağımlı olduğu teknolojiler için hayati bileşenler oluşturan yarı iletken endüstrisinin 2030 yılına kadar trilyon dolarlık bir endüstri haline geleceği tahmin edilmektedir. Burkacky vd. (2022), dijitalin yaşamlar ve işletmeler üzerindeki etkisi hızlandıkça, yarı iletken pazarlarının patlama yaşadığını ve satışların %20'den fazla artarak 2021'de yaklaşık 450 milyar dolara ulaştığını belirtmiştir. Ayrıca, sektörün toplam yıllık büyümesinin 2030'a kadar yılda ortalama %6-8 arasında artacağını ve mevcut oynaklıktan sonra dengeli arz ve talebe dönüş sağlandığında 1 trilyon dolarlık bir endüstriye yaklaşacağını vurgulamışlardır (bknz. Şekil 1). Tedarik kıtlıkları, otomobillerden bilgisayarlara kadar birçok ürünün üretiminde darboğazlara yol açmış ve küresel ekonominin düzgün işlemesi için çiplerin ne kadar kritik olduğunu vurgulamıştır. Bir diğer deyişle, dünyanın yarı iletkenler üzerine inşâ edildiği gerçeği vurgulanmıştır. Arz-talep uyumsuzluklarından kaynaklanan potansiyel kısa vadeli oynaklığa ve değişen küresel ekonomik ve jeopolitik görünüme rağmen, yarı iletken endüstrisinin görünümü olumlu seyir izlemektedir. Küresel üretimin yalnızca %12'sini oluşturmasına rağmen, Amerikan şirketleri yarı iletken satışlarında küresel pazar payının %48'ini elinde tutmaktadır. Benzer şekilde Çin, küresel üretimin %15'ini oluştururken, küresel pa-

zar payının yalnızca %5'ini oluşturmaktadır. Bu dengesizlik, yarı iletken üreticilerinin coğrafi uzmanlaşmasının bir sonucudur. İşçilik ve işletme maliyetleri, imalatta Çin için karşılaştırmalı bir avantaj sunarken, yüksek vasıflı ve uzman işçilerden oluşan ABD, Ar-Ge faaliyetlerinde karşılaştırmalı bir avantaj sunmaktadır (Capri, 2021).

*Şekil 1: Yarı İletken Pazar Büyüklüğü (2020-2030) (milyar dolar)*




*Kaynak: Precedence Research (2022)*

Literatürde yarı iletken endüstrisinin küreselleşmeyle ilişkisini inceleyen çalışmalar kapsam olarak sınırlı bir alana değinmiştir. Örneğin, Bown (2020) ve VerWey (2019), sırasıyla ABD ve Çin'in, bir başka deyişle, tek bir ülkenin eylemlerine odaklanmıştır. Thorbecke (2021) ve Cota (2022) ise sırasıyla ABD-Çin Ticaret Savaşı ve Avrupa Çip Yasası gibi tekil olayları analiz etmişlerdir. Bilim, teknoloji ve jeoekonomi arasındaki bağlantının önemi bilinmesine rağmen, bu alanda en yeni ve kapsamlı çalışmalardan olan Diesen (2022)'de de yarı iletkenlerden oldukça kısa bahsedilmiştir. Dolayısıyla bu çalışma, mevcut literatürdeki sınırları, büyük süper güçler olan ABD, Çin ve AB'nin yarı iletken endüstrisindeki eylemlerini analiz ederek genişletmeyi hedeflemektedir.

## 2. "JEOEKONOMİ" KAVRAMI

Jeoekonomi, stratejik uluslararası hedeflere ulaşmak için ekonomik güç yeteneklerinin geliştirilmesi ve diğer ekonomik araçların kullanılması anlamına gelir (Luttwak, 1990; Scholvin ve Wigell, 2018) ve gelecekteki olası büyük güç çatışması tartışmalarının ayrılmaz bir parçasıdır. Dünyanın bazı büyük güçlerinin neden yerel yarı iletken üretimini artırmaya odaklandığını açıklamak için, endüstrinin güvenlik sorununu anlamak gerekir. Daha genel olarak, jeoekonominin teorik çerçevesi, ekonominin

genel olarak güvenlikleştirilmesini açıklamaya yardımcı olabilir.

Teori ilk kez Amerikalı askeri stratejist Edward Luttwak (1990) tarafından öne sürülmüştür. Luttwak (1990), ekonomik rekabetin sıfır toplamlı olmayan doğası nedeniyle geleneksel askeri rekabetin küresel pazar rekabeti lehine azalacağını varsaymıştır. Luttwak'ın jeoekonomi tanımından hareketle bazı akademisyenler, etki alanını genişletmek için jeoekonominin büyük güce sahip ekonomilerin sınırları dışında gerçekleşmesi gerektiğine inanmışlardır. Örneğin Kim (2021), "Jeoekonomi, bir büyük strateji biçimi olarak düşünülmeli ve dünyanın bir coğrafi bölgesinde orta ve uzun vadeli stratejik çıkarları ilerletmek için ekonomik araçların kullanılması olarak tanımlanmalıdır" demiştir. Jeoekonominin daha kapsamlı ve uygulanabilir bir tanımı, Schlevogt (2001) tarafından yapılmıştır. Buna göre jeoekonomi, "Ulusal çıkarları desteklemek, savunmak ve faydalı jeopolitik sonuçlar üretmek için ekonomik araçlar yaratmaktır". Bununla birlikte, nihai amacı ekonomik kazanç olan ve askeri güç gibi doğası gereği ekonomik olmayan eylemlerin jeoekonomi olarak kabul edilemeyeceğine dair dar tanımlar da vardır (Blackwill ve Harris, 2016). Ripsman (2021) ise, küreselleşmeden uzaklaşma ile jeoekonomi arasındaki ilişkiye değinerek; ekonomik karşılıklı bağımlılığın çatışma olasılığını azalttığını belirtmiştir. Ayrıca, küreselleşmedeki azalmanın jeoekonomik rekabetteki artışlarla ilişkili olması gerektiği şeklindeki ticari liberal teoriyi test etmiştir. Sonuç olarak, küreselleşmeden uzaklaşma (degloballeşme) devam ederse, bunun büyük güç rekabetini değiştirmesini ve yoğunlaştırmasını beklediğini vurgulamıştır.

Jeoekonomi, küresel ekonomik politikanın bilimsel değerlendirmelerinde anahtar bir terim hâline gelmiştir. Genellikle uluslararası ilişkilerde güvenlik veya jeopolitik ile ilgili dış politika hedeflerini gerçekleştirmek için ekonomik politika araçlarını kullanma eğilimi anlamına gelmektedir (Blackwill ve Harris, 2016). Ana fikir, ekonomik karşılıklı bağımlılığın artmasının, liberallerin iddia ettiği gibi (Keohane ve Nye, 2017) işbirliğini kolaylaştırmadığı, aynı zamanda ülkeleri potansiyel olarak düşmanca veya başka türlü zararlı davranışlara karşı daha savunmasız hâle getiren güvenlik dışsallıklarına yol açtığıdır (Aggarwal ve Reddie, 2021). Özellikle Çin gibi gelişmekte olan ekonomik ve siyasi güçler göz önüne alındığında, hükümetler giderek artan bir şekilde ulusal güvenliklerini ve diğer ekonomik olmayan çıkarlarını savunmak amacıyla ekonomi politikasını kullanmaktadır (Roberts vd., 2019).

Literatürdeki çalışmalarda farklılıklar olsa da, temelde ulaşılan aynıdır. Buna göre ülkeler, stratejik rakipleri pahasına kendi güç konumlarını artırmanın peşindedir. Gertz ve Evers (2020), jeoekonomiyi açıkça "büyük güç rekabetinin ekonomik boyutu" olarak tanımlar. Bununla birlikte, küresel siyasette ilan edilen jeoekonomik dönüş hakkındaki literatürün

çoğu, ABD-Çin rekabeti göz önünde bulundurularak geliştirilmiştir (Roberts vd., 2019; Farrell ve Newman, 2019; Gertz ve Evers, 2020). Gehrke'nin (2020) belirttiği gibi, "AB, jeoekonomik rekabet bağlamında saldırgan değil, öncelikle savunmacı bir aktördür". AB'nin dünyanın en büyük ekonomik aktörlerinden biri olmasına rağmen, jeoekonomik dönüşteki rolü yeterince araştırılmamıştır. Literatürün çoğu, ABD'ye ve onun Çin ile rekabetine odaklanmaktadır. Çok az çalışma AB'nin konumunu jeoekonomik bir bakış açısıyla değerlendirmektedir. Bunun yerine, tartışmalar daha genel olarak AB'nin değişen jeopolitik karşısında kendisini nasıl yeniden konumlandırmaya çalıştığına odaklanır. AB, geleneksel olarak ABD liderliğindeki bir dünya düzeni içinde "uyum yoluyla özerklik" ararken alternatif stratejiler de geliştirmeye çalışmaktadır (Lavery ve Schmid 2021). AB'nin stratejik özerkliği fikri güvenlik alanında ortaya çıkmıştır (Smith, 2018) ve AB'nin sanayi stratejisine dâhil edilmiştir. AB'nin ilan ettiği stratejik özerklik arayışı ekonomik alanda gerçekleşen dış ekonomik bağımlılıkları azaltmaya yöneliktir. Öte yandan, jeoekonomik tehdit olarak algılanan durumlarla mücadele edebilmek için hem ekonomik yeteneklerle (örneğin sanayi politikaları) hem de AB içinde geliştirilmiş iç koordinasyon üzerinde çalışmaktadırlar. Bu doğrultuda, AB'nin Yeni Sanayi Stratejisi[1] (2020), ya "mevcut kritik kaynakları ve stratejik varlıkları elde tutmaya yönelik savunma çabaları" olarak ya da "stratejik özerkliği teşvik etmeye yönelik girişimler sunmaktadır" (Pohl, 2021). Stratejik özerkliğin ekonomik alana uygulanması ve jeoekonomi kavramı dikkatlice açıklanmalıdır. İki kavram, ekonomik karşılıklı bağımlılığa karşı saldırgandan çok savunmacı bir konumu vurgulaması anlamında aynı değildir. Saldırgan bir şekilde stratejik hedeflere ulaşmak için ekonomik karşılıklı bağımlılıkları kullanmak yerine, stratejik özerklik daha çok başkalarının jeoekonomik inisiyatiflerine tabi olmaktan kaçınmak için onlara olan bağımlılığı azaltmaya yöneliktir (Koeth, 2021). Yine de, AB'nin jeoekonomik bir aktör olarak stratejik özerkliği tam olarak nasıl takip etmesi gerektiği tartışmalıdır. Bunun nedeni kısmen bunu yapmanın içerdiği ödünleşimlerdir: Bir grup için ekonomik bağımlılıkları azaltmak stratejik nedenlerle mantıklı olabilir, ancak örneğin yabancı yatırımlar engellenirse doğrudan ekonomik maliyetlere yol açabilir.

## 3. ÇİN HALK CUMHURİYETİ

2001 yılında elektronik ekipman üretimi açık ara Asya Pasifik bölgesine taşındığında, Çin toplam küresel pazarın üçte birinden fazlasını ele geçirmiştir. 2017'de, ticari gerilimlerin ortaya çıkmasından önce, ABD'nin en büyük ikinci pazarı olan Çin, aynı zamanda ABD'nin bir numaralı yarı iletken ve diğer elektronik bileşenleri tedarikçisi olup ülkenin bu alandaki

1 https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-industrial-strategy_en

toplam gümrük ithalat değerinin %28,6'sını elinde tutmuştur. Çin'e akan ABD yapımı yarı iletkenlerdeki artış ve Çin ürünlerine yönelik aralıksız ithalat yasağı birleşerek ABD pazarını etkilemiştir (Jing vd., 2019). Çin hükümeti artık teknolojik bağımsızlığı gündeminin ana konusu hâline getirmiş ve yabancı yarı iletkenlere erişimden büyük ölçüde yararlanarak ülkesinin ve ekonomisinin dijitalleşmesini hızlı bir şekilde başlatmasına izin vermiştir. Çin, 2021'de 150 milyar doları aşan ithalat değeriyle şu anda en büyük yarı iletken ithalatçısı konumundadır (Thomas, 2021). Çin Komünist Partisi (ÇKP), kendi kendine yeterlilik hedefine ulaşmak için hükümet fonları yaratan, doğrudan yabancı yatırımı teşvik eden bir dizi birbirine bağlı ve bileşik politikalar oluşturmuştur. ÇKP'nin eylemleri jeoekonomi tarafından motive edilmektedir. Bunun nedeni Çin'in, yabancı yarı iletken kaynaklarına olan bağımlılığını ulusal bir güvenlik tehdidi ve yarı iletken endüstrisi ile gelen jeopolitik güç kazanımları olarak görmesidir (VerWey, 2019). Çin'in yarı iletken sanayisi dört döneme ayrılabilir.

*Tablo 1: Çin'in Yarı İletken Sanayisi*

| Dönem | Ana Tema |
|---|---|
| 1956-1990 | Yerli üretime odaklanan Sovyet tarzı merkezi planlama dönemi |
| 1990-2002 | Çinli firmaların uluslararası endüstri liderleriyle ortaklık kurmaya çalıştıkları ancak sınırlı bir başarı elde ettikleri "yetişme" dönemi |
| 2002-2014 | Çin'in genel ekonomik başarısının sürdüğü; büyüyen iç pazarından yararlanarak yarı iletken şirketleri kurmak isteyen Çin merkezli bir dizi şirkete izin verilen bir dönem |
| 2014'ten günümüze | Çin hükümetinin, dışa bağımlılığı azaltmak için yerli yarı iletken araştırma, tasarım ve üretimini artırmaya yönelik ayrıntılı planlar yaptığı bir dönem |

*Kaynak: VerWey (2019)'dan faydalanarak yazar tarafından hazırlanmıştır.*

Çin yarı iletken endüstrisine doğrudan devlet yardımı 2014'ten önce mevcut olmasına rağmen, bu yatırımlar mevcut önlemlerle gölgede kalmıştır. 2014 yılında yayınlanan "Ulusal Entegre Devre Endüstrisini Teşvik Eden Yönergeler" (Ulusal IC Planı), Çin'in yarı iletken üretiminde bağımsız olmaya yönelik mevcut planının ilk adımıdır (VerWey, 2019). Ulusal IC Planı, 2020 yılına kadar yıllık büyümeyi %20'nin üzerinde gerçekleştirmek ve 2030 yılına kadar küresel yarı iletken üreticilerinin en büyüğü olma gibi hedeflerinde son derece iddialı olmuştur (Thomas, 2015). Büyümenin sürdürülüp sürdürülemeyeceği ve belirtilen diğer hedeflere ulaşılıp ulaşılamayacağı henüz belli olmasa da, Çin yarı iletken satışlarında yıllık %30,4'lük oldukça dikkat çekici bir büyüme görülmektedir. Yaarı iletken endüstrisindeki atılımları teşvik etmek, Çin'in ekonomik kalkınma sisteminin dönüşümünü ilerletmek, Çin'in ulusal güvenliğini korumaya yardımcı olmak ve Çin'in genel olarak güçlenmesi için etkili bir şekilde destek sağlamak Ulusal IC Planı'nın şimdiye kadar etkili olan maddeleridir (Semiconductor Industry Association, 2022). Planda "ulusal

güvenlik" ve "ulusal güç" kavramları, kendi kendine yeterliliğe yönelik bir motivasyon vurgusu ile karşımıza çıkmaktadır. Çin için yarı iletken değerinin ve tedarik zincirinin küreselleşmeden çıkarılmasının jeoekonomi tarafından motive edilmesi planda çok belirgin olarak görülmektedir.

Ulusal IC planının yayınlanmasından bir yıl sonra 2015 yılında ÇKP tarafından Made In China 2025 (MIC25) programı duyurulmuştur. MIC25, 2015-2025 yılları arasında çok çeşitli endüstrilerin yerli üretimini genişletmek ve ilerletmek için hedefler belirlemiştir. Çin'in 2025 yılına kadar yarı iletkenlerde %70 kendi kendine yeterliliğe ulaşmasını içeren hedefler bu planla belirlenmiştr. Planın özü, Çin'i 2049 yılına kadar gelişmiş elektroniklerin baskın üreticisi hâline getirmektir. Bu, yarı iletken değer zincirinin tüm parçalarını ilerleterek, ancak Ar-Ge'ye özel bir vurgu yaparak başarılacaktır. MIC25, "yerli Ar-Ge'yi kolaylaştırmak, denizaşırı ülkelerden teknoloji satın almak ve bu amaca ulaşmak için gerekli olan teknolojiyi, fikri mülkiyeti ve marka kimliğini geliştirmek" için bir dizi fon oluşturarak Ulusal IC Planı'na benzer bir yaklaşım benimsemektedir (VerWey, 2019). Amaç, 2030 yılında 183,7 milyar ABD dolarına ulaşılarak iç pazar talebinin %75'ini karşılaması beklentisidir (Chinese Academy of Engineering, 2021).

2016-2020 ve 2021-2025 yıllarını kapsayan 13. ve 14. Beş Yıllık Planların her ikisi de, Çin'de bilim ve teknoloji açısından kendi kendine yetme ve kendi kendine yeterliliğe odaklanmaktadır. Hedeflerin son derece iddialı olması, hükümetin kendi kendine yeterlilik elde etmek için ne kadar kararlı olduğunu göstermektedir. Çin, ayrıca elindeki teknolojiyi "ekonomik" savaş alanlarına yönlendireceğini söyleyerek, ekonominin doğrudan güvenli hâle getirilmesine odaklanmıştır. Bu nedenle ifade, jeoekonominin Çin örneğinde yarı iletken değer zincirinin küresellikten uzaklaşmasını motive ettiği fikrini desteklemektedir.

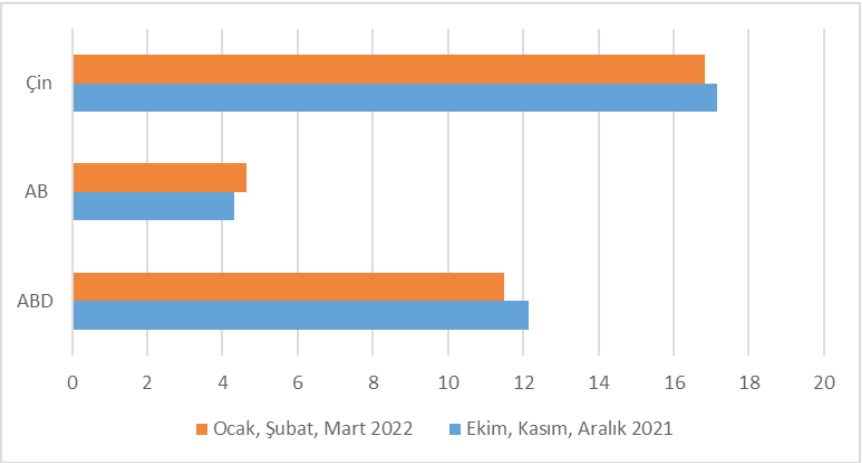
## 4. AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ

ABD, transistörü ve entegre devreyi icat eden şirketleri ile tarihsel olarak yarı iletken endüstrisinin lideri olmuştur. Bununla birlikte, ABD bir zamanlar yarı iletken değer zincirinin tüm yönlerine hâkimken, küreselleşmenin bir sonucu olarak uzmanlaşma, ABD'nin üretim sürecinin imalat ve montaj parçaları üzerindeki kontrolünü kaybetmesine neden olmuştur. Yine de ABD, 2020'de %47 ile küresel yarı iletken pazar payının çoğunluğunu elinde tutmaktadır. Bir başka deyişle, imalat ve montajdaki azalan kontrolüne rağmen ABD küresel yarı iletken pazar payının korunması, Amerikan şirketlerinin yarı iletkenlerin Ar-Ge'deki üstünlüklerini sürdürmelerinden kaynaklanmaktadır. ABD yarı iletken endüstrisi, çeyrek milyondan fazla kişiye istihdam sağlamakta ve ABD'de yaklaşık 1,8 milyon ek istihdamı desteklemektedir. ABD'li yarı iletken üreticilerinin üretiminin yaklaşık ya-

rısı ABD'de yapılmaktadır ve 18 eyalette büyük yarı iletken üretim tesisleri bulunmaktadır. Hızlı inovasyon, yarı iletken endüstrisinin katlanarak daha gelişmiş ürünleri daha düşük maliyetle üretmesini sağlamıştır. "Moore Yasası" olarak bilinen bu ilkeye göre bugün tek bir akıllı telefon, NASA'nın 1969'da bir insanı aya indirmek için kullandığı bilgisayarlardan çok daha fazla bilgi işlem gücüne sahiptir (SIA Industry Facts, 2022). Satışların yüzdesi olarak ABD %18,6 ile en yüksek Ar-Ge harcamalarına sahipken, %17,1 ile Avrupa ve %6,8 ile Çin tarafından takip edilmektedir (Semiconductor Industry Association, 2021). Yarı iletken satış rakamlarında ise Çin'in üstünlüğü görülmektedir (bknz. Şekil 2).

Mevcut statüko altında, Varas ve Varadarajan (2020), ABD'nin küresel pazar payının %8'ine kadar kaybedebileceğini, bunun da satışlarda yaklaşık %16'lık bir kayba ve dolayısıyla yatırım için yaklaşık %13-25'lik bir azalmaya dönüşebileceğini öngörmüştür. Bu rakamlar, ABD hükümetinin ulusal güvenlik uğruna Çin'in ilerlemesini durdurmak için yarı iletken endüstrisi avantajının bir kısmını fedâ etmeye istekli olduğunu ortaya koymaktadır. ABD Yabancı Yatırım Konseyi (CFIUS- Committee on Foreign Investment in the United States), ulusal güvenliğe tehdit olarak algılanan her türlü yabancı yatırımı engelleme yetkisine sahiptir. Bu noktadan hareketle 2014-2016 yılları arasında Çinli şirketler tarafından ABD merkezli yarı iletken üreticilerinin birleşme ve satın almalarının hızla artmasının ardından CFIUS her zamankinden daha aktif hâle gelmiştir. Böylece ABD, yarı iletken hâkimiyetini daha fazla korumak için yabancı kuruluşlar tarafından yapılan birleşme ve devralmalara artan sınırlar koymuştur (Kempf vd., 2021).

*Şekil 2: Üç Aylık Hareketli Ortalama ile Yarı İletken Satışları (Milyon dolar)*




*Kaynak: SIA Industry Facts (2022)'den faydalanarak hazırlanmıştır.*

Ağustos 2017'de Başkan Donald Trump, ABD'nin Çin ile ticaretini dört bulguya dayanarak kısıtlamak için nedenler bulmuştur (United States Trade Representative, 2018):

1. Çin, ABD şirketlerinden teknoloji transferini zorunlu kılmak veya baskı altına almak için ortak girişim gerekliliklerini, yabancı yatırım kısıtlamalarını ve idari inceleme ve lisanslama süreçlerini kullanmaktadır.

2. Çin, ABD şirketlerini lisanslama ve diğer teknolojiyle ilgili müzakerelerde piyasaya dayalı şartlar belirleme yeteneğinden mahrum etmektedir.

3. Çin, büyük ölçekli teknoloji transferi oluşturmak için ABD şirketlerine ve varlıklarına sistematik yatırım yapılmasını ve bunların satın alınmasını yöneterek durumu haksız yere kolaylaştırmaktadır.

4. Çin, ticari açıdan değerli iş bilgilerine yetkisiz erişim elde etmek için ABD ticari bilgisayar ağlarına siber saldırılar gerçekleştirir ve destekler.

ABD, endüstri üzerindeki kontrolünü sürdürmek için jeoekonomik önlemler almıştır. Bunu, Çin'e karşı hedeflenen ticaret engelleri şeklinde; daha yakın zamanda ise devlet finansmanı ve DYY teşvikleri yoluyla yarı iletken değer zincirinin üretim kısmının yerelleştirilmesini teşvik ederek yapmıştır. Tarihsel olarak ABD, yarı iletkendeki hegemon rolünü savunmak için korumacı ticaret engellerini kullanmaya yabancı değildir. 2018'de ABD, CFIUS'un erişimini ve denetimini büyük ölçüde artıran Yabancı Risk İnceleme Modernizasyon Yasası'nı (FIRRMA- Foreign Investment Risk Review Modernization Act of 2018) kabul etmiştir ve bunun nedeni olarak da özellikle Çin ve Rusya gibi ülkelerden kaynaklanan DYY ile ilgili ulusal güvenlik riskleri öne sürülmüştür (Ernst, 2022). ABD'nin 2018'den başlayarak Çin'e karşı kurduğu ticaret engelleri, belki de yarı iletken üretiminin güvenliği ile en ilgili olay ve bunu açıklamak için jeoekonomik teorinin nasıl kullanılabileceğinin en belirgin örneğidir.

ABD Trump yönetimi, dış ilişkilerde daha iddialı bir milliyetçiliği meşrulaştırmak için popülist destekten yararlanmıştır. Bu durum, jeoekonomik rekabetleri yoğunlaştırarak jeopolitik gerilimleri körüklemiştir. Başkan Trump, ABD'nin Çin'deki birleşme ve satın almalarda ve Huawei ile iş yapmada algıladığı "büyük güvenlik riskinin" altını çizerek ihracat kontrollerinin jeoekonomik olduğunu göstermektedir. Başkan Obama'nın Çin'deki satın almalara yönelik ilk blokajı nasıl başlattığını ve Başkan Biden'ın Çin üzerindeki Trump dönemi ihracat kontrollerinin birçoğunu sürdürdüğü göz önüne alınırsa, Çin yarı iletken politikasının bir ulusal güvenlik tehdidi olarak görüldüğü netleşecektir. Bir diğer ifadeyle, Huawei gibi Çinli cihaz üreticileri, ABD merkezli yarı iletken üreticilerinin

yıllık satışlarının çok büyük kısmını oluşturduğu için ulusal güvenlik konularına ekonomiden daha fazla öncelik verildiği söylenebilir (Varas ve Varadarajan, 2020). Çinli telekomünikasyon ulusal şampiyonu Huawei, beşinci nesil telekomünikasyon ağı (5G) ekipmanı üretiminde dünya lideridir. ABD, Huawei'nin kendi ağından geçen verileri Çin'in ulusal güvenlik yasası uyarınca Çin hükümetine vermesi gerekebileceğinden endişe etmiş ve bunu bir ulusal güvenlik tehdidi olarak görmüştür (Thorbecke, 2021). ABD tarafından Çin'e yönelik yaptırımlar bir ulusal güvenlik meselesi olarak haklı olsa da, fikri mülkiyeti fiilen korumak için çok az şey yapılmıştır. Fikri mülkiyeti daha etkin bir şekilde korumak için ABD, ihracat kontrollerinin kullanımına yönelmiştir. Bu, Huawei'nin Varlık Listesi'ne eklenmesiyle başlamıştır. Bunun anlamı, ABD merkezli şirketlerin ABD hükümeti tarafından izin verilmedikçe onunla iş yapmasının yasak olduğudur (Bown, 2020). Bir başka örnek olarak, 2020'de Alman yarı iletken üreticisi Infineon Technologies, ABD merkezli Cypress Semiconductor'ı satın almak istediğinde, ABD, Infineon'un Çin pazarındaki finansal çıkarlarından endişe duyduğu için güvenlik garantilerini kabul etmek zorunda kalmıştır (Riecke, 2020). ABD böylece, yabancı şirketlerin satın alınmasını engelleyerek eylemlerinin ne kadar ulusal güvenlik merkezli olduğunu ortaya koymuştur.

ABD, Çin'in yarı iletken teknoloji endüstrisinde büyümesini engellemeyi amaçlayan korumacı önlemlerin yanı sıra, ABD'yi yarı iletken endüstri lideri olarak tutmayı amaçlayan hükümet planları ve politikaları oluşturmaktadır. Bu devlet planları, Çin ile ticaret engellerinin ekonomik etkisini dengelemek, yatırım teşvikleri yoluyla yerli ve yabancı üreticilerin becerilerini artırmak ve Ar-Ge hâkimiyetini sürdürmek için artan mali kaynakları tahsis etmek amacıyla yerli üreticilere fon sağlamak şeklindedir. ABD, Yarı İletkenler Üretmek İçin Yararlı Teşvikler Oluşturma Yasası'nı (CHIPS Act) Aralık 2020'de kabul etmiş ve bunu 2021 Mali Yılı için Ulusal Savunma Yetkilendirme Yasası'na (NDAA- National Defense Authorization Act) dâhil etmiştir (Ernst, 2022). Amerika için CHIPS Yasasının NDAA'ya dâhil edilmesi, ABD'nin yarı iletken hâkimiyetini korumak amacıyla ekonomik eylemi bir güvenlik sorunu olarak gördüğünü ve bunu jeoekonomik bir eylem olarak desteklediğini göstermektedir. ABD, 2014 yılı öncesinde büyük olasılıkla yarı iletken endüstrisinin küreselleşmesini ve esneyen değer zincirini büyük bir güvenlik tehdidi olarak algılamamıştır. Ancak Çin, yarı iletken endüstrisinde önemli bir oyuncu olma hedefini dile getirdiğinde ABD, yarı iletkenlerinin nerede üretildiği veya monte edildiği konusunda endişelenmeye başlamıştır. Bu nedenle, yarı iletken endüstrisinin küresellikten uzaklaşmasının ekonomi tarafından değil, ancak jeopolitik bir amaca ulaşmak için ekonomik araçlar tarafından motive edildiği anlaşılabilir.

## 5. AVRUPA BİRLİĞİ

AB, en büyük entegre ekonomik bölgedir. AB, jeo-ekonomik önlemlerin kullanımını yönetilebilir düzeyde tutmaya ve bunun herhangi bir ticaret savaşına dönüşmesinden kaçınmaya çalışmaktadır. Ancak diğer küresel güçlerin davranışları, bu yeteneği giderek daha fazla sorgulamaktadır. AB, stratejik politika hedefi olarak "çok taraflılığı" savunmaktadır. Bu nedenle, DTÖ'de reform yapılmasını, çok taraflı yatırım korumasının iyileştirilmesini, çok taraflı ticaret anlaşmaları yapılmasını, serbest, adil ve çok taraflı, kurallara dayalı bir ticaret sistemini savunur.

Küreselleşme yoluyla yaşanan coğrafi uzmanlaşma, üretimin emek yoğun olduğu Güney Asya'ya kaymasına neden olmuş ve AB de ABD'ye benzer şekilde başlangıçta karşılıklı bağımlılığın getirdiği tehditlere odaklanmamıştır (Ernst, 2022). Bu, dünyanın yarı iletken talebinin %20'sini oluşturan ancak Ar-Ge ve üretimin yalnızca %9'unu oluşturan AB'yi yarı iletken kaynakların güvenilirliği konusunda endişelendirmiştir (Varas vd., 2021). AB'nin yarı iletken kaynaklarını küresellikten arındırma motivasyonu bir nevi stratejik özerklik arayışıdır. Aslında AB, Çin gibi endüstride baskın hâle gelmenin veya ABD gibi üstünlüğünü savunmanın peşinde değildir. Ancak, ABD ve Çin pazarı yerli üretime ve kendi kendine yeterliliğe öncelik verirken kayıtsız kalmaktan doğabilecek ulusal güvenlik tehdidinin farkındadır. AB, ABD'dekine benzer şekilde, Huawei'nin 5G'yi kurmasını sınırlandırdığından, özellikle veri toplama açısından Çin hâkimiyetindeki endüstriyi ulusal güvenlik tehdidi olarak gördüklerini açıkça belirtmiştir (Gros, 2022). Meunier ve Nicolaidis (2019), Avrupa'nın "çok taraflılığın çöküşü Dünya'yı bölgelere ve rakip güçlere böldüğünde, eşit şartlarda rekabet etmek için ekonomik devlet yönetimini" kullanabileceğini iddia etmektedir. Dolayısıyla mevcut literatür sadece kıt olmakla kalmamakta, aynı zamanda AB'nin bir jeoekonomik aktör olarak yeteneklerine ilişkin değerlendirmelerinde de ayrışmış olmaktadır. Örneğin, AB-Çin ilişkilerine ilişkin olarak, AB Yüksek Temsilcisi Joseph Borrell, "Çin'den ekonomik olarak ayrılamayacak kadar birbirimize bağımlıyız" derken, ekonomik bağımlılığı azaltmanın her durumda mümkün veya arzu edilir olmayabileceğini kabul etmektedir (Borrell, 2020).

Avrupa Çip Yasası, Avrupa Komisyonu tarafından 2022 yılının Şubat ayında ilan edilmiştir. Mevzuat, esas olarak Avrupa'nın ihtiyaçlarını karşılamak için yerel üretimi artırarak ve Avrupa'yı uzun vadeli bir lider olarak sağlamlaştırarak tedarik zincirlerinin dayanıklılığını artırmayı ve değer zincirlerini genişletmeyi amaçlamaktadır. Avrupa Komisyonu Başkanı von der Leyen konuşmasında, Avrupa Çip Yasası'nın doğru zamanda geldiğini ve iki ana hedefi olduğunu vurgulamıştır: İlk hedef, kısa vadede, tedarik zinciri kesintilerini öngörerek ve böylece önleyerek gelecekteki krizlere karşı dayanıklılığın arttırılmasıdır. İkinci hedef ise orta vadeye

bakmak ve orada Avrupa'yı bu çok stratejik pazarda bir endüstriyel lider yapmaktır. Leyen (2022), AB'nin kendisine hedef koyduğunu ve Avrupa'nın şu an %9 olan çip üretim oranının 2030'da küresel pazar payı olarak %20'yi hedeflediğini belirtmiştir. Bu hedefin 30 milyar Avroluk kamu yatırımına ilave olarak 15 milyar Avroluk ek kamu ve özel yatırımlar ile destekleneceğini ve sonra bu fonların daha uzun vadeli özel yatırımlarla eşleştirileceğini ifade etmiştir (Leyen, 2022).

1. Belirtilen bu hedeflere ulaşmak için, Avrupa Çip Yasası'nın dört ana bileşeni vardır:

2. Enerji açısından verimli transistörlere ve yapay zekâ için gereken teknolojilere odaklanmak.

3. Endüstriyel yeniliğe, dolayısıyla piyasaya uygun ürünlere dönüşüme odaklanarak laboratuvar ile Avrupa'daki gerçek üretim arasındaki boşluğu kapatmaya çalışmak.

4. Avrupa'nın "türünün ilk örneği" denilebilecek gelişmiş üretim tesislerine kavuşması içim kamu desteği sağlamak.

5. İhtiyaç duyulan daha küçük, yenilikçi şirketleri, KOBİ'leri ve start-up'ları desteklemek.

Leyen (2022) konuşmasında ayrıca Avrupa'nın her zaman küresel pazarları açık tutmak ve onları birbirine bağlı tutmak için çalışacağını, bunun hem Avrupa'nın hem de dünyanın çıkarına olacağını vurgulamıştır. Hiçbir ülkenin - hatta hiçbir kıtanın - tamamen kendi kendine yeterli olamayacağını belirterek, ABD gibi benzer düşünen ortaklarla çipler üzerinde ortaklıklar kurmanın dengeli karşılıklı bağımlılıklar için önemini vurgulamıştır (Leyen, 2022).

Özetle, Avrupa Çip Yasası, yarı iletken üretim kapasitelerini genişletmeyi, AB'nin mali kaynaklarını yerli yarı iletken üreticilerine tahsis ederek, mevcut AR-GE merkezlerinin yanı sıra yerli imalat ve montaj operasyonlarının oluşturulmasını teşvik etmeyi ve aynı zamanda bu merkezleri yabancı satın almalara karşı daha dirençli hâle getirmeyi hedeflemektedir (Alves, 2022). Dolayısıyla bu planlar, dışa bağımlılığa ve gelecekteki kesintilere karşı daha sağlam durarak AB'nin jeoekonomik eylemini yansıtmaktadır.

## SONUÇ

Yarı iletkenler, ülkeler için gerekli olan iletişim sistemlerinin, uyduların, gelişmiş görüntüleme ekipmanlarının, yüksek performanslı bilgisayarların ve diğer uygulamaların bilgi edinmesini ve analiz etmesini, güvenli iletişim kurmasını ve kendi altyapılarını korumak için ihtiyaç duyulan siber güvenlik sistemlerini geliştirmesini sağlar. Dolayısıyla yarı

iletkenler, ülkelerin istihbarat toplama, depolama, analiz etme ve güvenli bir şekilde iletişim kurma becerisi için kritik öneme sahiptir. Yarı iletkenler aynı zamanda 5G ve güvenlikte gelecekteki yenilikleri yönlendirecek yapay zekâ gibi gelişmekte olan teknolojiler için de oldukça önemlidir.

Çin, ABD ve AB'nin eylemlerinin tümü jeoekonomi tarafından motive edilmektedir. Hedeflerdeki veya yaklaşımlardaki farklılıklara rağmen, tüm taraflar için temel motivasyon kaynağı ulusal güvenlik çıkarlarıdır. Çin örneğinde, ulusal güvenlik, hızla artan talebini güvence altına almak için mevcut yarı iletken üreticilerini güvence altına almaya çalışır. Bu, en büyük küresel yarı iletken üreticileriyle rekabet edecek firmalar yaratmak için tahsis edilen büyük miktarlarda finansal kaynaklarla ve teknoloji transferini teşvik ederek büyüme odaklı bir yaklaşımı gerektirmektedir. ABD, Çin'in yarı iletken endüstrisini büyütmesini engellemek amacıyla yerel yarı iletken üreticilerine mali kaynakların tahsis edilmesini arttırmıştır. Dolayısıyla ABD için ulusal güvenlik, yarı iletken pazarındaki hâkimiyetini sürdürme şeklini almıştır. Bu, yarı iletken endüstrisinin güvenli hâle getirilmesinin yalnızca başlangıcıdır. ABD geçmişte kendi pazar payını korumak için yabancı üreticilere karşı agresif davranmıştır ve yerli yarı iletken üreticileri pahasına olsa bile, risk olarak gördüğü Çinli şirketlerle iş yapmaları halinde yabancı üreticilere karşı sert önlemler alacağını göstermiştir. Dolayısıyla Çin, bugüne kadar oldukça başarılı olan hükümet politikaları ve fonları aracılığıyla pazar payını artırmaya devam ederken, ABD'nin onu giderek daha fazla yavaşlatmaya çalışacağı tahmin edilebilir. Bu arada, AB ise dış tehditlerin etkisini azaltmak için özerkliğini güvence altına alma yaklaşımı gütmekte yerli üreticiler için mali kaynak tahsisi, Avrupa yarı iletken endüstrisini sürdürmek için DYY'nin engellenmesi ve üretim kapasitelerini artırmak için gelen DYY'nin teşvik edilmesi şeklinde önlemler almaktadır.

AB, yeni bir ticaret stratejisi sunarak uluslararası ticaret sistemindeki değişikliklere ve liberal uluslararası düzenin gevşemesine yanıt vermiştir. Ancak buna rağmen, yeni ticaret stratejisine tam bir düşünsel değişikliğin eşlik edip etmediği önemli bir sorudur. Uluslararası ortamdaki ve buna bağlı olarak ticaret araçlarındaki değişikliklerin AB ticaret politikasını nasıl etkileyebileceği ilerleyen zamanlarda dikkatle izlenmelidir. Çin ve ABD ise, AB'nin yaptığı gibi ekonomik çıkarlarını jeopolitik çıkarlardan ayırmamakta ve ekonomik güçlerini kullanarak giderek artan bir şekilde jeopolitik avantaj elde etmeye çalışmaktadır. Çin ve Amerikan yarı iletken endüstrilerinin tamamen ayrışması sadece dünya ekonomisine zarar vermekle kalmayacak, aynı zamanda diğer birçok ülkeyi teknolojik olarak iki kutuplu bir dünyada taraf tutmaya zorlayarak jeopolitik gerilimleri artıracaktır. Burada AB'nin Çin mi yoksa ABD tarafında mı yer alacağı da önemlidir. Zira, AB'nin şimdiye kadar aldığı önlemler, kendisini koru-

mak için henüz yeterli olmamıştır. Ayrıca, AB politikası böyle bir olaya hazırlanıyor gibi görünse de, şimdiye kadar aldığı önlemler onu küresel bölünmeden korumak için yeterli olmayacaktır.

Yarı iletken endüstrisinin küresellikten uzaklaşmasının, algılanan jeopolitik tehditlerin ve fırsatların, dolayısıyla jeoekonominin bir sonucu olduğunu açıklamak için bu araştırmada betimleyici bir analiz yapılmıştır. Büyük yarı iletken pazarları, yarı iletken tedariklerini giderek artan bir şekilde bir ulusal güvenlik sorunu olarak görmeye başladığından, bu olgunun diğer endüstrileri etkilemeye devam edeceği varsayılabilir. İdeal olan, küresel ekonominin ulusal güvenlik çıkarlarını karşılayan yerli üretim ile fiyatları düşük tutmaktır. Aynı zamanda yarı iletkenlere artan talepten kaynaklanacak ekonomik kazançları paylaşmak için küresel üretim arasında bir denge sağlamaktır. Yarı iletken endüstrisi gibi başka hangi endüstrilerin güvenlik endişelerinin bir sonucu olarak küresellikten uzaklaşacağını düşünmek bundan sonraki çalışmalar için önemli bir adım olabilir.

# KAYNAKÇA

Aggarwal, V. K., & Reddie, A. W. (2021). Economic statecraft in the 21st century: Implications for the future of the global trade regime. *World Trade Review*, *20*(2), 137-151.

Borrell, J. (2020). *The Sinatra Doctrine.: How the EU Should Deal with the US-China Competition*. Istituto Affari Internazionali (IAI).

Bown, C. P. (2020). How the United States marched the semiconductor industry into its trade war with China. *East Asian Economic Review*, *24*(4), 349-388.

Blackwill, R. D., & Harris, J. M. (2016). *War by other means: Geoeconomics and statecraft*. Harvard University Press.

Burkacky, O., Dragon, J. and Lehmann, N. (2022), "The semiconductor decade: A trillion-dollar industry", https://www.mckinsey.com/industries/semiconductors/our-insights/the-semiconductor-decade-a-trillion-dollar-industry (erişim tarihi: 02.12.2022)

Capri, A. (2021). Techno-nationalism via semiconductors. *Hinrich Foundation, June*.

Chinese Academy of Engineering, 2021, "Roadmap of Major Technical Domains for Made in China 2025" trans. Ben Murphy (Washington D.C: Georgetown University Center for Security and Emerging Technology, 2021), 2.

Cota, J. (2022). The European Chips Act: A Strategy to Expand Semiconductor Production Resiliency. *CSIS Blog Perspectives on Innovation, March*, *7*.

Diesen, G. (2022). *Great Power Politics in the Fourth Industrial Revolution: the geoeconomics of technological sovereignty*. Bloomsbury Publishing.

Ernst, J. P. (2022). *Chip-ing Away at Globalization: The Deglobalization of the Semiconductor Industry as* (Doctoral dissertation, Central European University).

Farrell, H., & Newman, A. L. (2019). Weaponized interdependence: How global economic networks shape state coercion. *International Security*, *44*(1), 42-79.

Gehrke, T. (2020). What Could a Geoeconomic EU Look Like in 2020? Egmont Security Policy Brief No. 123 February 2020.

Gertz, G., & Evers, M. M. (2020). Geoeconomic competition: Will state capitalism win?. *The Washington Quarterly*, *43*(2), 117-136.

Gros, D. (2022). The European Chips Initiative: Industrial policy at its absolute worst. *Centre For European and Policy Studies*.

Jing, L., Li, H., Mo, H. ve Ru, S. (2019), "Crunching Numbers: Trade war leave U.S. semiconductor sector adrift", https://news.cgtn.com/news/2019-10-10/Crunching-Numbers-Trade-war-leave-U-S-semiconductor-sector-adrift-KFUXE01HUc/index.html (erişim tarihi: 11.01.2023)

Kempf, T., Bobek, V., & Horvat, T. (2021). The Impacts of the American-Chinese Trade War and COVID-19 Pandemic on Taiwan's Sales in Semiconductor Industry. *International Journal of Economics and Finance*, *13*(4), 1-62.

Keohane, R. O., & Nye, J. S. (2017). Power and Interdependence revisited. In *International Organization* (pp. 81-110). Routledge.

Kim, D. J. (2021). Making Geoeconomics an IR Research Program. *International Studies Perspectives*, *22*(3), 321-339.

Koeth, W. (2021). Member States and EU agreements: Is it really national parliaments that are standing in the way of EU strategic autonomy? EIPA Paper April 2021.

Lavery, S., & Schmid, D. (2021). European integration and the new global disorder. *JCMS: Journal of Common Market Studies*, *59*(5), 1322-1338.

Leyen, U. (2022) Statement by President von der Leyen on the European Chips Act, European Commission, Brussels, Belgium, February 8, 2022, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/statement_22_866

Luttwak, E. N. (1990). From geopolitics to geo-economics: Logic of conflict, grammar of commerce. *The national interest*, (20), 17-23.

Meunier, S., & Nicolaidis, K. (2019). The geopoliticization of European trade and investment policy. *J. Common Mkt. Stud.*, *57*, 103.

Pohl, J. H. (2021). The impact of investment treaty commitments on the design and operation of EU investment screening mechanisms. *YSEC Yearbook of Socio-Economic Constitutions 2020: A Common European Law on Investment Screening (CELIS)*, 725-768.

Precedence Research (2022), Semiconductor Manufacturing Equipment Market Report Code: 1664, Nisan, https://www.precedenceresearch.com/semiconductor-manufacturing-equipment-market (erişim tarihi: 11.12.2022)

Riecke, T. (2020). Resilience and decoupling in the era of great power competition. *Mercator Institute for China Studies. Retrieved from https://merics.org/en/report/resilience-and-decoupling-era-great-power-competition*.

Ripsman, N. M. (2021). Globalization, deglobalization and Great Power politics. *International Affairs*, *97*(5), 1317-1333.

Roberts, A., Choer Moraes, H., & Ferguson, V. (2019). Toward a geoeconomic order in international trade and investment. *Journal of International Economic Law*, *22*(4), 655-676.

Schlevogt, K. A. (2001). Institutional and organizational factors affecting effectiveness: Geoeconomic comparison between Shanghai and Beijing. *Asia Pacific Journal of Management*, *18*(4), 519-551.

Scholvin, S., & Wigell, M. (2018). Power politics by economic means: Geoeconomics as an analytical approach and foreign policy practice. *Comparative Strategy*, *37*(1), 73-84.

Semiconductor Industry Association, 2022, "China's Share of Global Chip Sales Now Surpasses Taiwan's, Closing in on Europe's and Japan's," January 10, 2022.

Semiconductor Industry Association, 2021, "Semiconductor Industry Association Annual Databook," 2021, 46.

SIA Industry Facts (2022), Building America's Innovation Economy, 4.20.2022

Smith, M. E. (2018). Transatlantic security relations since the European security strategy: what role for the EU in its pursuit of strategic autonomy?. *Journal of European integration*, *40*(5), 605-620.

Thomas, C. A. (2021). Lagging but motivated: The state of China's semiconductor industry. *Brookings Institution, January*, *7*.

Thomas, C. (2015). A new world under construction: China and semiconductors. *McKinsey & Company, November*.

Thorbecke, W. (2021). The semiconductor industry in the age of trade wars, Covid-19, and strategic rivalries. *Age of Ferment*, 21.

United States Trade Representative, 2018, "Section 301 Investigation Factsheet," USTR Archives, https://ustr.gov/about-us/policy-offices/press-office/fact-sheets/2018/june/section-301-investigation-fact-sheet.

Varas, A., Varadarajan, R., Goodrich, J., & Yinug, F. (2021). Strengthening the global semiconductor supply chain in an uncertain era. *Boston Consulting Group and Semiconductor Industry Association*.

Varas, A., & Varadarajan, R. (2020). How restrictions to trade with China could end US leadership in semiconductors. *BCG Report*, *9*.

Varas, A., Varadarajan, R., Goodrich, J., & Yinug, F. (2020). Government incentives and US competitiveness in semiconductor manufacturing. *Boston Consulting Group*.

VerWey, J. (2019). Chinese semiconductor industrial policy: past and present. *J. Int'l Com. & Econ.*, 1.

# BÖLÜM 14

## NFT (NON-FUNGIBLE TOKEN) ÖZELİNDE KRİPTO VARLIKLARIN VERGİLENDİRİLMESİ

*İskender Emrah KARAKAŞ*[1]

1 Arş. Gör. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Maliye Bölümü, Orcid Numarası: 0000-0001-6685-1965

## 1. Giriş

Bitcoin ağı ve bu ağın kripto para birimi Bitcoin'in 2009 yılında kullanılmaya başlaması ile günümüze kadar kripto varlık teknolojisinde bir hayli ilerleme kaydedilmiş ve coin, alt coin, Metaverse, NFT gibi kavramlar günlük hayatta sıklıkla kullanılır hale gelmiştir. 2015 yılında kullanılmaya başlanan Ethereum ağı ve gelişen teknolojiler ile kripto para birimleri çeşitlenmiş, kripto varlıklar her geçen gün farklı alanlarda kendini gösterir olmuştur. Küresel kripto para piyasası büyüklüğü 1,17 trilyon dolar seviyelerine ulaşmış olup (Coingecko ), Metaverse'in 2029 yılında kadar 1,5 milyar dolar değerine ulaşması, küresel AR/VR/MR[1] pazarının 2028 yılına kadar 250 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (Influencermarketinghub, 2023).

Yaratılan ekonomik büyüklük, bireyleri ve şirketleri bu alanlara yatırım yapmaya teşvik etmektedir. Devletlerin, teknolojik gelişmeler karşısında harekete geçerek vergilendirme ile ilgili çalışma yapmaları bu gelişmelere nazaran yavaş olmaktadır. Aynı durum vergilendirme alanında da kendisini göstermektedir. Bu alanda pek çok akademik çalışma ve araştırma yapılmış ve yapılıyor olsa da vergilendirme konusunda yasal olarak adım atmış herhangi bir ülke bulunmamaktadır. Kripto para birimleri ile ilgili OECD, Avrupa Birliği ve benzer kurumların rapor ve tavsiye raporları yayınlanmış olsa da bunlar tavsiye niteliğinden öteye geçememiştir. Ayrıca bazı ülkeler kripto para birimleri ile ilgili tanımlama ve mevcut yasalar çerçevesinde vergilendirme yapıyor olsalar da kripto varlıkları da içine alan yasal düzenlemeler bulunmamaktadır. Türkiye'de hem kripto paraların hem de kripto varlıkların vergilendirilmesi ile ilgili yasal düzenleme bulunmamaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde blockchain, metaverse ve NFT (Non-fungible Token) kavramları açıklanacaktır. Bu kavramlar birbirleri ile iç içe geçmiş kavramlar olduklarından ve vergilendirme ile ilgili ülke uygulamaları kripto para birimleri ağırlıklı olduğu için ikinci bölümde kripto para birimlerinin vergilendirilmesinde ülke uygulamalarına yer verilecektir. Ayrıca bu bölümde NFT'lerin vergilendirilmesi ile ilgili konulara da yer verilecektir. Çalışmanın son bölümünde ise Türkiye'de kripto para birimleri ve kripto varlıkların vergi yasaları karşısındaki durumları ele alınıp, yapılabilecek muhtemel düzenlemelere değinilecektir.

## 2. BLOCKCHAIN, METAVERSE VE NFT KAVRAMLARI

NFT kavramının tanımlamasını yapmadan önce blok zincirin (blockchain) tanımlamasının yapılması gerekmektedir çünkü NFT'ler blok zincirin bir parçasıdır. Blok zincir, bir ağdaki çeşitli taraflar arasında gerçek-

1 Augmented Reality/Virtual Reality/Mixed Reality (Artırılmış Gerçeklik/Sanal Gerçeklik/Karma Gerçeklik)

leştirilen işlemleri yakalamak için oluşturulmuş bir defterdir. (Deloitte, 2017) Blok zincirler dağıtılmış bir şekilde (merkezi olmayan) ve genellikle merkezi bir otorite (banka, şirket veya hükümet) olmadan uygulanan ve müdahaleye karşı dayanıklı veri tabanlarıdır. Temel düzeyde, bir kullanıcı topluluğunun, yayınlandıktan sonra blok zincir ağının normal işleyişinde hiçbir işlemin değiştirilemeyeceği biçimde, bu topluluk içinde paylaşılan veri tabanına işlemleri kaydetmesine olanak tanır. (Yaga vd: 2018) Paylaşılan veri tabanını kullanan tüm katılımcılar, her biri defterin aynı bir kopyasını tutan, blok zincirine bağlı düğümlerdir. Bir blok zincirine her giriş, katılımcılar arasında bir değer alışverişini temsil eden bir işlemdir. Uygulamada birbirinden farklı blok zincir türleri geliştirilmiştir ancak çoğu bu genel çerçeveye göre çalışmaktadır (Deloitte, 2017). Blok zincirin genel özellikleri, dağıtımlı sistem, ademi merkeziyetçilik, zaman serisi verileri ve asimetrik şifrelemedir. Blok zincirin avantajları ise güvenlik, gerçek zamanlı güncelleme, veri izlenebilirliği ve veri şeffaflığıdır. (Cheng ve Huang, 2019) Blok zincir teknolojisi kripto varlıklar, metaverse uygulamaları ve dijital malları yakından ilgilendirmekte hatta temelini oluşturmaktadır. Dijital mallar, dijital bir biçimde mevcut olan soyut mallardır. Kesin bir tanımını yapmak zordur ve tanımlama için uluslararası standartlar yoktur. Geniş anlamda, dijital biçimde satılan, teslim edilen veya aktarılan ve bu malı kullanma hakkı ile gelen herhangi bir mal, dijital mal olarak tanımlanabilir. (Owens ve Costa, 2022) Dijital mal kavramı kripto varlıkları da içine alan daha geniş bir tanımlama olarak değerlendirilebilir.

Kripto varlıklar çok çeşitli olup kripto para birimleri, Security Token (Menkul Kıymet Belirteci), Utility Token (Yardımcı Belirteç), NFT (Non-fungible Token – Değiştirilemez Jeton), Merkez Bankası Dijital Para Birimleri, Stable Coins (Kararlı para birimleri) gibi farklı türlere ayrılmaktadır. Çalışmanın konusu kapsamında Metaverse ve NFT tanımlaması yapılacak olup bunun dışındaki kripto varlıklara değinilmeyecektir.

Metaverse (sanal evren) kelimesi 'meta' ön eki ve 'verse' son ekinden oluşmaktadır. Meta Yunanca, sonra ya da ötesi anlamına gelmektedir. Verse ise evren (universe) kelimesinin kısaltmasıdır. (Shi vd, 2022) Metaverse kavramı ilk olarak 1992 yılında Neal Stephenson tarafından Snow Crash[2] isimli bilim kurgu romanında kullanılmıştır. (Gadekallu, 2022) Literatürde farklı metaverse tanımlamaları bulunmaktadır. Metaverse, Messinger ve diğerlerine (2009: 1) göre üç boyutlu olarak simüle edilmiş bir alanda binlerce insanın aynı anda etkileşimde bulunabileceği sanal bir dünya; Guo ve diğerlerine (2011: 313) göre, avatarların gerçeğe yakın bir ortamda birbirlerine bağlanmasına ve iletişim kurmasına izin veren bir

2 … Hepsi, bilgisayarının, fiber optik kablodan gelen tanımlamalara göre çizdiği harektli resimlerin bir parçasıydı. İnsanlar, avatar denilen yazılım parçalarıydı. Metaevrende insanların birbiriyle iletişim kurmak için kullandığı görsel-işitsel bedenlerdi… (Stephenson. Neal, (2016) Parazit – Snow Crash, Altıkırkbeş Yayın, 38)

bilgisayar simülasyonu; Downling'e (2022: 1) göre ise, blok zincir üzerine inşa edilmiş yeni nesil bir sanal dünyadır. Metaverse (sanal evren) kullanıcıların zaman geçirebilecekleri, alışveriş yapabilecekleri, toplantı ve görüşmeler gerçekleştirebilecekleri, yeni kişilerle tanışıp, kendi avatarlarını oluşturabilecekleri sonsuz bir mekandır. (Kahraman, 2022)

NFT avatarlar dijital profil resmi olarak tanımlanabilirler. Her bir avatar benzersiz olup giyim, aksesuar, saç stili, yüz ifadesi ve daha fazla şekillerde özelleştirilebilmektedir. NFT avatarlar metaverse ile daha fazla önem kazanmış ve The Sandbox projesi ile 2 boyutlu avatarlar 3 boyutlu avatarlara dönüştürülmekte ve metaverse içerisinde oynanabilir hale dönüşmektedir. (Binance) Avatarlar sayesinde metaverse içerisinde bulunma, ürün satın alma, diğer kullanıcı avatarları ile etkileşimde bulunma, toplantı yapma ve çok daha fazla işlem gerçekleştirilebilmektedir. Örneğin ABD'de metaverse'de ilk kez sanal bir düğün gerçekleştirilmiş, ilk kez Warner Bros Picture tarafından film galası gerçekleştirilmiş, H&M firması ilk kez giyim mağazası açmış, KASİDER ve Darüşşafaka cemiyeti iş birliği ile kadınlar için etkinlik düzenlenmiş, BMW ve Nvidia firmaları ilk sanal fabrikayı kurmuş, moda etkinlikleri ve defileler düzenlenmiştir. (Userposts) Kullanıcılar bu etkinliklere avatarları ile katılma imkânı bulmuşlardır.

Kripto para, blok zincir ve NFT teknolojileri metaverse için geliştirilen hizmetlerdir. Tüm bu hizmetlerin temeli ise blok zincir teknolojisine dayanmaktadır. (Kahraman, 2022:159) Metaverse uygulamaları çok çeşitli olabilmekle birlikte en yaygın olanları, çevrimiçi video konferans, dijital emlak ve dijital sanat eserleridir. Blok zincir teknolojisi metaverse'de vergi gizliliğinin sağlanması, verilerin kalitesinin sağlanması, sorunsuz ve güvenli veri paylaşımının sağlanması, veri bütünlüğünün sağlanması ve NFT'ler için kullanılmaktadır. (Gadekallu, 2022)

Değiştirilemez belirteç, nitelikli fikri tapu, değiştirilemez jeton olarak Türkçe'ye çevrilen NFT, bir varlıkla ilişkili belirli hakların dijital sertifikasıdır. NFT'ler genellikle dijital varlıklarla ilişkilendirilse de fiziksel varlıkların veya deneyimlerin haklarını temsil eden NFT'ler de basılmıştır. (Giesselman, 2021:18) NFT'lerin popülerliğinin artması ile pek çok NFT Pazar yeri kurulmuştur ve bu pazar yerlerinde NFT oluşturma, listeleme ve satma işlemleri gerçekleştirilebilmektedir. NFT pazar yerleri proje düzeyinde ve sahiplik düzeyinde olmak üzere iki düzeyde kategorize edilebilir. Proje düzeyinde NFT pazarı sanat, koleksiyon, spor, program, metaverse ve oyunlar olarak ayrılmaktadır. Sahiplik düzeyinde NFT pazarı Birincil ve İkincil Pazar olarak bölümlere ayrılmaktadır. Opensea, Rarible, WazirX, Binance gibi pazaryerleri NFT'lerin ticareti, satın alınması ve açık arttırma ile satılmasında önemli rol oynamaktadır. (Mukhopadhyay ve Ghosh, 2021:4)

*Şekil 1: NFT'nin Kilometre Taşları*

*Kaynak: Nftnow, NFT Timeline: The Beginnings and History of NFTs*

Şekil 1'de NFT ile ilgili önemli kilometre taşları gösterilmektedir. Bilinen ilk NFT 2014 yılında Kevin McCay ve Anil Dash tarafından oluşturulan Quantum adı verilen NFT'dir ve 4$ karşılığı satılmıştır. (Adams, 2023) İlk NFT'nin oluşturulduğu 2014 yılından itibaren kısa süre geçmiş olmasına rağmen hızlı bir ilerleme gösteren NFT pazarı her geçen yıl farklı NFT türleri, metaverse uygulamaları ile oyunların geliştirilmesine imkân sağlamıştır.

Blok zincir ve bu zincire bağlı teknolojilerin en çok eleştirildiği nokta, bu varlıkların üretimi sonucu çevreye verdikleri zarardır. NFT'lerin çoğu, her yeni bloğu onaylamak için bir çalışma kanıtı sistemi gerektiren Ethereum[3] blok zincirinde çalışmaktadır. Ethereum'un 44,94 terawatt[4]/saat elektrik enerjisi tükettiği ve her yıl 21,35 metrik ton karbondioksit salınımına neden olduğu tahmin edilmektedir. (Adams, 2023)

*Tablo 1: Satışı Gerçekleştirilmiş En Pahalı NFT'ler*

| **NFT** | **Sanatçı** | **Satış Tarihi** | **Satış Tutarı (Milyon $)** |
|---|---|---|---|
| Everydays: The First 5000 Days | Mike 'Beeple' Winkelmann | Mart 2021 | 69,3 (38525 ETH) |
| Clock | Julian Assange ve Murat Pak | Şubat 2022 | 52,7 (16593 ETH) |
| Human One | Beeple | Kasım 2021 | 28,9 (4700 ETH) |
| CryptoPunk #5822 | Larva Labs | Şubat 2022 | 23,7 (8000 ETH) |
| CryptoPunk #7523 | Larva Labs | Haziran 2021 | 11,7 (4700 ETH) |
| Tpunk #3442 | Mondiblo ve Bastardbe | Ağustos 2021 | 10,5 (120 Milyon TRX) |

3 Ethereum, merkezi bir otorite tarafından kontrol edilmeden uygulamalar ve organizasyonlar oluşturmak, varlıkları tutmak, işlem yapmak ve iletişim kurmak için kullanılan bir teknolojidir ve ethereum ağındaki belirli faaliyetler için ödeme yapmak için kullanılan kendi kripto para birimi Ether'e sahiptir. (ethereum.org)

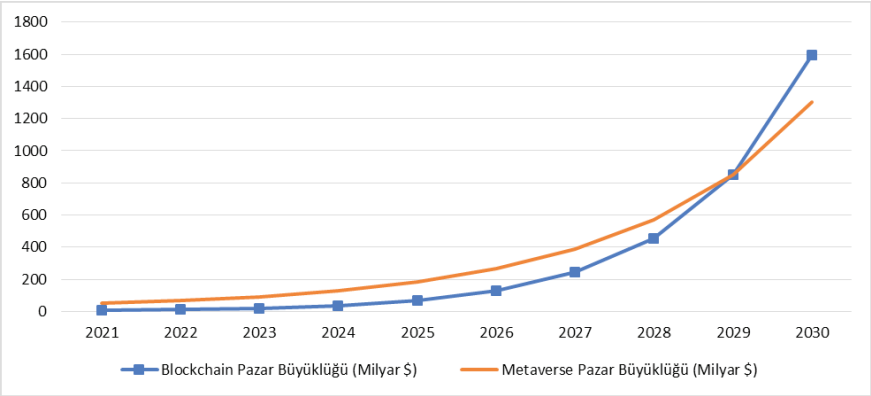
4 1 terawatt 1,000,000,000,000 watt'a eşittir.

| | | | |
|---|---|---|---|
| CryptoPunk #4156 | Larva Labs | Aralık 2021 | 10,2 (2500 ETH) |
| CryptoPunk #5577 | Larva Labs | Şubat 2021 | 7,7 (2501 ETH) |
| CryptoPunk #3100 | Larva Labs | Mart 2021 | 7,57 (4200 ETH) |
| CryptoPunk #7804 | Larva Labs | Mart 2021 | 7,56 (4200 ETH) |
| Ringers #109 | Dmitri Cherniak | Ekim 2021 | 7,1 (2100 ETH) |
| Right-click and Save As Guy | XCOPY | Aralık 2021 | 7 (1600 ETH) |
| CryptoPunk #8857 | Larva Labs | Eylül 2021 | 6,63 (2000 ETH) |
| Crossroad | Beeple | Şubat 2021 | 6,6 (4400 ETH) |
| All Time High in the City | XCOPY | Ocak 2022 | 6,2 (1630 ETH) |
| FreeRoss | Ross Ulbricht | Aralık 2021 | 6,12 (1489 ETH) |
| A Coin for the Ferryman | XCOPY | Kasım 2021 | 6,02 (1330 ETH) |
| Ocean Front | Beeple | Mart 2022 | 6 (3529 ETH) |
| Ringers #879 | Dmitri Cherniak | Ağustos 2021 | 5,9 (1800 ETH) |
| Stay Free | Edward Snowden | Nisan 2021 | 5,4 (2224 ETH) |

*Kaynak: Nftnow, The 20 Most Expensive NFT Sales of All Time*

Tablo 1'de satışı gerçekleştirilmiş en pahalı 20 NFT listelenmiştir. Bu NFT'lerin toplam satış fiyatı 292,8 Milyon $ tutarındadır. Satış tarihleri incelendiğinde, bu satışların 2021 ve 2022 yıllarında gerçekleştirildiği görülmektedir. NFT'nin yeni bir kavram olması ve popülerliğinin artması ile önümüzdeki yıllarda satış işlemlerinin sayısı ve hacminin de artacağını söylenebilir.

*Grafik 1: Blok Zincir ve Metaverse Tahmini Pazar Büyüklükleri (2021-2030)*




*Kaynak: precedenceresearch.com*

Grafik 1'de blok zincir ve metaverse pazarının tahmini büyüklüğü gösterilmektedir. Her iki pazar 2030 yılına kadar artış eğilimi göstermektedir ve blok zincir pazar büyüklüğünün 2030 yılında 1,5 trilyon $, metaverse pazar büyüklüğünün ise 1,3 trilyon $'a ulaşması beklenmektedir. En

büyük NFT pazarı konumunda olan Opensea 6,5 milyar $ işlem hacmine ulaşmıştır ve toplam NFT Pazar büyüklüğü ise 7 milyar $'ı aşmaktadır. NFT pazarının mevcut büyüklüğü ve gelecekte daha da büyüyecek olması öngörüsü ile vergilendirme konusu da önem kazanmaktadır.

NFT'lerin popüler olmasının pek çok nedeni bulunmakla birlikte belki de en önemlisi insanların bu varlıklara (sanat eserlerine) atfettikleri değerdir. Tıpkı fiziki sanat eserlerinde olduğu gibi dijital sanat eserlerinde de sanatçısının tanınırlığı, sanat eserinin içeriği ve ileride değer kazanacak olma düşüncesi nedeniyle insanlar NFT sanat eserlerine yatırım yapmaktadır. Koleksiyonerlik, yatırım yapma, dijital sanat eserinin benzersiz olması gibi nedenlerle NFT'ler insanlar tarafından değerli olarak düşünülmektedir.

Çalışmanın konusu NFT olsa da blok zincir, kripto paralar, metaverse, NFT, De-fi[5] ve benzeri kavramlar birbirleriyle ilgili kavramlardır. Vergilendirme işlemleri ile ilgili ülkeler genellikle kripto paralar üzerine yoğunlaşmıştır ve çok az sayıda ülke NFT ile ilgili çalışma yapmaktadır. Bu nedenle çalışmada kripto paralar ile ilgili vergilendirme işlemleri NFT ile birlikte ele alınacaktır.

## 3. METAVERSE VE NFT ÖZELİNDE KRİPTO VARLIKLARIN VERGİLENDİRİLMESİ

Teknolojik gelişme söz konusu olduğunda vergi idareleri özel kuruluşların gerisinde kalmaktadır. Vergi makamlarından kripto para birimlerinin nasıl vergilendirileceğine dair bazı rehberler yayınlanmış olmasına rağmen NFT'lerin veya metaverse ile bağlantılı diğer faaliyetlerin nasıl vergilendirileceğine dair daha az rehber ve bilgi bulunmaktadır. (Owens ve Costa) Metaverse, NFT ve kripto paraların vergilendirilmesi ile ilgili çalışmalar yapılıyor olsa da henüz çoğu ülkede yasal düzenlemeler bulunmamaktadır. Özellikle kripto para birimlerinin vergilendirilmesi konusu daha ön planda olsa da metaverse ve NFT özelinde yapılan çalışmalar çok daha azdır. Vergilendirme konusunda yasal temellerin atılmamış olması nedeniyle vergilendirme işlemleri ile ilgili pek çok soruyu da beraberinde getirmektedir. "Metaverse'de vergiye tabi bir işlem nasıl tanımlanmalı?", "Metaverse işlemleri nerede vergilendirilmeli? ve "vergi otoriteleri metaverse'deki işlemleri nasıl denetleyebilir ve nasıl vergi toplayabilirler?" soruları cevaplanması gereken sorulardır. (Cockroft) NFT'lerin yasal tanımı ve yasal olarak tanımlanması ile ilgili sorunlar devam etmekte ve bu konuda çalışmalar yapılmakta olsa da vergilendirme ile ilgili resmi adım atan ülke sayısı oldukça azdır. (Gazioğlu ve Özen, 2022: 30) NFT oluşturulması vergiye tabi bir olay oluşturmamaktadır ancak NFT satışı yapıldığında vergiyi doğuran olay gerçekleşmiş olmaktadır. (Investopedia)

5 Merkeziyetsiz finans

Devletlerin NFT'leri vergilendirmesinin çeşitli nedenleri bulunmaktadır. İlki NFT faaliyetlerinden elde edilen kazancın vergilendirilmesini sağlamak, ikincisi ise devletlerin bu alanları kontrol altına alarak devlet otoritesini hissettirmeleridir. (Gazioğlu ve Özen, 2022: 32) Üçüncüsü ise yukarıda bahsedilen karbon salınımı nedeniyle çevreye verilen zararın tazminidir.

OECD, kripto varlıkların vergi şeffaflığını azaltma riskini önlemek üzere Kripto Varlık Raporlama Çerçevesi ve Ortak Raporlama Standardındaki Değişiklikler (Crypto-Asset Reporting Framework and Amendments to the Common Reporting Standard – CARF) isimli raporunu yayınlamıştır. Rapor CARF'i uygulayan ülkelerden bilgi toplamak için iç hukuka aktarılabilecek kurallar ve yorumlardan oluşmaktadır. Rapor, kapsanacak kripto varlıkların kapsamı, veri toplama ve raporlama gerekliliklerine tabi olan kuruluşlar ve bireyleri, raporlamaya konu işlemler ve bu işlemlere ilişkin raporlanacak bilgiler ve kripto varlık kullanıcılarını ve kontrol eden kişileri tespit etmeye ve raporlama ve takas amaçlarıyla ilgili vergi yetki alanlarını belirlemeye yönelik durum tespiti prosedürlerini içermektedir. (Gazioğlu ve Özen, 2022: 32)

Bir kişi kripto para karşılığında bir NFT satın aldığında, kripto paranın elden çıkartılması ve NFT'nin satışı olmak üzere iki işlem gerçekleşmektedir. Hem NFT'nin satıcısı hem de alıcısı değer artış kazanç vergisinden sorumlu olabilir. Ayrıca satıcı NFT oluşturma ve ticaretinde aktif olarak yer alıyorsa bazı ülkelerde serbest meslek kazancı olarak da vergilendirilebilir. (Owens ve Costa)

Metaverse'de dolaylı vergilerle ilgili çözülmemiş sorular vardır. Örneğin, bir kripto para birimi kullanılarak metaversede bir NFT arsa satın aldığında, bu işlem KDV'ye mi tabi olmalı yoksa sermaye kazancı olarak mı değerlendirilmelidir? (Gazioğlu ve Özen, 2022: 32) Bir yatırımın menkul kıymet olup olmadığının belirlenmesi Howey testi ile sağlanabilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri Yüksek Mahkemesi 1946 yılında verdiği karar ile yatırımın menkul kıymet olup olmadığının belirlenmesi için dört temel kriter belirlemiş olup kriterler Howey testi olarak anılmaktadır. Buna göre şu dört temel şartın sağlanması gerekmektedir. Para karşılığı bir yatırımın olması (NFT satın alanlar para veya kripto para yatırımı yapmaktadır), kâr beklentisiyle yapılmış olması (NFT'ler kâr beklentisiyle yatırım olarak alınıp satılmaktadır), ortak bir işletmede yapılmış olması (Genel olarak NFT'lerde ortak girişim yoktur) ve üçüncü tarafında çabalarıyla elde edilmelidir (NFT'lerin değerini belirleyen üçüncü bir taraf bulunmamaktadır). NFT'ler takas edilemez oldukları için kripto para birimlerinden ziyade menkul kıymet olmayan sanat eserleri veya koleksiyonlara benzetilebilirler. (Mukhopadhyay ve Ghosh, 2021: 7-8)

### 3.1.Kripto Varlıkların Vergilendirilmesinde Ülke Uygulamaları

OECD, yetki alanları arasında fikir birliği sağlamak amacıyla potansiyel olarak ortak bir kripto vergi çerçevesi oluşturma sürecindedir ancak bu sürecin ne kadar süreceği ve sonunda kaç ülkenin sürece dahil olacağı bilinmemektedir. Bu çalışma devam ederken her ülke farklı vergi pozisyonları alıp farklı vergi uygulamaları yapmaktadır. (Ernst & Young)

Amerika Birleşik Devletleri'nde IRS (Internal Revenue Service / İç Gelir İdaresi) sanal para birimlerinin mal veya hizmetlerin ödemesinde kullanılabileceğinin farkında olduğunu belirtmiş ve sanal para birimini bir değişim aracı hesap birimi ve/veya bir değer deposu işlevi gören değerin dijital temsili olarak tanımlamıştır. (IRS Note 2014-21) IRS, dijital varlıkları mülk olarak ele alır, yani değer artış kazançları vergi oranlarına tabidir. NFT'lerin yeniden satışından alınan komisyonlar ve telif ücretleri hakkında IRS henüz herhangi bir resmi kılavuz yayınlamamıştır, ancak bu durum büyük olasılıkla gelir olarak kabul edilecektir. (Coindesk)

Avustralya Vergi Dairesi, bir kişinin NFT'yi kullanma şekline ve NFT'ye sahip olma ve NFT ile işlem yapması durumunda, gelir vergisine tabi olmasıyla ilgili bir kılavuz yayınlamıştır. (Owens ve Costa) Vergi yükümlülüğü haricinde kripto varlıkların satın alınması, elde tutulması ve satılması ile ilgili belgeleri beş yıl boyunca saklanması yükümlülüğü de bulunmaktadır. (Australian Taxation Office)

Almanya'da kripto varlıkların bir yıldan uzun süre elde tutulması halinde vergi uygulaması bulunmamaktadır. Kripto varlık ticareti yapan kişi ve şirketler, özel yatırımcıların aksine özel satış yapamazlar. Alman Gelir Vergisi Yasası'na göre kripto para birimiyle yapılan işlemler sonucu gelir elde edilmiş olarak değerlendirilir ve muafiyetin uygulanacağı minimum elde tutma süresi yoktur. Şirketlerin yasal yapısına bağlı olarak bu şekilde elde edilecek kazançlar gelir ve kurumlar vergisine tabi olacaktır. KDV ile ilgili ise Alman vergi mahkemesinin veya vergi makamlarının herhangi bir kararı bulunmamaktadır (Winheller). Kripto madenciliği koşullara bağlı olarak ticari kazanç olarak değerlendirilmekte ve vergilendirilmektedir (Osborne Clarke, 2018).

İngiltere'de kripto varlıkların vergilendirilmesi ile ilgili yasal düzenleme bulunmamaktadır. Vergilendirme işlemi mevcut yasalara göre değerlendirilmektedir. (Anderson, 2022) Genel kural olarak, kişisel yatırım olarak kripto varlıklara sahip kişiler, kripto para birimlerini elden çıkardıklarında değer artış vergisine (CGT) tabidir. Madencilik faaliyetlerinden elde edilen gelirler ise gelir olarak nitelendirileceği için gelir vergisine tabidir. (Schiavone, 2022: 491-492)

Fransa'da 2018 yılında yapılan düzenlemeye kadar bireysel yatırımcılar tarafından elde edilen kazançlar %60'a kadar ulaşabilen oranlarda vergilendirilmekteydi. Düzenleme sonrası %30'luk düz oranlı vergi uygulamasına geçilmiştir. Bu oran düzenli olarak alım satım işlemi yapanlar dışındaki mükellefleri kapsamaktadır. Ayrıca kripto paralar arası yapılan işlemler itibari para birimi karşılığı satılana kadar vergilendirilmemektedir. Bireysel vergi mükelleflerinin 305€'yu aşmayan gelirleri gelir vergisine tabidir. 2015 yılında Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın aldığı karar gereği, yasal para birimi karşılığında kripto para alım satımı KDV'den muaf tutulmuştur. (Vauplane ve Smadja, 2022)

İtalya'da kripto paralar arası yapılan işlemler itibari para karşılığı satılana kadar vergi dışı bırakılmaktadır. Yabancı paralarda olduğu gibi ilgili değer artış kazançları %26'lık oranda vergilendirilmektedir. Şirketler açısından kripto faaliyetlerden elde edilen gelir, diğer tüm kurumsal gelirlerde olduğu gibi vergilendirmeye tabidir. Ayrıca İtalyan mali otoritesi kripto varlıkların alım satımının KDV'den muaf olduğunu onaylamıştır. (Lener vd, 2022)

Hindistan'da 2022 tarihinden itibaren dijital varlıkların transferinden elde edilen gelirlere %30 vergi uygulanmaktadır. Sanal varlıkların mal ve hizmet olarak yasal bir tanımlaması yapılmadığı için mal ve hizmet vergisi (GST) kapsamında değildir. (Parikh ve Reddy, 2022)

Kanada Gelir İdaresi (CRA) sanal para birimlerini para biriminden ziyade emtia olarak kabul etmektedir. Sanal para birimlerinin ticaretinden kaynaklanan kazançlar gelir veya sermaye olarak vergilendirilebilmektedir. (d'Anglejan-Chatillon vd, 2022)

Norveç vergi makamları, kripto para birimlerini servet ve satış vergileri için genel vergi kurallarına tabi varlıklar olarak kabul etmektedir ancak kripto para birimleri ile yapılan işlemler KDV'ye tabi değildir. Gerçek kişiler için kripto birimlerinden elde edilen değer artış kazançları vergiye tabi gelirdir ve hem kripto para madenciliği hem de işlemler için yıllık %22 oranında vergiye tabidir. Sanal para ticareti düzenli olarak yapılıyorsa ve önemli sayıda işlem yapılıyorsa ticari faaliyet olarak kabul edilir. Ayrıca sanal para madenciliği de düzenli olması ve belirli bir ölçüye sahipse ticari faaliyet kapsamında değerlendirilmektedir. 2017 yılında yapılan değişiklikle sanal para birimi işlemleri KDV kapsamından çıkartılmıştır. (Wiese-Hansen vd, 2022)

İspanya'da sanal para birimlerinin vergilendirilmesi ile ilgili herhangi bir yasal düzenleme bulunmamaktadır. İspanyol vergi makamlarına göre sanal para birimleriyle yapılan herhangi bir işlem (madencilik hariç) gelir vergisi açısından bir varlık transferi olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle, farklı bir sanal para birimi transferi, sermaye kazancı veya kaybına yol

açmaktadır. Madencilik faaliyeti ise ticari faaliyet olarak değerlendirilmektedir ve bazı özerk bölgelerde %54'e varan artan oranda vergilendirilmektedir. Kurumlar vergisine tabi tüzel kişiler için vergi oranı genellikle %25 olarak uygulanmaktadır. Ayrıca İspanyol vergi makamları sanal para birimleri işlemleri üzerinden KDV alınamayacağını hüküm altına almıştır. (Rodrigo ve Pérez, 2022)

İsveç Vergi İdaresi kripto paralar ile yapılacak işlemlerin vergilendirilmesi ile ilgili kılavuz yayınlamıştır. Bireylerin kripto para birimlerini satması veya takas etmesi sermaye kazancı olarak değerlendirilir ve vergilemeye tabidir. Bireyler tarafından yapılan madencilik faaliyetleri, ticari faaliyetlerden elde edilen gelir olarak değerlendirilmektedir. Madencilik belirli eşiği aşarsa elde edilen gelir vergilendirmeye tabidir. Madencilik faaliyeti eğer şirketler tarafından yapılıyorsa ticari kazanç olarak değerlendirilmektedir. Kripto para birimlerinin yabancı para birimleri ile değişimi ve madencilik faaliyetleri KDV'den muaftır. (Osborne Clarke, 2018)

*Tablo 2: Ülkelerin Kripto Paralar ile İlgili Yasak, Vergi, NFT ve AML/CFT Uygulamaları*[6]

| | Kripto Para Yasağı Var mı? | | Vergi uygulaması var mı? | Vergi idaresinin NFT ile ilgili rehberliği ve/veya tanımlaması var mı? | AML/CFT[7] Yasaları Uygulanıyor mu? |
|---|---|---|---|---|---|
| | Doğrudan | Dolaylı | | -- | |
| Amerika Birleşik Devletleri | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Almanya | Hayır | Hayır | KDV: Hayır Diğer vergiler: Evet | Hayır | Evet |
| Angola | Hayır | Hayır | Hayır | -- | Evet |
| Arjantin | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Arnavutluk | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Avustralya | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Avusturya | Hayır | Hayır | KDV: Hayır Diğer vergiler: Evet | -- | Evet |
| Azerbaycan | Hayır | Hayır | KDV: Hayır Diğer vergiler: Evet | -- | Evet |
| Belarus | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Belçika | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Bermuda | Hayır | Hayır | Hayır | -- | Evet |

6 Bilgi olmayan ülkeler tabloya dahil edilmemiştir.
7 Anti-Money Laundering/Combating the Financing of Terrorism (Kara Para Aklamayı Önleme / Terörün Finansmanıyla Mücadele)

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Birleşik Arap Emirlikleri | Hayır | Evet | Evet | Hayır | Evet |
| Birleşik Krallık | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Bolivya | Hayır | Evet | Hayır | -- | Hayır |
| Brezilya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Hayır |
| Bulgaristan | Hayır | Hayır | Hayır | -- | Evet |
| Cezayir | Evet | Hayır | Hayır | -- | Evet |
| Çekya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Çin | Evet | Hayır | Belirsiz | -- | Belirsiz |
| Danimarka | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Ekvador | Hayır | Evet | Hayır | Hayır | Hayır |
| El Salvador | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Endonezya | Hayır | Evet | Hayır | -- | Hayır |
| Estonya | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Fas | Evet | Hayır | Hayır | -- | Evet |
| Finlandiya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Fransa | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Güney Afrika | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Hayır |
| Güney Kore | Hayır | Hayır | Evet | Belirsiz | Evet |
| Gürcistan | Hayır | Evet | Evet | -- | Hayır |
| Hindistan | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Hollanda | Hayır | Hayır | KDV: Hayır Diğer vergiler: Evet | Hayır | Evet |
| Hong Kong | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Irak | Evet | Hayır | Hayır | -- | Evet |
| İrlanda | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| İspanya | Hayır | Hayır | KDV: Hayır Gelir Vergisi: Evet | Hayır | Evet |
| İsrail | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| İsveç | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| İsviçre | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| İtalya | Hayır | Hayır | KDV: Hayır Diğer vergiler: Evet | Hayır | Evet |
| İzlanda | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Japonya | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Kanada | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Karadağ | Hayır | Hayır | Hayır | -- | Evet |
| Katar | Evet | Hayır | Hayır | -- | Evet |
| Kazakistan | Hayır | Evet | Hayır | -- | Hayır |
| Kenya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Hayır |
| Kırgızistan | Hayır | Hayır | Evet | -- | Hayır |
| Letonya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Libya | Hayır | Evet | Hayır | -- | Evet |
| Litvanya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Lübnan | Hayır | Evet | Hayır | -- | Evet |
| Lüksemburg | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Macaristan | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Malezya | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Malta | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Mısır | Evet | Hayır | Hayır | -- | Evet |
| Moldova | Hayır | Evet | Hayır | -- | Hayır |
| Nijerya | Hayır | Evet | Hayır | -- | Hayır |
| Norveç | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Özbekistan | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Polonya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Portekiz | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Romanya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Rusya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Sırbistan | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Singapur | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Slovakya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Slovenya | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Tacikistan | Hayır | Evet | Hayır | -- | Hayır |
| Tanzanya | Hayır | Evet | Hayır | -- | Hayır |
| Tayland | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Tayvan | Hayır | Hayır | Evet | Hayır | Evet |
| Tunus | Evet | Hayır | Hayır | -- | Evet |
| Türkiye | Hayır | Evet | KDV: Hayır Diğer vergiler: Evet | Hayır | Evet |
| Türkmenistan | Hayır | Evet | Hayır | -- | Hayır |
| Ukrayna | Hayır | Hayır | Evet | -- | Evet |
| Ürdün | Hayır | Evet | Hayır | -- | Hayır |
| Vietnam | Hayır | Evet | Hayır | Belirsiz | Evet |
| Yeni Zelanda | Hayır | Hayır | Evet | Evet | Evet |
| Yunanistan | Hayır | Hayır | KDV: Hayır Diğer vergiler: Evet | -- | Evet |
| Zimbabve | Hayır | Evet | Hayır | -- | Hayır |

*Kaynak: Law Library, Regulation of Cryptocurrency Around the World: November 2021 Update, The Law Library of Congress, Global Legal Research Directorate ve PwC Annual Global Crypto Tax Report 2022 kaynakları kullanılarak oluşturulmuştur.*

Tablo 2'de kripto para birimleri ile ilgili yasal düzenleme yapan ülkeler gösterilmektedir. Kripto para birimlerinin dolaylı ve doğrudan yasak olup olmadığı, mevcut vergi yasaları dahilinde yasal dayanağın olup olmadığı ile kara para aklamayla mücadele ve terörün finansmanının engellenmesiyle ilgili yasal düzenleme olup olmadığı göstermektedir. Kripto para kullanımının doğrudan yasak olduğu ülkeler Cezayir, Çin, Fas, Irak, Katar, Mısır ve Tunus'tur. Bu ülkelerin ortak özelliği Ortadoğu ülkeleri olmalarıdır ve uygulanan yasak ile doğal olarak vergi alanında da düzenleme bulunmamaktadır. Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 17 ülkede kripto paralar üzerinde dolaylı yasak bulunmaktadır. Bu ülkeler genel itibari ile az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler kategorisindedir. Kripto paralarla ilgili 52 ülkede vergi uygulaması bulunmaktadır. Avrupa Birliği üyesi ülkelerde KDV uygulanmaması yönünde bir eğilim bulunmakta ve vergilendirme noktasında ise fikir birliği olduğu izlenimi olmakla birlikte uygulamada farklılıklar bulunmaktadır. Metaverse ve NFT teknolojileri çok yeni olduğu için gerek ABD gerekse Avrupa Birliği ülkeleri bu konu ile ilgili yasal düzenleme ve rehberlik hizmeti henüz vermemektedir. NFT ile ilgili sadece Yeni Zelanda'da vergi idaresinin rehberliği bulunmaktadır. Ayrıca kara para aklamayı önleme ve terörün finansmanıyla mücadelede bazı az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler haricinde fikir birliği bulunmaktadır.

*Tablo 3: Kripto Varlıklar Üzerine Vergi Uygulayan Bazı Ülkeler ve Vergi Oranları*

| | |
|---|---|
| ABD | Bir yıldan az elde tutulan kripto değer artış kazançları hangi gelir vergisi diliminde olduğuna bakılmaksızın %10 ila %37 oranında vergilendirilir. |
| Almanya | Kripto varlıklar bir yıldan uzun süre elde tutulursa vergi uygulaması bulunmamaktadır. |
| Avusturya | Kripto para birimleri, diğer gelirlerden ayrı tutulmakta ve %27,5 oranında vergilendirilmektedir. |
| Belçika | Kripto varlıkların spekülatif işlemlerinden elde edilen kazançlar vergiye tabidir. Kazançlar %33 oranında vergilendirilmektedir. Profesyonel bireysel yatırımcılar için artan oranlı (%25 ila 50) gelir vergisi uygulanmaktadır. Kripto bara borsaları Maliye Bakanlığı tarafından vergiden muaf tutulmuştur. |
| Danimarka | Kripto kazanlar %37 oranında Gelir Vergisine tabidir. Kripto kazançlar belirli tutarların üzerine çıkarsa vergi oranı %52lere kadar çıkabilmektedir. |
| Filipinler | 4500$ altında olan gelir için vergileme olmazken bu tutar üzerindeki herhangi bir gelir (kripto kazançlar dahil) %35 oranında vergilendirilir. |
| Fransa | 305€ üzerindeki kripto kazançlar %30 düz oranlı vergi uygulaması vardır. |
| Hindistan | Kripto para birimlerinden elde edilen tüm kar ve gelirler %30 oranında vergilendirilir. Ayrıca 600$'ı aşan kripto işlemler için %1 ek vergi bulunmaktadır. |
| Hindistan | 2022 tarihinden itibaren dijital varlıkların transferine %30 vergi uygulanmaktadır. |
| İspanya | Sanal para madenciliği %54'e varan artan oranda, Kurumlar vergisi mükellefleri %25 oranında vergilendirilmektedir. |
| İsrail | Kripto para satışları %33 vergiye tabidir. Kripto yatırım faaliyetleri iş bazında olarak kabul edilirse %50'ye kadar gelir vergisi uygulanmaktadır. |
| İsviçre | Vergilendirme kantondan kantona değişmekle birlikte kripto varlıklara yatırım yapan bireyler için genel değer artış kazançları vergiden muaftır. |

| | |
|---|---|
| İtalya | 51.000€ altında olan kazançlar vergiden muaf tutulmaktadır. Değer artış kazançları ise %26'lık vergi oranına tabidir. |
| İzlanda | 7000$'a kadar olan kripto kazançlar %40 civarında vergilendirilirken üzerindeki kazançlar %46 oranında vergilendirilir. |
| Japonya | 1500$ altında kalan tutar için vergilendirme olmazken bu tutar üzerinde olan gelirler için %5 ila %45 arasında değişen oranlarda vergilendirme yapılmaktadır. |
| Norveç | Kripto kazançlar %22 oranında vergilendirilmektedir. |
| Singapur | %22'lik vergi oranı uygulanmaktadır. |
| Slovenya | Bireylerin kripto varlıkların satışından elde edilen kazançlar gelir olarak değerlendirilmemektedir ancak şirketler bu işlemler sonrasında vergiye tabi tutulmaktadır. |

*Kaynak: Lea. Jon, (2022), The Coincub Global Crypto Ranking ve çalışmada kullanılan diğer kaynaklardan faydalanılarak hazırlanmıştır.*

Tablo 3'te kripto para üzerine vergi uygulayan bazı ülkeler ve vergi oranları yer almaktadır. Ülkeler arasında vergilendirme konusunda henüz ortak bir noktanın olmadığını ve merkezi olmayan olan kripto paraların tanımı yönüyle fikir birliğinin olmadığını göstermektedir. (Gazioğlu ve Özen, 2022: 30-31) Ayrıca kripto paralar için vergi cenneti niteliğinde olan ülkeler[8] de bulunmaktadır. Vergi oranları %10 ila %54 arasında farklı oranlarda uygulanmakta olup bazı ülkeler tek bir oran üzerinden vergilendirme yaparken bazı ülkeler ise artan oranlı tarife uygulaması yapmaktadır.

### 3.2. Türkiye'de Kripto Varlıkların Vergilendirilmesi

Türkiye'de kripto paralarla ödeme yapılması 'Ödemelerde Kripto Varlıkların Kullanılmamasına Dair Yönetmelik'[9] ile yasaklanmıştır. İlgili yönetmeliğe göre kripto varlık, dağıtılmış defter teknolojisi veya benzer bir teknoloji kullanılarak sanal olarak oluşturulup dijital ağlar üzerinden dağıtımı yapılan, ancak itibari para, kaydi para, elektronik para, ödeme aracı, menkul kıymet veya diğer sermaye piyasası aracı olarak nitelendirilmeyen gayri maddi varlıklar olarak tanımlanmıştır.

Türkiye'de kripto varlıkların vergilendirmesi ile ilgili yasal bir düzenleme bulunmamaktadır. Dolayısı ile bu varlıkların vergi kanunlarında tanımlaması da bulunmamaktadır. Vergilendirme işleminin olabilmesi için vergiyi doğuran olayın gerçekleşmesi gerekmektedir ve bu varlıklar ile ilgili özel bir düzenleme yapılmadığı için kazanç unsurunun tespiti için mevcut vergi kanunları çerçevesinde değerlendirme yapılabilir.

193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun 65. maddesine göre serbest meslek faaliyeti "sermayeden ziyade şahsi mesaiye ilmi veya mesleki bilgiye veya ihtisasa dayanan ve ticari mahiyette olmayan işlerin iş verene tabi

8 Bahamalar, Bermuda, Belarus, Orta Afrika Cumhuriyeti, Lihtenştayn, Malta, Malezya, Tayvan, El Salvador, Panama (coincub.com)
9 RG:2021.31456

olmaksızın şahsi sorumluluk altında kendi nam ve hesabına yapılmasıdır." olarak tanımlanmıştır. Bu kapsamda NFT'nin oluşturulması ve elden çıkartılması serbest meslek faaliyeti ve kazancı olarak değerlendirilebilir.

İlgili kanunun 80. maddesine göre "Telif haklarının ve ihtira beratlarının müellifleri, mucitleri ve bunların kanunî mirasçıları dışında kalan kimseler tarafından elden çıkarılmasından doğan kazançlar" değer artış kazancı olarak tanımlanmaktadır. Bir NFT'nin yukarıdaki maddede sayılan kişiler harici elden çıkartılması durumunda değer artış kazancı olarak değerlendirilebilir ve vergilendirme işlemi buna göre yapılabilir.

Gerçek kişilerin (NFT eser sahibi harici), NFT alım satımını sürekli olarak yapmaları ticari kazanç olarak değerlendirilebilir ve vergilendirme işlemi buna göre yapılabilir.

Türkiye'de 2020 yılında 7194 sayılı kanun ile Dijital Hizmet Vergisi yürürlüğe girmiştir. İlgili kanuna göre, dijital ortamda sunulan her türlü reklam hizmetleri; sesli, görsel veya dijital herhangi bir içeriğin satışı, dinlenmesi, izlenmesi, oynanması veya elektronik cihazlarda kaydedilmesine veya bu cihazlarda kullanılmasına yönelik dijital ortamda sunulan hizmetler; kişilerin birbirleriyle iletişime geçebilecekleri dijital ortamların sağlanması ve işletilmesi hizmetleri ve dijital hizmet sağlayıcıları tarafından verilen aracılık hizmetlerinden elde edilen hasılatlar dijital hizmet vergisine tabidir. 7194 sayılı kanunun 4. maddesine göre ilgili hesap döneminde Türkiye'de elde edilen 20 milyon Türk lirasından veya dünya genelinde 750 milyon avrodan az hasılat elde edilmesi durumunda dijital hizmet vergisinden muaf olunmaktadır. Dijital hizmet vergisi oranı %7,5 olarak belirlenmiştir.

Kripto varlıkların yasal olarak tanımlamasının yapılmamış olması vergilendirme aşamasında kanunilik ilkesine ters düşmektedir. Yukarıda mevcut vergi yasaları çerçevesinde ele alınan vergilendirme işlemleri durum tespiti olarak aktarılmış olup, kanunilik ilkesi gereği vergi alınabilmesi için kripto varlıkların (kripto paralar, metaverse uygulamaları, NFT vb.) yasal tanımının yapılması ve gelir vergisi kanununda gelir unsurları arasında yer alması doğru olacaktır. Ayrıca Türkiye Cumhuriyeti Anayasası 73. maddesi gereğince vergi, resim, harç ve benzeri mali yükümlülüklerin kanunla konulup, değiştirilir ve kaldırılır. İlgili madde gereğince kripto varlıklarla ilgili yasal düzenleme yapılmamış olması bu varlıkların vergilendirilmesi önünde engel teşkil etmektedir.

Türkiye'de kripto varlıkların vergilendirilmesi noktasında ilk yapılması gereken bu varlıkların yasal tanımlamalarının yapılması ve mevcut vergi yasalarının bu varlıkları kapsayacak şekilde yeniden düzenlenmesini sağlamaktır. Vergi oranı konusunda ise bu varlıkların düz oranlı vergi uygulaması ile makul bir oranda vergilendirilmesi bu varlıklar üzerine yapılacak yatırımları ülkeye çekmekte faydalı olabilir.

## 4. Sonuç

Bitcoin ağı ve sonrasında Ethereum ağının ortaya çıkması ile alt coin olarak nitelendirilen yüzlerce coin (kripto para) kullanıma sunulmuş ve yaşanan Covid-19 pandemisi ile kripto para birimlerine olan ilgi artmıştır. Yaşanan bu gelişmelerle birlikte özellikle Ethereum ağı üzerinde geliştirilen Metaverse ve NFT uygulamaları, kripto varlıklar üzerine yatırım yapan kişi ve kurum sayısını ciddi oranda arttırmış olup bu pazarın ekonomik büyüklüğü her geçen gün artmaktadır.

Kripto varlıkların vergilendirilmesi ile ilgili akademik düzeyde yayınlar yapılmış ve yapılmaktadır. Konu ile ilgili Amerika Birleşik Devletleri İç Gelir İdaresi, OECD, Avrupa Birliği ve benzer kuruluşlar ve devletler çeşitli raporlar yayınlamışlardır. Bu raporlar şu an için tavsiye niteliğinde olup, ülkelerin bu varlıkları vergilendirmesi konusunda fikir ve uygulama birliği sağlanamamıştır. Farklılaşan uygulamalar neticesinde kripto para birimlerini yasaklayan ülkeler haricinde bu varlıkların vergilendirilmesi ile ilgili çok çeşitli vergilendirme işlemleri yapılmaktadır.

Kripto varlıkların vergilendirilmesi ile ilgili en önemli konu bu varlıkların küresel bir tanımının ve ülkeler özelinde yasal tanımlamalarının yapılmamış olmasıdır. Ülkeler genel olarak bu varlıkları mevcut yasalar çerçevesinde değerlendirmekte ve vergilendirme işlemlerini buna göre yapmaktadırlar. Ancak bu durum verginin kanuniliği ilkesine aykırıdır. Ayrıca ülkeler nezdinde farklılaşan vergi uygulamaları vergi cennetlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır.

Avrupa Birliği üyesi ülkelerde kripto varlıkların vergilendirmesinde, Birliğin kararları doğrultusunda Katma Değer Vergisi uygulaması bulunmamaktadır. Birlik içerisinde KDV konusunda uygulama birliği olmasına rağmen diğer vergiler ile ilgili böyle bir durum söz konusu değildir.

OECD başta olmak üzere diğer uluslararası kuruluşların kripto varlıkların tanımı ve hukuki niteliği konusunda uzlaşmaya varmaları ve ülkelerin de bu uzlaşı içerisinde olmaları vergilendirme noktasında yol gösterici olacaktır. Bu varlıkların vergilendirilmesinde düz oranlı vergi uygulaması yapılması ise vergi karmaşıklığı ve vergi uyumlaştırması çalışmalarının sağlıklı yürütülmesini sağlayacaktır. Aksi taktirde ülkeler hem bu varlıkları vergilendirerek vergi gelirlerini arttırma çabasında olacaklar hem de düşük vergi oranları uygulayarak ya da hiç vergi almayarak bu varlıklar ile ilgili yatırımları ülkelerine çekme çabası içerisinde olacaklardır.

# KAYNAKÇA

Adams. Riley, (2023), 30 NFT Statistics to Understand in 2023, Young and the Invested, https://youngandtheinvested.com/nft-statistics/ adresinden 17.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Anderson. Paul, (2022), The Virtual Currency Regulation Review: United Kingdom, The Law Reviews, https://thelawreviews.co.uk/title/the-virtual-currency-regulation-review/united-kingdom adresinden 08.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Australian Taxation Office, Crypto asset investments and tax, https://www.ato.gov.au/ adresinden 07.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Binance, Why Are NFT Avatars So Popular and What's Coming Next?, https://www.binance.com/en/blog/nft/why-are-nft-avatars-so-popular-and-whats-coming-next-421499824684902788 adresinden 03.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Cheng. Chang, Huang. Qunjia, (2019), Exploration on the Application of Blockchain Audit, 5th International Conference on Economics, Management, Law and Education (EMLE 2019), Advances in Economics, Business and Management Research, Vol:110, 63-68

Cockroft. Julia, Taxation in The Metaverse, https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=f45df7d2-d819-4578-864b-26df0893204f adresinden 06.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Coindesk, Do You Owe Taxes on Your NFT?, https://www.coindesk.com/learn/do-you-owe-taxes-on-your-nft/ adresinden 07.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Coingecko, https://www.coingecko.com/en/global-charts adresinden 19.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

d'Anglejan-Chatillon. Alix, Grewal. Ramandeep, Lévesque. Éric, Vieira. Christian, (2022), The Virtual Currency Regulation Review: Canada, The Law Reviews, https://thelawreviews.co.uk/title/the-virtual-currency-regulation-review/canada adresinden 08.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Deloitte, (2017), Blockchain Technology and Its Potential Impact on the Audit and Assurance Profession, https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/audit/us-audit-blockchain-technology-and-its-potential-impact-on-the-audit-and-assurance-profession.pdf adresinden 28.01.2023 tarihinde erişilmiştir.

Dowling Michael, (2022), Fertile LAND: Pricing non-fungible tokens, Finance Research Letters, Volume 44

Ernst & Young, How The Metaverse And Web3 Are Creating Novel Tax Issues, https://www.ey.com/en_gl/tax/how-the-metaverse-and-web3-are-creating-real-tax-issues adresinden 06.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Gadekallu Thippa Reddy, Huynh-The Thien, Wang Weizheng, Yenduri Gokul, Ranaweera Pasika, Pham Quoc-Viet, Benevides da Costa Daniel, Liyanage Madhusanka, (2022), Blockchain for the Metaverse: A Review, https://arxiv.org/abs/2203.09738v2 adresinden 28.01.2023 tarihinde erişilmiştir.

Gazioğlu. Abülcelil, Özen. Ahmet. (2022), NFT'nin Gelişimi ce Vergilendirilmesi Üzerine Genel Bir Değerlendirme, İzmir Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:4, Sayı:1, 23-33

Giesselman Nathan W., Erdmann Carl R., Berke David, Jong Martin de, (2021), Proliferation of NFT Transactions Raises Numerous U.S. Tax, The Contemporary Tax Journal, Volume 10, Issue 2, 18-23

Guo Jingzhi, Chow Angelina, Wigand Rolf T. (2011), Virtual wealth protection through virtual money Exchange, Electronic Commerce Research and Applications, Volume 10, Issue 3, 313-330

Influencermarketinghub, 52 Metaverse Statistics | Market Size & Growth (2023), https://influencermarketinghub.com/metaverse-stats/ adresinden 19.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Investopedia, NFT Tax Guide, https://www.investopedia.com/nft-tax-guide-5222726 adresinden 07.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

IRS Note 2014-21, https://www.irs.gov/irb/2014-16_IRB#NOT-2014-21 adresinden 30.01.2023 tarihinde erişilmiştir.

Kahraman. Mehmet Emin, (2022), Blok zincir, Deepfake, Avatar, Kripto para, Değiştirilemez Belirteç (NFT) ve Sanal Evren (Metaverse) ile Yaygınlaşan Sanal Yaşam, Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(1), 149-162

Law Library, Regulation of Cryptocurrency Around the World: November 2021 Update, The Law Library of Congress, Global Legal Research Directorate, https://tile.loc.gov/storage-services/service/ll/llglrd/2021687419/2021687419.pdf adresinden 03.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Lea. Jon, (2022), The Coincub Global Crypto Ranking, https://coincub.com/crypto-tax-ranking-2022-coincub.pdf adresinden 30.01.2023 adresinde erişilmiştir.

Lener. Raffaele, Furnari. Salvatore L., Lorenzotti. Niccolò, The Virtual Currency Regulation Review: Italy, The Law Reviews, https://thelawreviews.co.uk/title/the-virtual-currency-regulation-review/italy adresinden 08.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Messinger Paul R., Smirnov Kristen, Stroulia Eleni, Lyons Kelly, Bone Michael, Niu Run H., Perelgut Stephen, (2009), Virtual worlds — past, present, and future: New directions in social computing, Decision Support Systems, Volume 47, Issue 3, 204-228

Mukhopadhyay Mayukh, Ghosh. Kaushik, (2021), Market Microstructure of Non

Fungible Tokens, Five Shades of Emerging Business Cases, Eliva Press, 1-10

Nftnow, NFT Timeline: The Beginnings and History of NFTs, https://nftnow.com/guides/nft-timeline-the-beginnings-and-history-of-nfts/ adresinden 01.03.2023 tarihinde erişilmiştir.

Nftnow, The 20 Most Expensive NFT Sales of All Time, https://nftnow.com/features/most-expensive-nft-sales/ adresinden 01.03.2023 tarihinde erişilmiştir.

OECD, Crypto-Asset Reporting Framework and Amendments to the Common Reporting Standard, 2022, s.6, https://www.oecd.org/tax/exchange-of-tax-information/crypto-asset-reporting-framework-and-amendments-to-the-common-reporting-standard.pdf adresinden 21.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Opensea, What is an NFT?, https://opensea.io/learn/what-are-nfts, adresinden 28.01.2023 tarihinde erişilmiştir.

Osborne Clarke International Legal Practice, (2018), Taxation Of Cryptocurrencies in Europe: An Overview, https://www.osborneclarke.com/insights/taxation-of-cryptocurrencies-in-europe adresinden 10.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Owens. Jeffrey, Costa. Nathalia Oliveira. The Tax Treatment of the Metaverse Economy and the Potential for a New Offshore Tax Haven, https://www.taxnotes.com/featured-analysis/tax-treatment-metaverse-economy-and-potential-new-offshore-tax-haven/2022/07/29/7dq5l adresinden 05.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Parikh. Vaibhav, Reddy. Jaideep, (2022), The Virtual Currency Regulation Review: India, The Law Reviews, https://thelawreviews.co.uk/title/the-virtual-currency-regulation-review/india adresinden 08.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

PwC Annual Global Crypto Tax Report 2022, https://www.pwc.com/gx/en/financial-services/pdf/global-crypto-tax-report-2022.pdf adresinden 01.03.2023 tarihinde erişilmiştir.

Rodrigo. Pilar Lluesma, Pérez. Miguel, (2022), The Virtual Currency Regulation Review: Spain, The Law Reviews, https://thelawreviews.co.uk/title/the-virtual-currency-regulation-review/spain adresinden 08.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Schiavone. Gabriele. (2021), UK tax treatment of cryptoassets, Novità fiscali (9), 490-496

Shi, F., Ning, H., Zhang, X., Li, R., Tian, Q., Zhang, S., ... & Daneshmand, M. (2022). A new technology perspective of the Metaverse: its essence, framework and challenges, 1-20, arXiv preprint arXiv:2211.05832, https://arxiv.org/pdf/2211.05832.pdf adresinden 02.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Stephenson. Neal, (2016), Parazit – Snow Crash, Altıkırkbeş Yayınları

Userposts, 10 Popüler Metaverse Evreni, https://www.userspots.com/liste/populer-metaverse-platformlari adresinden 01.03.2023 tarihinde erişilmiştir.

Vauplane, Hubert de. Smadja. Judith, The Virtual Currency Regulation Review: France, The Law Reviews, https://thelawreviews.co.uk/title/the-virtual-currency-regulation-review/france adresinden 08.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Wiese-Hansen. Klaus Henrik, Fiskerstrand, Vegard André. (2022), The Virtual Currency Regulation Review: Norway, The Law Reviews, https://thelawreviews.co.uk/title/the-virtual-currency-regulation-review/norway adresinden 08.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Winheller, Crypto Taxes in Germany, https://www.winheller.com/en/banking-finance-and-insurance-law/bitcoin-trading/bitcoin-and-tax.html adresinden 07.02.2023 tarihinde erişilmiştir.

Yaga Dylan, Mell Peter, Roby Nik, Scarfone Karen (2018), Blockchain Technology Overview, National Institude of Standards and Technology, https://nvlpubs.nist.gov/nistpubs/ir/2018/NIST.IR.8202.pdf adresinden 28.01.2023 tarihinde erişilmiştir.

Precedence Research, https://www.precedenceresearch.com adresinden 03.03.2023 tarihinde erişilmiştir.

# BÖLÜM 15

## İŞLETME STOKLARINDA YAPILAN HİLELER VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

*Sulhi ESKİ*[1]

1 Dr.Öğr.Üyesi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, UBF Lojistik Yönetimi Bölümü, seski@gelisim.edu.tr. ORCİD ID: https://orcid.org/0000-0003-0879-0089

## 1.GİRİŞ

Finansal tablolar, bir işletmenin belli bir zamanda veya belli bir süre boyunca finansal faaliyetlerinin sonuçlarını gösteren resmi belgelerdir. Finansal tablolar tüm paydaşlara ihtiyaç duydukları bilgileri gerçeğe uygun ve şeffaf olarak sunmalıdırlar. Özellikle işletme yatırımcılarının güvenli yatırım yapabilmeleri için finansal tabloların şeffaf olarak sunulması çok önemlidir. Muhasebe sistemi ve standartlarına göre isimleri ve şekilleri değişse de bilanço, gelir tablosu ve nakit akış tablosu temel finansal tablolar olarak öne çıkmaktadır. Finansal tablolar belli zamanlarda zorunlu ve/veya isteğe bağlı olarak yayınlanır. Bir işletmenin yatırım için uygunluğunun tespit edilmesi için başta bilançolarının, gelir ve nakit akış tablolarının anlamlı bir şekilde analiz edilerek yorumlanması gerekir.

İşletmede finansal tabloların hazırlanması sorumluğu yönetimsel bir sorumluluktur. Finansal tabloların gerçeğe uygun, şeffaf ve doğru bir şekilde sunulması gerekirken bazı menfaatler ve gözetilerek yanıltıcı bir şekilde sunulabilmektedir. Yanıltıcı finansal tabloların sunulmasının nedenleri işletme içi araştırmalar, iç ve dış denetim yoluyla çoğunlukla tespit edilebilmektedir. Finansal tablolarla yanıltıcı bilgiler sunulması öncelikle işletmenin gelecekteki faaliyetlerine ve ulaşmak istedikleri hedeflerine büyük bir zarar vermektedir.

Finansal tabloların yanıltıcı olarak sunulması hatadan veya kasıtlı olarak yapılan hileden kaynaklanabilir. Hile unsuru ile kişileri yanıltarak menfaat sağlamak dolandırıcılık olarak ifade edilmektedir. Hile, kuruluş ve kişilerin iyi niyet ve güvenini sarsarak onların yanlış işlem yapmalarına sebebiyet verir. İşletmelerdeki büyümelere paralel olarak muhasebe işlemlerinin daha yoğun ve karmaşık bir hal alması ve insan ilişkilerinde menfaate yoğunlaşılması hile vakalarının artışına zemin hazırlamıştır.

Finansal tablolar işletmede gerçekleşen parasal faaliyetleri bir hesap düzeni çerçevesinde sunmaktadırlar. Nakit varlıklar, alacaklar, stoklar, duran varlıklar, borçlar ve sermaye başlıkları altında gruplandırılan hesaplar farklı parasal faaliyetleri ifade etmektedirler. Stoklar üretime girecek hammadde stokları ile üretilen satışa hazır mal stoklarını ifade etmektedir. İşletmelerde önemli bir büyüklüğü temsil eden stokların finansal tablolarda gerçeğe uygun sunulmaması işletme paydaşlarını yanıltacaktır. Muhasebe hileleri, finansal sistemin istikrarı için önemli bir tehdittir. Çünkü işletmelerin iflaslarına neden olabilir, piyasaya ve düzenleyici otoritelere olan güveni azaltabilir. Bu nedenle; işletmeler hileyi tespit etmenin ötesinde hileciyi önleyici tedbirler almak zorundadırlar.

Çalışmanın amacı, işletmede stok hilelerinin nedenlerini, işaretlerini ve alınması gereken önlemleri belirlemektir. Stok hilelerinin finansal tablolardaki hilelerin bir yansıması olması nedeniyle stok hileleri konusu fi-

nansal tablolarla ilişkili olarak incelenmiştir. Çalışmanın yöntemi literatürün incelenerek nitel araştırma kapsamında doküman analizidir. Çalışmanın sonucunda, işletmede öncelikle sağlıklı bir iç kontrol sisteminin tesisi ile stok hilelerine ve hatalarına karşı önlemler alınabileceği anlaşılmıştır.

## 2. FİNANSAL TABLOLARIN SUNUMU VE HİLE

### 2.1. Finansal Tablolar ve Sunulan Bilgilerin Özellikleri

Finansal tablolar, işletmenin finansal durumunun ve finansal performansının biçimlendirilmiş sunumudur. Finansal tabloların amacı; işletmenin finansal durumu, finansal performansı ve nakit akışları hakkında geniş bir kullanıcı kitlesine ekonomik kararlar alırken faydalı olacak bilgi sağlamaktır. Finansal tablolar ayrıca, yöneticilerin kendilerine emanet edilen kaynakları nasıl kullandığının sonuçlarını gösterir (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu [KGK),2018a).

Bir işletmenin finansal tablolarındaki verilerin analiz edilmesi hisse senedi yatırımcıları için önemli bir beceridir. Bir işletmenin yatırım özelliklerini tespit etmek için bilançolarının, gelir ve nakit akış tablolarının anlamlı bir şekilde analizi ve yorumlanması, akıllı yatırım seçimlerinin temelini oluşturur (Loth,2021).

Türkiye'de işletmelerin hangi muhasebe sistemi ve standartları uygulanacağı işletmelerin büyüklüğüne, tabi oldukları standartlar ve denetim şekillerine göre değişmektedir. İşletmeler 1 Seri No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğine (MSUGT), Türkiye Muhasebe / Finansal Raporlama Standartlarına (TMS / TFRS), Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standartlarına (BOBİ FRS) ve Küçük ve Mikro İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standartlarına (KÜMİ FRS) göre muhasebe sistemini uygulamak durumundadırlar. Bu nedenle; işletmelerin muhasebe ve finansal tablo uygulamaları farklılıklar göstermektedir.

1 Seri No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğine ve standartlara göre hazırlanması gereken finansal tablolar Tablo 1'de belirtilmiştir.

**Tablo 1**. *Hazırlanması Gereken Finansal Tablolar*

| 1 Seri No'lu Muhasebe Sistemi (MSUGT) | Kavramsal Çerçeve (TMS/TFRS) | Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin (BOBİ FRS) | Küçük ve Mikro İşletmeler İçin (KÜMİ FRS) |
|---|---|---|---|
| Temel Mali Tablolar<br>Bilanço<br>Gelir Tablosu<br>Dipnotlar<br>Ek Mali Tablolar<br>Satışların Maliyeti Tablosu<br>Fon Akım Tabloları<br>Nakit Akım Tablosu<br>Kâr Dağıtım Tablosu<br>Öz Kaynaklar Değişim Tablosu | Genel Amaçlı (Zorunlu) Finansal Tablolar<br>Finansal Durum Tablosu<br>Kâr Veya Zarar Ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu<br>Nakit Akış Tablosu<br>Özkaynak Değişim Tablosu<br>Önemli Muhasebe Politikalarını Ve Diğer Açıklayıcı Bilgileri İçeren Dipnotlar,<br>Bir Önceki Döneme Ait Karşılaştırmalı Bilgiler | Zorunlu Finansal Tablolar<br>Finansal Durum Tablosu<br>Kâr Veya Zarar Tablosu<br>Nakit Akış Tablosu<br>Özkaynak Değişim Tablosu<br>Önemli Muhasebe Politikalarını Ve Diğer Açıklayıcı Bilgileri İçeren Dipnotlar | Zorunlu Finansal Tablolar<br>Finansal Durum Tablosu<br>Kâr Veya Zarar Tablosu<br>Dipnotlar |

**Kaynak:** *(MSUGT,1992; KGK,2023)*

Genel olarak temel finansal tablo olarak öne çıkan bilanço veya finansal durum tablosuyla sunulması gereken bilgiler özetle; varlıklar, yükümlülükler ve öz kaynaklardır.

İşletmeler 1 Seri No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğine (MSUGT), Türkiye Muhasebe / Finansal Raporlama Standartlarına (TMS / TFRS), Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standartlarına (BOBİ FRS) ve Küçük ve Mikro İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standartlarına (KÜMİ FRS) göre Tablo 2'de yer alan özellikleri içeren finansal tablolarını hazırlamaktadırlar.

**Tablo 2.** *Finansal Tablolarda Sunulan Bilgilerin Özellikleri*

| 1 Seri No'lu Muhasebe Sistemi (MSUGT) | Kavramsal Çerçeve (TMS/TFRS) | Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Standart (BOBİ FRS) | Küçük ve Mikro İşletmeler İçin Standart (KÜMİ FRS) |
|---|---|---|---|
| Anlaşılabilirlik<br>İhtiyaca Uygunluk<br>Güvenilirlik<br>Karşılaştırılabilirlik<br>Zamanında Sunum | Temel Özellikler<br>İhtiyaca Uygunluk<br>Gerçeğe Uygun Sunum<br>Destekleyici Özellikler<br>Karşılaştırılabilirlik<br>Doğrulanabilirlik<br>Zamanında Sunum<br>Anlaşılabilirlik | Temel Özellikler<br>İhtiyaca Uygunluk<br>Gerçeğe Uygun Sunum<br>Destekleyici Özellikler<br>Anlaşılabilirlik<br>Karşılaştırılabilirlik<br>Zamanında Sunum | Temel Özellikler<br>İhtiyaca Uygunluk<br>Gerçeğe Uygun Sunum<br>Destekleyici Özellikler<br>Anlaşılabilirlik<br>Karşılaştırılabilirlik<br>Zamanında Sunum |

**Kaynak:** *(MSUGT,1992; KGK,2023)*

Finansal tablolar hangi muhasebe sistemine veya standardına göre hazırlanırsa hazırlansın temel bir nitelik olarak gerçeğe uygun ve güvenilir olarak hazırlanmalıdır. Gerçeğe uygun bir sunum, finansal bilgilerin mümkün olan en üst seviyede tam, tarafsız ve hatasız bir şekilde sunulması durumudur. Bilgilerde hata ve ihmallerin olmaması anlamına gelir. Gerçeğe uygun sunum finansal tablo kullanıcılarına güvence verir. Finansal tablolar temel niteliklerini sağlanmadıkça destekleyici nitelikleri bir anlam ifade etmezler (KGK,2018b).

Finansal tablo bilgilerinin gerçeğe uygun ve şeffaf bir şekilde sunulması konusunda yasal düzenlemelere rağmen işletmelerin yanıltıcı muhasebe verilerine dayanılarak yanıltıcı finansal tablolar hazırladıkları görülmektedir. İşletmeler yanıltıcı finansal tabloları kazanç yöntemi olarak kullanırlar. Ancak amaç sadece hızlı bir kar elde etmek değildir. Finansal tabloların gerçeğe uygun hazırlanmamasının birçok nedenleri vardır (Trade Brains,2021);

• Gerçekçi olamayan beklenti ve baskılar

İşletme yöneticilerinin, işletme gelir ve karını olduğundan daha yüksek göstererek hisse senedi fiyatlarının da yükselmesini sağlayarak yüksek ücret ve ikramiyeler almak istemeleri.

• Hisse senedi fiyatını artırmak

Yatırımcıların hisse senedi alımı ve beklentilerinin devamı için gelir ve karın yüksek gösterilmesi.

• Daha düşük maliyetle sermaye artırmak

İşletme karının yüksek gösterilerek, daha yüksek bir kredi notunu ile daha düşük maliyetli borçlanma imkanı ve halka arz edilen hisse senetlerinin daha yüksek bir fiyatta satışının sağlanması.

• Büyük, orta ve küçük sermayeli işletmelerden beklenen kazanç farklılığı

Kurumsallığı pekiştirilmiş büyük sermayeli işletmelere nazaran orta ve küçük sermayeli işletmelerin daha fazla risk içermeleri buna paralel olarak daha yüksek kazanç sunacağı bekletisi.

Finansal tabloların gerçeğe uygun sunulmamasında kullanılan teknikler;

• Karşılık ayırmayarak kaynak yaratmak

Mevzuat ve standartların getirdiği esneklikleri kötüye kullanılması, şüpheli alacakların gösterilmemesi suretiyle kaynak yaratılması.

• Kazancın yüksek gösterilmesi

Hayali satış ve avans gelirleri gösterilerek kazançların yüksek gösterilmesi.

• Sahte ticari ilişkiler oluşturulması

Sahte ticari işletmelere kaynak aktarımı ve/veya onlara yüksek tutarda satışlar yapılmış gibi gösterilmesi.

• Maliyet ve harcamaların eksik veya geciktirilerek kayıtlanması

Dönemsellik ve maliyet esası ilkelerine aykırı olarak maliyet ve harcamaların eksik veya geciktirilerek kayıtlanarak yüksek kazanç elde edilmiş gösterilmesi.

• Amortisman uygulamalarındaki esnekliğin kullanılması

Amortisman sürelerinin uzatılması, başlangıçtaki uygulanan amortisman yönteminin yerine ilerleyen dönemlerde farklı amortisman yöntemi kullanılmasına geçilmesi ile para çıkışı gerektirmeyen amortisman giderlerinin yükselmesi verginin düşük ödenmesi, net karın yüksek gerçekleşmesi.

Finansal tabloların gerçeğe uygun olarak sunulmaması hata veya hile ile mümkün olmaktadır.

### 2.2. Dolandırıcılık, Hata ve Hilenin Tanımı, Önleyici Çalışmalar

Hata; istemeyerek ve bilmeyerek yapılan yanlış, kusur, yanılma, yanılgı olarak ifade edilmiştir (Türk Dil Kurumu[TDK],2023). Hile; birini aldatmak, yanıltmak için yapılan düzen, dolap, oyun, ayak oyunu, alavere dalavere, desise, entrika. Çıkar sağlamak için bir şeye değersiz bir şey katma olarak tanımlanmıştır (TDK,2023).

Hata ve hile, Borçlar Kanunun 30-39 ncu maddelerinde ele alınmış ve Yanılma, Aldatma ve Korkutma başlıklarında düzenlenmiştir (Borçlar Kanunu,2011). Yanılma (hata);istemeyerek meydana gelen ve irade ile beyan arasında bir uyumsuzluk halidir. Aldatma (hile) genel olarak bir kimseyi irade beyanında bulunmaya, özellikle sözleşme yapmaya sevk etmek için onda kasten hatalı bir kanı uyandırmak veya esasen var olan hatalı bir kanıyı korumak yahut devamını sağlamak şeklinde tanımlanır. Hatada yanılma, hilede ise kasıtlı olarak yanıltma söz konusudur (Doğan,t.y.).

Türk Ceza Kanunun 157 nci maddesinde de dolandırıcılık hileli bir davranışla bir kimseyi aldatma suçu olarak tarif edilmiş, gerçekleştirilmesi halinde verilecek cezanın şekli ve miktarı düzenlenmiştir. Dolandırıcılıkta iki fiilden bahsedilmektedir, birincisi aldatıcı nitelik hile ikincisi kişiler arasındaki ilişkilerde var olması gereken iyi niyet ve güven duygusuna aykırı hareket edilerek kişinin irade özgürlüğü ihlal edilmekte ve irade serbestisi etki altında bırakılmasıdır (Şen ve Aksüt,2016)

Genel merkezi İsviçre'de bulunan Uluslararası Standartlar Teşkilatı 2016 yılında ISO 37001 Yolsuzlukla Mücadele Yönetim Sistemi Standardını yayınlamıştır. Türkiye'de de kabul görerek uygulanan standart; kuruluşların yolsuzlukla mücadele programlarına katkı sağlamak için bir yönetim sistemi mantığında yolsuzlukla mücadele sistemini kurmak, uygulamak, sürdürmek ve iyileştirmek için tasarlanmıştır. Standarttan kar amacı güden veya gütmeyen, büyüklü küçüklü tüm kuruluş ve işletmeler faydalanabilir. Standarttın gerekleri yerine getirildiği takdirde kuruluşlara ISO 37001 Yolsuzlukla Mücadele Belgesi verilmektedir. Kuruluşların standartta uyumu için yolsuzlukla mücadele politikası geliştirilmeleri, üst yönetim sorumluluk ve yetkilerini belirlemeleri, yolsuzluk risk değerlendirmesi yapmaları, iş ortaklarını da bu mücadele içine almaları, finansal ve ticari konularda kontrol yapmaları, önleyici ve düzenleyici faaliyetlerle sistemi iyileştirmeleri gerekmektedir (ISO,2016).

Muhasebe işlemleri açısından da hata kişilerin isteminin dışında kasıt taşımadan dikkatsizliği, bilgi eksikliğinden kaynaklanan yanlışlıklardır. TMS-8 Muhasebe Politikaları, Muhasebe Tahminlerinde Değişiklikler ve Hatalar standardında hata ve hile genel olarak nitelikli güvenilir bilginin kullanılmaması ya da yanlış kullanılmasından kaynaklanan eksiklik veya yanlışlıklar olarak ifade edilmiştir (KGK,2018c).

Muhasebe işlemlerinde yapılan hataların nedenleri (Demir ve Yıldız,2022:95)

- Bilgisizlik
- Tecrübesizlik
- İhmal ve Dikkatsizlik
- Yorgunluk

Yapılan hatalar; yanlış hesaba kayıt, rakamsal yanlışlıklar, kayıt yapılmasının unutulması veya tekrar kayıt edilmesi, borç alacak hesapların karıştırılması, muhasebe ilke ve standartlara uygun kayıt yapılmaması şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Muhasebe işlemleri açısından hile ise belgelerin ve kayıtların kasıtlı olarak yanlış düzenlenmesi veya değiştirilmesidir. Hata ile yanlışlıklara karşı hile ile yapılan yanlışlıkların tespit edilmesi daha zordur. Muhasebe işlemlerinde yapılan hilelerin amacı; vergi kaçırmak, işletmenin gerçek finansal durumunu gizlemek, yolsuzlukları örtmek, çalışanların kendilerini baskıdan kurtarmak, kontrol eksikliğinden istifade ederek menfaat yaratmak ve kendini haklı göstermektir.

Hile, kayıt dışı işlemler, zamanından önce ve sonra yapılan kayıtlama, uydurma şahıs ve parasal olaylar yaratarak hesap kayıtlama, belgeler

üzerinde oynama, belgeleri gizleme veya yok etme, bilançoyu hayali hesaplarla ve rakamlarla hazırlama, muhasebe yazılım programlarına müdahale ile gerçekleştirilir.

Muhasebe işlemlerinde hile işletme yönetiminden ve çalışanından kaynaklanmaktadır. Çalışanların çalmaya ve hile yapmasına yol açan faktörler hile üçgeni olarak ifade edilir. Hile üçgeni, çalışanların baskı, fırsat ve haklı gösterme nedenlerinden dolayı hile yapabileceklerini açıklar (Hillison, Pacini ve Sinason,2009:4). Çalışanlar iş ile ilgili, finansal maddi sıkıntı ve borç ile ilgili ve kötü alışkanlıkların sonucu baskıya maruz kalabilirler, iç kontrol sisteminin zayıflığı nedeniyle hile yapmak için fırsat bulabilirler, psikolojik olarak ta kendilerini haklı göstererek hile yapabilirler.

Finansal tablolarda yönetim tarafından yapılan hileler finansal baskılardan kaynaklanır. Bilanço ve gelir tablosunda gelir ve kar hesapları artırılarak zayıf likiditeyi, sorunlu alacakları, müşteri kayıplarını, daralan pazar payını, eksik ve kullanılması mümkün olmayan stokları vb. gizlenmesine çalışılır (Kostava, 2012: 54).

Ancak bu hileler doğrudan işletmeye karşı olabileceği gibi yatırımcıları yanıltmaya yönelikte olabilir. Ayrıca işletmeye karşı hile yapabilecek grup yalnızca işletme yönetimi ve çalışanları değildir. Satıcı ve müşteriler de işletmeye yönelik hile yapabilecekleri bilinmelidir.

Finansal tablolarda yapılan hata ve hilelerin tespitinde denetçilere önemli bir görev düşmektedir. Denetçiler etik kurallar dahilinde işletme faaliyetlerinin denetiminde profesyonel yaklaşım sergilemelidirler. Denetçiler, hata ve hileye neden olan faktörleri belirleyerek denetim riskini azaltmak üzerine planlama yapmalıdırlar. Her durumda riskleri tespit etmek ve bu riskleri giderici önerilerde bulunmak mümkün değildir. Denetlenen işletmelerde artan personel dolandırıcılığının, denetimin normal şekilde yürütülmesinin önünde en büyük engeli olduğu kanıtlanmıştır (Kostava,2012:64).

Amerikan Yeminli Mali Müşavirler Enstitüsü (AICPA)'nın Denetim Standartları Kurulu (ASB) yayınladığı Finansal Tabloların Denetiminde Hilenin Dikkate Alınması standarttı SAS-82 ile ilk kez hile kavramı kullanılarak hile riski değerlemesi kavramı ifade edilmiştir. SAS-99 ile bağımsız denetimde denetçiler için yalnızca finansal tablolardaki hata veya hile kaynaklı önemli yanlışlıkların makul ölçülerde tespitinin zorunlu olmadığı, aynı zamanda hileyi de ortaya çıkarma sorumluluklarının olduğu belirtilerek yol gösterici kurallar konulmuştur (AICPA,2002).

Hile ve yolsuzluk belirtilerinin geçmişte yaşanan hile ve yolsuzluk belirtileriyle benzerlik gösterdiği görülmüştür. SAS-82 ve SAS-99 kapsamında finansal tablolarda yapılan hilelerin aynı belirtileri taşıması "kır-

mızı bayrak" olarak ifade edilmiş, kırmızı bayrak olarak ifade edilen belirtilerin benzer hile ve yolsuzluklarda gösterge olarak dikkate alınması ve hile riskinin değerlendirilmesinde faydalanılması belirtilmiştir.

Türkiye Denetim Standartları BDS-240 Finansal Tabloların Bağımsız Denetiminde Bağımsız Denetçinin Hileye İlişkin Sorumlulukları standarttı, hilenin önlenmesi ve tespit edilmesine ilişkin denetçinin sorumluluklarını düzenlemiştir. Denetçi, hile ile finansal tablolarda kasıtlı olarak yapılan yanlışlıklarla ve varlıkların kötüye kullanılmasından kaynaklanan yanlışlıklarla ilgilenir. Hilenin tespit edilmesi ve önlenmesindeki sorumluluk yönetim ve üst yönetime aittir. Hile yoluyla yapılan yanlışlığın hata ile yapılan yanlışlığa göre tespit edilememe riski daha yüksektir (KGK,2022).

Dolandırıcılık, çalma ve hile eylemlerini gerçekleştirenlerin tespiti halinde cezai yaptırımlara uğrayacakları da bir gerçektir. Muhasebe işlemlerinde yaşanan farklı boyutlardaki usulsüzlüklerin artış göstermesi bu vakaların tespitinde uzman bir yaklaşım gerektirmiştir. Bu yaklaşım adli muhasebedir. Adli muhasebe; muhasebe yanında birçok bilim alanından (denetim, hukuk, finans, sayısal yöntemler, davranış bilimleri) yararlanılarak inceleme ve soruşturma amacıyla kanıt toplama, analiz, değerlendirme ve raporlama sürecidir. Adli muhasebe, yargıya intikal etmiş dava aşamasındaki muhasebe ve finansal suçların çözümüne uzmanlık, danışmanlık, bilirkişilik desteği sağlamaktadır (Demir ve Yıldız,2022:134).

İşletme içinde muhasebe hilelerine karşı bazı önleyici tedbirler alınabilir (Jafarlı ve Gahramanlı, 2018:12).;

• Çalışanların işe alınmalarında tecrübeleri, referansları araştırılmalıdır.

• Muhasebe ve finansal uygulamaların dönemsel karşılaştırılarak analitik analizi yapılmalıdır.

• Çalışanlara hile ve önlenmesi yönünde sık sık eğitimler verilmelidir.

• Çalışanlara verilen ücretlerde performans ilişkisi kurularak dengeli bir ücret politikası oluşturulmalıdır.

• Hilenin önlenmesi ve hilenin tespiti halinde yapılacak işlemlere yönelik yöntemler geliştirilmelidir.

Merkezi ABD'de bulunan Sertifikalı Dolandırıcılık İnceleme Derneği (ACFE) tarafından 2 yılda bir Uluslararası İş Dolandırıcılık Raporu yayınlamaktadır. 2022 yılı raporu 133 ülkeden bildirilen 7.890 adet dolandırıcılık vakasından rapor için kullanılabilir 2.110 vaka incelenerek hazırlanmıştır. Bu vakaların 8'i Türkiye'ye aittir. Dolandırıcılık vakalardaki vaka başına kaybın 1,8 Milyon ABD Doları, toplam kaybın ise 3,6 Milyar

ABD Doları, küresel ölçekte ise yaklaşık 4,7 Trilyon ABD Doları yıllık kaybın olduğu, işletmelerin de gelirlerinin % 5'ini kaybettikleri ifade edilmiştir (The Association of Certified Fraud Examiners [ACFE],2022:8).

## 3. STOKLARDA YAPILAN HİLELERİN ÖNLENMESİ

### 3.1. Stokların Özellikleri ve Yönetilmesi

Stoklar, bir üretim işletmesinin üretimde kullanacağı hammaddelerden ve üretilmiş satışa hazır ürünlerden oluşmaktadır. Bir işletmenin mevcudiyetinde olan ve kâr elde etmek için piyasada satışa sunacağı tüm ürünleri, malları ve malzemeleri ifade eder. Diğer bir şekliye, bir üretim işletmesinde stoklar yalnızca üretimi tamamlanmış ve satışa hazır ürünlerden değil, aynı zamanda üretimde kullanılan hammaddelerden ve üretim süreci devam eden yarı mamulleri de içerir. Emek yoğun bir hizmet üretim işletmesinde ise stoklar çoğunlukla soyut niteliktedir. Hizmet sektöründe fiziki stoklar çoğunlukla satış öncesi hizmet sunumuna katkı sağlayan malları ve malzemeleri içerir.

Stok yönetimi, bir işletmenin tedarik noktasından nihai satışa kadar ürünlerin girişini ve çıkışını kontrol ederek fiziksel stokunu yönettiği süreçtir. Bu stokların konuma göre izlenmesini, satın alma siparişlerinin ne zaman verileceğinin seçilmesini ve satışların verimli bir şekilde yerine getirilmesini içerir. Stok yönetimi, ürünlerin sipariş edildiği, takip edildiği, depolandığı, yönetildiği ve sevk edildiği süreçtir. Stok yönetimi, ürün kaybını önler, ürünlerin takip edilme yeteneğini geliştirir, sipariş karşılamayı kolaylaştırır ve uygun stok seviyelerinin korumasına yardımcı olur (Uzialko,2023).

Stok yönetimi, bir işletmenin kârlılığının çok önemli bir parçasıdır. Ancak birçok küçük işletme, satışını yaptıkları ürünler için iyi bir stok yönetimi uygulamaz. Bazı işletmeler çok az stoka sahip olduklarından yeterli mevcut ürünü tedarik ederek müşterilerin beklentilerini karşılayamazlar. Bu da müşterilerin ürün satın almadan uzaklaşmalarına, başka bir işletmeye yönelmelerine neden olur (Caramela,2023). Diğer yandan, birçok işletme de müşterisini kaybetmemek için fazla ürün stoku yapmaktadır. Bu da riskli bir yöntem olarak işletmenin finansal kaynaklarının atıl kalmasına neden olmaktadır. Fazla stok nakit akışını engellemekle kalmaz, aynı zamanda depolama ve takip etme maliyetini de artırır.

TMS-2 Stoklar standarttı; üretim işletmesinde alınan ve üretilen ürünler ile ticari işletmelerde alım satımı yapılan ürünlerin maliyet tespiti ve ürünlerin satımı ile ilgili ölçme, değerlendirme ve izlenmesine yönelik kurallar ve ilkeler düzenlenmiştir (KGK,2018d). TMS- 2 Stoklar standarttına göre stoklar; normal faaliyetler kapsamında satılmak üzere elde tutulan, satılmak üzere üretilen, üretim ve hizmet sürecinde kullanılan

hammadde ve malzemelerdir (KGK,2018d). Buna göre detaylandırılmış stok türleri;

• Üretimde kullanılan hammadde ve malzeme,

• Yarı mamuller,

• Satışa hazır ürünler,

• Satışa sevk edilmiş işletmede olmayan ürünler,

• Tedarik edilen ancak işletme deposuna girmeden müşteriye gönderilen ürünler,

• Satış artışı beklentisi ile elde tutulan ürünler,

• Sarf malzemeleri,

• Bakım onarım malzemeleri,

• Güvenlik stoku.

Stokların sağlıklı bir şekilde yönetilmesi için alınması gereken önlemler (Caramela,2023);

• Stoklar siparişinde öncelikli grup sırası oluşturmak,

• Stokların kayıtlarının tutmak,

• Stokları periyodik olarak kontrol etmek,

• Tedarik işlemlerinde güvenli tedarikçileri seçmek,

• Stokların şeffaf ve standart bir şekilde tedarik ve kayıt işlemleri gerçekleştirmek,

• Satışların takip ederek stokları güncellemek,

• Sipariş verme işleminin bizzat işletme tarafından yapılarak, tedarikçilerin inisiyatifine bırakmamak,

• Stok yönetimini sağlayan en uygun yazılım ve teknolojiyi kullanmak.

TMS-2 Stoklar standarttı ile stoklar değerlenirken stokun son haline getirilmesi için katlanılanlar dahil aktifleştirilmiş tüm maliyetlerin dikkate alınacağı, değerlemenin ise maliyet ve net gerçekleşebilir değerin düşük olanıyla gerçekleştirileceği düzenlenmiştir. Stok değerlemesine dahil edilecek maliyetler ise satınalma, dönüştürme ve diğer maliyetlerdir (KGK,2018d).

Stoklar işletmenin nakit varlıklarından sonra kısa sürede nakde dönüşmesi beklenen varlıklarıdır. İşletme karının tespitinde maliyet etkisi stoklara özel bir önem verilmesi gerekir. Ayrıca işletme bilançosunda ak-

tif varlıklar içerisinde önemli bir büyüklüğü temsil eden stoklar aynı zamanda çalınma ve hile için de geniş bir alan oluşturmaktadır.

### 3.2. Stoklarda Yapılan Hilenin Nedenleri, Belirtileri ve Alınması Gereken Önlemler

Wall Street Journal, işletmelerin stok hileleriyle finansal tablolarını yanlış sundukları yönünde sık sık haber yapmaktadır. Phar-Mor (ilaç), Har-Mor (gayrimenkul yatırım), Laribee Wire (nakliye), Leslie Fay(bayan giyim) ve Comptronix (yazılım) işletmelerinde ortaya çıkan dolandırıcılık haberleri bu haberlerden bir kaçıdır. 1990'lı yıllarda arda arda stok dolandırıcılığı iddiasıyla haberler yapılmıştır. Bu süreçte stokların niçin hile yoluyla dolandırıcılık için başvurulan bir alan olduğu sorusu sorulmuştur. Stokların hile için zemin teşkil etmesinin birinci nedeninin; stok denetiminin zor ve karmaşık bir süreç olması, ikinci nedeninin ise stok hilelerinin gizlenebilir olması yönünde gerekçeler gösterilmiştir (Inventory Fraud…t.y.). Özellikle durgunluk dönemlerinde gelirlerini ve karlılıklarını sürdürmekte zorlanan başarılı işletmelerde stok hilelerinin yaygınlaştığı görülmektedir. Stok hileleri, fiziksel stokların çalınmasını ve bir işletmenin finansal tablolarında stok kayıtlarının yanlış beyan edilmesini içerir.

Sertifikalı Dolandırıcılık İnceleme Derneği (ACFE)'ye göre hileyi başlıca üç kategoride değerlendirilmektedir. Bunlar (ACFE,2022:9);

- Varlıkların çalınması ve kötüye kullanımı,
- Yolsuzluk (rüşvet,gasp,çıkar çatışması gibi),
- Finansal tablo hileleri.

Varlıkların çalınması ve kötüye kullanımına ilişkin bildirilen vakaların, daha önce olduğu gibi toplam vakalar içinde adet olarak ağırlıklı olmaya devam ettiği de belirtilmiştir. Ancak finansal tablo hileleri parasal anlamda daha fazla kayıplara yol açtığı da tespit edilmiştir (ACFE,2022:9).

Stoklar, işletmede ölçülmesi ve izlenmesi en zor varlıklardan biridir. Bir işletmede hile unsuruyla yapılan dolandırıcılık, nakit ve stoklar da dahil olmak üzere fiziksel varlıkların çalınmasını içerir. Perakendeci, imalat ve ticari işletmelere nazaran minimum stoku bulunan hizmet işletmelerinde stok çalınması riski daha azdır. Stok hırsızlığı güçlü bir iç kontrol sisteminin olmadığı ortamda genellikle çalışanlar tarafından gerçekleştirilir. İşletmeler büyümeyi başarabilmeleri için stoklarını koruması gerekir. Hilenin zamanında tespit edilerek önlenmesi, işletmeye zaman ve para tasarrufu sağlayacaktır.

Stok hileleri fiziksel kayıp ve finansal tablo hileleriyle gerçekleştirilir;

- Stokların Çalışanlar Tarafından Çalınması

Hile türlerinden varlıkların çalınması ve kötüye kullanımı kategorisine giren çalışanlar tarafından yapılan hırsızlık, gerçek bir stok kaybına neden olur. Özellikle perakende satış yapan işletmelerde oldukça yaygındır. Örneğin, kişisel kullanımlar için küçük ve saklaması kolay ürünlerin çalınması daha kolaydır. İşletmede gece bekçisinden stok deposunda çalışanlara kadar herkes işletme ürünlerini kullanmak veya satmak için sayısız yollarla stok çalabilirler.

Çalışanlar tarafından stok çalınmasının işaretleri;

· Eksik belgeler (paketleme içerikleri, sevk belgeleri gibi.),

· İmkânlarının üzerinde yaşayan çalışanlar,

· Çalışanlar ve müşteriler tarafından kayıp veya çalıntı şikâyetlerinde bulunulması,

· Düşük ücret veya diğer sosyal haklardan eksiklikten dolayı kendini mutsuz hisseden çalışanlar,

· Çalışanların yaptıkları hırsızlığın fark edilmesinden korktukları için tatile gitmek istememeleri,

· Hali hazırda çalışanların, eski çalışanların veya arkadaşlarının aşırı samimi davranışları,

· Sipariş alma ve teslimlerde sık sık güvenlik talimatlarına uyulmaması,

· İşyerine çanta ile gelmek ve gitmek,

· Stok belgelerine başkasının adını yazmak veya başkasının yerine usulsüz imza atmak,

· Aynı çalışanların vardiyasında sık sık nakit eksikliği veya fazlalığı yaşanması,

· Alışılmadık derecede yüksek sayıda satış iptalleri.

Kendi mağazasından küçük bir ürün çalan bir perakende mağaza çalışanın yaptığı eylem ile hammaddeleri üçüncü tarafa usulsüz olarak satan üretim müdürünün yaptığı eylem kadar karmaşıktır. Ayrıca tüm dünyada etkisini gösteren pandemi süreci stok dolandırıcılığına farklı bir bakış açısı getirmiştir. Örneğin, pandemi sürecinde işletmede çalışan sayısının azalması gözetim düzeyini azaltarak hile yapılmasını kolaylaştırmış olabilir.

İşletme çalışanları tarafından yapılan stok hırsızlığını tespit etmek ve yakalamak için çeşitli önlemler alınabilir. Güvenlik kamerası, gözetim, rast-

gele denetimler, nakit kontrolü, hırsızlığı bildirenlere ödül verilmesi (ihbar), çalışanların araka planlarının kontrolü, gizli müşteri olmak, çöplerin kontrolü gibi alınacak önlemlerden birkaçıdır. Stok çalınmasının ortaya çıkarılmasında en yaygın tespit yönteminin (%42) ihbar olduğu, ihbarların yarısından fazlasının da (%55) çalışanlardan geldiği belirtilmiştir (ACFE,2022:4,22).

- Finansal Tablolarda Yapılan Stok Hileleri

Stok hileleri, finansal tablolarda yapılan hilelerle de gerçekleştirilebilir. Bu hileler; stokların dönemsellik ilkesine uygun olamayan zaman dilimlerinde kayıt edilmesi, gerçekçi olmayan stok kayıtları ve değerleme işlemleri ile gerçekleştirilir. Bu tür hileler bazı hedeflere ulaşma ihtiyacı nedeniyle genellikle üst yönetim tarafından gerçekleştirilir.

Gerçekçi olmayan stok kayıtları, hayali kayıtlarla stok miktarının ve stok değerinin yüksek gösterilmesi, olmayan stok satışlarının kredili satış yapılmış gibi gösterilmesini kapsar (Kabra,2020). Stok değerinin fazla beyan edilmesi stok hilelerinin en yaygın türüdür. İşletme yönetimi hissedarları memnun etmek, prim ve yüksek ücret elde etmek, işletmeyi olduğundan daha fazla karlı göstermek, bankadan kredi almayı kolaylaştırmak için hilelere başvurabilir. Gelirleri yüksek göstermenin bir yolu da stokların yüksek gösterilmesidir. Bu hile şekli dünyada halka açık en ünlü işletmelerin bazılarının yakın zamana kadar yaptığı bir hile şekli olmuştur. Satılan Malın Maliyeti, oluşan stok tutarından kalan stok tutarının çıkarılmasıyla bulunur. Kalan stok tutarının fazla gösterilmesi, maliyetleri düşük, karı yüksek gösterecektir.

İşletme yönetimi karı düşük göstererek daha düşük vergi ödeyebilmek için satılan malın maliyetini yüksek dolayısıyla kalan stok tutarını düşükte gösterebilir. Bu hile yöntemi özelikle küçük işletmelerde yaygındır. İç kontrol eksikliğinden dolayı bir işletmenin stoklarında aynı zamanda hem hırsızlık hem de finansal tablo hilesi yapılması mümkün olabilir.

Finansal tablolarda yapılan stok hilelerinin işaretleri;

· Stoktaki varlıkların değeri zaman içerisinde sıklıkla değişmez veya az değişir.

· Brüt kar yüzdesi asla dönem dönem değişmez.

· Stok değerleri satıştan daha hızlı artar.

· Alışılagelmedik stok değişiklikleri stok devir hızı ve oranlarını değiştirir.

· Nakliye maliyetler stok maliyetlerini olumsuz olarak yükseltir.

· Deponun fiziki stoklarla tam dolu olmasına rağmen stoklar düşük değerlenebilir.

· Depo fiziki stoklar açısından boş olsa bile stoklar yüksek değerlenebilir.

· Nakliye belgelerinde alış ve satış tutarları yer almaz.

· Uzun bir dönem içinde birim standart maliyetler ile gerçekleşen maliyetler farklılık gösterir.

· Sürekli envanter yönteminde sayımlarda stok miktarları büyük farklılık gösterir.

· Birim başına standart maliyetler, uzun bir süre için birim başına gerçek maliyetlerden büyük ölçüde farklılık gösterir.

· Teslimat için şüpheli ve isimlendirilmemiş adreslere sevk faturaları düzenlenir.

Olası stok hilelerinin değerlendirilmesinde kanıtların objektif ve analitik olarak değerlendirilmeli gerekirse ilave ek bilgilere başvurulmalıdır.

• Stok Hilelerinin Önlenmesi İçin Alınması Gereken Önlemler;

Fiziki stokları korumak ve finansal tablolardaki hileleri önlemek için bazı basit önlemler alınabilir.

· Tüm nakliye ve sevk faturaları fiziksel olarak satın alma veya satış faturalarıyla karşılaştırılabilir. Yetkili kişi veya işletme adına düzenlenen nakliye ve sevk faturalarının takibi daha zordur.

· Sürekli envanter yönteminde stokların doğruluğunu kontrol etmek için kısa aralıklarla sürpriz bir stok sayımı yapılabilir. Ani stok sayımları çalışanlar arasında stokların her an kontrol edileceğine dair bir beklenti oluşturacaktır.

· Nakliye ve teslim alma görevleri ayrı çalışanlarca gerçekleştirilmeli, mümkünse fatura düzenleyen ve fatura ödeyen birimler ayrılabilir. Böylelikle tüm nakliye ve sevk faturaları bir satın alma veya bir satış faturası ile eşleştirilerek evrak kontrolünün geliştirilmesi sağlanabilir.

· Modası geçmiş veya bozulmuş mallar için yapılan fire işlemlerinin doğruluğu incelenebilir.

· Finansal tablolar analizi ile önceki ve cari dönemler karşılaştırılarak zaman içinde stok oranlarındaki değişiklikler incelenebilir. Sektör oranları ile işletme oranları karşılaştırılabilir. Gerçekleşen ile beklenen oran sapmaları araştırılarak açıklanabilir.

Bir işletmede yapılan hilenin tespit edilme olasılığı azsa, hile yapanlar tespit edilmesine rağmen cezalandırılmıyorlarsa, zihinsel ve fiziksel olarak hile yapmaya müsait çalışanlar varsa hile yapılması için uygun fırsatta vardır (Kostava, 2013: 336).

Türkiye'de çok defa varlık barışı adı altında genel vergi affı düzenlemeleri yapılmaktadır. Bu düzenlemelerin kapsamında stok affı da bulunmaktadır. Stok affı, işletmede var olan ancak kayıtlarda olmayan stoklarla, işletmede var olmayan ancak kayıtlarda bulunan stokları kapsamaktadır. Stok affına yönelik işlemlerin gerçekleştirilmesiyle kaydi durumla fiziki durumun uyumluluğu sağlanabilecektir. Ancak periyodik stok sayımlarına, iç ve dış denetimin gerçekleştirilmesine rağmen stokların gerçek miktar ve değerde yansıtılmamasının açıklaması yapılmalıdır. İşletmenin stok affıyla kayıtlarını düzeltmeden önce hazırlamış oldukları finansal tabloların gerçeğe uygun olarak hazırlanmadığı anlaşılmaktadır. Özellikle halka açık işletmelerin yatırımcılarına yanlış finansal bilgi sunduğu da bir gerçektir. Stok affı düzenlemesi işletmelere kolaylık sağlamakla birlikte stok affına konu olan durumun hata, çalınma ve/veya hile ile mi gerçekleşip gerçekleşmediği sorularının sorulmasına neden olmaktadır. Bu tür düzenlemeler stok yönetimini etkisiz bırakmaktadır.

Stok çalınmalarının ve hilelerine önleyici tedbirler alınması güçlü bir iç kontrol sisteminin tesisi ile mümkün olacaktır. İç kontrol sistemi işletme organizasyonun tamamı için olmazsa olmaz gerekli bir kontrol sistemidir. İşletmelerin büyümesi, faaliyetlerinin karmaşıklığı sürecinde yapılan hatalı ve hileli işlemler iç kontrol sisteminin gerekliliğini ortaya koymaktadır. İşletme yöneticilerinin etkin bir iç kontrol sistemini tesis etmeden işletme faaliyetlerini kontrol etmeleri ve yönetmeleri mümkün görünmemektedir. Özelikle dünyadaki büyük işletmelerin bazılarının bağımsız denetimden geçmelerine rağmen daha sonra ortaya çıkan finansal skandallar bağımsız denetimin sorgulanmasına iç denetimin daha fazla önem kazanmasına neden olmuştur.

İç kontrol, finansal tabloların güvenilirliği, faaliyet ve işlemlerin etkin-verimli ve yasal düzenlemelere uygun olarak gerçekleştirildiği konusunda sınırlı bir güvence veren işletme yönetimi tarafından kurulan bir kontrol sistemidir.

İç kontrolün birinci amacı, bir işletmeyi korumak ve hedeflerine doğru ilerlemesine yardımcı olmaktır. İç kontroller, riskleri en aza indirmek ve varlıkları korumak, kayıtların doğruluğunu sağlamak, operasyonel verimliliği artırmak ve politikalara, kurallara, düzenlemelere ve yasalara bağlılığı teşvik etme işlevi görür (Michigan Tech, t.y.). İç kontrol yalnızca işletmeye yönelik risklerle ilgilenmez, aynı zamanda gereksiz maliyet veya faaliyetleri de azaltır.

İç kontrollerin temel amaçları (The Indeed Editorial Team,2023);

- İç kontrollerin gerçekleştirildiği sürecin açıklanması,
- Riskleri belirlenmesi,

- Riskleri azaltılması,
- Bilgi paylaşımının kontrol edilmesi,
- İç kontrollerin etkinliğinin değerlendirilmesi.

İç denetim, iç kontrolün farklı işlev üstlenen bir parçasıdır. Daha geniş bir kavram olan iç kontrol genel olarak işletmede olası risklerin etkisini azaltıcı bir sistemin kurulması, yönetilmesi ve uygulanması sürecidir. İç kontrol sisteminin kurulması etkin bir şekilde işletilmesi ve geliştirici tedbirler alınması yönetim sorumluluğudur. İşletmede iç kontrol sisteminin niteliği hakkındaki bilgiler iç denetim raporlarından edinilir. Bunun yanında iç denetim, iç kontrol sisteminin uygun çalışıp çalışmadığını da raporlar. İç denetim işletme içi faaliyetlerin farklı bir şekilde ve tarafsız değerlendirilmesidir.

İç denetimin; işletme içinde olası riskleri oluşmadan önce tespit ederek önleyici tedbirler almak suretiyle iç kontrolü test ederek iç kontrolün gelişimi için önerilerde bulunur. Risk ve önleyici kontrol amaçlı çalışan iç denetim işletme faaliyetlerini geliştir ve değer katar.

İşletmelerde stoklar açısından iç kontrol faaliyetleri tasarlanırken göz önünde bulundurulması gereken hususlar hata, çalınma ve hilelerin de önüne geçecektir (Islam,2022);

• Görevler ayrılığı, görev ayrılığında en hassas nokta, varlıkların korunması için işletme içindeki kayıt ve onay/yetkilendirme fonksiyonlarının ayrı olmasıdır.

• Doğru yetki ve onay, her işlem yetkili birim yöneticisinin onayı alınarak yapılmalıdır. Bu, organizasyonun her seviyesinde önemlidir.

• Yeterli belge ve kayıtlar, fatura, sipariş fişi, ürün teslim tutanağı, muhasebe kayıtları gibi belgeler işlemlerin gerçekleştirildiğinin kanıtı olup, bunların bir bilgisayarda ve/veya dışarıda belirli bir düzende saklanması gerekir. Destekleyici belgelerin önemi, iç kontrol sisteminin ayrılmaz bir parçası olmalarıdır.

• Bağımsız kontroller, görev ve süreçlerin işletme içinden veya dışından üçüncü kişiler tarafından bağımsız olarak kontrol edilmesini ifade eder. Finansal tablolar dış denetçiler, operasyonel ve finansal detayların denetimi iç denetçiler tarafından yapılabilir.

• Varlıklar ve kayıtlar üzerindeki fiziksel kontroller, işletme yönetimi tarafından bilgisayarlara, binalara, depolara ve muhasebe sistemlerine düzenli olarak erişim sağlanmalıdır.

## 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmelerin sürekli değişkenlik gösteren rekabet ortamını üretim ayarlamalarıyla kontrol etmeleri mümkün değildir. İşletmeler, mevcut piyasa koşulları karşısında maliyetlerini minimuma indirerek karlarını maksimuma çıkarmak için etkin stok politikaları geliştirmek ve uygulamak durumundadırlar. Ürün çeşitliliğinin artması stok kontrolünü ve yönetimini zor ve karmaşık bir hale getirmektedir. Stokların birim olarak fazla sayıda ve tutarda olması çalınma ve hile için uygun bir ortam oluşturmaktadır.

Stok hileleri, çalışanlardan ve yöneticilerden kaynaklanmaktadır. Stok hileleri, çalışanlarca hammadde ve ürün çalınması, yöneticiler tarafından da finansal tablolarda hile yapılması şeklinde ortaya çıkar.

Hisse senedi yatırımcılarını yanıltarak yatırım yapmalarını sağlamak, kredi alınmasını kolaylaştırmak ve daha az vergi ödemek amacıyla stok hileleri yapılmaktadır. Stok hileleri, fiziki varlıklarda kayıp ve çalıntılar, muhasebe belge ve kayıtlarında sahtecilik veya yanlış kayıtlama, stokların yanlış değerlemesi, stok tutarlarının olduğundan yüksek veya düşük gösterilmesi şekliyle yapılmaktadır.

Hile vasıtasıyla dolandırıcılık yapılması işletme için sadece parasal kayıplara yol açmaz. İşletmenin görünümünde itibar, marka, müşteri ve çalışan kaybına da yola açar. Stok hileleri işletmeler için çok yıpratıcı ve yıkıcı olabilir. Hile, işletme sisteminin açıklarından istifade eder. Hile gerçekleştirildikten sonra değil hile yapılmadan önce riskler göz önüne alarak önleyici önlemler alınması daha önemli bir işlevdir. Hilenin meydana geldikten sonra ortaya çıkarılması zor, zahmetli ve maliyetlidir.

Stok dolandırıcılığına temel teşkil eden hilenin önlenebilmesi için ortak yaklaşımlar;

• Görev ayrılığı bir çalışanın çıkar çatışması olan sürece katılmaması,

• Teknoloji destekli uygun yazılımlı stok yönetim sisteminin oluşturulması,

• Hammadde ve ürün giriş çıkışları periyodik olarak muhasebe kayıtlarıyla kontrol edilmesi,

• Ani ve beklenmedik zamanlarda stok sayımı yapılması ve çalışanlarda ani sayım beklentisi oluşturulması,

• Bir zaman periyodunda üretim sürecinin girdilerinin hammadde, işçilik ve diğer maliyetlerin üretim çıktılarıyla karşılaştırılması, beklenen çıktı ile gerçekleşen çıktının analiz edilmesi,

• Depolar başta olmak üzere tüm işletmede çalışanların işletmeye giriş ve çıkışlarının kontrol edilmesi yönünde basit önlemler alınmasıdır.

İşletmelerde kalite, hız, düşük maliyet, verimlilik ve müşteri memnuniyeti daha önemli hale gelmiştir. İşletmeler bu faktörlerin baskısıyla iş süreçlerini geliştirebilmek için daha fazla bilgiye ve iletişime ihtiyaç duymaktadır.

İşletmede düzgün tesis edilemeyen iç kontrol sisteminin varlığı hile yapılmasına uygun zemin teşkil edecektir. Basit ama etkili iç kontrol uygulamaları ile hile riskinin azaltmasının birçok yolu vardır. Güçlü bir iç kontrol sistemi, hilenin tespit edilme şansını artıracak ve olası bir hileye karşı önleyici bir tedbir sağlayacaktır. İşletmede hesap verebilirlik kültürü de geliştirilmelidir.

İç kontrol sistemi bir kere tesis edilip oluruna bırakılacak bir sistem değildir. Sistemin beklenen faydayı sağlayabilmesi için sistemin üst yönetim tarafından sık aralıklarla izlenmesi gerekmektedir. Risk faktörlerini belirleyerek risklerin faaliyetler üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek için iç kontrol sistemi sürekli olarak gözden geçirilmeli ve gerektiğinde revize edilmelidir. Bu süreç doğru ve zamanında yapıldığında riskler, hatalar ve hileler en aza indirilebilecektir.

# KAYNAKÇA


ACFE. (2022). *Occupational Fraud 2022: A Report To The Nations.* Austin:ACFE. Erişim adresi: https://acfepublic.s3.us-west-2.amazonaws.com/2022+-Report+to+the+Nations.pdf

AICPA.(2002). Consideration of fraud in a financial statement(SAS-99). Association of International Certified Professional Accountants. Erişim adresi https://us.aicpa.org/content/ dam/ aicpa/research/standards/auditattest/downloadabledocuments/au-00316.pdf

Borçlar Kanunu. T.C. Resmi Gazete (27836, 04 Şubat 2011).

Caramela,S. (2023). 10 Essential tips for effective ınventory management. *Business News Daily.* Erişim adresi: https://www.businessnewsdaily.com/10613-effective-inventory-management. html

Demir, C.ve Yıldız,A. (2022). Muhasebe hata ve hileleri ve hilelerin ortaya çıkarılmasında adli muhasebecilik mesleği. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi,* 12 (1), 91-141. doi:10.20493/birtop.1090835

Doğan,B.(t.y.). *Hata veya yanılma nedir*? Avukat Baran Doğan Hukuk Bürosu. Erişim adresi: https://barandogan.av.tr/blog/borclar-hukuku/hata-yanilma-nedir-tbk.html

Hillison W., Pacini ,.C. ve Sinason,D.(2009). The ınternal auditor as fraudbuster. *Managerial Auditing Journal,*14(7),351-362.

Inventory Fraud And Instant Profits.(t.y.).Erişim adresi: http://www.swlearning.com/accounting/ skousen/int/company_news/09.pdf

Islam,S.,A. (2022). Importance of Internal Control System in Preventing Fraud. Linkedin. Erişim adresi:https://www.linkedin.com/pulse/importance-internal-control-system-preventing -fraud -salih-ahmed-i%CC%87slam?trk=-pulse-article_more-articles_related-content-card

ISO.(2016). *ISO 37001 Anti-bribery management systems*.Geneva:International Organization for Standardization. Erişim adresi: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store /en/ PUB100396.pdf

Jafarlı, R. ve Gahramanlı, G. (2018). Hata, yaratıcı muhasebe ve hile ayrımı, muhasebe hilelerine karşı çözüm önerisi: enron skandalı örneği . Ü*nye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 2 (1) , 1-15 .

Kabra,R. (2020). Inventory manipulation – major consideration for accounting frauds. *Alpha Invesco*. Erişim adresi: https://www.alphainvesco.com/blog/inventory-manipulation/

KGK.(2018a). Finansal Tabloların Sunuluşu (TMS-1). Türkiye Muhasebe Standartları. Erişim adresi: https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2023/Mavi_Kitap/TMS/TMS%201.pdf

KGK.(2018b). *Finansal raporlamaya ilişkin kavramsal çerçeve* . Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Erişim adresi: https://

www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/ Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2023/Mavi_Kitap/Finansal_Raporlamaya_Iliskin_Kavramsal_Cerceve_(2018_Surumu).pdf

KGK.(2018c). *Muhasebe politikaları, muhasebe tahminlerinde değişiklikler ve hatalar(TMS-8).* Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu. Erişim adresi: https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2023/Kirmizi_Kitap/TMS__/TMS%208.pdf

KGK.(2018d). *Stoklar (TMS-2).* Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu. Erişim adresi: https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS__ Setleri /2023/Kirmizi_Kitap/TMS__/TMS%202.pdf

KGK.(2022). Finansal *tabloların bağımsız denetiminde bağımsız denetçinin hileye ilişkin sorumlulukları (BDS-240).* ). Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu Erişim adresi: https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TDS/TDS_2022_ Seti/bds%20240.pdf

KGK.(2023). *Türkiye muhasebe standartları.* Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu. Erişim adresi: https://www.kgk.gov.tr/DynamicContentDetail/4105/ TurkiyeMuhasebeStandartlar%C4%B1

Kostava,S. (2012). Audit procedures for disclosure of errors and fraud in financial statements of bulgarian companies. *Scientific Annals of Economics and Business*, 59(1), 49-66.doi: 10.2478/v10316-012-0003-z

Kostava, S. (2013). Auidit procedures for disclosure of errors and fraud in financial statements. *Economic Themes*, 51 (2), 355-375.

Loth,R. (2021). *12 Things you need to know about financial statements.*Investopedia. Erişim adresi:

https://www.investopedia.com/articles/basics/06/financialreporting.asp

Michigan Tech.(t.y.). What is internal control? Internal Audit. Erişim adresi: https://www.mtu.edu/internal-audit/control/what-is/#:~:text=The%20primary%20purpose %20of%20internal,rules%2C%20regulations%2C%20and%20laws.

MSUGT 1 Seri No'lu Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği. T.C. Resmi Gazete (21447 mükerrer, 26 Aralık 1992).

Şen,E. ve Aksüt,E. (2016). Dolandırıcılık suçunda hile ve kast. *Hukuki Haber*. Erişim adresi: https://www.hukukihaber.net/dolandiricilik-sucunda-hile-ve-kast

Uzialko,A.(2023). 7 Inventory management techniques. *Business News Daily.* Erişim adresi: https://www.businessnewsdaily.com/15855-what-is-inventory-management.html

The Indeed Editorial Team.(2023). 12 *Reasons why internal controls are important in any business*. Indeed. Erişim adresi: https://www.indeed.com/career-advice/career-development/importance-of-internal-controls

Trade Brains. (2021). *Manipulation of financial statements – how do companies mold financials* Erişim adresi: https://tradebrains.in/manipulation-financial-statements/

Türk Ceza Kanunu. T.C. Resmi Gazete (25611, 12 Ekim 2004).

Türk Dil Kurumu. (2023). Türkçe sözlük, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları. Erişim adresi: https://sozluk.gov.tr/

# BÖLÜM 16

## SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN B CORP SERTİFİKALI MUHASEBE-DENETİM ŞİRKETLERİNİN İNCELENMESİ

*Kürşad ÇAVUŞOĞLU*[1]

1 Öğr. Gör. Dr., Mersin Üniversitesi, Anamur Meslek Yüksekokulu, İşletme Yönetimi Programı, kursatcavusoglu@mersin.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6820-3790

## 1. GİRİŞ

Endüstriyel ve ticari aktivitelerin negatif çevresel etkileri, endüstriyel ve küresel nüfus büyüklüğünün ekonomik ve sosyal etkileri, işletme operasyonlarının küreselleşmesi ile finansal hilelerin ortaya çıkmasının kamu tarafından şirketlerin dikkatle incelenmesine neden olması, şirketler üzerinde kamunun yeniden güvenini kazanmak için baskının artması sürdürülebilirliği işletme eylemlerine dâhil etmiştir (White, 2009: 5). Sürdürülebilirlik genel olarak bir sistemin kaynaklarını yenileyerek ya da sorumlu kullanarak bir sistemin varlığını sürdürmesini amaçlayan bir çalışma prensibidir (Horváth, 2017: 2). Sürdürülebilirlik bir toplumun yeniden üretebileceğinden daha fazla kaynağı kullanmaması gerektiğini ifade eder (Aras ve Crowther, 2009: 280). Kurumsal sürdürülebilirlik paydaşlarla karşılıklı etkileşim ile işletme faaliyetlerine sosyal ve çevresel kaygıların dâhil edildiğini gösteren şirket faaliyetlerini ifade eder (Van Marrewijk, 2003: 102). Kurumsal sürdürülebilirlikte örgütün ekonomik, çevresel ve sosyal etkilerine uzun dönemli odaklanma söz konusudur (White, 2009: 5). Sürdürülebilirlik örgütleri ekonomiyi, çevreyi ve toplumu eş zamanlı olarak geliştiren kararlar almaya davet eder (Hitchcock ve Willard, 2006: 3).

Çeşitli paydaşların farklı taleplerini karşılamada örgütlerin yararlandığı önemli araçlardan biri sürdürülebilirlik raporlamasıdır (Hahn ve Kühnen, 2013: 5). Sürdürülebilirlik raporları finansal raporlardan daha farklı türde bilgi sağlamakta olup, firmanın ekonomik, sosyal, çevresel performansını dikkate alarak uzun dönemli değer yaratma yeteneğini gösterir (Kuzey ve Uyar, 2017: 28). Sürdürülebilirlik raporlamasının tarihsel gelişimine bakıldığında dört aşama görülmekte olup, 1950'lerdeki ilk aşamada kurumsal sosyal sorumluluk tanımlanmıştır ve sosyal boyuta odaklanılmıştır (Buallay, 2022: 43). 1980'lerdeki ikinci aşamada odak çevresel konulara yönelmiştir (Buallay, 2022: 43; Hahn ve Kühnen, 2013: 5). 1990'lardaki üçüncü aşamada ekonomik, çevresel ve sosyal boyutları içeren (tek başına, ayrı, bağımsız bir rapor olarak) sürdürülebilirlik raporlaması odak noktasında yer almıştır (Buallay, 2022: 43). 2010'lardaki dördüncü aşamada ise ekonomik, çevresel, sosyal ve yönetişim bilgilerini bir araya getiren entegre raporlama ön plana çıkmaya başlamıştır (Buallay, 2022: 43).

Siew (2015: 181-182) kurumsal sürdürülebilirlik raporlaması araçlarını ilkeleri, inisiyatifleri, kılavuz bilgilerini sağlayan (örneğin Global Reporting Initiative (GRI)) çerçeve, daha resmi bir belgelendirmeyi (örneğin ISO 14001) ifade eden standartlar ile şirketin sürdürülebilirlik performansının üçüncü taraflar tarafından değerlendirildiği (örneğin Asian Sustainability Rating (ASR)) derecelendirme ve endeksler olmak üzere üç ana başlık altında toplamıştır. B Corp sertifikası da bunlara ek olarak kurumsal sürdürülebilirlik raporlaması aracı olarak düşünülebilir.

## 2. B CORP SERTİFİKASI

B Corp sertifikası, bir işletmenin çalışanlara sağlanan faydalar ile hayırsever bağışlarından tedarik zinciri uygulamalarına ve girdi malzemelerine kadar uzanan çeşitli faktörlerde doğrulanmış performans, hesap verebilirlik ve şeffaflıkla ilgili yüksek standartları karşıladığını belirlemedir (B Corporation, 2023a). B Corp sertifikasını diğer sertifikalardan ayıran en önemli özellik, şirketin yalnızca bir yönünü (örneğin bina ya da ürün gibi) değerlendirmekten ziyade şirketin tümüyle ve onun uygulamalarıyla (örneğin çalışan bağlılığı, toplumsal katılım, çevresel ayak izi, yönetim/yönetişim yapısı, müşteri ilişkileri gibi) ilgili olmasıdır (Honeyman ve Jana, 2019: 25).

Sertifikalı B Corp'lar sosyal ve çevresel performans, hesap verebilirlik ve şeffaflıkla ilgili yüksek standartları karşılamış olan ve kar amacı gütmeyen B Lab tarafından kendilerine sertifika verilmiş olan şirketlerdir (Honeyman ve Jana, 2019: 25). B Lab 2006 yılında kurulmuş, işletmeleri iyilik için bir güç olarak kullanan insanların oluşturduğu bir küresel hareket olarak hizmet eden kâr amacı gütmeyen bir organizasyon olup; 2007 yılında da ilk sertifikaları vermeye başlamıştır (Honeyman ve Jana, 2019: 25). B Corp'lar gönüllü olarak bağımsız değerlendirmeye ve derecelendirme standardına tabi olan kurumlardır (Stubbs, 2017a: 300). B Corp kararlarının çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, toplum ve çevre üzerindeki etkisini dikkate alarak kâr ile amaçları arasında denge kuran yeni bir işletme türüdür (Wecker ve Froehlich, 2022: 598). B Corp'lar sosyal girişim organizasyon şekli olarak düşünülebilirler (Cunha, Martins, Rego ve Zózimo, 2022: 117). Farklı şekillerde tanımlansa da genel olarak sosyal girişimler topluma bir şekilde katkı sunarlar ve sahipleri için kâr elde etmeyi denerler ya da en azından zarardan kaçınmaya çalışırlar (Chen ve Kelly, 2015: 102). Bu çerçevede B Corp'lar kaynaklarının önemli bir kısmını sosyal ve çevresel sorumluluk için tahsis ederken ilgili sahipleri için de kâr elde etmeyi amaçlarlar (Chen ve Kelly, 2015, s. 103).

B Corp sertifikasını almak için şirketlerin yapması gerekenler şunlardır (B Corporation, 2023a):

- 80 ve üzerinde B Etki Değerlendirmesi puanı alarak ve risk değerlendirmesinden geçerek yüksek sosyal ve çevresel performans gösterilmeli (Eğer şirket 80 ve üzerinde puan alırsa B Corp sertifikası için uygunluğu incelenir, uygun bulunursa değerlendirme aşamasına geçilir. Değerlendirme aşamasında şirketin yapısı, verdiği yanıtlar kısaca incelenir. Doğrulama aşamasında ise B Etki Değerlendirmesindeki yanıtları destekleyen belgeler sunulur)

- Yalnızca hissedarlara değil tüm paydaşlara hesap verebilir olacak şekilde kurumsal yönetim yapısının değiştirilerek resmi taahhüt verilmeli,

- B Lab'ın web sitesinde B Corp profili sayfasında performansına ilişkin bilgilerin yayınlamasına izin vererek şeffaflık gösterilmeli.

B Corp sertifikasyon sürecini tamamlamak için B Corp Karşılıklı Bağlılık Bildirgesi imzalanmalı, B Corp Mutabakatı imzalanmalı ve (şirketin yıllık satışlarına göre hesaplanan) yıllık sertifikasyon ücreti ödenmelidir (Honeyman ve Jana, 2019: 26). B Corp'lar için sertifikasyon dönemi üç yıl olup, üç yılın sonunda şirketler tekrardan güncellenmiş B Etki Değerlendirmesini tamamlamalı ve doğrulama sürecine girmelidir (Honeyman ve Jana, 2019: 26). Asgari ve azami büyüklük şartı olmaksızın en az bir yıl faaliyette bulunan kâr amacı güden herhangi bir şirket B Corp sertifikasyonuna başvurabilir (B Corporation, 2023b).

Sertifikalı B Corp olmanın sağladığı faydalardan bazıları şunlardır (Honeyman ve Jana, 2019):

- Küresel liderler topluluğunun bir parçası olma,
- Yetenekli ve bağlılık gösteren çalışanları şirkete çekme,
- Markaya duyulan itibarı ve güveni artırma,
- B Etki Değerlendirmesi çerçevesinde ölçülen sosyal ve çevresel performansı sektördeki diğer şirketlerle karşılaştırma ve zaman içerisinde bu performansı geliştirme
- Şirketin sosyal ve çevresel değerler çerçevesinde misyonunu uzun süre koruma
- Sosyal ve çevresel problemlerin çözümü için baskı ve farkındalık oluşturma
- Kalabalık bir piyasada diğer şirketlerden kendini farklı kılma.

## 3. B ETKİ DEĞERLENDİRMESİ

B Etki Değerlendirmesi, bir şirketin sosyal ve çevresel performansını 200 puan ölçeğinde değerlendiren, sonuçları binlerce şirket ile karşılaştıran, zaman içerisinde performansı geliştirmeye yardımcı olacak kaynaklara ve uygulama kılavuzlarına erişimi sağlayan ücretsiz, güvenilir, kullanımı kolay bir online yönetim aracıdır (Honeyman ve Jana, 2019: 62). B Etki Değerlendirmesi şirketin mevcut performansına odaklanmakta ve tüm paydaşları hedeflemekte olup, etki alanlarında alınan puanlara ilişkin B Etki Raporu sunmaktadır (Paelman, Van Cauwenberge ve Vander Bauwhede, 2020).

B Etki Değerlendirmesi kurumsal yönetim, çalışanlar, toplum, çevre ve müşteriler olmak üzere beş paydaş odaklı etki alanına bölünmüş olup, her bir etki alanında da paydaşlarla ilişkili etkinin belirli bir yönünü tanımlayan etki konuları bulunmaktadır. Etki konuları Operasyonel Etki ve

Etki İş Modelleri ile ilgili olabilmektedir (B Impact Assessment, 2020a).

Operasyonel Etki ve Etki İş Modelleri, B Etki Değerlendirmesinde değerlendirilen şirkete ait çevresel ve sosyal performansın iki temel yönüdür. Operasyonel Etki, şirket günlük bazda yönetilirken ve faaliyet gösterirken paydaşları üzerindeki operasyonel performansa odaklanır ve tüm şirketler için uygulanır. Etki İş Modeli ise paydaşlardan biri için belirli pozitif bir fayda/çıktı yaratmak için tasarlanmış iş modellerini ifade etmekte olup, bunlar ürün temelinde, belirli bir proses ya da aktivite temelinde ya da iş yapısı temelinde olabilir. Etki İş Modelleri nadir olup B Etki Değerlendirmesi yapan her şirkete uygulanmaz. B Etki Değerlendirmesini tamamlayan birçok şirket 0-2 Etki İş Modeline sahiptir (B Impact Assessment, 2020b).

B Etki Değerlendirmesindeki etki alanları kısaca aşağıda açıklanmıştır (B Impact Assessment, 2020c):

- *Kurumsal Yönetim:* Şirketin genel misyonu, sosyal/çevresel etkiye taahhüdü, etik değerleri ve şeffaflığı değerlendirilir. Bu etki alanı ayrıca şirketin misyonunu koruma ve kurumsal yapısı ya da kurumsal yönetim belgeleri aracılığıyla resmi olarak kararlarında paydaşlarını dikkate alma yeterliliğini değerlendirir.

- *Çalışanlar:* Şirketin, çalışanların maddi rahatlığına, sağlığına ve güvenliğine, kariyer gelişimlerine, çalışan bağlılığına ve memnuniyetine yaptığı katkılar değerlendirilir.

- *Toplum:* Şirketin faaliyet gösterdiği, çalışan temin ettiği, kaynak sağladığı topluluklara taahhüdünü ve etkisini değerlendirir. Bu etki alanında operasyonel etki çerçevesinde çeşitlilik, eşitlik ve dahil olma, ekonomik etki, sivil katılımı, hayırsever bağışı ve tedarik zinciri konuları ele alınır.

- *Çevre:* Şirketin genel çevre yönetim uygulamaları yanında, havaya, iklime, toprağa, suya ve biyolojik çeşitliliğe etkisi değerlendirilir. Bu etki alanı şirketin operasyonlarının doğrudan etkisini ve varsa tedarik zinciri ile dağıtım kanallarını da içerir.

- *Müşteriler:* Mal ve hizmetlerinin kalitesi, etik pazarlama, veri gizliliği ve güvenliği, geri bildirim kanalları aracılığıyla şirketin müşterilerini nasıl yönettiğini, koruduğunu değerlendirir.

B Etki Değerlendirmesi pozitif bir değerlendirme olup, verilen yanıtlar için puan kaybedilmemekte olup, yalnızca puan kazanılmaktadır. B Etki Değerlendirmesi şirketin sosyal ve çevresel performansını ölçmek için hem toplam olarak hem de her bir etki alanı bazında puanlanmaktadır (B Impact Assessment, 2020d). B Etki Değerlendirmesinden alınan

herhangi bir pozitif puan şirketin toplum ve çevre için faydalı bir şeyler yaptığını göstermekte olup, B Corp sertifikasını almak isteyen şirketler toplam olarak 200 puan üzerinden 80 ve daha üstü puan almak zorundadır (Honeyman ve Jana, 2019: 63-64; Blasi ve Sedita, 2022: 108-109).

Bir şirket Operasyonel Etki çerçevesinde toplam maksimum 140 operasyonel puan alabilmektedir. Bu toplam puan etki alanlarına ve bu alanlarda yer alan etki konularına göre dağılmıştır. Her bir etki alanının ve bu etki alanındaki etki konularının alacağı tam puan, ilgili konunun farklı sektörler için farklı önem düzeyine sahip olması nedeniyle sektöre göre değişmektedir (B Impact Assessment, 2020d).

Şirketler Etki İş Modeli çerçevesinde de puan kazanabilirler. Etki İş Modelinde etki alanında yer alan her bir etki konusu (iş modeli) için, birkaç etki konusu (iş modeli) hariç, alınabilecek maksimum puan 30'dur (B Impact Assessment, 2020d).

Çalışanı bulunmayan (sıfır çalışanlı) şirketler için farklı bir puanlama yapılmaktadır. Bir şirketin çalışanları yalnızca kurucularından ya da %10 üzerinde paya sahip ortaklardan oluşuyorsa, bu şirket çalışanı bulunmayan (sıfır çalışanlı) olarak kabul edilmektedir (B Impact Assessment, 2021). Sıfır çalışanlı şirketler Operasyonel Etki çerçevesinde çalışanlar etki alanı olmadığından toplam maksimum 110 operasyonel puan alabilmektedir. Yine diğer etki alanlarının ve bu etki alanlarındaki etki konularının alacağı tam puan sektörlere farklılık göstermektedir. Etki İş Modeli çerçevesinde ise diğer şirketlerin alacağı puanın 1,5 katını almaktadırlar (B Impact Assessment, 2020e).

Bu çalışmada muhasebe-denetim şirketleri incelenmiştir. B Etki Değerlendirmesine göre muhasebe-denetim şirketleri 'Düşük çevresel ayak izine sahip hizmetler' sektöründe yer almaktadır (B Impact Assessment, 2021). Tablo 1'de muhasebe-denetim şirketlerinin Operasyonal Etki çerçevesinde çalışan sayısı, etki alanı ve etki konularına göre alabilecekleri maksimum puan gösterilmiştir.

*Tablo 1. Operasyonel Etki Çerçevesinde Muhasebe-Denetim Şirketlerinin Alabilecekleri Maksimum Puan*

| Etki Alanı | Etki Konuları | Çalışanı Bulunan Muhasebe-Denetim Şirketi | Çalışanı Bulunmayan Muhasebe-Denetim Şirketi |
|---|---|---|---|
| Kurumsal Yönetim | Misyon ve Taahhüt | 6 | 6 |
| | Etik Değerler ve Şeffaflık | 9 | 9 |
| Çalışanlar | Maddi Rahatlık | 20 | 0 |
| | Sağlık ve Güvenlik | 12 | 0 |
| | Kariyer Gelişimi | 8 | 0 |
| | Bağlılık ve Memnuniyet | 10 | 0 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Toplum | Çeşitlilik, Eşitlik ve Dâhil Olma | 15 | 21 |
| | Sivil Katılımı ve Hayırsever Bağışı | 12 | 17 |
| | Ekonomik Etki | 15 | 21 |
| | Tedarik Zinciri Yönetimi | 8 | 11 |
| Çevre | Çevre Yönetimi | 7 | 7 |
| | Hava ve İklim | 7 | 7 |
| | Su | 2 | 2 |
| | Toprak ve Yaşam | 4 | 4 |
| Müşteriler | Müşteri Yönetimi | 5 | 5 |
| | TOPLAM | 140 | 110 |
| | Kurumsal Yönetim | 15 | 15 |
| Etki Alanı Puanlaması | Çalışanlar | 50 | 0 |
| | Toplum | 50 | 70 |
| | Çevre | 20 | 20 |
| | Müşteriler | 5 | 5 |

*(Kaynak: B Impact Assessment, 2020d, 2020e)*

## 4. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Gelir ve çalışan verimliliği büyüme hızı açısından B Corp'ları halka açık şirketler ve B Corp olmayan küçük özel kurumlarla karşılaştırdıkları çalışmalarında Chen ve Kelly (2015), B Corp'ların istatistiki olarak anlamlı bir şekilde halka açık şirketlerin gelir büyüme hızını geçtiğini bulmuşlardır. Buna mukabil B Corp'lar ile küçük özel kurumlar arasında gelir büyüme hızı bakımında anlamlı bir farklılığa rastlamamışlardır. B Corp'lar ile hem halka açık şirketler hem de küçük özel kurumlar arasında çalışan verimliliği büyüme hızı bakımından anlamlı bir farklılık bulmamışlardır. Ayrıca B Corp'ların B Etki Değerlendirmesi puanları ile gelir ve çalışan verimliliği büyüme hızı arasında anlamlı bir ilişkiye rastlamamışlardır.

Stubbs (2017a), 14 Avustralyalı şirket üzerinde B Corp modelinin karakteristik özelliklerini araştırdığı çalışmasında; B Corp modelinin içe yerleşik sosyal ve çevresel bir misyona sahip olduğunu, kârı maksimize etmektense paydaşlar için pozitif sosyal etkiler yaratmayı hedeflediğini, sosyal ve çevresel etkileri içselleştirdiğini, pozitif etkileri artırırken negatif etkileri azalttığını ve paydaşlarla karşılıklı yararlı ilişkiler oluşturduğunu bulmuştur.

14 Avustralyalı B Corp ile görüşme yaptığı çalışmasında Stubbs (2017b), B Corp'ların pozitif sosyal amaçları gerçekleştirmek için kârı araç olarak gördüklerini, kârı maksimize etmektense sosyal etkiye odaklandıklarını, iş çevresini ve hükümet yetkililerini etkileyerek B Corp'ları yasallaştırmaya çalıştıklarını, B Corp modelini değişim aracı olarak nitelediklerini ifade etmiştir.

Türkiye'deki 3 B Corp sertifikalı işletmeyi inceledikleri çalışmada Erbil ve Demirdağ (2017), B Corp sertifikasının bir gösterge niteliği taşımasını, öncü rolü olmasını, yatırımcıları çekmesini ve ağ ile işbirliği oluşturmasını B Corp sertifikasına sahip olma nedenleri olarak ifade etmişlerdir. B Corp'lara ilişkin yasal düzenlemenin oluşturulmasını ve B Corp'ların ne anlama geldiğinin paydaşlar tarafından bilinmesinin Türkiye'de B Corp sertifikasını yaygınlaştıracak unsurlar olarak belirtmişlerdir.

Avrupa'daki B Corp'lara odaklanarak hibrit organizasyonları inceledikleri çalışmalarında López-Navarro, Fuertes, Flor ve Cabedo (2018), şirketlerin Etki İş Modelleri (kazanılabilecek maksimum puana göre) puanının görece (kazanılabilecek maksimum puana göre) Operasyonel Etki puanından daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Ayrıca Operasyonel Etki ve Etki İş Modelleri için sektör düzeyinde anlamlı farklılığa rastlamışlardır. Operasyonel etkide imalat sektöründeki şirketler hizmetler sektöründeki şirketlerden daha yüksek puan elde ederken, Etki İş Modellerinde hizmetler sektöründeki şirketler imalat sektöründeki şirketlerden daha yüksek puan almıştır.

B Corp sertifikalı Avrupalı şirketler bağlamında sürdürülebilirlik sertifikasının şirketlerin kısa dönemli büyüme hızlarına etkisini araştırdıkları çalışmalarında Paelman vd. (2020), B Corp sertifikasının ciro büyüme hızını istatistiksel olarak anlamlı pozitif etkilediği, çalışan ve toplam varlık büyüme hızlarında ise istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığını bulmuşlardır.

Villela, Bulgacov ve Morgan (2021), 4 Brezilyalı şirket üzerinde B Corp sertifikasının etkisini inceledikleri çalışmalarında, şirketlerin sertifikasyon değerlendirmesinde yüksek puanlar almalarına rağmen, sertifikasyon sonrasında puanlarını geliştirmeye yönelik gelecek için yol haritası belirlemediklerini ifade etmişlerdir.

Paelman, Van Cauwenberge ve Vander Bauwhede (2021), B Corp sertifikasının Avrupalı şirketlerin büyüme hızlarına etkisini ve bu etkinin zaman içindeki gelişimini inceledikleri çalışmalarında, B Corp sertifikasının ciro büyüme hızı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu ve bu etkinin sertifikasyondan itibaren zaman içinde arttığını ifade etmişlerdir.

Wecker ve Froehlich (2022), B Corp'ların gerçekleştirdiği toplumsal ve çevresel uygulamaları avantajlar ve karşılaşılan zorluklar bakımından 11 Brezilyalı şirket üzerinden inceledikleri çalışmalarında B Corp'ların temel faaliyetleri farklı olsa bile sosyal ve çevresel problemleri çözmek için çalıştıklarını belirtmişlerdir. Aynı amaca sahip bir grup içinde çalışmanın kendilerine güç vermesini ve tanınmalarını B Corp olmanın avantajları olduğunu, sertifikasyon süresince uygulamaların biçimselleştirilmesinde ise zorluklar yaşandığını ifade etmişlerdir.

İmalat ve toptancılık/perakendecilik sektörlerinden 68 Birleşik Krallık merkezli B Corp'un çevresel performansını analiz ettikleri çalışmalarında Liute ve De Giacomo (2022), her iki sektördeki şirketlerin sosyal olarak çevreden daha iyi performans sergilediklerini, sosyal etki alanlarından birine önem veren şirketlerin çevre etki alanına önem veren şirketlerden çevresel puanlarının daha az olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca birçok şirketin sosyal ve çevresel iddiaları ile B Etki Değerlendirmesi puanları arasında güçlü bir uyuşmanın olduğunu bulmuşlardır.

B Corp sertifikasının misyon kayması (belirsizliği) sorununa çözümünü 13 Hollandalı ve Belçikalı B Corp üzerinde araştırdığı çalışmalarında Paelman, Van Cauwenberge ve Vander Bauwhede (2022), hem işe alım hem de çalışanların şirket değerlerine bağlılık süreçlerinde B Corp sertifikasının misyonun insan kaynaklarını yönetiminde kökleşmesine yardımcı olduğunu böylece misyon kayması riskini azalttığını bulmuşlardır. Ayrıca B Corp sertifikasının misyonla daha fazla ilişkisi bulunan finansal kaynakların elde edilmesine yardımcı olduğunu belirtmişlerdir.

Şirketlerde muhasebe tarafından üretilecek bilgiden yararlanacak birçok kullanıcı bulunmaktadır. İşletme sahipleri ve ortakları, yöneticiler, çalışanlar iç kullanıcılar olarak; yatırımcılar, finansal kurumlar, devlet, tedarikçiler, sendikalar, analistler vb. ise dış kullanıcı olarak muhasebeyle ilişkili olabilecek taraflardır (Uludağ, 2020). Muhasebe ve denetim hizmeti veren şirketler bu nedenle birçok paydaşla etkileşim içerisindedir. Muhasebe ve denetim hizmeti veren şirketlerin yalnızca ürettikleri muhasebe bilgisi ve danışmanlık hizmeti ile değil, aynı zamanda içinde bulundukları topluma ve çevreye de ne ölçüde katkıda bulundukları da birçok paydaşla etkileşimde olması nedeniyle önem kazanmaktadır. Bu çalışmada B Corp sertifikalı muhasebe-denetim şirketlerin topluma ve çevreye sundukları katkılar incelenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede araştırmanın soruları şu şekilde belirlenmiştir:

1. Hangi etki alanlarında B Corp sertifikalı muhasebe-denetim şirketlerinin fayda düzeyi nasıldır?

2. Hangi etki konularında B Corp sertifikalı muhasebe-denetim şirketlerinin fayda düzeyi nasıldır?

## 5. YÖNTEM

### 5.1. Araştırma Türü

Nicel türdeki bu çalışma betimsel düzeyde gerçekleştirilmiştir. Betimsel araştırmalarda verilen bir durum ya da olgu olabildiğince tam ve dikkatli bir şekilde tanımlanmaya çalışılmaktadır (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2016: 23). Bu çalışmada B Corp sertifikalı muhasebe-denetim şirketlerinin topluma ve çevreye hangi etki

alanlarında ve hangi etki konularında katkı yaptığı ve bu katkının başarı düzeyi tanımlanmaya çalışılmaktadır.

### 5.2. Verilerin Toplanması

Veriler 01-03 Mart 2023 tarihleri arasında toplanmıştır. B Etki Değerlendirmesi puanlarına ilişkin verilere B Corporation web sitesinin 'Find a B Corp' bölümünden (B Corporation, 2023c) ulaşılmıştır. 39 adet muhasebe-denetim şirketi bulunmuştur. Yalnızca bir şirketin B Etki Değerlendirmesi puanları Versiyon 6'ya göre değil Versiyon 5'e göre hesaplandığından, bu şirket analiz dışı bırakılmıştır. Ayrıca bir şirketin çalışan sayısı bakımından çalışanının bulunup bulanmadığı tam olarak belirlenemediğinden analiz dışı bırakılmıştır. Geriye kalan 37 şirket analiz edilmiştir. Bu 37 şirketten 5'inin çalışanının bulunmadığı (sıfır çalışanlı olduğu) tespit edilmiştir. Çalışanın bulunmayan şirketler için farklı puanlama yapıldığından hem çalışanlı hem de çalışanı bulunmayan şirketler için bulgular ayrı ayrı sunulmuştur.

### 5.3. Verilerin Analizi

Veriler 'Microsoft Office Excel 2007' programına girildikten sonra 'IBM SPSS Statistics 22' programına aktarılmıştır. Muhasebe-denetim şirketlerinin genel merkezlerine, faaliyet gösterdikleri ülkelere, sertifikalanmaya başladığı yıla, çalışan sayılarına ilişkin veriler frekans analizi ile sunulmuştur.

Muhasebe-denetim şirketlerine ait en düşük, en yüksek, ortalama B Etki Değerlendirmesi puanlarını sunmak için tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır. Fayda düzeyini belirlemek için kazanılan puan oranından yararlanılmıştır. Kazanılan puan oranı, $"\left(\frac{\text{Kazanılan Ortalama Puan}}{\text{Kazanılabilecek Maksimum Puan}}\right) \times 100"$ formülü ile hesaplanmıştır. Fayda düzeyini belirlemede %100 oranı dörde bölünmüştür. Bu çerçevede fayda düzeylerine ilişkin puan aralıkları Tablo 2'de sunulmuştur:

*Tablo 2. Fayda Düzeylerine İlişkin Puan Aralıkları*

| Puan Aralıkları | Fayda Düzeyi |
|---|---|
| 0,00-24,99 | Az |
| 25,00-49,99 | Az-Orta |
| 50,00-74,99 | Orta-Yüksek |
| 75,00-100,00 | Yüksek |

## 6. BULGULAR

### 6.1. Muhasebe-Denetim Şirketlerinin Genel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmada yer alan B Corp sertifikalı muhasebe-denetim şirketlerinin genel merkezlerinin nerede bulunduğu, hangi ülkelerde faaliyet gösterdiği, hangi yıldan itibaren sertifikalanmaya başlandığı, çalışan sayılarının ne olduğuna ilişkin bulgular Tablo 3'te verilmiştir.

*Tablo 3. Araştırmadaki Muhasebe-Denetim Şirketlerinin Genel Özellikleri*

| Genel Merkez | Frekans | Yüzde (%) |
|---|---|---|
| Amerika Birleşik Devletleri | 14 | 37,84 |
| Birleşik Krallık | 12 | 32,43 |
| Avustralya | 4 | 10,81 |
| Kanada | 3 | 8,11 |
| Diğer Ülkeler(Hollanda, Almanya, İspanya ve Tayvan) | 4 | 10,81 |
| TOPLAM | 37 | 100,00 |
| **Faaliyet Gösterdiği Ülke** | **Frekans** | **Yüzde (%)** |
| Amerika Birleşik Devletleri | 17 | 32,08 |
| Birleşik Krallık | 12 | 22,64 |
| Kanada | 4 | 7,55 |
| Avustralya | 4 | 7,55 |
| Filipinler | 2 | 3,77 |
| Almanya | 2 | 3,77 |
| Diğer Ülkeler (Fransa, Hollanda, Hong Kong, Hindistan, Romanya, Avusturya, Yeni Zelanda, İspanya, Tayvan, İrlanda, Bosna Hersek, Tayland) | 12 | 22,64 |
| TOPLAM | 53 | 100,00 |
| **Sertifikalanmaya Başlanılan Yıl** | **Frekans** | **Yüzde (%)** |
| 2023 | 2 | 5,41 |
| 2022 | 12 | 32,43 |
| 2021 | 7 | 18,92 |
| 2020 | 3 | 8,11 |
| 2019 | 3 | 8,11 |
| 2018 | 4 | 10,81 |
| 2017 | 2 | 5,41 |
| 2015 | 1 | 2,70 |
| 2014 | 1 | 2,70 |
| 2013 | 1 | 2,70 |
| 2012 | 1 | 2,70 |
| TOPLAM | 37 | 100,00 |
| **Çalışan Sayısı** | **Frekans** | **Yüzde (%)** |
| 0 (Sıfır) | 5 | 13,51 |
| 1-9 | 10 | 27,03 |

| | | |
|---|---|---|
| 10-49 | 11 | 29,73 |
| 50-249 | 7 | 18,92 |
| 250-999 | 3 | 8,11 |
| 1000+ | 1 | 2,70 |
| TOPLAM | 37 | 100,00 |

Tablo 3'e bakıldığında şirketlerin genel merkezinin en fazla bulunduğu ülke %37,84 ile Amerika Birleşik Devletleri, ardından %32,43 ile Birleşik Krallık olmuştur. Muhasebe-denetim şirketleri 18 farklı ülkede faaliyet göstermektedir. Amerika Birleşik Devletleri %32,08 ile en fazla faaliyet gösterilen ülke olurken, bunu %22,64 ile Birleşik Krallık izlemiştir. Verilerin toplandığı tarihe kadar 2023 yılı içinde yalnızca 2 şirket sertifikalanmıştır. Ancak 2023 yılının sonuna kadar sertifikalanma devam etmektedir. Bu çerçevede en fazla sertifikalanma %32,43 ile 2022 yılında gerçekleşmiş, ardından %18,92 ile 2021 yılı yer almıştır. Sertifikalanmanın son yıllarda özellikle 2021 yılı itibariyle arttığı görülmektedir. 2016 yılında araştırmada yer alan hiçbir muhasebe-denetim şirketi sertifikalanmamıştır. Çalışan sayısı bakımından %29,73 ile 10-49 çalışanı bulunan şirketlerin en fazla olduğu, bunu %27,03 ile 1-9 çalışanı bulunan şirketlerin takip ettiği görülmektedir. 5 şirketin (%13,51) hiç çalışanı bulunmamaktadır. Yalnızca 1 şirketin (%2,70) 1000+ çalışanı vardır.

### 6.2. Operasyonel Etkiye Göre Etki Alanlarına İlişkin Bulgular

Etki alanlarına ait en yüksek, en düşük, ortalama operasyonel puanlar ve kazanılan puan oranı Tablo 4'te verilmiştir. Çalışanı bulunmayan şirketlere ait bulgular ise Tablo 5'te sunulmuştur.

*Tablo 4. Etki Alanlarına Ait Operasyonel Puanlar ve Kazanılan Puan Oranı*

| Etki Alanı[1] | Şirket Sayısı | En Düşük Puan | En Yüksek Puan | Ortalama | Standart Sapma | Kazanılan Puan Oranı (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Kurumsal Yönetim | 32 | 2,60 | 12,60 | 6,95 | 2,50 | 46,33 |
| Çalışanlar | 32 | 19,70 | 41,60 | 30,38 | 4,98 | 60,76 |
| Toplum | 32 | 11,80 | 29,00 | 21,09 | 4,49 | 42,18 |
| Çevre | 32 | 3,20 | 15,80 | 8,21 | 3,57 | 41,05 |
| Müşteriler | 32 | 0,80 | 4,70 | 2,98 | 1,14 | 59,60 |

Tablo 4 incelendiğinde en yüksek kazanılan operasyonel puan oranının sırasıyla 'Çalışanlar' (%60,76) etki alanı ile 'Müşteriler' (%59,60) etki alanında olduğu görülmektedir. 'Çevre' (%41,05) etki alanının kazanılan operasyonel puan oranı ise en düşüktür. Muhasebe-denetim şirketleri 'Çalışanlar' ile 'Müşteriler' etki alanlarında orta-yüksek arası düzeyde fayda sağlarken, 'Kurumsal Yönetim', 'Toplum' ve 'Çevre' etki alanlarında az-orta arası düzeyde fayda sağlamaktadır.

1 Operasyonel etki alanı puanı, B Etki Değerlendirmesinde yer alan toplam etki puanından iş modeli puanları çıkarılarak hesaplanmıştır.

*Tablo 5. Çalışanı Bulunmayan Şirketlere İlişkin Etki Alanlarına Ait Operasyonel Puanlar ve Kazanılan Puan Oranı*

| Etki Alanı | Şirket Sayısı | En Düşük Puan | En Yüksek Puan | Ortalama | Standart Sapma | Kazanılan Puan Oranı (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Kurumsal Yönetim | 5 | 5,40 | 12,00 | 8,38 | 2,75 | 55,86 |
| Toplum | 5 | 37,20 | 50,50 | 44,74 | 5,85 | 63,91 |
| Çevre | 5 | 9,60 | 18,20 | 13,00 | 4,00 | 65,00 |
| Müşteriler | 5 | 0,60 | 5,00 | 3,50 | 1,83 | 70,00 |

Tablo 5'e göre çalışanı bulunmayan muhasebe-denetim şirketleri 'Müşteriler' (%70,00) etki alanında en yüksek kazanılan puan oranına sahiptir. Buna karşın en düşük oran 'Kurumsal Yönetim' (%55,86) etki alanında bulunmaktadır. Çalışanı bulunmayan muhasebe-denetim şirketleri tüm etki alanlarında orta-yüksek arası fayda göstermektedirler.

### 6.3. Operasyonel Etkiye Göre Etki Konularına İlişkin Bulgular

Etki konularına ait en yüksek, en düşük, ortalama operasyonel puanlar ve kazanılan puan oranı Tablo 6'te verilmiştir. Çalışanı bulunmayan şirketlere ait bulgular ise Tablo 7'te sunulmuştur.

*Tablo 6. Etki Konularına Ait Operasyonel Puanlar ve Kazanılan Puan Oranı*

| Etki Konuları | Şirket Sayısı | En Düşük Puan | En Yüksek Puan | Ortalama | Standart Sapma | Kazanılan Puan Oranı (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Misyon ve Taahhüt | 32 | 0,10 | 5,30 | 2,45 | 1,39 | 40,83 |
| Etik Değerler ve Şeffaflık | 32 | 1,50 | 7,40 | 4,47 | 1,55 | 49,66 |
| Maddi Rahatlık | 32 | 1,90 | 16,20 | 8,64 | 3,56 | 43,20 |
| Sağlık ve Güvenlik | 32 | 0,00 | 12,00 | 6,58 | 3,16 | 54,83 |
| Kariyer Gelişimi | 32 | 1,50 | 7,80 | 5,90 | 1,31 | 73,75 |
| Bağlılık ve Memnuniyet | 32 | 3,50 | 8,60 | 6,65 | 1,22 | 66,50 |
| Çeşitlilik, Eşitlik ve Dâhil Olma | 32 | 2,00 | 9,80 | 6,07 | 2,06 | 40,46 |
| Sivil Katılımı ve Hayırsever Bağışı | 32 | 0,00 | 8,70 | 4,48 | 2,13 | 37,33 |
| Ekonomik Etki | 32 | 2,00 | 12,00 | 7,29 | 2,50 | 48,60 |
| Tedarik Zinciri Yönetimi | 32 | 0,00 | 6,70 | 1,29 | 1,91 | 16,12 |
| Çevre Yönetimi | 32 | 0,00 | 5,10 | 2,43 | 1,57 | 34,71 |
| Hava ve İklim | 32 | 0,00 | 6,40 | 2,11 | 1,53 | 30,14 |
| Su | 32 | 0,00 | 2,00 | 0,30 | 0,45 | 15,00 |
| Toprak ve Yaşam | 32 | 1,00 | 3,70 | 2,27 | 0,75 | 56,75 |
| Müşteri Yönetimi | 32 | 0,80 | 4,70 | 2,98 | 1,14 | 59,60 |

Tablo 6'ya bakıldığında muhasebe-denetim şirketleri, en fazla kazanılan operasyonel puan oranına 'Kariyer Gelişimi' (%73,75) konusunda sahiptirler. Bunu sırasıyla 'Bağlılık ve Memnuniyet' (%66,50), 'Müşteri

Yönetimi' (%59,60) ile 'Toprak ve Yaşam' (%56,75) konuları takip etmektedir. En az kazanılan operasyonel puan oranı ise sırasıyla 'Su' (%15,00) ile 'Tedarik Zinciri Yönetimi' (%16,12) konularında görülmektedir. Muhasebe-denetim şirketleri 'Sağlık ve Güvenlik', 'Kariyer Gelişimi', 'Bağlılık ve Memnuniyet', 'Toprak ve Yaşam', 'Müşteri Yönetimi' konularında orta-yüksek arası düzeyde fayda sağlarken; 'Tedarik Zinciri Yönetimi' ve 'Su' konularında az düzeyde fayda yaratmaktadır. Geriye kalan 'Misyon ve Taahhüt', 'Etik Değerler ve Şeffaflık', 'Maddi Rahatlık', 'Çeşitlilik, Eşitlik ve Dâhil Olma', 'Sivil Katılımı ve Hayırsever Bağışı', 'Ekonomik Etki', 'Çevre Yönetimi' ve 'Hava ve İklim' konularında sağlanan fayda az-orta arası düzeydedir.

*Tablo 7. Çalışanı Bulunmayan Şirketlere İlişkin Etki Konularına Ait Operasyonel Puanlar ve Kazanılan Puan Oranı*

| Etki Konuları | Şirket Sayısı | En Düşük Puan | En Yüksek Puan | Ortalama | Standart Sapma | Kazanılan Puan Oranı (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Misyon ve Taahhüt | 5 | 3,00 | 4,50 | 3,60 | 0,82 | 60,00 |
| Etik Değerler ve Şeffaflık | 5 | 2,40 | 9,00 | 4,78 | 2,78 | 53,11 |
| Çeşitlilik, Eşitlik ve Dâhil Olma | 5 | 11,50 | 18,90 | 15,32 | 3,13 | 72,95 |
| Sivil Katılımı ve Hayırsever Bağışı | 5 | 7,70 | 11,10 | 8,74 | 1,41 | 51,41 |
| Ekonomik Etki | 5 | 12,80 | 14,00 | 13,52 | 0,65 | 64,38 |
| Tedarik Zinciri Yönetimi | 5 | 0,00 | 8,50 | 3,06 | 3,39 | 27,81 |
| Çevre Yönetimi | 5 | 0,00 | 3,70 | 2,04 | 1,53 | 29,14 |
| Hava ve İklim | 5 | 1,80 | 5,30 | 3,42 | 1,48 | 48,85 |
| Su | 5 | 0,00 | 1,00 | 0,46 | 0,38 | 23,00 |
| Toprak ve Yaşam | 5 | 1,00 | 3,50 | 2,40 | 1,08 | 60,00 |
| Müşteri Yönetimi | 5 | 0,60 | 5,00 | 3,50 | 1,83 | 70,00 |

Tablo 7'ye göre çalışanı bulunmayan muhasebe-denetim şirketleri en fazla operasyonel puan oranını 'Çeşitlilik, Eşitlik ve Dâhil Olma' (%72,95) konusunda kazanmışlardır. Bunu sırasıyla 'Müşteri Yönetimi' (%70,00), 'Ekonomik Etki' (%64,38), 'Misyon ve Taahhüt' ile 'Toprak ve Yaşam' (%60,00) konuları izlemektedir. En az kazanılan operasyonel puan oranı 'Su' (%23,00) konusunda görülmektedir. Çalışanı bulunmayan muhasebe denetim şirketleri 'Tedarik Zinciri Yönetimi', 'Çevre Yönetimi', 'Hava ve İklim' konularından az-orta arası düzeyde fayda oluştururken, 'Su' konusundan az düzeyde fayda yaratmaktadır. Geriye kalan 'Misyon ve Taahhüt', 'Etik Değerler ve Şeffaflık', 'Çeşitlilik, Eşitlik ve Dâhil Olma', 'Sivil Katılımı ve Hayırsever Bağışı', 'Ekonomik Etki', 'Toprak ve Yaşam' ile 'Müşteri Yönetimi' konularında orta-yüksek arası düzeyde fayda sağlamaktadırlar.

### 6.4. İş Modellerine İlişkin Bulgular

İş modellerine ilişkin en yüksek, en düşük, ortalama puanlar ve kazanılan puan oranı Tablo 8'te verilmiştir. Çalışanı bulunmayan şirketlere ait bulgular ise Tablo 9'te sunulmuştur.

*Tablo 8. İş Modellerine Ait Puanlar ve Kazanılan Puan Oranı*

| İş Modeli | Şirket Sayısı | En Düşük Puan | En Yüksek Puan | Ortalama | Standart Sapma | Kazanılabilecek Maksimum Puan | Kazanılan Puan Oranı (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Güçlü Misyon | 32 | 2,50 | 10,00 | 9,06 | 2,52 | 10,00 | 90,60 |
| Yetersiz Hizmet Alan/ Amaç Odaklı Girişimlere Destek | 19 | 0,40 | 13,90 | 5,22 | 4,66 | 30,00 | 17,40 |
| Yoksul Halka Hizmet | 8 | 0,10 | 15,40 | 5,13 | 4,74 | 45,00 | 11,40 |
| İş Gücü Geliştirme | 2 | 13,00 | 22,30 | 17,65 | 6,57 | 60,00 | 29,41 |
| Yerel Ekonomik Kalkınma | 4 | 7,80 | 21,70 | 12,05 | 6,54 | 30,00 | 40,16 |
| Hayırsever Bağışı Taahhüdü | 4 | 13,40 | 16,10 | 14,57 | 1,22 | 30,00 | 48,56 |
| Yetersiz Hizmet Alan Halka Hizmet (Doğrudan) | 1 | 1,70 | 1,70 | 1,70 | - | 30,00 | 5,66 |
| Çevre Eğitimi ve Bilgisi | 1 | 26,70 | 26,70 | 26,70 | - | 30,00 | 89,00 |
| Yetersiz Hizmet Alanlara Ekonomik Güçlendirme | 1 | 6,60 | 6,60 | 6,60 | - | 30,00 | 22,00 |
| Çalışan Sahipliği | 1 | 30,00 | 30,00 | 30,00 | - | 30,00 | 100,00 |
| Yerel Ekonomik Kalkınma (1-9 Çalışan) | 1 | 6,60 | 6,60 | 6,60 | - | 15,00 | 44,00 |

Tablo 8'e göre 'Güçlü Misyon' iş modeli araştırmadaki 32 muhasebe-denetim şirketinin tümünde (%100,00) bulunmaktadır. 'Güçlü Misyon' iş modelinde muhasebe-denetim şirketleri %90,60 kazanılan puan oranı ile yüksek düzeyde fayda oluşturmaktadırlar. 'Yetersiz Hizmet Alan/Amaç

Odaklı Girişimlere Destek' iş modeli ikinci en fazla bulunan (%59,37) iş modelidir. Bu iş modelinde muhasebe-denetim şirketleri %17,40 kazanılan puan oranı ile az düzeyde fayda sağlamaktadırlar. 'Çevre Eğitimi ve Bilgisi', 'Yetersiz Hizmet Alanlara Ekonomik Güçlendirme', 'Yetersiz Hizmet Alan Halka Hizmet (Doğrudan)' ve 'Çalışan Sahipliği' iş modelleri en az bulunan (%3,12) iş modelleri olup, yalnızca birer şirkette yer almaktadır. Bu iş modellerinden 'Çevre Eğitimi ve Bilgisi' ile 'Çalışan Sahipliği' iş modellerinde, sırasıyla %89,00 ve %100,00 kazanılan puan oranlarıyla yüksek düzeyde fayda yaratılmaktadır. 'Yetersiz Hizmet Alan Halka Hizmet (Doğrudan)' ve 'Yetersiz Hizmet Alanlara Ekonomik Güçlendirme' iş modellerinde ise sırasıyla %5,66 ve %22,00 kazanılan puan oranlarıyla az düzeyde fayda oluşturulmaktadır.

*Tablo 9. Çalışanı Bulunmayan Şirketlere İlişkin İş Modellerine Ait Puanlar ve Kazanılan Puan Oranı*

| İş Modeli | Şirket Sayısı | En Düşük Puan | En Yüksek Puan | Ortalama | Standart Sapma | Kazanılabilecek Maksimum Puan | Kazanılan Puan Oranı (%) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Güçlü Misyon | 5 | 10,00 | 10,00 | 10,00 | 0,00 | 15,00 | 66,66 |
| Yetersiz Hizmet Alan/ Amaç Odaklı Girişimlere Destek | 2 | 1,30 | 11,30 | 6,30 | 7,07 | 45,00 | 14,00 |
| Yoksul Halka Hizmet | 1 | 14,10 | 14,10 | 14,10 | - | 67,50 | 20,88 |
| Yerel Ekonomik Kalkınma | 1 | 8,10 | 8,10 | 8,10 | - | 45,00 | 18,00 |
| Hayırsever Bağışı Taahhüdü | 1 | 20,10 | 20,10 | 20,10 | - | 45,00 | 44,66 |

Tablo 9'a göre 'Güçlü Misyon' iş modeli araştırmadaki çalışanı bulunmayan 5 muhasebe-denetim şirketinin tamamında (%100,00) bulunmaktadır. Bu şirketler 'Güçlü Misyon' iş modelinde %66,66 kazanılan puan oranı ile orta-yüksek arası düzeyde fayda meydana getirmektedirler. Yalnızca birer şirkette bulunan 'Yoksul Halka Hizmet' ve 'Yerel Ekonomik Kalkınma' iş modellerinde sırasıyla %20,88 ve %18,00 kazanılan puan oranları ile az düzeyde fayda yaratılırken, 'Hayırsever Bağışı Taahhüdü' iş modelinde %44,66 kazanılan puan oranıyla az-orta arası düzeyde fayda sağlanmaktadır. İki şirkette bulunan 'Yetersiz Hizmet Alan/Amaç Odaklı Girişimlere Destek' iş modelinde ise %14,00 kazanılan puan oranı ile az düzeyde fayda oluşturulmaktadır.

## 7. SONUÇ

Kurumsal sürdürülebilirlik raporlaması aracı olarak düşünülebilecek B Corp sertifikası, şirketlerin genel olarak topluma ve çevreye ne türde katkılar gösterdiğini sunması açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmada birçok paydaşla etkileşimde bulunabilecek muhasebe-denetim şirketlerinden B Corp sertifikasına sahip olanlar incelenmiştir.

Çalışanı bulunan 32 muhasebe-denetim şirketinin Genel B Etki puanı ortalama olarak 90,01 bulunmuştur. Toplam 200 puan üzerinden değerlendirme yapıldığı, kazanılabilecek maksimum operasyonel puanın 140,00 olduğu ve etki iş modelleri çerçevesinde alınabilecek ekstra puanlar düşünüldüğünde, sertifikalanma için 80,00 puan yetse de, Genel B Etki puanının daha yukarılara çıkarılabileceği ifade edilebilir. Çünkü kazanılacak her puan çevreye ve topluma yaratılan faydayı gösterecektir. Benzer şekilde ortalama olarak 90,72 Genel B Etki puanına sahip, çalışanı bulunmayan 5 denetim şirketi de puanını daha yükseltebilir.

Çalışanı bulunan muhasebe-denetimi şirketlerinin en fazla fayda gösterdiği alanların sırasıyla 'Çalışanlar' ve 'Müşteriler' olduğu görülmüştür. 'Çalışanlar' alanı içerisinde en fazla faydanın 'Kariyer Gelişimi' konusunda olduğu, en düşük faydanın ise 'Maddi Rahatlık' konusunda ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Muhasebe-denetim şirketleri verilen ücretlerde iyileştirmeler yaparak 'Maddi Rahatlık' konusundaki faydayı artırabilirler.

En düşük fayda gösterilen alan ise 'Çevre' olmuştur. Bu beklenen bir durumdur çünkü muhasebe-denetim şirketleri zaten B Etki Değerlendirmesi içerisinde sektör olarak düşük çevresel ayak izine sahip hizmetlerde tanımlanmıştır. 'Çevre' alanı içerisinde en az fayda 'Su' konusunda oluşturulmuştur. Şirket içerisinde su kullanımın daha etkin olmasını sağlayarak, su israfının önüne geçirilerek 'Su' konusunda fayda artırıcı iyileştirmeler yapılabilir.

Düşük faydanın ortaya çıktığı bir diğer alan ise 'Toplum' olmuştur. 'Toplum' alanı içerisinde en az fayda 'Tedarik Zinciri Yönetimi' konusunda yaratılmıştır. Muhasebe-denetim şirketleri tedarikçi seçimi konusunda daha titiz, daha hassas davranarak, özellikle toplumda dezavantajlı gruplarda yer alan girişimcilerden seçim yaparak, bu konuda iyileştirmelerde bulunabilirler. Ayrıca tedarikçilerin gerçekleştirdikleri faaliyetler sürdürülebilirlik açısından takip edilip kontrol edilebilir.

Çalışanı bulunmayan 5 muhasebe-denetim şirketinin genel olarak tüm etki alanlarında orta-yüksek arası düzeyde fayda yarattığı görülmüştür. En yüksek fayda 'Müşteriler' alanında oluşmuştur. Bu beklenebilecek bir durumdur çünkü hizmetlerini sunarken muhasebe-denetim şirketlerinin hizmet kalitelerini artırmaları, müşteri memnuniyetlerini yükseltme-

leri pazar paylarını da büyütmelerine yardımcı olabilecektir. Tüm etki konuları arasında en az fayda 'Su' konusunda yaratılmıştır. En yüksek fayda ise 'Çeşitlilik, Eşitlik ve Dâhil Olma' konusunda sağlanmıştır. Bu da şirket sahipleri arasında ırk, cinsiyet, engellilik bakımından bir çeşitliliğin, ücret eşitliğinin olduğu anlamına gelebilir.

Araştırmadaki tüm şirketler en az bir iş modeline sahiptir. B Etki değerlendirmesinde birçok şirketin 0-2 Etki İş Modeline sahip olacağı (B Impact Assessment, 2020b) belirtilse de; bu çalışmada 37 şirketten 14'ünün üç farklı, 2'sinin ise dört farklı iş modeline sahip olduğu görülmüştür. Tüm şirketler 'Güçlü Misyon' iş modeline sahip olup, bu iş modelinde çalışanı bulunan muhasebe-denetim şirketleri yüksek düzeyde, çalışanı bulunmayanlar ise orta-yüksek arası düzeyde fayda oluşturmuşlardır. 'Güçlü Misyon' iş modeli ile şirketler kurumsal yönetim belgeleri ve kurumsal yapıları aracılığıyla kararlar alırken resmi olarak paydaşları dikkate aldıklarına dair misyonlarını ve yeteneklerini koruduklarını ifade ederler (B Lab, 2020). Bu çerçevede araştırmadaki muhasebe-denetim şirketlerinin paydaşları önemseyen ve dikkate alan güçlü bir misyonla fayda sağladıkları ifade edilebilir.

Araştırma toplamda 37 muhasebe-denetim şirketi, çalışanı bulunmayan açısından ise yalnızca 5 şirket ile sınırlıdır. Kurumsal sürdürülebilirlik bu çalışmada B Corp sertifikası ile sınırlı olmak üzere ele alınmıştır. B Etki Değerlendirmesindeki puanların doğru olduğu varsayılmaktadır. İleride yapılacak çalışmalarda B Corp sertifikalı muhasebe-denetim şirketlerinin hizmet alan müşteriler tarafından nasıl algılandığı incelenebilir.

# KAYNAKÇA

Aras, G. ve Crowther, D. (2009). Corporate sustainability reporting: A study in disingenuity? *Journal of Business Ethics, 87*(Supplement 1), 279–288. doi:10.1007/s10551-008-9806-0

B Corporation. (2023a). *About B Corp certification.* 23 Şubat 2023 tarihinde https://www.bcorporation.net/en-us/certification adresinden alınmıştır.

B Corporation. (2023b). *FAQs who is eligible for B Corp certification?* 23 Şubat 2023 tarihinde https://www.bcorporation.net/en-us/faqs/who-eligible-b-corp-certification adresinden alınmıştır.

B Corporation. (2023c). *Looking for a B Corp?* 01 Mart 2023 tarihinde https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp adresinden alınmıştır.

B Impact Assessment. (2020a). *B impact assessment structure.* 24 Şubat 2023 tarihinde https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000574682-b-impact-assessment-structure adresinden alınmıştır.

B Impact Assessment. (2020b). *Operational impact vs. impact business models.* 24 Şubat 2023 tarihinde https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000574684-operational-impact-vs-impact-business-models adresinden alınmıştır.

B Impact Assessment. (2020c). *Impact areas: Governance, workers, community, environment and customers.* 24 Şubat 2023 tarihinde https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000574683-impact-areas-governance-workers-community-environment-and-customers adresinden alınmıştır.

B Impact Assessment. (2020d). *How the B impact assessment is scored.* 24 Şubat 2023 tarihinde https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000575263-how-the-b-impact-assessment-is-scored adresinden alınmıştır.

B Impact Assessment. (2020e). *Scoring for zero worker companies.* 24 Şubat 2023 tarihinde https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000575269-scoring-for-zero-worker-companies adresinden alınmıştır.

B Impact Assessment. (2021). *Choosing your assessment track: Size, sector, and location.* 24 Şubat 2023 tarihinde https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000574689-choosing-your-assessment-track-size-sector-and-location adresinden alınmıştır.

B Lab. (2020). *About the BIA impact business models in the B impact assessment - V6*. 01 Mart 2023 tarihinde https://kb.bimpactassessment.net/helpdesk/attachments/43140698792 adresinden alınmıştır.

Blasi, S. ve Sedita, S. R. (2022). Mapping the emergence of a new organisational form: An exploration of the intellectual structure of the B Corp research. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 29*(1),

107–123. doi:10.1002/csr.2187

Buallay, A. M. (2022). *International perspectives on sustainability reporting.* Bingley: Emerald Publishing.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (22. baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Chen, X. ve Kelly, T. F. (2015). B-Corps—A growing form of social enterprise: Tracing their progress and assessing their performance. *Journal of Leadership & Organizational Studies, 22*(1), 102–114. doi:10.1177/1548051814532529

Cunha, M.P.e., Martins, M. A., Rego, A. ve Zózimo, R. (2022). Spirituality and the social enterprise: A paradox lens. A. Vaccaro ve T. Ramus (Ed.), *Social innovation and social enterprises toward a holistic perspective* (s. 109-136). Cham: Springer Nature.

Erbil, C. ve Demirdağ, G. E. (2017). Sosyal işletmecilik biçimi olarak fayda şirketleri: Türkiye'deki B Corp sertifikalı işletmeler üzerinden bir değerlendirme. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, 52*(2), 140-155. doi:10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.17.09.698

Hahn, R. ve Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of Cleaner Production, 59*, 5-21. doi:10.1016/j.jclepro.2013.07.005

Hitchcock, D. ve Willard, M. (2006). *The business guide to sustainability practical strategies and tools for organizations.* London, Sterling: Earthscan.

Honeyman, R. ve Jana, T. (2019). *The B Corp handbook how you can use business as a force for good* (2. baskı). Oakland: Berrett-Koehler Publishers.

Horváth, P. (2017). The main aspects of sustainability reporting. P. Horváth ve J. M. Pütter (Ed.), *Sustainability reporting in central and eastern European companies international empirical insights* (s. 1-10). Cham: Springer International Publishing.

Kuzey, C. ve Uyar, A. (2017). Determinants of sustainability reporting and its impact on firm value: Evidence from the emerging market of Turkey. *Journal of Cleaner Production , 143*, 27-39. doi:10.1016/j.jclepro.2016.12.153

Liute, A. ve De Giacomo, M. R. (2022). The environmental performance of UK-based B Corp companies: An analysis based on the triple bottom line approach. *Business Strategy and the Environment, 31*(3), 810–827. doi:10.1002/bse.2919

López-Navarro, M. Á., Fuertes, I., Flor, M. L. ve Cabedo, J. D. (2018, Haziran/Temmuz). Hybrid organisations, environmental sustainability and social impact: An analysis of European B corp firms. *R&D management conference 2018 "R&Designing innovation: Transformational challenges for organizations and society".* Milan.

Paelman, V., Van Cauwenberge, P. ve Vander Bauwhede, H. (2020). Effect of B Corp certification on short-term growth: European evidence. *Sustainability, 12*(20), 8459. doi:10.3390/su12208459

Paelman, V., Van Cauwenberge, P. ve Vander Bauwhede, H. (2021). The impact of B Corp certification on growth. *Sustainability, 13*(13), 7191. doi:10.3390/su13137191

Paelman, V., Van Cauwenberge, P. ve Vander Bauwhede, H. (2022). Mission alignment with employees and financiers: Probing into the workings of B Corp certification. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 1–13. doi:10.1002/csr.2440

Siew, R.Y.J. (2015). A review of corporate sustainability reporting tools (SRTs). *Journal of Environmental Management, 164*, 180-195. doi:10.1016/j.jenvman.2015.09.010

Stubbs, W. (2017a). Characterising B Corps as a sustainable business model: An exploratory study of B Corps in Australia. *Journal of Cleaner Production, 144*, 299-312. doi:10.1016/j.jclepro.2016.12.093

Stubbs, W. (2017b). Sustainable entrepreneurship and B Corps. *Business Strategy and the Environment, 26*(3), 331–344. doi:10.1002/bse.1920

Uludağ, S. (2020). Muhasebe fonksiyonu. H. Z. Tonus ve N. Tokgöz (Ed.), *İşletme fonksiyonları* (s. 140-167). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics, 44*(2/3), 95–105.

Villela, M., Bulgacov, S. ve Morgan, G. (2021). B Corp certification and its impact on organizations over time. *Journal of Business Ethics, 170*(2), 343–357. doi:10.1007/s10551-019-04372-9

Wecker, A. C. ve Froehlich, C. (2022). The B corp movement, advantages, and challenges: The perception of certified Brazilian companies. *Revista de Administração da UFSM, 15*(4), 596-614. doi:10.5902/1983465969844

White, G. B. (2009). *Sustainability reporting managing for wealth and corporate health.* New York: Business Exper Press.

# BÖLÜM 17

## MUTLULUK VE KARBON AYAK İZİ: ÜLKE PERFORMANSLARINA İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME

*Demet GEDİZ AYDOĞDU*[1]

*Gülşah ÖZŞAHİN*[2]

1 Dr., Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Kırklareli, Türkiye demet.gediz@klu.edu.tr (ORCID: 0000-0001-7527-9008).

2 Dr., Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Kırklareli, Türkiye gulsah.ozsahin@klu.edu.tr (ORCID: 0000-0001-9384-1375).

## GİRİŞ

Bireylerin hayatında ulaşmayı hedefledikleri nihai amaç olarak tanımlanan "mutluluk" günümüzde psikoloji ve sosyoloji bilim dallarının yanında artık iktisadın da ilgilendiği konulardan biri haline gelmiştir. Özellikle büyüme, enflasyon, işsizlik ve kurumsal değişkenler gibi göstergeler ile mutluluk arasındaki ilişki incelenmeye başlanmış ve bu ilişki öznel iyi oluşu etkiler mi ya da hangi politikalar ile daha yüksek bir iyi oluş seviyesine ulaşılabilir şeklindeki sorularla hem ampirik hem de literatür çalışmalar yapılmaya başlanmıştır (Veenhoven ve Dumludağ, 2015:46).

İnsanlığın refahının ekonomik gelişmişliğin yanı sıra daha iyi bir refah seviyesine de ulaşabilmesi amacıyla uluslararası alanda mutluluk ve mutluluk endeksleri üzerine oldukça fazla çalışmalar yapılmaktadır. Mutlu Gezegen Endeksi (HPI), Dünya Mutluluk Endeksi, Gayrisafi Ulusal Mutluluk Endeksi (GNH) ve Daha İyi Yaşam Endeksi (BLI) örnek endeksler arasında yer almakta ve bu endekslerden elde edilen veriler birçok akademik çalışmaya kaynak sağlamaktadır.

Dünyadaki mutluluk ve yaşam memnuniyetini ölçen araştırmalar ve yayınlanan raporların yanında Türkiye'de de TÜİK tarafından 2003 yılından itibaren "Yaşam Memnuniyeti Anketi" uygulanmakta ve sonuçları kamuoyu ile paylaşılmaktadır. TÜİK'in araştırmasında, mutluluk kavramının ekonomik, demografik, sosyal çevre, fiziksel çevre ve ülkenin durumu gibi değişkenlerle oluştuğunu açıklanmıştır. Nesnel yaşam koşulları ile öznel algıların etkisinin birlikte yer alarak, memnuniyet ve mutluluk kavramlarının iç içe geçtiğini belirtilmiştir (Şeker, 2009: 117).

**Tablo 1.** *TÜİK, Mutluluk Kaynağı, 2012-2022*

(%)

| | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Mutluluk kaynağı olan değerler | | | | | | | | | | | |
| Sağlık | 70,8 | 68,0 | 68,8 | 68,8 | 72,1 | 68,0 | 69,0 | 69,9 | 70,9 | 69,0 | 68,2 |
| Sevgi | 13,8 | 15,2 | 15,4 | 15,8 | 14,6 | 16,6 | 15,5 | 14,3 | 12,8 | 14,3 | 13,2 |
| Başarı | 6,7 | 8,6 | 8,5 | 8,6 | 7,0 | 9,0 | 8,8 | 9,2 | 8,8 | 8,9 | 9,5 |
| Para | 5,1 | 4,1 | 4,2 | 3,9 | 3,2 | 3,9 | 4,2 | 4,2 | 4,6 | 5,1 | 6,2 |
| İş | 3,1 | 2,3 | 2,2 | 2,0 | 2,3 | 1,9 | 2,2 | 2,1 | 2,3 | 2,3 | 2,6 |
| **Diğer** | 0,6 | 1,8 | 0,9 | 1,0 | 0,8 | 0,6 | 0,2 | 0,3 | 0,7 | 0,4 | 0,3 |

**Kaynak:** *TÜİK, Yaşam Memnuniyeti Anketi, 2022*

TÜİK tarafından açıklanan 2022 yılı mutluluk istatistiklerine göre bireylerin mutluluk kaynağı değerleri incelendiğinde 2012 yılından bu yana kendilerini en çok para sahibi olmanın mutlu ettiğini ifade edenlerin oranında yükselme olmuştur. Yine aynı şekilde başarılı olmanın mutlu ettiğini ifade edenlerin oranında da nispeten artış vardır. Mutluluğun kaynağını sağlıklı olmak veya sevgi olarak belirtenlerin oranında ise kısmen bir düşüş gözlemlenmektedir.

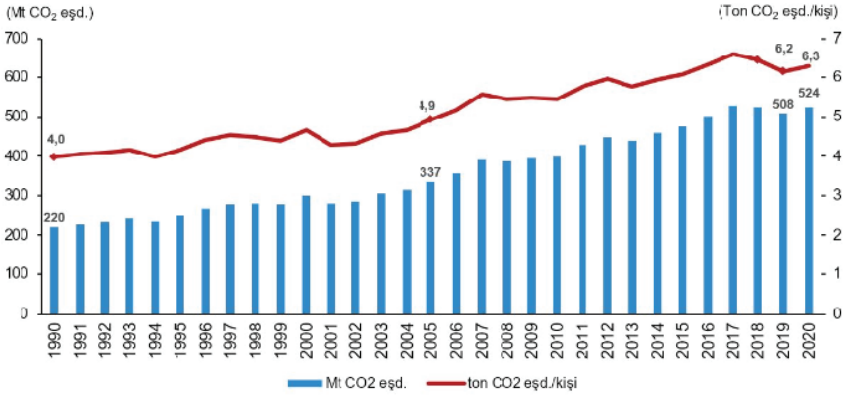
Toplumsal refah veya yaşam memnuniyeti araştırmaya başlandığında da hiç şüphesiz ki sosyal bir varlık olan insan içinde yaşadığı çevresel koşulları göz ardı etmek imkansızdır. Bu nedenledir ki son yıllarda dünyayı etkisi altına alan iklim krizi ve sebep olduğu çevresel tahribat, hem politika yapıcıları hem de akademik çalışmaları toplumsal refahı arttırıcı uygulamaların yanı sıra çevrenin üzerindeki baskıyı azaltıcı düzenlemelerin de bir an önce hayata geçirilmesi gerektiğini ortaya çıkarmıştır. Gelinen noktada iklim krizinin nedenlerinin iyi araştırılması ve geleneksel büyüme ve refah arttırıcı politikalara dayalı kalkınma modellerinin tekrar incelenmesi söz konusudur.

Bireylerin daha yüksek kalitede yaşam arzuları sonucunda tüketilen mal ve hizmetlere, nerede yaşadığına, nasıl seyahat ettiğine ve boş zamanlarında ne yaptığına ilişkin bütün kararlarının çevresel maliyeti vardır. İşte bu çevresel maliyet biri de karbon ayak izi ölçümleridir (Wilson, 2013:1).

Karbon ayak izi; bir bireyin, bir topluluğun, organizasyonun, hizmetin, ürünün veya ulusun neden olduğu toplam sera gazı emisyonlarının bir ölçüsü olarak tanımlanabilir. Bir sera gazı (GHG), termal radyasyonu emen ve yayan, ısıyı dünya yüzeyinin yakınında tutan ve sonuç olarak gezegeni ısıtan bir "sera etkisi" yaratan gazdır.

Uluslararası kuruluşlar tarafından karbon ve ekolojik ayak izi ölçümleri yapılmakta ve raporlar kamuoyuyla paylaşılmaktadır. Türkiye'de ise TÜİK sera gazı emisyon istatistiklerini paylaşmaktadır.

**Şekil 1.** *TÜİK, Toplam ve Kişi Başı Sera Gazı Emisyonu, 1990-2020*




TÜİK tarafından paylaşılan sera gazı emisyonu sonuçlarına göre, 2020 yılı toplam sera gazı emisyonu bir 2019 yılına göre %3,1 artarak 523,9 milyon ton (Mt) olarak gerçekleşmiştir. Kişi başı toplam sera gazı emisyonu 1990 yılında 4 ton $CO_2$ eşd., 2019 yılında 6,2 ton $CO_2$ eşd. ve 2020 yılında 6,3 ton $CO_2$ eşd. olarak hesaplanmıştır.

Bu çalışmada mutluluk ve ekonomi başlığı altında mutluluğa dair temel bilgiler paylaşılmakta, karbon ayak izi başlığı altında yine temel bilgiler ve literatür başlığında konuyla ilgili uluslararası literatürde öne çıkan çalışmalardan bahsedilmektedir. Ülke karşılaştırmaları uluslararası alanda öne çıkan mutluluk ve karbon ayak izi raporları kullanılarak yapılmaktadır ve sonuç ve öneriler başlığı son bölüm olarak sunulmaktadır.

## 1. Mutluluk ve Ekonomi

Mutluluk ve ekonomi arasındaki ilişki üzerine yapılan ilk çalışmalardan biri olan Easterlin (1974)'e göre, uzun vadede, genellikle 10 yıl veya daha uzun bir süre içinde, bir ülkenin geliri arttıkça mutluluğu artmamaktadır. "Easterlin paradoksu" veya "mutluluk-gelir paradoksu" olarak adlandırılan bu gözlem insan refahını artırmanın ana yolu olarak ekonomik büyüme, istihdam ve gelir seviyeleri gibi hedefleri vurgulayan geleneksel ekonomi politikasına meydan okuduğu için hala geçerli ve tartışmalıdır. Ancak mutluluk ve gelir arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler gösteren çalışmalar da bulunmaktadır (Stevenson ve Wolfers, 2008; Veenhoven ve Vergunst, 2014).

İktisat biliminin de ilgi alanına giren mutluluk kavramı demografik, ekonomik, fiziksel çevre, sosyal çevre ve ülkenin sosyo-ekonomik durumu gibi değişkenlerin bileşimi sonucunda oluşmaktadır (Şeker, 2009). Bu yönüyle mutluluk ekonomisi, ekonomik kararları, sadece geleneksel gelir ve zenginlik ölçütlerinden farklı olarak daha geniş bir refah ve mutluluk

ölçüsüyle ilişkilendirir. Mutluluk ekonomisi, kişisel olarak bildirilen öznel iyi oluşu, yaşam kalitesini ve mutluluk seviyelerini etkileyen daha geniş bir faktör yelpazesini değerlendirmeye çalışır. Buna göre, gelirin yanı sıra iş kalitesi, tüketim kalitesi, boş zaman miktarı, aile üyelerinin refahı, çevre ve diğer ekonomik olmayan faktörler de mutluluk seviyesini etkilemektedir.

Farklı anketlerle kişisel mutluluk seviyeleri sorulmakta ve hesaplanmaktadır. Daha geniş refah düzeylerini etkileyen endeksler örneğin, okuryazarlık seviyeleri, sağlık hizmetlerine erişim, siyasi özgürlük, boş zaman miktarı, gelir seviyeleri ve kirlilik seviyelerini hesaplamalara dahil etmektedir. Bu konuda en çok referans alan endekslerden biri Dünya Mutluluk Raporu (WHR)'dur. Bu raporun veri kaynağı olan Gallup Anketi, katılımcıların en iyi yaşam 10 ve en kötü yaşam 0 olmak üzere yaşamlarını bir bütün olarak değerlendirmelerini ve Cantril ladder olarak anılan ölçekte sayısal yanıt vermelerini ister. Ayrıca rapor, altı temel değişkenin yaşam değerlendirmelerini açıklamaya ne ölçüde katkıda bulunduğunu tahmin etmektedir: kişi başına düşen GSYİH, sosyal destek, sağlıklı yaşam beklentisi, özgürlük, cömertlik ve yolsuzluk (World Happiness Report, 2022).

**2. Karbon Ayak İzi**

Karbon ayak izi, son yıllarda çevre sorunları arasında tartışılan en önemli konulardan biridir. Literatürde karbon ayak izi teriminin tanımlanmasında ortak bir payda olmasa da en kapsayıcı tanımlamayla karbon ayak izi; belirli bir sınır içerisinde bir birey, süreç, organizasyon, olay veya ürün tarafından atmosfere yayılan $CO_2$ eş değer cinsinden ifade edilen sera gazlarının miktarıdır.

Dünyada küresel ısınma ve iklim değişikliği ile ilgili sosyal ve ekonomik çevrede yaşanan yüksek riskler karşısında küresel boyutta önemli adımlar atılması gerekmiştir. Bu bağlamda 1997 yılında kabul edilen Kyoto Protokolü'nde altı önemli sera gazının emisyonunun azaltılması yükümlülüğü bulunmaktadır. Bu gazlar; $CO_2$ (karbondioksit), $CH_4$ (metan), $N_2O$ (azotoksitler), HFC'ler (hidroflorokarbonlar), PFC'ler (perflorokarbonlar), $SF_6$ (kükürthekzaflorür)'dür. Kyoto Protokolü kapsamına alınan bu gazlara toplu olarak "Kyoto gazları" denilmektedir. Dolasıyla küresel ısınmadaki hızlı artış, atmosfere insan kaynaklı sera gazı salınımı nedeniyle "arttırılmış sera etkisi"nden kaynaklanmaktadır (Pandey vd., 2011: 136).

Sera gazları CO2 eşdeğeri cinsinden ölçülmektedir. CO2 eşdeğeri CO2 dışında diğer sera gazlarının aynı miktar CO2'ye karşılık kaç kat daha fazla ısı tutabilme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bunun neticesinde bütün sera gazları ortak bir payda da toplanarak, emisyon hesaplarını kolaylaştırmıştır (Özsoy, 2015: 202).

Sera gazı salınımının çevrede yarattığı olumsuz etkilerinden dolayı salınımın yönetimi bireyler, haneler ve topluluklar için giderek önemli hale gelmiştir. Karbon ayak izinin ölçümü için çeşitli parametrelere ayrılmıştır. James ve Kammen parametreleri ulaşım, konut, gıda, ürün ve hizmet 5 temel parametre belirlemiş ve karbon ayak izini birincil ve ikincil olarak 2 kategoriye ayırmıştır. (Jones ve Kammen, 2011: 4090)

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **İkincil ayak izi** | Toplu taşıma<br>Hava yolu<br>Otomobil | Isınma ve diğer yakıtlar<br>Su ve atık<br>Elektrik | Tahıl ve diğer gıdalar<br>Günlük meyve ve sebze<br>Et | Tıbbi ürünler<br>Kişisel bakım<br>Ev ürünleri<br>Giyim<br>Eğlence | Haberleşme ve iletişim<br>Eğlence<br>Sağlık |
| **Birincil ayak izi** | Motorlu araç yakıtı | Doğal gaz | | | |
| **Parametre** | **Ulaşım** | **Konut** | **Gıda** | **Ürünler** | **Hizmetler** |

Karbon birincil ayak izi konutlardaki enerji tüketimi ve ulaşım sonucu ortaya çıkan fosil yakıtların yanmasından dolayı ortaya çıkan salınımları, ikincil ayak izi ise tüketilen ürünlerin üretimi ve sonunda bozulmaları sonucu ortaya çıkan salınımların ölçülmesidir. Karbon ayak izi ülkelerin yaşam tarzlarına ve üretim/tüketim kalıplarına göre değişiklik gösterirken, hanelerin karbon ayak izi ise yaşanılan evin büyüklüğü veya evde kullanılan araçların çeşitlerine göre de farklılık göstermektedir. (Özsoy, 2015: 201)

Dünyada ülkelerin karbon ayak izi Global Footprint Nertwork (Küresel Ayak İzi Ağı) tarafından yıllık olarak hesaplanmakta ve raporlanmaktadır. Bu hesaplamalar sayesinde hem ülkeler arası hem de bölgeler arası karşılaştırma ve sıralama yapma olanağı sağlanmaktadır. Her yıl yaklaşık 150'nin üzerinde ülkenin karbon ayak izi ve biyolojik kapasiteleri hesaplanmaktadır. Türkiye'de ise TÜİK tarafından sera gazı emisyon istatistikleri 1990 yılından itibaren sektör bazında karşılaştırma yapma imkanı sağlayarak, yıllık olarak hesaplanıp raporlanmaktadır.

## 3.Literatür

Mutluluk ve çevre sorunları arasındaki ilişki zaman içerisinde üzerinde durulması gereken konulardan biri haline gelmiştir. Mutluluğu da içerisinde barındıran bireysel refah ile çevrenin üzerinde giderek artan baskı arasında nasıl bir ilişki olduğu veya olması gerekliliği araştırmacı-

ların son dönemde ilgisini çeken çalışma sorularından biridir.

Welsch (2005) çalışmasında 10 Avrupa ülkesinde hava kirliliği ile bireysel mutluluk arasındaki ilişkiyi incelemiştir ve araştırmanın sonucuna göre hava kirliliğinin, bireysel refahta ülkeler arası ve zamanlar arası farklılıkların öngörücüsü olarak istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu bulgusunu elde etmiştir.

Knight ve Rosa (2011) çalışmalarında kişi başına düşen ekolojik ayak izi ve ortalama yaşam memnuniyetini kullanarak yeni bir refahın çevresel verimlilik ölçüsünü oluşturmuşlardır. Ekonomi politik, modernleşme ve sürdürülebilir tüketim teorilerinden hipotezler çıkarmışlar ve 105 ülkeyi analize dahil etmişlerdir. Bulgularına göre; ekonomik gelişmenin ve gelir eşitsizliğinin refahın çevresel verimliliği üzerinde negatif etkisi ve sosyal sermayenin pozitif etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Wilson vd. (2013) doğrudan sera gazı (GHG) emisyonları ile sosyo ekonomik ve refah değişkenleri arasındaki ilişkiyi Kanada'da yaşayan 1920 katılımcıdan elde edilen anket verileriyle incelemişlerdir. Elde edilen sonuca göre; hanehalkı büyüklüğü, gelir, yaşanılan alan, yaş ve medeni durumun doğrudan sera gazı emisyonlarının istatistiksel olarak anlamlı belirleyicileri olduğu, bunun yanında doğum yeri, etnik köken, eğitim düzeyi, sağlık algısı, yaşam tatmini, iş tatmini, gönüllülük, topluluğa aidiyet ve mutluluğun anlamlı olmadığını öne sürmüşlerdir.

Ferreira vd. (2013) çalışmalarında Avrupa'da hava kalitesi ile bireysel refah arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Avrupa'yı bölgesel olarak ele alan çevresel kalite ve iklimi dahil eden veri seti ile çalışmışlar ve SO2 konsantrasyonlarının yani hava kirliliğinin kişinin bildirdiği yaşam memnuniyeti üzerinde güçlü bir olumsuz etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Andersson vd. (2014) çalışmalarında 1000 adet İsveçli katılımcıdan oluşan örneklem büyüklüğünde sera gazı emisyonları ile bireysel refah arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Ulaştıkları sonuca göre; bir bireyin emisyonları ile bireysel refah arasında güçlü bir bağlantı olmadığını, ayrıca emisyon yoğunluklu faaliyetler ile bireysel refahı analiz ettiklerinde yine refahla ilişkili olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Materyalist değerlerin daha düşük refah seviyesi ve bir dereceye kadar daha yüksek sera gazı emisyonları ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Lamb vd. (2014) çalışmalarında tüketime dayalı karbon emisyonlarının ekonomik, demografik ve coğrafi değişkenlere göre itici güçlerini belirlemeye çalışmışlar ve elde edilen bulgulara göre; kişi başına karbon emisyonu ile yaşam beklentisi kriterleri doğrultusunda beş ülke kümesinde yaşam beklentisi ve karbon emisyonlarının oldukça farklılaştırılmış sonuçlarına ulaşmış ve belirgin itici güç olduğunu tanımlamışlardır.

Ambrey ve Daniels (2017) çalışmalarında bireysel refah ile karbon ayak izi arasındaki ilişkiyi ampirik bir çalışma ile incelemişlerdir. Avustralya'da yaşayan hanehalkı anketlerinden elde edilen verilerle yapılan analiz sonuçlarına göre, daha yüksek karbon ayak izlerinin marjinal olarak daha düşük refah seviyeleri ile ilişkili olduğunu öne sürmüşlerdir ve bu bağlamda karbon ayak izi ile bireysel refah arasında anlamlı bir ilişki bulmuşladır.

O'Neill vd. (2018) araştırmalarında 150'ye yakın ülkede seçilmiş çevre göstergeleri ile seçilmiş sosyal göstergeler arasındaki ilişkiyi analiz etmişler ve kaynak kullanımı ile bireyin refahı arasındaki ilişkiye dair anlamlı bir bulgu elde etmişlerdir. Analize dahil edilen ülkelerin birçoğunda kaynakların kişi başına düşen biyofiziksel sınırların üzerindeki seviyelerde kullanıldığı sonucuna ulaşmışladır.

Fanning ve O'Neill (2018) çalışmalarında 2005-2015 yılları arasında 120 ülke için, yoğun karbon tüketimi ile bireysel refahın iki boyutu olan fiziksel sağlık ve mutluluk arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Karbon ayak izi cinsinden ölçülen kişi başına tüketimi azalan ülkelerin ortalama mutluluklarında anlamlı bir azalma tespit edilmiştir. Buna karşılık kişi başına tüketimin arttığı ülkelerde mutlulukta anlamlı bir değişim bulunmamıştır.

Taşkaya (2018) TÜİK'in hazırladığı 2015 yılı İllerde Yaşam Endeksi verilerini kullanarak illerin hava kalitesi, orman alanı, atık hizmetleri, gürültü kirliliği gibi çevresel unsurlarının refah seviyesine etkisini incelemiştir. İllerin gelir ve eğitim düzeyinin kontrol değişkenleri olarak dahil edildiği ekonometrik analiz sonucunda sadece ormanlık alanın refah ile pozitif yönde ilişkili olduğu, ancak, istasyonların ortalama PM10 değerleri ile ölçülen hava kirliliği, gürültü sorunları ve atık hizmeti alan nüfusun yüzdesi ile refah arasında herhangi bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır.

Özbek (2023) çalışmasında ekolojik ayak izi belirleyicilerini Filipinler, Malezya, Endonezya, Tayland ve Singapur'dan oluşan ASEAN-5 ülkeleri örnekleminde araştırmıştır. Araştırmanın değişkenlerini ekonomik büyüme, ekolojik ayak izi, küreselleşme endeksi ve enerji tüketimi oluşturmaktadır. Elde edilen sonuca göre; söz konusu ülkelerde ekonomik büyümenin, enerji tüketiminin ve küreselleşmenin ekolojik ayak izini arttırdığı tespit edilmiştir.

## 4. Ülkelerin Karbon Ayak İzi ve Mutluluk Seviyelerine Göre Karşılaştırılması

Günümüzde bireylerin yaşam beklentisi, toplumun temel ihtiyaçlarının karşılanması dışında, bireylerin daha yüksek bir mutluluk seviyesine ulaşması dolayısıyla yaşamdan duyduğu hazzı ve memnuniyeti arttırmaya yönelik politikaların uygulanmasıdır. Daha yüksek bir yaşam memnuniyeti seviyesi için ise sadece ekonomik koşullar değil, çevresel faktörler,

eğitim kalitesi, her alanda eşitsizliğin önlenmesi gibi faktörlerin de iyileştirilmesi gerekmektedir. Sınırsız tüketimin iyi bir yaşama yol açacağı anlayışına dayalı kalkınma modeli, dengesiz bir güç ilişkisi içinde bu modelleri benimsemeye yöneltilen toplumlara dayatılmaktadır ve bu şekilde çevresel ve mutluluk krizleri daha da artmaktadır (Powers vd., 2017:11).

Çevresel tahribatın insan refahını olumsuz yönde etkilediği yapılan ampirik çalışmalarla da kanıtlanmıştır (Ambrey, 2017: 897). Çevresel stres ve insan refahı arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışan araştırmacılar "yapısal insan ekolojisi" kavramını geliştirerek, "Yüksek düzeyde refah elde etmek için yüksek düzeyde çevresel stres üretmek gerekli midir?" sorusunun cevabını aramaktadırlar (Dietz ve Jorgenson, 2015).

Karbon ve ekolojik ayak izi gibi araçlar, insanların çevre üzerindeki etkisini belirlemeye yardımcı olan somut bir ölçüm sağlar ve bu nedenle doğal kaynaklara yönelik aşırı talep aşırı talep ile bu kaynakların fiili mevcudiyeti arasındaki tutarsızlığı gidermek için bilgi sağlar (Powers vd., 2017:11).

Çalışmanın bu bölümünde hem karbon ayak izi ölçümlerine göre dünya sıralamasında ilk 20'de yer alan ülkeler hem de mutluluk ölçümlerine göre dünyada ilk 20'de yer alan ülkeler karşılaştırılmalı olarak değerlendirilecektir.

**Tablo 2:** *Dünyada karbon ayak izi yüksek ilk 20 ülke ve mutluluk sıralamasındaki yerleri, 2020*

| Ülke | CO2 Emisyonu (Mt) | Kişi Başı Emisyon | Mutluluk Sıralaması |
|---|---|---|---|
| Çin | 11680,42 | 8,2 | 52 |
| ABD | 4535,3 | 13,68 | 14 |
| Hindistan | 2411,73 | 1,74 | 92 |
| Rusya | 1674,23 | 11,64 | 60 |
| Japonya | 1061,77 | 8,39 | 40 |
| İran | 690,24 | 8,26 | 77 |
| Almanya | 636,88 | 7,72 | 7 |
| Güney Kore | 621,47 | 12,07 | 50 |
| Suudi Arabistan | 588,81 | 16,96 | 21 |
| Endonezya* | 568,27 | 2,09 | 82 |
| Kanada | 542,79 | 14,43 | 15 |
| Brezilya | 451,8 | 2,11 | 41 |
| Güney Afrika | 435,13 | 7,41 | 76 |
| Meksika | 407,7 | 3,05 | 46 |
| Türkiye | 405,2 | 4,83 | 78 |
| Avustralya | 386,44 | 15,22 | 12 |
| Vietnam* | 321,93 | 3,27 | 79 |
| İngiltere | 313,73 | 4,66 | 18 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| İtalya | 297,35 | 5,03 | 25 |
| San Marino | 297,35 | 5,03 | - |

**Kaynak:** *EU, Joint Research Centre, Fossil $CO_2$ emissions of all world countries, 2020 raporu ve World Happiness Report, 2021'den alınarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.*

** 2020 anket bilgileri yoktur. Ortalamaları 2018-2019 anketlerine dayanmaktadır.*

2020 yılı küresel karbon ayak izi verilerine göre; gelir seviyesi yüksek olan ülkelerin çevresel tahribatı daha yoğun şekilde gerçekleşmiştir. Bu ülkelerin ülke başına daha yüksek karbon ayak izine sahip olmaları; daha çok enerji kullanımı için büyük miktarda fosil yakıt tüketen endüstriyel faaliyetleri, evsel enerji tüketiminin yüksek seviyelerde olması ve nüfusun büyük oranının kendi otomobillerine sahip olması gibi nedenler sıralanabilir (EU, Joint Research Centre, 2020).

**Tablo 3:** *Dünyanın en mutlu ilk 20 ülkesi ve karbon ayak izi, 2020*

| Ülke | Cantril ladder skoru | Kişi Başı GSYİH Logaritması | Karbon Ayak İzi (CO2 Emisyonu, Mt) | Karbon Ayak İzi Sıralaması |
|---|---|---|---|---|
| Finlandiya | 7,889 | 10,750 | 40,7 | 66 |
| İzlanda | 7,575 | 10,824 | 3,17 | 147 |
| Danimarka | 7,515 | 10,910 | 25,71 | 86 |
| İsviçre | 7,508 | 11,081 | 35,3 | 72 |
| Hollanda | 7,504 | 10,901 | | |
| İsveç | 7,314 | 10,838 | 42,3 | 63 |
| Almanya | 7,312 | 10,833 | 636,88 | 7 |
| Norveç | 7,290 | 11,042 | 42,18 | 64 |
| Yeni Zelanda | 7,257 | 10,600 | 33,03 | 76 |
| Avusturya | 7,213 | 10,851 | 63,69 | 55 |
| İsrail | 7,195 | 10,538 | 62,42 | 56 |
| Avustralya | 7,137 | 10,760 | 386,44 | 16 |
| İrlanda | 7,035 | 11,323 | 32,65 | 77 |
| ABD | 7,028 | 11,001 | 4535,3 | 2 |
| Kanada | 7,025 | 10,730 | 542,79 | 11 |
| Çek Cumhuriyeti | 6,897 | 10,530 | 92,08 | 43 |
| Belçika | 6,839 | 10,771 | | |
| İngiltere | 6,798 | 10,626 | 313,73 | 18 |
| Tayvan | 6,751 | | 280,56 | 23 |
| Fransa | 6,714 | 10,643 | 279,99 | 24 |

**Kaynak:** *World Happiness Report, 2021 raporundan alınarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.*

Klasik iktisat anlayışı ve kalkınma modellerine göre yüksek gelir seviyesine sahip ülkelerin aynı zamanda yüksek refah seviyesine sahip olması gerekmektedir. Ancak WHR'a göre nispeten gelir seviyesi daha düşük olan ülkelerin mutluluk sıralamasında üst sıralarda yer aldığı görülmektedir. Aynı zamanda bu ülkelerin karbon ayak izleri gelir seviyesi yüksek olanlara göre daha düşük seviyededir. Dolayısıyla mutluluk karşılaştırmalarında üst sıralarda yer alan ülkeler nispeten düşük gelir ve daha az çevresel tahribat ile yüksek düzeyde mutluluk yani yüksek düzeyde refah seviyesine ulaşabilmenin mümkün olduğunu kanıtlamaktadır.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bir bütün olarak çevresel kalite, doğal zenginliklerin miktarı ve zaman içindeki değişimleri, aynı sırada çevre kalitesi ve kirlilik, iklim değişikliği ve diğer faktörlerden kaynaklanan küresel ve yerel çevre kalitesindeki değişiklikler nasıl hissettiğimizi ve yaşamımızı nasıl değerlendirdiğimizi şekillendirmektedir. WHR verilerinden elde edilen dünyanın en mutlu ilk 20 ülkesi ve karbon ayak izi sıralamasına göre nispeten gelir seviyesi daha düşük olan ülkelerin mutluluk sıralamasında üst sıralarda yer aldığı görülmektedir. Aynı zamanda bu ülkelerin karbon ayak izleri gelir seviyesi yüksek olanlara göre daha düşük seviyededir. Dolayısıyla mutluluk karşılaştırmalarında üst sıralarda yer alan ülkeler nispeten düşük gelir ve daha az çevresel tahribat ile yüksek düzeyde mutluluk yani yüksek düzeyde refah seviyesine ulaşabilmenin mümkün olduğunu kanıtlamaktadır.

Son yıllarda iklim değişikliği gibi konuların öneminin artması sonucu çevrenin insanlar için önemi de zaman içinde artmaktadır. 2020 Dünya Mutluluk Raporu'na göre, Gallup Anketinde çeşitli yıllarda çevreyle ilgili sorulara verilen yanıtlar çevrenin insanlar için öneminin tüm dünyada evrensel olduğunu göstermektedir.

> *"Yanıt verenlerin %62'si seçenek verildiğinde, ekonomik büyüme yerine çevreyi korumaya öncelik vereceklerini söylüyor. Sadece yarısı ülkelerindeki çevreyi koruma çabalarından memnun. Özellikle, yanıt verenlerin %74'ü küresel ısınmayı kendileri ve aileleri için çok veya bir şekilde ciddi bir tehdit olarak algılıyor ve %65'i iklim değişikliğinin hayatlarını zorlaştıracağına inanıyor."* (WHR, 2020)

İklim değişikliği gibi konuların öneminin artmasına rağmen çevre koruma çabalarının yetersiz kaldığı düşünülmekte ve çevre giderek bir öncelik konusu haline gelmektedir. 16 yaşındaki İsveçli öğrenci Greta Thunberg'in Ağustos 2018'deki protestosu küresel bir çevre hareketine dönüşmüş ve dünya çapında 1,4 milyondan fazla genç, iklim eylemi için okul grevlerine katılmıştır (Guardian, 2019a). 2019 yılında yeşil partiler Avrupa seçimlerinde şimdiye kadarki en güçlü performanslarını sergilemişler ve partilerin ana gündemi acil iklim eylemini de içeren köklü bir değişiklik olarak belirlenmiştir (Guardian, 2019a).

Wolf vd. (2022) 11 sorun kategorisinde 40 performans göstergesi kullanarak Çevresel Performans Endeksi (EPI) oluşturmuş ve 180 ülkeyi iklim değişikliği performansı, çevre sağlığı ve ekosistem canlılığı açısından sıralamıştır. Hazırlanan rapora göre, EPI sıralamaları bir dizi önemli sonucu da ortaya çıkarmıştır: İlk olarak iyi politika sonuçları gelirle ilişkilidir, çünkü ekonomik refahın artması çevresel iyileşmeyi sağlayacak yatırımları da mümkün kılmaktadır. İkincisi, sanayileşme ve kentleşme özellikle gelişmekte olan dünyada, kirlilik baskısının artması anlamına gelmektedir; ancak veriler ülkelerin ekonomik güvenlik için sürdürülebilirliği feda etmeleri gerekmediğini de göstermektedir. Üçüncüsü, iyi performans sergileyen ülkeler sürdürülebilirliğin tüm alanlarına dikkat eden uzun süreli politikalar ve programlar uygulamaktadır. Dördüncüsü, geride kalan ülkeler tüm sürdürülebilirlik alanlarına öncelik vermelidir ve sivil huzursuzluk yaşayan ülkelerin düşük puanları zayıf yönetişimle ilişkilendirilmiştir.

Birçok araştırmaya konu olan çevre kirliliğinin neden olduğu daha düşük mutluluk, hükümetin çevre kirliliğinin kontrolü için önemini ortaya çıkarmaktadır. Bu konuda Guo, Wang ve Zhang (2020) 2015 yılında Çin Genel Sosyal Araştırması'ndan alınan mikro verilere ve 2013'ten 2015'e kadar Çin'deki 28 ilin makro verilerine dayanarak, ekonomik çevre düzenlemesi (EER), yasal çevre düzenlemesi (LER) ve denetimli çevre düzenlemesi (SER) ve bunlar ile mutluluk arasındaki ilişkinin ekonometrik analizini yapmıştır. Analiz sonuçları, EER'nin uygulamadan sonra uzun vadede mutluluğu önemli ölçüde iyileştirdiğini ve LER'nin içinde bulunulan yıl ve sonraki yıl mutluluk üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını, anlamlı doğrusal olmayan ilişkinin 2 yıl sonra ortaya çıktığını, SER'nin ise o yıl ve 2 yıl sonra mutluluk üzerinde negatif etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak Guo, Wang ve Zhang (2020)'a göre çevre yönetimine devlet yatırımı artmaya devam etmeli, çevresel yasal sistem güçlendirilmeli, yerel yönetimlerin idari hesap verebilirliği arttırılmalıdır. Ayrıca, halkın katılımı için daha fazla alan yaratılmalı ve halkın denetimine önem vermelidir.

Sonuç olarak günümüzde iklim krizinin yarattığı sorunların önüne geçebilmek için; toplumun gelir seviyesini ve refahını arttırıcı politikalar uygulanırken çevrenin üzerindeki baskının azaltılması gerekliliği, iklim krizinin nedenlerinin tekrar gözden geçirilmesi ve buna yönelik önlemler alınması, çevreyle uyumlu politikaların toplumsal refah üzerinde pozitif etkisi olduğu ve mutluluğun doğa ile uyumlu olunduğu sürece sürdürülebilir ve mümkün olduğu anlaşılmaktadır.

# KAYNAKÇA

Andersson, D., Nassen J., Larsson, J., Holmberg, J. (2014). Greenhouse gas emissions and subjective well-being: An analysis of Swedish households. *Ecological Economies*, 102, 75-82.

Ambrey, C.L., Daniels, P. (2017). Happiness and footprints: Assessing the relationship between individual well-being and carbon footprints. *Environ Dev Sustain*, 19, 895-920.

Dietz, T., Jorgenson, A. (2015). Introduction: Progress in structural human ecology. *Human Ecology Review*, 22(1), 3-11.

Easterlin, R.A. (1974). Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence. In: David, P.A., Reder, M.W. (Eds.), *Nations and Households in Economic Growth*. Academic Press, pp. 89e125. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-205050-3.50008-7.

EU, Joint Research Centre. (2020). Fossil $CO_2$ emissions of all world countries, https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC121460

Fanning, A.L., O'Neill, D.W. (2019). The wellbeing-consumption paradox: Happiness, health, income and carbon emissions in growing versus non-growing economies. *Journal of Cleaner Production*, 212, 810-821.

Ferreira, S., Akay, A., Brereton, F., Cunado J., Martinsson, P., Moro, M., Ningal, T.F. (2013). Life satisfaction and air quality in Europe, *Ecological Economics*, 88, 1-10.

Guardian (2019a). School climate strikes: 1.4 million people took part, say campaigners, http://www.theguardian.com/environment/2019/mar/19/school-climate-strikes-more-than-1-million-took-part-say-campaigners-greta-thunberg, 13/03/2023.

Guardian (2019b). Greens surge as parties make strongest ever showing across Europe, Online: http://www.theguardian.com/politics/2019/may/26/greens-surge-as-parties-make-strongestever-showing-across-europe, 13/03/2023.

Guo, S., Wang, W., & Zhang, M. (2020). Exploring the impact of environmental regulations on happiness: new evidence from China. *Environmental Science and Pollution Research*, 27, 19484-19501.

Jones, Christopher M., Kammen, Daniel M. (2011). Quantifying carbon footprint reduction opportunities for U.S. households and communities. *Environmental Science and Technology*, 45, 408-4095.

Knight, K.W., Rosa, E.A. (2011). The environmental efficiency of well-being: A cross-national analysis, *Social Science Research*, 40, 931-949.

Lamb, W.F., Steinberger J.K., Baws-Larkin, A., Peters, G.P., Roberts, J.T., Wood, F.R. (2014). Transitions in pathways of human development and carbon emissions. *Environmental Research Letters*, 9, 1-10.

O'Neill, D.W., Fanning, A.L., Lamb, W.F., Steinberger, J.K. (2018). A good life for all within planetary boundalies. *Nature Sustainability,* 1(2), 88-95.

Özbek, S. (2023). Ekonomik Büyüme, küreselleşme ve ekolojik ayak izi ilişkisi: Asean 5 ülkeleri üzerine ekonometrik bir analiz, *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(37), 123-138.

Özsoy, Ceyda E., 2015. Düşük karbon ekonomisi ve Türkiye'nin karbon ayak izi, *Emek ve Toplum*, c.4, y.4, s.9, 199-215.

Pandey, D., Agrawal, M., Pandey, J.S. (2011). Carbon footprint: Current methods of estimation. *Environmental Monitoring and Assessment,* 178, 135-160.

Powers, W.D., Oliveira, K.M., Timmer, H. (2017). The high happiness-low carbon link. A new study from Bolivia on well-eing and sustainability. 1-37.

Stevenson, B., & Wolfers, J. (2008). *Economic growth and subjective well-being: Reassessing the Easterlin paradox* (No. w14282). National Bureau of Economic Research.

Şeker, M. (2009). Mutluluk ekonomisi. *Sosyoloji Konferansları*, (39), 115-140.

TÜİK, Yaşam Memnuniyeti Anketi. (2022).

Taşkaya, S. (2018). Environmental quality and well-being level in Turkey. *Environmental Science and Pollution Research*, 25, 27935-27944.

Veenhoven, R., & Vergunst, F. (2014). The Easterlin illusion: economic growth does go with greater happiness. *International Journal of Happiness and Development*, 1(4), 311-343.

Welsch, H. (2005). Environmental and happiness: Valuation of air pollution using life satisfaction data. *Ecological Economies*, 58, 801-813.

Wilson, J., Tyedmers, P., Spinney, Jamie E.L. (2013). An exploration of the relationship between socioeconomic and well-being variables and households greenhouse gas emissions. *Journal of Industrial Ecology*, 17(6), 880-891.

Wolf, M. J., Emerson, J. W., Esty, D. C., de Sherbinin, A., Wendling, Z. A., et al. (2022). *2022 Environmental Performance Index*. New Haven, CT: Yale Center for Environmental Law & Policy. epi.yale.edu

World Happiness Report. (2020). https://worldhappiness.report/ed/2020/

World Happiness Report. (2021). https://worldhappiness.report/ed/2021/

# BÖLÜM 18

## TÜRKİYE'DE KREDİ KARTI VE BANKA KARTI KULLANIMININ SEKTÖREL İNCELEMESİ

*Halil İbrahim YAVUZ*[1]

1 Selçuk Üniversitesi, Taşkent MYO, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, h.ibrahimyavuz@selcuk.edu.tr - ORCID:0000-0003-2964-4873

## 1. Giriş

Plastik para olarak tabir edilen banka ve kredi kartları günümüz ekonomik yaşantısının içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Kartlı ödeme hizmetlerinin yaygınlaşması sayesinde insanların nakit taşıma zorunluluğu büyük ölçüde azalmış, harcamalarda bozuk para bulundurma, para üstü alma gibi sorunlar ortadan kalkmıştır. Bununla birlikte makro ekonomik açıdan, harcamaların kayıt altına alınması sağlandığı için vergi gelirlerinde de bir artışa sebep olduğu aşikardır.

Kredi kartlarının enflasyon, istihdam, kamu gelirleri, faiz oranları gibi makroekonomik değişkenler üzerinde etkileri olduğu gibi, dış ticaret, turizm gibi pek çok sektör üzerinde de etkiye sahiptir (Kaya, 2009: 94-110).

Kartları üç sınıfa ayırmak mümkündür. İlk kart türü debit kart olarak adlandırılan banka kartlarıdır. Bu kartlar bir vadesiz mevduat hesabıyla ilişkili olmalıdır. Kartla yapılabilecek işlemlerin üst limiti de hesapta bulunan bakiye kadar olmaktadır. Bu kartlar sıklıkla hesaptan para çekmek, ATM kanallarından kolay bir şekilde işlem gerçekleştirmek ve nakit taşımaksızın alışverişlerde ödeme yapabilmek amacıyla kullanılmaktadır. Bir diğer kart türü olan kredi kartları ise mülkiyeti bir bankaya ait olan ve kullanıcılarına faizsiz alışveriş kredisi limiti sunan kartlardır. Bu kartların bir kredi limiti olması nedeniyle bankaların belirleyeceği limit yasal düzenlemelere bağlıdır. Kredi kartları sıklıkla fiziki veya e-ticaret siteleri üzerinden alışveriş yaparken veya bir hizmet satın alırken kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra bu kartlarda bankaların belirledikleri limitler çerçevesinde avans veya taksitli nakit avans kullanımı söz konusu olmaktadır. Son olarak ön ödemeli kartlardan bahsedecek olursak; bu tür kartlar bankalar veya banka dışı kuruluşlar tarafından çıkarılabilmektedir. Bu kartların özelliği ise kartın herhangi bir vadesiz hesaba bağlı olmasına gerek olmaksızın karta yüklenilen bakiye kadar kullanım limiti sunmasıdır. Bu kartlar daha çok ulaşım, fatura ödemesi, küçük çaplı online alışveriş gibi hizmetlerde kullanılmaktadır.

Bu çalışmada doğrudan bankalar tarafından çıkarılan debit kartlar ve kredi kartı kullanımının sektörel dağılımı ve harcama alışkanlıklarının değişimi vurgulanmaktadır. İlk olarak ülkemizde kartlı ödeme sistemlerinin tarihçesine kısaca yer verilecek, daha sonra kartlı ödeme sistemlerine ilişkin istatistiki bilgiler ve sektörel kullanım analizi yapılacaktır.

## 2. Türkiye'de Kartlı Ödeme Hizmetlerinin Kısa Tarihçesi

Bankacılık sektörü teknoloji kullanımının en yoğun olduğu sektörlerden biridir. Teknolojinin getirdiği yeniliklerden biri de şüphesiz kartlar ve bu kartların kullanıldığı kanallar ve ödeme araçları olmuştur. Ülkemizde kartlı ödeme sistemlerinin ilk örneği 1968 yılında Diners Club ve American Express'in

gelmesiyle ortaya çıkmıştır (BKM.) 1987 yılında İş Bankası tarafından ilk kez "Bankamatik" adı verilen ATM cihazı kurulmuştur. Tüm bu gelişmeler ışığında 1990 yılında Bankalararası Kart Merkezi (BKM)'nin 13 bankanın ortaklığında kurulması ile kart kullanımının daha kurumsal ve sistemli bir alt yapı içerisinde giderek arttığını söylemek yanlış olmayacaktır.

1991 yılına gelindiğinde ilk pos terminali kurulmuş, yaklaşık 5.9 milyon debit kart, 766 bin kredi kartı ve 1600'ün üzerinde pos cihazı adedine ulaşılmıştır. İzleyen yıllarda fotoğraflı kredi kartları, ATM ve pos ağlarının birbirlerininim kullanımına açılması, çok ortaklı kart programlarının yaygınlaşması ve taksitli işlemlerin başlaması gibi yenilikler devam etmiştir (BKM).

2000 yılına gelindiğinde ise banka kartı sayısının 30 milyona, kredi kartı sayısının 13,4 milyona ve POS cihazı adedinin 300bine ulaştığı görülmektedir. 2006 yılında Avrupa'nın ilk temassız kredi kartı kullanan ülkesi olan Türkiye'de 2007 yılında çipli ve şifreli kartlara geçiş süreci tamamlanmıştır. 2008 yılına gelindiğinde ise banka kartı sayısı 56,2 milyon, kredi kartı sayısı 38.5 milyon, POS cihazı sayısı ise 1,5 milyon adete ulaşmıştır (BKM).

E-ticaret sektörünün gelişimi ile dünyanın ilk ulusal dijital cüzdanı olma özelliğini taşıyan BKM Express 2012 yılında uygulamaya konulmuştur. 2013 yılında temassız kredi kartları ve NFC özelliği bulunan cep telefonları ilk kez Konya'da toplu ulaşım araçlarında kullanılmıştır. 2014 yılında yazarkasa pos cihazı olarak bilinen TechPOS devreye alınmış ve böylece işyerlerinin aynı zamanda yazarkasa özelliği olan tek bir POS cihazına çalışmak istedikleri bankanın parametrelerinin yüklenmesi imkânı getirilmiştir (BKM).

Tablo 1'de kartlı ödeme sistemlerine ilişkin bazı istatistiki bilgiler yer almaktadır.

**Tablo 1.** *Kartlı Ödeme Hizmetlerine İlişkin Sayısal Veriler*

| Yıllar | Kredi Kartı | Banka Kartı | Toplam Kart | Pos Cihazı | ATM | ÖKC |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2013 | 56.835.221 | 95.447.366 | 152.282.587 | 2.293.695 | 42.011 | 0 |
| 2014 | 57.005.902 | 96.329.365 | 153.335.267 | 2.191.382 | 45.576 | 208.398 |
| 2015 | 58.215.318 | 98.977.422 | 157.192.740 | 2.158.328 | 48.277 | 468.705 |
| 2016 | 58.795.476 | 100.654.261 | 159.449.737 | 1.746.220 | 48.421 | 965.314 |
| 2017 | 62.453.610 | 112.134.456 | 174.588.066 | 1.656.999 | 49.847 | 1.140.195 |
| 2018 | 66.304.603 | 120.486.669 | 186.791.272 | 1.586.747 | 51.941 | 1.278.126 |
| 2019 | 69.825.826 | 133.199.632 | 203.025.458 | 1.599.481 | 53.024 | 1.370.199 |
| 2020 | 75.697.214 | 144.743.198 | 220.440.412 | 1.686.009 | 52.798 | 1.492.415 |
| 2021 | 83.791.396 | 150.099.166 | 233.890.562 | 1.754.697 | 52.237 | 1.677.957 |
| 2022 | 99.489.990 | 168.870.330 | 268.360.320 | 2.047.012 | 52.053 | 1.901.961 |

**Kaynak:** *BKM verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.*

Tablo 1 incelendiğinde kredi ve banka kartı sayılarının sürekli arttığı görülmektedir. Özellikle kredi kartı sayısı 2022 yılında yaklaşık yüzde 18 oranında artış göstererek 99.5 milyon adede ulaşmıştır. Bankaların farklı sadakat programları çerçevesinde birden fazla kart çıkarması ve müşterilerine pazarlaması, zamanda nüfus artışı ve buna paralel çalışma çağındaki nüfusun artması hem kredi hem banka kartı sayılarında artışa neden olmaktadır. Pos cihazı sayısı başlangıçtaki rakamdan düşük olsa da son yıllarda artışını sürdürmektedir. ÖKC sayıları da her geçen yıl artmaya devam etmektedir. ATM sayıları ise diğer ürünlerin aksine azalmaktadır. Londra merkezli perakende bankacılık araştırmaları yapan RBR'nin 2019 raporuna göre tüm dünyada ATM sayıları azalmaya başlamıştır. Bu durumun temel nedenleri, ülkelere göre farklılaşsa da genel olarak nakit dışı ödemelerin artması, şube sayılarındaki azalmaya paralel ATM sayılarının azalması, ATM'lerin daha verimli kullanılması amacıyla paylaşımlarının artması ve bankaların dijital kanallara olan ilgisinin artması olarak gösterilebilir (RBR, 2019).

Kartlı ödeme sistemlerine ilişkin harcama verileri incelendiğinde yine kart kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte işlem adetlerinin ve harcama tutarlarının da arttığı görülmektedir.

**Tablo 2.** *Yerli Kredi Kartlarının Yurtiçi ve Yurtdışı, Yabancı Kredi Kartlarının Yurtiçi Kullanımından Doğan İşlem Adedi ve İşlem Tutarları*

| Dönem | İşlem Adedi | | | İşlem Tutarı (Milyon TL) | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Alışveriş | Nakit Çekme | Toplam | Alışveriş | Nakit Çekme | Toplam |
| 2014 | 2.763.113.839 | 88.167.516 | 2.851.281.355 | 442.015 | 47.532 | 489.548 |
| 2015 | 2.972.708.274 | 95.076.050 | 3.067.784.324 | 501.787 | 58.387 | 560.174 |
| 2016 | 3.158.662.403 | 97.866.752 | 3.256.529.155 | 547.137 | 68.640 | 615.778 |
| 2017 | 3.451.652.102 | 104.574.442 | 3.556.226.544 | 621.376 | 71.650 | 693.027 |
| 2018 | 3.882.378.215 | 104.438.964 | 3.986.817.179 | 744.696 | 81.857 | 826.553 |
| 2019 | 4.371.619.038 | 110.656.083 | 4.482.275.121 | 885.504 | 93.736 | 979.240 |
| 2020 | 4.364.494.662 | 105.630.122 | 4.470.124.784 | 980.520 | 101.478 | 1.081.998 |
| 2021 | 5.432.628.792 | 147.522.485 | 5.580.151.277 | 1.483.440 | 160.012 | 1.643.452 |
| 2022 | 7.016.787.811 | 203.102.850 | 7.219.890.661 | 3.166.983 | 356.934 | 3.523.917 |

**Kaynak:** *BKM verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.*

Tablo 2' de kartla yapılan işlem adetleri ve tutarlarının yıllar itibariyle seyri yer almaktadır. Özellikle 2022 yılında yaşanan yüksek enflasyonun kartlı harcamalar üzerindeki etkisi açıkça görülmektedir. Hem işlem sayıları hem de işlem tutarlarını geçmiş yıllara kıyasla daha büyük ölçüde artırmıştır. Ancak işlem adedindeki artış oranı yaklaşık %29 iken, harcama tutarındaki toplam artış %114 seviyesindedir. 2022 yılı sonunda kartla yapılan işlemlerin toplam tutarı 3.5 trilyon TL'yi, işlem adedi ise 7.2 milyarı aşmış durumdadır. 2014 yılında alışveriş işlemlerinde ortalama her bir işlemin tutarı yaklaşık 160-TL olmasına karşın 2022 yılında her bir işlemin ortalama tutarı yaklaşık 451-TL'dir. Benzer şekilde 2014 yılında her bir nakit çekim tutarı ortalaması 539 lira iken 2022 yılında 1757 liraya yükselmiştir.

Yukarıdaki artışın tek nedeni olarak enflasyonu baz almak çok doğru olmayacaktır. Kredi kartı sayısının, bununla birlikte üye işyeri sayısı ve kredi kartı kullanım alışkanlıklarının artması da kartlı harcamaların ve işlem adetlerinin artmasında etkili olmuştur. Ayrıca 2019 yılı sonunda başlayan ve ülkemizdeki etkilerinin 2021 yılı sonuna kadar hissedildiği Covid-19 salgını da toplumun harcama alışkanlıklarını etkilemiştir. Özellikle bu dönemde daha da gelişen e-ticaret ve ayağa yapılan diğer hizmetlerin sayısındaki artış ve bu hizmetler için genellikle kredi kartı ile ödeme yapılması sayesinde hem işlem adetleri hem de işlem tutarları önemli ölçüde artış kaydetmiştir.

## 3.Kart Kullanımının Sektörel İncelemesi

Kart kullanımı sektörden sektöre farklılık göstermektedir. Bu doğrultuda 2014-2022 yıllarına ait kart işlem adedi verilerinin 2022 verilerine göre hesaplanarak sıralanmış sektörel işlem adedi payları Tablo 3'te yer almaktadır.

**Tablo 3.** *Kartlı İşlem Adetlerine Göre Sektör Payları (%)*

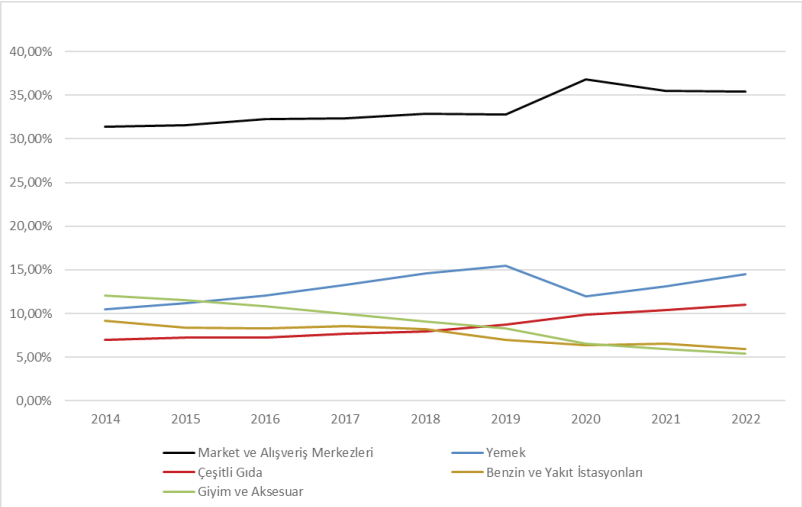
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Market ve Alışveriş Merkezleri** | 31,44 | 31,60 | 32,30 | 32,35 | 32,86 | 32,76 | 36,81 | 35,50 | 35,40 |
| **Yemek** | 10,52 | 11,20 | 12,03 | 13,32 | 14,61 | 15,47 | 11,99 | 13,07 | 14,52 |
| **Çeşitli Gıda** | 7,00 | 7,23 | 7,23 | 7,66 | 7,98 | 8,77 | 9,87 | 10,42 | 10,98 |
| **Benzin ve Yakıt İstasyonları** | 9,21 | 8,37 | 8,33 | 8,54 | 8,22 | 6,99 | 6,33 | 6,51 | 5,91 |
| **Giyim ve Aksesuar** | 12,06 | 11,52 | 10,83 | 9,99 | 9,06 | 8,31 | 6,56 | 5,92 | 5,39 |
| **Hizmet Sektörleri** | 4,48 | 4,15 | 4,26 | 4,42 | 4,85 | 5,31 | 4,99 | 4,41 | 4,69 |
| **Sağlık/Sağlık Ürünleri/ Kozmetik** | 3,66 | 3,80 | 3,86 | 3,84 | 3,92 | 4,02 | 4,01 | 4,02 | 3,76 |
| **Elektrik-Elektronik Eşya, Bilgisayar** | 3,17 | 2,97 | 2,54 | 2,34 | 2,35 | 2,39 | 3,41 | 3,82 | 3,72 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Seyahat Acenteleri/ Taşımacılık** | 1,67 | 1,60 | 1,55 | 1,69 | 1,76 | 2,02 | 1,66 | 1,83 | 2,66 |
| **Diğer** | 0,94 | 0,78 | 0,74 | 0,84 | 0,84 | 1,05 | 1,44 | 1,96 | 2,41 |
| **Telekomünikasyon** | 4,01 | 3,82 | 3,77 | 3,28 | 2,71 | 2,54 | 3,35 | 3,34 | 2,13 |
| **Eğitim / Kırtasiye / Ofis Malzemeleri** | 1,84 | 1,95 | 1,95 | 1,93 | 1,90 | 1,86 | 1,52 | 1,48 | 1,46 |
| **Kamu/Vergi ödemeleri** | 0,00 | 1,18 | 1,45 | 1,36 | 1,27 | 1,26 | 1,23 | 1,39 | 1,27 |
| **Yapı Malzemeleri, Hırdavat, Nalburiye** | 1,46 | 1,37 | 1,11 | 1,15 | 1,08 | 1,03 | 1,13 | 1,00 | 1,02 |
| **Mobilya ve Dekorasyon** | 1,93 | 1,97 | 1,92 | 1,75 | 1,50 | 1,31 | 1,33 | 1,18 | 0,99 |
| **Araç Kiralama-Satış/ Servis/Yedek Parça** | 1,02 | 1,03 | 0,98 | 0,96 | 0,87 | 0,84 | 0,93 | 0,98 | 0,90 |
| **Sigorta** | 2,82 | 2,31 | 1,81 | 1,52 | 1,40 | 1,39 | 1,44 | 1,22 | 0,84 |
| **Konaklama** | 0,52 | 0,54 | 0,54 | 0,53 | 0,51 | 0,50 | 0,33 | 0,38 | 0,41 |
| **Havayolları** | 0,73 | 0,73 | 0,69 | 0,66 | 0,62 | 0,57 | 0,29 | 0,32 | 0,29 |
| **Bireysel Emeklilik** | 0,00 | 0,55 | 0,80 | 0,67 | 0,56 | 0,48 | 0,45 | 0,37 | 0,28 |
| **Kulüp / Dernek /Sosyal Hizmetler** | 0,57 | 0,45 | 0,44 | 0,32 | 0,33 | 0,33 | 0,30 | 0,27 | 0,24 |
| **Müteahhit İşleri** | 0,13 | 0,14 | 0,22 | 0,18 | 0,17 | 0,18 | 0,19 | 0,18 | 0,18 |
| **Araba Kiralama** | 0,05 | 0,05 | 0,06 | 0,09 | 0,08 | 0,07 | 0,06 | 0,08 | 0,17 |
| **Kumarhane /İçkili Yerler** | 0,22 | 0,19 | 0,16 | 0,14 | 0,16 | 0,19 | 0,11 | 0,12 | 0,17 |
| **Kuyumcular** | 0,44 | 0,43 | 0,38 | 0,38 | 0,30 | 0,26 | 0,19 | 0,18 | 0,15 |
| **Doğrudan Pazarlama** | 0,10 | 0,08 | 0,05 | 0,08 | 0,07 | 0,10 | 0,09 | 0,06 | 0,06 |

**Kaynak:** *TCMB EVDS verilerinden faydalanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır.*

İncelenen dönem boyunca kredi kartı işlem adedinde zirvede yer alan sektör market ve alışveriş merkezlerdir. Son yıllarda müşteri adresine yapılan teslimat hizmetlerinin büyük ölçüde artış gösterdiği ve sektöre birçok yeni oyuncunun girdiği, ulusal e-ticaret sitelerinin bile yerel hizmet sağlayıcılar ile iş birliği içerisinde hızlı teslimatlı ürün satışına hız verdiği bilinmektedir. Bu açıdan da yemek sektörünün ikinci sırada yer alışı ve payının artarak devam etmesi şaşılacak bir durum değildir. 2022 itibariyle en büyük işlem adedine sahip 5 sektörün toplam harcama adedi içerisindeki payı %72,20 dolayındadır. En büyük 5 sektörün incelenen dönem içerisindeki değişimin gözlemleyebilmek için Şekil 1'de yer alan grafik oluşturulmuştur.

**Şekil 1.** *En Fazla İşlem Yapılan Sektörlerin Yıllara Göre Değişimi (%)*




**Kaynak:** *TCMB EVDS verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.*

Şekil 1 incelendiğinde işlem adedi payı içerisinde market ve alışveriş sektörünün tartışmasız liderliği devam etmektedir. 2014 yılından beri sürekli artış trendinde olan yemek sektörünün payının 2020 yılında Covid-19 kısıtlamaları nedeniyle düştüğü, 2021 yılından itibaren tekrar artışa geçtiği gözlenmektedir. Ayrıca giyim ve aksesuar sektörü ile benzin ve akaryakıt sektörlerinde işlem adetlerinin payında sürekli bir azalış yaşanmıştır. 2018 yılına kadar yatay seyreden çeşitli gıda sektörü ise 2019 yılından itibaren artışa geçerek 2022 yılında en fazla işlem yapılan 3. sektör olmuştur.

Bir başka veri grubu ise kartla yapılan harcama miktarına ilişkindir. Tablo 4'te kartla yapılan harcamaların yıllara ve sektörlere göre dağlımı yer almaktadır.

**Tablo 4.** *Sektörlere Göre Kartlı Harcama Tutarları (Milyon TL)*

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | **2022** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Market ve Alışveriş Merkezleri** | 70.672 | 99.090 | 109.720 | 123.926 | 142.933 | 158.364 | 224.032 | 344.441 | 693.352 |
| **Benzin ve Yakıt İstasyonları** | 40.487 | 47.758 | 50.417 | 59.509 | 72.311 | 67.516 | 63.311 | 104.392 | 282.794 |
| **Giyim ve Aksesuar** | 30.968 | 42.190 | 47.354 | 52.883 | 63.689 | 76.146 | 74.144 | 121.344 | 267.389 |
| **Elektrik-Elektronik Eşya, Bilgisayar** | 26.507 | 35.698 | 36.470 | 37.509 | 42.470 | 47.370 | 85.949 | 136.281 | 263.022 |
| **Çeşitli Gıda** | 23.935 | 32.159 | 36.704 | 42.492 | 51.646 | 60.724 | 75.692 | 121.481 | 239.626 |
| **Hizmet Sektörleri** | 47.938 | 32.994 | 29.632 | 35.172 | 46.507 | 57.831 | 66.537 | 101.813 | 215.653 |
| **Yemek** | 11.800 | 17.743 | 21.017 | 26.188 | 34.441 | 43.092 | 39.431 | 73.558 | 188.944 |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Diğer** | 9.850 | 12.428 | 14.323 | 17.522 | 17.856 | 22.516 | 32.869 | 72.132 | 155.129 |
| **Yapı Malzemeleri, Hırdavat, Nalburiye** | 16.556 | 21.825 | 22.799 | 26.084 | 30.857 | 33.403 | 44.998 | 78.716 | 155.041 |
| **Sigorta** | 17.574 | 22.945 | 30.609 | 30.499 | 33.375 | 38.324 | 46.060 | 59.182 | 141.755 |
| **Sağlık/Sağlık Ürünleri/Kozmetik** | 12.010 | 17.608 | 20.940 | 23.075 | 28.463 | 33.986 | 40.783 | 65.592 | 126.030 |
| **Araç Kiralama-Satış/Servis/Yedek Parça** | 12.042 | 17.757 | 20.615 | 23.394 | 27.297 | 30.432 | 39.698 | 64.138 | 124.345 |
| **Havayolları** | 7.082 | 10.100 | 10.800 | 14.416 | 21.810 | 29.111 | 18.050 | 42.514 | 114.934 |
| **Mobilya ve Dekorasyon** | 15.519 | 20.312 | 22.589 | 24.731 | 27.638 | 29.071 | 36.347 | 54.882 | 109.494 |
| **Kamu/Vergi ödemeleri** | 0 | 42.348 | 55.700 | 65.610 | 76.815 | 78.892 | 50.552 | 70.159 | 109.290 |
| **Seyahat Acenteleri/ Taşımacılık** | 9.333 | 13.933 | 14.827 | 18.854 | 26.279 | 31.478 | 17.508 | 35.285 | 79.864 |
| **Eğitim / Kırtasiye / Ofis Malzemeleri** | 8.808 | 15.419 | 19.092 | 20.928 | 24.892 | 28.243 | 27.741 | 43.208 | 75.758 |
| **Konaklama** | 6.081 | 8.407 | 9.262 | 10.790 | 12.938 | 15.034 | 10.398 | 24.242 | 62.763 |
| **Telekomünikasyon** | 13.668 | 16.248 | 17.644 | 16.365 | 16.562 | 16.729 | 21.904 | 34.231 | 53.392 |
| **Kuyumcular** | 8.033 | 10.538 | 9.840 | 10.718 | 11.857 | 14.114 | 12.633 | 26.579 | 51.109 |
| **Müteahhit İşleri** | 2.427 | 3.470 | 4.539 | 5.713 | 7.350 | 8.623 | 13.120 | 20.631 | 43.856 |
| **Bireysel Emeklilik** | 0 | 4.158 | 7.063 | 7.502 | 8.134 | 8.833 | 9.769 | 12.784 | 19.567 |
| **Kulüp / Dernek / Sosyal Hizmetler** | 2.089 | 2.664 | 3.053 | 3.234 | 3.529 | 4.181 | 4.706 | 7.043 | 13.586 |
| **Araba Kiralama** | 711 | 1.140 | 1.500 | 1.908 | 2.299 | 2.239 | 2.368 | 4.565 | 10.483 |
| **Kumarhane /İçkili Yerler** | 433 | 542 | 567 | 733 | 1.229 | 1.642 | 997 | 1.682 | 5.070 |
| **Doğrudan Pazarlama** | 974 | 1.236 | 1.300 | 1.677 | 1.376 | 1.592 | 1.949 | 2.634 | 5.012 |

**Kaynak:** *TCMB EVDS https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket/collapse_ 12/5004/DataGroup/turkish/bie_kkhartut/ Erişim Tarihi: 28.02.2023*

Tablo 4'te yer alan veriler 2022 yılında en fazla harcama yapılan sektörden en az sektöre doğru sıralanmıştır. Bu açıdan 2022 yılında en fazla harcamanın yapıldığı sektör market ve alışveriş merkezleri iken, en az harcamanın yapıldığı sektör ise doğrudan pazarlama sektörüdür. 2014 yılından 2022 yılına kadar kartla yapılan harcamaların yaklaşık %800 oranında arttığı görülmektedir. 2014 yılına göre harcamaların toplam harcamalardan daha fazla arttığı sektörler ise müteahhit işleri, hava yolları, yemek, araba kiralama ve diğer sektörleri olmuştur.

Tablo 5'te ise harcama yapılan sektörlerin toplam harcamalar içerisindeki payı yer almaktadır.

**Tablo 5.** *Sektör Harcaması/Toplam Harcama Tutarları (%)*

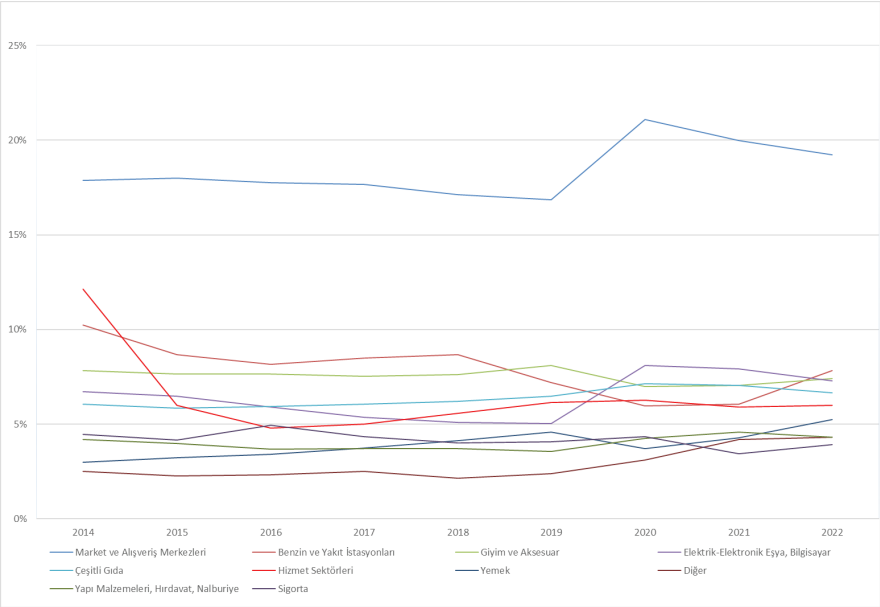
| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Market ve Alışveriş Merkezleri** | 17,87 | 17,99 | 17,74 | 17,67 | 17,13 | 16,86 | 21,10 | 19,98 | 19,22 |
| **Benzin ve Yakıt İstasyonları** | 10,24 | 8,67 | 8,15 | 8,48 | 8,66 | 7,19 | 5,96 | 6,06 | 7,84 |
| **Giyim ve Aksesuar** | 7,83 | 7,66 | 7,66 | 7,54 | 7,63 | 8,11 | 6,98 | 7,04 | 7,41 |
| **Elektrik-Elektronik Eşya, Bilgisayar** | 6,70 | 6,48 | 5,90 | 5,35 | 5,09 | 5,04 | 8,10 | 7,91 | 7,29 |
| **Çeşitli Gıda** | 6,05 | 5,84 | 5,94 | 6,06 | 6,19 | 6,46 | 7,13 | 7,05 | 6,64 |
| **Hizmet Sektörleri** | 12,12 | 5,99 | 4,79 | 5,01 | 5,57 | 6,16 | 6,27 | 5,91 | 5,98 |
| **Yemek** | 2,98 | 3,22 | 3,40 | 3,73 | 4,13 | 4,59 | 3,71 | 4,27 | 5,24 |
| **Diğer** | 2,49 | 2,26 | 2,32 | 2,50 | 2,14 | 2,40 | 3,10 | 4,19 | 4,30 |
| **Yapı Malzemeleri, Hırdavat, Nalburiye** | 4,19 | 3,96 | 3,69 | 3,72 | 3,70 | 3,56 | 4,24 | 4,57 | 4,30 |
| **Sigorta** | 4,44 | 4,17 | 4,95 | 4,35 | 4,00 | 4,08 | 4,34 | 3,43 | 3,93 |
| **Sağlık/Sağlık Ürünleri/Kozmetik** | 3,04 | 3,20 | 3,39 | 3,29 | 3,41 | 3,62 | 3,84 | 3,81 | 3,49 |
| **Araç Kiralama-Satış/Servis/Yedek Parça** | 3,04 | 3,22 | 3,33 | 3,34 | 3,27 | 3,24 | 3,74 | 3,72 | 3,45 |
| **Havayolları** | 1,79 | 1,83 | 1,75 | 2,06 | 2,61 | 3,10 | 1,70 | 2,47 | 3,19 |
| **Mobilya ve Dekorasyon** | 3,92 | 3,69 | 3,65 | 3,53 | 3,31 | 3,09 | 3,42 | 3,18 | 3,04 |
| **Kamu/Vergi ödemeleri** | 0,00 | 7,69 | 9,01 | 9,35 | 9,20 | 8,40 | 4,76 | 4,07 | 3,03 |
| **Seyahat Acenteleri/Taşımacılık** | 2,36 | 2,53 | 2,40 | 2,69 | 3,15 | 3,35 | 1,65 | 2,05 | 2,21 |
| **Eğitim / Kırtasiye / Ofis Malzemeleri** | 2,23 | 2,80 | 3,09 | 2,98 | 2,98 | 3,01 | 2,61 | 2,51 | 2,10 |
| **Konaklama** | 1,54 | 1,53 | 1,50 | 1,54 | 1,55 | 1,60 | 0,98 | 1,41 | 1,74 |
| **Telekomünikasyon** | 3,46 | 2,95 | 2,85 | 2,33 | 1,98 | 1,78 | 2,06 | 1,99 | 1,48 |
| **Kuyumcular** | 2,03 | 1,91 | 1,59 | 1,53 | 1,42 | 1,50 | 1,19 | 1,54 | 1,42 |
| **Müteahhit İşleri** | 0,61 | 0,63 | 0,73 | 0,81 | 0,88 | 0,92 | 1,24 | 1,20 | 1,22 |
| **Bireysel Emeklilik** | 0,00 | 0,75 | 1,14 | 1,07 | 0,97 | 0,94 | 0,92 | 0,74 | 0,54 |
| **Kulüp / Dernek /Sosyal Hizmetler** | 0,53 | 0,48 | 0,49 | 0,46 | 0,42 | 0,44 | 0,44 | 0,41 | 0,38 |
| **Araba Kiralama** | 0,18 | 0,21 | 0,24 | 0,27 | 0,28 | 0,24 | 0,22 | 0,26 | 0,29 |
| **Kumarhane /İçkili Yerler** | 0,11 | 0,10 | 0,09 | 0,10 | 0,15 | 0,17 | 0,09 | 0,10 | 0,14 |
| **Doğrudan Pazarlama** | 0,25 | 0,22 | 0,21 | 0,24 | 0,16 | 0,17 | 0,18 | 0,15 | 0,14 |

**Kaynak:** TCMB EVDS verilerinden faydalanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır.

Tablo 5'e göre toplam kartlı harcamaların yaklaşık 5'te birini market ve alışveriş merkezi harcamaları oluşturmaktadır. Tablodaki en dikkat çeken sektör ise hizmet sektörleridir. 2014 yılında harcamalar içerisindeki payı yaklaşık %12 iken 2022 yılında yaklaşık %6'ya gerilemiştir. Bir diğer dikkat çeken sektör ise yemek sektörü olmuştur. Bu sektör 2014 yılında yaklaşık %3'lük bir paya sahipken 2022 yılında %5.2'lik paya yükselmiştir. İşlem adedi sıralamasında ikinci sırada yer alan yemek sektöründe her bir işlemin değeri nispeten düşük olduğu için harcama sıralamasında daha alt sıralarda yer almaktadır. Bir diğer önemli ayrıntı ise kamu vergi ödemelerinin payıdır. Kamu vergi ödemelerinin tahsil edilmeye başladığı 2015 yılında %7,69 olan payı 2018 yılında %9,20'ye yükselmesine rağmen 2022 yılında %3,03 düzeyine gerilemiştir.

Sektörlerdeki değişimin daha net görülebilmesi için Şekil 2'de yer alan grafik oluşturulmuştur.

**Şekil 2.** *En Fazla Paya Sahip Sektörlerin Yıllara Göre Pay Değişimi (%)*




**Kaynak:** *TCMB EVDS verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.*

Şekil 2 incelendiğinde bazı sektörlerdeki kırılma noktaları dikkat çekmektedir. Örneğin Covid-19 kısıtlamalarının yaşandığı dönemler olan 2020 ve 2021 yıllarında market ve alışveriş merkezi harcamalarının payı %20'nin üzerine çıkmış, benzin ve akaryakıt harcamaları sektörler içerisinde 2. sıradan 6. sıraya kadar gerilemiş, kısıtlamaların kalkması ile 2022 yılında yeniden 2. Sıraya yükselmiştir. Yine aynı dönemde yemek ve giyim sektörlerinin payının azaldığı görülmektedir. Kısıtlama döneminde insanların evde daha fazla zaman geçirmek zorunda kalması, yüz yüze eğitimin uzaktan eğitime dönmesi gibi nedenler ile elektronik eşya ve bilgisayar sektöründe talebin arttığı ve bu durumun da kartlı harcamalara yansıdığı düşünülmektedir. Bilgisayar ve elektronik eşya sektörü 2019 yılında yaklaşık %5 olan payını 2020 yılında yaklaşık %8'e yükseltmiştir. Covid-19 dönemi etkilerini daha iyi gözlemleyebilmek için 2020 ve 2021 yıllarına ait çeyrek dönemlik veriler ile oluşturulmuş toplam harcamalar içerisinde sektör paylarını gösteren Tablo 6'yı incelemek faydalı olacaktır.

**Tablo 6.** *Covid-19 Dönemi Sektör Harcaması/Toplam Harcama Tutarları (%)*

| | 2020-Q1 | 2020-Q2 | 2020-Q3 | 2020-Q4 | 2021-Q1 | **2021-Q2** | **2021-Q3** | **2021-Q4** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Market ve Alışveriş Merkezleri** | 18,835% | 25,941% | 19,754% | 20,817% | 21,385% | 21,883% | 19,045% | 18,782% |
| **Elektrik-Elektronik Eşya, Bilgisayar** | 5,671% | 8,816% | 8,096% | 9,578% | 7,936% | 8,091% | 7,194% | 8,388% |
| **Çeşitli Gıda** | 6,816% | 8,219% | 6,798% | 6,932% | 7,352% | 7,494% | 6,801% | 6,804% |
| **Giyim ve Aksesuar** | 7,302% | 5,422% | 7,091% | 7,741% | 6,129% | 6,418% | 7,408% | 7,642% |
| **Hizmet Sektörleri** | 6,617% | 6,688% | 5,881% | 6,055% | 6,163% | 6,036% | 5,405% | 6,112% |
| **Benzin ve Yakıt İstasyonları** | 6,027% | 5,113% | 6,536% | 5,967% | 5,463% | 5,798% | 6,502% | 6,179% |
| **Kamu/Vergi ödemeleri** | 8,024% | 4,934% | 3,569% | 3,112% | 4,909% | 3,762% | 3,402% | 4,366% |
| **Yapı Malzemeleri, Hırdavat, Nalburiye** | 3,407% | 4,407% | 4,429% | 4,619% | 4,369% | 4,837% | 4,276% | 4,760% |
| **Sigorta** | 4,367% | 4,862% | 4,073% | 4,199% | 3,775% | 3,382% | 3,221% | 3,455% |
| **Yemek** | 4,559% | 2,082% | 4,408% | 3,516% | 2,789% | 3,289% | 5,294% | 4,854% |
| **Sağlık/Sağlık Ürünleri/ Kozmetik** | 4,109% | 3,391% | 3,804% | 3,982% | 4,041% | 4,049% | 3,620% | 3,676% |
| **Araç Kiralama-Satış/ Servis/Yedek Parça** | 3,278% | 3,800% | 3,834% | 3,985% | 3,605% | 3,717% | 3,687% | 3,821% |
| **Diğer** | 2,797% | 3,060% | 3,043% | 3,420% | 5,257% | 4,282% | 3,424% | 4,167% |
| **Mobilya ve Dekorasyon** | 2,959% | 3,501% | 3,644% | 3,538% | 3,072% | 3,272% | 3,129% | 3,240% |
| **Eğitim / Kırtasiye / Ofis Malzemeleri** | 2,867% | 2,207% | 3,251% | 2,076% | 2,523% | 1,920% | 3,590% | 1,938% |
| **Telekomünikasyon** | 1,780% | 1,992% | 2,197% | 2,218% | 2,415% | 2,229% | 1,951% | 1,615% |
| **Havayolları** | 2,837% | 0,558% | 1,741% | 1,544% | 1,544% | 2,459% | 2,798% | 2,713% |
| **Seyahat Acenteleri/ Taşımacılık** | 2,281% | 0,948% | 1,965% | 1,325% | 1,715% | 2,091% | 2,526% | 1,797% |
| **Kuyumcular** | 1,509% | 0,809% | 1,309% | 1,085% | 1,989% | 1,094% | 1,523% | 1,590% |
| **Müteahhit İşleri** | 0,870% | 1,122% | 1,192% | 1,662% | 1,086% | 1,227% | 1,156% | 1,276% |
| **Konaklama** | 1,128% | 0,251% | 1,508% | 0,865% | 0,791% | 1,033% | 2,242% | 1,277% |
| **Bireysel Emeklilik** | 0,964% | 1,070% | 0,798% | 0,896% | 0,930% | 0,827% | 0,652% | 0,657% |
| **Kulüp / Dernek /Sosyal Hizmetler** | 0,446% | 0,394% | 0,509% | 0,413% | 0,381% | 0,386% | 0,500% | 0,360% |
| **Araba Kiralama** | 0,204% | 0,156% | 0,281% | 0,230% | 0,211% | 0,241% | 0,344% | 0,243% |
| **Doğrudan Pazarlama** | 0,182% | 0,227% | 0,177% | 0,160% | 0,144% | 0,148% | 0,157% | 0,157% |
| **Kumarhane /İçkili Yerler** | 0,164% | 0,030% | 0,112% | 0,065% | 0,023% | 0,035% | 0,154% | 0,132% |

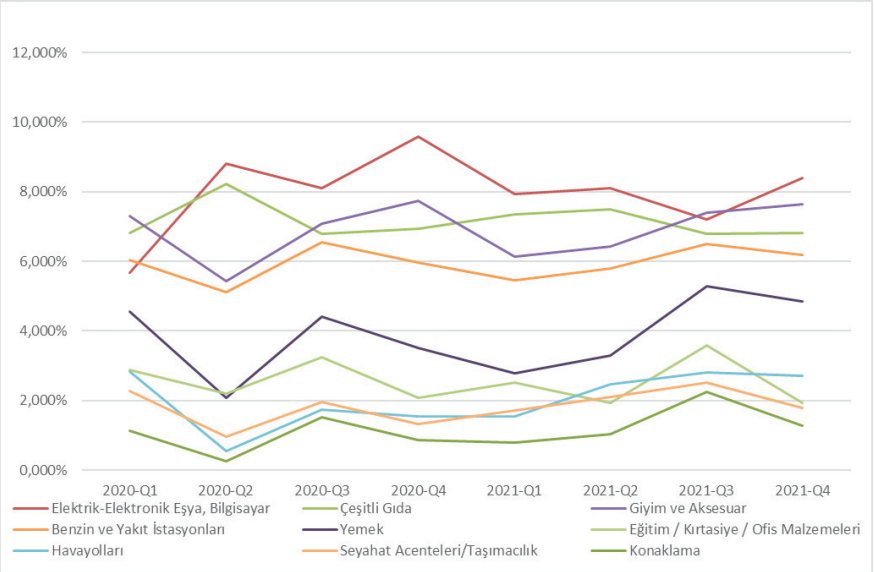
**Kaynak:** *TCMB EVDS verilerinden faydalanılarak yazar tarafından hesaplanmıştır.*

Tablo 6'da yer alan veriler incelendiğinde kısıtlamaların başladığı 2020 yılı 2. Çeyreğinde bazı sektörlerde yaşanan değişim oldukça kayda değerdir. İncelenen 8 çeyreklik dönem içerisinde market alışveriş merkezi sektörü ortalama payı yaklaşık %20 seviyesinde iken 2020 yılı ikinci çeyrekte %25'in üzerine çıktığı görülmüştür. Yine aynı çeyrekte elektronik eşya ve bilgisayar sektörünün payı %5,6'dan %8,8'e yükselmiştir. Aynı dönemde kısıtlamaların doğrudan etkilediği yemek, havayolu, seyahat,

konaklama, içkili yerler gibi sektörlerde keskin düşüşler yaşanmıştır.

Covid-19 Pandemisinin kartlı harcamalar açısından en çok etkilediği sektörleri daha iyi görebilmek için Şekil 3'te yer alan grafik önemlidir.

**Şekil 3.** *Covid-19 Döneminde En Çok Dalgalanan Sektörler*




**Kaynak:** *TCMB EVDS verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.*

Not: Grafiğin daha net anlaşılabilmesi için market ve alışveriş sektörü ile çok düşük paya sahip bazı sektörler dışarda bırakılmıştır.

Grafiğe göre Türkiye'de kısıtlamaların başladığı 2020 yılı ikinci çeyrekte yalnızca eğitim/kırtasiye/ofis malzemeleri sektörü ve elektronik eşya ve bilgisayar sektörü dışında tüm sektörlerin harcama payında bir gerileme söz konusudur. En keskin düşüş ise yemek, giyim ve havayolu sektöründe görülmektedir. Yapılan araştırmalara göre insanların korku nedeniyle harcama alışkanlıklarının değiştiği, korku ve endişe nedeni ile tasarruf yapmaya yöneldiği görülmektedir. Bu tasarruflar bazen kısıtlama nedeni ile seyahat, yemek, giyim gibi kişisel harcamaların zorunlu olarak azaltılmasından kaynaklanmakta iken bazen de gelir ve iş kaybı korkusu ile harcamaların azaltılmasından kaynaklanmaktadır (Çilhoroz vd., 2021: 346).

## 4. İnternet ve Mektup Telefon Üzerinden Yapılan Harcamalar

Ürünler, hizmetler ve bilginin alım satım sürecinin internet üzerinden yapıldığı ticaret şekline e-ticaret adı verilmektedir (Kalaycı, 2008: 144). Online ticaret birçok ürün ve markaya kolay erişim, ödeme kolaylığı, yurt-

dışı alışveriş imkânı, iade işlemlerinin kolay ve güvenilir olması gibi birçok avantaja sahiptir (Pilatin ve Dilek, 2021: 18).

Alışkanlıkların değişimi ve teknolojik gelişmelere paralel olarak internetten yapılan harcamalar ile telefon ve posta ile yapılan harcamaların da tutarları her geçen yıl artmıştır. Tablo 6'da yıllar itibariyle internet üzerinden yapılan harcamalar ile telefon ve mektup ile yapılan harcama tutarlı yer almaktadır.

**Tablo 6.** *İnternet Üzerinden ve Mektup/Telefon ile Yapılan Harcama Tutarı (Bin TL)*

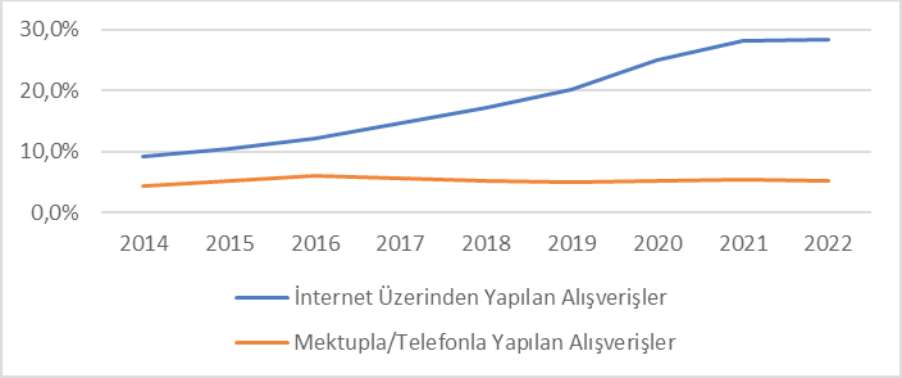
| Yıllar | İnternet Üzerinden Yapılan Alışverişler | Mektupla/Telefonla Yapılan Alışverişler |
|---|---|---|
| 2014 | 36.160.237,00 | 17.510.460,00 |
| 2015 | 57.743.434,00 | 28.398.315,00 |
| 2016 | 75.708.418,00 | 37.420.940,00 |
| 2017 | 102.644.231,00 | 39.009.817,00 |
| 2018 | 143.263.609,00 | 44.257.893,00 |
| 2019 | 190.272.543,00 | 47.905.659,00 |
| 2020 | 265.524.913,00 | 56.038.140,00 |
| 2021 | 486.639.693,00 | 91.711.297,00 |
| 2022 | 1.026.089.650,00 | 187.159.268,00 |

**Kaynak:** *TCMB EVDS https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket/collapse_ 12/5004/DataGroup/turkish/bie_kkhartut/ Erişim Tarihi: 28.02.2023*

İncelenen yıllar itibariyle hem internet üzerinden yapılan harcamalar hem mektup ve telefonla yapılan harcamaların arttığı görülmektedir. Tüketicilerin zevk ve tercihleri, gelişen hizmetler sektörü, hızlı teslimat hizmetleri gibi nedenler uzaktan kart kullanımın artırmıştır. Ayrıca bankaların sunduğu güvenlik hizmetlerinin gelişmesi, sanal kart kullanımının yaygınlaşması gibi nedenler kişilerin internet üzerinden yaptıkları alışverişlerini daha da artırmaktadır. Özellikle 2021 ve 2022 yıllarında hem internet üzerinden yapılan alışverişler hem de mektup/telefon ile yapılan alışverişlerde büyük artışlar yaşanmıştır.

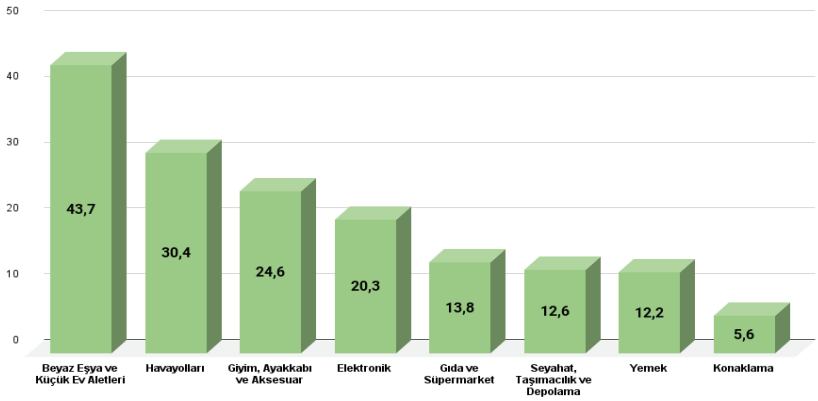
Şekil 4'te internet üzerinden yapılan harcamalar ve mektup/telefon ile yapılan harcamaların toplam içindeki payının yıllara göre gelişimi yer almaktadır.

**Şekil 4.** *İnternet ve Mektupla/Telefonla Yapılan Alışverişlerin Payı (%)*




2014 yılında %9 civarında olan internet üzerinden yapılan alışverişlerin oranı, 2022 yılına gelindiğinde yaklaşık %28.5 seviyesine yükselmiştir.

**Şekil 5.** *En Çok Harcama Yapılan E-Ticaret Sektörleri (2022 Ocak-2022 Haziran)*

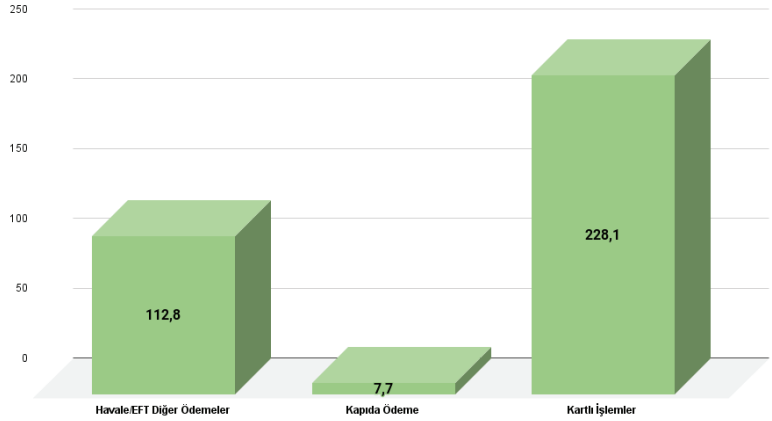



*Kaynak: Ticaret Bakanlığı E-Ticaret İstatistikleri https://www.eticaret.gov.tr/Content/images/statistics-2022/2022Slide12.png Erişim Tarihi: 01.03.2023*

Şekil 5'te yer alan E-Ticaret istatistiklerine göre Türkiye'de 2022 yılı Ocak-Haziran döneminde beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü en fazla harcama yapılan sektör olmuştur. İlk üç sektörün toplam harcamalar içerisindeki payı %28'in üzerindedir.

Ödeme şekillerine göre baktığımızda ise kredi kartı ile yapılan ödemelerin en fazla tercih edildiği görülmektedir.

**Şekil 6.** *E-Ticarette Kullanılan Ödeme Yöntemleri (2022 Ocak-2022 Haziran) (Milyar TL)*




*Kaynak: Ticaret Bakanlığı E-Ticaret İstatistikleri https://www.eticaret.gov.tr/Content/images/statistics-2022/2022Slide12.png Erişim Tarihi: 01.03.2023*

Şekil 6'daki grafik incelendiğinde Türkiye'de 2022 yılı ilk 6 aylık dönemi e-ticaret hacminde 228,1 milyar TL'lik kredi kartı harcaması gerçekleştirilmiştir. Başka bir ifade ile Türkiye'de ilgili dönemde internet üzerinden yapılan harcamaların %65'inden daha fazlasında kredi kartı kullanılmıştır.

## 5. Sonuç

Kredi kartları nakit taşıma yükünü ortadan kaldırmanın yanı sıra ödeme kolaylığı sağlaması, taksit ve puan kazanım imkanları, kısa vadeli faizsiz alışveriş kredisi imkânı sağlaması, nakit çekim ve ATM'lerden işlem yapma olanakları, özellikle e-ticarette yoğun kullanımı ve yurtdışından mal ve ürün satın alınmasına imkân tanıması gibi kullanıcılar birçok avantaj sağlamaktadır. Aynı zamanda kayıt dışı alışverişi önlemesi ve para politikası uygulamalarında düzenleyici otoriteye sağladığı birtakım faydalar da bulunmaktadır. Ayrıca kabul eden üye işyerleri açısından da alacağını garanti altına alması, taksitli satışlar sayesinde satış hacmini artırmak, bloke bakiyeler karşılığında kredi kullanmak gibi cazip yönleri bulunmaktadır. Kartı çıkaran banka ise uyguladığı sadakat programları sayesinde yeni müşterilere ulaşmakta, pazar payını artırmakta, kartlar üzerinden aldığı ücret ve komisyonlar ile gelir sağlamaktadır.

Kartların sektörlere göre kullanımı üzerinde yoğunlaşılan bu çalışmada, kartlı ödeme sistemlerinden en çok faydalanan sektörün market ve

alışveriş sektörleri olduğu ortaya konulmuştur. Kredi kartı kullanımında gündelik yaşamda çok sık kullandığımız market ve alışveriş merkezi, yemek gibi sektörlerin yanı sıra benzin ve akaryakıt harcamaları, çeşitli gıda ve giyim harcamaları üst sıralarda yer almaktadır.

Covid-19 dönemindeki kısıtlamalar ise ilk olarak yeme-içme, seyahat, havayolu gibi sektörleri etkilediği için ilgili dönemde bu sektörlerde kartlı harcamalarda ciddi daralmalar yaşanmıştır. Ancak Covid-19 dünyanın yaşayış biçimini derinden etkilemiştir. Ayrıca değişen tüketici zevk ve tercihleri, ürün ve hizmet sağlayıcıların değişen iş yapma biçimleri bazı sektörlere canlılık kazandırmıştır. Özellikle ayağa yapılan hizmetlerin artışı ve bu alanda çalışan hızlı teslimat şirketleri sayesinde market ve alışveriş merkezi sektöründe satışların arttığı, yemek sektörünün de hızla satış ve işlem adetlerinde üst sıralara yükseldiği görülmektedir.

Tüm bu gelişmelere bağlı olarak internet üzerinden yapılan harcamalar da artışını sürdürmektedir. 2022 yılı itibariyle elektronik ticaret içerisinde kredi kartı harcamalarının oranı %65'in üstündedir. Güvenilir marka ve internet sitelerinin yerel satıcılarla iş birliği içerisinde çalışmaları, kendi sitelerinde sanal işyeri açma olanakları tanımaları her geçen gün artmaya devam ettiği için kartların internet üzerinden kullanımı da artarak devam etmektedir.

Sonuç itibariyle kredi ve banka kartları ekonomik yaşantımızı her açıdan kolaylaştırmak için kurgulanmış ürünlerdir. Her bankanın kendine özgü kampanya ve avantajlar sunmaya devam edeceği, zaman içerisinde sektörlerin sırası değişse bile kartların yaşantımız içerisindeki payının giderek artacağı düşünülmektedir.

# KAYNAKÇA

Çilhoroz, İ. A., Uçakkuş, P., Şeremet, G. G., & Çilhoroz, Y. (2021). Covid-19 Sürecinin Bireylerin Yaşamı Üzerindeki Mali Yansımaları. *İşletme Akademisi Dergisi*, *2*(4), 332-349.

Kalaycı, C. (2008). Elektronik Ticaret ve Kobi'lere Etkileri. *Uluslararası iktisadi ve idari incelemeler Dergisi*, (1), 139-150.

Kaya, F. (2009). *Türkiye'de Kredi Kartı Uygulaması* (No. 263). İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.

Pilatin, A., & Dilek, Ö. (2021). Tüketicilerin Online Alışveriş Alışkanlıklarının Demografik Özelikler Bakımından İncelenmesi Doğu Karadeniz Şehirleri Üzerinde Bir Araştırma. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *13*(1), 11-28.

https://bkm.com.tr/kronoloji/

https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket/collapse_12/5007/DataGroup/turkish/bie_kkislade/

https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?/evds/serieMarket/collapse_12/5004/DataGroup/turkish/bie_kkhartut/

https://bkm.com.tr/pos-atm-okc-yazilim-sayilari/

https://bkm.com.tr/kart-sayilari/

https://www.rbrlondon.com/wp-content/uploads/2019/05/GA24_Press_Release_200519.pdf

# BÖLÜM 19

## BİLGİYE DAYALI EKONOMİ ÜZERİNE DEĞERLENDİRME

*Zeynep KARACA*[1]

1 Doç. Dr., Erzurum Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, ORCID ID: 0000-0001-8046-7222

## Giriş

Bilgiye dayalı ekonomi, fikirlere ve bilgiye bağlı olan bir ekonomidir. Bu ekonomide refah ve ekonomik büyümenin anahtar faktörü, üstün nitelikli bilginin sermayeleştirilmesidir. Bugün bilginin ekonomik büyümenin itici gücü olmasının sebebi verimlilik artışı ve sürdürülebilir rekabet avantajı sunabilen bir kaynak olmasıdır. Bu sebepten dolayı günümüzde bilgi ekonomisine, bilgiye, teknolojiye ve bunların ekonomik büyümedeki rolüne büyük ilgi duyulmaktadır (Tocan, 2012: 1-2). Bilgiye dayalı ekonomi ve bilgi üretiminin gelecek yüzyılda yaşam standartlarındaki büyümenin ve yeni iş yaratmanın en önemli belirleyicisi olması gerektiği şeklindeki fikir, iş dünyası, hükümet ve akademisyenlerden oldukça fazla ilgi ve destek görmektedir. Bilgiye dayalı ekonominin kökenleri, geleneksel endüstriler aşırı kapasite ve düşen kârlılık gibi acımasız sorunlarla mücadele ederken ve hükümetler balonlaşan açıklarla ve azalan reel gelirlerle boğuşurken, 1980'lerin başındaki durgunluğun derinliklerinden çıkmıştır. O zamanlar, yeni teknolojilerin ekonomik büyüme açısından büyük bir getiri sağladığına dair kesinlikle çok az kanıt vardı. Bilgiye dayalı ekonomi, o dönemde ortaya çıkan bir dizi post-endüstriyel ekonomi temasının daha iyimser ve entelektüel olarak dayanıklı bir versiyonuydu. Daha önceki post-endüstriyel temalar, büyük ölçüde akıllı makine çağının ve 1980'lerin ortalarında endüstriyel robotlar anlamına gelen çağın, istihdam ve gelir yaratma gibi sektörlerin hâkim olduğu daha da büyük bir hizmet ekonomisine yol açacağı fikrine dayanıyordu (Harris, 2001: 21- 22).

Bilgi ekonomisi geleneksel ekonomilerden bazı açılardan ayrılır:

• Ekonomi kıtlık değil, bolluktur. Kullanıldıkça tükenen çoğu kaynağın aksine, bilgi ve birikim paylaşılabilir ve aslında uygulama yoluyla büyüyebilir.

• Bilgiyle zenginleştirilmiş ürünler veya hizmetler, düşük yerleşik bilgi veya bilgi yoğunluğuna sahip karşılaştırılabilir ürünlere kıyasla fiyat ve kârlarını daha kolay yönetebilir.

• Aynı bilgi farklı zamanlarda farklı insanlar için çok farklı değerlere sahip olabilir.

• Bilgi, sistemlere veya süreçlere kilitlendiğinde, daha yüksek içsel değere sahiptir (Tocan, 2012: 2).

Silikon çip ve dijital teknolojinin potansiyeline özellikle ilgi duyan bazı gözlemciler, mükemmel akıllı makine olarak robotun ötesine bakmaya başladılar ve bu yeni teknolojinin geniş bir uygulama yelpazesine hızla girmesini not ettiler. Bu, bazı iktisatçılar arasında Schumpeterci kapitalist yaratıcı yıkım vizyonuna yönelik yenilenmiş bir coşkuya yol açtı. Büyüme sürecine ilişkin yeni bir vizyon, ABD entelektüel sınıfının ruhuna

sızmaya başladı ve Bill Gates ve Steve Jobs gibi kahramanlar, yeni nesil Amerikan girişimci kahramanları olarak ortaya çıktı. Birkaç yıl boyunca, gelişmekte olan teknolojilerin temel özelliklerini ve ekonominin genelinde yaymaya başladıkları güçleri etkili bir şekilde ifade eden tek bir analitik çerçeve yoktu. En uzun ömürlü gibi görünen ve alternatif post-endüstriyel vizyonlar arasında en popüler olduğu kanıtlanan tek fikir, "bilgiye dayalı ekonomi"dir. Bilgiye dayalı ekonominin çeşitli versiyonları sunulmuştur, ancak en basit ifadeyle, ekonomik zenginliğin bilgi ve bilgiye dayalı ürünlerin yaratılması, üretilmesi, dağıtılması ve tüketilmesi yoluyla yaratıldığı fikri olduğu söylenebilir. Bu ekonomide tuğla ve harç ekonomisinin yerini yazılımlar, CD'ler ve sayısallaştırılmış DNA kodları alıyor ve metafor, internetin ortaya çıkmasıyla tamamlanıyor. Bilgi üretimi, tüketimi veya dağıtımına dayalı ekonomik faaliyet yeni bir fikir değildir. Adam Smith'in zamanından bu yana ekonomik analizde önemli ama ezici olmayan bir rol oynamıştır. "Yeni" olan, bir bütün olarak ekonominin en önemli yönü haline gelmek üzere olduğu vizyonudur (Harris, 2001: 22- 23). Çünkü bilgiye dayalı ekonomi, ekonomik büyüme ve zenginlik yaratmak için yalnızca birkaç yüksek teknoloji endüstrisine dayanmaz. Tüm ekonomik sektörlerin bilgi yoğun olabileceği düşünülmektedir (Tocan, 2012: 4).

Bu çalışmanın amacı, bilgiye dayalı ekonominin neden bu kadar dikkat çektiğini, bilgiye dayalı ekonominin nasıl ölçüldüğünü ve bilginin bir üretim faktörü olduğu konusunu açıklamaktır.

**Bilgiye Dayalı Ekonomi**

Bir ülkede büyüme ve gelişmeyi teşvik etmek için bilgi kaçınılmazdır ve bu tür alanlara yapılan yatırımlar, uzun vadeli büyüme ve gelişme için çok önemlidir. Bilgiye dayalı ekonomi, bir ülke vatandaşlarının bilgiyi biriktirdiği, yaydığı ve uluslarının büyümesi ve gelişmesi için kullandığı bir durumdur. Bilgiye dayalı ekonomi yoluyla zenginlik yaratmanın, doğal kaynaklar yoluyla zenginlik yaratmaya göre daha verimli olduğu belirtilmektedir. Büyüme modelinde bilgi önemlidir. Bilgi, yatırım getiri oranını artırma yeteneğine sahiptir. Öte yandan bilgi, bir üretim sektöründen başka bir sektöre de yayılabilirken, yeni fikrin maliyeti düşüktür. Yayılmalar, sermaye kullanımından kaynaklanabilecek kısıtlamaları ortadan kaldırabilir veya azaltabilir. İlim ve bilgi fazlası ile verildiği için kullanımlarında kıtlık olmaz. Bilgi yoluyla çıktıyı teşvik etmek hem insan sermayesi oluşumuna hem de teknolojiye yapılan yatırımla somutlaştırılır. Her ne kadar teknolojiler hakkındaki bilgiler ülkeden ülkeye değişse veya aynı olsa da, bir ülkenin beceri kazanması için bu bilgiler gereklidir (Olopade vd., 2020: 37-38).

Rekabet edebilirlik, bilgi ve araştırma ve geliştirme bugün her ülkenin önceliklerdir. Ancak güçlü ve sürdürülebilir bir ekonominin inşası

için ülkenin mevcut durumundan çok bu alanların uzun vadeli sürdürülebilirliğini dikkate almak gerekmektedir. Sürdürülebilirlik ekonomisi genellikle kaynak verimliliği fikrine dayanır. Sürdürülebilir bir ekonomi, büyük ölçüde bilinmeyen uzun vadeli bir gelecekle ilgili olduğundan, ülkenin uzun vadeli istikrarını ve büyümesini sağlayabilecek bilgiye ilişkin soruların yanıtlanması gerekmektedir. Bilgi ekonomisi sadece yeni bir teorik kavram değil, aynı zamanda tarım ve sanayi ekonomileri çağından temel bir farkı olan yeni bir dönemdir. Bilgi ekonomisi henüz 1990'lı yılların başında ortaya çıkmasına rağmen, ekonomik ve sosyal hayatın her alanında etkisini göstermiş ve değişimlere neden olmuştur ve bu etki sürekli büyümektedir. Ülkeler, mevcut kaynaklara bağlı olarak gelişmişlik düzeylerini artırmaya çalışmaktadır. Kaynaklar, kalkınmanın sağlanması için bir araçtır, ancak çoğu kaynak sınırlı olduğu için gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama bağlamında da kullanılmalıdır. Bugün çoğu ülkede, sürdürülebilir kalkınma süreci, bilgi ekonomisini geliştirme süreciyle oldukça uyumludur (Širá vd., 2020: 1-2).

İnovasyon genellikle toplumların sürdürülebilirliği ve sosyo-ekonomik gelişimi için kilit bir itici güç olarak kabul edilir. Örneğin, yenilik çevre politikasının çok önemli bir parçasıdır, gelişmiş toplumlarda ekonomik büyümeyi önemli ölçüde etkiler ve gelişmekte olan ülkelerde sosyo-ekonomik kalkınmayı teşvik edebilir. Ayrıca inovasyon, diğer faydaların yanı sıra geleneksel iş modellerini dönüştürmek, kamu hizmetlerinin sunumunu iyileştirmek ve teknolojik büyümeyi teşvik etmekle tanınır. Bunun yanında bilgiye dayalı yeniliğin ekonomik ilerleme üzerindeki etkisi giderek daha fazla kabul görmektedir. Birçok uygulamalı çalışma, şu anda bilgiye dayalı bir ekonomi ve toplumda yaşadığımızı göstermiştir. Araştırmalar, bilgi üretimi, işbirliği ve inovasyonun OECD ülkelerinin ve dünyadaki diğer ekonomilerin rekabet edebilirliği ve ekonomik büyümesi üzerindeki etkisini göstermiştir. Bilgi odaklı yenilikçi bir toplum, "yaşamın tüm alanlarındaki faaliyetlerin ve kararların bilgiye dayalı olduğu bir sistem" olarak tanımlanabilir (Vlasov, 2022: 1).

**Bilgi Ekonomisinin Göstergeleri ve Bilgiye Dayalı Ekonominin Ölçülmesi**

Bilgi ekonomisi açısından anahtar terim bilgidir. Bilgi, hem teorisyenlerin hem de pratik alanın ilgisini çeken karmaşık bir terimdir. Bu konuda çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir, ancak ortak görünen tek şey, bilginin veri ve enformasyonun kendisinden daha fazlası olduğu fikridir. Bilgi bazen mevcut ekonomide yeni bir üretim faktörü olarak kabul edilir ve ekonomik performansta kritik bir rol oynar. Ekonominin fiili işleyişi enformasyon üretimine ve mal olarak bilgi üretimine dayanmaktadır. Bilgi yönetimi önemlidir çünkü bilgi, kârlılıkta sürekli artışlara yol açabilecek en stratejik araçlardan biridir (Širá vd., 2020: 4).

Dünya Bankası'na göre bilgi ekonomisinin göstergeleri şunlardır:

• mevcut bilgileri daha iyi kullanmak ve iş dünyasında yeni bilgiler üretmek için bir teşvik planı sağlayan destekleyici bir ekonomik ve kurumsal mekanizma;

• yeni bilgi üreten ve kullanan eğitimli ve nitelikli bir nüfus;

• bilginin iletilmesi, yayılması ve işlenmesi için dinamik bir bilgi altyapısı ve

• yeni bilgi üretmek için işletmeler, araştırma merkezleri ve üniversiteler için etkili bir inovasyon sistemidir (Chen ve Dahlman, 2006: 4).

Bilgiye dayalı bir ekonomi, bilgi üretme ve yatırım yapma süreçlerinin ulusların zenginliğini yaratmada ve tüm ekonomik sektörlerin verimliliğini artırmada temel ve sürdürülebilir rol oynadığı bir ekonomidir. Mohamed vd. (2022)'ne göre bilgi ekonomisinin göstergeleri Tablo 1'deki gibidir.

*Tablo 1. Bilgiye Dayalı Ekonominin Göstergeleri*

| **Ar-Ge Endeksi** | **Bilgi ve İletişim Teknolojileri İndeksi** | **Ekonomik Teşvikler ve Kurumsal Sistemler** | **Eğitim** |
|---|---|---|---|
| Patent sayısı | Telefon kullanımı | Tarife ve tarife dışı engeller | Ortalama eğitim yılı |
| Mülkiyet hakkı | Bilgisayar kullanımı | Kalite düzenliliği | Üniversite kaydı |
| Bilimsel dergiler ve makaleler | İnternet kullanımı | Hukuk kuralı | İkincil eğitim öğretim kaydı |

*Kaynak: Mohamed vd., 2022: 10.*

Bilgiyi ölçmek zordur çünkü bu entelektüel sermayeye bağlıdır. Bilgi ekonomisinin gelişimi, yükseköğretime, inovasyona ve araştırmaya ve yazılıma yapılan yatırımlarla analiz edilebilir. Bu ekonominin performansının ölçümü Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYİH) göstergesine dayanmaktadır. Bilgi ekonomisini ölçmek için GSYİH aşağıdaki görevler için gereklidir:

• bilgi girdilerinin ölçülmesi;

• bilgi stoklarını ve akışlarını ölçmek;

• bilgi çıktılarının ölçülmesi;

• bilgi ve öğrenmeyi ölçmek (insan sermayesi) (Bătăgăn, 2007: 61).

Girişimcilik ve yenilikçilik, araştırma ve geliştirme, yazılım ve ürün tasarımında kendini gösteren bilginin uygulanması, küresel ekonomideki büyümenin temel kaynaklarından biridir. Ancak birçok gelişmekte olan ülke, geniş küresel bilgi birikiminden yararlanma ve bunu kendi ihtiyaçla-

rına uygulama konusunda başarısız olmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler, güçlü yönlerini geliştirerek ve insan sermayesine, etkili kurumlara, ilgili iletişim teknolojilerine ve yenilikçi ve rekabetçi girişimlere uygun yatırımları dikkatlice planlayarak bilgi devriminden yararlanabilirler. Finlandiya, Kore, İrlanda, Malezya, Singapur, Şili ve son zamanlarda Çin ve Hindistan gibi ülkeler, kaydedilebilecek hızlı ilerlemeyi göstermektedir. Ulusal bir bilgi ekonomisi oluşturmanın ilk adımı, mevcut ülkenin güçlü ve zayıf yönlerinin yanı sıra mevcut ve potansiyel rakiplerinin de güçlü ve zayıf yönlerini anlamaktır. Ülkeler daha sonra hedeflerini açıkça ifade etmeli ve bu hedeflere ulaşmak için politikalar ve yatırımlar geliştirmelidir (The World Bank).

*Şekil 1. Bilgi Ekonomisinin Dört Temeli*

| Ekonomik ve Kurumsal Rejim | Eğitim ve Beceriler | Bilgi ve İletişim Altyapısı | İnovasyon Sistemi |
|---|---|---|---|
| Ülkenin ekonomik ve kurumsal rejimi, mevcut ve yeni bilginin verimli kullanımı ve girişimciliğin gelişmesi için teşvikler sağlamalıdır. | Ülke halkının, yaratmasını, paylaşmasını ve onu iyi kullanmasını sağlayacak eğitime ve becerilere ihtiyacı var. | Bilginin etkili bir şekilde iletilmesini, yayılmasını ve işlenmesini kolaylaştırmak için dinamik bir bilgi altyapısına ihtiyaç vardır. | Ülkenin inovasyon sistemi – firmalar, araştırma merkezleri, üniversiteler, düşünce kuruluşları, danışmanlar ve diğer kuruluşlar – Büyüyen küresel bilgi stokundan yararlanma, onu özümseme ve yerel ihtiyaçlara uyarlama ve yeni teknoloji yaratma yeteneğine sahip olmalıdır. |

*Kaynak: The World Bank, https://web.worldbank.org/archive/website01030/WEB/IMAGES/KAM_V4.PDF, Erişim: 15.02.2023.*

Bilgi ekonomisini ölçmek için Dünya Bankası Tablo 2'deki göstergeleri önermektedir.

*Tablo 2. Bilgi Ekonomisini Ölçen Göstergeler*

| | |
|---|---|
| Ekonomik ve Kurumsal Rejim | Tarife ve tarife dışı engeller |
| | Düzenleyici kalite |
| | Hukuk kuralı |
| Eğitim ve Beceriler | Yetişkin okuryazarlık oranı |
| | Ortaöğretim kayıt oranı |
| | Üniversite kayıt oranı |
| Bilgi ve İletişim Altyapısı | 1.000 kişiye düşen telefon sayısı |
| | 1.000 kişiye düşen bilgisayar sayısı |
| | 1.000 kişiye düşen internet kullanıcı sayısı |
| İnovasyon Sistemi | Telif hakkı ödemeleri |
| | Kişi başına teknik dergi makalesi |
| | Patent Sayısı |

*Kaynak: The World Bank, https://web.worldbank.org/archive/website01030/WEB/IMAGES/KAM_V4.PDF, Erişim: 15.02.2023.*

Dünya Bankası'na göre Tablo 2'de yer alan göstergelere göre hesaplanan endekse Bilgi Ekonomisi Endeksi adı verilmektedir. Endeks, bu göstergelerin 0 ile 10 arasındaki normalleştirilmiş değerlerinin basit ortalaması olarak oluşturulur. 10'a yakın bir puan, diğer ülkelerle karşılaştırıldığında nispeten iyi bir gelişme anlamına gelirken, 0'a yakın bir puan, nispeten zayıf bir gelişmeyi gösterir. Ülkeler eğitime, araştırmaya, bilgi ve iletişim teknolojilerine ve daha iyi kurumlara önemli ölçüde yatırım yapmış olabilir. Ancak diğerlerinden daha fazla yatırım yapmadıkça veya yatırımları diğerlerininkinden daha hızlı amorti etmedikçe, bu endeksteki konumlarını kaybedebilirler.

Godin'e göre bilgi ekonomisinin ölçülebilmesi için altı gösterge sıralanabilir:

- İnsan kaynaklarının hareketliliği,
- Patentler,
- Firmaların inovasyon yetenekleri,
- Endüstriyel Ar-Ge'nin uluslararasılaşması,
- İnovasyona devlet desteği,
- Bilgi Teknolojisidir (Godin, 2006: 22).

2020 yılında UNDP tarafından hazırlanan Küresel Bilgi Endeksi raporuna göre İsviçre ilk sırada yer almaktadır. Onu Amerika Birleşik Devletleri ve Finlandiya izlemiştir. Türkiye ise 138 ülke arasında 69. sırada yer almaktadır. Bu endeks hesaplanırken kullanılan değerler; üniversite öncesi eğitim, teknik ve mesleki eğitim öğretim, yükseköğretim, Ar-Ge ve inovasyon, bilgi iletişim teknolojisi ve ekonomidir. Bu etkinliklerden Türkiye'nin üniversite öncesi eğitimden aldığı puan 54.5, teknik ve mesleki eğitim öğretimden aldığı puan 46.7, yükseköğretimden aldığı puan 31.8, Ar-Ge ve inovasyondan aldığı puan 27.8, bilgi iletişim teknolojisinden aldığı puan 58.5 ve ekonomiden aldığı puan 46.7'dir. Raporda Türkiye'nin ılımlı bir performans sergilediği belirtilmiştir. Türkiye'nin küresel bilgi endeksi açısından güçlü yönleri, endüstriyel tasarım uygulamaları, yerel rekabetin yoğunluğu, yaratıcı ürün ihracatı, ticari marka başvuruları ve dünya sıralamasında yer alan üniversiteler olarak belirlenmiştir. İyileştirmesi gereken yönleri ise işsizlik oranı, basın özgürlüğü, terör olayları ve öğrenci öğretmen oranıdır (Global Knowledge Index 2020).

**Bir Üretim Faktörü Olarak Bilgi**

Bilginin modern ekonomik yaşamdaki muazzam rolü konusunda geniş bir akademik fikir birliği vardır. OECD'ye göre, "bilgiye dayalı ekonomi, doğrudan bilgiye ve enformasyon üretimine, dağıtımına ve kullanımına dayalı ekonomi türünü temsil eder". Genellikle basitçe bilgi ekonomisi

olarak anılan bilgiye dayalı ekonomi, bir ekonomide sermayenin, malzemelerin ve üretimin temeli olarak bilginin etkisini içerir. Patent alımının büyümesi ve önceliklendirilmesi, istatistiklerin ve büyük verilerin etkisi, üniversitelerin genişleyen rolü, hükümetlerde veya işletmelerde araştırma ve geliştirmeye yönelik artan harcamalar, açık inovasyon ve bilgi ve teknoloji inovasyonunun yayılması, bilgi ekonomisinin bazı tezahürleridir. Rekabet avantajı elde etmek için şirketler, bölgeler ve ülkeler, bilgi üretme süreçlerini organize etmeye ve yeni üretim teknolojilerini uygulamaya çalışırlar (Vlasov, 2022: 3).

Bilgi ekonomisi, bilginin elde edilmesi, işlenmesi, dönüştürülmesi ve dağıtımı süreçlerinden oluşmaktadır. Bu üç temel sürecin kaynağı bilgisayar sistemi ve fiziksel araçları ile birlikte, insan yardımı ile bütün süreci kontrol eden yazılım sistemidir. Burada bilgi temel üretim faktörü olarak ön plana çıkmaktadır. Bilgi ekonomisinin diğer ekonomik sistemlerden ve sanayi ekonomisinden temel farkı, bilginin ekonomik üretim faktörleri içinde, birincil önceliğe sahip olmasıdır. Yani bilgi ekonomisinin temelini bilgi oluşturmaktadır (Kevük, 2006: 322-323). Arrow (2000)'a göre yeni teknolojik bilginin ilginç ekonomik özellikleri vardır. Geliştirmek maliyetlidir. Ancak bir kez geliştirildiğinde, hiçbir ek ücret ödemeden tekrar tekrar kullanılabilir. Ayrıca yeni teknolojik bilgi, kolayca yayılır. Bilginin bir üretim faktörü olarak yaratılmasında ve kullanılmasında iki ana faktör öne çıkıyor:

• Her ülke veya firma, araştırma başka bir yerde yapılanla aynı seviyede olmasa bile, teknoloji ve bilim alanında eğitim ve öğretime sahip olmalıdır. Bazı bilgilere zaten sahip olunmadıkça bilgi özümsenemez.

• Ülkeler ve firmalar yeni fikirlere açık olmalı, birden fazla yeni fikir kaynağına sahip olmalı ve fikirlerin yayıldığını görmelidir (Arrow, 2000: 19).

Bilgi, çelik veya emek gibi geleneksel bir ekonomik girdi değildir. Ekonomik kaynak stoğuna geleneksel girdiler eklendiğinde, ekonomi geleneksel üretim fonksiyonu "reçetelerine" göre büyür. Örneğin, daha fazla emek, mevcut emek üretkenliğine bağlı olarak GSYİH'yı artırabilir veya daha fazla çelik, mevcut teknolojiye göre otomobil, konut veya alet üretimini tahmin edilebilir miktarlarda artırabilir. Çelik veya işçiliğin aksine yeni bilgi, "reçeteleri" değiştirerek ekonomik performansı etkiler – daha önce mevcut olmayan ürün ve süreç seçenekleri sunar (The Konowledge-Based Economy, OECD).

**Sonuç**

Bilgiye dayalı ekonomiye ait genel bir değerlendirmenin yapıldığı bu çalışmada bilginin neden bu kadar dikkat çektiğini, bilgiye dayalı ekono-

minin nasıl ölçüldüğünü ve bilginin bir üretim faktörü olduğu konusunu açıklanmaya çalışılmıştır.

Bilgiye dayalı ekonomi, refah ve ekonomik büyümenin temel faktörünün üstün bilgi birikimi olduğu fikrine dayalı bir ekonomidir. Bu nedenle günümüzde bilgi, ekonomik büyümenin, verimlilik artışının itici gücü ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilecek bir kaynak olarak kabul edilmektedir. Günümüzde bilgi ekonomisine, bilgiye, enformasyona ve teknolojiye ve bunların ekonomik büyümedeki rolüne büyük bir ilgi olduğunu görebiliriz.

Son yıllarda, ekonomistler sistematik olarak bilgiye dayalı ekonomi üzerine teoriler oluşturmaya, ölçmeye ve hipotezleri test etmeye başlamışlardır. Bilginin yaygın özellikleri ekonominin her yerinde görülmektedir. Bu durum yeni işler, yeni servet, yeni ürünler, yeni endüstriler ve yeni ticaret bağlantıları açısından gözle görülür şekilde belirgindir. Bilgi yaratmaya odaklanan yeni ekonomik teorilerde entelektüel bir değişim belirgindir. Bu, içsel büyümeye ilişkin son teorileri, bilgi piyasasına ilişkin yeni bakış açılarını, bilgi toplumlarında gelir dağılımının değişen doğasını ve ağların rolünü içerir. Bunların birçoğu henüz ana akım ekonomiye tam olarak dâhil edilmedi, ancak büyük bir etkiye sahip olmaya başlamıştır. Bilgiye dayalı ekonomiyle ilgili bir diğer ana araştırma alanı, hem bilgi girdilerini hem de çıktılarını temsil etmek için endüstri, ulusal ve firma düzeyinde verileri kullanarak bilgi yaratma konusundaki bazı merkezi hipotezlerin deneysel olarak test edilmesidir. Hem kamu hem de özel sektör tarafından üretilen bilgi varlıklarının ekonomik analizine doğru büyük bir kayma vardır. Ayrıca bilginin akışkan olduğuna ve orijinal üretim noktasından hem coğrafi hem de zamana yayıldığına dair önemli kanıtlar var. Bu yayılmalar, firmaların, işçilerin ve bölgelerin kaderini belirlemektedir.

Bilgiye dayalı ekonomi koşununda yapılacak çalışmalarda en önemli kısıt veri mevcudiyetidir. Bu açıdan ilerleme kaydedilecekse, Ar-Ge harcamaları ve patent sayımları dışındaki bilgi ölçütleri gereklidir. Son olarak, uluslararası istatistik kurumları bilgiye dayalı ekonomiyi ölçmede bazı ilerlemeler kaydetmiştir, ancak daha yapılacak çok şey vardır. Bilgiye dayalı ekonominin şimdiye kadar kullanılmış olan ham bilgi yoğunluğu ölçümlerinin ötesinde ölçülmesi konusunda daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır.

# KAYNAKÇA


ARROW, J. K. (2000). *Knowledge As a Factor of Productio*n. Annual Word Bank Conference on Development Economics, The World Bank Washington D. C.

BÃTÃGÃN, L. (2007). Indicators for Knowledge Economy. *Revista Informatica Economicã*, 4(44), 60-63.

CHEN, D. H. C., DAHLMAN, C. J. (2006). *The Knowledge Economy, the KAM Methodology and World Bank Operations*. https://documents1.worldbank.org/curated/en/695211468153873436/pdf/358670WBI0The11dge1Economy01PUBLIC1.pdf, Erişim Tarihi: 18.01.2023.

*Global Knowledge Index 2020*, UNDP.

GODIN, B. (2006). The Knowledge- Based Economy: Conceptual Framework or Buzzword?. *Journal of Technology Transfer*, 31, 17-30.

HARRIS, R. G. (2001). The Knowledge-Based Economy: Intellectual Origins and New Economic Perspectives. *International Journal of Management Reviews*, 3(1), 21-40.

KEVÜK, S. (2006). Bilgi Ekonomisi, *Journal of Yaşar University*, 1(4), 319-350.

MOHAMED, M. M. A., LİU, P., NİE, G. (2022). Do Knowledge Economy Indicators Affect Economic Growth? Evidence From Developing Countries. *Sustainability*, 14(4774), 1-37.

OLOPADE, B. C., OKODUA, H., OLADOSUN, M., MATTHEW, O., URHIE, E., OSABOHIEN, R., ADEDIRAN, O., JOHNSON, O. H. (2020). Economic Growth, Energy Consumption and Human Capital Formation: Implication for Knowledge-Based Economy. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), 37-43.

ŠIRÁ, E., VAVREK, R., VOZÁROVÁ, I. K., KOTULIČ, R.. 2020. Knowledge Economy Indicators and Their Impact on the Sustainable Competitveness of the EU Countries. *Sustainability*, 12, 1-22.

*The Knowledge-Based Economy,* OECD, https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=OCDE/GD%2896%29102&docLanguage=En, Erişim: 02.03.2023.

The World Bank, https://web.worldbank.org/archive/website01030/WEB/IMAGES/KAM_V4.PDF.

TOCAN, M. C. (2012). Knowledge Based Economy Assessment. Journal of Knowledge Knowledge Management. *Economics and Information Technology*, 2(5), 1-13.

VLASOV, M., POLBITSYN, S. N., OLUMEKOR, M., OKE, A. (2022). The Influence of Socio-Cultural Factors on Knowledge-Based Innovation and the Digital Economy. *Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity*, 8, 194, 1-13.

# BÖLÜM 20

## İŞLETMELERİN YENİDEN ÜRETİM FALİYETİNE BAKIŞ AÇILARI

*İbrahim GÜRLER*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Topkapı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü, e-posta: ibrahim.gurler@topkapi.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9755-0556

Bu çalışma Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalında yapılan "Yeniden üretim sürecinde tasarım, planlama, lojistik faaliyetlerinin incelenmesi ve Türkiye açısından değerlendirilmesi" adlı Doktora Tez Çalışmasından türetilmiş ve 10. Uluslararası Üretim Araştırmaları Sempozyumu'nda bildiri olarak sunulmuştur.

Üretici işletmeler, yaşam süresi sona ermiş olan ürünlere yeniden üretim faaliyeti ile yeni bir yaşam süresi kazandırdıklarında, bu faaliyet sonucu önemli miktarlarda maddi kazanç sağlayabileceklerini gün geçtikçe keşfetmektedirler. Yaşam süresini tamamlamış ürünler, üretim işletmeleri için eskiden herhangi bir değer ifade etmezken; bugünlerde bu ürünler üretim işletmeleri için çok değerli kaynakları oluşturmaktadırlar. Ürün geri kazanımında uygulanan yeniden üretim faaliyeti, çağımızın öne çıkan yeni iş modelleri arasına girmeyi başarmıştır.

Yeniden üretim ile daha düşük maliyetle ve daha az kaynak kullanımıyla üretimi gerçekleştirilen ürünler, tüketiciye uygun fiyatlar ile satılarak işletmelere yeni pazar olanakları sağlamışlardır. Gerçekleştirilen bu bilimsel çalışmada Türkiye'deki işletmelerin yeniden üretim faaliyetine bakış açılarını değerlendirmek amacıyla bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bugüne kadar Türkiye'de yeniden üretim faaliyetine ilişkin kapsamlı bir araştırma yapılmadığından gerçekleştirilen çalışma bir ilki oluşturmaktadır. Araştırma sonucu elde edilen veriler ışığında yeniden üretim faaliyetinin Türkiye'deki durumu incelenerek karşılanabilecek muhtemel sorunlara çözüm yolları önerilmiştir.

Yeniden üretim faaliyetinin, literatür incelendiğinde "Uyuyan Dev" olarak adlandırıldığı görülmektedir. Çünkü sahip olduğu büyük öneme rağmen henüz ekonomik olarak etkisini yavaş yavaş göstermektedir (Giuntini ve Gaudette, 2003). İlk başlarda sadece yatırım mallarında gerçekleştirilen yeniden üretim faaliyeti günümüzde gelişen üretim teknolojisi ile maliyet azaltıcı, çevreyi koruyucu ve işletme karını arttırıcı bir etken olarak artık birçok sanayi dalında uygulanabilir hale gelmiştir. Günümüzde irili ufaklı birçok farklı endüstri kolunda yeniden üretim faaliyeti gerçekleştirilmektedir.

Gerçekleştirilen bu çalışmada yaşam süresini tamamlayan ürünlerin yeniden kazanılmasını sağlayan yöntemlerden olan yeniden üretim faaliyeti ve Türkiye'deki işletmelerin yeniden üretim faaliyetine bakış açıları üzerine odaklanmıştır. Yeniden üretim faaliyeti, günümüzde diğer geri kazanım yöntemlerine göre en fazla maddi ve çevresel kazanımı sağlayan ticari anlamda kabul edilebilir bir yöntem olarak ön plana çıkmıştır (Gungor ve Gupta, 1999). Kısaca yeniden üretim faaliyeti; çevrenin korunması, hava kirliliğinin azaltılması ve atık arazilerinin daha verimli kullanılması için anahtar stratejiyi oluşturmaktadır.

## YENİDEN ÜRETİM FAALİYETİ

Yaşam sürecini tamamlamış ürünleri, yeni üretilmiş orijinal ürünlerin kalitesine ve performansına çıkartma amacı yeniden üretimi diğer ürün geri kazanım stratejilerinden farklılaştırmaktadır. Yeniden üretim süreci kullanılmış ürünleri ilk üretildiklerinde sahip oldukları yeni ürün perfor-

mansına, standardına ve dayanıklılığına kavuşturan bir endüstriyel faaliyettir (Lund, 1984). Yeniden üretilmiş bir ürün yeni bir ürünle aynı garantiye sahiptir. Yeniden üretim ürünün tüm parçalarının kontrolünü gerektirir.

"Yeni ürün gibi" olma kriteri, yeniden üretilmiş ürünü satın alanları orijinal parça üreticilerin ürettikleri yeni ürünlerin sahip olduğu ürün standartları, sağlamlığı ve performansı ile buluşturur. Yeniden üretimin ticari olarak diğer geri kazanım yöntemlerinden daha başarılı olmasının ana sebebi yeniden üretilmiş olan ürünün yeni ürüne göre daha düşük bir fiyatla tüketiciye ulaşmasıdır.

Çevresel açıdan bakıldığında kullanılmış ürünleri yeniden üretim faaliyetiyle yeni ürün standartlarına kavuşturmak, ürünün yaşam sürecini uzattığından; yeni bir ürünü üretmek için harcanan işgücü, enerji, hammadde ve sermaye harcanmamış olmaktadır. Diğer ürün geri kazanım yöntemleri de ürünün hizmet verebileceği süreyi arttırabilir. Fakat bu yöntemler daha çok tamir etme üzerine odaklandığından ürünün bütününün değil sadece tamir işlemi gören parçasının yaşam süresini uzatmaktadır.

Yeni ürünün kalitesini sunma bazen yeniden üretilmiş ürünü yeni ürünün yanında çekici kılmayabilir. Bu gibi durumlarda yeniden üretim faaliyeti bileşenlerin teknolojilerini yükseltme işlemiyle bütünleştirilmektedir. Yeniden üretilmiş ürün pazarda yeni ürünle rekabet edebilmesi amacıyla gerekli yükseltmeler yapılarak bir üst modelin özellikleri kazandırılabilmektedir. Yeniden üretim faaliyeti içerisinde birçok uygulama yer almaktadır. Tüm yeniden üretim sistemlerinin aşağıdaki yer alan koşulları sağlaması beklenmektedir:

- Ürünlerin/parçaların yeni ürün kalitesi ve performansı kazandırmak amacıyla birtakım süreçlerden geçirilmesi
- Yeni ürün standartlarını yakalamak için ürünün tamamen ayrıştırılması ve tekrar monte edilmesi
- Tüm bileşen ve parçaların kapsamlı testlerden geçirilmesi
- Yeniden üretilmiş ürünün pazarda yeni ürünlerin sahip olduğu teknoloji ile rekabet edebilmesi için gerektiğinde yükseltme ile bir üst modelin özelliklerinin kazandırılması

Yeniden üretim süreci, kullanılmış ürünleri ilk üretildiklerinde sahip oldukları yeni ürün standartlarına kavuşturan bir endüstriyel faaliyettir. Yeniden üretim faaliyetinde ürünlerin imalatında eski ve yeni parçalar bir arada kullanılarak istenilen kalite standartları sağlanmaktadır (McGovern ve Gupta, 2007).

Yeniden üretim işlemi tersine lojistik, ayırma, sınıflama ve yeniden birleştirmeyi içermektedir. Yeniden üretim kavramı ile işletmeler bir ta-

kım yeni sorunlar ile yüz yüze kalmışlardır. Sanayi dallarına göre farklılık göstermekle birlikte yeniden üretim uygulamak isteyen işletmeler lojistik, ürünleri bileşenlerine ayırma, yeniden birleştirme ve pazarlama konularında örgütsel yapılarını yeniden iş birliğine açık olacak şekilde yapılandırmak zorundadırlar (Ferrer ve Whybark, 2000).

Yeniden üretim faaliyetini yönetmek, ham madde ve bileşenlerden yeni ürün üretmeyi yönetmekten daha zordur. Yeniden üretimde geleneksel üretime göre daha fazla sorunla karşı karşıya kalınmaktadır. Her bir yeniden üretim faaliyetinin planlanması, çizelgelenmesi ve kontrol edilmesi kendine özgü olmaktadır. Çünkü ancak yeniden üretim işlemine girecek ürün üzerinde çalışılmaya başlandıktan sonra ayrıştırılan parçalardan hangilerinin değiştirilmesi gerektiği, hangilerinin temizlik ve bakım istediği, yapılacak bu iş için ne kadarlık bir iş gücünün gerektiği belirlenebilmektedir. Yeniden üretim faaliyetinde işletmeye geri dönen farklı ürünlerin değişik parçalarının yeni bir ürünün üretilmesinde kullanılması ve bunların dışarıdan satın alınan yeni parçalarla karışık olarak kullanılması mümkündür. Bu durum üretim ve planlama operasyonlarını oldukça karmaşık hale getirmektedir.

## YENİDEN ÜRETİM SÜRECİ

Yeniden üretim sürecinde sırası ile gerçekleştirmesi gereken bazı basamaklar vardır. Bunlardan ilki, kullanmaktan dolayı yıpranan ürünlerin parçalarına ayrıştırma işlemidir. Uzman personel tarafından kullanılmış ürünler, parçaların kontrolü ve temizliği için parçalarına ayrıştırılır.

Ayrıştırma süreci, işlevselliğini yitirmiş ya da ıskartaya çıkarılmış ürünlerden işe yarayan değerli parçaların metodik şekilde bir seri işlem sonucu elde edilmesinden oluşmaktadır. Ayrıştırma süreci sonucunda elde edilen ve yeniden kullanılabilir halde olan parçalar temizlenip, gereken bakımları yapıldıktan ve testlere tabi tutulduktan sonra yeniden üretim işleminde kullanılmak üzere gerekli envantere yönlendirilirken; elde edilen yeniden üretime uygun olmayan geri dönüşümü olabilen hurda parçalar ise hammadde olarak geri dönüşüm tesislerine satılmaktadırlar (McGovern ve Gupta, 2007, s. 694).

Yeniden üretimde ürünler alt montaj parçalarına ayrıştırıldıktan sonra elde edilen parçalar aynı ürünün imalatında yeniden kullanılmaktadır. Tamir edilebilen parça ve bileşenler gerekli onarımları yapıldıktan sonra çeşitli testlerden geçirilmektedir. Test sonucu uygun bulunan alt montaj parçaları ve bileşenler ürüne yeniden monte edilerek kullanılabilmektedir. Yeniden üretim faaliyetinin ikinci basamağını oluşturan; tamir süreci presleme, tornalama, delme, yüzey işleme, sıcak işlem, kaynak, tozla kaplama, kromlama ve spreyle boyama gibi aşamaları içermektedir.

Günümüzde büyük çoğunluğu Amerika Birleşik Devletleri'nde faaliyet gösteren yeniden üretim sistemine sahip işletmeler Tablo 1'de yer alan sanayi dallarında yeniden üretim faaliyeti gerçekleştirmektedirler.

Yeniden üretim endüstrisi hızla büyümektedir. Tablo 1'de yer alan ürünlere ek olarak günümüzde soğutucular ve klimalarda kullanılan kompresörler, elektronik gitar gibi müzik aletleri, uçak parçaları, fırın parçaları ve kumar aletleri de yeniden üretimi gerçekleştirilen ürünler arasında yer almaktadır (Shah, 2005).

| **Makineler** | **Taşıt Parçaları** | **Ofis Materyalleri** |
|---|---|---|
| Tekstil Makineleri<br>Yer Temizleme Makineleri<br>Traktörler<br>İş Makineleri<br>Kamyonlar<br>Buhar Türbinleri | Motorlar<br>Aküler<br>Marş Motoru<br>Vites Kutusu | Fotokopi Makineleri<br>Telefonlar<br>Cep Telefonları<br>Faks Makineleri<br>Yazıcılar<br>Toner Kartuşları<br>Bilgisayarlar |
| **Ev Cihazları** | **Sağlık Ekipmanları** | **Diğer** |
| Çamaşır Makineleri<br>Buzdolapları<br>Televizyonlar | Hasta Yatakları<br>Medikal Cihazlar (Röntgen Cihazları) | Lastikler<br>Ofis Mobilyaları<br>Paletler |

**Tablo 1:** *Yeniden Üretimi Başarı ile Gerçekleştirilen Bazı Ürünler*

**Kaynak:** *(Macroeconomic Importance of Recycling and Remanufacturing, 1998)'den uyarlanmıştır.*

## TERSİNE LOJİSTİK

Yeniden üretim faaliyetini gerçekleştiren işletmelerde tüketicinin kullanmış olduğu ürünleri belli bir kullanım süresinden sonra ticari olarak değerlendirilmek istenilirse; ürünün tüketiciden üretimin gerçekleştirildiği fabrikaya taşınması için etkili bir tersine lojistik sisteminin bulunması gerekmektedir.

"Lojistik" terimi geleneksel olarak, sadece ileri yönlü lojistiği ifade eder. Diğer taraftan ürünün tersi yönde ilerlemesini gerektiren ve lojistiğe tersine bir yön de katarak "kapalı-döngü" kavramının ortaya çıkmasına neden olan dönüşler vardır. Ürünlerin ters yönde ilerlemesine neden olan bu dönüşler aşağıdaki gibi sınıflandırabilmektedir (Brito ve diğerleri, 2002) :

- Üretim ıskartaları ve yan ürünlerin geri dönüşleri
- Finansman sorunu nedeniyle geri gönderilen ürünler (ticari dönüşler)

- Üretici işletmeler tarafından gerçekleştirilen ürün geri çağırmaları
- Garantiden kaynaklanan ürün dönüşleri
- Kiralama hizmeti nedeniyle kullanım sonu dönüşleri
- Yaşam süreci sonu dönüşler

Hammaddenin, süreç içi envanterin, nihai ürünlerin ve ilgili bilginin çıkış noktasından itibaren, değerinin yeniden kazandırılması ya da uygun şekilde bertaraf edilmesi için izlenmesi faaliyetinin maliyet yoğun bir şekilde, planlanması, uygulanması ve kontrolü süreci tersine lojistik faaliyeti olarak ifade edilmektedir (Tibben-Lembke ve Rogers, 1998).

İşletmelerde, ürünlerin yeniden kazanımı için, kullanılmış ve iyileştirilmiş ürünlerin akışına imkân veren uygun lojistik yapıların oluşturulması gerekmektedir. Yeniden üretim faaliyetinde bulunan işletmelerde ürünlerin tüketicilerden tesislere taşınması ve buradan da yeniden pazara sunulması için yerleşim yerlerinin tespiti, tesisler ve her bir tesis arasında taşınacak miktarlar, alınması gereken önemli kararlar arasında yer almaktadır (Fleischmann ve diğerleri, 2001).

## UYGULAMA

Gerçekleştirilen çalışmada Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerin yeniden üretim faaliyetlerine bakış açıları tespit edilmesi amaçlanmış ve bunu belirleyebilmek içinde bir anket çalışması uygulanmıştır. Yapılan anket sonucu elde edilen veriler ışığında yeniden üretim faaliyetinin işletmeler açısından Türkiye'deki, durumu incelenmiş ve karşılaşılan problemlere karşı çözüm yolları önerilmiştir.

Araştırma, zaman ve maliyet kısıtı nedeniyle literatürde yeniden üretim faaliyetin gerçekleştirildiği belirtilen sektörlerden; Türkiye'de bir dernek çatısı altında toplanan sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerle sınırlandırılmıştır.

Yapılan araştırmada dayanıklı beyaz eşya sektörü, elektrik – elektronik sanayi, otomotiv ana ve yan sanayi, elektrik - elektronik sektörü, lastik sanayi, motor sanayi, ofis mobilyaları sanayi, akü sanayi, makine sanayi, pompa ve sana sanayi, iş makinaları sanayi, yazıcı sarf malzemeleri sektörü ve tıbbi malzeme sanayinde faaliyet gösteren 160 adet işletmeye uygulanmıştır.

Yapılan anket çalışması ile Ocak 2009 – Ocak 2010 tarihleri arası gerçekleştirilmiştir. Gönderilen anket çalışmasının yanıtlanması için işletmelerin ilgili kişilerine gerek telefon gerekse elektronik posta yolu ile birkaç kez ulaşılmasına rağmen 80 adet anket yanıtlanarak geri dönmüştür. Anketlerin geri dönüş oranı % 50 olarak gerçekleşmiştir.

Anketler katılımcılar tarafından posta, elektronik posta ve anket için hazırlanan http://www.yenidenuretim.com internet sitesinde yer alan anket sayfalarının kullanılması yolu ile yanıtlanmıştır. Geri dönen anketlerin tamamı (80 anket), araştırmanın analizlerine dâhil edilmiştir.

Örneklem grubundan elde edilen verilerin analizi; SPSS 16.0. paket programı (Statistical Programme for Social Sciences / Sosyal Bilimler için İstatistik Paket Programı) aracılığıyla yapılmıştır. Analizlerde; betimsel istatistiksel teknikler, güvenilirlik analizi, faktör analizi gibi yöntemler kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan işletmeler, 9 farklı faaliyet alanında üretim yapmaktadırlar. Tablo 2 incelendiğinde en fazla faaliyette bulunulan sektörün % 22.97 ile otomotiv yan sanayi ve % 16.22 ile elektrik- elektronik ile makine sanayi olduğu belirlenmiştir.

Anketi cevaplayan 80 işletmeden 42 işletme yeniden üretim faaliyetini gerçekleştirdiğini belirtmiştir. Yeniden üretim yapan bu işletmelerin yeniden üretimini gerçekleştirdikleri ürün grupları Tablo 3' de gösterilmiştir.

| **Ana Faaliyet Alanı** | | **Frekans** | **Yüzdesi (%)** |
|---|---|---|---|
| | Otomotiv Yan Sanayi | 17 | 22.97 |
| | Elektrik - Elektronik Sanayi | 12 | 16.22 |
| | Makine Sanayi | 12 | 16.22 |
| | Yazıcı Sarf Malzemeleri | 11 | 14.86 |
| | Metal Sanayi | 5 | 6.76 |
| | Motor Sanayi | 5 | 6.76 |
| | Medikal Cihazlar Sanayi | 4 | 5.41 |
| | Mobilya Sanayi | 4 | 5.41 |
| | Lastik Sanayi | 4 | 5.41 |
| | **Toplam** | 74 | 100.0 |

**Tablo 2:** İşletmelerin Faaliyet Gösterdikleri Sektörler

Yeniden üretim faaliyetini gerçekleştirdiğini belirten 42 işletmenin % 21.4'ü "Elektrik-Elektronik Ürünlerin", % 19'u "Yazıcı Sarf Malzemelerinin", % 11.9'u otomotiv yan sanayi ürünlerinin ve makine parçalarının, % 7.1'i ise sırasıyla lastik, medikal cihaz, motor ve ofis mobilyasının yeniden üretimini gerçekleştirmektedir.

| Yeniden Üretim Yapılan Ürün Grupları | | Frekans | Yüzde (%) |
|---|---|---|---|
| | Elektrik – Elektronik | 9 | 21.4 |
| | Yazıcı Sarf Malzemeleri | 8 | 19.0 |
| | Otomotiv Yan Sanayi | 5 | 11.9 |
| | Makine Sanayi | 5 | 11.9 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Lastik | 3 | 7.1 |
| | Otomotiv Ana Sanayi | 3 | 7.1 |
| | Medikal Cihazlar | 3 | 7.1 |
| | Motor | 3 | 7.1 |
| | Ofis Mobilyası | 3 | 7.1 |
| | Toplam | 42 | 100.0 |

**Tablo 3**: Araştırmaya Katılan İşletmelerin Yeniden Üretim Yaptıkları Ürün Grupları

| | Değişkenler | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | N | Ort. | SS |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1.** | Yeniden üretilen ürünler için, bu ürünlerin satılıp alınacağı belirli bir pazar henüz oluşmamıştır. | 3 (3.8) | 18 (22.5) | 24 (30.0) | 20 (25.0) | 15 (18.8) | 80 | 3.33 | 1.134 |
| **2.** | Yeniden üretim sektörü, organize olamamış bir sektör olarak faaliyet göstermektedir. | 1 (1.3) | 7 (8.8) | 16 (20.0) | 33 (41.3) | 23 (28.8) | 80 | 3.88 | 0.973 |
| **3.** | Türkiye'de tüketiciler yeniden üretim konusunda olumlu düşüncelere sahip değildirler. | 1 (1.3) | 14 (17.5) | 29 (36.3) | 25 (31.3) | 11 (13.8) | 80 | 3.39 | 0.974 |
| **4.** | Yeniden üretim faaliyeti işletmeler için ekonomik olarak avantajlı değildir. | 19 (23.8) | 40 (50.0) | 13 (16.3) | 5 (6.3) | 3 (3.8) | 80 | 2.16 | 0.987 |
| **5.** | Yeniden üretimi uygulamak teknik olarak zordur. | 9 (11.3) | 23 (28.8) | 30 (37.5) | 15 (18.8) | 3 (3.8) | 80 | 2.75 | 1.013 |
| **6.** | Türkiye'de yeniden üretim konusunda faaliyet gösteren uzman firmalar yoktur. | 8 (10.1) | 9 (11.4) | 18 (22.8) | 33 (41.8) | 11 (13.9) | 79 | 3.38 | 1.169 |
| **7.** | Yeniden üretimin uygulanması konusunda tüketicilerden veya devlet kurumlarından çevresel bir zorlama yoktur. | 2 (2.5) | 3 (3.8) | 7 (8.9) | 31 (39.2) | 36 (45.6) | 79 | 4.22 | 0.943 |
| **8.** | Yeniden üretim faaliyetinin girdisini oluşturan; üretici işletmeye pazardan veya tüketicilerden geri dönen ürünler için zaman, miktar ve kalite belirsizdir. | 2 (2.5) | 3 (3.8) | 20 (25.0) | 37 (46.3) | 18 (22.5) | 80 | 3.83 | 0.911 |
| **9.** | Kullanılmış ürünlerin tüketicilerden veya pazardan tersine lojistik ile toplanması sorunlu ve zor bir faaliyettir. | 1 (1.3) | 11 (13.9) | 23 (29.1) | 26 (32.9) | 18 (22.8) | 79 | 3.62 | 1.029 |
| **10.** | Yeniden üretim, işletmenin lojistik faaliyetlerine yüksek maliyetli hale getirmektedir. | 1 (1.3) | 16 (35.0) | 29 (36.3) | 28 (20.0) | 6 (7.5) | 80 | 3.28 | 0.914 |

**Tablo 4:** *İşletmelerin Yeniden Üretime Karşı Tutumları*

Araştırmaya katılan işletmelerin yeniden üretim faaliyetlerine karşı tutumlarını değerlendirmek amacıyla ilgili sorulara verdikleri yanıtların sayısı, yanıtların frekansı ve yüzdesi ile her bir ifadenin ortalaması ve standart sapması Tablo 4'de verilmiştir. 4'de yer alan değişkenler, 1=Hiç

Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kısmen Katılıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum 5'li Likert ölçeğine göre değerlendirilmiştir. Değişkenlere ait değerlerde parantez içindeki sayı yüzdesel değeri, parantez içindeki sayının üstünde yer alan sayı ise frekans değerini göstermektedir. "Ort." Ortalamayı, "SS" Standart Sapmayı, "N" cevaplanma sayısını ifade etmektedir.

İşletmelerin yeniden üretim faaliyetlerine bakış açılarına ilişkin istatistiksel değerlerin yer aldığı Tablo 4 incelendiğinde 10 adet değişken arasında 7. değişken "Yeniden üretimin uygulanması konusunda tüketicilerden veya devlet kurumlarından çevresel bir zorlama yoktur" 4.22 ortalama ile en yüksek değeri almıştır. Bu sonuç Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerin, yeniden üretim konusunda yürürlüğe girecek ya da şu an yürürlükte olan yasal düzenlemeler konusunda bilgi sahibi olmadığını göstermektedir.

Bu değişkeni sırasıyla 3.88 ve 3.83 ortalama ile "Yeniden üretim sektörü, organize olamamış bir sektör olarak faaliyet göstermektedir" ve "Yeniden üretim faaliyetinin girdisini oluşturan; üretici işletmeye pazardan veya tüketicilerden geri dönen ürünler için zaman, miktar ve kalite belirsizdir" değişkenleri takip etmektedir. Katılımcıların verdikleri yanıtlar, her ne kadar lastik kaplama ve motor yenileme konusunda yeniden üretim faaliyetleri açısından organize olmuş bir sektör bulunsa da diğer sektörlerde dünyada olduğu gibi Türkiye'de de henüz yeniden üretim sektörünün organize bir sektör olarak faaliyet gösteremediğini doğrulamaktadır. Aynı şekilde yurtdışındaki benzer şekilde yeniden üretim için işletmelere geri dönen ürünler için zaman, miktar ve kalite konusunda belirsizliklerin olduğu araştırmaya katılanlar tarafından belirtilmiştir.

Anket formunu yanıtlayan işletmelerin 1. değişken olan "Yeniden üretilen ürünler için, bu ürünlerin satılıp alınacağı belirli bir pazar henüz oluşmamıştır." (3.33), 3. değişken olan "Türkiye'de tüketiciler yeniden üretim konusunda olumlu düşüncelere sahip değildirler." (3.39) ve 6. değişken olan "Türkiye'de yeniden üretim konusunda faaliyet gösteren uzman firmalar yoktur." değişkenlerine verdikleri yanıtlar henüz Türkiye açısından tüketicilerin ve işletmelerin yeniden üretim konusuna hazır olmadıklarını göstermektedir.

Buna karşın araştırmaya katılan işletmelerin 4. değişken olan "Yeniden üretim faaliyeti işletmeler için ekonomik olarak avantajlı değildir." (2.16) ve 5. değişken olan "Yeniden üretimi uygulamak teknik olarak zordur." (2.75) değişkenlerine verdikleri yanıtlar Türkiye'de işletmelerin yeniden üretimi karlılıklarını artırıcı bir araç olarak gördüklerini ve sahip oldukları teknik olanaklarla yeniden üretim faaliyetini gerçekleştirebileceklerini göstermektedir.

Anketteki likert ölçekli soruların tamamına uygulanan güvenirlik analizi sonucu cronbach alfa katsayısı 0.952 olarak bulunmuştur. Güvenilirlik analizi sonucu bulunan 0.952 değeri ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu belirtmektedir (Özdamar, 1999, s. 513).

Gerçekleştirilen soru formu çalışmasında yer alan değişkenler faktör analizine tabi tutularak, ortak faktörler bulunmuştur. Analizi uygularken öz değerleri 1'den büyük olan faktörler gruplandırarak, elde edilen faktörlere bağımsızlık, yorumlamada açıklık ve anlamlılık sağlamak amacıyla eksen döndürmesi (Varimax Rotation) uygulanmıştır.

Anket formunu yanıtlayan katılımcılara, yeniden üretim faaliyetlerine bakış açılarını değerlendirmek amacıyla yeniden üretim faaliyetleri hakkındaki görüşleri sorulmuştur. İşletmelerin bu bölüme verdikleri cevapların güvenirlik analizi ve faktör analizi sonuçları Tablo 'de yer almaktadır.

Faktör analizi yapmadan önce korelasyon matrisinin determinantına bakılması gerekmektedir. Elde edilen korelasyon matrisinin determinantı (0.144) 1'den oldukça küçük olduğu için boyut indirgeme yapılabilir, faktör analizi uygulanmasında hiçbir sakınca yoktur.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ile verilerin faktör analizine uygunluğu test edilmektedir. KMO değeri en az 0.5 olmalıdır ve 0.5'ten küçükse daha fazla veri toplanması gerekmektedir (Field, 2005).

| KMO ve Bartlett Testi | | |
|---|---|---|
| **Kaiser-Meyer-Olkin Testi** | | 0.760 |
| **Bartlett Küresellik Testi** | Ki-Kare Değ. | 139.069 |
| | Serbestlik derecesi | 45.000 |
| | Sig. | 0.000 |

**Tablo 5:** Değişkenlere İlişkin KMO ve Barlett Testi Sonuçları

KMO ve Bartlett testi sonuçlarına göre; 0.760 bu veriler için faktör analizi yönteminin "iyi" bir yöntem olarak kullanılabileceğini göstermektedir. Bartlett testinde p–değeri=0.00, belirlenen α =0.05 değerinden küçük olduğu için sıfır hipotezi reddedilir. Bir başka ifadeyle değişkenler arası ilişki vardır denir. Bu çıkan ilişki faktör analizine devam etmek için yeterlidir. Bu sonuçlara göre elde edilen faktör analizi sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır.

Faktör analizinin gerçekleştirildiği tüm değişkenler 5'li Likert ölçeği ile ölçülmüştür. "Hiç Katılmıyorum (1 puan), Katılmıyorum (2 puan), Kısmen Katılıyorum (3 puan), Katılıyorum(4 puan), Tamamen Katılıyorum (5 puan)" şeklinde değerlendirmeye alınmıştır. Tablolarda yer alan her faktör değişkeni için ortalama, standart sapma, faktör ağırlıkları hesaplanmıştır. Faktör ağırlıkları, faktörün değişkeni ölçmedeki önemini gösterir.

İşletmelerin yeniden üretime bakış açılarına ilişkin görüşleri için 10 değişken üzerinde yapılan faktör analizi sonucunda dört adet faktör ortaya çıkmıştır. Bulunan bu dört adet faktör ve bu faktörlere ait hesaplamalar Tablo 6'da gösterilmiştir. Tablo 6'da dört adet faktör toplam varyansın % 66.312'ini açıkladığı belirtilmektedir. Faktörlere ait varyansların toplamının % 60 değerinden büyük olması arzu edilen bir durumdur. Faktörlere ait toplam Cronbach α değeri % 71.6 gibi yüksek bir değer olup, güvenirliğin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

Yapılan faktör analizi sonucu bulunan faktörler ve bu faktörleri oluşturan değişkenler dikkate alınarak ilgili dört adet faktör aşağıda ifade edildiği biçimde adlandırılmıştır.

- **Faktör I:** Lojistik Yeterlilik (9, 10, 8 nolu değişkenler)
- **Faktör II:** Sektör ve Pazar Durumu (2, 1 nolu değişkenler)
- **Faktör III:** Bilgi Yeterliliği (3, 4 nolu değişkenler)
- **Faktör IV:** Yasal ve Teknik Altyapı (7, 6, 5 nolu değişkenler)

| | Değ. No | α | Ort. | SS | Faktör Ağırlığı |
|---|---|---|---|---|---|
| İşletmelerin Yeniden Üretim Faaliyetlerine Bakış Açılarına İlişkin Faktör Grupları | | 0.716 | | | |
| **FAKTÖR I:** | | | | | |
| ***Lojistik Yeterlilik*** | | 0.676 | | | |
| Kullanılmış ürünlerin tüketicilerden veya pazardan tersine lojistik ile toplanması sorunlu ve zor bir faaliyettir. | 9 | | 3.6202 | 1.029 | 0.812 |
| Yeniden üretim, işletmenin lojistik faaliyetlerine yüksek maliyetli hale getirmektedir. | 10 | | 3.2750 | 0.914 | 0.717 |
| Yeniden üretim faaliyetinin girdisini oluşturan; üretici işletmeye pazardan veya tüketicilerden geri dönen ürünler için zaman, miktar ve kalite belirsizdir. | 8 | | 3.8250 | 0.911 | 0.595 |
| | Toplam Varyans | | | | 18.593 |
| **FAKTÖR II:** | | | | | |
| ***Sektör ve Pazar Durumu*** | | 0.713 | | | |
| Yeniden üretim sektörü, organize olamamış bir sektör olarak faaliyet göstermektedir. | 2 | | 3.8750 | 0.973 | 0.857 |
| Yeniden üretilen ürünler için, bu ürünlerin satılıp alınacağı belirli bir pazar henüz oluşmamıştır. | 1 | | 3.3250 | 1.134 | 0.829 |
| | Toplam Varyans | | | | 18.393 |
| **FAKTÖR III:** | | | | | |
| ***Bilgi Yeterliliği*** | | 0.732 | | | |
| Türkiye'de tüketiciler yeniden üretim konusunda olumlu düşüncelere sahip değildirler. | 3 | | 3.3900 | 0.974 | 0.803 |
| Yeniden üretimi faaliyeti işletmeler için ekonomik olarak avantajlı değildir. | 4 | | 2.1625 | 0.987 | 0.737 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Toplam Varyans | | | | 14.905 |
| **FAKTÖR IV:** | | | | | |
| ***Yasal ve Teknik Altyapı*** | | 0.698 | | | |
| Yeniden üretimin uygulanması konusunda tüketicilerden veya devlet kurumlarından çevresel bir zorlama yoktur. | 7 | | 4.2151 | 0.943 | 0.786 |
| Türkiye'de yeniden üretim konusunda uzman firmalar yoktur. | 6 | | 3.3797 | 1.169 | 0.650 |
| Yeniden üretimi uygulamak teknik olarak zordur. | 5 | | 2.7500 | 1.013 | 0.567 |
| | Toplam Varyans | | | | 14.421 |

**Tablo 6:** İşletmelerin Yeniden Üretim Faaliyetine Bakış Açılarına İlişkin Faktör Analizi

**Faktör I – Lojistik Yeterlilik:** "Kullanılmış ürünlerin tüketicilerden veya pazardan tersine lojistik ile toplanması sorunlu ve zor bir faaliyettir", "Yeniden üretim, işletmenin lojistik faaliyetlerine yüksek maliyetli hale getirmektedir", "Yeniden üretim faaliyetinin girdisini oluşturan; üretici işletmeye pazardan veya tüketicilerden geri dönen ürünler için zaman, miktar ve kalite belirsizdir" değişkenleri bu faktör altında yer almaktadır. Faktör % 67.6 gibi yüksek güvenirlik gösteren cronbach α değerine sahiptir. Faktör ağırlıklarına bakıldığında "Kullanılmış ürünlerin tüketicilerden veya pazardan tersine lojistik ile toplanması sorunlu ve zor bir faaliyettir" 0.812 faktör ağırlığı ile faktör içinde önemli etkiye sahiptir. Faktör değişkenleri, yeniden üretim faaliyetinin kaynağını oluşturan kullanılmış ürünleri tersine lojistik faaliyeti ile işletmeye geri döndürülmesinin zor ve maliyetli bir faaliyet olduğuna, buna rağmen geri gelen ürünün sahip olduğu niteliklerin belirsiz olabileceğine dikkat çekmektedir. Faktör I, toplam varyansın % 18.593' nü açıklamaktadır.

**Faktör II - Sektör ve Pazar Durumu:** "Yeniden üretim sektörü, organize olamamış bir sektör olarak faaliyet göstermektedir", "Yeniden üretilen ürünler için, bu ürünlerin satılıp alınacağı belirli bir pazar henüz oluşmamıştır" değişkenleri bu faktör altında toplanmıştır. Faktörün cronbach α değeri % 71.3 dür. Faktör içindeki ağırlıklar incelendiğinde "Yeniden üretim sektörü, organize olamamış bir sektör olarak faaliyet göstermektedir" değişkeninin 0.857 ağırlığa sahip olduğu görülmektedir. Faktör yeniden üretim faaliyetinin gerçekleşmesi için henüz yeterli düzeyde bir pazarın ve yeterli sayıda faaliyeti gerçekleştirecek işletmelerin olmadığına dikkat çekmektedir. Sektör ve pazar durumu faktörü, toplam varyansın % 18.393'nü karşılamaktadır.

**Faktör III – Bilgi Yeterliliği:** "Türkiye'de tüketiciler yeniden üretim konusunda olumlu düşüncelere sahip değildirler", "Yeniden üretimi faaliyeti işletmeler için ekonomik olarak avantajlı değildir" değişkenleri bu faktör altında toplanmaktadır. Faktörün cronbach α değeri % 73.2 olup, toplam varyansın % 14.905'ini karşılamaktadır. Faktör içinde en büyük

ağırlığa sahip değişken 0.803 ile Faktör yeniden üretim faaliyetinin gerçekleşmesi için henüz yeterli düzeyde bir pazarın ve yeterli sayıda faaliyeti gerçekleştirecek işletmelerin olmadığına dikkat çekmektedir. Sektör ve pazar durumu faktörü, toplam varyansın % 18.393'nü karşılamaktadır.

**Faktör IV – Yasal ve Teknik Altyapı:** "Yeniden üretimin uygulanması "konusunda tüketicilerden veya devlet kurumlarından çevresel bir zorlama yoktur", Türkiye'de yeniden üretim konusunda uzman firmalar yoktur" ve "Yeniden üretimi uygulamak teknik olarak zordur" değişkenleri bu faktörü oluşturmaktadır. Faktör toplam varyansın %14.421'ini karşılamakta olup, % 69.8 cronbach α değerine sahiptir. Faktör IV yeniden üretim faaliyetinin uygulanması için herhangi bir yasal düzenlemenin olmadığına ve yeniden üretim faaliyeti için işletmelerin yeterli altyapıya sahip olmadığına dikkat çekmektedir.

## SONUÇ

İşletmeleri yeniden üretim yapmaya zorlayan nedenlerin başında ekonomik konjonktür yer almaktadır. Artan rekabet ile işletmeler daha az maliyetle daha ekonomik üretim gerçekleştirmenin yollarını aramışlardır. Bu da işletmelerin yeniden üretim yapmalarına yol açmıştır. Yeniden üretim ile daha az maliyetle ve daha az kaynak kullanımı ile üretimi yapılan ürünler daha uygun fiyatlar ile satılarak işletmelere yeni pazar olanakları sağlamışlardır.

Türkiye gibi kıt hammadde ve enerji kaynaklarına sahip, üretiminde kullandığı birçok girdiyi ithal eden bir ülkenin üretici işletmelerinin ve tüketicilerinin bir an önce yeniden üretim faaliyetinin getireceği yararların farkına varmaları için devlet yönetimin, yerel yönetimlerin, sanayi ve sivil toplum örgütlerinin ortaklaşa projeler yürütmesi gerekmektedir. Yurtdışında döviz ödeyerek yeni makineler almak yerine yaşam süresi sona eren makinelere yeniden üretim faaliyeti ile yeniden bir yaşam süresi sağlanarak ülke kaynaklarının boşa harcanmasının önüne geçilmelidir.

Tersine lojistik, içerdiği belirsizlikler sebebi ile tahminler, planlamalar ve kontroller yapılması daha zor bir akış türüdür. Bu zorluğu aşmak için henüz yeniden üretim faaliyetine geçiş çalışmaların çok başında olan Türkiye'de üretici işletmeler, toptancılar, perakendeciler, yerel yönetimler ve lojistik firmaların bir arada olduğu bir ortaklık ile yeniden üretimi yapılabilecek ürünler için tüketiciden üreticiye kesintisiz akışın sağlanacağı bir tersine lojistik sistemi kurulabilir.

Sonuç olarak Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerin yeniden üretime bakış açılarını değerlendirdiğimizde işletmelerin yeniden üretim konusunda yeterli bilgi ve yeniden üretimi gerçekleştirecek teknik olanaklara sahip olmalarına rağmen, dünyada olduğu gibi tüketicilerin yeniden üretim

konusundaki olumsuz tutumları ve yeniden üretilecek ürünleri işletmelere geri dönüşündeki belirsizlikler sebebiyle yasal mevzuatta yeniden üretimi teşvik edici ve zorunlu kalıcı değişiklerin yapılmaya başlanmasına rağmen henüz yeniden üretim faaliyetini gerçekleştirmeye tam olarak hazır olmadıkları söylenebilir.

# KAYNAKÇA

BRİTO, M., FLAPPER, S., & DEKKER, R. (2002). *Reverse Logistics: a review of case studies.* Econometric Institute Report EI. www.erim.url.nl: ERIM Report Series Research in Management.

FERRER, G., & WHYBARK, D. C. (2000). From Garbage to Goods: Successful Remanufacturing Systems and Skills. *Business Horizons* .

FLEİSCHMANN, M., BEULLENS, P., BLOEMHOF-RUWAARD, J., & VAN WASSENHOVE, L. (2001). The impact of product recovery on logistics network design. *Production and Operations Management , 10* (2), 156-173.

GİUNTİNİ, R., & GAUDETTE, K. (2003, November-December). Remanufacturing: The next great opportunity for boosting US productivity. *Business Horizons* , s. 41-48.

GUNGOR, A., & GUPTA, S. (1999). Issues in environmentally conscious manufacturing and product recovery: A survey. *Computers and Industrial Engineering , 36* (14), 811-853.

LUND, R. T. (1984). Remanufacturing: The Experience of the United States and Implications for Developing Countries. *World Bank Technical Paper* (31), 1-110.

(1998). *Macroeconomic Importance of Recycling and Remanufacturing.* US Environmental Protection Agency's Office of Solid Waste.

MCGOVERN, S. M., & GUPTA, S. M. (2007). A balancing method and genetic algorithm for disassembly line balancing. *European Journal of Operational Research* , 692-708.

ÖZDAMAR, K. (1999). *Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi.* Eskişehir: Kaan Kitabevi.

SHAH, P. (2005). Optimizing usage of recycled material in a remanufacturing environment. *Yüksek lisans tezi* . New York: University of Buffalo.

TİBBEN-LEMBKE, R., & ROGERS, D. (1998). *Going Backwards: Reverse Logistics Trends.* University of Nevada. Reno Center for Logistics Management.

# BÖLÜM 21

## HİZMET PAZARLAMASI BAĞLAMINDA HİZMET HATA VE TELAFİLERİNİN GÜNCEL ÖRNEKLERLE İNCELENMESİ

*Filiz ASLAN ÇETİN*[1]

*Emel Hatice OKTAY*[2]

1 Doç. Dr. Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, filizaslan79@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8210-799X.

2 Doktora Öğrencisi, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, oktayemelhatice@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5490-4457.

## GİRİŞ

Dünya sürekli bir değişim ve dönüşüm içerisindedir. Bu dönüşümün en önemli parçalarından bir tanesi de dijitalleşmedir. Dijitalleşen dünya ile birlikte insanlık yaşanılan çağa ayak uydurmakta gittikçe zorlanmaya başlamıştır. Dijitalleşmenin topluma pozitif katkıları saymakla bitmezken negatif durumları da bulunmaktadır. Dijitalleşmenin bir getirisi de bilgiye ulaşma hızında oluşan artıştır. Bilgiye ulaşma hızının artışı bazı durumlarda pozitif bir durum olarak nitelendirilse de bazı durumlarda negatif bir durum olarak da nitelendirilebilir. Bu bağlamda bilgiye ulaşma hızı tüketiciler ve müşteriler açısından bakıldığında istedikleri ürünün karşılaştırılmasını yapabilme ve daha fazla ürüne ulaşma imkânı tanırken, markalar ve şirketler açısından ise daha fazla kitleye ulaşma imkânı sağlayabilmektedir.

İnsanlarda tepkilerini çeşitli iletişim araçları ile başka insanlara yayabilmektedirler. Fakat insanlar dijitalleşme ile birlikte daha fazla kitleye ulaşma imkânı da bulmuştur. İnsanlar çeşitli sosyal medya platformları aracılığı ile hem markaları olumsuz duygu ve düşüncelerinden haberdar ederken bir taraftan da başka insanlara ulaşarak tepkilerini topluma da kolaylıkla yayabilmektedir. Örneğin marka ya da şirketlerin yaptıkları her hangi bir hata veya kötü olarak nitelendirilecek bir olayında insanlara ulaşma hızı da bu durumla birlikte artış gösterecektir. Meydana gelen hataların da dijitalleşen dünya ile birlikte telafi süreci de hız kazanmaktadır.

Bu çalışmada hizmet hata ve telafilerine yönelik teorik çerçevenin açıklanması hedeflenmektedir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde markaların ve şirketlerin başlarına gelen hizmet hata ve telafilerine yönelik güncel örneklerden bahsedilmektedir. Çalışmanın en son bölümünde ise şirketler meydana gelen hatalarını düzeltmek amacıyla nasıl telafi yöntemi uyguladıkları bahsedilmektedir.

## HİZMET PAZARLAMASI

Hizmet pazarlaması kavramından bahsetmeden önce pazarlama kavramının ve hizmet kavramının tanımını bilmek önem arz etmektedir. Bu bağlamda pazarlama, insanların ihtiyaç ve isteklerini karşılamaya yarayan bir değişim işlemi olarak tanımlanmaktadır (Bozkurt, 2008). Hizmet kavramının tanımlanması ise oldukça zor ve karmaşıktır (Jareankieatbovorn, 2018). Bu sebeple hizmet kavramının çeşitli tanımları bulunmaktadır. Hizmet kavramı ilk olarak Sasser, Olsen ve Wyckoff (1978), tarafından müşterilere sunulan açık ve kapalı hizmetlerle, kolaylaştırıcı hizmetler olarak tanımlarken, Gronroos (2000) ise müşterilerin, hizmet sağlayıcılarının veya fiziksel kaynakların etkileşimi ile oluşturulmuş somut ve soyut faaliyetlerden oluşan bir süreç olarak tanımlamaktadır (Jareankieatbovorn, 2018).

Hizmet kavramı ayrıca işletmenin amaçları doğrultusunda yönetim, çalışanlar ve müşteriler arasında bağlantı oluşturmaktadır (Beltagui, Sigurdsson, Candi & Riedel, 2017). Pazarlamanın tanımı ve hizmet kavramının birleşimlerinden meydana gelen hizmet pazarlaması ise tüketim ürünlerine yönelik memnuniyet ve faydaların birleşimi olarak tanımlanabilir. Hizmet pazarlaması ile işletmeler müşterilerin memnuniyetini kazanabilir ve bu duruma bağlı olarak müşterilerin sadakatini kazanarak şirket devamlılığını sağlayabilmektedirler. Yaşanılan dünyada şirketlerin artışı ile birlikte rekabetin artmasıyla hizmet pazarlaması kavramı önem arz etmektedir (Aslan Çetin & Korucuk, 2020).

**Hizmetlerin Özellikleri**

Zeithaml vd. (2012) hizmetlerin pazarlamasını, somut ürünlerin pazarlaması bakımından farklılıklar gösterdiğini belirtmektedirler. Bu farklılıklar hizmetlerin özelliklerini meydana getirmektedir (Koç, 2021). Hizmetler özellikleri bakımından soyutluk, ayrılmazlık, heterojenlik ve bozulabilirlik olarak dört kısma ayrılmaktadır (Leow, 2015);

- **Soyutluk:** Hizmetlerle temasın olmaması (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2006) başka bir ifade ile fiziksel yapıda olmadığını ifade etmektedir. Örneğin havayolu hizmeti hem somut hem de soyut hizmet sunmaktadır. Ulaşımda kullanılan havayolu koltuğu ve yemek gibi hizmetler somut hizmet olurken, uçuş hizmeti, hizmetlerin soyutluk özelliğini oluşturmaktadır. Hizmetlerin soyutluk özelliği somut ürünlerin değerlendirilmesine göre farklılık göstermektedir. Soyut hizmetler satış öncesinde değerlendirilememekte ve test edilememektedir. Soyut hizmetlerin değerlendirilmesi satış sonrasında gerçekleşmektedir (Jareankieatbovorn, 2018).

- **Ayrılmazlık:** Hizmetin üretimi ve tüketimi arasındaki ilişki (Palmer, 2011) yani hizmetlerin eş zamanlı olarak üretilip tüketilmesi olarak ifade edilmektedir (Jareankieatbovorn, 2018). Hizmetlerin ayrılmazlık özelliği Kotler ve Armstrong'a (2010) göre ise hizmetin, hizmet sağlayıcılarından ayrılamaması anlamına gelmektedir. Havayolu yolcuları uçuş anında uçağa binmiş olmaları hizmetlerin ayrılmazlık özelliğine örnektir (Leow, 2015).

- **Heterojenlik:** Hizmetin kalitesinin, hizmet çalışanına bağlı olarak değişebileceği anlamına gelmektedir (Bateson, 1995). Örneğin havayolu hizmetlerinde insan katılımının yüksek olması nedeniyle hizmetin standartlaştırılması zordur (Leow, 2015).

- **Bozulabilirlik:** Hizmetlerin saklanamadığını ya da satılamadığını yani hizmetin anlık tüketilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Örneğin hava yolu hizmeti doğası gereği bozulabilir çünkü uçak biletleri uçuş ger-

çekleştikten sonra satılamaz (Jareankieatbovorn, 2018).

Bu özelliklere dayanarak hizmetin maddi olmadığı, satın almadan önce test edilemediği, depolanamadığı, tasarruf edilemediği ifade etmektedir. Müşteriler hizmet sağlayıcılarla etkileşimde oldukları sürece fiziksel kanıt elde edebilir olduklarını sonucuna ulaşılabilmektedir (Ulziibadrakh & Szakaly, 2021).

**Hizmet Hatasının Tanımı**

Hizmet hatası araştırmacıların dikkatini çok fazla çeken bir alandır (Fouroudi, Akarsu, Marvi & Balakrishnan, 2020). Hizmet ve sağlık sektörü gibi insanların çok fazla dâhil olduğu sektörlerde kusursuz bir yapılanmadan söz etmek her zaman mümkün olmamaktadır. Hata yapmak insanoğlunun doğasında var olduğu için ne yazık ki hizmet hatası kaçınılmaz bir durum olmaktadır (Jareankieatbovorn, 2018). Hizmet faktörünün son derece kişisel ve etkileşimli doğası onu hata yapmaya duyarlı hale getirmektedir (Ayertey, 2018). Hizmet hatası müşteri tatminsizliğine yol açan bir kavram olarak tanımlanabilir. Kelley, Hoffman ve Davis (1993), müşterilerin hizmet sunumuna ilişkin istekleri müşterilerin beklentilerini karşılamadığı zaman hizmet başarısızlığı durumu ortaya çıktığını ileri sürmektedir. Hizmet başarısızlıkları, firmalar için tehdit oluşturarak hem müşteri memnuniyetsizliği hem de hizmet sağlayıcıları değiştirmeye yönelik teşvikler oluşturmaktadır (Leow, 2015). Hizmet başarısızlığında, müşteri ile hizmet kuruluşu arasındaki ilişkide olumsuz davranışlara neden olabilmektedir (Ha & Jang, 2009).

Hizmet hataları müşterilerde olumsuz duygulara sebebiyet vererek müşterilerin ayrılmasına ve sadakatsizliğine yol açmaktadır (Zeithaml vd., 2006). Hizmet hatası, hizmetin sunulmaması ile birlikte hizmet sırasında gerçekleşen durumlardır. Bu durumların ortaya çıkması ile müşteri memnuniyetsizliği ortaya çıkarak kuruma karşı olumsuz bir imajın oluşmasına sebebiyet vermektedir. Fakat hizmet hatasını her müşteri de aynı şekilde yorumlamamaktadır (Jareankieatbovorn, 2018). Hizmet hatası günümüzde neredeyse birçok şirketin karşılaştığı artan rekabet ve karmaşıklığın bir sonucu olmuştur (Wardley, 2021).

**Hizmet Hatası Türleri**

Hizmet pazarlamasında, tüketicilerin memnuniyetlerini sağlamak amacıyla çeşitli hizmet hatası türleri vardır. Hizmet hata türlerini Smith, Bolton, ve Wagner (1999), sonuç hataları ve süreç hataları olmak üzere iki gruba ayırmıştır. Sonuç hatalarında hizmet sağlayıcısı hizmeti veremediğinde sonuç hataları meydana gelmektedir.

Örneğin otel hizmetinde otel çalışanları müşterilere gereken hizmeti vermediğinde sonuç hataları ortaya çıkmaktadır. Sonuç hatasına bir başka

örnek ise her hangi bir restoranda müşteriler yemeklerden memnun kalmayı isterler ya da okyanus manzaralı bir odada kalma isteyen müşteri talep ettiği odada kalmak istemektedir (Lee, 2018).

Hizmet hata türleri Nguyen ve McColl-Kennedy'e (2003) göre de üç başlık altında toplanmaktadır. Bu hatalardan ilki süreç hataları ve sonuç hataları, ikincisi öz ve öz olmayan hizmet hataları, üçüncüsü ise hatanın büyüklüğüdür. Süreç hataları ve sonuç hatalarında hizmetin sunulma aşamasında gerçekleşen ve müşteride memnuniyetsizliğe sebebiyet veren hatalardır. Hizmetin sunum aşamasında müşterinin aldığı hizmetten tatmin olmadığı hata türüdür. Öz ve öz olmayan hata ise hizmetin kendisi ile alakalı olan müşteri tarafından büyük bir hata olarak nitelenen hatalar öz hata olarak adlandırılırken, öz olmayan hatalar ise hizmetin süreci içerisinde memnuniyetsizliğinin az olduğu hata türüdür. Hatanın büyüklüğü ise hatanın algılanma düzeyi ile ilgilidir.

**Hizmet Telafisi Kavramı**

Küresel rekabet döneminde insanlar geçmiş zamanlarla kıyaslandığında daha fazla gelişme eğilimine girmişlerdir (Kim ve Jang, 2016). Temel olarak müşteriler ihtiyaç ve isteklerini karşılayacak ürünleri talep etme eğiliminde olmaktadır. Müşterilerin gittikçe artan ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için şirketlere büyük sorumluluklar düşmektedir (Jareankieatbovorn, 2018). Bu durumu Çalışır, Başak ve Çalışır (2016), bugünün üreticileri müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılamıyorsa, müşteriler daha iyi alternatifler aramaya yöneleceğini söylemektedir.

Havayolu hizmetleri hizmet hatalarına karşı özellikle hassas bir alandır. Çünkü hizmet sunumunda kullanılan birçok alanda insan faktörü bulunmaktadır. İnsan faktörünün olduğu bir alanda da hizmet hata ve telafisi kaçınılmaz bir durum olmaktadır. Bu sebeple şirketler müşteri memnuniyetsizliğinin üstesinden gelmek için hizmet telafi yöntemleri uygulanmalıdır (Jareankieatbovorn, 2018).

Hizmetlerde telafi kavramını Boshoff (1997), bir şirketin müşterilerinin memnuniyetlerini arttırmayı amaçlayan ve problemlerini çözme durumu olarak tanımlamaktadır. Kaliteli bir şekilde uygulanan telafi yöntemi, müşteri ilişkileri yönetimini etkileyen önemli bir bileşen olarak kabul edilmektedir (Cambra-Fierro, Melero & Sese, 2015). Literatürdeki birçok çalışma hizmet telafisinin müşteri tatminini arttırdığını göstermiştir (Jareankieatbovorn, 2018). Hizmet telafisinin amacı müşteri memnuniyetini arttırarak sadık müşteri haline getirmektir. Hizmet hatası meydana geldiğinde, müşteri memnuniyetini arttırmak amacıyla hizmet telafisi önemli bir hale gelmektedir. Etkili uygulanmış bir hizmet telafisi yöntemi müşterinin işletmeye olan güvenini arttırmakla birlikte müşteri sadakati oluşturarak işletmenin devamlı tercih edilmesine neden olabilir (Hu, Lu, Tu & Jen, 2013).

Hizmet telafisi, hizmet hatasına odaklanarak anında çözüm sağlaması açısından hizmet şikâyetinden farklıdır (Ayertey, 2018). Hizmet telafisi, hizmet sağlayıcısı tarafından hizmet hatasını düzeltmek için alınan önlemler anlamına gelmektedir. Bir hizmet hatası meydana geldiğinde hizmet sağlayıcıları özür dileyerek veya tazminat ödeyerek hatalarını telafi etmeye çalışmaktadırlar (Chen, Pan, Li & Yu, 2022). Kısacası hizmet telafisi, hizmet hatasının olumsuz etkisini ortadan kaldırmayı, memnun olmayan müşterileri elde tutmayı ve müşteri memnuniyetini sağlamaya çalışmaktadır (Ma & Qian,2022).

**Hizmet Hatası Telafisi Stratejileri**

Hizmet hata ve telafi stratejilerinde şirketler müşterilerin beklentilerini karşılayamadığı zaman müşterilerin güvenlerini geri kazanmak için planlanan süreç olarak tanımlanmaktadır. Hizmet sağlayıcıları şirketlerde meydana gelen hatalara karşı çeşitli stratejiler uygulamaktadırlar (Akgöz & Krasnikova, 2020). Literatürde hizmet hatası ve stratejileri ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde tazminat, sürat, özür, açıklama ve iletişim gibi konuların önem oluşturduğu görülmektedir (Akdu, 2019);

- **Tazminat:** Hizmet sağlayıcıların yaptıkları hataları indirim, promosyon, iade gibi yöntemlerle telafi etmeye çalışan hizmet hata ve telafi stratejisidir (Tarakçı & Göktaş, 2020).

- **Sürat:** Hizmet işletmesinde meydana gelen bir hatanın telafi edilme süresi ne kadar hızlı olursa hizmet hatasının etki derecesi azalacaktır (Cengiz, Akdu & Bostan, 2015).İşletmelerin müşterilerden gelen şikâyetlere karşı verdikleri tepki hızı olarak da ifade edilebilir. Yani işletmeler müşterilerden gelen şikâyetlere karşı ne kadar hızlı tepki verirlerse sürat stratejisi önemli derece de anlam kazanmış olur.

- **Özür:** Bir hata meydana geldiğinde hizmet sağlayıcılarının müşteriye yaşanılan durumdan ötürü üzgün olduklarını ifade etmeye çalıştıkları telafi stratejisidir.

- **Açıklama:** Hatanın telafisi için müşterilerle bire bir etkileşimin olduğu bir telafi stratejisidir (Akdu, 2019). Bu stratejide hizmet sağlayıcıları hatanın farkında olduklarını müşteriye hissettirmeyi amaçlamaktadır (Muyan, 2022).

- **İletişim:** Şikâyet ile ilgilenen görevlilerle müşteriler arasında meydana gelen telafi stratejisidir (Akdu, 2019).

McCollough ve diğerleri (2000) tazminat müşteriler tarafından pozitif etkilere sahip olmakla birlikte fazla miktarda tazminat stratejisi de, müşteri memnuniyeti açısından olumlu olarak algılanmaktadır. Warden ve diğerleri (2008) tarafından yapılan başka bir çalışmada da tazminatı

önemli bir hizmet hata ve telafi stratejisi olarak açıklanmaktadır. Bu bağlamda bakıldığında bütün hizmet hata ve telafi stratejileri önemli olmakla birlikte bazılarının müşteriler açısından etki derecesi farklılık göstermektedir.

## HİZMET HATA VE TELAFİSİ İLE İLGİLİ GÜNCEL ÖRNEKLER

İnsan faktörünün yer aldığı yerde hata yapmak maalesef ki kaçınılmaz bir durum olmaktadır. Bu sebeple şirketler bünyelerinde meydana gelen hataları telafi etmek zorunda kalmaktadır. Eğer şirketlerde meydana gelen hatalar telafi edilmezse müşterilerin memnuniyet dereceleri düşecektir. Bu bağlamda bu bölümde bazı şirketlerde meydana gelen hatalardan ve nasıl bir telafi yöntemi izlediklerinden bahsedilecektir.

**Görsel 1.** *KFC Logosu (https://kfcturkiye.com/, 30.11.2022).*

Fastfood şirketi KFC Almanya'daki müşterilerine Kristal Gece ya da Kırık Camlar Gecesi olarak da bilinen günü anmak amacıyla gönderdiği mesajın sistemden kaynaklanan bir hata olduğunu belirterek özür dilemiştir (www.proutletplus.com, 30.11.2022). Kırık Camlar Gecesi 9 Kasım 1938'de Almanya'da yaşayan Yahudilere karşı meydana gelen saldırı olarak tarihe yazılmış bir olaydır. Saldırı sonrasında sokaklarda kırık cam parçaları olmasından dolayı tarihte bu durum Kırık Camlar Gecesi olarak anılmaktadır (https://www.ntv.com.tr, 10.12.2022). Şirket Almanya'daki müşterilerine *"İşte bugün Kırık Camlar Gecesi! Çıtır tavuğunuzun yanında yumuşak peynirle kendinizi şımartın*" mesajı gönderilmiştir. 6 milyondan fazla Yahudi'nin ölmesine neden olan ve ulusal yas olarak kutlanan günde KFC'nin gönderdiği mesaj müşteriler tarafından hoş karşılanmamıştır (www.proutletplus.com, 30.11.2022). Yaptığı hatayı fark eden şirket mesajın bir sistem hatası olduğunu söyleyerek hatasını telafi etmek için uğraşılmıştır.

**Görsel 2.** *McDonalds Logosu (https://www.mcdonalds.com.tr/, 30.11.2022).*

**Görsel 3.** *McDonalds'ın Covid-19 Salgınından Dolayı Değiştirilmiş Logosu (https://mediacat.com/, 01.12.2022).*

McDonalds 2020 tarihinde Covid-19 salgını dolayısıyla sosyal mesafeye dikkat çekmek için altın kemerli logosunu ayırarak farkındalık yaratmaya çalışmıştır. Brezilya'da hayata geçirilen hep birlikte olabilmek amacıyla bir süre ayrı kalmanın önemini vurgulayan logo tüketiciler tarafından hoş karşılanmamıştır. Tüketiciler sosyal medya hesaplarından markanın yeni logosuna tepkilerde bulunmuşlardır. Tasarlanan logoyu tüketiciler markanın çalışanlarına yönelik yaptığı kötü davranış olarak nitelendirmişlerdir. Tüketicilerin tepkileri sonrasında marka logoyu tüm sosyal medya hesaplarından kaldırmış ve tüm çalışanlarından özür dilemiştir. Şirket çalışanlarından özür dileyerek yaptığı hatayı telafi etmeye çalışmıştır (https://mediacat.com/, 01.12.2022).

**Görsel 4.** *Kiğılı'nın Marka Logosu (www.pazarlamasyon.com, 01.12.2022).*

Değerli Çalışma Arkadaşlarımız,

Artan hava sıcaklıklarıyla birlikte kılık-kıyafet prosedürünü tekrardan hatırlatmak istedik.

Aksesuar, saç bakımı, dekolte, etek boyu ile ilgili kurallar, kılık-kıyafet prosedürümüzde açıkça belirtilmiştir.

Mavi yaka çalışma arkadaşlarımız ile birlikte çalıştığımız için özellikle dekolte, etek boyları konusunda ağırlık kaçmaması ve basen dikkat çekmeyecek şekilde giyinmesi gerektiğini bilgilerinize sunarız.

Sevgi ve Saygılarımızla

İnsan Kaynakları ve KYS Direktörlüğü

Sevgi İlk Kiğılı

**Görsel 5.** *Kiğılı'nın Yayınladığı Duyuru (www.pazarlamasyon.com, 01.12.2022).*

Kiğılı tarafından çalışanlarının kılık ve kıyafetlerine yönelik hemen yukarıda görselde belirtilen duyuru yayınlanmıştır. Bu duyuru ile birlikte çeşitli sosyal medya hesaplarından Kiğılı'ya yönelik tepki mesajları paylaşılmıştır. Sosyal medyadan gelen tepkiler sonrasında Kiğılı'nın Yönetim Kurulu Başkanı *"Maalesef kurum kültürümüzle bağdaşmayan mesajlar gördük. Durumdan haberdar olur olmaz haddini aşan bu durumdan ötürü öncelikle tüm çalışanlarımızdan sonra da tüm müşterilerimizden özür dileriz"* şeklinde mesaj paylaşılmıştır. Şirketin yönetim kurulu başkanı tarafından paylaşılan mesaj ile meydana gelen hata telafi edilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan özür mesajı ile çalışanların ve müşterilerin markaya yönelik negatif düşüncelerini tekrar pozitif bir duruma çevrilmeye çalışılmıştır (www.pazarlamasyon.com, 01.12.2022).

**Görsel 6.** *Zara'nın Yayınladığı Reklam (www.yurtgazetesi.com.tr, 01.12.2022).*

Zara tarafından yayınlanan hemen yukarıda gösterilen görsel tüketiciler tarafından tepkiye neden olmuştur. Tüketiciler sosyal medya hesaplarından zara markasının dini değerlerimize önem vermediği şeklide paylaşımlar yapmışlardır. Zara gelen tepkiler sonrasında "*Yaşanan herhangi bir olumsuz izlenim nedeniyle içtenlikle üzgün olduğumuzu ve böyle bir durumun kesinlikle amaçlanmadığını paylaşmak isteriz. Sevgili müşterilerimize değerlerine saygılı ve güzel koleksiyonlar sunmaya odaklı çalıştığımızı belirtmek isteriz"* mesajını paylaşarak müşterilerinden özür dilemiştir. Marka paylaştığı görseli internet sitesinden de kaldırmıştır. Marka hem görselin gösterimini kaldırıp hem de özür dilemesi ile yaptığı hatayı telafi etmeye çalışmıştır (www.yurtgazetesi.com.tr, 01.12.2022).

**Görsel 7**. *Balenciaga'nın Çocuk Pedofiline Yönelik Yaptığı Reklam (https://www.marketingturkiye.com.tr/, 06.12.2022).*

Balenciaga son reklamında çocuk pedofili görüntülerinden dolayı müşterilerinin tepkilerine maruz kalmıştır. Marka gelen tepkiler üzerine özür mesajı yayınlamıştır. Markanın yayınladığı mesajda reklamdaki rahatsız edici görüntülerden ötürü özür dilediklerini, her zaman çocukların güvenlik ve esenliklerinin yanında olduklarını belirtmişlerdir. Markanın yayınladığı reklam internet sitesinden kaldırılmıştır. Marka böylesine hassas bir konuda yaptığı hatadan dolayı hem müşterilerinden özür dilemiş hem de reklamı internet sitesinden kaldırarak hatasını telafi etmeye çalışmıştır (https://www.marketingturkiye.com.tr/, 06.12.2022).

**Görsel 8.** *Trendyol'un Logosu (https://www.trendyol.com/*, 06.12.2022).

Sosyal medya hesaplarında Trendyol'un internet sitesinde çocuk satışı yapıldığına paylaşımlar yapılmıştır. Tüketiciler tarafından yapılan paylaşımlarda bazı ürünlerin fahiş fiyata satıldığı ve ürünlerin çocuk bedenlerini yansıttığı belirtilmiştir. Tüketicilerden gelen tepkiler sonrasında Trendyol tarafından bilgilendirme mesajı yayınlanmıştır. Trendyol tarafından yayınlanan mesajda "*yapılan incelemeler sonucunda belirtilen fiyatlarda hiç satış yapılmadığını bu durumun veri girişindeki hatalardan kaynaklandığını markamızın böylesine hassas bir konu ile gündeme gelmesinden son derece üzgün olduğumuzu belirtmek isteriz*" şeklinde yayınladıkları mesaj ile bu durum karşısında üzgün olduklarını belirtmişlerdir (https://www.birgun.net/, 06.12.2022).

**Görsel 9.** *H&M Logo (https://www2.hm.com/tr*, 09.12.2022).

H&M markasının internet sitesinde yayınladığı reklamda siyahi bir çocuğa *"ormandaki en havalı maymun"* yazılı bir kıyafet giydirilmiştir. Sosyal medyada tepki toplayan reklam sonrasında H&M tarafından açıklama yayınlanması istenmiştir. H&M markası tarafından tanıtımın internet sitesinden kaldırdığını ve ABD'de satışa sunmayacağına yönelik mesaj paylaşılmıştır. Marka karşı karşıya kaldığı bu kötü durum için özür dilemiş ve bu tarz tanıtımlara dikkat edeceğini belirtmiştir (https://www.odatv4.com/, 09.12.2022). Marka hem tanıtımı internet sitesinden kaldırarak hem de müşterilerinden özür dileyerek hatasını telafi etmeye çalışmıştır.

**Görsel 10.** *Özdilek Marka Logosu (https://www.ozdilek.com.tr/*, 10.12.2022).

**Görsel 11.** *Özdilek'in Takvimi (*https://www.internethaber.com/,10.12.2022).

Türkiye'nin önemli markalarından biri olan Özdilek sosyal medyadan gelen tepkiler sonrasında çarşaflı kadınlardan özür dilemiştir. Birçok sosyal medya hesabında çarşaflı kadınlara yönelik nefret duygusu oluşturulmaya çalışıldığını ifade etmişlerdir. Markaya yönelik tepkiler sonrasında sosyal medya hesabında özür mesajı paylaşılmıştır. Özdilek tarafından *"Özdilek ailesi olarak inançlara ve düşünceler en önemli değerimizdir. Herhangi bir yanlış anlaşılmaya sebebiyet verdiysek özür dileriz"* şeklinde açıklama paylaşılmıştır (https://www.internet haber.com/, 10.12.2022). Marka yaptığı hatayı özür dileyerek telafi etmeye çalışmışlardır.

**Görsel 12.** *Burberry Logo (https://tr.burberry.com/,10.12.2022*).

**Görsel 13**. *Burberry'nin Londra Moda Haftasındaki Tepki Çeken Koleksiyonu (https://www.milliyet.com.tr/,10.12.2022).*

Burberry Londra moda haftasındaki koleksiyonunda tasarımlardan birinde mankenin boynundan geçirilen ip tepkilere neden olmuştur. Müşteriler ve bazı modeller tarafından markanın intihar girişimine teşvik ettiği yönünde söylentilerde bulunmuşlardır. Markanın bu tasarımına ilk tepki ünlü model Liz Kennedy tarafından gelmiştir. Model sosyal medya hesabından "*Burberry gibi bir marka böyle bir çağrışımı nasıl göremez"* paylaşımını yapmıştır. Marka gelen tepkiler sonucunda koleksiyonun böyle bir çağrışıma yol açacağını düşünmediklerini ifade etmişlerdir (https://www.milliyet.com.tr/, 10.12.2022). Marka gelen tepkiler sonrasında hem özür dileyerek hem de koleksiyonu kaldırarak hatalarını telafi etmeye çalışmışlardır.

**Görsel 14.** *Continental Logo (https://www.continental-tires.com/, 10.12.2022).*

**Görsel 15.** *Continental'in Türkiye'yi Dünya Haritasından Sildiği Haritası (https://www.milliyet.com.tr/, 10.12.2022).*

Alman lastik firması Continental kendi sitesinde yayınladığı reklam filminde Türkiye'yi haritadan sildiği görülmüştür. Dünya haritasının çok dikkatli bir şekilde tasarlandığı halde Türkiye'nin haritada olmaması tüketiciler tarafında hoş karşılanmamıştır (https://www. milliyet.com.tr/, 10.12.2022). Tüketicilerden gelen tepkiler sonrasında marka Türkiye'ye yönelik özür paylaşımı yaparak mevcut hatası telafi edilmeye çalışılmıştır.

## SONUÇ

Şirketler ve markalar varlıklarını sürdürebilmeleri için tüketicilerin zihinlerindeki imajlarını korumak zorundadırlar. Fakat insan hata yapmaya odaklı bir varlık olduğu için insanın olduğu yerde de kusursuz bir durumdan söz etmek maalesef mümkün olmamaktadır. Hatalara karşı nasıl telafi yöntemleri uygulanacağını da bilmek önemli bir durum olmaktadır. Maalesef markalar veya şirketler bazen logoları bazen paylaştıkları bir yazı ile bazı hatalara sebebiyet verebilirler. Bazen bu durum farklı bakış açısı kazandırmayı hedeflerken bazen tüketicilerin durumlara karşı tutumlarını da tespit etmeye yönelik olabilir. 21.yüzyıl gittikçe dijitalleşme eğiliminde olduğu için hataların yayılım hızı da aynı oranda artış göstermektedir. Bilgiye yayılım hızının fazla olduğu bu zamanlarda hata yapma ve yapılan hatayı telafi etmekte kolay olmaktadır. Kısaca insan faktörünün olduğu yerde hata yapmak kaçınılmazken dijitalleşme ile insanlara ulaşmak ve hatayı telafi etmek de önemli bir durum olmaktadır.

Çalışmaya ilk olarak hizmet pazarlaması ve hizmet kavramının açıklanması ile başlanmaktadır. Hizmet pazarlaması ve pazarlama kavramlarının açıklanmasından sonra hizmet pazarlanmasından bahsedilmiştir. Hizmet pazarlamasının özellikleri olan soyutluk, ayrılmazlık, heterojenlik ve bozulabilirlik kavramları örneklerle birlikte açıklanmaktadır. Çalışmanın ilerleyen safhalarında ise hizmet hata türleri ve hata telafi stratejilerinden bahsedilmiştir.

Çalışmanın en son ki kısmında hizmet hata ve telafi stratejilerine yönelik güncel örnekler belirlenmiş ve şirketlerin nasıl telafi yöntemlerine başvurdukları tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma, hizmetlerde meydana gelen hataların müşteriler açısından nasıl algılandığını da tespit etmeyi hedeflemektedir. Meydana gelen bir hata müşterilerin gözünde markanın nasıl imaj kaybettiğini ve geri müşteri sadakatini nasıl kazanmaya çalıştığı hakkında dikkat çekmektedir. Bu çalışma, ileride hizmet hata ve türlerine yönelik yapılacak olan çalışmalara öneri oluşturmayı hedeflemektedir.

# KAYNAKÇA


Akdu, U. (2019). Otel İşletmelerinde Uygulanan Hizmet Hatası Telafi Stratejilerinin Hizmet Kalitesi Algısına Etkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 21 (2), 625-646.

Akgöz, E., & Krasnikova, D. (2020). Konaklama işletmelerinde hizmet hatası telafi stratejilerinin kurumsal itibara etkisi. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (3), 446-461.

Aslan Çetin, F., & Korucuk, N. (2020). Bankacılık sektöründe hizmet pazarlaması algısının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi,* 12 (22), 137-158.

Ayertey Baah, S. (2018). *An evaluation of online service failures and recovery strategies in the uk fashion ındusrty. (PhD Thesis)* University of Plymouth, Plymouth.

Bateson, J. (1995). *Managing Services Marketing*. Fort Worth: Dryden Press.

Beltagui, A., Sigurdsson, K., Candi, M., & Riedel, C. K. H. (2017). Articulating the service concept in professional service firms. *Journal of Service Management*, 28 (3), 593-616.

Boshoff, C. (1997). An experimental study of service recovery options. *International Journal of Service Industry Management,* 8 (2),110-130.

Bozkurt, B., (2008). *Hizmet pazarlamasında müşteri memnuniyeti ve kütüphane hizmetlerinde bir uygulama: Muğla üniversitesi merkez kütüphanesi örneği.* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*)* Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Calisir, N., Basak, E., & Calisir, F. (2016). Key drivers of passenger loyalty: a case of Frankfurt–İstanbul flights. *Journal of Air Transport Management*, (53), 211-217.

Cambra-Fierro, J., Melero, I., & Sese, F. (2015). Managing ccomplaints to improve customer profitability. *Journal of Retailing*, 91 (1), 109-124.

Cengiz, E., Akdu, S., & Bostan, M. K. (2015). Sağlık hizmetlerinde hizmet hatası telafi stratejileri. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, (12), 87-101.

Chen, A., Pan, Y., Li, L., & Yu, Y. (2022). Are you willing to forgive AI? Service recovery from medical aı service failure. *Industrial Management & Data Systems*, 122 (11), 2540-2557.

Foroudi, P., Akarsu, T. N., Marvi, R., & Balakrishnan, J. (2020). Intellectual evolution of social innovation: a bibliometric analysis and avenues for future research trends. *Industrial Marketing Management*, 93, 446-465.

Gronroos, C. (2000). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach.* Chichester: Wiley.

Ha, J. & Jang, S. (2009). Perceived justice in service recovery and behavioural intentions: the role of relationship quality. *International Journal of Hospi-*

*tality Management*, 28 (3), 319-327.

https://kfcturkiye.com/. (30.11.2022).

https://mediacat.com/logosunu-sosyal-mesafeye-uyarlayan-mcdonaldstan-ozur/. (01.11.2022)

https://tr.burberry.com/?selected=Y. (10.12.2022).

https://www.birgun.net/etiketler/trendyol. (09.12.2022).

https://www.continental-tires.com/tr/tr.html. (10.12.2022).

https://www.internethaber.com/ozdilekten-o-takvim-icin-ozur-mesaji-752306h.htm. (10.12.2022).

https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/balenciaga-bdsm-dava/. (06.12.2022).

https://www.mcdonalds.com.tr/. (30.11.2022).

https://www.milliyet.com.tr/ekonomi/burberry-nin-melegi-luks-ligde-1381529. (10.12.2022.)

https://www.ntv.com.tr/galeri/dunya/yahudi-pogromu-kristal-gecenin-uzerinden-80-yil-gecti,SHepVQ-Qs0GPj Anf3O3aHA. (10.12.2022).

https://www.odatv4.com/guncel/hm-irkci-kiyafet-icin-ozur-diledi-1001181200-130962. (09.12.2022).

https://www.ozdilek.com.tr/tr/. (10.12.2022).

https://www.pazarlamasyon.com/kigili-dan-kriz-yaratan-yonetmelik-hakkinda-ozur. (01.12.2022).

https://www.proutletplus.com/2022/11/15/kfc-tepki-ceken-mesaji-icin-ozur-diledi/.%20. (30.11.2022).

https://www.trendyol.com/. (06.12.2022).

https://www.yurtgazetesi.com.tr/guncel/unlu-giyim-firmasi-zaranin-reklami-tepki-cekti-h202358.html. (01.12.2022).

https://www2.hm.com/tr_tr/index.html. (09.12.2022).

Hu, K. C., Lu, M. Y., Tu, C. Y. & Jen, W. (2013). Applying critical incidents technique to explore the categories of service failure and service recovery for taiwanese international airlines. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 10, 2255-2273.

Jareankieatbovorn, J. (2018). *Customer perceptions of service failure, service recovery and loyalty recovery: an investigation into the airline industry.* Phd Thesis, Brunel University.

Kelley, S. Hoffman, K. & Davis, M. (1993). A typology of retail failures and recoveries. *Journal of Retailing*, 69 (4). 429-452.

Kim, J. & Jang, S. (2016). Factors affecting memorability of service failures: a longitudinal analysis. *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 28 (8), pp.1676-1701.

Koç, E. (2021). *Hizmet Pazarlaması ve Yönetimi Global ve Yerel Yaklaşım*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2010). *Principles of Marketing*. Englewood: Prentice-Hall.

Lee, S. H. (2018). Guest preferences for service recovery procedures: conjoint analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 1 (3), 276-288.

Leow, S. C. (2015*). Airline service failure and recovery: a conceptual and empirical analysis*. Phd Thesis, Salford Business School University of Salford.

Ma. K., & Qian, S. (2022). The effect of inoculation messages on service recovery. *Marketing Intelligence & Planning,* 40 (6), 710-723.

Mccollough, M. A., Berry, L. L. & Yadav, M. S. (2000). An empirical investigation of customer satisfaction after service failure and recovery. *Journal of Service Research,* 3 (2), 121-137.

Muyan, M. (2022). *Hizmet hataları ile firma itibarı ve memnuniyet arasındaki ilişkilerde telafi çabalarının etkileri.* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.

Nguyen, D. T. & McColl-Kennedy, J. R. (2003). Diffusing customer anger in service recovery: a conceptual framework. *Australian Marketing Journal,* 11 (2), 46- 55.

Palmer, A. (2011). *Principles of services marketing.* London: McGraw Hill.

Sasser, W.E., Olsen, P. & Wyckoff, D. D. (1978). *Management of service operations: text and cases.* Boston: Allyn and Bacon.

Smith, A. K., Bolton, R. N. & Wagner, J. (1999). A model of customer satisfaction with service encounters involving failure and recovery. *Journal of Marketing Research*, 36 (3), 356-372.

Tarakçı, İ. E. & Göktaş, B. (2020). Turizm işletmelerinde hizmet hataları ve hizmet telafisi yöntemlerinin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisi: bir uygulama. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi,* 4 (1), 259-278.

Ulziibadrakh, Z. & Szakaly, Z. (2021). Understanding service marketing in performing arts organizations. *Cross-Cultural Management Journal*, 23 (2), 181-189.

Warden, C. A., Huang, S. C. T. & Chen, J. F. (2008). Restaurant service failure recoveries: role expectations in achinese cultural setting, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 16 (1-2), 159-180

Wardley, M. (2021). Service recovery in unaffected consumers: evidence of a recovery paradox. *International Journal of Quality and Service Sciences,* 14 (1), 121-132.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. & Gremler, D. (2006). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. New York: McGraw-Hill.

Zeithaml, V.A., Bitner, M. J. & Gremler, D. (2012). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. London: McGrav-Hill.

# BÖLÜM 22

## KARBON MUHASEBESİ VE ŞİRKETLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK RAPORLARI İÇERİK ANALİZİ

*Seyhan ÖZTÜRK*[1]

*Osman Nuri AKARSU*[2]

1 Doç. Dr., Kafkas Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, seyhan87ozturk@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1458-840X

2 Doktora Öğrencisi, Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, osmannuriakarsu@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5393-956X

## Giriş

Küresel ısınma, ekolojik çevreyi ve insanlığı tehdit eden evrensel bir sorun haline gelmiştir. İnsan faaliyetlerinin; küresel ısınma seviyesini, bir yılda 1,5 ° C'ye ulaşabilecek olan sanayi öncesi seviyelerden yaklaşık 2030, 2052 ° C'ye çıkardığı tahmin edilmektedir. Buna ek olarak, artan küresel sıcaklıkların neden olduğu deniz seviyesinin yükselmesi, aşırı hava olayları ve buzulların geri çekilmesi gibi olaylar dünya çapında endişeleri arttırmaktadır. Enerji kullanımından kaynaklanan antropojenik karbon emisyonlarının, küresel ısınmanın önemli bir itici gücü olduğu kabul edilmektedir. Hızlı sanayileşme ve kentleşme ile birlikte, enerji arzı nedeniyle çeşitli sanayi sektörleri tarafından tüketilen büyük miktarda enerji, antropojenik karbon emisyonlarına önemli bir katkıda bulunmaktadır (Tong vd., 2023).

2011'den sonra, iklim değişiklikleri ve çevre sorunları, ülkeleri karbon emisyonlarını kontrol etmek için uygulamalarda bulunmaya ve giderek daha fazla ülkenin karbon azaltımına odaklanmasına neden olmuştur. Uzun bir süredir, ekonomik büyüme ihtiyacı ile karbon azaltma ihtiyacı arasındaki çelişkinin, kilit bir yaklaşım olan düşük karbonlu büyüme yoluyla çözülebileceği kabul edilmektedir. Ekonominin sürekli gelişmesiyle birlikte ülkelerin sanayi yapıları da devamlı olarak değişmektedir (Jiang & Sun, 2023).

Küresel iklim değişikliğinin yaygın etkileri nedeniyle, karbon emisyonu izlemesi son yıllarda akademik topluluktan büyük ilgi görmektedir. İzlenen karbon emisyonlarının hacmi, karbon muhasebesi ilkelerine bağlı iken, karbon emisyonu izleme teknolojisinin seçimi, izleme hedeflerinin ve uygulama senaryolarının gerçek ihtiyaçlarına dayanmaktadır. Karbon emisyonu muhasebesinin üretici sorumluluğu ilkesi, tüketici sorumluluğu ilkesi ve kapsamlı sorumluluk ilkesi olmak üzere üç ana ilkesi vardır. Üretici sorumluluğu ilkesi, yalnızca bir bölgenin toprak sınırları içinde yayılan karbon emisyonlarının sayılacağını belirtmektedir. Tüketici sorumluluğu ilkesi, emisyonun nihai mal ve hizmetlerin tüketimine göre hesaplandığı anlamına gelir ve bu popüler muhasebe ilkesi, ikili ticaret ve çok bölgeli girdi-çıktı yöntemlerinde somutlaşan emisyonları içermektedir. Kapsamlı sorumluluk ilkesi kapsamında emisyon muhasebesi ise, karbon emisyonlarının üreticiler ve tüketiciler arasında makul bir şekilde tahsis edilmesini ifade etmektedir (Chen vd., 2023).

Sera gazı emisyonlarının küresel doğası ve artan iklim değişikliği etkileri, iklim değişikliğinin olumsuz etkilerini önlemek ve azaltmak için yeni, daha bütünsel yaklaşımlar gerektiren bir olgudur. Bu durum yeni bilgilere ihtiyaç duymayı, yeni yöntemler geliştirmeyi gerektirmektedir. Dolayısıyla yeni duyulmaya ve çalışılmaya başlanan karbon muhasebe-

si konusu çalışmaya ve araştırmaya açık bir tema olarak görüldüğünden çevre bilimleri ve sürdürülebilirlik alanlarında ilgilenenler için önemli bir konudur.

Bu çerçevede söz konusu çalışmada, karbon muhasebesi Kyoto Protokü, karbon emisyon ticareti , karbon piyasası bağlamında etraflıca ele alınmış ve yapılan araştırmada BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alan, sürdürülebilirlik/entegre rapor hazırlayan şirketlerin 2018-2021 yılları arasındaki raporlarını içerik analizi yöntemiyle değerlendirmek amaçlanmıştır. Bu temel amacın yanında söz konusu raporlarda yer alan "karbon muhasebe standartlarını" incelemek de hedeflenmektedir.

1. Kyoto Protokolü

Çevre kirliliği ve iklim değişikliği acilen çözülmesi gereken en hayati sorunlardır. Küresel ekonomi son zamanlarda iklim değişikliği ile ilgili endişeleri artıran birçok olay yaşamıştır. İklim değişikliğinin ana nedeninin fosil yakıt tüketiminin artması olduğuna inanılmaktadır. Mevcut küresel durumun aciliyeti göz önüne alındığında, birçok ülke ve uluslararası girişim, iklim değişikliğinin yıkıcı sonuçlarını durdurmak veya en azından azaltmak için harekete geçmektedir.

Çevresel bozulmayla mücadele etmek için oluşturulan en önemli uluslararası girişimlerden biri olarak bilinen Kyoto Protokolü, COP 3 (Japonya'daki UNFCCC Taraflar Konferansı'nın üçüncü oturumu) olarak da bilinmektedir. Bu protokolü imzalayan ülkelerin kirletici emisyonları azaltmalarını gerektirmektedir. Protokol uyarınca, her ülke iklim değişikliğiyle kendi yetenekleriyle tutarlı bir şekilde mücadele etmekten sorumlu olmaktadır. Kyoto protokolü imzalanmasından bu zamana kadar olan süreçte, Birleşmiş Milletler her yıl iklim değişikliği konusunda düzenli konferanslar düzenlemektedir (Pata & Ertugrul 2023).

Kasım 2021'de düzenlenen Glasgow İklim Anlaşması (COP26), 2050 yılına kadar net sıfır emisyona ulaşmak için enerji geçişini hızlandırmaya yönelik önemli bir kolektif çabadır. İklim değişikliği ve küresel ısınmayı kontrol etmeyi amaçlayan düzenlemeler; Kyoto Protokolü ve Paris Anlaşmasıdır.

Son yıllarda, iklim değişikliği küresel bir çevre sorunu olarak kabul edilmekte ve sürdürülebilir kalkınma için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. İklim değişikliği ve küresel ısınma ile ilgili endişeler ve fosil yakıtların kullanımına getirilen kısıtlamalar, enerjinin sürdürülebilir ve yenilenebilir enerji sektörüne geçişini teşvik etmektedir. Böylece yenilenebilir enerji gelişimi, düşük karbon ekonomisine geçişte kilit bir bileşen haline gelmiştir. Yenilenebilir enerjiye olan küresel talep ise her geçen gün artmaktadır (Dogan vd., 2022).

Birleşmiş Milletler (BM), çevre ve kalkınma arasındaki ilişki için yeni bir yön önermek üzere 1987'de Ortak Geleceğimizi yayınladığından beri, sürdürülebilir kalkınma, uluslararası çevre yönetişimi için temel bir uluslararası siyasi gündem haline gelmiştir. Özellikle iklim değişikliği, sürdürülebilirliğin önündeki en büyük küresel sorun olarak ortaya çıktı ve uluslararası rejimlerin kurulması, bu soruna yönelik küresel yanıtın ilk adımı olmuştur.

1997'de kabul edilen ve 2005'te yürürlüğe giren Kyoto Protokolü, iklim değişikliğinin hafifletilmesi için en etkili kurumsal çerçevelerden biridir. "Ortak fakat farklılaştırılmış sorumluluk ve ilgili yetenekler" ilkesine dayanan Kyoto Protokolü, ülkeler için emisyon katkılarına, tarihlerine ve ekonomik durumlarına bağlı olarak ek tabanlı bir yapı ve farklılaştırılmış yanıtlar önermektedir. İlk iki taahhüt döneminde (2008–2012 ve 2012–2020), endüstriyel ülkeler, uluslararası bağlayıcı emisyon azaltma hedeflerine dayalı olarak kirliliğin azaltılması konusunda birincil sorumluluğa sahip olmuştur. 2015 yılında 196 taraf, iklim değişikliği konusunda yasal olarak bağlayıcı yeni bir uluslararası anlaşma olan Paris Anlaşmasını Taraflar Konferansı 21'de kabul etmiştir. İklim değişikliği ile mücadelede iddialı çabalar üstlenmek için tüm ulusları ortak bir amaçta bir araya getiren küresel iklim eylemidir. Bu nedenle, gelişmekte olan ülkeler de sürdürülebilir düşük karbonlu bir gelecek sağlamak için iklim değişikliğiyle mücadele etmekle yükümlü tutulmuştur. Paris Anlaşması'nın taraflarının çoğu, o zamandan beri bu yeni rejime uyum sağlama stratejilerini uygulamada zorluklarla karşılaşmışlardır. Özellikle, iklim değişikliği de dahil olmak üzere uluslararası çevre sorunlarının olumsuz dışsallıklarından büyük ölçüde etkilenen gelişmekte olan ülkeler, Paris Anlaşması gibi uluslararası çevre rejimlerini onaylamanın olumsuz ekonomik etkileri konusunda endişelerini dile getirmişlerdir (Kim & Complexity, 2021).

2. Karbon Emisyon Ticareti

Küresel ısınmanın artan tehditleri, gelişmekte olan piyasalar ekonomisinde uluslararası endişe uyandırmıştır. Sürdürülebilir kalkınma bağlamında, tüm ülkelerin Paris Anlaşması (PA) kapsamındaki iklim değişikliğiyle ortaklaşa mücadele taahhüdünü yerine getirmek için karbon emisyon yoğunluğunu azaltma konusunda hafifletme eylemleri gerçekleştirmesi gerekmektedir.

Teorik olarak, piyasaya dayalı bir çevre düzenlemesi olarak karbon emisyon ticareti politikası, azaltma ve emisyon maliyetini içselleştirerek kurumsal yatırım kararlarını etkileyebilmektedir. Araştırmalar, çevresel düzenlemenin kurumsal çevre yatırımını azaltacağını göstermektedir. Başka bir çalışmada, çevresel düzenlemenin yatırım üzerindeki olumlu ancak azalan etkisini göstermektedir. Çevresel düzenlemenin temiz üre-

tim endüstrileri üzerinde önemli olumlu etkileri vardır. Ancak kirlilik yoğun endüstriler üzerinde gecikmeli bir etkisi vardır (Yang, 2023).

Çevre sorunları sadece ekonominin sürdürülebilir gelişimini ciddi şekilde kısıtlamakla kalmayıp, aynı zamanda insanların yaşamını ve sağlığını da tehdit etmektedir. Enerji ortamının mevcut durumunu değiştirmek ve kirletici emisyonunu kontrol etmek için, birçok ülke çeşitli çevre düzenleme politikaları uygulamıştır. Farklı politika araçlarına göre, çevresel düzenleme birçok türe ayrılabilmektedir. Karbon vergisi ve karbon emisyonu ticaretine dayalı çevresel düzenleme politikası da son yıllarda büyük ilgi görmüştür (Xu vd., 2023).

Son yıllarda fosil yakıtların yakılması, ekolojik çevreye ciddi şekilde zarar verilmesi ve insan toplumunun sürdürülebilir kalkınmasının tehdit edilmesi yoluyla havaya önemli miktarda karbondioksit salınmaktadır. İnsan kaynaklı bu iklim sorununu çözmek için, Karbon Emisyonları Ticaret Programı (CETS), Kyoto Protokolü'nde önerilmiştir. Etkili ve yaygın olarak kullanılan piyasa odaklı bir çevre politikası aracı olarak CETS, karbon emisyonlarının olumsuz dışsallıklarını içselleştirir ve karbon azaltımı için düşük maliyetli bir yol sağlamaktadır. Karbon piyasasında, enerji işletmeleri için yeşil inovasyon, kota gereksinimlerini karşılamanın karbon kotaları satın almaktan daha etkili bir yoludur. Yeşil inovasyon, enerji işletmelerinin modası geçmiş ekipmanlarını yüksek kirlilik emisyonlarıyla dönüştürmelerine ve yükseltmelerine, enerji verimliliğini artırmalarına ve uzun vadeli kirletici emisyonlarını kısıtlamalarına yardımcı olmaktadır. Buna ek olarak, enerji işletmeleri emisyonları belirli bir seviyeye düşürdüklerinde, kar elde etmek için gereksiz karbon kotaları da satabilmektedir (Xin-gang vd., 2023).

Giderek ciddileşen çevre kirliliği ile birlikte, birçok ülke sürdürülebilir düşük karbonlu ekonomi geliştirmektedir. İklim değişikliğinin potansiyel felaket riskine yanıt olarak, dünyanın dört bir yanındaki hükümetler çeşitli yasa ve yönetmelik biçimlerini teşvik etmektedir. Önemli bir piyasa temelli çevre düzenlemesi olarak, karbon emisyonu ticareti (CET) programı farklı ülkeler tarafından aktif olarak uygulanmaktadır. 2021 yılına kadar, dünya çapında toplam küresel sera gazı emisyonlarının yaklaşık %33' ünü kapsayan 16 CET sistemi faaliyet göstermekte ve işletilecek 22 CET sistemi bulunmaktadır (Zhang vd., 2023).

## 3. Karbon Piyasası

Küresel iklim değişikliği, insanlığın sürdürülebilir kalkınmasını tehdit eden en büyük zorluklardan biri haline gelmiştir. Karbon piyasası, iklim değişikliğiyle baş etmenin maliyetini en aza indirebilir. Bu nedenle Çin de dahil olmak üzere çok sayıda ülke ve bölgeden büyük ilgi görmektedir. Avrupa Birliği, 2005 yılında bir Avrupa Birliği Emisyon Ticaret

Programının (EU ETS) kurulmasında başlangıç yapmıştır. Yeni Zelanda Emisyon Ticaret Sistemi (NZ ETS) 2008'de faaliyete geçmiştir. Çin, Shenzhen, Pekin, Şanghay, Tianjin, Haziran 2013'ten itibaren sırasıyla Guangdong, Hubei ve Chongqing. Karbon piyasasının olgunluğunun doğru bir şekilde ölçülmesi, yalnızca Çin'in ulusal karbon piyasasının oluşturulmasına katkıda bulunmayacak, aynı zamanda diğer ülkelerin kendi karbon piyasalarını oluşturmalarına da yardımcı olacaktır. Bu nedenle, karbon piyasasının olgunluğunun nasıl ölçüleceği enerji ve çevre ekonomisi alanında en sıcak konulardan biri haline gelmiştir (Liu vd., 2019).

İklim değişikliğini hafifletmek dünya çapında yaygın bir zorluk haline gelmiştir ve giderek daha fazla ülke, öngörülen emisyonların üst sınırını ayarlayarak sera gazı emisyonlarının kontrol edileceği karbon ticareti için pazarlar kurmuştur (Song vd., 2019). Enerji sektörü ile ulusal karbon piyasasını başlatmak, hem karbon zirvesi hem de karbon nötrlüğü taahhütlerini en düşük maliyetle gerçekleştirmek için iyi bir başlangıçtır (Zhang, 2022).

Piyasa mekanizması yoluyla enerji tasarrufu ve emisyon azaltımının önemli bir pratik araştırması olarak, karbon emisyonu ticareti piyasası, işletmelerin çevresel performansının etkisi üzerinde önemli teorik ve pratik öneme sahiptir. Uluslararası toplumun iklim değişikliğine tepkisinde önemli bir araç olarak kabul edilen karbon ticareti piyasaları, çevresel yönetişim ve ekonomik yeşil kalkınmada kilit bir rol oynamakta ve giderek artan sayıda ülkede uygulanmaktadır. Teorik olarak, piyasaya dayalı reformun önemli bir unsuru olarak karbon emisyon ticareti piyasası, bir bütün olarak toplum için emisyon azaltma maliyetini en aza indirebilir ve emisyon azaltımına öncelik vermeleri için daha düşük marjinal azaltma maliyetleri olan işletmelere teşvikler sağlayarak sürdürülebilir ekonomik kalkınma sağlayabilmektedir. Ancak, yetersiz kurumsal sistem, küçük pilot ölçek ve zayıf ticaret mekanizmaları gibi faktörler nedeniyle karbon piyasası aktif olarak alınıp satılmamaktadır. Karbon piyasası mekanizması iyi gelişmemişse, politikanın uygulanmasındaki son halka olan şirketler karbon piyasası politikasından nasıl etkilenecek? Bu, dahili kurumsal yönetişim yoluyla telafi edilebilir ve enerji tasarrufu ve emisyon azaltımına yönelik karbon piyasası politikalarıyla sinerji yaratabilir mi? Bu soruların cevapları, hükümetlere karbon piyasası politikalarını daha da iyileştirmeleri ve bilimsel kirlilik kontrolünü güçlendirmeleri için teorik destek sağlayabilmektedir (Yu vd., 2022).

Karbondioksit gibi sera gazı emisyonlarının azaltılması, küresel ısınmayla mücadelede temel bir önlem haline gelmiştir. Şu anda, sera gazı emisyonlarını kontrol etmek için başlıca üç politika aracı vardır. Bunlar: doğrudan kontrol, karbon vergisi tahsilatı ve karbon emisyonu ticaret sisteminin kurulmasıdır. Doğrudan kontrolün idari düzeniyle karşılaştırıldı-

ğında, son iki piyasa yönlendirme yöntemi piyasa talebiyle daha uyumludur. Karbon vergisi, toplam karbon emisyonu miktarını sınırlayamadığı ve emisyon azaltımının etkisi belirsiz olduğu için, karbon emisyonu ticareti için bir karbon piyasasının oluşturulması, küresel olarak iklim değişikliğini ele almanın ana yollarından biri haline gelmiştir. Karbon piyasası, düşük karbon ekonomisinin dönüşümünü ve gelişimini destekleyen benzersiz statüsü nedeniyle çok dikkat çekmektedir (Zhou vd., 2022).

1997'de Kyoto Protokolü'nün kabulü, ilk kez küresel uyumluluk karbon piyasası mekanizmalarının kurulmasına yol açmıştır. Kyoto kapsamında geliştirilen iklim değişikliğiyle mücadeleye yönelik piyasaya dayalı yaklaşımlar arasında Temiz Kalkınma Mekanizması (CDM), Uluslararası Emisyon Ticareti (IET) ve Ortak Uygulama (JI) yer almaktadır. CDM, uyumluluk karbon piyasası faaliyeti için merkez haline gelmiştir. 100'den fazla ülkede yürütülen yaklaşık 8000 proje, 1,9 milyarın üzerinde sertifikalı emisyon azaltımının oluşturulmasına yol açmıştır. Gönüllü karbon piyasaları (VCM'ler), küresel ekonominin düşük karbonlu bir geleceğe geçişini desteklemek için tercih edilen bir piyasa mekanizması olarak yer almaktadır (Spilker & Nugent, 2022).

4. Karbon Muhasebesi

"Karbonomik" çağına götüren dönüm noktası, 1997'de Kyoto Protokolü'nün imzalanması ile gerçekleşmiştir. Bu, devletlerin sera gazı emisyonlarını hedef haline getirmeleri ve zaman çizelgeleriyle azaltmak zorunda olduğu ilk bağlayıcı anlaşma sayılmıştır. Emisyon ticaret planları gibi sera gazı emisyonlarını azaltmaya yardımcı olacak yeni ekonomik araçların geliştirilmesini tetiklemiş ve bu nedenle kurumsal karbon muhasebesi standartları kısa sürede bir zorunluluk haline gelmiştir. Amerika Birleşik Devletleri'nde, Dünya Kaynakları Enstitüsü'nün (WRI) dahil olduğu bir çalışma grubu, 1998'de karbon muhasebesi için kurumsal bir standart üzerinde çalışmaya başlamıştır. Sera Gazı Protokolü varlığı, 1997 yılının sonlarında WRI ve Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi (WBCSD) tarafından ortaklaşa oluşturulmuştur. 1998'de, WRI ve WBCSD, çok paydaşlı standartlar geliştirme sürecini yönlendirmek için çevre gruplarından ve endüstriden üyelerden oluşan bir çekirdek yönlendirme grubu toplamıştır. 2001 yılında ilk karbon "Kurumsal Muhasebe ve Raporlama Standardı" yayınlanmıştır.

Fransa'da, Bilan Carbone karbon muhasebe aracı 1999 ve 2003 yılları arasında Fransız EPA ve bir danışman mühendis tarafından geliştirilmiştir. 2003 yılında birkaç tasarım ofisi ve kuruluşu tarafından test edildi ve 2004 yılında piyasaya sürülmüştür. Bilan Carbone, 2004'ten 2010'a kadar olan dönemde hem eğitim hem de uygulamada büyük bir başarı elde etmiş ve Fransa'da karbon muhasebesinin adı haline gelmiştir. Bilan Carbone,

"kolayca erişilebilen verilerden bir faaliyet veya bölge için doğrudan ve dolaylı emisyonların envanterini çıkarmayı amaçlayan sera gazı emisyonlarıyla ilgili bir teşhis yöntemi" olarak tanımlanmaktadır (Gibassier vd., 2020).

Karbon muhasebesi; karbon emisyonlarının ölçülmesi, bu verilerin harmanlanması ve bunların hem firmalar içinde hem de firmalar arasında iletilmesi olarak tanımlanmaktadır. Karbon muhasebesinin diğer muhasebe sistemleriyle birçok benzerliği vardır. Bir şirketin faaliyetlerine göre kurulan ve firma içinde ve dışında iletilen belirli bir birimin nicel bir kaydıdır. Bununla birlikte karbonun muhasebeleştirilmesi, doğrudan düzenleyici veya gönüllü planlara bağlı olması ve kaydedilen birimin değerinin bir emtia piyasasındaki karbon fiyatı üzerinden çevrilmediği sürece parasal olmaması nedeniyle diğer muhasebe sistemlerinden de farklıdır. Karbon muhasebe sistemi, bilimsel gerçekler (örneğin, IPCC raporlarıyla) üzerinde fikir birliği geliştirmedeki yenilikler bağlamında ve çeşitli geleneksel olmayan kaynaklardan (özellikle STK'lardan) uzmanların katılımıyla gelişmesi bakımından da olağandışıdır (Bowen vd., 2011).

Karbon muhasebesi, bir kuruluş tarafından üretilen, kaçınılan veya ortadan kaldırılan sera gazı miktarını tutarlı bir şekilde ölçmek için gerekli süreçleri ifade eder ve kuruluşun bu emisyonları zaman içinde takip etmesine ve raporlamasına olanak tanımaktadır. Ölçülen emisyonlar, Kyoto Protokolü kapsamında zorunlu kılınan ve Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (UNFCCC) kapsamında ulusal envanterlere dahil edilmesi gereken yedi gazdır: karbondioksit (CO2 ), metan (CH4 ), azot oksit (N2O) , hidroflorokarbonlar (HFC'ler), perflorokarbonlar (PFC'ler), kükürt heksaflorür (SF6 ) ve nitrojen triflorür (NF3 ). Hesaplama kolaylığı için, bu gazlar genellikle dönüştürülür ve karbondioksit eşdeğerleri (CO2 e) olarak ifade edilmektedir. Emisyon envanterinin derlenmesi, düşük karbonlu planlama çalışmalarının yürütülmesinde önemli bir temeldir. Strateji ve politika formülasyonu, uluslararası müzakere ve işbirliği ve karbon vergisi politikalarına yanıt için önemli bir temel sağlayabilmektedir. Karbon, sera gazlarının ana unsuru olduğundan, karbon muhasebesi sera gazı muhasebesi ile aynı anlama gelmektedir.

ISO 14040 ve ISO 14041'e dayanan yaşam döngüsü değerlendirmesi (LCA) ve Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi ve Dünya Kaynak Enstitüsü tarafından geliştirilen Sera Gazı Protokolü; endüstriyel işletmelerde, hükümetlerde ve karbon ticareti platformunda bir sınır içindeki karbon emisyonlarını ölçmek için yaygın olarak benimsenen metodolojilerdir. Sera Gazı Protokolü; emisyonların özkaynak payı, mülkiyet ve mali kontrol yaklaşımlarına göre üç farklı emisyon kapsamına (yani Kapsam 1, Kapsam 2 ve Kapsam 3) ayrılmaktadır. Emisyon kapsamları, süreç sorumluluğunun tanımlanmasına yardımcı olabilir ve doğrudan emisyon

(Kapsam 1) ve dolaylı emisyonlar (Kapsam 2 ve Kapsam 3) altında sınıflandırılan faaliyetler hakkında özel mühendislik çözümleri için daha iyi rehberlik sağlayabilmektedir. Kapsam 3 emisyonları, karbon emisyonu muhasebesi için isteğe bağlı olduğundan, sistem sınırının LCA metodolojisine göre tanımlanmaması durumunda yukarı ve aşağı havza faaliyetlerinden (yani, hammadde çıkarma, sermaye malları, atık arıtma) kaynaklanan emisyonlar göz ardı edilebilmektedir.

Kurumsal liderler ve hükümetler, bir şirketin veya ürünün karbon ayak izini ölçmek için yaygın olarak Sera Gazı Protokolünü kullanırlar. GHG Protokolü, bir ürünün karbon ayak izini raporlamak için Kurumsal Standart olarak da bilinen Kurumsal Muhasebe ve Raporlama Standardının kullanıldığı yedi farklı standart ve kılavuz sağlamaktadır. Bu standart, "ürünle ilişkili sera gazı emisyonları ve giderimlerinin bir envanterini ölçmek ve raporlamak için" genel bir çerçeve sağlamaktadır. Emisyonlar, faaliyet verilerinin ilgili emisyon faktörü ile çarpılmasıyla ölçülmektedir. Bir emisyon faktörü, faaliyetin atmosfere belirli sera gazı salma potansiyelini karakterize eden temsili bir değerdir ve faaliyetler, emisyon ölçümü için üç kapsamda kategorize edilmektedir. Bunlar; Kapsam 1, 2 ve 3'tür. Kapsam 1, kaynakların neden olduğu doğrudan emisyonlardır. Şirkete ait veya şirket tarafından kontrol edilen; Kapsam 2, satın alınan elektrik, ısı, buhar ve/veya soğutmada yer alan dolaylı sera gazı emisyonlarıdır; Kapsam 3, Kapsam 2'de kapsanmayan diğer kaynaklardan kaynaklanan diğer tüm dolaylı emisyonları hesaba katmaktadır (Chew vd., 2023). Kapsam 3 emisyonları genellikle bir kuruluşun emisyonlarının en büyük bölümünü oluştursa da, mevcut kılavuzlar kapsamlı raporlama gerektirmekte yetersiz kalmaktadır. 2021 İklim Eylemi 100+ Net Sıfır Şirketi karşılaştırmasında, kapsam 3 açıklaması bir kör nokta olarak kalmıştır. Kapsam 3 emisyonlarının hesaba katılmaması, bir şirketin iklim değişikliği etkisinin ciddi şekilde hafife alınmasına yol açabilir ve yönetimin etkili azaltma ve tedarik zinciri dayanıklılık stratejileri uygulamasını engelleyebilmektedir. Öte yandan, kapsam 3 emisyonlarının muhasebeleştirilmesi ve açıklanması, kurumsal hesap verebilirliği artırabilir ve tüketicilerin bir markanın toplum ve çevre üzerindeki maliyetini bilerek satın alma kararları vermesine olanak sağlayabilmektedir ( Schulman vd., 2021).

Karbon muhasebesi, bir kuruluş tarafından üretilen, kaçınılan veya ortadan kaldırılan sera gazı miktarını tutarlı bir şekilde ölçmek için gerekli süreçleri ifade eder ve kuruluşun bu emisyonları zaman içinde takip etmesine ve raporlamasına olanak tanımaktadır. Ölçülen emisyonlar, Kyoto Protokolü kapsamında zorunlu kılınan ve Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (UNFCCC) kapsamında ulusal envanterlere dahil edilmesi gereken yedi gazdır: karbondioksit (CO2), metan (CH4), azot oksit (N2O), hidroflorokarbonlar (HFC'ler), perflorokarbonlar

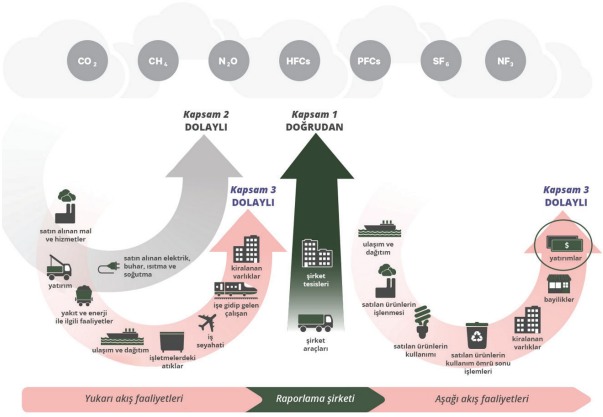
(PFC'ler), kükürt hekzaflorür (SF6) ve nitrojen triflorür (NF3). Hesaplama kolaylığı için, bu gazlar genellikle karbondioksit eşdeğerlerine (CO2e) dönüştürülmekte ve ifade edilmektedir.

Doğrudan ve dolaylı emisyonlar, kapsamlarına göre daha fazla kategorize edilir ve emisyonların kaynağına ve bir kuruluşun emisyonların meydana geldiği değer zincirindeki faaliyetine göre ayrılır. Sera Gazı Protokolü tarafından tanımlanan üç kapsam (kapsam 1, kapsam 2 ve kapsam 3) aşağıda kısaca açıklanmıştır ve Şekil 1'de de gösterilmektedir (Standard, 2022):

- **Kapsam 1:** Raporlayan şirketin sahip olduğu veya kontrol ettiği kaynaklardan kaynaklanan doğrudan sera gazı emisyonları, yani sahip olunan veya kontrol edilen kazanlar, fırınlar, araçlar vb. şeklindedir.

- **Kapsam 2:** Raporlama yapan şirket tarafından tüketilen, satın alınan veya elde edilen elektrik, buhar, ısıtma veya soğutma üretiminden kaynaklanan dolaylı sera gazı emisyonlarıdır. Kapsam 2 emisyonları, elektrik, buhar, ısıtma veya soğutmanın üretildiği tesiste fiziksel olarak meydana gelmektedir.

- **Kapsam 3:** Raporlayan şirketin değer zincirinde meydana gelen diğer tüm dolaylı sera gazı emisyonlarıdır (Kapsam 2'ye dahil değildir). Kapsam 3, yukarı yönlü emisyonlar ve aşağı yönlü emisyonlar olarak ayrılabilmektedir. Yukarı akış emisyonları, bir malzemenin/ürün/hizmetin yaşam döngüsünde üretici tarafından satış noktasına kadar, örneğin satın alınan malzemelerin üretiminden veya çıkarılmasından kaynaklanan tüm emisyonları içermektedir. Aşağı akış emisyonları, kuruluşun ürün veya hizmetlerinin dağıtımı, depolanması, kullanımı ve kullanım ömrü sonunda arıtılmasının bir sonucu olarak ortaya çıkan tüm emisyonları içermektedir.




**Şekil 1.** *Karbon Protokolü Kapsamlarına Ve Değer Zincirindeki Emisyonlara Genel Bakış*

*(WRI ve WBCSD 2011).*

Karbon emisyonları, küresel iklim değişikliği sorunlarını çözmek ve sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak için ele alınması gereken başlıca konulardan biridir. Sürdürülebilir kalkınma için mevcut stratejilerin çoğu temel olarak genel karbon ayak izinin azaltılmasıyla bağlantılıdır. Genel olarak sera gazı protokolüne göre, sera gazı emisyonları üç kapsamda gruplandırılarak incelenmektedir. Bu bağlamda, Kapsam 1; doğrudan sera gazı emisyonlarını, Kapsam 2; raporlayan kuruluş tarafından tüketilen elektrik, ısıtma, buhar veya soğutma üretiminden kaynaklanan dolaylı emisyonları ifade eder ve son olarak Kapsam 3; atık bertarafı, dış kaynaklı faaliyetler, raporlayan işletmenin sahip olmadığı veya kontrolü altında olmayan araçlar ve satın alınan malzeme ve yakıtların çıkarılması ve üretimi dahil olmak üzere diğer tüm dolaylı sera gazı emisyonlarını ele almaktadır (Al Sholi vd., 2023).

## 5. **Araştırma**

Araştırmanın amacı, kapsamı, yöntemi ile bulgularına dair değerlendirmelere aşağıda başlıklar halinde yer verilmektedir.

### 5.1. **Araştırmanın Amacı ve Kapsamı**

Araştırmanın amacı, BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alan, sürdürülebilirlik/entegre rapor hazırlayan şirketlerin 2018-2021 arasındaki raporları içerik analizi yöntemiyle değerlendirmektir. Ayrıca söz konusu raporlarda yer alan "karbon muhasebe standartlarını" incelemektir. Bu amaç doğrultusunda; 2018-2021 yılları arasında BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alan şirketlerin sürdürülebilirlik/entegre raporlarında karbon muhasebesi kapsamında olan açıklamaların ve bildirimlerin yer alıp almadığı, yer alıyorsa hangi ifade bağlamında yer aldığı, ifade sayıları ile küresel enerji konularına bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır.

BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde incelenecek olan toplam şirket sayısı 2021 yılı için 62'dir. Ancak araştırmanın kapsamı; 2018-2021 yılları arasında sürdürülebilirlik/entegre raporuna ulaşılabilen 42 şirketten oluşmaktadır. Kapsamda yer alan şirketler ve sektörlere göre dağılımları Tablo 1'de yer almaktadır.

*Tablo 1. Analize Dâhil Edilen Şirketler*

| | |
|---|---|
| Akenerji Elektrik Üretim A.Ş. | Elektrik Gaz ve Su |
| Aksa Enerji Üretim A.Ş. | |
| Zorlu Enerji Elektrik Üretim A.Ş. | |
| Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayii A.Ş. | İmalat / Gıda, İçecek ve Tütün |
| Coca-Cola İçecek A.Ş. | |
| Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. | |
| Ülker Bisküvi Sanayi A.Ş. | |
| Tat Gıda Sanayi A.Ş | |

| | |
|---|---|
| Aksa Akrilik Kimya Sanayii A.Ş. | İmalat / Kimya İlaç Petrol Lastik ve Plastik Ürünler |
| Aygaz A.Ş. | |
| Brisa Bridgestone Sabancı Lastik Sanayi ve Ticaret A.Ş. | |
| Sodaş Sodyum Sanayi A.Ş. | |
| Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş | |
| Arçelik A.Ş. | İmalat / Metal Eşya Makine Elektrikli Cihazlar ve Ulaşım Araçları |
| Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. | |
| Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş. | |
| Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. | |
| Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş | |
| Vestel Beyaz Eşya Sanayi ve Ticaret A.Ş. | |
| Çimsa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. | İmalat / Taş ve Toprağa Dayalı |
| Kordsa Teknik Tekstil A.Ş. | İmalat / Tekstil, Giyim Eşyası ve Deri |
| Enka İnşaat ve Sanayi A.Ş. | İnşaat ve Bayındırlık |
| Akbank T.A.Ş. | Mali Kuruluşlar / Bankalar |
| Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. | |
| Garanti BBVA | |
| Halk Bankası A.Ş. | |
| İş Bankası A.Ş. | |
| Şekerbank T.A.Ş. | |
| Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası A.Ş | |
| Vakıfbank A.Ş. | |
| Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. | |
| Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş. | Mali Kuruluşlar / Holdingler ve Yatırım Şirketleri |
| Polisan Holding A.Ş. | |
| Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş. | |
| Tekfen Holding A.Ş. | |
| Logo Yazılım Sanayi ve Ticaret A.Ş. | Teknoloji / Bilişim ve Savunma |
| Aselsan Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş. | |
| Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş. | Toptan ve Perakende Ticaret, Lokantalar ve Oteller /Toptan ve Perakende Ticaret |
| Migros Ticaret A.Ş. | |
| Şok Marketler Ticaret A.Ş. | |
| Türk Hava Yolları A.O. | Ulaştırma, Depolama ve Haberleşme |
| Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. | |

### 5.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın yöntemi içerik analizi yöntemidir. İçerik analizleri, sosyal bilimler alanı içerisinde özellikle eğitim bilimleri çalışmalarında sıklıkla kullanılmaktadır (Loomis, Davis, Cruden, Padilla ve Drazen, 2021; Neuendorf, 2002; Ültay, Dönmez Usta ve Durmuş, 2017).

İçerik analizi en iyi şekilde, metinler veya görüntüler gibi farklı iletişim biçimlerini inceleyen ve bir olguyu ifade eden belirli kelimelerin ve diğer dilsel unsurların oluşumunu hesaplayan bir süreç olarak tanımlanmaktadır. İçerik analizi, bir grubun veya kültürün bu verilere atfettiği anlamlar ışığında verileri belirli bir bağlamda analiz etmeyi içermektedir.

Belirli bir dereceye kadar yorum gerektiren veriler için uygun olmaktadır (Lookingbill, 2022).

Araştırmada raporların içerik analizi, MAXQODA 2020 Professional, Excel ve Origin 2021 programları kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

### 5.3. **Araştırmanın Bulguları**

Bu kısımda elde edilen bulgular tablolar aracılığıyla değerlendirilmektedir.

İlk olarak Karbon Muhasebesi Standardı' na göre kullanılan anahtar kelimelere yer verilmektedir.

*Tablo 2. Karbon Muhasebesi Standardına Göre Oluşturulan Anahtar Kelimeler*

| | |
|---|---|
| Emisyon | PFC |
| Finansal Emisyon | SF6 |
| Karbon Salımı | NF3 |
| Sera Gazı | Buhar Üretim/Tüketim/Satış |
| Unfccc | Elektrik Üretim/Tüketim/Satış |
| CO2 | Emisyonların Hesaplanması |
| CH4 | Karbon Yoğunluk |
| N2O | Karbon Fiyatlandırma |
| HFC | Karbon Riski |
| Soğutma | Isıtma |

Anahtar kelimelerin sektörlere göre sürdürülebilirlik/entegre raporlarında atıf sıklıklarına bakılarak, sıklık sayıları, toplamları ve yüzdelik oranları hesaplanmaktadır. Hesaplamalar yapılırken Tablo 2'de yer alan anahtar kelimelerin bazıları yukarıdaki gibidir. Uygulanan bu analiz ile sürdürülebilirlik/entegre raporlarının uyumluluğu saptanmaya çalışılmaktadır.

*Tablo 3. Şirketlerin Sürdürülebilirlik/Entegre Raporlarında Kullanılan Kelimelerin Sıklık Değerleri*

| Kelime | Rakamsal Değer | Kelime | Rakamsal Değer |
|---|---|---|---|
| Sera Gazı | 1358 | Karbon Salımı | 56 |
| $CO_2$ | 1290 | Karbon Fiyatlandırma | 43 |
| Emisyon | 1153 | SF6 | 19 |
| Soğutma | 310 | Buhar Üretim/Tüketim/Satış | 11 |
| Isıtma | 160 | PFC | 10 |
| Elektrik Üretim/Tüketim/Satış | 130 | Karbon Yoğunluk | 4 |
| CH4 | 107 | UNFCC | 3 |
| HFC | 94 | Emisyon Hesaplama | 3 |
| N2O | 59 | NF3 | 3 |

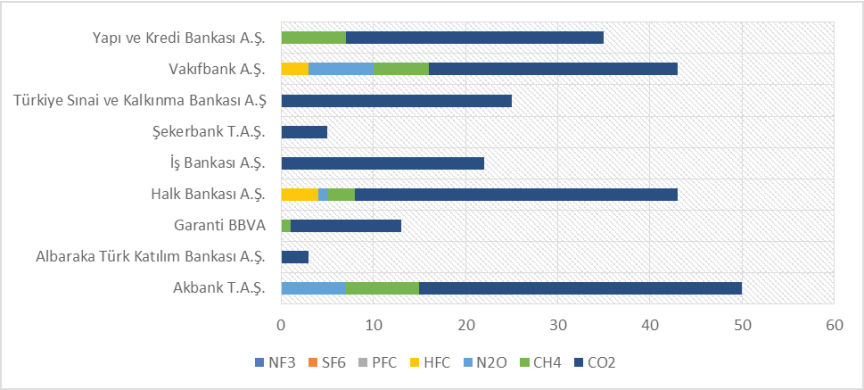
Tablo 3'e göre ise; şirketlerin sürdürülebilirlik/entegre raporlarında en sık kullanılan üç kelime "Sera Gazı", "$CO_2$" ve Emisyon"dur. En az kullanılan ifadelerden birkaçının ise; "Nitrojen Triflorür (NF3)", "Emisyon Hesaplama" ve "Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (UNFCCC) olduğu görülmüştür. Ayrıca karbon performans göstergelerinden olan ve hiç kullanılmayan ifadeler ise; "Finansal Emisyon" ve "Karbon Riski" ifadeleridir.

*Tablo 4. Şirketlerin Sürdürülebilirlik/Entegre Raporlarına Göre Kyoto Protokolü ve UNFCCC Kapsamındaki Yedi Gazın Kelime Kullanım Sıklık Sayıları*

| Şirketler | NF3 | SF6 | PFC | HFC | **N2O** | **CH4** | **CO2** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Akenerji Elektrik Üretim A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 22 |
| Aksa Enerji Üretim A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 11 |
| Zorlu Enerji Elektrik Üretim A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 4 | 49 |
| Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayii A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 |
| Coca-Cola İçecek A.Ş. | 2 | 2 | 4 | 48 | 2 | 8 | 149 |
| Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| Ülker Bisküvi Sanayi A.Ş. | 0 | 2 | 0 | 4 | 12 | 12 | 24 |
| Tat Gıda Sanayi A.Ş | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Aksa Akrilik Kimya Sanayii A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| Aygaz A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 11 |
| Brisa Bridgestone Sabancı Lastik Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 0 | 2 | 0 | 2 | 1 | 12 | 65 |
| Sodaş Sodyum Sanayi A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 |
| Türkiye Petrol Rafinerileri A.Ş | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 37 |
| Arçelik A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 52 |
| Ford Otomotiv Sanayi A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 28 |
| Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 31 |
| Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 21 |
| Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Vestel Beyaz Eşya Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 19 |
| Çimsa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 139 |
| Kordsa Teknik Tekstil A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 5 | 44 |
| Enka İnşaat ve Sanayi A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| Akbank T.A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 8 | 35 |
| Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| Garanti BBVA | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 12 |
| Halk Bankası A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 4 | 1 | 3 | 35 |
| İş Bankası A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 22 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Şekerbank T.A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası A.Ş | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| Vakıfbank A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 3 | 7 | 6 | 27 |
| Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 7 | 28 |
| Hacı Ömer Sabancı Holding A.Ş. | 0 | 2 | 0 | 1 | 1 | 1 | 19 |
| Polisan Holding A.Ş. | 0 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 10 |
| Türkiye Şişe ve Cam Fabrikaları A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 24 |
| Tekfen Holding A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 8 | 4 | 14 |
| Logo Yazılım Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 0 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 |
| Aselsan Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 6 |
| Doğuş Otomotiv Servis ve Ticaret A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 | 1 | 95 |
| Migros Ticaret A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 10 | 2 | 2 | 56 |
| Şok Marketler Ticaret A.Ş. | 0 | 0 | 0 | 2 | 7 | 14 | 20 |
| Türk Hava Yolları A.O. | 0 | 2 | 0 | 2 | 2 | 11 | 95 |
| Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 3 | 25 |
| **TOPLAM** | 3 | 19 | 10 | 94 | 59 | 107 | 1290 |

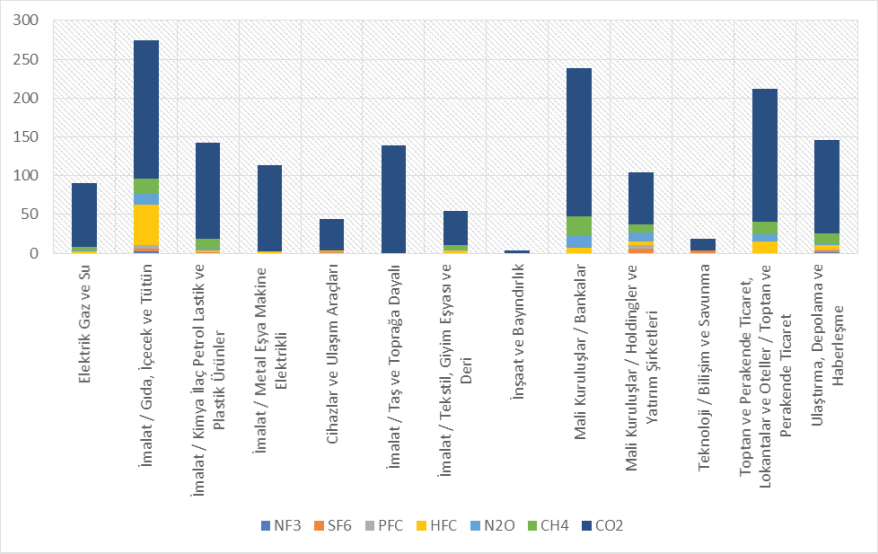
Tablo 4'e göre; şirketlerin sürdürülebilirlik/entegre raporlarında; "$CO_2$", "HFC" ve "CH4" en sık ifade edilen karbon gazlarıdır. En az kullanılan gazlardan birkaçının ise; "NF3", "PFC" ve "SF6" olduğu görülmüştür. "$CO_2$" gazından en çok bahseden şirketler ise Coca-Cola İçecek A.Ş. (149) ile Çimsa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş. (139) olarak ifade edebiliriz. En az bahsedilen gaz NF3; Coca-Cola İçecek A.Ş. (2) ve Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. (1) olarak görülmektedir.




*Şekil 2. BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bulunan Mali Kuruluşlar / Bankalar' a Göre Kyoto Protokolü ve UNFCCC Kapsamındaki Yedi Gazın Kullanım Kelime Sıklık Sayıları (2018- 2021)*

Şekil 2'de Kyoto Protokolü ve UNFCCC kapsamındaki yedi gazın kelime sıklık sayıları mevcuttur. Burada BİST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde

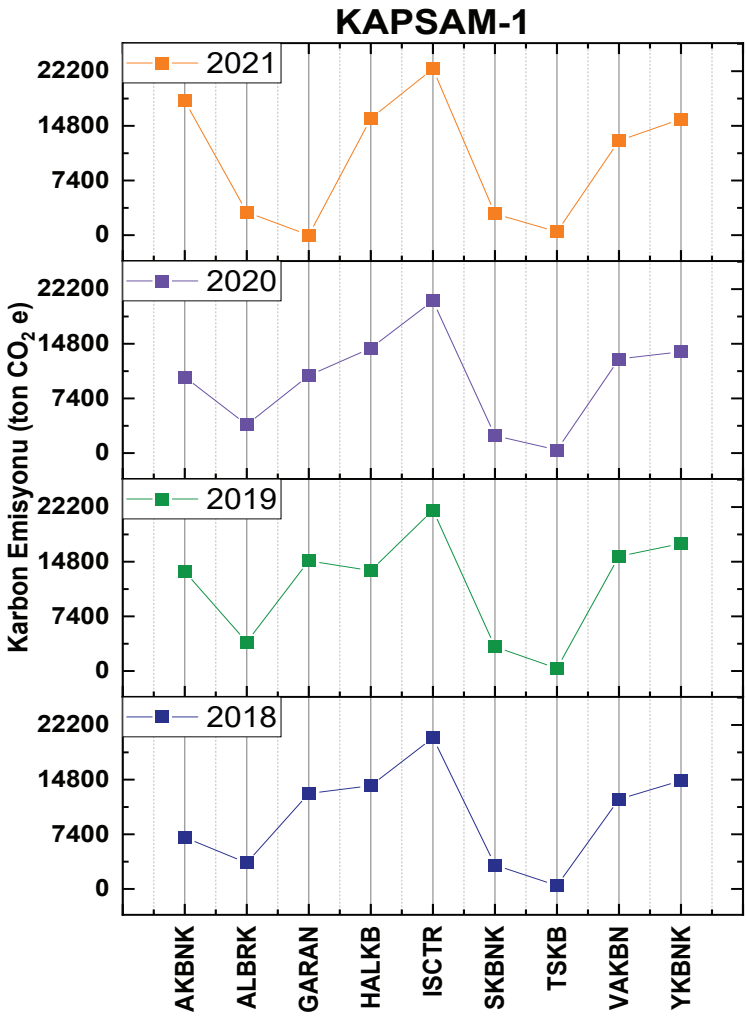
sayıca fazla olduğundan mali kuruluşlar ve bankalar sektörü ayrıca ele alınarak şekil oluşturulmuştur. Şekle göre "$CO_2$"olarak Akbank T.A.Ş (35) ve Halk Bankası A.Ş (35) olarak en fazla kullanım sıklığına sahip olan bankalardır. Kapsamdaki yedi gazın sadece birinden bahseden bankalar ise Türkiye Sınai ve Kalkınma Bankası A.Ş, Şekerbank A.Ş., İş Bankası ve Albaraka Türk Katılım Bankası A.Ş. olarak görülmektedir. Ayrıca yedi gazdan en çok dördünden bahseden bankalar ise Vakıfbank A.Ş. ve Halk Bankası A.Ş. olduğu tespit edilmektedir.




*Şekil 3. BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bulunan Sektörlerin Kyoto Protokolü ve UNFCCC Kapsamındaki Yedi Gazın Kullanım Kelime Sıklık Sayıları (2018-2021)*

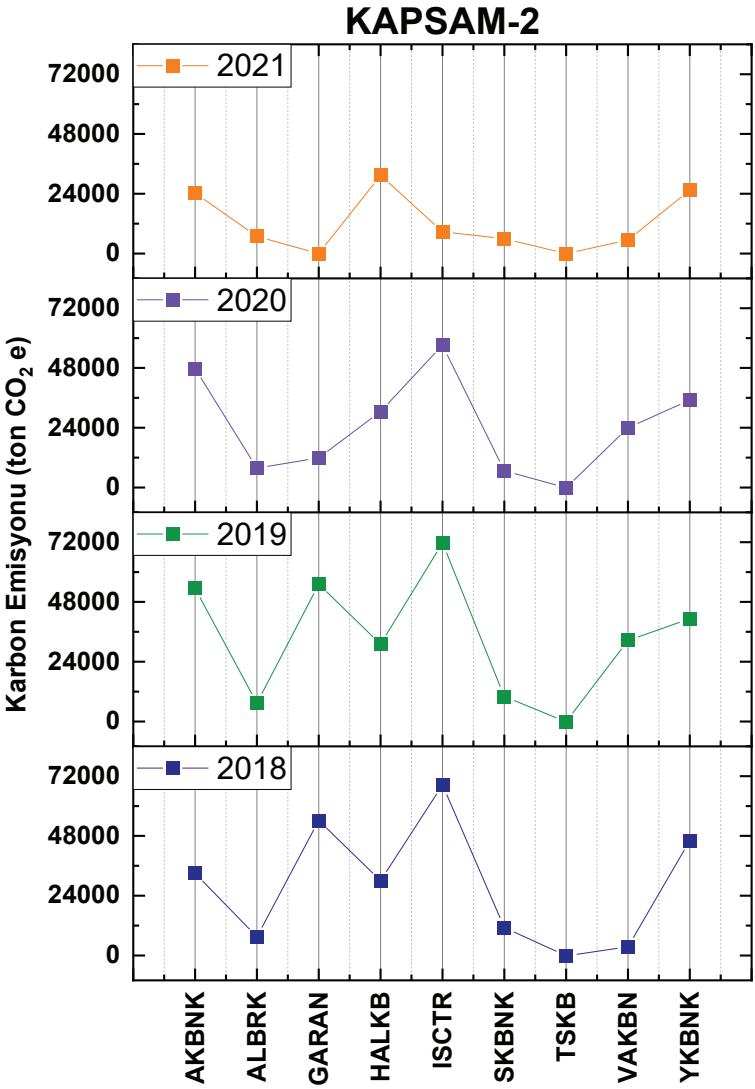
Şekil 3'te Kyoto Protokolü ve UNFCCC kapsamındaki yedi gazın kullanım sıklık yoğunlukları görülmektedir. İlk olarak, yedi gazın tamamından bahseden sektörler; İmalat-Gıda, İçecek-Tütün ve Ulaştırma, Depolama ve Haberleşme sektörleridir. İkinci olarak yedi gazdan sadece biri olan "$CO_2$ (3)" bahseden İnşaat ve Bayındırlıktır. İnşaat ve Bayındırlıktan sonra çok az karbon gazından bahseden ise Teknoloji / Bilişim ve Savunma (19) olarak söylenebilmektedir. Ayrıca yedi gazdan en çok bahsedilen "$C0_2$ (192)" gazıdır. Bu gaza en çok önem veren iki sektör ise Mali Kuruluşlar / Bankalar ve İmalat / Gıda, İçecek ve Tütün sektörleridir. Dikkat çeken bir diğer nokta ise "HFC (52)" gazının en yoğun kullanıldığı sektörün İmalat / Gıda, İçecek ve Tütün sektörü olduğudur.

Karbon emisyon kapsam 1, kapsam 2 ve kapsam 3 değerlendirmeleri özellikle endekste en fazla sayıya sahip olan sektör olduğundan mali kuruluşlar ve bankalar açısından ele alınmıştır.




*Şekil 4. BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bulunan Bankaların Karbon Emisyon (ton $CO_2$e) Kapsam-1 Grafiği*

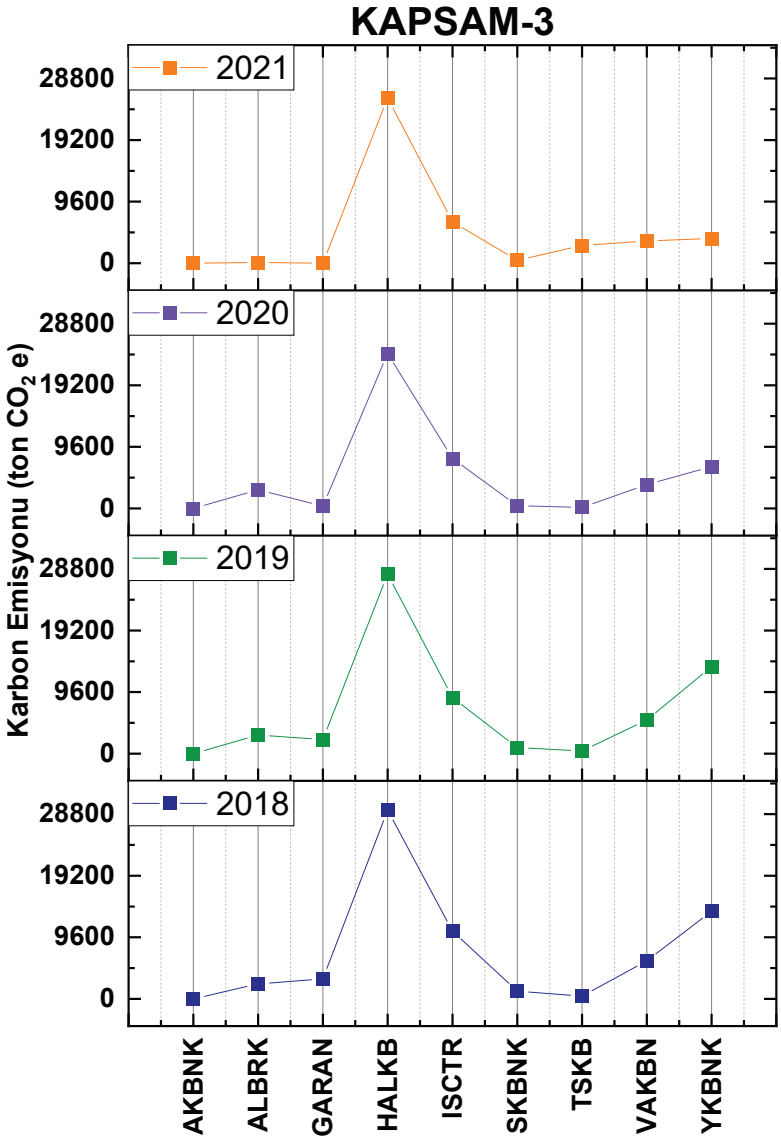
Mali kuruluşlar ve bankaların Kapsam 1 emisyonları yıl bazında değerlendirildiğinde AKBNK 2018 yılında düşük bir emisyon değerine sahipken 2021 yılında bu değer artmıştır. ALBRK, HALKB, ISCTR, SKBNK bankalarının emisyon değerleri 2018-2021 yıl bazında çok fazla artış ve azalış yoktur. GARAN, 2018-2020 yılları arasında çok fazla bir artış söz konusu değil ve 2021 yılında azalma mevcuttur. VAKBN ve YAKBNK'nın karbon emisyonlarındaki değişimleri grafikte görülmektedir. Bunun yanı sıra, en yüksek karbon emisyon değerine sahip bankanın ISCTR'dır. Bu bilgiler, bankaların çevresel performanslarının analiz edilmesi ve sürdürülebilirlik stratejilerinin geliştirilmesi açısından önemlidir.




*Şekil 5. BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bulunan Bankaların Karbon Emisyon (ton CO2 e) Kapsam-2 Grafiği*

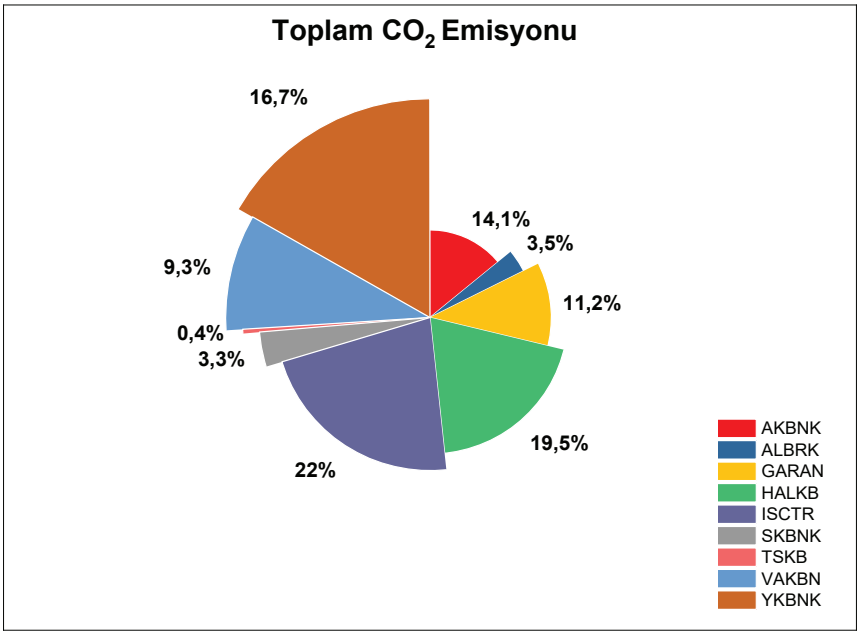
Şekil 5'te bankaların Kapsam 2 emisyonları yıl bazında değerlendirildiğinde AKBNK'nın emisyon değerleri 2018-2021 yılları arasında değişiklik gösterirken, ALBRK ve HALKB'nin emisyon değerlerinde büyük bir farklılık görülmemektedir. GARAN, 2018-2019 yılları arasında karbon emisyon değerleri yüksek olsa da, 2020-2021 yıllarında azalış göstermiştir. ISCTR, 2018-2020 yılları arasında yüksek karbon emisyon değerlerine sahipken 2021 yılında azalış göstermiştir. SKBNK ve TSKB, 2018-2021

yıl bazında çok büyük bir değişiklik yoktur. VAKBN ve YAKBNK ise 2018-2021 yılları arasında artış ve azalış görülmektedir. Ayrıca karbon emisyon değerleri olarak 2018-2021 yılları arasında en yüksek değere sahip bankalardan biri ISCTR'dır.




*Şekil 6. BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bulunan Bankaların Karbon Emisyon (ton CO2 e) Kapsam-3 Grafiği*

Bankaların 2018-2021 yılları arasındaki karbon emisyonları kapsam 3 bazında Şekil 6'da gösterilmektedir. HALKB en yüksek emisyon değerine sahipken, AKBNK, ALBRK, GARAN ve SKBNK ise 2021'de sıfıra yakın emisyon değerleriyle öne çıkmaktadır. Bu çerçevede, AKBNK, ALBRK, GARAN ve SKBNK gibi bankaların sıfıra yakın karbon emisyonları ile öne çıkması, bu bankaların sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşma konusundaki kararlılıklarını göstermektedir.




*Şekil 7. BIST Sürdürülebilirlik Endeksinde Bulunan Bankaların Toplam Karbon Emisyon (ton CO2 e) Grafiği*

Bu pasta grafik, mali kuruluşların/bankaların toplam karbon emisyon değerlerini açık bir şekilde göstererek, sektörün genel çevresel performansını değerlendirmek için önemli bir araçtır. Grafikte görüldüğü gibi, en yüksek karbon emisyon değerine sahip banka % 22 ile ISCTR olurken, bu bankayı % 19,5 ile HALKBN ve % 16,7 ile YKBNK takip etmektedir. Öte yandan, TSKB, SKBNK ve ALBRK gibi bankaların karbon emisyon değerleri oldukça düşüktür ve bu bankalar sürdürülebilirlik stratejileri açısından örnek teşkil etmektedirler. Bu nedenle, sektör genelinde karbon ayak izinin azaltılması ve sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşılması için bu bankaların uyguladığı stratejilerin ve en iyi uygulamaların diğer finansal kuruluşlar tarafından da benimsenmesi önemlidir.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

Sera gazı emisyonlarının neden olduğu küresel ısınma, insan toplumunun sürdürülebilir gelişimi için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Son yıllarda, çevre sorunlarının ağırlaşmasıyla birlikte, dünyada düşük karbonlu ekonomi ve teknolojiden defalarca bahsedilmiştir. Bu nedenle düşük karbonlu operasyonun nasıl sağlanacağı ve enerji endüstrisinin gelişimi, karbon emisyonunun azaltılması görevinin önemli bir parçasıdır.

2018-2021 yılları arasındaki sürdürülebilirlik/entegre raporları analiz edildiğinde, çoğu şirketin sürdürülebilirlik/entegre raporlarında karbon muhasebe çerçevesinde ifadelere yer verdiği görülmüştür. Özellikle, Kyoto Protokolü ve UNFCCC kapsamındaki yedi gazın ve çevresel performansın ölçümü ve raporlanması için kullanılan Kapsam 1,2 ve 3 standartları analiz edilmiştir. Analiz sonucunda Protokol ve UNFCC kapsamındaki yedi gazdan en fazla bahsedilen; "$CO_2$" ve "CH4" olduğu belirlenmiştir. Ayrıca birkaç gazdan ise çok az bahsedilmiştir. Sektör içerisinde en çok şirkete sahip olan Mali Kuruluşlar/Bankalar'ın Kapsam 1,2 ve 3 standartları analiz edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre karbon emisyonlarında bankaların 2018-2021 yıllar arasında değişiklikler gösterdiği ve karbon emisyonlarında azalış sağlayan bankaların olduğu belirlenmiştir.

Ölçülen emisyonlar, şirketin çevre üzerindeki etkisini doğrudan yansıtmaktadır. Şirketin emisyonlarını azaltmak için atabileceği adımların belirlenmesine yardımcı olur. Emisyonlarn azaltılması, sürdürülebilir bir geleceğe yönelik çabaların bir parçasıdır. Şirketlerin hem çevresel etkilerini en aza indirgemeleri hem de şirketin finansal performansını ve itibarını güçlendirmek için önemlidir. Karbon emisyonları, dünya genelinde artmakta ve bu nedenle karbon emisyonlarının azaltılması ve sürdürülebilir bir geleceğin oluşturulması için küresel bir çaba gerekmektedir. Karbon emisyonlarına karşı mücadele etmek, sadece iklim değişikliğiyle mücadele etmekle kalmayıp, aynı zamanda insan sağlığı, biyoçeşitlilik ve ekonomik refah gibi diğer birçok alanı da etkilemektedir. Ölçülen emisyonların yanı sıra, şirketlerin çevresel etkileri de geniş bir yelpazede değerlendirilmelidir. Su kullanımı, atık yönetimi, doğal kaynakların tüketimi gibi faktörler de dikkate alınmalıdır. Bu faktörlerin tümü, şirketlerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak şekilde ele alınmalıdır. Şirketler, sürdürülebilirlik hedeflerini benimsemeli ve uygulamalıdır. Şirketlerin sürdürülebilirlikle ilgili hedefleri, finansal kazançlardan daha fazlasını hedefler; çevre ve toplumla uyumlu davranarak sorumluluklarını yerine getirirler ve bu, şirketlerin itibarlarının güçlenmesine yardımcı olacaktır. Bu konuda akademik çalışmaların farklı yıllar ve farklı analiz yöntemleri kullanılarak yapılması konunun dikkat çekmesi çerçevesinde önem arz etmektedir.

# KAYNAKLAR

Al Sholi, H. Y., Wakjira, T., Kutty, A. A., Habib, S., Alfadhli, M., Aejas, B., ... & Kim, D. (2023). How circular economy can reduce Scope 3 carbon footprints: Lessons learned from FIFA World Cup Qatar 2022. *Circular Economy*, 100026.

B Bowen, F., & Wittneben, B. (2011). Carbon accounting: Negotiating accuracy, consistency and certainty across organisational fields. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *24*(8), 1022-1036.

Chen, H., Wang, R., Liu, X., Du, Y., & Yang, Y. (2023). Monitoring the enterprise carbon emissions using electricity big data: A case study of Beijing. *Journal of Cleaner Production*, 136427.

Chew, Z. L., Tan, E. H., Sathiamurthy, A., Palaniandy, L., Woon, K. S., & Phuang, Z. X. (2023). An integrated life-cycle greenhouse gas protocol accounting on oil palm trunk and empty fruit bunch biofuel production. *Science of The Total Environment*, *856*, 159007.

Dogan, E., Chishti, M. Z., Alavijeh, N. K., & Tzeremes, P. (2022). The roles of technology and Kyoto Protocol in energy transition towards COP26 targets: evidence from the novel GMM-PVAR approach for G-7 countries. *Technological Forecasting and Social Change*, *181*, 121756.

Gibassier, D., El Omari, S., & Naccache, P. (2020). Institutional work in the birth of a carbon accounting profession. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, *33*(6), 1447-1476.

Ji Jiang, W., & Sun, Y. (2023). Which is the more important factor of carbon emission, coal consumption or industrial structure?. *Energy Policy*, *176*, 113508.

Kim, Y. (2021). Technological innovation, the kyoto protocol, and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, *7*(3), 198.

Liu, X., Zhou, X., Zhu, B., He, K., & Wang, P. (2019). Measuring the maturity of carbon market in China: An entropy-based TOPSIS approach. *Journal of cleaner production*, *229*, 94-103.

Lookingbill, V. (2022). Examining nonsuicidal self-injury content creation on TikTok through qualitative content analysis. *Library & Information Science Research*, *44*(4), 101199.

Loomis, A., Davis, A., Cruden, G., Padilla, C., & Drazen, Y. (2021). Early childhood suspension and expulsion: A content analysis of state legislation. *Early childhood education journal*, 1-18.

Neuendorf, K. A. (2002). The Content Analysis Guidebook Thousand Oaks: Sage.

Pata, U. K., & Ertugrul, H. M. (2023). Do the Kyoto Protocol, geopolitical risks, human capital and natural resources affect the sustainability limit? A new

environmental approach based on the LCC hypothesis. *Resources Policy*, *81*, 103352.

Schulman, D. J., Bateman, A. H., & Greene, S. (2021). Supply chains (Scope 3) toward sustainable food systems: an analysis of food & beverage processing corporate greenhouse gas emissions disclosure. *Cleaner Production Letters*, *1*, 100002.

S Song, Y., Liu, T., Ye, B., Zhu, Y., Li, Y., & Song, X. (2019). Improving the liquidity of China's carbon market: Insight from the effect of carbon price transmission under the policy release. *Journal of Cleaner Production*, *239*, 118049.

Spilker, G., & Nugent, N. (2022). Voluntary Carbon Market Derivatives: Growth, Innovation, & Usage. *Borsa Istanbul Review*.

Standard, T. G. G. A. R. (2022). Financed Emissions. The Global GHG Accounting and Reporting Standard for the Financial Industry (carbonaccountingfinancials.com)

Tong, Y., Wang, K., Liu, J., Zhang, Y., Gao, J., Dan, M., ... & Zhao, Z. (2023). Refined assessment and decomposition analysis of carbon emissions in high-energy intensive industrial sectors in China. *Science of The Total Environment*, 162161.

WRI and WBCSD (2011). GHG Protocol, Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard, Supplement to the GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard. Retrieved from Greenhouse Gas Protocol. https://ghgprotocol.org/sites/default/files/standards/Corporate-Value-Chain-Accounting-Reporing-Standard.

Ültay, E., Dönmez Usta, N. ve Durmuş, T. (2017). Descriptive content analysis of mental model studies in education. Education for Life, 31(1), 21-40.

X Xin-gang, Z., Wenjie, L., Wei, W., & Shuran, H. (2023). The impact of carbon emission trading on green innovation of China's power industry. *Environmental Impact Assessment Review*, *99*, 107040.

X Xu, H., Pan, X., Li, J., Feng, S., & Guo, S. (2023). Comparing the impacts of carbon tax and carbon emission trading, which regulation is more effective?. *Journal of Environmental Management*, *330*, 117156.

Y Yang, S. (2023). Carbon Emission Trading Policy and Firm's Environmental Investment. *Finance Research Letters*, 103695.

Y Yu, X., Shi, J., Wan, K., & Chang, T. (2022). Carbon trading market policies and corporate environmental performance in China. *Journal of Cleaner Production*, *371*, 133683.

Z Zhang, Q., Zhang, S., & Li, J. (2023). Does carbon emission trading mitigate firm's default risk? Evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, 136627.

Zhang, Z. (2022). China's carbon market: development, evaluation, coordination

of local and national carbon markets, and common prosperity. *Journal of Climate Finance*, 100001.

Zhou, Y., Wu, S., & Zhang, Z. (2022). Multidimensional risk spillovers among carbon, energy and nonferrous metals markets: Evidence from the quantile VAR network. *Energy Economics*, *114*, 106319.

# BÖLÜM 23

## UZAKTAN ÇALIŞMANIN GELECEĞİ: ENGELLİLER İÇİN KALICI BİR UYGULAMA OLABİLİR Mİ?

*Aykut AYDIN*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, ORCID: 0000-0003-2834-1416.

## Giriş

Uzaktan çalışma, esnek çalışma türlerinden birisi olarak, son dönemlerde ismini sıklıkla duyduğumuz bir çalışma biçimidir. COVID-19 pandemisi, öncesinde zaten mevcut olan uzaktan çalışmanın görünürlüğünü artıran belki de en önemli faktör olmuştur. Pandemiyle birlikte uzaktan çalışma biçimi zorunlu da olsa son derece yaygınlaşmıştır. Engellilerin, istihdam piyasasındaki dezavantajlı durumları birçok nedenden ileri gelmektedir. En önemli nedenlerden birisi fiziksel hareket kabiliyetlerindeki zayıflıktır. Uzaktan çalışma, engellilerin istihdamında yeni bir dönüm noktası şeklinde kabul edilebilir. Bu kabulün ardında yatan başlıca unsurlar; erişilebilirlik, fırsat eşitliği, işgücüne katılım, damgalanmadır. Uzaktan çalışma, engelliler nezdinde tüm bu unsurların yeniden ele alınmasını sağlamıştır.

Çalışmada, önce, uzaktan çalışmanın kavramsal arka planına yer verilecek, ardından pandeminin uzaktan çalışmayı yaygınlaştırması ve bu süreçte engellilerin deneyimlerine değinilecektir. Bir diğer başlık altında uzaktan çalışmanın, engelli çalışanlar için avantajları incelenecektir. Sonrasında, uzaktan çalışmanın geleceği, uzaktan çalışmanın pandeminin ekonomik sonuçlarına yönelik geçici bir çözüm yöntemi mi, yoksa kalıcı bir çalışma şekli mi olduğu sorularına yanıtlar arayarak tartışılacaktır.

## 1. Kavramsal Arka Plan

Uzaktan çalışma, çalışanların teknoloji kullanımı nedeniyle kuruluş dışında iş görevlerini takip edebildiği bir çalışma modelini ifade etmektedir (Ferrara vd., 2022: 1). Bu model, özellikle son yaşadığımız pandeminin neden olduğu kısıtlamalar sonucunda yaygın biçimde tatbik edilmeye ve tartışılmaya başlanmıştır.

Pandeminin başlangıcında, dünyanın dört bir yanındaki hükümetler virüsün bulaşmasını azaltmak için ulusal kısıtlamalar getirmiş ve insanlara mümkün olduğunca evden çalışmalarını tavsiye etmiştir. Birçok kuruluş ilk kez uzaktan çalışmaya zorlanmış ve ofis tabanlı çalışanlarının evden çalışmasını zorunlu hale getirmiştir. Neredeyse bir gecede işverenler, masa başı çalışanlarının evden çalışmasına izin veren altyapı, politikalar ve prosedürler oluşturmak zorunda kalmıştır. Bir zamanlar yöneticiler için bir "ayrıcalık" olarak görülen evden çalışma, çoğu ofis çalışanı için zorunlu hale gelmiştir (Holland, 2021: 166).

COVID-19 salgını, 2020 boyunca, çalışanların % 50'sinden fazlasının uzaktan çalışmasıyla evden çalışan insan sayısını önemli ölçüde artırmıştır. Uzaktan çalışmanın mevcut popülerliği, yüksek hızlı internet, video konferans teknolojisi, uzaktan iş birliğinin yaygınlığı ve gelişen diğer teknolojiler aracılığıyla giderek daha da yaygınlaşmıştır (Orr ve Savage, 2021).

Daha önce evde çalışmayı yasaklamış olan birçok kuruluş, evden çalışmayı kolaylaştırmak için pandeminin başlangıcında hızlı ve esnek hareket etmek zorunda kalmıştır. Bu, çalışanların ve işverenlerin büyük bir bölümünün vazgeçmeye isteksiz olduğu evden çalışma alanında ani bir büyümeye yol açmıştır (Holland, 2021: 170). COVID-19 salgınının yol açtığı çalışma kalıpları ve yapılarındaki köklü değişiklik, işverenlerin işyerini yeniden tasarlaması ve engelli meslektaşlarının hem işte hem de evde ihtiyaç duyabilecekleri düzenlemeleri incelemesi gerektiği anlamına da gelmektedir. Engelli çalışanlar için pek çok avantajın yanı sıra evden çalışmanın temel faydalarından birisi, onlara çalışma ortamları üzerinde daha fazla özerklik sunarak koşullarını daha etkin bir şekilde yönetmelerine olanak sağlamasıdır. Bu görüş, Lancaster Üniversitesi tarafından yürütülen bir araştırmaya göre, engelli insanların çoğunluğunun zamanın % 80 ila % 100'ü arasında evden çalışmak istemesi gerçeğiyle de desteklenmektedir (Dodd, 2022).

Pandemi, gerçekten de kurumsal politika ve uygulamaları, ani toplumsal değişime uyum sağlamaya zorlamıştır. Bu durumun, evden çalışmanın yaygınlaşmasına yönelik kalıcı bir değişime yol açıp açmayacağı önümüzde duran büyük sorudur (Holland, 2021: 170).

**2. Pandemi Sürecinde Engellilerin Deneyimleri**

COVID-19 salgını uluslar üzerinde çok büyük bir etki yaparken, aynı zamanda işyerlerini dönüştürmek ve engelli olan ve olmayan çalışanlar için daha fazla esneklik sunmak için benzeri görülmemiş bir fırsat yaratmıştır (Kanter, 2022). Pandemi sırasında masa başı mesleklerde çalışan birçok işçi için neredeyse evrensel olarak evden çalışmaya eşi görülmemiş ve ani geçiş, daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir çalışma biçimi potansiyeli sunmuştur (Holland, 2021, 162). Pandemiden önce işverenler genellikle, uzaktan çalışmanın külfetli olduğunu savunmaktaydı ve bazıları, bireyselleştirilmiş düzenlemelerin diğerlerine haksızlık olarak algılanabileceğine dair endişelerini dile getirmekteydi. Evden çalışma, yasal olarak korunan engellilik durumları belgelenmediği sürece nadiren bir düzenleme olarak sunulmaktaydı. Ancak, COVID-19 tarafından başlatılan küresel evden çalışma deneyi bu durumu değiştirmiştir. Birdenbire herkes, bulabildikleri her köşeden çalışmak üzere eve gönderilmiştir. Yaygın uzaktan çalışmaya geçiş, bazıları için oyun alanını etkili bir şekilde eşitlemiştir. Örneğin, hareketlilik sorunları olan insanlar, belirlenmiş birkaç park yerinden birine erişmek için sabah 6'da tren istasyonuna varmak zorunda kalmak veya araba kullanmak gibi her zamanki zorluklarla yüzleşmek zorunda kalmadan engelli olmayan meslektaşları ile aynı çalışma şansına sahip olmuştur (Ameri ve Kurtzberg, 2022).

COVID-19 salgını, uzaktan ve hibrit çalışmanın artmasıyla birlikte çalışma şeklimizi temelden değiştirmiştir. Pandemi sırasında birçok işçi, işletme ve sektör, değişen çalışma uygulamalarından fayda sağlarken, engelli olmayanlara göre daha yüksek işsizlik ve işten çıkarma oranlarıyla karşılaşan engelliler ekonomik serpintiden en çok etkilenenler arasında yer almıştır. COVID-19 salgını boyunca, yüzbinlerce işçi, büyük ölçüde sağlık sorunları nedeniyle işgücü piyasasından ayrılmıştır (Taylor, 2022). Çeşitli işgücü piyasası engelleri nedeniyle, engelli ve kronik sağlık sorunları olan kişilerde istihdam oranları düşük kalmıştır. İstihdam mümkün olduğunda ise, iş, istikrarsız ve düşük ücretli olma eğiliminde olmuştur. Pandemiden önce bile durum böyle iken, son kanıtlar, pandeminin bu eşitsizlikleri şiddetlendirdiğini göstermektedir. Engelli ve kronik sağlık sorunları olan kişilerin kendilerini orantısız bir şekilde buldukları güvencesiz işler, sağlık eşitsizliklerini daha da kötüleştirmektedir. Pandemi, iş ve sağlık güvencesizliğini, nüfusun zaten savunmasız olan bir kesimi için daha da belirgin hale getirmiştir. Pandemi, zaten düşük istihdam düzeyine sahip bir grup olan engelli ve kronik sağlık sorunları olan çoğu insan için doğrudan iş kayıplarına yol açmamış olsa da, bazı bulgular, COVID-19 nedeniyle işini kaybedenlerin diğerlerinden daha fazla mücadele ettiğini göstermektedir. İşi olmayan anket katılımcılarının mali durumlarının kötüleştiğini bildirme olasılığı daha yüksek gerçekleşmiştir. İstihdam, mali güvensizliğe bir tampon sağlasa da, istihdam edilen katılımcılar hala iş kaybıyla ilgili endişelerini bildirmişlerdir ve daha düşük ücretlerle birlikte artan güvencesizlikle karakterize edilen kötüleşen istihdam durumlarını anlatmışlardır (Maroto, 2021: 879-883).

Engelli bireyler, COVID-19 salgını sırasında giderek daha savunmasız hale gelmiştir. Virüsün yayılmasını durdurmaya yardımcı olmak için tasarlanan yeni önlemler, uzaktan çalışma uygulamalarının işverenler arasında daha geniş kabul görmesine yol açmıştır. Bu, daha önce daha yüksek giriş engelleriyle karşılaşacak olan engelli işçilere istihdam fırsatları açan bir kültürel değişimdi. Bu, engelli hakları hareketinin COVID-19'dan yıllar önce talep ettiği bir şeydi ve şimdi iki yeni çalışma ilerleme kaydedildiğini doğrulamaktadır. İlk olarak, Ekonomik İnovasyon Grubu (EIG) tarafından Mevcut Nüfus Araştırmasından elde edilen veriler kullanılarak yürütülen araştırma, 25-54 yaş arası engelli bireylerin 2022'nin 2. çeyreğinde istihdam edilme olasılığının pandemi öncesine göre % 3,5 daha fazla olduğunu ortaya koymuştur. Bu rakam, engelli olmayan işçilerin istihdam edilme olasılığının COVID-19'dan önceki duruma göre % 1,1 daha az olduğu bulgusuyla keskin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Çalışma, engelli bireylere ilişkin rakamın kısmen güçlü bir işgücü piyasasına yol açan ulusal işgücü eksikliklerinin bir sonucu olduğunu öne sürse de, eşit derecede önemli bir katkıda bulunan faktör, işverenler arasında pandemi sonrası

uzaktan çalışma uygulamalarına artan açıklık olmuştur. Evden çalışmak, engelli kişilerin, özellikle de hareket kabiliyeti kısıtlı olanların iş gücünün bir parçası olarak kalmasına yardımcı olmak için her zaman hayati bir düzenleme olmuştur. Bununla birlikte, uzaktan çalışmanın nasıl işleyeceği konusundaki tereddütler ve işverenler arasında bunu pratikte görme deneyimi eksikliği, geleneksel olarak engelli işçilerin üstesinden gelmesi gereken bir engel olmuştur. COVID-19, birçok açıdan, uzaktan çalışmayla ilgili kurumsal zihniyetlerin değişimini hızlandırmış ve ana akım haline getirmiştir. Engelli bireyler ise en çok yararlananlar arasında yer almıştır. New Hampshire Üniversitesi Engellilik Enstitüsü ile birlikte yürütülen "2022 Ulusal İstihdam ve Engellilik Araştırması", engelli çalışanların işe alınması, yerleştirilmesi ve elde tutulmasında önemli kazanımlar tespit etmiştir. Anket verilerine göre, esnek çalışma düzenlemelerinin kullanımı 2017'den 2022'ye kadar neredeyse iki katına çıkmıştır (Alexiou, 2022).

Pandemi sürecinde işyerinde hastalığa maruz kalmaktan kaçınmanın birincil yollarından biri evde çalışmak olmuştur. İlk tecritten önceki haftalarda örneğin, Birleşik Krallık'ta yalnızca yaklaşık on işçiden birinin düzenli olarak evde çalıştığını ve engelli kişilerin engelli olmayan kişilere göre evden çalışma olasılığının önemli ölçüde daha düşük olduğunu görülmektedir. Şaşırtıcı olmayan bir şekilde, Şubat ve Nisan 2020 arasında çoğunlukla evde çalışan kişilerin sayısında büyük bir artış olmuştur. Ancak, engelli ve engelli olmayan kişiler arasındaki uçurum artmıştır. Nisan 2020'de engelli kişilerin % 30'u evden çalışırken, engelli olmayan kişilerin % 40'ı evde çalışmaktaydı ve bu boşluk, pandemi boyunca devam etmiştir. Bunun yerine evde çalışamayan birçok kişi, sokağa çıkma kısıtlamalarına yanıt olarak çalışma saatlerini azaltmıştır (Bryan vd., 2021: 3).

Diğer yandan engelli çalışanlar, pandemide engelsiz çalışanlara göre nispeten daha büyük zorluklar yaşamışlardır. İşverenlerinin işini kaybetmesi nedeniyle işten çıkarılma olasılıkları daha yüksektir, çalışamazlarsa maaş alma olasılıkları daha düşüktür ve kendileri veya bir aile üyesi için tıbbi bakıma erişimde daha fazla zorluk yaşamaları beklenmektedir. Regresyon modellerinden elde edilen sonuçlar, engelli kişiler arasında genel olarak daha düşük uzaktan çalışma oranının, öncelikle uzaktan çalışmaya uygun olmayan mavi yakalı ve hizmet mesleklerinde çalışma olasılıklarının daha yüksek olmasından kaynaklandığını göstermektedir. Genel olarak, engeli olan ve olmayan kişiler arasındaki uzaktan çalışma farkının yarısından fazlası (% 54) mesleki dağılımdaki farklılıklarla açıklanmaktadır. Uzaktan çalışmanın diğer yordayıcıları arasında cinsiyet (kadın olmak), eğitim (lisans veya yüksek lisans derecesine sahip olmak) ve yaş (50 yaşın altında) yer almaktadır. Bu sonuçlar, engelli kişilerin daha düşük ücret ve daha az iş güvencesi ile mavi yakalı ve temel hizmet işlerine daha az konsantre olmalarını sağlamak için mesleki dağılımda daha uzun vadeli

yapısal değişikliklerin önemini vurgulamaktadır (Kruse vd., 2022: 193).

Birkaç çalışma, pandemi sürecinde engelli çalışanların deneyimleri ile ilgili saha bilgisi vermektedir. Bu çalışmalardan Ferrara vd. (2022: 10)'nin çalışması, daha önce COVID salgınıyla ilgili yayınlanmış uzaktan çalışma ile ilgili çalışmaları ele almış ve uzaktan çalışmanın çalışanların refahı ve üretkenliği üzerindeki etkisiyle bağlantılı heterojen bir tablo ortaya koymuştur. Maroto (2021: 881-890)'nun çalışması, evden çalışma olanağının tüm çalışanlara açık olmadığını göstermektedir. Yapılan ankete katılanların çoğu evden çalışmaya geçiş yapabilmiştir. Yönetim işlerinde çalışan katılımcıların; işletme, finans ve idare alanlarındaki işlerde; bilimle ilgili işlerde; ve eğitim, sanat, devlet ve hukuk sektörlerindeki işlerde - özellikle beyaz yakalı mesleklerin - evden çalıştıklarını bildirme olasılığı en yüksek düzeyde gerçekleşmiştir. Bu işlerde yanıt verenlerin % 70'i ila % 80'i pandemi sırasında evden çalışabilmiştir. Öte yandan kamu sektöründe, sendikalı, güvenceli ve sosyal yardımlı işlerde çalışan ve uzaktan çalışmaya geçiş yapma olasılığı daha yüksek olan işçilerin, daha az gelir kesintisi yaşaması ve daha az finansal güvensizlik yaşamasının daha olası olduğu görülmüştür. Dolayısıyla uzaktan çalışma ayrıcalığına erişimin, meslekler ve sosyoekonomik gruplar arasında eşit olmayan bir şekilde dağıldığı söylenebilir (Orr ve Savage, 2021).

### 3. Engelliler İçin Uzaktan Çalışmanın Avantajları

Uzaktan çalışma, engelli çalışanlara kendi evlerinde çalışma şansı sunmakta, bu da daha fazla esneklik, erişilebilirlik, işe gidip gelme süresi ve giderlerinde tasarruf ve hatta işyerinde ele alınamayan tıbbi sorunların ele alınması için gerekebilecek bir mahremiyet sunmaktadır. Uzaktan çalışan birçok engelli ve engelsiz çalışanların daha üretken oldukları ve esneklik, iş-yaşam dengesi ve işe gidip gelme süresi ve giderlerinde tasarruf sağladıkları için uzaktan çalışmayı tercih ettikleri bilinmektedir. Uzaktan çalışmayı benimseyen işverenlerin argümanları ise, uzaktan çalışmayı, uzaktan çalışanların moralini yükseltmenin, işe alım ve elde tutmayı artırmanın ve gayrimenkul maliyeti tasarrufları yoluyla kârlılığı artırmanın bir yolu olarak görmeleridir. İşverenler ayrıca uzaktan çalışmayı "daha az yerel kısıtlamayla yeni yetenek havuzlarına erişme" fırsatı olarak da karşılamaktadır. Potansiyel yeni yetenek havuzlarından biri, özellikle erişilebilir ulaşımın olmaması nedeniyle işe gitmekte güçlük çeken veya erişilemeyen işyerleri nedeniyle iş bulmakta ve işi sürdürmekte güçlük çeken engelli insanlardan oluşmaktadır. Uzaktan çalışma aynı zamanda günümüzde birçok işyerinde var olan yeteneksizlik konusunda farkındalık yaratma potansiyeline sahiptir (Kanter, 2022).

Orr ve Savage (2021)'a göre uzaktan çalışmanın, çalışanlar ve işverenler için artan üretkenlik, daha iyi iş-yaşam dengesi, azaltılmış işe gidip

gelme süresi ve trafik sıkışıklığı, azaltılan emisyonlar ve maliyet tasarrufları dahil olmak üzere birçok faydası bulunmaktadır. Ferrara vd. (2022: 1)'ye göre uzaktan çalışma, çalışanların kendileri ve işyerleri hakkındaki algılarını etkileyerek, iş-yaşam dengesi başta olmak üzere fiziksel ve ruhsal sağlıklarına katkı sağlamaktadır.

Engelli çalışanlar, yeni statükoyu inanılmaz derecede faydalı bulmaktadır. Uzaktan çalışmanın bir avantajı, fiziksel erişilebilirlik engellerinin ve engelli çalışanlar için ulaşım sorunlarını ortadan kaldırmasıdır. Bir çalışma alanına gidip gelme zorunluluğunun kalkması, uzaktan çalışan herkes için bir avantajdır. Bununla birlikte, özellikle engelli çalışanlar için, yeterli toplu taşıma eksikliği gibi ulaşım engellerini aşmak zorunda kalanlar için, bunu yapma zorunluluğunun derhal kaldırılması, çeşitli bir işgücü potansiyeli açmakta ve genel olarak bağımsız yaşamı iyileştirmektedir. Uzaktan çalışma ayrıca, çalışanlara, çalışma alanlarını özelleştirme olanağı sağlamakta ve rahat oldukları yardımcı teknolojiyi kullanmalarına olanak tanımaktadır. Örneğin, görme engelli kişiler, yardımcı teknolojiyi dinlemek ve bunlarla etkileşim kurmak için huzur ve sessizliğe sahip oldukları evde çalışmayı daha kolay bulabilirler. Ancak, işitme engeli yaşayan kişiler Zoom aramalarına veya telefona erişmekte zorlanabilirler. Duyusal zorluklar yaşayanlar için uzaktan çalışma olgusunun bir avantajı, erişilebilir seçenekler sunmasıdır. Örneğin, işitme kaybı olan bir çalışan, telefon görüşmeleri gibi işinin belirli unsurlarıyla mücadele etmiş olabilir, ancak uzaktan çalışma trendi nedeniyle, artık onlar için daha fazla seçeneğe sahiptir. Günlük görevler giderek daha fazla e-posta, sohbet ve anlık mesaj yoluyla yapılmaktadır. Nöroçeşitliliğe sahip çalışanlar için yoğun bir ofis ortamı hoş değildir, çoğunlukla erişilebilir imkanların az olduğu bir seçenektir. Ancak evden çalışma, çalışanlara çevre ve rutinler üzerinde çok daha fazla kontrole sahip, daha güvenli, daha az teşvik edici ortamlar sunduğundan, uzaktan çalışmayı kullanarak nöroçeşitli semptomlara sahip çalışanlar dahil edilebilir. Avantajlar arasında konaklama için daha sağlam seçenekler, geliştirilmiş erişilebilirlik yetenekleri, seçmek için daha geniş bir çalışan havuzu, maliyet düşürme ve artan dakiklik de sayılabilir (Ashford, 2021).

Pandemi öncesinde ve sırasında yürütülen araştırmalar, evde çalışmanın üretkenliği artırabileceğini göstermiştir. Artan üretkenlik ve maliyet tasarrufları, bazı işverenleri evden çalışma kullanımını artırmaya yöneltiyor gibi görünmektedir. Eylül 2020'de Birleşik Krallık'ta ankete katılan şirket yöneticilerinin neredeyse yarısı (% 44) iş yeri kullanımının azalmasının evden çalışmanın daha etkili hale gelmesinden kaynaklandığını bildirmiştir. Uzaktan çalışmanın artan kullanımı, mülk maliyetlerini azaltabilen kuruluşlar için ekonomik faydalar da sağlamaktadır (Holland, 2021: 167).

Uzaktan çalışma, engelli kimselerin iş bulmalarına ve sürdürmelerine yardımcı olmuştur. Pandemi sayesinde, uzaktan çalışma engelli çalışanların artan istatistiklerinde önemli bir rol oynamıştır. Uzaktan çalışma daha engelsiz bir ortam yaratarak engelli kişilerin en üst düzeyde çalışmalarına yardımcı olabilir. Uzaktan çalışma, fiziksel engelli kişilerin ofise ulaşımda yaşadığı güçlüklere karşı özellikle toplu taşımanın olmadığı kırsal alanlarda iş bulma şansı verebilir (Gonzales, 2022).

Evden çalışma, işyeri çatışmasını ve damgalamayı önleme potansiyeline sahiptir ve evden çalışmaya elverişli işlere sığınması gereken engelli işçilerin işe alınmasını teşvik edebilir. Bununla birlikte, çalışanların evden çalışma kararı üzerinde seçim ve kontrole sahip olması ve kuruluşların evden çalışmanın potansiyel olarak olumsuz etkilerini azaltmak için önlemler alması önemlidir (Holland, 2021: 170).

Uzaktan çalışmanın engelli sağlığı üzerinde de etkisinden söz edilmektedir. Uzaktan çalışma için artan fırsatlar, birçok kişinin ekonomik istikrarı sürdürmesine ve finansal toksisiteden kaçınmasına yardımcı olma potansiyeline sahiptir. Kruse vd. (2022: 194)'ye göre, evden çalışma seçeneğine sahip olmak, hem tedavi gören hem de daha kalıcı sağlık sorunları olan kanserden kurtulanlar için kritik öneme sahip olabilir. Engelli kişiler arasında evden çalışma düzenlemelerine ilişkin araştırmaların yetersizliği göz önüne alındığında, bulgular, engelli çalışanlar arasında ev eksenli çalışma sıklığı ve kanserden kurtulanlar üzerindeki etkileri hakkında bilgide anlamlı bir artış oluşturmaktadır (Kruse vd., 2022: 194).

Yeni bir Work Foundation raporu, engelli çalışanlar için uzaktan ve hibrit çalışmanın faydalarını araştırmıştır; ancak bazılarının sağlık ve kariyer ilerlemesi arasında bir seçim yapmaktan korktuğunu da açıkça ortaya koymuştur. Anket, engelli çalışanların % 85'inin uzaktan çalışırken daha üretken olduklarını hissettiklerini ve % 70'inin bu şekilde çalışmalarına artık izin verilmezse sağlıklarının olumsuz etkileneceğini söylediğini ortaya çıkarmıştır. Çalışma ortamları üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmak, engelli çalışanlar için temel faydalardan biri olarak vurgulanmıştır ve birçoğu bunun sonucunda sağlıklarında, iş kalitelerinde ve genel iş tatminlerinde önemli gelişmeler olduğunu bildirmiştir. Örneğin otistik çalışanlar, açık plan bir ofiste yapması daha zor olan evde aydınlatma ve gürültü seviyelerini kontrol edebilmenin faydalarını vurgulamışlardır. Diğerleri, evde çalışmanın, meslektaşlarına ne yaptıklarını gerekçelendirmek veya açıklamak zorunda kalmak yerine, ilaç vermek, kolostomi torbasını değiştirmek ve tıbbi randevuları telefonla almak gibi sağlık koşullarını özel olarak yönetmek için adımlar atmalarına izin verdiğini açıklamıştır. Araştırma, bazı engelli çalışanların uzaktan çalışırken yaşadıkları zorluklara da dikkat çekmiştir. Endişe verici bir şekilde, birçok kişi evden çalışmanın eğitim fırsatlarının göz ardı edilmesi anlamına geleceğinden korkmaktadır.

İki veya daha fazla engeli olan katılımcıların, uzaktan çalışmanın olumsuz etkilerini tahmin etme olasılığı daha yüksektir. Birden çok engeli olan katılımcıların % 63'ü, tek bir bozukluğu olanların %47'sine kıyasla, ücret ve kariyer ilerlemelerinin olumsuz etkilenebileceğini kabul etmektedir. Uzaktan çalışırken ek destek veya yeni ayarlamalar talep eden tüm anket katılımcılarının yaklaşık 5'te 1'inin (% 19,1) talepleri reddedilmiş ve hiçbir alternatif düzenleme yapılmamıştır. Bu bulgu özellikle endişe vericidir ve bazı işverenlerin engelli personelini desteklemek için yasal sorumluluklarını tam olarak anlayamayabildiklerini düşündürmektedir. Ankete katılanların % 65'inden fazlası haftanın büyük bir bölümünde uzaktan çalışmak istediklerini söylerken, yaklaşık % 10'u ağırlıklı olarak evden çalışmak istemediklerini belirtmiştir. Engelli çalışanlar çalışma ortamlarını kontrol edebildiklerinde, koşullarını daha kolay yönetebilmekte, kendilerini daha sağlıklı ve daha üretken hissetmektedir (Taylor, 2022).

Uzaktan çalışmanın dezavantajları olarak bahsedilebilecekler ise, uzaktan çalışma ekipmanı sağlamanın yüksek maliyeti, personelden ayrılma, sosyal katılımın olmaması ve yeterli ekipman veya mobilya olmadan evden çalışan engelli çalışanlar için potansiyel baskıdır (Ashford, 2021).

## 4. Uzaktan Çalışmanın Geleceği: Engelliler İçin Kalıcı Bir Uygulama Olabilir Mi?

Uzaktan çalışmadaki benzeri görülmemiş artışın, işverenlerin bu tür düzenlemeleri kabul etmesi üzerinde kalıcı etkileri olabilir mi ya da uzaktan çalışma, engelli kişiler için daha yaygın bir işyeri düzenlemesi haline gelebilir mi (Kruse vd., 2022: 183) sorusu yaşadığımız son pandemi ile birlikte gittikçe daha fazla sorulur hale gelmiştir.

Uzaktan çalışmanın, engelli bireyler için uzun süredir umut vaat ettiği söylenebilir. Birçokları için evden çalışmak, çalışmayı daha az acı verici, daha onurlu ve teknolojik olarak mümkün kılmaktadır. Bazıları içinse uzaktan çalışma, iş gücüne giden tek yoldur (Shu, 2022: 61).

Pandemi, gerçekten de işverenlerin evden çalışmayı daha fazla kabul etmesini sağlamış ya da bir açıdan onları mecbur kılmıştır (Kruse vd., 2022: 193). Bugün, her gün ofise giremememenin, sayısız rol için eskiden olduğu gibi istihdam engeli olmadığı söylenebilmektedir. Modern, açık, esnek ve çeşitli bir toplumda bir daha olması da pek olası gözükmemektedir (Alexiou, 2022). Ancak engelli veya engelsiz her çalışan için uzaktan çalışma fırsatları eşit ya da adil biçimde dağıtılmış değildir. Örneğin, masa başı rollerde istihdam edilen engelli işçilerin şansı uzaktan çalışma için daha elverişli görünmektedir. Öte yandan işyeri katılığı (esneksizliği), engelli kişilerin yaşadığı daha yüksek iş kaybı ve işsizlik oranlarına neden olabilmektedir. COVID-19 salgınından önce, birçok ülkede zaten önemli engelli istihdam açıkları söz konusuydu. Daha önceki durgunluklardan

elde edilen kanıtlara göre, pandemiden kaynaklanan küresel durgunluğun, engelli olmayan çalışanlara kıyasla engelli çalışanların istihdamı üzerinde muhtemelen daha şiddetli ve daha uzun süreli bir etkisi olacaktır. Birleşik Krallık'ta, pandemiden bu yana engelli istihdam açığının genişlediğine dair kanıtlar zaten bulunmaktadır. Öte yandan, pandemi, çalışma düzenlemelerinde masa başı rollerde çalışan engelli işçiler için faydalı olabilecek bir değişiklik olan evden çalışmaya erişimin artmasını sağlamıştır. Pandemi sırasında çalışanların ve işverenlerin evden çalışma deneyimlerine ilişkin araştırmalar, gelecekte evden çalışmaya erişimi sürdürme arzusunu göstermiştir. Evden çalışmaya daha fazla erişime yönelik kalıcı bir kültürel değişim, masa başı çalışanlar için engelli istihdam açığının giderilmesine yardımcı olacaktır. Bununla birlikte, engelli işçiler, evden çalışmaya elverişli olmayan işlerde ve pandemi sırasında işyerlerinin kapanmasından en çok etkilenen sektörlerde aşırı temsil edilmektedir, bu nedenle birçok engelli işçinin durumunun muhtemelen istikrarsız kalacağı beklenmektedir. Engelli işçiler, salgın ve ardından gelen durgunluktan en çok etkilenen istihdam sektörlerinde aşırı temsil edilmektedir ve profesyonel ve evden çalışmaya elverişli diğer manuel olmayan işlerde istihdam edilme olasılıkları daha düşüktür. Engelli işçilerin Birleşik Krallık'ın COVID-19 sonrası işgücü piyasasında ne ölçüde kazanan veya kaybeden olacağı, muhtemelen istihdam edildikleri sektöre ve işin türüne bağlı olacaktır (Holland, 2021, 161-170).

ABD federal verileri, iş bulan engelli insan sayısının arttığını göstermektedir. ABD Çalışma İstatistikleri Bürosu'nun aylık istihdam raporu, pandemiden bu yana engelli istihdamının arttığını göstermektedir (Gonzales, 2022). Engelli Amerikalılar, COVID-19 salgını sayesinde benzeri görülmemiş bir istihdam patlaması yaşamaktadır. Uzaktan çalışmanın yaygın olarak kabul görmesi ve genel bir işgücü sıkıntısı, ülkenin en yetenekli ve yeterince kullanılmayan işçilerinden bazıları için tarihi fırsatların önünü açmıştır. Soru, bir durgunluk yaklaşırken ve daha fazla işveren çalışanlarına ofise geri dönmeleri için baskı yaparken, engelli insanların bu kazanımları elinde tutup tutamayacağıdır. Amerika'daki çözümün, yasal mücadeleler ve ülkenin dönüm noktası niteliğindeki ayrımcılıkla mücadele yasası olan Engelli Amerikalılar Yasası'na yeni bir bakışla sağlanabileceği öngörülmektedir. Çalışma İstatistikleri Bürosu'na göre, pandemi başladığından bu yana, engelli kişilerin istihdamı yaklaşık % 25 artmıştır. Engelli işçiler için işsizlik oranı 2008'den bu yana en düşük oranı temsil etmektedir. Yine de, pandemiden bu yana elde edilen tüm kazanımlara rağmen, engelli hakları savunucuları, birçok yetenekli engelli kişinin, işverenlerin çok maliyetli olacağından veya istihdamlarını desteklemek için yeterli hizmetlerden yoksun olacağından korktukları için işsiz veya eksik istihdamda kaldığını söylemektedir. Her türden işçinin işten çıkarılması son

zamanlarda artarak evden çalışan birçok insanı etkilemiştir. Giderek artan sayıda şirket, çalışanlarına en azından yarı zamanlı olarak ofise dönmeleri talimatını vermektedir. Bu nedenle uzmanlar, uzaktan çalışmaya yönelik kapsamlı geçişin bir şekilde devam etmesini beklese de, şirketlerin engelli kişiler için fırsatları ne ölçüde genişleteceği veya onlara uzaktan çalışma seçeneğini ellerinde tutmalarına izin vereceği açık değildir (Lee, 2022).

Uzaktan çalışmanın sürekliliği konusunda ne yapılması gerektiği tartışmalı olmakla birlikte literatürde bazı önerilerin yapıldığı görülmektedir. Bu önerilerden birisi hibrit çalışma modelidir. Hem yasal hem de en iyi uygulama açısından, işverenlerin engelli işçiler için hibrit çalışma konusunda herkese uyan tek bir yaklaşımı benimsememesi ve bunun yerine ayarlamalar ve destek yoluyla neye ihtiyaç duyduklarını belirlemek için her bir kişiyle ayrı ayrı görüşmeler yapması önerilmektedir. Çalışanın engeline dayalı olarak hiçbir varsayımda bulunulmaması, önerilerden bir diğeridir. İşverenlerin, kapsamlı politikalara sahip olmak yerine, çalışma düzenlemeleri konusunda çalışanlarla birlikte seçenekleri keşfetme konusunda esneklik ve isteklilik göstermeleri, çalışanlarının evden nasıl çalışacaklarını da düşünmeleri, yaralanma riskini azaltmak ve refahı artırmak için çalışanlarının ihtiyaçlarının bireysel bazda desteklenmeleri de önerilmektedir. Örneğin, bir çalışanın ev ofisinin uygun aydınlatmaya sahip olduğundan emin olmak kadar basit bir şey, üretkenlikleri üzerinde büyük bir etkiye sahip olabilir. Daha genel olarak, fiziksel engelli çalışanlar, evlerinde erişilebilir ve rahat çalışma alanları bulmakta lojistik zorluklarla karşılaşabilir ve işverenlerin, ihtiyaç duyabilecekleri tüm donanıma sahip olduklarını doğrulamak için tüm personeliyle ayrı ayrı görüşmeleri önemlidir. İşverenlerin aynı zamanda engelli meslektaşlarının ofise dönüşle ilgili endişelerini hassas bir şekilde ele almaları ve gerektiğinde alternatif çözümler sunmaları da yararlı olacaktır. İşverenlerin yakınlık önyargısının bilincinde olmaları ve evden çalışanların işe erişim, terfi, eğitim ve destek söz konusu olduğunda dezavantajlı duruma düşmemesini sağlamaları gerekmektedir (Dodd, 2022).

Öte yandan engellilerin eğitim dezavantajı, profesyonel ve daha yüksek ücretli işlere erişimlerini azaltmaktadır. İşverenlerin makul ayarlamalar yapma konusundaki yasal yükümlülüklerine ilişkin farkındalığını artırmak ve kapsayıcı işyerleri sağlamaya yönelik iş gerekçesini netleştirmek için daha fazlasının yapılması gerekmektedir. Toplumlar, 'normal' çalışma biçimlerine dönmek yerine, adaletsizlikleri ele alarak ve pandemi sonrası işgücü piyasasında engelli işçiler için oyun alanını eşitleyerek 'daha iyi yeniden inşa etme' fırsatına sahiptir (Holland, 2021: 170).

**Sonuç**

Dünya çapında tahminen 5 kişiden 1'i teşhis edilmiş bir engele sahiptir. Uzaktan çalışmanın birçok avantajından biri, hareketlilik zorlukla-

rı, duyusal bozukluklar ve nöroçeşitlilik dahil olmak üzere engelli kişiler için daha fazla konum ve program esnekliğidir. Bu, daha yüksek istihdam oranları oluşturmakta ve daha kapsayıcı ve çeşitli bir işgücünü desteklemektedir. Bu hususlar, son zamanlarda pandeminin engelli insanlar için istihdam fırsatlarını genişletmesinde ve uzaktan çalışmanın kitlesel olarak benimsenmesinde görülmüştür. Geçtiğimiz yarım yüzyıl boyunca, ulusal kanunlar ve yenilikçi mimari tasarım özellikleri, tüm fiziksel yetenek seviyelerindeki profesyonellerin iş yeri ortamlarına eşit şekilde katılım sağlayacak donanıma sahip olmasını sağlamıştır. Ancak, artık hibrit, yeni normal haline gelmiştir. Bununla birlikte, birçok şirket yeni bir hibrit işyeri modeliyle ofise döndüğünden, bu kararların engelli ekip üyelerini nasıl etkilediğini düşünmek gerekmektedir (Farrer, 2022).

Pandemi, işverenleri uzaktan çalışmayı ciddi şekilde benimsemeye zorlamış ve engelli çalışanlar için kapılar açmıştır. İşverenler, uzaktan çalışma potansiyeline ciddi şekilde önem vermelidir. Engelli çalışanları işe almanın ve elde tutmanın geleceği her zamankinden daha parlak görünmektedir (Ashford, 2021).

Uzaktan çalışma dalgasının, çalışma yapısında devrim yarattığı söylenebilir. Bu çalışma modelinin, çalışmak isteyen engelli bireylerin ihtiyaçlarını hesaba katması son derece önem taşımaktadır (Shu, 2022: 60-61). Uzaktan çalışmayla ilgili fayda ve risklere dayalı olarak kuruluşlar, uzaktan çalışmanın özelliklerini ve sürdürülebilir ve stratejik kullanımı için gerekli olan bireysel ve kurumsal faktörleri göz önünde bulundurarak uzaktan çalışmayı daha bilinçli ve kalibre edilmiş bir bakış açısıyla düşünmelidir (Ferrara vd., 2022: 10).

Kapsayıcı olmayan işyerleri ve kurumsal politikalar ve uygulamalar, engelli işçiler arasında daha yüksek oranda iş kaybı, işsizlik, serbest meslek ve erken emeklilikle sonuçlanarak engelli istihdamında eşitsizliğe katkıda bulunmaktadır. İstihdam dezavantajıyla mücadele etmenin yollarını belirlemek, engellilerin ayrıca sahip olduğu sağlık ve sosyal eşitsizliği ele almak için de gereklidir (Holland, 2021, 162-166).

# KAYNAKÇA

Alexiou, G. (2022). Remote Work Boosts Employees with Disabilities, Research Shows. Forbes. Erişim Adresi: https://www.forbes.com/sites/gusalexiou/2022/10/27/new-research-confirms-boon-of-remote-working-for-disabled-employees-in-the-us/?sh=2664eb045aa4.

Ameri, M., Kurtzberg, T. R. (2022). Leveling the Playing Field Through Remote Work. MITSloan Management Review. Erişim Adresi: https://sloanreview.mit.edu/article/leveling-the-playing-field-through-remote-work/.

Ashford, M. (2021). How Remote Work Impacts Employees with Disabilities. Accessibility.com. Erişim Adresi: https://www.accessibility.com/blog/how-remote-work-impacts-employees-with-disabilities.

Bryan, M. L., Bryce, A. M., & Roberts, J. (2021). Employment related COVID-19 exposure risk among disabled people in the UK. *SSM-population health*, *16*, 100984. https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2021.100984.

Caluori, A. (2022). How can employers ensure that remote and hybrid working practices are disability- inclusive?. SOM. Erişim Adresi: https://www.som.org.uk/how-can-employers-ensure-remote-and-hybrid-working-practices-are-disability-inclusive.

Dodd, K. (2022). Re-Imagining the Post-Covid Workplace to Support Employees with a Disability. PinsentMasons. Erişim Adresi: https://www.pinsentmasons.com/out-law/analysis/reimagining-the-postcovid-workplace-to-support-employees-with-a-disability.

Farrer, L. (2022). Accomodating Disabilities in Remote and Hybrid Work. Forbes. Erişim Adresi: https://www.forbes.com/sites/laurelfarrer/2022/03/30/accommodating-disabilities-in-remote--hybrid-work/?sh=5950c2702c17.

Ferrara, B., Pansini, M., De Vincenzi, C., Buonomo, I., & Benevene, P. (2022). Investigating the Role of Remote Working on Employees' Performance and Well-Being: An Evidence-Based Systematic Review. *International journal of environmental research and public health*, *19*(19), 12373. https://doi.org/10.3390/ijerph191912373.

Gonzales, M. (2022). Remote Work Helps People with Disabilities Land Jobs. SHRM. Erişim Adresi: https://www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/behavioral-competencies/global-and-cultural-effectiveness/pages/remote-work-helps-people-with-disabilities-land-jobs.aspx.

Holland, P. (2021). Will Disabled Workers Be Winners or Losers in the Post-COVID-19 Labour Market?. *Disabilities*. 1 (3): 161-173. https://doi.org/10.3390/disabilities1030013.

Kanter, A. S. (2022). Our New Remote Workplace Culture Creates Opportunities for Disabled Employees. Bill of Health. Erişim Adresi: https://blog.petrieflom.law.harvard.edu/2022/03/10/remote-work-disability-ada/.

Kruse, D., Park, S. R., van der Meulen Rodgers, Y., & Schur, L. (2022). Disabi-

lity and remote work during the pandemic with implications for cancer survivors. *Journal of cancer survivorship : research and practice*, *16*(1), 183–199. https://doi.org/10.1007/s11764-021-01146-z.

Lee, D. (2022). Surge in remote working due to COVID fuels record employment for people with disabilities. Los Angeles Times. Erişim Adresi: https://www.latimes.com/politics/story/2022-12-15/long-left-out-of-job-market-people-with-disabilities-reap-benefits-of-covid-19s-teleworking-boom.

Maroto, M. L., Pettinicchio, D., Lukk, M. (2021). Working Differently or Not at All: COVID-19's Effects on Employment among People with Disabilities and Chronic Health Conditions. Sociological Perspectives, 64(5), 876–897. https://doi.org/10.1177/07311214211012018.

Orr, A., Savage, T. (2021). Expanding Access to and Ensuring Equity in the Benefits of Remote Work Following the COVID-19 Pandemic. *Intersectional Science Policy*.

Shu, D. M. (2023). Remote Work Disability Accommodations in the Post-Pandemic Workplace: The Need for Evidence-Driven Analysis. 95 Temple L. Rev., Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=4190092.

# BÖLÜM 24

## ZİHNİYET - İDEOLOJİ KARMAŞASINDA DOĞU İKTİSADININ İMKÂNI

*Görkem BAHTİYAR*[1*]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Bursa Uludağ Üniversitesi, İ.İ.B.F. İktisat Bölümü, Görükle Kampüsü 16059 Nilüfer/BURSA,TÜRKİYE. e-posta: gorkbaht@uludag.edu.tr, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-5092-6819

## Giriş: Zihniyet Kavramı Üzerine

İktisat bilimi, 18. yüzyıldaki doğumundan beri kendi içerisinde çok farklı alt kollara ayrılmıştır. Bugün iktisat biliminin metodolojik ayrışmasına bakıldığında, Ana akım iktisat dışında çok çeşitli alternatif okulların bulunduğu bir yapı görülmektedir. Bir toplum bilimi olarak iktisadi düşünce dünyası çok çeşitli alt türlerin barınabildiği bir çevreyi ifade eder. Ancak neredeyse bütün iktisat okullarının ortak olan bir özelliği vardır ki o da Batı kaynaklı olmalarıdır. Batı iktisadının, özellikle de onun ana akım kolunun, belirli ölçüde kapitalist zihniyetin etkisi altında geliştiği söylenebilir. Birincisi, batı iktisadı (sosyalist varyantı da dâhil), sermaye birikimini analizinin merkezine koymaktadır. İkincisi ise ana akım iktisatta en çok göze çarpan, ekonomik hayatı hesaplama ve modern tekniklerin de gelişmesi ile kodlama çabasıdır. Örneğin larak da iki ayrı uçta bulunan Ana akım ve Marksist iktisat dahi, temelde Batı kaynaklıdır ve ikisi de sermaye birikimini analizin merkezine alır. Batı iktisadının gelişim sürecinde gözlemlenebilecek bir diğer unsur da dünyevileşmedir. Batı iktisadının dünyevi bir bilim olma iddiası ironik bir biçimde onu dünyevi gerçeklikten bile uzaklaştırmıştır. Batı iktisadı üzerine verilen bu özet inceleme, aslında iktisat bilimine katkı yapma imkânının hala var olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla Doğu'dan çıkacak bir iktisat okulunun da varlığını sürdürebileceği alan mevcuttur. Ancak, Osmanlı ile başlayan Batılılaşma süreci, orijinal bir doğu iktisat ilminin üretilmesi ile sonuçlanamamıştır. Bu çalışma, İktisadi düşünce dünyasının bu yapısı karşısında, Türk ve İslam dünyası için geçerli olan temel bir soru(n) üzerine gitmektedir. Bu sorun, Doğu'nun kendine has bir iktisat okulu kuramamış olmasıdır. Çalışmada, zihniyet ve özellikle Doğu'da Batı zihniyetinin ideoloji haline getirilmesinin bu durumdaki payı üzerinde durulmakta ve bir Doğu iktisadı alternatifinin imkânı üzerinde tartışılmaktadır.

İktisat zihniyeti iktisadi alanın ve o alana ait olanların nasıl algılanacağı ve nasıl değerlendirileceği ile ilgilidir. İktisat zihniyeti iktisadi dünyayı anlama ve anlamlandırma biçimi olarak da düşünülebilir. Kavram, aynı zamanda iktisadi alanın nasıl yönetileceği ile de ilgilidir. Örneğin, kimi için faiz verimli bir geçim kaynağı olarak; kimi için ise kaçınılması gereken bir şer olarak görülebilecektir. Buradan da iktisat yöntemi ile ilgili önemli sayılabilecek bir sonuç çıkarılabilir. O da evrensel bir iktisat biliminden henüz insanlığın şu aşamasında bahsetmenin güç oluşudur. İktisadi zihniyet toplumdan topluma farklılık göstereceğinden sosyal bilim de farklılık gösterecektir (Sombart,2004). Çünkü her toplum iktisadi dünyayı farklı görecektir. Şu anda iktisattaki farklılaşmanın sadece batı entelektüel dünyasının kendi sınırları içinde ortaya çıktığı görülmektedir. Doğuda bunlara alternatif olabilecek bir iktisadın ortaya çıkmamış olması, o bölgenin hala Batı zihniyetinin hegemonyasını- maalesef gönüllü ola-

rak- kabul etmeye devam ediyor olmasındandır[1].

Durkheim, zihniyeti ortak bilinç[2] kavramı ile ilişkilendirir. Ülgener ise, iktisat zihniyetini "*dünyaya ve dünya ilişkilerine içten doğru bir tavır alış"* olarak tanımlar. O iktisadi zihniyeti, bilince veya bilinçaltına ait olabilen ve iktisadi yaşamı ilgilendiren "*telkinler manzumesi"*nden bir parça olarak da tanımlamış, telkinler manzumesini de dünya görüşü olarak anlar ve dünya görüşünü de neredeyse kültür ile eşanlamlı olarak görür (Ülgener 2006a:14,15). Yani iktisat zihniyeti bireye işlemiş olan ve onu yönlendiren, davranışı etkileyen bir bütündür ve bütüncül bir zihniyetin özel bir parçasıdır. İktisat bilimi, tıpkı diğer sosyal bilimler gibi, zihniyetten ayrı düşünülemeyeceği için her zihniyetin üreteceği kendine has *iktisatlardan* bahsedilebilir. Doğudan hatırı sayılır bir iktisat okulunun çıkmamış olması, kendi zihniyetinin henüz farkında olmamasından ve bir zihniyet bunalımından kaynaklanmaktadır. Bu durum, Batı'nın teknik tahakkümü sonrası, Doğu'nun hayatta kalma ile ilgili yaşamış olduğu şoktan ileri gelmektedir. İdeolojinin tanımlarından birisi de onun gerçekliğin bilinçteki yanlış ve çarpık yansıması olduğu şeklindedir (bkz. Sancar 2008: 7). Bu anlamda, Batı için zihniyet olan şey, doğu için ideoloji olmuştur. Batının tarihi tecrübesinden ve mücadelesinden gelen başarısı, zihniyetin üstünlüğü gibi algılanıp, doğuda batılılaşma adı altında bir ideolojiye dönüşmüştür. Doğuda bir iktisat okulunun yükselemeyişi biraz da bu ideolojik tutumun sonucudur. İster Marx'ın öne sürdüğü gibi, hâkim sınıfın zihni üretimi yönlendirişi ile olsun, ister Gramsci'nin devlet - sivil toplum - onay ve hegemonya çözümlemesindeki gibi olsun[3]. Batı'da zihniyet ne tür kavgalar sonucu evrilmiş olursa olsun, bu Doğu'nun dışında gerçekleşmiş bir süreci ifade edecektir. Doğu'nun iç işleyişine çok da dâhil olmadığı süreçler sonucu evrilmiş olan bu zihniyeti ise Doğu'nun çok hevesli bir şekilde sahiplenmesi söz konusu olmuştur. Oysa, Batı'nın maddi hakimiyeti Sombart (2017: 17)'ın Burjuva'yı ve burjuva zihniyetini incelerken ima ettiği gibi *tarihsel bir sürecin* sonucudur. Hatta batı zihniyeti de aynı tarihsel sürecin bir sonucudur denilebilir. Ancak batının maddi başarısının sadece zihniyetinin ürünü olduğunu iddia etmek doğru olmayacaktır. Aksine, zihniyet ve maddi kültür birlikte evrilmiştir[4]. Dahası, zihniyet her yerde ve her dönemde aynı ve sabit kalan bir olgu da değildir. Mesela, yine Sombart, iktisadi insanın (homo economicus ya da economical man) kapitalist dönem içerisinde belirli bir tipi ifade edebileceğini belirtir. Buna göre, kapitalizm öncesi dönemin esnaf tiplemesi ile kapitalist dönemin banker tiplemesi farklı olacağı gibi, kapitalist dönemde

1 İslam İktisadı konusu, metin içerisinde ayrı bir başlık olarak işlenmektedir.

2 Durkheim'da ortak bilinç toplumda var olan ve toplumun ortalama bir bireyinde gözlenebilecek olan inanç ve duyguların oluşturduğu bir *dizge* dir (Durkheim 2018:109).

3 Detay için okuyucuyu tekrar Sancar (2008)'e yönlendiriyoruz.

4 Bu birlikte evrim sürecinin farkında olan Ülgener (2006a) zihniyet çalışmalarında *a causal* yöntemi önermektedir.

bir finansçı ile küçük çiftlik sahibi arasında da farklar bulunacaktır (bkz. Sombart 2017: 19). Yani bugünkü ana akım iktisadın merkezi önermelerinden birisi olan homo economicus, en fazla kapitalist düzen içerisindeki belirli tipleri açıklamaktadır. Aynı tipleme ve genelleştirmenin doğu toplumlarının iktisadi aktörleri için yapılabilmesi ise daha da zor olabilir. Yine Sombart'ın aktardığına göre, servet biriktirme arzusu ortaçağın ilk dönemlerinden beri oldukça yaygındır. O kadar ki, Adam Smith'den çok önce bir Hollandalı yazar, toplum düzeninin merkezi olarak açgözlülüğü işaret etmektedir. *"Bir galien/hekimin gelip iyilik olsun diye sizi iyileştireceğini sanmayın… gelmesinin nedeni para aşkı, kazanç umududur."* (Von Decker'dan akt. Sombart 2017: 49). Sombart'ın anlattıklarından Batı'da para ve servet tutkusunun kapitalizm ile birlikte devreye giren bir unsur olmadığı, zaten var olan bir duygu olduğu ortaya çıkmaktadır. Zaten Sombart (2017: 35)'ın kendisi de kapitalist zihniyeti salt bir servet tutkusuna bağlamamakta, onu, girişimcilik ruhu ve burjuva zihniyetinin bir bileşimidir olarak görmektedir. Servete karşı eskiden beri var olan bu tutku, batı hakimiyetinin batı zihniyetindeki bir gelişmeden kaynaklanmadığı şeklinde yapılabilecek bir önermeyi de destekler. Batı'nın maddi hakimiyeti olgusu, zaten hazırda bulunan bir takım hırsların batıyı bir takım arayışlara itmesi ve bu arayışlardan da başarı ile çıkmalarının bir ürünüdür olarak görülebilir[5].

Bütün bu anlatılanlar iktisadi sistemlerin evriminde tarihsel tecrübenin önemine işaret etmektedir. Batı'da kapitalizmin yükselişinde, feodalizm şeklindeki tarihsel örgütlenme ve devletin bizzat servet peşinde koşması olan merkantilizm[6] etkili olmuştur. Halbuki Doğu, ne Avrupa

5 Burada cevaplanması gereken soru, doğuda da bu hırsın bu ölçüde var olup olmamasıdır. Ülgener (2006a, 2006b, 2015 ve 2016), çalışmalarında aynı hırsların doğu toplumlarında da var olduğunu çeşitli vesileler ile ortaya koymakta, göstermektedir. O'na göre, bu hırslar Batı'da disiplinli, rasyonel işletme sistemi içerisinde eriyebilirken, Doğu'da maceracı-vurguncu görünümünü korumuş, istikrarlı, rasyonel çizgiye geçiş yapamamıştır.

6 Feodalizm sosyo-ekonomik yapı olarak etkide bulunurken; Merkantilizm ise hem devletin büyük bir girişim haline gelerek özel kapitalist girişimi etkilemesi ve yönlendirmesi, hem de ülkede para arzının artarak parasal ekonominin yaygınlaşması yoluyla kapitalist zihniyetin gelişimine katkı sağlamıştır. Sombart, Burjuva'da bunları detaylı bir şekilde incelemektedir. Onun büyük toprak sahiplerini ve devletin kendisini girişimci olarak gördüğü bilinmektedir. Merkantilizm-kapitalizm ilişkisi ise ayrıca önemlidir. Her ne kadar dünyada serbest ticaret lehine bir düşünsel hava varmış gibi görünse de, 20. yüzyıl içerisinde kapitalist dünya ekonomik sistemindeki konumlarını yükselten, bir kısmı gelişmiş ülkeler kategorisine çıkan bir kısmı da ekonomik güçlerini hızla artırmakta olan Güney Kore, Tayvan, Japonya, Çin ve Hindistan gibi ülkelerin bir tür yeni merkantilist çizgi izlemeleri ve dış ticaretlerini gittikçe fazla verir hale getirmiş olmaları dikkat çekicidir. Para ekonomisinin gelişmesi ile kapitalizmin ve zihniyetinin ortaya çıkışı arasında bir bağlantı bulunmaktadır. Avrupa'da parasal ekonominin yükselişinde ise yenidünyada keşfedilen altın ve gümüş yataklarının önemli bir payı vardır. Para arzının artışı ticari faaliyeti artırdığı gibi, kapitalist zihniyeti de beslemiştir (Sombart 2017). Buradan bakınca, batı zihniyetinin oluşumunda coğrafi keşiflerin önemi bir kez daha ortaya konmuş olmaktadır. Batı'daki zihniyet yanlışlıkla yenidünyanın keşfedilmesinin de ürünüdür. Yani bu günkü doğu-batı farkı, daha çok tarihi tecrübenin bir sonucu olup zihniyet farklılığı da burada sebep olmaktan çok bir sonuçtur.

tarzı feodal bir örgütlenmeyi yaşamıştır ne de Doğu'daki devlet merkantilisttir. Aksine, Osmanlı'nın bolluk zihniyeti, merkantilizmden uzak yapısıyla batı ticaretine katkı yapmıştır (İnalcık 2017). Bu nedenle, kapitalist zihniyet, doğuda tam olarak uygulanamayacağı gibi, sosyalist varyantları da dâhil olmak üzere batı iktisadının da doğuda ne kadar faydalı olacağı tartışmalıdır. Tam da tarihsel olarak batının geçirdiği yukarıdaki tecrübeleri yaşamadığı için, esasında sermaye birikimini merkeze alan bir bilim olan batı iktisadının bir benzerinin doğu topraklarında ortaya çıkmamış olması oldukça normaldir.

Batı iktisadının, özellikle de onun ana akım kolunun, belirli ölçüde kapitalist zihniyetin etkisi altında geliştiği söylenebilir. Birincisi, batı iktisadı (sosyalist varyantı da dâhil), sermaye birikimini analizinin merkezine koymaktadır. İkincisi ise ana akım iktisatta en çok göze çarpan, ekonomik hayatı hesaplama ve modern tekniklerin de gelişmesi ile kodlama çabasıdır. Sombart (2017) ve Weber (2009) gibi kapitalizmin tarihini analiz eden yazarların ortaya koyduğu gibi, nasıl ki kapitalist zihniyet pratikte hesap kitaba önem veriyorsa, ana akım iktisat da aynı şekilde, analizlerini çok incelikli hesaplamalara dayandırmaktadır. Kodlayıcı modern bilim ile modern kapitalizmin aynı kökenden gelişine, meseleyi iktisat özeline indirmemekle birlikte, tarihçi okulun Türkiye'deki temsilcisi olan Ülgener (2006a: 55) de değinmektedir. Örneğin, Sombart (2017)'de muhasebe tekniğinin ve istatistiğin icadının ve kapitalist zihniyetin nasıl aynı yerde - Ortaçağ Floransası - gerçekleştiğini görmek mümkündür[7]. Ana akım iktisat, hayatı kodlama çabası sırasında da bir takım teknik aletleri (matematik, istatistik, ekonometri, bilgisayar vs.) kimi zaman kendisi geliştirmiş, kimi zaman da diğer pozitif bilim dallarından devşirmiştir. Ana akım iktisat bu şekilde, alternatiflerine karşı bir teknik üstünlük iddiasına da sahip olmaktadır. Tıpkı batı toplumlarının tarihsel süreçte teknik anlamda üstün hale gelmeleri gibi, o toplumdan türeyen iktisat da yine güçlü bir teknik cephaneliğe durumdadır. Herkesin anlaması mümkün olmayan bir

7 Ancak özellikle ekonomik hayatın kodlanması yönündeki büyük çaba ve bunun sonucunda ortaya çıkan sakıncalar, batı iktisadının kendi içinden dahi itirazların yükselmesine sebep olmuş ve biraz da bununla bağlantılı olarak ana akıma muhalefet eden okullar yükselmiştir. Kurumsalcılığın ve Alman Tarihçi okulun duruşları burada anılabilir. Alman Tarihçi Okulu ana akımı esasında metodolojik teklik ve tümdengelimcilik üzerinden eleştirirken, Kurumsal İktisadın kurucusu sayılan Veblen (1898), *İktisat Neden Evrimsel Bir Bilim Değildir* de her ikisini de *Darwin öncesi* olmakla suçlar. Ancak Tarihçi okulun bir üyesi olarak Sombart'ın Burjuva'sında gayet Darwinyen analizlerin bulunduğu, hatta kitabın bir kısmının biyoloji tartışmalarına ayrıldığı görülür. Sombart (2017: 367), bir noktada *değerler mutasyonu* kavramından dahi bahsederek aslında Kurumsal çizgiye oldukça tanıdık gelecek bir kavram zikretmektedir. Tarihçi okula yöneltilebilecek asıl eleştiri, ana akım iktisadı metodolojik bireycilik açısından eleştirirken kendilerinin de bir takım ideal tipler üzerinden incelemelerini yürütüyor olmalarıdır. Bu ideal tipler Sombart'ta burjuvaya karşılık feodal senyör tipi, Weber'de protestan ahlaka sahip girişimci olarak karşımıza çıkar. Yine de ana akım iktisadın homo economicus tipi ile bu ideal tiplerin ontolojik olarak ve metodolojik olarak ne kadar birbirinden uzak oldukları ayrıca tartışılabilir.

takım teknik aletleri kullanıyor olması, onun zihinlerdeki gücüne de güç katmaktadır[8].

Batı iktisadının gelişim sürecinde gözlemlenebilecek bir diğer unsur da *dünyevileşmedir*. Weber (2009) kapitalizmin ortaya çıkışını Protestan etiğine bağlarken, Sombart (2016, 2017) kısmen Yahudilerin Avrupa'daki pratiğine, kısmen de Hıristiyan öğretisinin etkisinin gerilemesine bağlamaktadır. Hatta Sombart (2004: 14-16)'a göre dünyevi din kilise dininin yerine geçmiş, bu da bilimin yapısını değiştirmiştir. Artık bilim de daha dünyevi olma iddiasındadır, çünkü dünya görüşü, bilimi de şekillendirir. Bu dünyevileşme sürecinin ise önemli etkileri haiz olduğu iddia edilebilir. Zira sosyal bilimi ve insan bilimlerini dünyevileştirme amacıyla insan teki yüksek bir primat düzeyine, olabildiği kadar yeryüzüne çekilmiştir. Böyle olunca insanı hayvan dünyasından farklı bir varoluş olarak görebilmenin önü kesin olarak kapanmıştır. Önce insan teki, homo economicus analizi ile, basit bir hayvan gibi hazza yönelen, elemden kaçınan bir şeye indirgenmiştir. Daha sonra ortaya çıkan ve iktisatta insan tasarımını geliştirmeye yönelik batı kaynaklı girişimlerin de – Kurumsalcılık, Davranışsal ve Nöroiktisat - ne kadar çabalasalar da primat ekonomisi düşüncesinden çıkamadıkları görülmektedir. Bu girişimlerin yapabildiği ancak homo economicus yaklaşımından farklı olarak insanın sosyal yönüne dikkat çekmek olmuştur. İşin garip yanı ise iktisat bilimini dinileştirmeden de insanın başka, özel bir varoluş biçimi olduğunu görmenin mümkün olmasıdır. Hayvan teki ile insan teki, aynı şekilde hayvan toplulukları ve insan toplulukları arasında yapılacak basit bir karşılaştırma, bunu ortaya koymaya yetecektir. Batı iktisadının dünyevi bir bilim olma iddiası ironik bir biçimde onu dünyevi gerçeklikten bile uzaklaştırmıştır.

Batı iktisadı üzerine verilen bu özet inceleme, aslında iktisat bilimine katkı yapma imkânının hala var olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla Doğu'dan çıkacak bir iktisat okulunun da varlığını sürdürebileceği alan mevcuttur. Bu noktadan hareketle, bir sonraki bölümde Batı iktisadına alternatif olabilecek iki yaklaşım üzerinde durulmaktadır. Bunlardan ilki, zihniyet çalışmalarının Türkiye kolu olarak Sabri Ülgener düşüncesi, diğeri de İslam Ekonomisi yaklaşımıdır.

## Doğu'da Muhtemel Alternatifler: Türk Zihniyet Çalışmaları ve İslam Ekonomisi Üzerine

Zihniyet çalışmalarından söz edildiğinde, Türkiye'de ilk akıllara gelen isim şüphesiz Sabri Ülgener'dir. Ancak Ülgener'in yazdıklarına bakıldığında, şüphesiz çok kıymetli olmakla beraber, aslen bir Weber ve Alman

8 Günümüzde de batı dışında da *güçlü* iktisadi analiz yapabilmenin göstergesi, batı iktisadının elindeki bu cephaneliği kullanabiliyor olmaktan geçmektedir. Bu anlayış, iktisadi hayatı işleyen makalelerde mutlaka bir tür uygulamanın bulunması gerektiği yönündeki inanç şeklinde, bazı akademik çevrelerde hala görülebilmektedir.

Tarihçi Okul etkisi görülür[9]. Hatta Ülgener'in kendisinin de ifade ettiği üzere İktisat ve Zihniyet'e ilgisi bizzat İkinci Dünya Savaşı sırasında Almanya'dan göç ederek İstanbul Üniversitesi'ne gelen Alexander Rüstow aracılığı ile olmuştur (Ülgener 2006a: 3). Ülgener'in özellikle zihniyetin evriminde a causal metod önermesi önemli olmakla birlikte, gelişmeye bakış açısı Tarihçi Okul çizgisinden çok da fazla uzaklaşmaz. Örneğin, iktisadi gelişme meselesi ile ilgili olarak yazdıklarına bakıldığında, gelişme için geleneksel zihniyetten kapitalist bir zihniyete geçişin gerekli olduğunu ima ederek aslında yine modernist bir reçeteyi önermekte olduğu görülür (Ülgener 2006a: 59). Kapitalist zihniyetle Türk insanının kalkınmasının mümkün olup olamayacağı bir yana, kapitalist bir zihniyet ile gelişmenin Batı kapitalizminin bugünkü durumu da göz önüne alındığında ne kadar arzu edilir bir şey olduğu ayrı bir tartışma konusu olabilir. Zihniyet Çalışmasının pratik faydayı haiz olabilmesi için Türk insanının eğilimlerini ve kültürünü dikkate alan politikaların üretilmesi gerekmektedir. Bu politikalar, aynı zamanda ülkenin jeopolitik konumu aracılığı ile yaşadığı mücadele ile de uyumlu olmak durumundadır. Bu bağlamda, mesela savunma sanayi Türk kalkınmasının önemli sektörlerinden biri olmalıdır ve öyle de olmaktadır. Savunma sanayindeki yatırım hem Türkiye'nin zor coğrafyasındaki mücadelesi için anlamlıdır hem de Türk kültürünün yatkın olacağı bir alandır[10]. Zihniyet çalışmasının pratik tarafından ilginç bir önermeyi, Türk'ün İş Zihniyeti kitabında Kenan Göçer yapmaktadır. Ona göre Türklerde iş yapma zihniyeti işbirliğinden çok işteşlik üzerine bina edilmiştir ve dışarıya ya da başkalarına karşı girişilen bir ortak çabayı ifade eder. Hatta Ona göre birlikte kendisine karşı tavır alınan dış aktör ortadan kalkığında da işteşlik biter. Bu işteşlik ise fiziki emeğin ve çabanın bir araya gelmesi (fetih örneğinde olduğu gibi) şeklindedir. Göçer sanayi devrimi öncesi Türklerin fetih başarısını açıklayan bu yaklaşımın artık aynı faydayı vermediğini, işteşliğin fiziki iş birlikteliği yerine düşünsel işteşliğe dönüştürülmesi ile Türkiye'nin yenidünyanın tekno - yapısına adapte olabileceğini ima eder. Kanımızca bu, üzerinde çalışılması çok faydalı olabilecek bir görüştür. Zihniyet değişimi ile ilgili olan başka bir çalışma, Oğuz Adanır tarafından yapılmıştır. Adanır (2015), *Eski Dünyaya Yeni Bir Bakış* adlı kitabında zihniyet değişimini potlaç kültürü ve onun yıkılması üzerinden açıklar. Fakat bu çalışma da

9 Mesela Ülgener, Zihniyet ve Din'in önsözünde Alman Tarihçiliğinin öneminden bahsederken ilaveten, "*Gerçi kendi meselelerimize, başkalarını karıştırmadan, ancak bizim olan ve bize yaraşan bir tutum ve davranış içinde çözüm bulunabileceği inancında olanlara dün olduğu kadar bugün de rastlanır. Biz bu katı ve dar görüşü hiçbir zaman paylaşmadık"* diyecektir. Ülgener'in asıl çabası Tarihçi Okula zihniyet çerçevesinde bir katkı yapmak ve Weber'de yeter karar bulunmayan İslam ve tasavvuf cephesinden alana katkı yapmak yönündedir (bkz. Ülgener,2006b).

10 Günümüzde, uluslararası iktisatta kültürün mukayeseli üstünlüğün kaynaklarından biri olabileceği yönünde bir görüş hali hazırda mevcuttur. Bununla ilgili olarak bkz. Benchekroun ve Long 2014 ayrıca Nunn ve Trefler 2014.

orijinal bir çözüm üretmekten uzak kalmıştır. Çünkü böyle orijinal bir noktadan hareket eden Adanır, en nihayetinde Türkiye için çözümü ulusal burjuvaziye getirip bağlayarak yine Batı zihniyeti argümanlarıyla düşünmeye devam eder. Ulusal burjuvaziye inancın mistik kalır yanı bir tarafa, burjuvazi - proleterya vs. kavramının Türk tarihi ve düşünce tarihi ile ne dereceye kadar bağıntılı olduğu tartışmalıdır. Weber (2009: 20) bile burjuva, burjuvazi ve hatta proleterya kavramlarının Batı'ya özgü kavramlar olduğunu belirtir. Dolayısıyla, artık batı tarihine ait kavramlardan sıyrılarak, kendi tarihimize uygun kavramları ya da bunların karşılıklarını üretme vakti gelmiştir kanaatindeyiz. Bu kavramların üretilmesi yeni bir yazının doğuşunu gerektireceği için mevcut çalışmanın sınırları dışında kalmaktadır. Şimdilik burada sadece sözünü edilen gereksinmeye işaret etmekle yetinilecektir.

Zihniyet çalışmaları, Türkiye'de özellikle Sabri Ülgener ile birlikte bir zemin kazanmış olmakla birlikte, Alman Tarihçi Okul çerçevesinin dışına taşamadığı söylenebilir. Ana akım Batı iktisadına alternatif olabilecek bir diğer düşünce sistemi de İslam ekonomisidir. Asutay (2007)'nin de kabul ettiği gibi, İslam Ekonomisi, özellikle de onun homo economicus tasarısı normatif bir iddiadır. Hatta Mauer (2005)'ten öğrenildiği kadarıyla, İslam Ekonomisi'nin içsel tartışmaları içerisinde bir grup aslında homo economicus ile homo islamicus'un aynı şey olduğunu dahi söyleyebilmektedirler (bkz. Mauer 2005: 55,56). İkisinin de gerçeklikten bir miktar uzak olması anlamında da muhtemelen kısmen de olsa haklılardır. Ayrıca, İslam Ekonomisinin hala felsefi bir temeli yokmuş gibi görünmektedir[11]. Mesela İslam Ekonomisi, metodolojik bireyci midir yoksa holizme dayalı analizler mi yapacaktır? İslam ekonomisi ne kadar evrimcidir? Her ne kadar İbn-i Haldun düşüncesi, Mukaddime'ye bakıldığında, İslam iktisatçılarına bir evrimci temel verebiliyor olsa da, acaba bu haliyle evrimci bir bilim olabilecek midir? Bu soruya olumsuz cevap verilmesi durumunda, Veblen'in dönemin ana akım iktisadına yönelik yaptığı "*taksonomik kalma*"[12] eleştirisi İslam ekonomisi için de geçerli olacaktır. Yoksa İslam Ekonomisinin katkısı, pratikte faizsiz finans olarak küresel finansa yeni pazar alanları eklemek[13]; teoride de neoklasik fayda fonksiyonuna öbür

11 İslam ekonomisinde metodolojinin yeri ile ilgili bir literatür taraması için bkz. Haneef ve Furqani (2011). Haneef ve Furqani (2011) bu literatür çalışmasıyla, felsefe ve metodoloji çalışmalarının yetersizliğinin İslam Ekonomisi'nin bağımsız bir yaklaşım olarak gelişememe sebeplerinden biri olduğunu göstermektedir. Nitekim Ülgener (2016: 22) de Alman Tarihçi Okulu'nun ve Zihniyet Araştırmalarının ortaya çıkışında Almanya'da hâkim olan fenomenolojik felsefenin etkisini zikretmektedir. Bentham'ın Ricardo'yu etkilediği gibi, Descartes'ın felsefesi de iktisadı genel olarak etkilemiştir (Ülgener 2016:120,121). İlaveten, Sayar (2013: 29) Smith öncesi yüzyılda gelişen felsefi düşüncenin O'nun iktisadına etkisinden söz eder. Belki de otantik bir iktisat okulunun çıkmasından önce, Doğu'da orijinal bir felsefe ekolünün çıkması gerekecektir. Ancak Batı zihniyetine ve felsefesine eleştirel bir bakış geliştirmeden bunun gerçekleşmesi de zor görünmektedir.

12 Bkz. Veblen (1898).

13 Bir tartışma için bkz Asutay (2007).

dünyayı katmak[14] olarak mı kalacaktır? Bunlar ve benzeri birçok soruyu, günümüz İslam Ekonomisinin kendi üzerine düşünerek cevaplaması gerekir. Mevcut haliyle İslam Ekonomisi Doğu'nun zihninde ana akım Batı iktisadını yerinden edecek güce henüz erişmemiştir.

**Sonuç: Doğu'da Hayatta Kalma Endişesi ve Zihniyet Değişimi**

19. yy. Osmanlısında yirmi yıl Fransa adına diplomatlık yapmış, Türkiye ve Tanzimat isimli de bir kitap yazmış olan Eduard Philippe Engelhardt, Tanzimat sürecini Osmanlı'nın hayatta kalma çabasına bağlamaktadır. Ona göre Tanzimat girişiminin bir sebebi de, özellikle Rusya karşısında sıkışan Osmanlı'nın, Batılı devletlerin kendisine karşı "*daha mülayim ve müsaadekâr davranmalarını"* sağlamaktı. Aynı zamanda, Tanzimat'ın kendisi Avrupa için manevi anlamda bir galibiyeti ifade ediyordu (Engelhardt: 2017). Engelhardt'ın bu yorumu ilerletilirse, aynı Tanzimat'ın Osmanlı için de manevi bir yenilgiyi kabul anlamına geldiği ifade olunabilir.

Halbuki, Batı zihniyeti, doğu ile mücadelesi ve biraz da kendi içinde birbiri ile mücadelesi sonucu yaşam pratiği ile birlikte evrilen bir olgudur. Hayatta kalma mücadelesinde doğu karşısında sıkışan Batı'nın yeni arayışlara gitmekten başka çaresi kalmamış bu arayışında Müslüman dünyayı arkadan dolanmak için okyanus seferlerine başvurmuş, sermayenin önemi ve tekniğin etkisi artmış, merkantilizm geliştirilmiş ve süreç sonunda, aslında dünya ekonomisinden bir pay almaya çalışan batı, yeni yaşam alanlarının keşfi ile (Amerika, Avustralya) dünya ekonomisinin kendisi olmuştur. Yeni yaşam alanları ve oralardaki zengin kaynaklarla nüfusunu ve gücünü artırma imkânına kavuşmuş, doğunun ve tüm dünyanın üstünde hâkimiyet kurmuştur. Bu noktadan sonra artık hayatta kalma endişesi Doğu'nun üzerindedir. Burada temel dinamik örgütlü insan toplulukları (devletler, krallıklar vs.) arasındaki mücadeledir, fakat doğu, Batı'nın bu maddi gücünü maalesef ki Batı zihniyetinin üstünlüğüne bağlamış, hayatta kalabilmek için batı zihniyetini idealleştirmiş ve ideoloji olarak almıştır. Örneğin Batı zihniyetini idealleştirme Sinanoğlu'nun Türk Hümanizmi'nde çok belirgindir. Buna göre Türkiye için kurtuluşun yolu batılılaşmadan geçer. Bunun için, Batı kalkınma sürecinde nasıl hümanizm aşamasından geçti ise, Türkiye de hümanizm ile başlayacak, temellerini klasik Roma-Yunan düşüncesinden alacaktır. İnalcık(2018) ise gelişmeye çok deterministik ve fazla evrenselci bakması açısından bu tezi eleştirir. Gerçekten de Sinanoğlu'nun Türk Hümanizmi, kendi içindeki çelişkiler bir yana, İslam dininin ticareti ve sanayiyi yasaklaması iddiaları barındırması açısından da hatalıdır. 1774 Küçük kaynarca ile birlikte sözü edilen var olma endişesi Osmanlı'da olanca şiddetiyle hissedilmektedir. O sırada tahtta III. Selim vardır (Sayar 2013: 168). Bir hayatta kalma yöntemi ola-

14 Yine bkz. Asutay (2007).

rak Batılılaşma'nın nüveleri çok silik olsa da bu dönemle başlatılabilir. Ancak anlaşılıyor ki bu yöntem Osmanlı'da gittikçe ağırlığını artırmıştır. Öyle ki 1830 yılına gelindiğinde, Halil Paşa, *"...eğer Avrupa'yı taklide müsaraat etmezsek (süratle davranmazsak), bizim için Asya'ya dönmekten başka çare yoktur"*, demektedir (bkz. Sayar 2000: 187). Bu sözler, Batı'nın üzerine gelişi karşısında kültürümüzde kendini gösteren hayatta kalma endişesinin zihinsel tezahürü olarak alınabilir. İnalcık (2018: 318)'ın de belirttiği gibi Osmanlı'da yönetici zümre devletin varlığını korumak amacıyla Batılılaşmaya yönelmektedir. Yani bir anlamda, Doğu'daki sorun, Batı'da zihniyet olan bir şeyin, Doğu'da ideoloji haline getirilmiş olmasıdır. Bundan sonra doğuda ne hatırı sayılır bir felsefi akım, ne de iktisat anlayışı ortaya çıkabilmiştir. Bu kadar iktisat okulunun arasında bir doğu iktisadının olmaması biraz da buna bağlanabilir[15]. Bu nedenle Doğu'nun, Batı zihniyetinin ve o zihniyetin ürünü olan iktisat reçetelerinin kendisi için ideal olmayabileceğinin farkına varması gerekmektedir. Bunun yanı sıra, yine Doğu düşüncesinin felsefe ile arasındaki mesafeyi kapatması ve gerçekçi bir felsefi temel inşa ederek, iktisadını da bu temel üzerine kurması gerekmektedir.

15 Elbette bunda Doğu'nın felsefi çabadan kendi tercihi ile gittikçe uzaklaşmasının da payı olacaktır.

# KAYNAKÇA


Asutay, Mehmet (2007). "A political economy approach to Islamic economics: Systemic understanding for an alternative economic system". *Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies,* 1(2), 3-18.

Benchekroun, Hassan and Long, Ngo Van (2014). "Culture as a Source of Comparative Advantage". https://www.rieb.kobe-u.ac.jp/academic/international/trade-ic04/pdf/Long.pdf. (Erişim Tarihi: 08.12.2020)

Engelhardt, Edouard Philippe. (2017). *Türkiye ve Tanzimat*. İstanbul: Ötüken.

Göçer, Kenan (2019), *Türk'ün İş Zihniyeti*. Ankara: Nobel.

Haldun, Ebu Zeyd İbn (2020). *Mukaddime*. Haz. Süleyman Uludağ. İstanbul: Dergâh.

İnalcık, Halil. (2017). *Osmanlı İmparatorluğu'nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi – I*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

İnalcık, Halil. (2018). *Rönesans Avrupası: Türkiye'nin Batı Medeniyetiyle Özdeşleşme Süreci*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Mardin, Şerif (1962). *Türkiye'de İktisadi Düşüncenin Gelişmesi 1838-1918*. Ankara: Siyasal Bilgiler Fakültesi, Maliye Enstitüsü Yayını.

Maurer, Bill (2005). *Re-formatting the Economy: Islamic Banking and Finance in World Politics* içinde N. Lahoud & A. H. Johns (Ed.), *Islam in World Politics*. New York: Routledge.

Midhat, Ahmet (2005). *İktisat Metinleri*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Haneef, Mohamed Aslam and Furqani, Hafas (2011). "Methodology Of Islamic Economics: Overview of Present State And Future Directıon". *International Journal of Economics, Management & Accounting,* 19(1): 1-26.

Nunn, Nathan and Trefler, Daniel (2014). *Handbook of International Economics Domestic* içinde, *Institutions as a Source of Comparative Advantage*. Vol. 4: 263-315.

Orman, Sabri (2007). *Gazali'nin İktisat Felsefesi*. İstanbul: İnsan Yayınları.

Sancar, Serpil (2014). *İdeolojinin Serüveni*. Ankara: İmge.

Sayar, Ahmet Güner (2013). *Osmanlı İktisat Düşüncesinin Çağdaşlaşması*. İstanbul: Ötüken.

Sinanoğlu, Suat (1998). *Türk Hümanizmi I*. İstanbul: Yenigün Haber Ajansı Yayıncılık.

Sombart, Werner (2004). *Dünya Görüşü, Bilim ve Ekonomi*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Sombart, Werner (2017). *Burjuva*. Ankara: Doğu Batı.

Sombart, Werner (2019). *Yahudiler ve Modern Kapitalizm*. İstanbul: Küre.

Ülgener, Sabri (2006a). *Zihniyet, Aydınlar ve İzm'ler*. İstanbul: Derin.

Ülgener, Sabri (2006b). *İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası*. İstanbul: Derin.

Ülgener, Sabri (2015). *Zihniyet ve Din*. İstanbul: Derin.

Ülgener, Sabri (2016). *Makaleler*. İstanbul: Derin.

Weber, Marx (2009). *Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu*. Ankara: Ayraç.

Veblen, Thorstein Bunde (1898). "Why is Economics not an Evolutionary Science ?" *The Quarterly Journal of Economics*, July, Vol.12: 373-397.

# BÖLÜM 25

## HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNİN ŞEHİR PAZARLAMASINA ETKİSİ: SAFRANBOLU ÖRNEĞİ[1]

*Ebubekir IŞIK[2]*

*Mehmet GÖKERİK[3]*

1 Bu çalışma Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalında, Dr. Öğretim Üyesi Mehmet GÖKERİK'in Danışmanlığında, Ebubekir Işık tarafından yazılan "ŞEHİR PAZARLAMASINDA HALKLA İLİŞKİLER FAALİYETLERİNİN ROLÜ: SAFRANBOLU ÖRNEĞİ" (Tez No: 657565) adlı Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

2 Öğr. Gör. Ebubekir IŞIK, Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Sosyal Hizmetler Programı mail:ebubekirisik@karabuk.edu.tr, Orcid ID: 0000-0001-5048-3942

3 Dr. Öğretim Üyesi Mehmet GÖKERİK, Karabük Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, mail: mehmetgokerik@karabuk.edu.tr., Orcid ID: 0000-0002-0827-5805

## 1. GİRİŞ

2018 yılı istatistiklerine göre dünya nüfusunun %55,3'ü şehirlerde yaşamaktadır (Dengiz ve Özaslan, 2019, s. 55). Bu oranın 2050 yılında %70'e ulaşacağı tahmin edilmektedir (Lambert vd., 2015 s. 108). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü, 2019 yılında uluslararası arenadaki turist sayısının 1,5 milyara ulaştığını açıklamıştır (UNWTO, 2020). Uluslararası Yatırımcılar Derneği tarafından açıklanan istatistiklere göre ise; uluslararası doğrudan yatırım akışları 2014 yılında 1,34 trilyon dolar, 2015'te 1,92 trilyon dolar, 2016'da 1,87 trilyon dolar, 2017 yılında ise 1,43 trilyon dolar olmuştur (YASED, 2018). Dünyadaki şehirleşme, turizm ve yatırım oranlarının her geçen gün artması, bu durumdan daha fazla kazanç elde ederek refah seviyelerini artırmak isteyen şehirlerin; birbirleri ile olan rekabet durumlarının artmasına ve bu amaçla bir takım pazarlama çalışmalarına yönelmelerine neden olmaktadır. Bu nedenle şehirlerdeki karar alıcılar; şehir pazarlaması çalışmaları ile şehirlerine daha fazla turist, yatırımcı, girişimci, yeni yerleşimci çekmeye ve şehirde yaşayanların memnuniyetlerini artırmaya çalışmakta (Karmowska, 2002, s. 139) ve bu amaçla şehirlerini diğer şehirlerden farklılaştırmak için stratejiler geliştirmektedirler (Kavaratzis ve Ashworth, 2008, s. 506).

Şehir pazarlaması çalışmalarından başarı elde edilebilmesi; şehrin pazarlama hedeflerine uygun olarak kapsamlı bir şekilde hazırlanan stratejik pazarlama planına bağlıdır (Hawes vd., 1991, s. 11). Stratejik pazarlama planında şehrin potansiyel hedef kitleleri ile şehirde yaşayanların istek ve ihtiyaçları belirlenmeli, şehrin eksik ve farklı yönleri ortaya konularak devamında hedef kitleleri gruplandırma, pazar bölümleme ve şehri farklılaştırma gibi stratejiler oluşturulmalıdır. Sonraki süreçte ise pazarlama karması planlanmalı ve tutundurmaya yönelik iletişim stratejilerine karar verilmelidir (Apaydın, 2014, s. 9-11). Deffner ve Liouris (2005, s. 2-3) şehrin imajının bazı durumlarda ziyaretçiler, yatırımcılar ve şehir sakinlerinin görüşlerini şekillendirmede şehrin mevcut durumundan daha fazla rol oynadığını söylemekte, pazarlama anlayışına göre bir ürün olan şehrin imajıyla birlikte pazarlanması gerektiğini ifade etmektedir. Kotler ve Armstrong, halkla ilişkilerin şehirler için önemli bir iletişim yöntemi olduğunu söylerken (Peltekoğlu, 2018, s.2), şehir pazarlamasında halkla ilişkilerden şehir hakkında olumlu imaj geliştirmek ve şehri geniş kitlelere tanıtmak için yararlanılmaktadır (Apaydın, 2014, s. 88). Koçak (2015) araştırmasında, şehir ve ülke pazarlamasında halkla ilişkilerin önemini bildirmektedir. Ancak, şehir pazarlamasında halkla ilişkilerle birlikte diğer tutundurma çalışmalarının başarıya ulaşabilmesi için öncelikle şehrin pazarlama hedeflerinin ve stratejilerinin belirlendiği stratejik pazarlama planı oluşturulmalı ve bunun sonucunda tutundurma karması planlanıp hayata geçirilmelidir (Altunbaş, 2007, s. 167).

Safranbolu; tarihi ve doğal güzellikleri beraberinde barındırması, yerli ve yabancı birçok turistin uğrak yeri olması ve genel anlamda ülkemizde herkes tarafından bilinen bir şehir olmasından dolayı şehir pazarlaması çalışmalarıyla ön plana çıkabilecek önemli avantajlara sahiptir. Bu çalışmada Safranbolu'da kamu ve özel sektör aktörleri tarafından yapılan halkla ilişkiler çalışmalarının Safranbolu'nun pazarlanmasına sağladığı katkıların düzeyi incelenmiş olup, sonuçlar nitel araştırma yöntemiyle analiz edilmiştir.

## 2. ŞEHİR PAZARLAMASI

Küreselleşmeyle birlikte her alanda etkisini gösteren rekabet ortamı şehirlere de yansımakta, bunun sonucunda büyüyen şehir ekonomileri bulundukları ülkelerin ekonomilerinin gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. Şehirlerin sosyal ve ekonomik olarak kazanımlar elde etmesi için uygulanan şehir pazarlaması da şehirlerin, dolayısıyla ülkelerin sosyal ve ekonomik olarak gelişim amaçlarıyla doğrudan ilgilidir. Pazarlanan şey bir ürün olabileceği gibi bazen bir fikir, hizmet, kişi, ülke, eğitim hatta konumuzla ilgili olarak bir şehir olabilmektedir. Şehir pazarlaması, nispeten yeni bir bilim alanıdır. Çoğu kimse şehir pazarlamasının sadece şehrin ürünlerini satmak için kullanılan bir araç ve yöntem olduğunu düşünmektedir. Nitekim şehir pazarlaması bundan daha fazlasıdır. Şehir pazarlaması için ürün şehrin kendisidir ve imajıyla pazarlanır. Bundan dolayı şehir pazarlaması, şehrin potansiyeli ile bu potansiyelin yerel toplumun faydasına kullanılması arasında bir köprü oluşturur (Deffner ve Liourius, 2005, s. 3). Kotler vd., (1993, s. 18)'e göre şehir pazarlaması, "mevcut ve potansiyel müşterilerin zihninde şehir ile ilgili olumlu bir imaj oluşturarak, şehrin doğru ürün ve hizmetlerinin etkili, verimli ve kolay ulaşılabilir bir şekilde kişilere sunulmasıdır." Apaydın (2014, s. 3) ise şehir pazarlamasını; "şehirlere yatırımcı, ziyaretçi, yeni yerleşimci çekmek ve mevcut yerleşimcileri mutlu edecek imkanlar oluşturup şehrin cazibesini ve değerini artırma çabaları" olarak tanımlamıştır. Başka bir tanıma göre ise şehir pazarlaması, "ürün, fiyat, dağıtım ve iletişim sürecinden oluşan geleneksel pazarlama modelinin şehir pazarlamasına uyarlanması" olarak ifade edilmektedir (Ismail ve Ali, 2011, s. 340).

Neden şehir pazarlamasının yapılmasının gerekliliği şu dört nedenle açıklanabilir (Karmowska, 2002, s. 139):

- Turistlerin ilgisini çekmek,
- Yatırımcıları çekmek, endüstriyi ve girişimciliği geliştirmek,
- Yeni yerleşimcilerin ilgisini çekmek,
- Yerel halkı ikna etmek (iç pazarlama).

Günümüzde şehirler için ziyaretçi, yatırımcı ve yerleşimci çekmek ekonomik ve sosyal sebeplerden dolayı önemli hale gelirken, bu maksatla şehirler pazarlama çabalarına girişmeye başlamışlardır. Bu anlamda dünya genelinde ve özellikle Avrupa'da şehir pazarlaması uygulamaları ve bu yolla markalaşan şehir örnekleri gittikçe artmaktadır (Altunbaş, 2007, s. 156-157). Son çeyrek yüzyılda Avrupa şehirleri, şehir pazarlaması kapsamında yaptıkları çalışmalarla pazarın büyük bir kısmına hâkim olmak istemektedir (Sin, 2018, s. 14). Bununla beraber şehirlerin pazarlanması doğrultusunda yapılan çalışmalar geçmişte sadece gelişmiş ülkelerde yapılırken, günümüzde gelişmekte olan pek çok ülke de bu konunun önemini anlayarak önemli bütçelerle bu konuya yönelmeye başlamıştır (Herstein, 2012, s. 147).

Deffner vd. (2020, s. 2), son 20 yıldır yapılan çalışmalarda şehir planlamasının şehir pazarlamasını da içerecek şekilde genişletildiğini, şehir planlamalarında şehirlerin mekânsal ve alt yapı boyutuyla birlikte sosyo-ekonomik boyutlarının da göz önüne alındığını bildirmektedir. Bundan dolayı şehirler; iş dünyası için sağladığı altyapı, işgücü, bina ve araziler, şehirde yaşayanlara ise sağladıkları ev, sosyal imkanlar ve çevre konuları ile bir ürün olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla şehrin bir ürün olarak daha fazla müşteri çekebilmesi için çok iyi pazarlanması gerekir (Apaydın, 2014, s. 4).

Şehir pazarlamasında, normal pazarlamada kullanılan stratejiler kullanılır. Ancak sonuçları itibariyle farklılıklar vardır. Normal pazarlamada bir ürünün satılmasından dolayı ondan en fazla faydayı o ürünü üreten veya satan işletmeler sağlarken, bir şehri iyi bir şekilde pazarlamanın ekonomik veya sosyal getirisi o şehirde yaşayan herkese olmaktadır (Polat, 2007, s. 235; Gökerik, 2016, s. 2262). Şehir pazarlamasının üç önemli unsuru vardır. Bunlar; hedef pazarlar, pazarlama unsurları ve planlama grubudur. Bu unsurlar içerisinde en dışta hedef pazarlar yani; şehre gelen turistler ve kongre katılımcıları, yeni yerleşimciler, şirketlerin merkezleri, yatırımcılar ve üreticiler yer almaktadır. Ortada ise pazarlama unsurlarını içeren şehrin altyapısı, şehirdeki cazibe merkezleri ve diğer aktiviteler, şehrin imajı ve yaşam kalitesi ile insanlar bulunmaktadır. Şehrin alt yapı probleminin olmaması, şehirdeki tarihi ve turistik yerlerden ayrı olarak eğlence mekanlarının da ihtiyaçları karşılayacak fazlalıkta olması ile şehirde kültürel ve eğlenceli aktivitelerin yapılması hem şehrin pazarlanması açısından hem de şehre gelen yerli ve yabancı turistlerin memnun kalıp tekrar gelmelerini sağlama açısından önemlidir. Merkezi noktayı oluşturan planlama grubunda ise; şehirde yaşayanlar, iş dünyası, yerel ve bölgesel kamu kurumları ve yöneticileri yer almaktadır. Bu grup şehir pazarlamasını organize eden ve buna yönelik çalışmalar yapan gruptur (Kotler vd.,1993, s.19).

Şehir pazarlama unsurlarının merkezinde yer alan planlama grubu, şehir pazarlama planını oluşturan ve hayata geçiren gruptur. Bu grupta yer alan şehir halkı, özel sektör temsilcileri ve kamu kurumu yöneticilerine ek olarak akademisyenler, sanatçılar, yerel medya temsilcileri, dernekler ve vakıflar ile şehir pazarlamasından etkilenen tüm odakların önceliklerinin bilinmesi, fikirlerinin alınması ve bu sürece dahil edilmeleri stratejik pazarlama planının daha sağlıklı oluşturulmasını ve uygulanması açısından çok önemlidir (Apaydın, 2014, s. 11-12).

### 2.1. Şehir Pazarlamasının Tarihsel Süreci

Şehir pazarlaması tarihte pek çok aşamadan geçerek günümüzdeki halini almıştır. Tarımsal kolonileşme ile başlayan ilk aşamada yerleşimin yoğun bir şekilde yapılabilmesi için kısa süre içerisinde boş araziler temin edilmiştir. Sürecin devamı olan 1800'lü yıllarda ise şehirlerin inşası için arsalar satılmış, bu gelişmenin yanında şehirlerin birbirlerinden farklılaşması sağlanarak, şehirler cazibe merkezi haline getirilmeye çalışılmıştır. Endüstrinin gelişmeye başladığı dönemde ise şehirlere daha çok endüstriyel yatırımcı çekme yarışına girilmiş, yerel ihtiyaçlar ve çevre göz ardı edilmiştir. 1980'leri kapsayan dönemde ise şehrin ve şehirdeki cazibe merkezlerinin tanıtımı yapılarak satma çalışmaları yapılmıştır. Sonraki aşama ekonomik bazı hedeflerin ortaya konduğu, yerleşimcilerin ihtiyaçlarının giderilmesinin yanında şehre turist ve yeni yatırımcı çekmek maksadıyla çalışmaların yapıldığı, şehrin alt yapısının iyileştirildiği ve yaşam kalitesinin yükseltilmeye başlandığı dönemdir. Endüstrinin gelişmesi şehirlere olan göçleri artırmış, bundan dolayı çarpık yapılaşma, çevre sorunları ile sosyal sorunlar ortaya çıkmış, bu durum şehirlerin imajını olumsuz yönde etkilemiştir (Apaydın, 2014, s. 6). Bu sebeplerden dolayı imaj düzeltme döneminde şehirlerin kötü imajlarının yok edilmesi amacıyla yoğun reklam çalışmaları yapılmıştır. Bir sonraki dönem olan post-endüstrileşme döneminde ise kentsel dönüşümler yapılarak şehirler arası rekabet hız kazanmıştır. Yine bu dönemlerde rekabetin yoğun olmasından dolayı şehirler; markalaşma çalışması içerisine girerken, mevcut yerleşimcilerin ve lokal işletmelerin ihtiyaç ve istekleri karşılanmıştır. Son dönemde ise işletme mantığı ile geniş kapsamlı pazarlama faaliyetleri yapılmış ve bu konuda internet, televizyon vb. gibi gelişmiş iletişim araçlarından yararlanılmıştır. Yine bu dönemde şehir ile yerleşimciler arasında duygusal ve fiziksel bağ kurulmaya çalışılmaktadır (Kavaratzis ve Ashworth, 2008, s. 160).

### 2.2. Stratejik Pazarlama Planı

Günümüz dünyasında şehirlerin turizm ve diğer yatırımlardan maksimum düzeyde gelir elde edebilmesi için çeşitli pazarlama faaliyetleri yapılmaktadır. Bu faaliyetlerden başarı elde edilebilmesi için öncelikle esnek ve kapsamlı bir şekilde hazırlanmış stratejik pazarlama planına ihti-

yaç vardır (Hawes vd., 1991, s. 11). Bu plan dahilinde şehir derinlemesine analiz edilmeli, şehrin vizyon ve misyonu belirlenmelidir (Şahin, 2015, s. 21). Şehrin pazarlamasına yönelik hedeflerin belirlenmesi ve kararlar alınmasında stratejik pazarlama planı hayati öneme sahiptir. Bu sebepten dolayı stratejik pazarlama planı oluşturulurken bu süreçten etkilenen ve sürece katkı sağlayacak ilgili tüm tarafların görüşleri alınarak sürece dahil olmaları sağlanmalıdır (Apaydın, 2014, s. 8).

Stratejik pazarlama planının ilk aşamasında şehirde yaşayanların ve hedef kitlenin ihtiyaçları belirlenmelidir. Bu ihtiyaçların belirlenebilmesi için derinlemesine bir pazar araştırması yapılmalı, potansiyel hedef kitlelerinin zevkleri, harcama yaptıkları alanlar ve eğlence tarzları öğrenilmelidir. Yine ilk aşamalarda şehrin hedefleri ve kaynakları ortaya konulmalıdır. Bu aşamada şehrin mevcut durum analizi yapılmalı, diğer şehirlerde olmayan ayrıcalıklı yönler veya eksik kalınan taraflar ortaya çıkarılmalıdır. Bunun için en iyi yöntemlerden olan S.W.O.T. analizi yapılarak şehrin güçlü ve zayıf yönleri ile şehir için fırsatlar ve şehre yönelik tehditler belirlenmelidir. Ayrıca şehrin ulusal veya uluslararası bazda rakipleri belirlenerek karşılaştırmalar yapılmalıdır. Bunların devamında hedef kitleler gruplandırılarak; hedef kitlelerin harcama alanları, yaşama alışkanlıkları, yıllık ortalama tatil süreleri, kazanç durumları vb. gibi daha birçok özellik açısından pazar bölümlendirmesi yapılmalıdır. Gruplandırma ve pazar bölümlendirmesi ile eş zamanlı olarak üstün ve ayrıcalıklı yönleri belirlenen şehir için farklılaştırma politikasına gidilmelidir. Bu anlamda başka şehirlerde olmayan cazibe merkezleri ve diğer özelliklerin ön plana çıkarılması gerekmektedir. Sonraki aşama ise pazarlama karmasının planlanmasıdır. Ortaya konulacak ürün ve hizmetler ile bunların fiyatlandırması, ürün ve hizmetin nerede sunulacağı ile tutundurmaya yönelik iletişim çalışmaları bu aşamada planlanmaktadır. Stratejik pazarlama planı oluşturulurken göz önünde bulundurulması gereken en önemli konulardan bir tanesi de çevre kaynaklı unsurlardır. Bunlar teknolojik çevre, politik ve yasal çevre, kültürel ve sosyal çevre ve ekonomik çevre gibi dinamik unsurlardır. Yeni şartlara göre değişen bu unsurlar dikkatle izlenmeli, buna bağlı olarak gerektiğinde stratejik pazarlama planında değişiklikler yapılmalıdır (Apaydın, 2014, s. 9-11).

### 2.3. Şehir Pazarlamasının Aktörleri

Şehir pazarlamasında en önemli aşamalardan biri şehrin hangi kurumlar veya kimler tarafından pazarlanacağıdır. Hiçbir kurum veya kişi şehrin pazarlamasını tek başına yapamaz. Şehir pazarlamalarında bazen kamu kurumları ve yöneticilerinin ön plana çıktığı görülürken bazen de bu çalışmalara özel sektör öncülük etmektedir. Bu noktada şehir pazarlamasının başarıya ulaşması şehirde her düzeydeki grupların bu çalışmalara destek vermesine bağlıdır (Ceylan, 2010, s. 29-30).

Şehir pazarlaması sürecinde yer alan aktörler şunlardır (Kotler vd., 1999, s. 34):

- Kamu Aktörleri: Belediye Başkanı, İş Geliştirme Birimi, Şehir Planlama Birimi, Turist Bürosu, Kongre ve Toplantı Bürosu, Halkla İlişkiler Bürosu.
- Özel Sektör Aktörleri: Bireyler, Lider Kuruluşlar, Emlakçılar, Finansal Kuruluşlar, Elektrik-Gaz Dağıtım ile Telekomünikasyon Şirketleri, Ticaret Odası ve diğer Yerel İş Örgütleri, Turizm ve Perakende Sektörleri, Seyahat Acenteleri, Emek Pazarı Organizasyonları, Mimarlar, Ulaşım Şirketleri, Medya.
- Bölgesel Aktörler: Seyahat Acenteleri, Bölgesel Ekonomik Kalkınma Birimleri, Yerel Yönetim ve Devlet Yönetimi, Bölgesel Turizm Makamları, Mimarlar, Ulaşım Firmaları, Medya
- Ulusal Aktörler: Devlet Yönetimi ve Hükümet, Ulusal Yatırım Kurumları, Ulusal Turizm Makamları.
- Uluslararası Aktörler: Elçilikler ve Konsolosluklar, Şehir veya Bölge ile Özel Bağı Bulunan Ekonomik Kalkınma Birimleri, Uluslararası Sınırlara Bağlı Kuruluşlar.

Şehir pazarlamasında etkili olan aktörlerin her biri ayrı ayrı şehrin hedef pazarlar üzerindeki başarısı için önemlidir. Bu süreçte aktörler arası koordinasyonun sağlıklı olması şehir pazarlaması sürecinin etkin bir şekilde sürdürülmesini sağlayan en önemli faktörlerdendir. Bundan dolayı tüm aktörlerin birlikte ve koordineli hareket etmesi planlama ve yönetim açısından dikkat edilmesi gereken önemli durumdur (Başçı, 2006, s. 51-52).

### 2.4. Şehir Pazarlaması ve Pazarlama İletişimi

Pazarlama iletişimi, hedef kitle ile kurum ve kuruluşlar arasında sürekliliği olan çift yönlü iletişimi ifade etmektedir. Bu yolla ürünlerin hedef kitleler tarafından farkına varılması ve satın alma davranışının gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir (Odabaşı ve Oyman, 2019, s. 35). Başka bir ifadeyle pazarlama karmasında ürün, fiyat, dağıtım ile yer alan tutundurma kavramının kapsamı günümüzde genişleyerek 'pazarlama iletişimi' adını almıştır. Geçmişte genelde tanıtım olarak kullanılan bu kavram özellikle 2000'li yıllara doğru literatüre girerek, yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Tunçel, 2009, s. 118). Genişletilmiş pazarlama iletişimi anlayışında ise sadece tutundurma eylemleri değil ürünün kendisi, markası, paketi, fiyatı ve dağıtımı da pazarlama iletişiminin kapsamı içerisindedir (Odabaşı ve Oyman, 2019, s. 35).

Günümüz pazarlama anlayışında bir ürünün geliştirilmesi, makul bir

fiyat belirlenerek hedef kitlenin kolayca elde edebileceği duruma getirilmesi yeterli değildir. İşletmeler tüm bu çalışmaların yanında potansiyel veya mevcut hedef kitleleri ile iletişim kurmak ve onlara ürün hakkında bilgi vermek zorundadır (Göksel vd., 1997, s. 18). Bu durum şehirler için de geçerlidir. Yaşadığımız yüzyılda şehirler de kurum ve kuruluşlar gibi pazarlama iletişimi çalışmaları yapmakta, hedef kitleleri ile iletişim kurmaktadır (Özsöz, 2018, s. 30). Bu durum şehir pazarlaması açısından çok önemlidir. Bunun nedeni şöyle açıklanabilir: Şehir pazarlaması genel olarak şu dört eylemden oluşmaktadır (İlgüner ve Asplund, 2011, s. 39):

- Şehrin çekiciliğini ön plana çıkaran bir konumlandırma stratejisi oluşturmak,
- Ürünleri ve hizmetleri alıcılarına özendirecek şekilde tasarlamak,
- Ürün ve hizmetlerin kolay erişilebilir olmasını sağlamak,
- Hedef kitleler, şehrin ayırt edici avantajlarının farkına varıncaya kadar, şehrin cazip yönlerini ve yararlarını tanıtmak.

İlk üç eylem ancak dördüncü eylem hayata geçirildiğinde anlam kazanacak ve şehir pazarlamasının amacı gerçekleşebilecektir. Çünkü şehirdeki gelişmelerden haberdar edilmeyen, şehir hakkında bilgi verilmeyen hedef kitlelerin şehre çekilmesi mümkün değildir. Şehirlerin hedef kitleleri ile iletişim kurabilmesini sağlayan tutundurma karması; reklam, doğrudan pazarlama, kişisel satış, satış tutundurma ve halkla ilişkilerdir (Apaydın, 2014, s. 84).

Şehir pazarlamasında reklamların önemli katkısı bulunmaktadır. Çünkü şehir pazarlaması açısından da reklamda verilen mesajlarla insanları bilgilendirmek, onları ikna etmek ve davranışlarını değiştirmek amaçlanmaktadır. Bu açıdan reklamların; şehre ziyaretçi çekmek, şehre gelecek yatırımları artırmak, yeni bir şehir imajı yaratmak ya da mevcut imajı geliştirmek, şehirlerin bilinirliğini artırmak, şehrin ürünlerini hatırlatarak satışlarını artırmak gibi işlevleri bulunmaktadır (Apaydın, 2014, s. 84-85).

Bireylere telefonla ya da doğrudan e-posta yoluyla ulaşmak gibi iki yönteme sahip olan doğrudan pazarlama şehirler için de önemlidir. Şehirlerin datalarında iletişim bilgileri yer alan hedef kitlelere broşürler, videolar ve tanıtım materyalleri gönderilebilir, bu kişilere özel günlerinde tebrik mesajları atılabilmektedir. Ayrıca hedef kitle ile doğrudan iletişim kurulmasını sağlaması, mesajın birbirinden farklı özelliklere sahip olan kişilere göre tasarlanabilmesine imkân tanıması ve iletişimin çift yönlü olması doğrudan pazarlamanın en avantajlı özelliklerindendir (Apaydın, 2014, s. 87). Tüm bu özellikler, çabaların ölçülebilmesine imkân tanırken doğrudan pazarlamayı diğer dolaylı pazarlama faaliyetlerinden de farklı

kılmaktadır (Odabaşı ve Oyman, 2019, s. 310).

Şehir pazarlaması açısından kişisel satış, ziyaretçilerin ve yatırımcıların ikna edilmesi ve harekete geçirilmesi noktasında en etkili tutundurma yöntemi olarak görülmektedir. Çünkü kişisel satış, hedef kitlelerle yüz yüze dolayısıyla iki yönlü iletişim kurarak, insanların ihtiyaçlarını ve düşüncelerini en hızlı şekilde elde eden yöntemdir (Apaydın, 2014, s. 89). Apaydın (2014, s. 89) şehir pazarlamasında kişisel satış yönteminin çok büyük iş adamlarının şehre yatırım yapması için ikna edilmesi amacıyla kullanılabileceğini bildirmektedir. Bunun yanında kişisel satış elemanları hizmet verdikleri kurumların dışardaki yüzü olduklarından kurumun imajı ve itibarına etkisi noktasında halkla ilişkiler stratejisi açısından da önemli bir konumda yer almaktadır (Peltekoğlu, 2018, s. 37).

Pazarlama iletişimi karması içerisine yeni dahil olan satış tutundurma kavramı (Odabaşı ve Oyman, 2019, s. 193), satın alma kararını daha çok satın alma eylemi anında gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Uygulamaları daha çok örnek ürün dağıtmak, kupon vermek, satış noktalarında tanıtım yapmak ve hediye dağıtmak gibi çalışmalar şeklinde olan satış tutundurma kavramı bu yönüyle yaratıcılığa açık bir uygulamadır (Peltekoğlu, 2018, s. 55). Reklamlar ve halkla ilişkiler çalışmaları insanlara şehirleri neden ziyaret etmeleri gerektiğinin sebeplerini açıklarken, satış tutundurma insanların harekete geçmesini sağlamaktadır. Bu yönüyle reklam ve halkla ilişkilere göre insan davranışlarını etkilemede daha başarılıdır (Apaydın, 2014, s. 88).

Şehir pazarlamasına önemli katkıları bulunan pazarlama iletişimi unsurlarından olan halkla ilişkiler ikinci kısımda detaylıca anlatılacağından halkla ilişkilere burada yer verilmeyecektir.

## 3. HALKLA İLİŞKİLER

Halkla ilişkiler, 'halk' ve 'ilişki' kavramlarının birleşiminden oluşmaktadır. Türk Dil Kurumu'na göre halk; aynı ülkede yaşayan, aynı kültür özelliklerine sahip olan, aynı uyruktaki insan topluluğu olarak tanımlanmaktadır. İlişki ise, iki şey arasında karşılıklı ilgi, bağ, münasebet, temas olarak tanımlanmaktadır (www.sozluk.gov.tr). Halkla ilişkilerdeki 'halk' kavramı ise bir ülkede yaşayan herkesi değil belirli bir kitleyi kapsamaktadır. Normal olarak 'halk' kavramının çok geniş bir kapsam taşıması sebebiyle bu kavramı halkla ilişkilerde 'belirtilmiş hedef kitleler' ya da 'hedef kitlelerle ilişkiler' şeklinde düşünmek gerekir (Odabaşı ve Oyman, 2019, s. 130-131). Yani halkla ilişkilere göre halk, kuruluşun dikkate alma gereği duyduğu, kurumla doğrudan ya da dolaylı bağı olan kişileri ifade etmektedir (Peltekoğlu 2018, s. 178). Buradaki hedef kitle herhangi bir kuruluşa göre kadınlar, evlilik çağına gelmiş gençler, beyaz yakalılar, mavi yakalılar, yaşlılar, çocuklar vb. gibi yüzlerce farklı bölümlere ayrılabilir.

Halkla ilişkilerdeki 'ilişki' kavramı da bir örgütle hedef kitlesi arasında karşılıklı olumlu bakış açısıyla sürdürülen münasebet olarak belirtilmektedir.

Erdoğan (2006, s. 19) halkla ilişkilerin günümüze kadar geçerliliğini koruyan tanımlardan birinin halkla ilişkiler biliminin öncülerinden Edward Bernays'ın 1923'teki 'Crystallizing Public Opinion' kitabında yer aldığını bildirmiştir. Bu tanıma göre halkla ilişkiler; "kamu ile organizasyon arasında uyumu ve anlayışı sağlama" olarak belirtilmiştir. Halkla ilişkileri çok kısa bir şekilde ifade eden bu tanım günümüzde kullanılan pek çok tanımla büyük oranda ortak bir anlam taşımaktadır. Cutlip vd., (1994, s. 3) halkla ilişkileri, "karşılıklı yarar sağlayan çift yönlü iletişime dayalı, sorumlu ve dürüst uygulamalarla kamuoyunu etkilemeye yönelik planlı çabalardır" şeklinde ifade etmişlerdir. Asna ise (1997, s. 214) halkla ilişkileri, "özel ya da tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek, onları olumlu inanç ve eylemlere yönetmesi, tepkileri değerlendirerek tutumuna yön vermesi, böylece karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planla çabaları kapsayan bir yöneticilik sanatıdır", şeklinde tanımlamıştır.

### 3.1. Halkla İlişkilerde Kullanılan Ortam ve Araçlar

Hedef kitleleri ile iletişime geçmek isteyen kurum ve kuruluşlar bazı araçlara ihtiyaç duyarlar. Bir halkla ilişkiler uzmanının etkili bir halkla ilişkiler çalışması yapabilmesi için öncelikle en uygun araç ve yöntemi belirlemesi gerekmektedir. Bugün kurum ve kuruluşlar hedef kitleleri ile iletişim kurabilmek için yoğunlukla kitle iletişim araçlarını tercih etmektedir. Çünkü geniş kitlelere etkili bir şekilde ulaşmak ancak kitle iletişim araçları ile mümkündür. Peltekoğlu (2018, s. 1) hangi boyutuyla ele alınırsa alınsın halkla ilişkilerin ana omurgasının iletişim olduğunu vurgularken, dinamik bir yapıya sahip olan teknolojik gelişmelerin halkla ilişkiler araç ve yöntemlerini önemli ölçüde biçimlendirdiğini bildirmektedir. Bununla beraber halkla ilişkiler çalışmalarında hangi araçların kullanılacağı hedef kitlenin özellikleri ve yapısı ile direk olarak ilgilidir (Taş ve Kestellioğlu, 2011, s. 77).

Halkla ilişkilerde kullanılan ortam ve araçlar; sözlü ortam ve araçlar, yazılı ortam ve araçlar, görsel-işitsel ortam ve araçlar, basına yönelik ortam ve araçlar ile internet temelli ortam ve araçlar olarak sınıflandırılmaktadır.

- Sözlü ortam ve araçlar; yüz yüze ve telefonla görüşme, konferans ve seminer, toplantılar, fuar ve sergi ile festivallerdir. Bunların ortak özelliği tüm bu ortamlarda hedef kitle ile dolaylı yolla değil doğrudan iletişime geçebilme şansı bulunmaktadır.

- Yazılı ortam ve araçlar; gazete, dergi, yıllık raporlar, broşürler, el kitapçıkları, afişler, pankartlar ve el ilanlarıdır. Bu araçlar aşağıda açıklanacağı üzere çeşitli amaçlar doğrultusunda hazırlanmaktadır.

- Görsel ve işitsel ortam ve araçlar; göze ve kulağa hitap eden ve yazılı olmayan ortam ve araçlardır. Radyo, televizyon ve filmler bu kapsama girmektedir.

- Basına yönelik ortam ve araçlar; kurumda haber değeri taşıyan gelişmeler hakkında kamuoyuna bilgi vermek için oluşturulan basın bültenleri, düzenlenen basın toplantıları ve basın gezilerini içeren araçlardır.

- İnternet temelli ortam ve araçlar; web sitesi, e-posta ve sosyal medyadan oluşmaktadır.

### 3.2. Halkla İlişkilerin Uygulama Alanları

Halkla ilişkilerin işlevinin genişlemesi uygulama alanlarının da artmasına neden olmuştur. Günümüzde halkla ilişkiler; medya ilişkileri, finansal ilişkiler, kamusal işler, konu yönetimi, lobicilik, kriz yönetimi, itibar yönetimi, pazarlama iletişimi, sponsorluk, kurumsal sosyal sorumluluk, etkinlik yönetimi, kurumsal kimlik ve imaj, çalışan üye ilişkileri ve toplumsal ilişkiler gibi birçok alanda faaliyet göstermektedir (Kalender ve Fidan, 2011, s. 30-37). Pazarlama iletişimi konusu ilk bölümde incelendiğinden, toplumsal ilişkiler konusu ise genelde kurumsal sosyal sorumluluk çalışmaları, sponsorluk ve toplumu ilgilendiren alanlarda lobi faaliyetlerine destek olma gibi çalışmalar üzerinden yürütüldüğünden (Akar, 2011, s. 58), her iki konu için ayrıca başlık açılmayacaktır.

#### 3.2.1. Medya İlişkileri

Medya ile ilişkiler, halkla ilişkiler uzmanlarının önem vermesi gereken en önemli alanlardandır. Medyanın sosyal sistem içerisinde bilgi akışını kontrol ediyor olması (Grunig ve Hunt, 1984, s. 223), bir kuruluşun amacına uygun olarak medya ile ilişki kurması ve bu yolla maliyetsiz bir şekilde medyanın stratejik kullanımı (Erdoğan, 2006, s. 227) halkla ilişkiler açısından medyanın önemini ortaya koymaktadır. Kuruluşlar halkla ilişkiler çalışmaları için medyadan; kurumun ya da markanın imajını geliştirmek, medyada iyi bir izlenim oluşturmak, hedef kitlenin tutum ve davranışlarını değiştirmek, toplumla olan ilişkileri geliştirmek, hükümetin yerel-ulusal-uluslararası boyutta politikalarını etkilemek, pazar payını arttırmak, yatırımcılar ve danışmanları ile iletişimi güçlendirmek ve endüstriyel ilişkileri ilerletmek gibi sebeplerden dolayı faydalanmaktadır (Bland, Theaker ve Wragg, 2005, s. 55-56). Medyanın da varlığını devam ettirebilmesi için bilgiye ve habere gereksinimi vardır. Dolayısıyla halkla ilişkiler ile medyanın aralarındaki ilişkileri geliştirmesi karşılıklı ihtiyaçların giderilmesi anlamında çok önemlidir (Kalender, 2018, s. 11).

### 3.2.2. Finansal İlişkiler

Dünyadaki finans merkezlerinin 1980'li yıllarda geçirdiği değişim ve özellikle de hisse senedi pazarlarındaki büyüme finansal halkla ilişkilerin doğmasına neden olmuştur. Ayrıca teknolojinin gelişmesi ile iletişim alanında yaşanan gelişmeler bilginin hızla yayılmasını sağlamış, bu da finansal halkla ilişkiler uygulamalarının halka açık kurumlar tarafından uygulanması zorunluluğunu doğurmuştur (Tosun, 2002, s. 711). Şirketler hisse senetlerinin piyasadaki etkinliğini ve değerini artırabilmek için yatırımcılara ihtiyaç duymaktadır. Bu durum da işletmelerin kendilerine yatırım yapacak kurum veya kişileri bulmak için ikna edici iletişim çabalarına girmelerine neden olmaktadır (Tunca, 2020, s. 586). Bu amaç doğrultusunda yatırımcı ilişkileri olarak da adlandırılan finansal halkla ilişkiler, hissedarların güvenini artırmaya, hisselerin bireysel ve kurumsal yatırımcılar ile finans analistlerine çekici kılınması yoluyla değerini artırmaya ve sermaye maliyetini azaltmaya dönük çalışmalar yapmaktadır (Cutlip vd., 1994, s. 19). Bu anlamda, Center ve Jackson, yatırımcı ilişkilerinin yönetimini de içeren finansal halkla ilişkilerin rolünü üç ana başlıkta toplamaktadır. Bunlar; yatırımcı ilişkilerinde yönetsel amaçlara uygun iletişim stratejisi geliştirmek, yasal zorunlulukların gerektirdiği rapor, duyurum gibi etkinliklerin hazırlanması ve finansal topluluk ile ilişkilerin yönetilmesidir (Center ve Jackson, 2003, s. 123).

### 3.2.3. Kamusal İşler

Temel amacının kamu politikalarında etkili bir ilişki geliştirmek ve kuruluşum kamu beklentilerine uyumlu hale gelmesini sağlamak olan (Baskin, Aranoff ve Lattimore, 1997, s. 15) kamusal işler, idari ile yerel toplumum karşılıklı yarara dayanan ilişkilerini geliştirip sürdüren bir halkla ilişkiler alanıdır (Cutlip vd., 1994, s. 14). Erdoğan (2006, s. 227) da kamusal işleri, kamu politikalarına etkili olarak katılmasını sağlama, örgütün kamu beklentilerine kendini uyarlamasına yardım etme, planlama, bütçe yapma, personel alma ve eğitme gibi faaliyetleri yönetme ve devlet ve hükümet yetkilileri ile etkileşimde bulunma faaliyetleri olarak açıklarken, bu faaliyetleri üç grup içerisinde toparlamıştır:

- Devletle ilişkiler ve lobicilik: Kamu politikalarını etkilemek için girişimlerde bulunmak, ayrıca bir organizasyon adına devletin yasama ve yürütme organları baştan olmak üzere tüm kurumları ile ilişki kurmak,
- Toplumla ilişkiler: Toplumla ilişkileri korumak ve geliştirmek için toplum içinde sürekli, planlı ve aktif katılmayı sağlayan faaliyetlerdir,
- Azınlık ilişkileri ve çok kültürlü işler: Azınlık gruplar ve bireylerle ortak imaj, kimlik ve aitlik oluşturma faaliyetleridir.

### 3.2.4. Kriz Yönetimi

Kriz, beklenmedik bir anda ortaya çıkan, hızlı hareket eden ve karşı karşıya kalındığı anda herhangi bir hazırlık yapılmadığından etkisini hızla gösteren, kuruluşlar için iyi bir şekilde değerlendirilemezse çöküşe, iyi değerlendirilmesi sonucunda ise fırsata dönüştürülebilen bir durumdur (Akdağ, 2005, s. 3). Kriz yönetimi ise bir işletmenin hedef kitlelerinin yaşadığı zararın en hızlı ve etkili bir şekilde asgariye indirilmesi, ortadan kaldırılması ve işletmenin işleyişinin normal dönemine döndürülmesidir (Hacıhaliloğlu, 1998, s. 38). Halkla ilişkiler, kriz zamanlarında iletişim planlarını oluşturarak, medya ile ilişkilerin kurum amaçları doğrultusunda yürütülmesi ve kurum imajının sağlamlaştırılması konusu üzerine odaklanır (Özdemir 1994, s. 78). Ortaya çıkan kriz ne denli büyük olursa olsun kriz anında alınacak en önemli karar, krize yönelik belirlenen önlemlerin uygulanması ve iletişimle ilgili çalışmaların uygulamaya geçilmesidir (Solmaz, 2007, s. 69). Belirlenen çalışmalar kriz döneminde sağlıklı bir şekilde yönetilemezse, bu durum kurumun tamir edilemez bir imaj kaybına uğramasına hatta çökmesine neden olabilir.

### 3.2.5. İtibar Yönetimi

İtibar, tüm bileşenleri ile kurumun elde ettiği toplam değer (Fombrun, 1996, s. 37), kurumsal itibar ise bir örgütün yarattığı güvenin toplam pazar değeri içindeki katkı payı, yani bir nevi kurumun elle utulamayan değerlerinin karşılığıdır (Kadıbeşegil, 2006, s. 55). Kazanılması bir ifadeye göre yüz yıl süren fakat tahrip edilmesi bir hafta ya da bir ayda mümkün olan itibarın (Davies vd., 2003, s. 25) olumlu bir şekilde oluşturulabilmesi için kurumların mutlaka hedef kitleleri ile iyi ilişkiler kurması gerekmektedir. Bu da ancak kurumların yaptığı halkla ilişkiler çalışmaları ile mümkündür. Çünkü kurumlar için iyi bir itibar halkla ilişkiler açısından kriz dönemlerinin atlatılabilmesinde en büyük yardımcıdır (Güzelcik Ural, 2002, s. 85).

### 3.2.6. Sponsorluk

Sponsorluğun herkes tarafından kabul gören bir tanımı olmasa da en kısa anlamıyla işletmelerin çeşitli etkinlikleri ve olayları pazarlama hedefleri doğrultusunda destekleyerek bu yolla hedef kitleleri ile bir araya gelmesi için yapılan girişimlerdir (Odabaşı ve Oyman, 2019, s. 343) diyebiliriz. Günümüzde sponsorluk çok popüler bir uygulama olarak sürmektedir. Pek çok alanda uygulanabilen sponsorluk çalışmaları daha çok reklam olarak yayınlanması yasak olan sigara ve alkol gibi ürünlerin üreticileri tarafından tercih edilmektedir. Sponsor olan işletmeler sponsor oldukları etkinliklerin medyada yer almasını ve bu yolla hedef kitlelerine ulaşmak istemektedirler. Bundan dolayı sponsor olan işletmeler genelde medyanın daha çok yayınlamayı tercih ettiği spor müsabakaları ve sanatsal faaliyet-

lere sponsor olmaktadır (Jefkins, 1995, s. 384). Sponsorluk yardım amaçlı yapılan bir etkinlik değildir. Sponsorlar etkinlik sürecinde yapılan tüm katkılara karşılık bekler. Bu karşılık ürün satımı olabileceği gibi hizmet de olabilir. Bunun dışında sponsor olan firma etkinliğe yaptığı sponsorluğun duyurulmasını ve medyaya açıklanmasını istemektedir. Sponsorluğun halkla ilişkiler amaçlı uygulanmasının nedenleri ise; sponsorluk çalışmaları ile hedef kitlelerle karşılıklı iyi niyet oluşturulabilir, kurum kimliği ve olumlu bir kurum imajı oluşturulabilir veya olumsuz kurum imajı tersine çevrilebilir, kurum, ürün ya da markanın toplumdaki farkındalığının artırılması sağlanabilir (Peltekoğlu, 2018, s. 387-388).

### 3.2.7. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Karabey ve Battal (2020, s. 606), kurumsal sosyal sorumluluk kavramını 1953'te yazdığı 'Social responsibilities of the businessman' isimli kitabıyla Howard R Bowen'in literatüre kazandırdığını bildirmiştir. Devamında ise bu kavram araştırmacılar tarafından geliştirilerek günümüze kadar gelmiştir. Kurumların sadece kendi çıkarlarını düşünerek değil, toplumun da çıkarlarını gözetecek şekilde hareket etmeleri toplumların ve ülkelerin sosyal, kültürel ve ekonomik gelişim süreçlerine önemli ölçüde etki etmektedir. Ayrıca bu bilinçle hareket eden şirketlerin imajları toplum nezdinde olumlu şekilde gerçekleşecektir. İmaj oluşturma konusu da halkla ilişkilerin görevleri arasında yer aldığından sosyal sorumluluk ile halkla ilişkiler arasında çok sağlam bir ilişki bulunmaktadır (Peltekoğlu, 2018, s. 198-199). Buradan hareketle kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin yasal zorunluluk ve ekonomik gereklilikleri dışında sosyal ve çevresel kaynaklı sorunları dikkate alarak bunlara cevap verme (Elber ve Güngörmez, 2020, s. 88) şeklinde tanımlanabilir. İşletmeler, aynı zamanda hedef kitleleri de olan içinde yaşadıkları toplumun sorunlarına ve ihtiyaçlarına hem kurumsal imaj hem de ahlaki açıdan kayıtsız kalmamalıdır. Asna (1997, s. 205), sosyal anlamda beklentilerini karşılayan işletmelere toplumun sahip çıktığını ve onlara iyi bir ev sahibi gibi davrandığını bildirmektedir.

### 3.2.8. Etkinlik Yönetimi

Halkla ilişkilerin önemli alanlarından bir tanesi olan etkinlik yönetimi, "sosyal, kültürel ya da kurumsal amaçlara hizmet etmek amacıyla tüm ayrıntıları önceden planlanarak gerçekleştirilen ritüelleri, sunum performans ve kutlamalar" (Peltekoğlu, 2018, s. 341) olarak tanımlanmaktadır. Günümüzde artık işletmelerin iletişim çalışmalarında vazgeçilmek bir yeri olan etkinliklerin iletişimsel anlamda işletmelere birtakım avantajları vardır. Bunlar (Akay, 2014, s. 56):

- Belirlenen mesajın hedefe aracı olmadan doğrudan iletilmesi sağlanır,

- Etkinlik sayesinde hedef kitle ile duygusal bağ kurulabilir,
- Hedef kitlenin yakından tanınması ve özelliklerinin bilinmesi sağlanır,
- Hedef kitle hakkında kolayca bilgi elde edilebilir,
- Etkinlikler sayesinde geleneksel ve sosyal medya da yer almak daha kolay olabilmektedir.

Etkinliklerin uygulanmasında üç aşama bulunmaktadır ve bu aşamaların hayata geçirilmesi halkla ilişkiler uygulayıcılarının görevidir. İlk aşama olan planlama aşamasında amacın ne olduğu belirlenmeli ve organizasyonun içeriğine yönelik hazırlıklar yapılmalıdır. İkinci aşama ise uygulamadır. Bu aşamada halkla ilişkiler uygulayıcıları etkinliğin belirlenen plan dahilinde yürütülmesini sağlar. Son aşamada ise etkinliğin değerlendirilmesi yapılır.

### 3.2.9. Kurumsal Kimlik ve İmaj

Kurumsal kimlik, bir kurumun rakiplerinden ve benzerlerinden ayrılabilmesi için; felsefe, tasarım, iletişim ve davranışında oluşturduğu bir bütünlük (Okay ve Okay, 2002, s. 607) olarak ifade edilirken, imaj ise kurumla ilgili bilgi ve deneyimlere dayanan izlenimlerdir (Jefkins, 1995, s. 321). Kimlik olmadan cinsiyet, kişilik, din, milliyet gibi unsurlar hakkında bilgi edinmek ne kadar zorsa, kurumların anlaşılması da o kadar zordur. Bununla beraber kimlikler karmaşık, çok boyutlu ve değişken karakterlidir. Kimliklerin güçleri tam olarak anlaşılamamasına rağmen, önemleri reddedilemez (Balmer, 2008, s. 882). Kurumların sahip oldukları en değerli şeylerden olan imajları ise kurum çalışanları ve dış hedef kitleler arasındaki günlük etkileşimlerden etkilenmektedir. Bir doktorun hastasına davranışı, satış görevlisinin müşteriye yardımı, danışma görevlisinin müşteriye verdiği tavsiye vb. gibi etkenler o anda hedef kitlelerin zihinlerinde iyi veya kötü birer imaj oluşmasına neden olabilir (Hatch ve Schultz, 1997, s. 359). Bugün kurumlar, kurumsal kimliğin önemini kavramış olduklarından dolayı bu alanda sürekli yatırım yapmaktadırlar. Kurumsal kimliğin etkili bir şekilde kullanılması aynı zamanda kurumun markalaşmasını da desteklemektedir (Yazar ve Rakıcı, 2019, s. 649-650). Kurumların kimlik göstergeleri ile ilk hedefleri fark edilmek ve hatırlanmaktır. Dolayısıyla kurumun yaptığı her şey kimlikle ilişkilidir. Bununla beraber kurumlar imajlarında değişiklik yapmak için kimlikleriyle ilgili değişiklikler de yapabilmektedir. Çünkü kurumların kimliklerini oluşturan logo ve diğer semboller rakipleri arasından kolayca fark edilmesini sağlamakla kalmayıp, kurumların imajlarına da katkı sağlamaktadır (Peltekoğlu, 2018, s. 520).

### 4. Şehir Pazarlaması ve Halkla İlişiler

Bir tüketicinin farkında olmadığı bir markayı ya da ürünü seçmesi imkansızdır. Bununla beraber tüketicinin; ürünün sadece farkında olması yeterli olmayıp, hoşlanma ya da beğenme ve bunun arkasından tercih edilmesinin sağlanması için ürün hakkında bilgisinin olması gerekmektedir (İslamoğlu, 2017, s. 512). Diğer pazarlama çalışmalarında olduğu gibi şehir pazarlamasında da şehir hakkında hedef kitlelere bilgi vermek için reklam, kişisel satış, satış tutundurma ve halkla ilişkiler çalışmalarından yararlanılmaktadır. Çünkü diğer ürün ve markalarda olduğu gibi insanlar haberdar olmadıkları şehirleri ziyaret etmeyecek ve o şehirlere yatırım yapmayacaktır. Peltekoğlu (2018, s. 2), Kotler ve Armstrong'un halkla ilişkilerin kapsamının çok genişlediğini; kişiler, düşünceler, faaliyetler, kurumlar, şehirler, hatta ülkeler için önemli bir iletişim yöntemi olduğunu söylediklerini bildirmektedir. Öyle ki halkla ilişkiler; satışların artmasına ve şehirlerin tanıtımına destek olabilir, kriz iletişimini yönetebilir, bireysel ve kurumsal imaj transferi gerçekleştirebilir, ülkelere daha çok turist ve yatırımcı çekilmesini sağlayabilir. Kurumlar, halkla ilişkileri daha çok olumlu imaj ve itibar inşaası için kullanmaktadır (Peltekoğlu, 2018, s. 22). Şehir pazarlamasında da halkla ilişkilerden şehir hakkında olumlu imaj geliştirmek, şehri geniş kitlelere tanıtmak, şehir hakkındaki asılsız iddiaların önüne geçmek (Apaydın, 2014, s. 88) ve şehirde yaşayanların memnuniyetini artırıcı birtakım faaliyetlerde bulunmak için yararlanılmaktadır. Tutundurma faaliyetleri içerisinde halkla ilişkilere; reklama oranla daha ucuz ve güvenilir olması, spesifik hedef kitlelere ulaşma imkanının olması ve verdiği mesajların reklama oranla daha güvenilir bulunması sebebiyle, reklamdan daha çok gereksinim duyulmaktadır (Peltekoğlu, 2018, s. 69-70). Bunun yanında halkla ilişkilerin şehir pazarlamasında öne çıkmasının diğer sebepleri ise diğer tutundurma faaliyetlerinin bütün şehirlerce yoğun olarak kullanılması, maliyetlerinin artması (Apaydın, 2014, s. 89) ve izleyici kitlesindeki bölünmenin artmasıyla giderek kitlesel anlamda hedef kitlelere ulaşmanın zor olmasıdır (Kotler, 2016, s. 47). Bu söylenenler ışığında halkla ilişkiler; şehrin imaj ve tanıtım çalışmalarına katkı sağlaması, şehirde yaşayanların memnuniyetlerini artırıcı faaliyetlerde bulunması, hedef kitlelerden alınacak geri bildirimlerin raporlanması ve değerlendirilmesi gibi birçok çalışma alanı ile şehir pazarlamasında önemli bir yer edinmektedir.

## 5. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada; tutundurma karmasının unsurlarından biri olan halkla ilişkilerin, şehir pazarlamasındaki öneminin araştırılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda uygulama şehri olan Safranbolu'da şehir pazarlaması çalışmalarının durumu ve bu kapsamda yapılan halkla ilişkiler faaliyetleri incelenmiştir. Ayrıca çalışma içerisinde Safranbolu'da kamu ve özel sek-

tör aktörleri tarafından şehir pazarlamasına yönelik yapılan çalışmaların düzeyi hakkında da bilgiler yer almaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada; şehir pazarlamasında tutundurmaya yönelik yapılan halkla ilişkiler faaliyetlerinin önemi Safranbolu'daki uygulayıcıların yaptıkları örnekler üzerinden anlatılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın diğer amaçları arasında Safranbolu'daki uygulayıcılara, şehir pazarlamasına yönelik yapılan hakla ilişkiler çalışmaları konusunda yol gösterici olabilmek ve bu alanda yapılacak çalışmalara referans olabilmektir.

### 5.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, "gözlem, görüşme ve belge analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin işlendiği araştırma" (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.39) olarak tanımlanmaktadır. Derinlemesine görüşme ise araştırılan konunun bütün boyutlarını kapsayacak şekilde görüşülen kişiye açık uçlu soruların sorulduğu, konuya dair detaylı cevapların alınabildiği ve yüz yüze görüşülerek bilgi toplama imkânı veren bir veri toplama tekniğidir (Tekin, 2006, s. 101). Görüşme formu bu boyutlar gözetilerek araştırmacının kendisi tarafından hazırlanan 20 adet sorudan oluşmaktadır. Bu soruların 13'ü pazarlama ve tanıtım, 3'ü rakip analizi, 1'i alt yapı çalışmaları, 3'ü ise paydaşlar temasına ilişkin sorulardır. Mülakat soruları, konu ile ilgili literatür taraması yapılıp, ilgili akademisyen görüşü alındıktan sonra tamamlanmış ve görüşme yapılan kişilere yaklaşık birer saat süren bir görüşmede sorulmuştur. Araştırmacı kendisini Karabük Üniversitesi İşletme Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi olarak tanıtmış ve görüşmede elde edilen verilerin yüksek lisans tezinde kullanılacağını bildirmiştir. Görüşmeler, görüşme yapılan kişilerin talep ettiği ortamlarda yapılmış ve ses kaydı alınması için görüşme öncesi kendilerinden izin alınmıştır. Görüşme süresince alınan cevaplar ses kaydına alınmış, sonrasında ise yazıya geçirilmiş, araştırma konusu ile ilgili olmayan kısımlar kullanılmamıştır. Devamında ise cevapların incelenmesinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Çünkü bu teknikte görüşme yapılan kişilerin söylediklerinin doğrudan alıntılama şeklinde verilmesi ve bundan yola çıkarak sonuçları açıklamak geçerlik açısından önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s. 257).

Araştırmanın örneklemi Safranbolu ve Karabük'te yer alan dört kamu aktörü temsilcisi, bir bölgesel aktör temsilcisi, bir sivil toplum kuruluşu temsilcisi, bir de özel sektör aktör temsilcisini kapsamaktadır. Katılımcılara; amaçlı, olasılıksız ve kartopu örneklem tekniği ile ulaşılmıştır. Çalışmaya katılanların 2'si kadın, 5'i erkek olup yaptıkları işle ilgili deneyimleri 2 ile 11 yıl arasında değişmektedir. Çalışmada, görüşülen kişilerin ger-

çek isimleri kullanılmayarak yerine K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, şeklinde kodlanmıştır. Görüşülen kişilere ait genel bilgiler tablo 1'da gösterilmiştir.

**Tablo 1:** *Araştırmaya Katılan Kişiler Hakkında Genel Bilgiler*

| Sıra | Kişi | Çalıştığı Yer ve Birim | Görevi |
|---|---|---|---|
| 1 | K1 | Safranbolu Belediyesi Sosyal İşler Müdürlüğü | Müdür |
| 2 | K2 | Karabük Üniversitesi Turizm Fakültesi | Dekan Yardımcısı |
| 3 | K3 | Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü | Şube Müdürü |
| 4 | K4 | Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı | Koordinatör |
| 5 | K5 | Karabük Üniversitesi Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Koordinatörlüğü | Külliye Karabük Gazetesi Sorumlusu |
| 6 | K6 | Safranbolu Kültür ve Turizm Vakfı | Genel Sekreter |
| 7 | K7 | Batuta Turizm | Firma Sahibi |

### 5.2. Kapsam ve Sınırlılıklar/Karşılaşılan Güçlükler

Araştırmanın kapsamı UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan Safranbolu ile sınırlıdır. Görüşmeler, toplamda yedi kamu ve özel sektör aktörüyle yapılmıştır. Bazı özel sektör aktörleri ve sivil toplum kuruluşu temsilcileri ile yapılmak istenen görüşmeler için olumlu ya da olumsuz geri dönüş alınamamıştır. Bazı aktör temsilcileri ise Türkiye'yi ve dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını sebebiyle görüşme taleplerine olumlu yanıt vermemişlerdir.

### 5.3. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, tutundurma karmasının unsurlarından halkla ilişkilerin şehir pazarlamasındaki önemi Safranbolu'daki kamu ve özel sektör aktörlerinin uygulamaları üzerinden anlatılmaktadır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre Safranbolu'daki aktörler tarafından şehir pazarlamasına yönelik profesyonel anlamda çok boyutlu bir stratejik pazarlama planı hazırlanmadığı belirlenmiştir. Safranbolu Belediyesi tarafından hazırlandığı belirtilen stratejik pazarlama planının turizm odaklı yapılan bazı çalışmalardan ibaret olduğu anlaşılmıştır. Araştırmaya katılan bazı kamu aktörü temsilcileri (Safranbolu Belediyesi ve Karabük Üniversitesi) ise Safranbolu için turizm master planı hazırladıklarını ifade etmişlerdir.

Araştırmadan elde edilen diğer bir bulgu ise SWOT analizine yönelik olmuştur. Buna göre Safranbolu'nun SWOT analizinin yapıldığı belirlenmiştir ama bu; turizm odaklı yapılmış bir SWOT analizidir. Araştırmaya katılan özel sektör temsilcisi, Safranbolu Belediyesi ve Karabük Üniversitesinin ortaklaşa yaptığı SWOT analizinden yararlandıklarını ifade etmiştir. Bu durum kamu aktörleri tarafından yapılan çalışmanın özel sektör aktörlerine sağladığı yarar açısından önemlidir. Fakat SWOT analizi, turizm kapsamında yapıldığı için dar kapsamlı olmasından dolayı şehir pazarlaması çalışmalarına kısmen hizmet etmektedir.

Elde edilen diğer bir bulgu ise Safranbolu'nun potansiyel hedef kitlelerinin zevkleri, harcama alışkanlıkları, ülkeleri ve yaşama alışkanlıklarına dair yapılan araştırmalara yöneliktir. Safranbolu Belediyesi tarafından anket yöntemi ile araştırma yapıldığı ve bunun daha çok halihazırda Safranbolu'yu tercih eden turistlerin beklentilerinin anlaşılmasına yönelik olduğu belirlenmiştir. Karabük Üniversitesi tarafından yapılan araştırmaların ise akademik çalışmalar kapsamında yapıldığı ve bu çalışmalarla; yine Safranbolu'ya gelen halihazırdaki ziyaretçilerin beklentileri, harcama alışkanlıkları, Safranbolu'ya gelme sebepleri ile yerel halkın turizmin gelişmesine yönelik tutumları, Safranbolu'da yaşayan üniversite öğrencilerinin memnuniyet düzeylerinin araştırıldığı ortaya konulmuştur. Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün hedef kitlelere yönelik herhangi bir araştırma yapmadığı belirlenirken, özel sektör temsilcilerinin ise araştırmadan ziyade sadece gözlem yaptıkları ve buna göre hareket ettikleri anlaşılmıştır. Safranbolu'ya gelen ziyaretçiler ve üniversite öğrencileri için araştırmaların kısmen yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer önemli hedef kitleler arasında yer alan yatırımcılar, iş amaçlı ziyaretçiler, mevcut yaşayanlar ve ihracat pazarlarına yönelik ise herhangi bir nicel araştırmaya rastlanılmamıştır.

Diğer bir bulgu ise; Karabük Üniversitesi Safranbolu Yerleşkesinde eğitim gören öğrencilerin şehirden memnuniyetini artırmak adına yapılan çalışmalara yöneliktir. Safranbolu Belediyesi tarafından öğrencilerin memnuniyet düzeylerini artırmak için çorba dağıtımı, sokak etkinlikleri, drama, söyleşi ve konserlerin organize edildiği belirlenmiştir. Bu etkinlikler aynı zamanda basın bülteni haline getirilerek medyaya servis edilmiş ve haber olarak yayınlanması sağlanmıştır. Aynı şekilde öğrencilere yönelik Karabük Üniversitesinin düzenlediği etkinlikler de mevcuttur. Bu etkinlikler de basına servis edilerek haber olarak yayınlanmaktadır. Safranbolu Kültür ve Turizm Vakfı ise turizm ile restorasyon bölümlerinde okuyan öğrencilere yazılı ve görsel kaynaklar sağladığını belirtmiştir. Diğer katılımcıların öğrencilere yönelik herhangi bir çalışma yapmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmadan elde edilen diğer bir bulgu ise Safranbolu'ya daha fazla turist, yatırımcı, yeni yerleşimci çekmek, ziyaretçilerin ve mevcut yerleşimcilerin memnuniyetlerini sağlamak ile şehirde yaşayanlara yönelik yapılan bilinçlendirme çalışmalarına yöneliktir. Buna göre, tarihi kimliğine zarar vermemek adına katılımcıların çoğunluğunun Safranbolu'ya çok turist çekmek yerine nitelikli turist çekme anlayışında olduğu belirlenmiş ancak buna yönelik yapılan herhangi bir araştırmaya veya çalışmaya rastlanılmamıştır. Daha önce bahsedilen hedef kitlelere yönelik yapılan araştırmalar, Safranbolu'yu halihazırda ziyaret eden turistlerle ilgilidir. Sadece Safranbolu Kültür ve Turizm Vakfı tarafından şehre yeni turizm

destinasyonları kazandırmak için yapılan bazı çalışmalar mevcuttur. Bir diğer önemli konu ise katılımcıların Safranbolu'nun yine tarihi kimliğini korumak adına yeni yatırımcıya pek sıcak bakmadıklarıdır. Bu yüzden yeni yatırımcı çekmek için de herhangi bir çalışma yapılmamaktadır. Karabük Üniversitesi yeni akademisyen ve öğrenci çekmek için özellikle sosyal medya üzerinden bir takım tanıtım faaliyetlerinde bulunmakta ve Safranbolu'da pek çok ulusal-uluslararası sempozyum ve kongre düzenlemektedir. Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Safranbolu'da ve Karabük'te yaşayanların memnuniyetlerini artırmak adına halk dansları, tiyatro ve opera gibi kültürel etkinlikler düzenlerken, Safranbolu Belediyesi de; haftalık halk toplantıları, bayramlaşma törenleri, Ramazan Ayı'nda mahalle iftarları, yeni doğan bebek ziyaretleri, mahalle muhtarları ile toplantılar düzenleyerek sorunların dinlenmesi, devlet hastanesinde yatan hastaların ziyaret edilmesi gibi etkinlikler yapmaktadır. Ayrıca kamu aktörleri tarafından şehirdeki işletmelere ve şehirde yaşayanlara yönelik turizm, yangın, korumacılık vb. gibi konularda çeşitli eğitimlerin verildiği belirlenmiştir. Bu bağlamda Safranbolu'ya yeni yatırımcı çekmemek adına belirtilen görüşler anlayışla karşılanabilir. Çünkü Safranbolu'nun tarihi yapısının korunması için bazı şeylerden feragat etmek gerekebilir. Ancak Safranbolu'ya nitelikli turist çekmek isteyen tüm aktörlerin bu kitle hakkında herhangi bir araştırma yapmamış olması büyük bir eksikliktir. Diğer taraftan kamu aktörlerinin şehirde yaşayanların memnuniyet ve bilinç düzeyini artırmak için yaptığı halkla ilişkiler çalışmaları ise önemlidir. Fakat bu çalışmalar şehir pazarlaması kapsamında yapılmadığından kısa vadede şehirde yaşayanların memnuniyetlerini artırabilir ama şehrin diğer pazarlama hedeflerine ulaşılamadığında memnuniyet durumunun azalması kaçınılmazdır.

Diğer bir önemli bulgu ise Safranbolu'ya gelen turistler ile iş insanlarının memnuniyetlerine yönelik yapılan çalışmalara yöneliktir. Safranbolu Kaymakamlığı, Safranbolu Belediyesi ve Karabük Üniversitesi Turizm Fakültesi ortaklığında şehirdeki esnafların turizm bilincini artırmak adına dönem dönem kursların verildiği belirlenmiştir. Ayrıca Turizm Fakültesi akademisyenleri tarafından yapılan akademik çalışmaların Safranbolu'ya gelen turistlerin memnuniyetsiz oldukları alanları ve eksik yönleri ortaya çıkardığı ve bu anlamda şehirdeki karar alıcılara yol gösterici olduğu sonucuna varılmıştır. Karabük İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ise sosyal medya üzerinden veya şikâyet dilekçeleri aracılığı ile şikâyet edilen tesisler hakkında işlem yapmakta ve belirtilen eksikleri düzelttirmektedir. Ayrıca Karabük Üniversitesi tarafından Safranbolu'da düzenlenen kongre ve sempozyumlara katılan akademisyenlere yönelik kültürel gezi programları düzenlenmekte ve akademisyenlerin memnun ayrılmaları sağlanmaktadır.

Elde edilen diğer bir bulgu ise yapılan tanıtım faaliyetlerinde Safranbolu'nun UNESCO Tarihi Miras Kenti Listesi'nde yer almasını etkili olarak kullanıp kullanılmadığına yöneliktir. Özel sektör temsilcisi ve Safranbolu Kültür ve Turizm Vakfı herhangi bir tanıtım çalışması yapmadıkları için UNESCO kimliğini kullanmamaktadır. Diğer tüm katılımcılar ise katıldıkları fuarlar ve düzenledikleri tüm organizasyonlarda UNESCO kimliğini etkili bir biçimde kullanmaktadır. Bu kimlik aynı zamanda Safranbolu'nun diğer şehirlerden farklılaştırılması açısından çok önemlidir.

Araştırmadan elden edilen diğer önemli bir bulgu ise, Safranbolu'nun tanıtımı amacıyla kamu ve özel sektör aktörlerinin yerel, ulusal ve uluslararası platformlarda yer almak için ülkemizde ve dünyada yaptığı çalışmalara yöneliktir. Buna göre özellikle kamu aktörlerinin önderliğinde Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivali yapılmaktadır. Ünlü isimlerin de katıldığı festival aracılığıyla Safranbolu yerel ve ulusal basında kendine yer bulmaktadır. Bu yıl 21.'si düzenlenen Uluslararası Altın Safran Belgesel Film Festivali'nin, Safranbolu'nun imajı ve ülke gündeminde yer alması için önemli bir çalışma olduğu belirlenmiştir. Diğer önemli bir festival ise yurt içi ve yurt dışından gelen birçok katılımcı ile düzenlenen Safran Hasadı Festivali'dir. Bu festival sayesinde de Safranbolu'nun yerel ve ulusal medyada kendine geniş yer bulduğu anlaşılmıştır. Bunun dışında Safranbolu'yu tanıtmak adına Safranbolu Belediyesi ile bazı özel sektör aktörlerinin ulusal ve uluslararası çapta yer alan bazı turizm fuarlarına katıldığı saptanmıştır. Karabük Üniversitesi'nin ise uluslararası birçok eğitim fuarına katıldığı burada üniversite ile birlikte Safranbolu'nun da tanıtımının yapıldığı belirlenmiştir. Ayrıca Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı tarafından 2016 ve 2017 yıllarında bazı Arap internet fenomenlerinin Safranbolu'ya davet edilerek, yaptıkları paylaşımlar aracılığıyla tanıtım yapıldığı belirlenmiştir. Bunun dışında ortaya konulan en önemli çalışmalardan biri Safranbolu Kültür ve Turizm Vakfı tarafından yapılmıştır. 1976 yılında Süha Arın tarafından çekilen ve Safranbolu'nun UNESCO Dünya Miras Listesi'ne girmesinde önemli katkıları olan "Safranbolu'da Zaman" belgeselinin dijital restorasyonu yapılmış ayrıca Süha Arın'ın o dönem asistanlığını yapan yönetmenlerle aynı mekanlar kullanılarak 40 yıl sonra benzer bir belgesel çekilerek belgesel için; İngilizce, Fransızca ve Japonca alt yazıları hazırlanmıştır. Yukarıda bahsedilen tüm çalışmalar Safranbolu'nun tanıtımı için yapılan en önemli halkla ilişkiler faaliyetleri arasındadır. Ancak aşağıda geniş anlamda değinileceği gibi tüm bu halkla ilişkiler çalışmaları belirli bir şehir pazarlaması stratejisi dahilinde yapılmadığı için şehrin pazarlama hedeflerine tam anlamıyla katkı sağlamamaktadır.

Diğer bir bulgu ise Safranbolu'nun tanıtımında hangi medya araçlarının kullanıldığına yöneliktir. Elde edilen bulguya göre tüm katılımcıla-

rın ağırlıklı olarak tüm tanıtım çalışmalarında medya aracı olarak sosyal medyayı kullandıkları belirlenmiştir. Ancak yapılan tanıtım faaliyetlerinin neredeyse tamamı Türkçedir. Hiçbir kamu ve özel sektör aktörünün Safranbolu'yu tanıtmak için yabancı dilde yayın yapan bir sosyal medya hesabı bulunamamıştır. Ayrıca sosyal medya hesapları incelendiğinde yapılan çalışmaların yeterli olmadığı görülmüştür. Tanıtım çalışmalarında Safranbolu'nun öne çıkarılan yönlerine dair bulgularda ise daha çok; kültürel mirası, tarihi evleri, doğası, kanyonları, el sanatları, safran bitkisi, UNESCO listesinde yer alması ve cam terası gibi yerlerin olduğu belirlenmiştir. Safranbolu'nun hem tarihi hem de doğayı bir arada bulunduran özelliği çok geniş kitleleri şehre çekme adına önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Elde edilen diğer bir önemli bulgu ise Safranbolu'da şehir pazarlaması ve tanıtım faaliyetlerinin yeteri kadar yapılıp yapılmadığına yöneliktir. Buna göre Safranbolu'nun tanıtımının yeterli olmadığı ve bunun nedenlerinden birinin bazı katılımcılar tarafından "Safranbolu'yu ne kadar tanıtırsanız tanıtın yeterli gelmiyor" şeklinde ifade edildiği belirlenmiştir. Bir diğer neden ise; özel sektör aktörlerinin kamu aktörleri tarafından yapılan veya yapılması planlanan tanıtım faaliyetlerine yeterli desteği vermemesidir. Bunun sebebi olarak ise işletmelerin turizm ve tanıtım gibi konularda yeterli bilince sahip olmaması gösterilmektedir. Diğer ve en önemli neden ise tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin belirli bir strateji dahilinde yapılmadığı, her bir aktörün kendi başına bir şeyler yapmaya çalıştığı ve bunun da her çalışma için aynı başarılı sonucu vermediği olmuştur. Netice olarak Safranbolu'nun şehir pazarlamasına yönelik herhangi bir stratejisi bulunmamaktadır. Şehrin pazarlamasına yönelik herhangi bir pazarlama planı olmadığı için de yine yapılan bu tanıtım faaliyetlerinin şehrin pazarlama hedeflerine yönelik başarılı bir sonuca hizmet etmediği ortadadır.

Bir diğer araştırma sorusu olan Safranbolu ile benzer özelliklere sahip rakip şehirlerle karşılaştırma yapılıp yapılmadığına dair bulgulara göre ise; katılımcıların çoğunluğunun ülkemizde Safranbolu ile benzer özelliklere sahip olan diğer şehirlerle karşılaştırmalar yaptıkları ve Safranbolu'nun daha iyi durumda olduğu sonucuna ulaştıkları olarak belirlenmiştir. Dünyadaki örneklerin incelenip Safranbolu'da uygulanması konusunda elde edilen bulgulara göre ise; Safranbolu Belediyesi'nin dünyadaki bazı örnekleri incelediği ancak bu örneklerden yeteri kadar istifade edemedikleri şeklindedir. Safranbolu Kültür ve Turizm Vakfı'nın Makedonya, Prag, Nesebar ve Ohri'yi; özel sektör aktörünün ise Amsterdam'daki Beemster köyünü inceledikleri ama bu incelemeler sonucunda Safranbolu'ya yönelik herhangi bir örnek uygulama ortaya koyulmadığı sonucu bulunmuştur. Araştırmadan elde edilen diğer bir bulgu ise diğer şehirlerde olmayan yenilikçi uygulamalara yönelik olmuştur. Bu hususta

Safranbolu'da yenilikçi uygulamalar konusunda herhangi bir çalışmanın olmadığı sadece görüşme yapılan Batuta Turizm'in, Safranbolu'nun dar sokaklarında turistleri gezdirmek amacıyla golf arabası ile hizmet verdiği belirlenmiştir. Bu durum aynı zamanda ulusal medyada da kendine geniş yer bulmuş ve Safranbolu'nun kısa sürede olsa ülke gündeminde kendine yer bulmasını sağlamıştır.

Diğer bir bulgu ise Safranbolu'daki alt yapı sıkıntıları ve çözüm yollarına yönelik olmuştur. Elde edilen sonuca göre Safranbolu'nun ciddi bir trafik sorununa sahip olduğu ve bu durumdan hem turistlerin hem de yerleşimcilerin muzdarip olduğu belirlenmiştir. Özel sektör aktörleri bu durumu çözmesi gerekenin belediye olduğunu vurgulamış, belediye ise trafik problemini çözmek için hayata geçirilmesi düşünülen projelerin özel sektör aktörlerinin kaygılarından dolayı hayata geçirilemediğini belirtmiştir. Bu sorun hakkında kamu ve özel sektör aktörlerinin bir araya gelememe ve birbirlerini suçlayıcı bir tavır içinde olduğu gözlemlenmiştir.

Araştırmadan elden edilen diğer önemli bir bulgu ise Safranbolu'daki kamu ve özel sektör aktörlerinin Safranbolu'nun tanıtımı ve pazarlanması noktasında birbirlerine verdikleri destek düzeyi hakkında olmuştur. Elde edilen sonuca göre tüm kamu aktörlerinin birbirlerini yeterli seviyede desteklediği sonucuna ulaşılmıştır. Ama bu durum özel sektör aktörleri için aynı değildir. Özel sektör aktörlerinin bahsi geçen çalışmalara destek vermediği bunun en önemli nedenlerinden birinin Safranbolu'daki birçok işletmecinin turizm işini ek iş olarak yaptığı ve bu işletmecilerin turizmden elde edecekleri gelire çok da ihtiyaçlarının olmaması olarak gösterilmektedir. Bu durum Safranbolu'da yapılacak şehir pazarlaması çalışmalarının önündeki en büyük engellerden biri olarak tespit edilmiştir.

Bu araştırmanın sonucunda Safranbolu'daki kamu ve özel sektör aktörlerinin genelinin şehir pazarlamasına yönelik bilgi düzeyleri yetersiz görülmüştür. Dolayısıyla bu durum Safranbolu'da şehir pazarlaması çalışmalarının önündeki en büyük engeldir. Araştırmaya katılan tüm aktörler Safranbolu'yu günü birlikçi turistlerin yerine nitelikli turistlerin ziyaret etmesini istemektedirler. Ancak kamu ve özel sektör aktörleri tarafından nitelikli turist olarak belirtilen bu hedef kitlenin yaşama zevkleri, harcama alışkanlıkları veya eğlence tarzlarına ile diğer özelliklerine yönelik herhangi bir araştırma yapılmadığı belirlenmiştir. Safranbolu'daki kamu aktörleri ve bazı özel sektör aktörleri tarafından; Safranbolu'nun tanıtımına ve halkın turizm amaçlı bilinçlendirilmesine yönelik festivaller, fuarlar, eğitimler, konferanslar, vb. gibi halkla ilişkiler çalışmaları yapılmaktadır. Bu çalışmalardan özellikle festivaller hem Safranbolu'nun imajına hem de ülke gündeminde yer edinerek tanıtım çalışmalarına sağladığı katkı açısından önemlidir. Kamu ve özel sektör aktörlerinin bir halkla ilişkiler ortamı olan ulusal ve uluslararası turizm fuarlarına katılması Safranbolu'yu

tanıtmak ve şehre yeni ziyaretçiler çekebilmek amacıyla yapılmaktadır. Yine Safranbolu'da yaşayan halka turizm bilinci aşılamak, işletmecilere eğitimler vermek de diğer önemli halkla ilişkiler faaliyetleri arasında yer almaktadır. Safranbolu Belediyesi tarafından ayrıca şehirde yaşayanların memnuniyetlerini artırmak amacıyla birçok halkla ilişkiler çalışması yapılmaktadır. Ayrıca sosyal medya, tüm aktörler tarafından Safranbolu'nun tanıtımı ve ziyaretçiler ile şehirde yaşayanların sorunlarının tespiti açısından önemli bir halkla ilişkiler ortamı olarak kullanılmaktadır. Dolayısıyla Safranbolu'da özellikle kamu aktörlerinin belirli amaçlar dahilinde çok sayıda halkla ilişkiler çalışması yaptığı, bunların bazılarının da yerel ve ulusal medyada kendine haber olarak yer bulduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan halkla ilişkiler çalışmaları ancak stratejik pazarlama planı kapsamında aşağıda belirtilen aşamaların sonucunda yapılırsa şehrin pazarlama hedeflerine hizmet edecektir. Bu aşamalar şu şekildedir (Apaydın, 2014; s. 9):

- Hedef kitlelerin ihtiyaçlarının belirlenmesi
- Şehrin kaynaklarının belirlenmesi
- Rakiplerin analiz edilmesi
- Şehrin SWOT analizinin yapılması
- Hedef kitlelerin gruplandırılarak pazar bölümlendirmesi yapılması
- Şehrin ayrıcalıklı ve üstün yönlerine göre farklılaştırılması
- Pazarlama karmasının planlanması

Sonuç olarak Safranbolu'daki kamu ve özel sektör aktörleri tarafından yapılan halkla ilişkiler çalışmalarının yukarıda bahsedilen stratejik pazarlama planı aşamalarının sonucu olarak değil, günü birlik kaygılar ve alışılagelmiş uygulamalar kapsamında yapıldığı belirlenmiştir. Dolayısıyla bu durum Safranbolu'da yapılan halkla ilişkiler çalışmalarının şehrin pazarlama hedeflerine tam olarak hizmet etmemesine neden olmaktadır.

Çalışmadan elde edilen sonuç itibariyle Safranbolu'daki kamu ve özel sektör aktörlerine birtakım önerilerde bulunmak gerekirse:

- Öncelikle şehirdeki tüm aktörlerin şehir pazarlaması hakkında bilgi düzeylerini arttırması ve bu konunun şehre sağlayacağı yararların farkında olması gerekmektedir.

- Gerektiği taktirde şehir pazarlaması hakkında profesyonellerden veya alanında uzman akademisyenlerden yardım alınmalıdır.

- Şehir pazarlaması sürecini yürütecek tüm aktörlerden oluşan bir kurul oluşturulmalıdır.

- Dünyadaki başarılı örnekler yol gösterici olması açısından incelenmelidir.

- Şehir pazarlaması çalışmalarının hedefi sadece ülkemizle sınırlı kalmamalı, dünya çapında tercih edilen bir şehir haline gelmek hedeflenmelidir.

- Şehrin pazarlama hedeflerinin belirlenmesi için stratejik pazarlama planı oluşturulmalıdır.

- Pazarlama planı kapsamında şehirde yaşayanların ve şehri ziyaret etmesi beklenen potansiyel hedef kitlelerin ihtiyaçları belirlenmelidir. Bu ihtiyaçları belirlemek için araştırmalar yapılmalıdır.

- Şehrin durum analizi yapılmalı, hedef kitlelerin beklentileri açısından şehirdeki eksik yönler ortaya çıkarılmalı, ayrıca diğer şehirlerde olmayan ayrıcalıklı yönler belirlenmelidir. Bunun için en etkili yöntem şehrin tüm yönlerini ele alacak bir SWOT analizinin yapılmasıdır. Ayrıca bu noktada şehrin mevcut ve potansiyel rakipleri incelenerek karşılaştırmalar yapılmalıdır.

- Hedef kitleler gruplandırılarak; hedef kitlelerin zevkleri, harcama alışkanlıkları, yıllık ortalama tatil süreleri, yıllık kazançları vb. gibi özellikler açısından pazar bölümlendirmesi yapılmalı, bunun devamında farklı ve üstün özellikleri belirlenen şehir için farklılaştırma politikasına gidilmelidir.

- Bu aşamada pazarlama karması planlanmalı ve neticesinde hedef kitlelere ulaşmak için iletişim yolları ve stratejileri belirlenmelidir.

- Bu noktadan sonra potansiyel hedef kitlelerin zihninde şehir hakkında olumlu imaj inşasına imkân tanıması, diğer iletişim faaliyetlerine oranla daha ucuz olması ve daha spesifik hedef kitlelere ulaşmaya imkân tanıması açısından diğer iletişim çalışmaları ile birlikte halkla ilişkiler çalışmaları yapılmalıdır.

- Örneğin, önemli bir halkla ilişkiler ortamı olarak kullanılan sosyal medyadan daha çok faydalanılmalı, burada paylaşılan mesajlar sadece yerli hedef kitleleri değil yabancı hedef kitleleri de kapsamalıdır. Bunun için yabancı dilde yayın yapan sosyal medya hesapları açılmalıdır.

- Safranbolu'nun 'UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alması özellikle yabancı turistlere yönelik yapılan iletişim çalışmalarında yoğun olarak kullanılmalıdır. Bu durum aynı zamanda şehri farklılaştırmak için kullanılabilecek önemli bir argümandır.

- Tüm bu aşamaların uygulanma durumları belirli aralıklarla kontrol edilmeli ve raporlanmalıdır.

Her şehir için olduğu gibi Safranbolu için de şehir pazarlamasının önemi ortadadır. Safranbolu sahip olduğu tarihi ve doğal güzellikleri ile ülkemizde geniş kitleler tarafından bilinmektedir. Bu durum Safranbolu için çok önemli bir avantajdır. Safranbolu'daki kamu ve özel sektör aktörleri bu tanınırlık avantajını yapacakları halkla ilişkiler ve diğer tutundurma çalışmaları ile büyük fırsata dönüştürme imkanına sahiptir. Bu da ancak şehir pazarlaması kapsamında hazırlanan stratejik pazarlama planında belirtilen tüm gereklilikleri ortaya koyduktan sonra mümkün olabilir.

# KAYNAKÇA

Akar, H. (2011). Halkla İlişkiler Rolleri ve Algılanmasına Yönelik Uygulamalı Bir Çalışma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.

Akay, R. A. (2014). Etkinlik Yönetimi Uygulamalarında Yaratıcı Rekabet ve Sosyal Medyanın Entegrasyonu. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication, 4(4), 55-70.

Akdağ, M. (2005). Halkla İlişkiler ve Kriz Yönetimi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14, 1-20.

Altunbaş, H. (2007). Pazarlama İletişimi ve Şehir Pazarlaması "Şehirlerin Markalaşması". Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 4(4), 156-162.

Apaydın, F. (2014). Şehir pazarlaması. Nobel, Ankara.

Asna, M. A. (1997). Halkla ilişkiler. Sabah Kitapları.

Balmer, J. M. (2008). Identity Based Views of the Corporation: Insights From Corporate Identity, Organisational Identity, Social Identity, Visual Identity, Corporate Brand Identity and Corporate Image. European Journal of Marketing, 42(9/10), 879-906.

Baskin, O., Aranoff C. ve Lattimore, D. (1997). Public Relations the Profession and the Practice, McGraw-Hill, New York.

Başçı, A. (2006). Şehir Markası Yaratma Süreci ve İstanbul Şehir Markası İçin Bir Model Önerisi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Bland, M., Theaker, A. ve Wragg, D. (2005). Effective Media Relations How to Get Results. London, Kogan Page Limited.

Center, A. H. ve Jackson, P. (2003). Public Relations Practices Managerial Case Studies and Problems. Prentice Hall, New Jersey.

Ceylan, H. H. (2010). Yerel Kalkınma ve Rekabet Aracı Olarak Şehir Pazarlamasında Yatırımcıların Yatırım Destinasyon Tercih Yapılarının Belirlenmesi ve Uşak Tekstil Sektöründe Bir Uygulama. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyon.

Cutlip, Scott M.; Center, Allen H. ve Brom, Glen M. (1994). Effective Public Relations, Prentice- Hall Seventh Edition, Englewood Cliffs, New Jersey.

Davies, G., Chun, R., Da Silva, R. V., ve Roper, S. (2003). Corporate Reputation and Competitiveness. Psychology Press.

Deffner, A., ve Liouris, C. (2005)." City Marketing: A Significat Planning Tool For Urban Development İn A Globalised Economy", 45th Congress Of The European Regional Science Association, 23-27 August, 1- 21.

Deffner, A., Karachalis, N., Psatha, E., Metaxas, T., ve Sirakoulis, K. (2020). City

Marketing and Planning in Two Greek Cities: Plurality or Constraints? European Planning Studies, 1-22.

Dengiz, S., ve Özaslan, A. (2019). Kentleşme Oranını Etkileyen Faktörlerin Analizi: OECD Ülkeleri Üzerine Bir İnceleme. Toplum ve Demokrasi, 13 (27-28), 53-69.

Elber, D. B., ve Güngörmez, D. (2020). Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanında Üst Düzey Yöneticilerin Kişisel Değerlerinin Rolü. İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi, 5(11), 86-96.

Erdoğan, İ. (2006). Teori ve Pratikte Halkla İlişkiler. Erk, İzmir.

Fombrun C. J. (1996). Reputation: Realizing Value from the Corporate Image. Boston, Massachusett: Harvard Business School Press.

Gökerik, M., & TEKİN, M. (2016). Şehir Markalaşmasında Girişimciliğin Önemi: Uşak İli Örneği. Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches, 5(7).

Göksel, A.B., Kocabaş, F., Elden, M. (1997), Pazarlama İletişimi Açısından Halkla İlişkiler ve Reklam. Yayınevi Yayıncılık, İstanbul.

Grunig, J. E. ve Hunt, T. (1984). Managing Public Relations. Wadsworth/ Thomson Learning, Belmont CA, USA.

Güzelcik U. E. (2002). İtibar Yönetimi Değer Yaratan Bir Halkla İlişkiler Çalışması Olarak İtibar Yönetimi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi, (83-93).

Hacıhaliloğlu, H. (1998). İşletmelerde Kriz Yönetiminin Halkla İlişkiler Açısından İncelenmesi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Hatch, Jo M. ve Schultz, M. (1997). Relations Between Organizational Culture, Identity and Image. European Journal of Marketing, 31(5/6), 356-365.

Hawes, D. K., Taylor, D. T., ve Hampe, G. D. (1991). Destination Marketing by States. Journal of Travel Research, 30(1), 11-17.

Herstein, R. (2012), "Thin Line Between Country, City, And Region Branding". Journal of Vacation Marketing, Vol. 18, Num. 2, pp. 147-155.

Ismail, S. ve Mohd-Ali, N.A. (2011). The Imaging of Heritage Conservation in Historic City of George Town for City Marketing. The 2nd International Building Control Conference.

İlgüner, M., Asplund, C. (2011). Marka Şehir. Marketing, İstanbul.

İslamoğlu, A. H. (2011). Pazarlama Yönetimi. Beta Basım Yayım Dağıtım.

Jefkins, F. (1995). Public Relations Techniques. Oxford: Butteworth-Heinemann.

Kadıbeşegil, S. (2006). İtibar Yönetimi, MediaCat Yayınları, 2. Baskı, İstanbul

Kalender, A. (2018). Kavram Olarak Halkla İlişkiler, Dünyada ve Türkiye'de Halkla İlişkilerin Tarihsel Gelişimi. Editör: Aydın Ziya Özgür, Halkla İlişkiler, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları: 1676, Eski-

şehir, 2-31.

Kalender, A., ve Fidan, M. (2011). Halkla İlişkiler. Tablet Yayınları, Konya.

Karabey, C., ve Battal, F. (2020). Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Kurumsal İtibar, Profesyonel Etik Standartlar ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkiler. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 34(2), 603-629.

Karmowska, J. (2002). Cultural Heritage as An Element of Marketing Strategy in European Historic Cities. Proceedings of the 5th European Commission.

Kavaratzis, M., ve Ashworth, G. (2008). Place Marketing: How Did We Get Here and Where Are We Going?. Journal of Place Management and Development. 1(1), 150-165.

Koçak, S. (2015). Kentlerin/Ülkelerin Pazarlamasında Halkla İlişkilerin Rolü ve Önemi. International Multilingual Academic Journal, 2 (1), 82-93.

Kotler, P. (2016). A'dan Z'ye Pazarlama. Çev. Aslı Kalem Bakkal. İstanbul: MediaCat.

Kotler, P., Asplund, C. R., Irving, J. ve Haider, D. H. (1999), Marketing Places Europe: How To Attract Investments, Industries, Residents and Visitors To Cities, Communities, Regions and Nations In Europe. New York: Financial Times Prentice-Hall.

Kotler, P., Irving J. R., Donald H. H. (1993). Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism To Cities, Regions and Nations. New York: The Free Press.

Lambert, K. G., Nelson, R. J., Jovanovic, T., ve Cerda, M. (2015). Brains in The City: Neurobiological Effects of Urbanization. Neuroscience & Biobehavioral Reviews, 58, 107-122.

Odabaşı, Y. ve Oyman, M. (2019) Pazarlama İletişimi Yönetimi. Mediacat Yayınları, Eskişehir.

Okay, A. ve Okay, A. (2002). Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları. Der Yayınları, İstanbul.

Özdemir, A. (1994) Kriz Yönetimi ve Halkla İlişkiler. Ege Yayıncılık, İzmir.

Özsöz, F. M. (2018). Şehir Pazarlamasında Bir Marka Şehir Olarak Eskişehir'in İncelenmesi. Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi, 2(1), 12-34.

Peltekoğlu, F. B. (2018). Halkla İlişkiler Nedir?. Beta Basım Yayım Dağıtım.

Polat C. (2007). "Şehir Pazarlaması, Dünya'daki ve Türkiye'deki Gelişmeler ve Karşılaşılan Sorunlar". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, Cilt.10, Sayı. 1-2, 231-258.

Sin, A. (2018). Şehir Pazarlaması ve Şehir Varlıkları: Kayseri Örneği. Nuh Naci Yazgan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kayseri.

Solmaz, B. (2007). Halkla İlişkiler Bakış Açısından Kriz Durumlarında İnternetin Rolü ve İnternet Kriz Planlaması. Selçuk İletişim, 4, (4), 67-74.

Şahin, E. (2015). Bir Destinasyon Unsuru Olarak Yerel Gastronominin Marka Şehir Pazarlamasında Etkileri: Gaziantep Örneği. Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.

Taş, E., ve Kestellioğlu, G. (2011). Halkla İlişkilerde İnternetin Yeri ve Önemi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(1), 73-92.

Tekin, H. H. (2006). Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme. İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, 3(13), 101-116.

Tosun, N. B. (2002). Finansal Halkla İlişkilerde Hedef Kitleye Ulaşma Yöntemleri. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 12(2), 709-724.

Tunca, E. A. (2020). Finansal Halkla İlişkiler Bağlamında Kuzey Kıbrıs'ta Yürütülen Halkla İlişkiler Faaliyetleri. Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches, 9(1).

Yazar, T., ve Rakıcı, O. (2019). Sık Tüketilen Gıda Ürün Ambalaj Tasarımlarının Kurum Kimliği ve İmajı Açısından Önemi. Corporate Identity In Frequently Consumed Food Product Packages and Importance in Terms of Image, The Journal, 12(68).

https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020 (Erişim Tarihi: 12.12.2020)

https://yased-api.yased.org.tr/Uploads/Reports/4ff832b7-c3f7-43b9-977128139d3c1993.pdf (Erişim Tarihi: 12.12.2020)

# BÖLÜM 26

## BALKAN ÜLKELERİ VE TÜRKİYE'NİN CRITIC-RAFSI YÖNTEMİ İLE EKONOMİK PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

*Yusuf KAHREMAN*[1]

1 Dr. Öğr. Görevlisi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Zara Veysel Dursun Uygulamalı Bilimler Meslek Yüksekokulu, Bankacılık ve Finans Bölümü, ykahreman@cumhuriyet.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-5968-5081

## 1. GİRİŞ

Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla (GSYH) üzerindeki değişim, bir ülkenin performansı veya ekonomik anlamdaki gelişimi hakkında bilgi sunmaktadır. Ülkelerin ekonomik performanslarının artmasını GSYH'nin büyümesi ve kişi başı GSYH'nin artması olarak ele alan birçok görüş olsa da bu değişkenler bir ülkenin ekonomik performansının net bir şekilde ölçülmesi için tek başına yeterli değildir. Bir ülkede enflasyonun yüksek olması veya işsizlik seviyesinin yüksek olması durumunda GSYH tek başına ülkenin ekonomik performansını açıklamak için yetersiz kalacaktır. Bu sebeple ülkelerin ekonomik performanslarını ele alırken GSYH göstergesi dışında kalan makro göstergelerinde ele alınması gerekmektedir (Belke, 2009).

Sihirli elmas yaklaşımının yanı sıra küreselleşmenin de etkisiyle sınırların yavaş yavaş ortadan kalkması makroekonomik performans ölçümü gerçekleştirilirken dış ticaret göstergelerini de bu kapsamda kullanılabileceğini göstermektedir. Makroekonomik performans üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde büyüme oranı, işsizlik ve enflasyon gibi temel makro göstergelerin yanı sıra bu makro değişkenlerden elde edilen endekslerinde kullanıldığı çalışmalar görülmektedir. (Whiteley, 1986; Alvarez, vd., 1991; Cutler, vd., 1991; Alesina ve Summers, 1993; Moesen ve Cherchye, 1998; Haveman ve Schwabish, 2000; Feltenstein ve Iwata, 2005; Günsoy 2006; Kenworthy, 2006; d'Albis, vd., 2015; Wang ve Le, 2018; Ahmad ve Sheikh 2019;).

Bu doğrultuda Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin son yıllardaki ekonomik performansının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin 2010-2021 yılları arasındaki verileri kullanılarak CRITIC ve RAFSI yöntemlerini kapsayan bütünleşik bir model ile ekonomik performans değerlendirilmesi yapılmıştır. CRITIC yöntemi ile ele alınan kriterlerin önem düzeylerinin belirlenmesi amacıyla kullanılırken, RAFSI yöntemi ile Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin ekonomik performanslarının ölçülmesinde kullanılmıştır. Çalışmada büyüme oranı, ihracat büyüme oranı, kişi başı GSYH, net ihracat, ithalat büyüme, döviz kuru, enflasyon ve işsizlik oranları ekonomik performans değerlendirme kriteri olarak belirlenmiştir. Çalışmanın ilk kısmında ülke performansı üzerine yapılan çalışmaların literatür incelenmesi yapılmış, sonraki kısımda ise çalışmanın yöntemleri açıklanarak analiz sonuçlarına yer verilmiştir. Yapılan bu çalışma ile hem ekonomi literatürüne hem gelişmekte olan ülkelerin ekonomik performanslar değerlendirmesinin nasıl olduğuna hem de politika uygulayıcıların karar almalarına katkı sağlanması amaçlanmıştır.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Konu, amaç veya yöntem açısından benzerlik gösteren yapılan çalışmalar incelendiğinde belirli ülke gruplarını veya bir ülkenin belirli dönemlerini kapsayan ekonomik performanslarını ele alan birçok çalışmanın yer aldığı görülmektedir. Bu çalışmaların bazılarına kısaca aşağıda yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Amaç veya Yöntem Olarak Benzer Yapılan Ampirik Çalışmalar

| ÇALIŞMA | AMAÇ | YÖNTEM | SONUÇ |
|---|---|---|---|
| Ramanathan (2006) | 18 MENA ülkesinin makroekonomik performanslarının ölçülmesi | VZA | Performansı en yüksek çıkan ülkeler Ürdün, Kuveyt, Bahreyn ve Arap Emirlikleri olurken en düşük performans gösteren ülke Yemen olmuştur. |
| Hsu et al. (2008) | Gelişmiş ve Gelişmekte olan ülkelerin verimlilikleri açısından performanslarının ölçülmesi | VZA | Endonezya ve Arjantin'in kullanılan tüm ülkeler arasında daha iyi performans gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. |
| Kiszkiel (2017) | OECD ülkelerinin ekonomik eşitsizlik açısından performanslarının ölçülmesi | TOPSIS | Performans sıralamasında İsrail ve ABD gibi gelişmiş ülkelerin Türkiye, Şili ve Meksika gibi ülkelerden alt seviyelerde yer aldığı gözlemlenmiştir |
| Masca (2017) | AB ülkelerinin verimlilikleri açısından performanslarının ölçülmesi | TOPSIS | Almanya, İngiltere, İtalya, Hollanda, Danimarka, Belçika ve İsveç'in performans sıralamasında ilk sıralarda, Romanya, Bulgaristan, Polonya, Portekiz, Slovakya ve Slovenya'nın ise son sıralarda yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. |
| Güran ve Tosun (2005) | Türkiye'nin makroekonomik performansının ölçülmesi | VZA | Türkiye'nin 1975 yılından önce istikrarlı bir performans gösterdiği ancak 1975 yılından sonra istikrarsız bir yapının ortaya çıktığını sonucuna ulaşmışladır. Ayrıca 1951 dönemi için 1960'ın Türkiye ekonomisi için en iyi dönem olduğu sonucuna ulaşılmıştır. |
| Eleren ve Karagül (2008) | Türkiye'nin makroekonomik performansının ölçülmesi | TOPSIS | 1986, 1990, 1987 ve 1993'ün Türkiye için en iyi performans yılları olduğu sonucuna ulaşılmıştır. |
| Karabulut et al. (2008) | AB ülkeleri ve Türkiye'nin makroekonomik performansının ölçülmesi | VZA | Türkiye'nin teknik verimlilik endeksinde 5. sırada olduğu, toplam faktör verimliliğine göre ise Türkiye'nin AB ülkeleri arasında 21. sırada yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. |
| Erdoğan (2010) | Türkiye'nin makroekonomik performansının ölçülmesi | TOPSIS | 2008 yılı ve 2009 yılının son çeyreklik döneminde küresel krizin etkisi ortaya çıkmıştır. Türkiye'de bu dönemleri kapsayan bir düşüş olduğu sonucuna ulaşılmıştır. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Dinçer (2011) | AB ülkeleri ve aday ülkelerin makroekonomik performansının ölçülmesi | TOPSIS, WSA | Lüksemburg, Hollanda ve Danimarka ilk üç ülke olurken, Makedonya, Letonya ve Bulgaristan'ın sonuncu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. |
| Mangır ve Erdoğan (2011) | İtalya, Yunanistan, İspanya, Portekiz, İrlanda ve Türkiye'nin makroekonomik performansının ölçülmesi | Fuzzy TOPSIS | Ekonomik krizin hem Türkiye'yi hem de Avrupa ülkelerini etkilediğini sonucuna ulaşılmıştır. |
| Urfalıoğlu ve Genç (2013) | AB ülkeleri ve Türkiye'nin makroekonomik performansının ölçülmesi | ELECTRE, PROMETHEE ve TOPSIS | Türkiye TOPSIS yönteminde ilk sıralarda yer alırken kullanılan diğer Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemlerinde son sıralarda yer aldığı sonucuna ulaşılmıştır. |
| Demir ve Bakırcı (2014) | OECD ülkelerinin ekonomik verimlilik açısından performansının ölçülmesi | VZA | En düşük girdilerin İzlanda'da ve en yüksek işsizlik oranının Kore'de olduğu sonucuna ulaşılmıştır |
| Önder vd. (2015) | Türkiye, Hindistan, Brezilya, Endonezya ve Güney Afrika'nın makroekonomik performansının ölçülmesi | TOPSIS | Küresel kriz döneminde Türkiye'nin kırılgan bir ekonomik yapıya sahip olduğu ancak kriz sonrasındaki dönemde diğer ülkelere göre nispeten daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hindistan'ın ise istikrarlı bir yapısının olduğu genel olarak ise ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. |
| Eyüboğlu (2016) | Brezilya, Türkiye, Hindistan, Endonezya ve Güney Afrika'nın makroekonomik performansının ölçülmesi | TOPSIS | Analiz döneminde en yüksek performansı gösteren ülkeler Malezya ve Çin olmuştur. Türkiye ise 2003 yılında 5. sırada 2013 yılı itibariyle de en son sırada yer aldığı sonucuna ulaşmıştır. |
| Karabıyık (2018) | OECD ülkelerinin uluslararası ticaret performansların ölçülmesi | TOPSIS, AHP | Analiz sonucuna göre Almanya, İrlanda ve Norveç uluslararası ticaret performansında ilk üç sırada yer alan ülkeler olurken, Türkiye, ABD ve Yunanistan son üç sırada yer almıştır. |
| Belke (2020) | G7 ülkelerinin Ekonomik performansların ölçülmesi | CRITIC, MAIRCA | Almanya G7 ülkeleri içerisinde en yüksek makroekonomik performansa sahip ülke iken İtalya en düşük performansa sahip ülke olmuştur. |
| Koşaroğlu (2021) | E7 ülkelerinin makroekonomik performansın ölçülmesi | ENTROPİ, ARAS | ÇKKV yöntemlerinden ENTROPİ ve ARAS yöntemlerini kullanmış ve çalışmanın sonucunda Çin en iyi ekonomik performans gösteren ülke olurken Brezilya en kötü ekonomik performansa sahip ülke olmuştur. |

## 3. METEDOLOJİ

Bu çalışmada Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin 2010-2021 dönemi ekonomik performansını analiz etmek amacıyla ekonomik performans ölçülmesinde objektif ağırlıklandırma modelleri arasında fazlaca kullanılan CRITIC yöntemi ve literatüre yeni kazandırılan RAFSI

yöntemlerinden oluşan bütünleşik bir model kullanılmıştır. CRITIC yöntemiyle ele alınan kriterlerin ağırlık katsayıları hesaplanmış ve kriterlerin önem düzeyleri oluşturulmuştur. RAFSI yöntemi ile 2010-2021 yılları arasında Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin performans sıralaması analiz edilmiştir. Bu bölümde kullanılan ÇKKV yöntemleri teorik olarak açıklanmıştır.

### 3.1. CRITIC Yöntemi

Diakoulaki vd. (1995) tarafından kullanılan CRITIC, ÇKKV yöntemlerinde ele alınan kriterlerin hangisinin ne kadar etki edeceğini ortaya koyma yani kriterlerin önem düzeylerini belirleme amacıyla geliştirilmiş bir yöntemdir. CRITIC yönteminde ele alınan kriterlerin önem düzeylerinin belirlenmesi için oluşturulan normalize edilmiş karar matrisinin her bir kriterinin standart sapması ve diğer kriterler arasındaki ilişkisiyi gösteren kolerasyon matrisi ele alınmaktadır (Ayçin, 2019). CRITIC yönteminden elde edilen önem düzeyleri 0 ve 1 aralığında yer alırken kriterlerin önem düzeyi toplamları 1'e eşittir (Ulutaş ve Karaköy, 2019). CRITIC yöntemi 6 adımdan oluşmaktadır (Madić ve Radovanović, 2015). Yöntemin uygulama aşamalarında yer alan değişkenler ve aşamalar şu şekildedir:

$\boldsymbol{A_i}$: $i$. karar alternatifini $(i = 1, 2, \dots, m)$,

$\boldsymbol{S_j}$: $j$. karar alternatifini $(j = 1, 2, \dots, n)$,

$\boldsymbol{z_{ij}}$: $j$. değerlendirme kriterine göre $i$. alternatifin değeri,

$\boldsymbol{z_j^{max}}$: $j$. kritere göre karar alternatiflerinin aldığı maksimum değeri,

$\boldsymbol{z_j^{min}}_{\boldsymbol{i}}$: $\boldsymbol{j}$. kritere göre karar alternatiflerinin aldığı maksimum değeri,

$\boldsymbol{r_j}$: $\boldsymbol{j}$. değerlendirme kriterine göre $i$. alternatifin aldığı normalize değer,

$\boldsymbol{\sigma_j}$: $\boldsymbol{j}$. kriterin standart sapma değeri $(j = 1, 2, \dots, n)$,

$\boldsymbol{y_{jk}}$: $\boldsymbol{j}$ ve $k$ kriterlerinin birbirlerine göre korelasyon katsayıları,

$\boldsymbol{w_j}$: $\boldsymbol{j}$. değerlendirme kriterinin ağırlığı $(j = 1, 2, \dots, n)$.

- **Adım 1:** Karar matrisinin düzenlenmesi**:**

Ele alınan alternatif ve kriterlerin yer aldığı başlangıç karar matrisi oluşturulmaktadır. Başlangıç karar matrisi aşağıdaki Eşitlik 1'de gösterilmektedir:

$$C = [Z_{ij}]_{m*n} = \begin{bmatrix} z_{11} & z_{12} & \cdots & z_{1n} \\ z_{21} & z_{12} & \cdots & z_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ z_{m1} & z_{m2} & \cdots & z_{mn} \end{bmatrix} \quad 1$$

- **Adım 2:** Değerlerin normalize edilmesi:

Başlangıç karar matrisindeki bütün değerlerin, Eşitlik 2 ve Eşitlik 3 yardımı ile kriterlerin fayda veya maliyet durumuna göre normalize edilmesi gerekmektedir.

$$r_{ij} = \frac{z_{ij} - z_j^{min}}{z_j^{max} - z_j^{min}} \qquad (Fayda\ temelli\ kriterler\ için) \quad 2$$

$$r_{ij} = \frac{z_j^{max} - z_{ij}}{z_j^{max} - z_j^{min}} \qquad (Maliyet\ temelli\ kriterler\ için) \quad 3$$

- **Adım 3:** Kolerasyon matrisinin oluşturulması:

Bu aşamada kriterler arasındaki ilişki Eşitlik 4 yardımı ile hesaplanmaktadır.

$$y_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^{m}(r_{ij}-\bar{r}_j)(r_{ik}-\bar{r}_k)}{\sqrt{\sum_{i=1}^{m}(r_{ij}-\bar{r}_j)^2(r_{ik}-\bar{r}_k)^2}} \qquad j,k = 1,2,\dots,n \quad 4$$

- **Adım 4:** Standart sapmanın hesaplanması:

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{1}{n-1}\sum_{i=1}^{m}(x_{ij} - \bar{x}_j)^2}\,; \qquad j = 1,2,\dots,n \quad 5$$

- **Adım 5:** Her bir kriterin içermiş olduğu bilgi miktarının hesaplanması:

$$s_j = \sigma_j \sum_{k=1}^{n}(1 - p_{jk}) \qquad j = 1,2,\dots,n \quad 6$$

- **Adım 6:** Her bir kriterin ağırlığının hesaplanması:

7 numaralı eşitlik yardımıyla 5 ve 6 numaralı eşitliklerde elde edilen $s_j\ ve\ \sigma_j$ değerleri kullanılarak kriterlerin önem düzeyini gösteren $w_j$ değeri elde edilmektedir.

$$w_j = \frac{s_j}{\sum_{k=1}^{n} s_j} \qquad j = 1,2,\dots,n \quad 7$$

### 3.2. RAFSI Yöntemi

RAFSI yöntemi, Žižović vd. tarafından 2020 yılında literatüre kazandırılan alternatifleri sıralamaya yardımcı olan bir yöntemdir. RAFSI yöntemi verileri normalleştirmek için geleneksel veri normalizasyon yöntemlerini kullanmamaktadır. Bunun yerine karar matrisinden her hangi bir aralığa veri dönüşümünü sağlayan ve bu yaklaşımı mantıklı karar almaya uygun hale getiren yeni bir standardizasyon yöntemi kullanılmaktadır. Kriterlerin özelliklerine göre matematiksel veya harmonik yöntemler kullanarak yeni bir kriter aralığı geliştirilmektedir. Bu

yöntemi diğer çok kriterli karar verme yöntemlerinden ayıran en önemli özelliği ise ideal ve anti-ideal değerlerin belirlenmesinde karar verilirken karar vericinin sübjektif görüşünü de modele dahil ediyor olmasıdır. RAFSI yöntemi şu aşamalardan oluşmaktadır (Žižović vd. 2020):

- **Aşama 1:** Karar matrisinin oluşturulması

Karar vericilerin $m$ alternatif sayısında $n$ kriter temelinde sıralaması gerektiğini varsayılmaktadır. Ayrıca kriter ağırlıkları toplamının 1 olması koşulunu sağlayan ve kriterlerin fayda veya maliyet durumuna göre oluşturulmuş matris Eşitlik 8'de sunulmaktadır.

$$X = [x_{ij}]_{mxn} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \cdots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{12} & \cdots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \cdots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad i = 1,2,\dots,m \ ve \ j = 1,2,\dots,n \qquad 8$$

- **Aşama 2:** İdeal ve Anti-ideal değerlenin belirlenmesi

Her bir $X_{ij}$ kriteri için karar verici tarafından $a_{I_j}$(ideal değer) ve $a_{N_j}$(anti-ideal değer) belirlenmektedir. Fayda kriteri için $a_{I_j} > a_{I_j}$, maliyet kriteri için ise $a_{I_j} < a_{I_j}$şeklinde ideal ve anti-ideal değer arasında ilişki vardır.

- **Aşama 3:** Başlangıç karar matrisinin kriter aralıkları ile eşleştirilmesi

Başlangıç karar matrisinde yer alan kriterlerin $[n_1, n_{2k}]$ kriter aralığında yeni bir kriter oluşturulmak amacıyla $k - 1$ noktalarının kriter aralığının en büyük ve en küçük değerleri arasına eklenmesiyle $k$ aralığında bir dizi oluşturulmaktadır. Oluşturulan yeni dizin Eşitlik 9'da gösterilmiştir.

$$n_1 < n_2 < n_3 < n_4 < n_5 < n_6 \dots \leq n_{k-1} < n_k \qquad 9$$

Kriter aralığı tüm kriterler için sabit kabul edilir ve $n_1$, $n_{2k}$ gibi sabit noktaları vardır. Fayda kriterleri yani kriter değerinin en iyisi olması durumu için minimum anti-ideal değer, maliyet kriteri yani kriter değerinin en düşük olması istenilen değer için ise minimum ideal değer $n_1{}'dir$. Fayda kriterleri için maksimum ideal değer, maliyet kriteri için ise maksimum ideal değer $n_{2k}{}'dir$. Yapılan analizlerde karar verici ideal değerin anti-ideal değerden minimum 6 kata daha yüksek olması yani $n_1 = 1 \ ise \ n_{2k} = 6$ olması tercih edebilmektedir. Aynı zamanda karar verici tercihine göre ideal değer anti-ideal değerden 9 kat daha büyük olabilmektedir. Bu işlemler tamamlandıktan sonrasında alt aralıkları kriter ağırlıklarına eşleyen $f_s(x)$ fonksiyonu Eşitlik 10'da gösterilmiştir.

$$f_s(x) = \frac{n_{2k} - n_1}{a_{I_j} - a_{N_j}}.x + \frac{a_{I_j}.n_1 - a_{N_j}.n_{2k}}{a_{I_j} - a_{N_j}}$$

İdeal ve anti-ideal değerler belirlenirken iki yol izlenmektedir. Bunlar kriter aralığındaki değerlerin kullanılması veya kriter aralıklarının uç noktasının kullanılmasıdır. Yapılan çalışmada kriter aralıklarının uç noktasının kullanılması durumu ele alınarak analiz yapılmıştır. Bu duruma göre matrisin elemanlarının $n_1$, $n_{2k}$ aralığında eşlendiği standart karar matrisi $S = [S_{ij}]_{mxn}$ $i = 1,2,\dots,m$ $ve$ $j = 1,2,\dots,n$ şeklinde elde edilmektedir. Başlangıç karar matrisinin eşleştirilmesinden sonra $n_1 < S_{ij} < n_{2k}$ şeklinde her bir $i$ $ve$ $j$ değeri için standart karar matrisi elde edilmektedir. Standart karar matrisinin elde edilişi Eşitlik 11'de gösterilmiştir.

$$S = [S_{ij}]_{mxn} = \begin{bmatrix} s_{11} & s_{12} & \cdots & s_{1n} \\ s_{21} & s_{12} & \cdots & s_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ s_{m1} & s_{m2} & \cdots & s_{mn} \end{bmatrix} \quad i = 1,2,\dots,m \; ve \; j = 1,2,\dots,n \qquad 11$$

Standart karar matrisi elde edilirken dikkat edilmesi gereken durumlar vardır. Bunlar; fayda kriterleri için $a_{xj} > a_{I_j}$ olması durumunda $f(a_{xj}) = f\left(a_{I_j}\right)$ olmaktadır. Maliyet kriteri için ise $a_{xj} < a_{I_j}$ durumu varsa $f(a_{xj}) = f\left(a_{I_j}\right)$ durumu oluşmaktadır.

- **Adım 4:** Aritmetik $(A)$ ve harmonik $(H)$ ortalamaların hesaplanması

Eşitlik 12 ve 13 kullanılarak $n_1$ $ve$ $n_{2k}$ elemanlarının minimum ve maksimum dizisi için ortalamalar hesaplanmaktadır.

$$A = \frac{n_1 + n_{2k}}{2} \qquad 12$$

$$H = \frac{2n_1 n_{2k}}{n_1 + n_{2k}} \qquad 13$$

- **Adım 5:** Normalize karar matrisinin elde edilmesi

Fayda kriterleri için $\hat{s}_{ij} = \frac{S_{ij}}{2A}$ ve maliyet kriteri için $\hat{s}_{ij} = \frac{H}{2S_{ij}}$ değerleri kullanılarak normalize karar matrisi $(\hat{S}_{ij})$ elde edilmektedir.

$$\hat{S} = [\hat{S}_{ij}]_{mxn} = \begin{bmatrix} \hat{s}_{11} & \hat{s}_{12} & \cdots & \hat{s}_{1n} \\ \hat{s}_{21} & \hat{s}_{12} & \cdots & \hat{s}_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ \hat{s}_{m1} & \hat{s}_{m2} & \cdots & \hat{s}_{mn} \end{bmatrix} \quad i = 1,2,\dots,m \; ve \; j = 1,2,\dots,n \qquad 14$$

Normalize karar matrisi elde edilirken fayda kriteri için $0 < \frac{n_1}{2A} \leq \hat{s}_{ij} \leq \frac{n_{2k}}{2A} < 1$, maliyet kriteri için ise $0 < \frac{H}{2n_{2k}} \leq \hat{s}_{ij} \leq \frac{H}{2n_1} < 1$ koşuluna uyulması gerekmektedir.

- **Adım 6:** Alternatifler içim kriter fonksiyonlarının belirlenmesi

Eşitlik 15 kullanılarak alternatiflerin kriter fonksiyonları elde edilmektedir. Elde edilen sonuçlar değerler büyükten küçüğe doğru sıralama yapılır ve alternatifler sıralanmış olmaktadır. Elde edilen sonuçlardan en büyüğü en iyi alternatifi en küçüğü en kötü alternatifi göstermektedir. Eşitlik 15'te w her bir kriterin önem düzeyini, $\hat{s}_{ij}$ ise her bir normalize karar matrisi elemanını temsil etmektedir.

$$V(A_i) = w_1\hat{s}_{i1} + w_2\hat{s}_{i2} + \cdots + w_n\hat{s}_{in} \qquad 15$$

## 4. VERİ VE AMPİRİK BULGULAR

### 4.1. Çalışmada Kullanılan Veriler

Bu çalışmada 2010-2021 dönemi için Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin ekonomik olarak ortaya koyduğu performansın ölçülmesi amaçlanmıştır. Böylelikle bu ülkelerin kendi içerisinde ekonomik performans seviyeleri görülecektir. Bu amaç doğrultusunda 2010-2021 yılları arasındaki seçilen ekonomik göstergeler üzerinden Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin ekonomik performansını bütünleşik bir model ile değerlendirilmiştir. Çalışmada büyüme oranı, ihracat büyüme oranı, kişi başı GSYH, net ihracat, ithalat büyüme, döviz kuru, enflasyon ve işsizlik oranları değişkenleri ele alınmıştır. Ele alınan değişkenler dünya bankası, OECD ve Dünya Ticaret Örgütü veri tabanlarından elde edilmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenlerin karar verici açısından fayda/maliyet unsuru ve kısaltmaları Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2.** Değerlendirme Kriterleri

| Sıra | Kod | Kriterler | Optimizasyon |
|---|---|---|---|
| 1 | K1 | **Kişi Başı GSYH** | Maksimum |
| 2 | K2 | **Büyüme Oranı** | Maksimum |
| 3 | K3 | **İhracat Büyüme Oranı** | Maksimum |
| 4 | K4 | **Net İhracat** | Maksimum |
| 5 | K5 | **İthalat Büyüme Oranı** | Minimum |
| 6 | K6 | **Döviz Kuru** | Minimum |
| 7 | K7 | **Enflasyon Oranı** | Minimum |
| 8 | K8 | **İşsizlik Oranı** | Minimum |

### 4.2. CRITIC Yöntemi İle Elde Edilen Bulgular

Tablo 3'te Balkan ülkeleri ve Türkiye'ye ait CRITIC yönteminde yer alan değişkenlerin 2010 yılı verileri kullanılarak elde edilen normalize karar matrisi gösterilmektedir.

**Tablo 3.** 2010 Yılı için CRITIC Yöntemi Normalize Karar Matrisi

| | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 | K7 | K8 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Arnavutluk | 0,784 | 0,660 | 0,659 | 0,928 | 0,874 | 0,000 | 0,624 | 0,784 |
| Bosna | 0,583 | 0,456 | 0,459 | 0,897 | 0,740 | 0,993 | 0,830 | 0,384 |
| Bulgaristan | 0,623 | 0,504 | 0,352 | 0,948 | 0,861 | 0,993 | 0,774 | 0,899 |
| Hırvatistan | 0,365 | 0,304 | 0,228 | 0,960 | 0,982 | 0,954 | 0,952 | 0,859 |
| Yunanistan | 0,000 | 0,000 | 0,118 | 0,483 | 1,000 | 1,000 | 0,487 | 0,826 |
| Makedonya | 0,698 | 0,635 | 0,828 | 0,943 | 0,394 | 0,556 | 0,891 | 0,241 |
| Karadağ | 0,651 | 0,590 | 0,217 | 0,962 | 0,984 | 1,000 | 1,000 | 0,615 |
| Romanya | 0,181 | 0,113 | 0,520 | 0,720 | 0,296 | 0,976 | 0,312 | 1,000 |
| Sırbistan | 0,538 | 0,446 | 0,571 | 0,832 | 0,852 | 0,254 | 0,306 | 0,628 |
| Slovenya | 0,519 | 0,490 | 0,318 | 1,000 | 0,558 | 1,000 | 0,855 | 0,991 |
| Türkiye | 1,000 | 1,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,992 | 0,000 | 0,888 |
| Kosova | 0,879 | 0,848 | 1,000 | 0,937 | 0,332 | 1,000 | 0,642 | 0,000 |

Çalışmada Normalize edilmiş karar matrisi oluşturulduktan sonra ilgili sonuçlar kullanılarak Korelasyon Matrisi hesaplanmıştır. Böylece kriterler arasındaki ilişkinin derecesini belirlemek amaçlanmıştır. Korelasyon Matrisi'ne ait sonuçlar Tablo 4'de gösterilmektedir.

**Tablo 4.** CRITIC Yöntemi 2010 Yılı Verileri Korelasyon Matrisi

| | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 | K7 | K8 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **K1** | 1 | 0,9875 | 0,2804 | -0,0732 | -0,4422 | -0,2192 | -0,0593 | -0,4180 |
| **K2** | 0,9875 | 1 | 0,2279 | -0,1641 | -0,5089 | -0,1462 | -0,1106 | -0,4083 |
| **K3** | 0,2804 | 0,2279 | 1 | 0,5399 | -0,1926 | -0,4272 | 0,1771 | -0,7168 |
| **K4** | -0,0732 | -0,1641 | 0,5399 | 1 | 0,4928 | -0,1937 | 0,8138 | -0,2946 |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **K5** | -0,4422 | -0,5089 | -0,1926 | 0,4928 | 1 | -0,1993 | 0,5269 | 0,1500 |
| **K6** | -0,2192 | -0,1462 | -0,4272 | -0,1937 | -0,1993 | 1 | 0,1261 | 0,0858 |
| **K7** | -0,0593 | -0,1106 | 0,1771 | 0,8138 | 0,5269 | 0,1261 | 1 | -0,2648 |
| **K8** | -0,4180 | -0,4083 | -0,7168 | -0,2946 | 0,1500 | 0,0858 | -0,2648 | 1 |
| **Std. Sap.** | **0,2819** | **0,2806** | **0,2939** | **0,2904** | **0,3317** | **0,3467** | **0,3079** | **0,3168** |

Çalışmada kullanılan kriterlerin korelasyon matrisinin standart sapma değerleri kullanılarak her bir kritere ait $C_j$ değerleri ve $w_j$ hesaplanmıştır. Ayrıca yapılan bu işlemler ayrı ayrı tüm yıllara uygulanmış ve Tablo 5'de bu şekilde hesaplanan tüm $w_j$ değerleri sunulmuştur.

**Tablo 5.** CRITIC Yöntemi 2010-2020 Yılları $w_j$ Değerleri

| | **K1** | **K2** | **K3** | **K4** | **K5** | **K6** | **K7** | **K8** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **201** | 0,111 | 0,114 | 0,119 | 0,097 | 0,136 | 0,158 | 0,101 | 0,160 |
| **201** | 0,095 | 0,094 | 0,132 | 0,139 | 0,136 | 0,147 | 0,108 | 0,145 |
| **201** | 0,105 | 0,105 | 0,122 | 0,130 | 0,117 | 0,148 | 0,131 | 0,138 |
| **201** | 0,120 | 0,110 | 0,122 | 0,108 | 0,140 | 0,133 | 0,125 | 0,138 |
| **201** | 0,099 | 0,116 | 0,126 | 0,114 | 0,134 | 0,134 | 0,123 | 0,150 |
| **201** | 0,085 | 0,101 | 0,122 | 0,105 | 0,156 | 0,135 | 0,113 | 0,179 |
| **201** | 0,088 | 0,095 | 0,103 | 0,093 | 0,186 | 0,180 | 0,103 | 0,149 |
| **201** | 0,100 | 0,127 | 0,127 | 0,105 | 0,162 | 0,142 | 0,110 | 0,124 |
| **201** | 0,123 | 0,111 | 0,128 | 0,098 | 0,140 | 0,155 | 0,107 | 0,135 |
| **201** | 0,100 | 0,093 | 0,089 | 0,120 | 0,143 | 0,190 | 0,151 | 0,111 |
| **202** | 0,104 | 0,105 | 0,090 | 0,100 | 0,133 | 0,187 | 0,109 | 0,168 |
| **202** | 0,096 | 0,105 | 0,131 | 0,123 | 0,121 | 0,149 | 0,131 | 0,140 |

Tablo 5 incelendiğinde ağırlık değeri yani Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin ekonomik performansı üzerinde en fazla etkisi olan kriter 2011-2012 yılları ve 2018-2021 döneminde döviz kuru kriteri, 2013-2016-2017 yıllarında ithalat büyüme oranı kriteri, 2010, 2014 ve 2015 yıllarında ise işsizlik oranı kriteri olmuştur. Ağırlık değerleri en düşük kriterler 2010 yılında enflasyon oranı, 2011 ve 2012 yıllarında büyüme oranı, 2013 ve 2018 yıllarında net ihracat, 2014-2017 döneminde ve 2021 yılında kişi başı GSYH ve 2019 ve 2020 yıllarında ise ihracat büyüme oran olmuştur.

### 4.3. RAFSI Yöntemi ile Elde Edilen Bulgular

Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin 2010 yılı verileri ideal ve anti-ideal değerlerin kümesi elde edilmiştir. Daha sonrasında ise elde edilen ideal ve anti-ideal kümeye göre fayda ve maliyet kriterleri için kriter aralıkları oluşturulmuştur. Metodolojiye uygun şekilde ideal değerlerin anti-ideal değerlerden minimum 6 kat iyi olduğu kabul edişmiş ve Eşitlik 10 kullanılarak kriterlerin standardize edilmesi sağlanmıştır. Tüm işlemler başlangıç karar matrisi yani 2010 yılı verileri için uygulanarak standardize karar matrisi elde edilmiş ve Tablo 6'da sunulmuştur.

**Tablo 6.** 2010 Yılı için RAFSI Yöntemi Standardize Karar Matrisi

| | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 | K7 | K8 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Arnavu** | 4,725 | 4,202 | 4,240 | 5,640 | 5,222 | - | 3,996 | 4,83 |
| **Bosna** | 3,858 | 3,309 | 3,312 | 5,484 | 4,606 | 5,890 | 4,818 | 2,95 |
| **Bulgari** | 4,033 | 3,520 | 2,812 | 5,743 | 5,161 | 5,890 | 4,595 | 5,38 |
| **Hırvatis** | 2,918 | 2,643 | 2,238 | 5,804 | 5,719 | 5,636 | 5,306 | 5,19 |
| **Yunani** | 1,344 | 1,314 | 1,726 | 3,416 | 5,798 | 5,936 | 3,448 | 5,03 |
| **Makedo** | 4,354 | 4,092 | 5,028 | 5,715 | 3,016 | 3,041 | 5,064 | 2,28 |
| **Karada** | 4,150 | 3,894 | 2,187 | 5,814 | 5,724 | 5,936 | 5,495 | 4,04 |
| **Roman** | 2,126 | 1,810 | 3,596 | 4,602 | 2,566 | 5,783 | 2,753 | 5,85 |
| **Sırbista** | 3,665 | 3,265 | 3,831 | 5,163 | 5,121 | 1,063 | 2,727 | 4,10 |
| **Sloveny** | 3,582 | 3,457 | 2,656 | 6,000 | 3,769 | 5,936 | 4,917 | 5,81 |
| **Türkiye** | 5,655 | 5,685 | 1,175 | 1,000 | 1,201 | 5,889 | 1,504 | 5,32 |
| **Kosova** | 5,135 | 5,022 | 5,824 | 5,688 | 2,729 | 5,936 | 4,070 | 1,14 |

Elde edilen harmonik ve aritmetik ortalamalar standardize edilmiş karar matrisine uygulanmış ve normalize karar matrisi elde edilmiştir. Elde edilen normalize karar matrisi Tablo 7'de gösterilmektedir.

**Tablo 7**. 2010 Yılı için RAFSI Yöntemi Normalize Karar Matrisi

| | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 | K7 | K8 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Arnavu** | 0,675 | 0,600 | 0,605 | 0,152 | 0,164 | - | 0,214 | 0,67 |
| **Bosna** | 0,551 | 0,472 | 0,473 | 0,156 | 0,186 | 0,145 | 0,177 | 0,55 |
| **Bulgari** | 0,576 | 0,502 | 0,401 | 0,149 | 0,166 | 0,145 | 0,186 | 0,57 |
| **Hırvatis** | 0,416 | 0,377 | 0,319 | 0,147 | 0,149 | 0,152 | 0,161 | 0,41 |
| **Yunani** | 0,192 | 0,187 | 0,246 | 0,250 | 0,147 | 0,144 | 0,248 | 0,19 |
| **Makedo** | 0,622 | 0,584 | 0,718 | 0,150 | 0,284 | 0,281 | 0,169 | 0,62 |
| **Karada** | 0,593 | 0,556 | 0,312 | 0,147 | 0,149 | 0,144 | 0,156 | 0,59 |
| **Roman** | 0,303 | 0,258 | 0,513 | 0,186 | 0,334 | 0,148 | 0,311 | 0,30 |
| **Sırbista** | 0,523 | 0,466 | 0,547 | 0,166 | 0,167 | 0,806 | 0,314 | 0,52 |
| **Sloveny** | 0,511 | 0,493 | 0,379 | 0,142 | 0,227 | 0,144 | 0,174 | 0,51 |
| **Türkiye** | 0,807 | 0,812 | 0,167 | 0,857 | 0,713 | 0,145 | 0,569 | 0,80 |
| **Kosova** | 0,733 | 0,717 | 0,832 | 0,150 | 0,314 | 0,144 | 0,210 | 0,73 |

Normalize karar matrisi değerleri kullanılarak Eşitlik 15 yardımıyla alternatiflerin kriter fonksiyonları elde edilmiş ve sıralaması yapılmıştır.

**Tablo 8.** 2010 Yılı için 2010 Yılı Alternatiflerin Kriter Fonksiyon Değerleri ve Sıralanması

| **Ülkeler** | $V(A_i)$ | **Sıralama** |
|---|---|---|
| Arnavutluk | 0,0484 | 12 |
| Bosna Hersek | 0,2540 | 5 |
| Bulgaristan | 0,2492 | 6 |
| Hırvatistan | 0,2033 | 10 |
| Yunanistan | 0,1652 | 11 |
| Makedonya | 0,3374 | 4 |
| Karadağ | 0,2408 | 9 |
| Romanya | 0,2438 | 8 |
| Sırbistan | 0,3758 | 2 |
| Slovenya | 0,2446 | 7 |
| Türkiye | 0,4651 | 1 |
| Kosova | 0,3653 | 3 |

Yukarıda yapılan tüm işlemler 2010-2021 yılları için ayrı ayrı uygulanmıştır. Elde edilen Balkan ülkelerinin ve Türkiye'nin ekonomik performans sıralaması Tablo 9'da sunulmuştur.

**Tablo 9.** RAFSI Yöntemi 2010-2021 Yılları için Balkan Ülkeleri ve Türkiye'nin Ekonomik Performans Sıralaması

| | **20** | **20** | **20** | **20** | **20** | **20** | **20** | **20** | **20** | **20** | **20** | **20** |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Arnav** | **2** | **2** | **2** | 4 | **3** | 4 | **1** | **2** | **2** | **2** | 4 | **1** |
| **Bosna** | 6 | 10 | 8 | 6 | 7 | 7 | 8 | 6 | 8 | 9 | 8 | 7 |
| **Bulga** | 7 | 6 | 7 | 9 | 10 | 9 | 10 | 10 | 12 | 6 | 7 | 12 |
| **Hırvat** | 11 | 11 | 10 | 10 | 11 | 6 | 9 | 7 | 10 | 5 | 11 | 5 |
| **Yunan** | 12 | 12 | 12 | 12 | 9 | 12 | 12 | 12 | 11 | 11 | 10 | 8 |
| **Make** | 4 | 4 | 5 | 5 | **2** | **2** | 5 | 11 | 6 | 4 | 6 | 11 |
| **Karad** | 9 | 8 | 9 | 8 | 12 | 10 | 6 | 8 | 5 | 7 | 12 | **2** |
| **Roma** | 10 | 5 | 6 | **3** | 5 | 8 | **3** | **3** | 4 | **3** | 5 | 9 |
| **Sırbist** | 5 | **3** | **3** | **2** | 8 | **3** | **2** | 4 | **1** | **1** | **3** | 6 |
| **Sloven** | 8 | 9 | 11 | 11 | 6 | 11 | 11 | 5 | 9 | 10 | 9 | 10 |
| **Türki** | **1** | **1** | **1** | **1** | **1** | **1** | 7 | **1** | 7 | 8 | **1** | 4 |
| **Kosov** | **3** | 7 | 4 | 7 | 4 | 5 | 4 | 9 | **3** | 12 | **2** | **3** |

Elde edilen sonuçlar incelendiğinde 2010-2021 döneminde Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin ekonomik performanslarının ortalaması alındığında en iyi ekonomik performans gösteren ülkeler sırasıyla Arnavutluk, Türkiye ve Sırbistan olmuştur. Yine ekonomik performansların ortalaması ele alındığında en kötü performans gösteren ülkeler sırasıyla Yunanistan, Slovenya ve Hırvatistan olmuştur. Tablo

incelendiğinde AB üye ülkelerin üye olmayan ülkelere göre göreceli olarak daha düşük performans gösterdikleri görülmektedir.

## 5. SONUÇ

Politika uygulayıcılar hangi politikayı uygulayacağına veya uygulanan politikaların geri dönüşlerine ülkenin makroekonomik göstergelerine bakarak karar vermektedirler. Bu açıdan bakıldığında ülkelerin performans değerlendirmesi yapılırken makroekonomik göstergelerin dikkate alınması gerekmektedir. Ancak ekonomik göstergeler ele alınırken sadece olumlu veya sadece olumsuz göstergeleri ele alarak analiz yapmak net bir bilgi vermeyeceği gibi hangi politikalarının uygulanacağı açısından doğru karar verilmesini engelleyecektir. Bu sebeple ülkelerin ekonomik performans değerlendirilmesi yapılırken ülkelerin hem olumlu hem de olumsuz değişkenleri ele alınarak daha objektif sonuçlar elde edilecektir. Bu çalışmada Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin ekonomik performansı değerlendirilirken büyüme oranı, ihracat büyüme oranı, kişi başı GSYH, net ihracat, ithalat büyüme oranı, döviz kuru, enflasyon ve işsizlik oranları kriter olarak seçilmiştir.

CRITIC yöntemi ile ele alınan 8 kriterin ekonomik performans üzerindeki önem düzeylerinin değerlendirilmesi belirlenmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre döviz kuru, işsizlik oranı ve ihracat büyüme oranı değişkenleri ekonomik performans belirleme açısından en önemli kriterler olarak belirlenmiştir. Ekonomik performans değerlendirilirken en az önem düzeyine sahip kriterler ise sırasıyla kişi başı GSYH, GSYH büyüme oranı ve net ihracat olmuştur. RAFSI yöntemi sonuçları incelendiğinde 2010-2021 döneminde Balkan ülkeleri ve Türkiye'nin ekonomik performanslarının ortalaması alındığında en iyi ekonomik performans gösteren 3 ülke Arnavutluk, Türkiye ve Sırbistan olmuştur. Yine ortalama ekonomik performans ele alındığında en kötü performans gösteren 3 ülke Yunanistan, Slovenya ve Hırvatistan olmuştur.

Sonuçlar yıllar itibariyle incelendiğinde ilk sırada yer alan Arnavutluk istikrarlı bir görüntü sergilediği görülmektedir. Ülke detaylı şekilde incelendiğinde nikel, bakır, boksit, krom, az miktarda petrol ve kömür gibi doğal kaynak açısından zengin olması ülkenin performansını olumlu etkileyen en önemli unsurdur. Ayrıca ülkenin makroekonomik göstergeleri 2016 yılı itibariyle iyileşme göstermiştir. Bu makroekonomik veriler ülkenin ekonomik performansının 2016 yılından sonra ilk sıralara çıkmasında önemli göstergelerdir. Türkiye incelendiğinde, 2016 yılına kadar yabancı sermayenin girişi, özelleştirme gelirlerinin en yüksek seviyesine ulaşması, uzun vadeli dış borcun ve kısa vadeli dış borç birikimin en yüksek seviyelere ulaşması bu döneme kadar ekonomik performans göstergelerini olumlu etkilediği söylenebilmektedir. Ancak

2016 yılında yaşanan siyasal kriz ve yabancı sermayenin hızlı şekilde ülkeden çıkması, özelleştirme gelirlerinin azalması ve borç ödemelerinin başlaması ile bu dönemden itibaren TL'nin de değer kaybetmesi Türkiye'nin ekonomik performansını olumsuz etkileyen unsurlar olmuştur. Ayrıca 2018 ve 2019 yıllarında Türkiye'nin performansında bir düşüş olduğu görülürken 2020 yılı sonrasında performansı olumlu şekilde etkilenmiştir. Türkiye'nin 2019 yılında yaşanan küresel salgı sonrasında performansı artış göstermiştir. Bunun temelinde ise bu dönemde Türkiye'nin dış ticaret verilerinin olumlu şekilde etkilenmesi yatmaktadır. Slovenya'da 2012 yılında yapılan seçimlerin erken seçimle sonuçlanması ve 2014 yılında yaşanan sel felaketi ile birlikte dış ticaret verilerinin olumsuz etkilenmesi ülkenin GSYH 'sına da olumsuz yansımıştır. Bu makroekonomik göstergelerin olumsuz etkilenmesi sonucunda ise Slovenya 2014 yılında 8. sırada yer alırken bu dönemden sonra sıralamasında dalgalanmalar yaşanmıştır. 2019 yılında tüm dünyada etkisini gösteren salgından ise en fazla Karadağ ve Hırvatistan etkilendiği görülmektedir. Son 3 sırada yer alan Yunanistan, Slovenya ve Hırvatistan ele alındığında ise istikrarlı bir şekilde son sıralarda yer aldığı görülmektedir. Ayrıca AB üye ülkesi olan Balkan ülkeleri incelendiğinde ise son sıralarda yer aldıkları görülmektedir. AB ülkelerinin son sıralarda yer almasının sebepleri detaylı incelendiğinde ise AB ülkelerinin GSYH ve kişi başı GSYH'leri yüksek olmasına rağmen bu yıllarda GSYH ve kişi başı GSYH'lerinin artış oranları düşük olmuştur. Buna ek olarak AB üye ülkelerin ekonomik birlik içerisinde olması 2008 krizinden daha fazla etkilediğini ve böylelikle bu ülkelerin büyüme hızları diğer ülkelere göre daha düşük olduğu görülmektedir. Tüm bu durumlar değerlendirildiğinde AB üye ülkeleri diğer ülkeler arasında ekonomik performansları daha düşük çıkmaktadır. AB üye ülkelerin ise performanslarının diğer ülkelere göre göreceli olarak daha yüksek olduğu görülmektedir.

Yapılan çalışma ile literatür arasındaki ilişki incelendiğinde direk balkan ülkeleri ekonomik performansının ölçülmesi üzerine bir çalışmaya denk gelinmemiştir. Bu sebeple yapılan ele alınan ülkeler literatür içerisinde ayrı ayrı incelenmiştir. Yapılan çalışmalarda AB ülkeleri ekonomik performans incelemelerinde Balkan ülkelerinin son sıralarda yer aldığı görülmektedir (Maska, 2017). AB üye ülkeler ve aday ülkeler üzerine yapılan çalışmalarda ise hem balkan ülkesi hem de AB üye ülkelerin aday ülkelere göre performanslarının göreceli olarak daha geride olduğu görülmektedir (Dinçer, 2011).

Bu sonuçlar dikkate alındığında Balkan ülkeleri ve Türkiye'de yaşanan siyasal değişimler, doğal afetler gibi etkenler ülke ekonomik performanslarını olumsuz etkilediği görülmektedir. Bu sebeple ele alınan ülkelerde hem siyasal hem de ekonomik istikrarın önemi artmaktadır. Ayrıca gelişmekte olan ülkelerin uygulayacakları ekonomik politikalar ve

ülkeleri açısından gelişmiş ülkelerle olan hem siyasal hem de ticari ilişkinin iyi olması gerekmektedir. Ekonomik performans analizi yapılırken ülkelere uygulanan ambargolar, ülkelerin hükümet değişimleri, ülkelerde yaşanan siyasal krizler gibi değişkenler değerlendirme kriteri olarak alınamadığı için performans değerlendirmesi yorumlanırken ülke ekonomileri ve yapılarının literatür taraması yapılmıştır.

## KAYNAKÇA

Ahmad, Muhammad Asad, Anwar Khalil Sheikh, and Kashif Nazir. (2019) "Design of experiment based statistical approaches to optimize submerged arc welding process parameters." *ISA transactions* 94: 307-315.

Alesina, Alberto, and Lawrence H. Summers. (1993) "Central bank independence and macroeconomic performance: some comparative evidence." *Journal of Money, credit and Banking* 25.2: 151-162.

Alvarez, R. Michael, Geoffrey Garrett, and Peter Lange. (1991) "Government partisanship, labor organization, and macroeconomic performance." *American political science review* 85.2: 539-556.

Ayçin, E. (2019). Çok Kriterli Karar Verme: Bilgisayar Uygulamalı Çözümler. Nobel Yayıncılık. Ankara.

Belke, M. (2020). CRITIC ve MAIRCA yöntemleriyle G7 ülkelerinin makroekonomik performanslarının değerlendirilmesi [Prof. Dr. Sabri ORMAN Özel Sayısı]. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19, 120-139.

Cutler, David M., (1991) et al. "Macroeconomic performance and the disadvantaged." *Brookings papers on economic activity* .2: 1-74.

d'Albis, Hippolyte, Ekrame Boubtane, and Dramane Coulibaly. (2016) "Immigration policy and macroeconomic performance in France." *Annals of Economics and Statistics/Annales d'Économie et de Statistique* 121/122: 279-308.

Demir, A. & Bakirci, F. (2014). OECD Üyesi Ülkelerin Ekonomik Etkinliklerinin Veri Zarflama Analiziyle Ölçümü, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 28(2), 109-132.

Diakoulaki, D., Mavrotas, G. & Papayannakis, L., (1995), "Determining Objective Weights in Multiple Criteria Problems: The Critic Method", Computers & Operations Research, 22(7), 763-770.

Dinçer, S.E. (2011). Multi-Criteria Analysis of Economic Activity for European Union Member States and Candidate Countries: TOPSIS and WSA Applications, European Journal of Social Sciences, 21(4), 563-572.

Feltenstein, Andrew, and Shigeru Iwata. (2005) "Decentralization and macroeconomic performance in China: regional autonomy has its costs." *Journal of Development Economics* 76.2: 481-501.

Eleren, A. & Karagul, M. (2008). Performance Analysis of Turkish Economy Between 1986-2006, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 15, 1-14.

Erdoğan, S. (2010). Küresel Kriz Döneminde İhracat ve Turizm Gelirleri İle Büyümenin Türkiye Ekonomik Performansına Etkisi: Topsis Yöntemi İle Analiz. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *10*(20), 219-232.

Eyüboğlu, K. (2016). Comparison The Financial Performances of Developing Countries' Banking Sectors With TOPSIS Method. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırması Dergisi, 220-236

Güran, C.M. & Tosun, M.U. (2005). Türkiye Ekonomisinin Makro Ekonomik Performansı: 1951-2003 Dönemi için Parametrik Olmayan Bir Ölçüm, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 60(4), 89-115.

Günsoy, Bülent. (2006). "Demokrasi Ve Makroekonomik Başarı: Türkiye Ekonomisi Üzerine Bazı Gözlemler." *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası* 56.1

Haveman, Robert, and Jonathan Schwabish. (2000), "Has macroeconomic performance regained its antipoverty bite?." *Contemporary Economic Policy* 18.4: 415-427.

Hsu, M., Luo, X.C. & Gary, H. (2008). The Fog of OECD and Non-OECD Country Efficiency: A Data Envelopment Analysis Approach, The Journal of Developing Areas, 42(1), 81-93.

Karabulut, K., Ersungur, Ş.M. & Polat, Ö. (2008). Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye'nin Ekonomik Performanslarının Karşılaştırılması: Veri Zarflama Analizi, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 22(1), 1-11.

Karabıyık, C., & Karabıyık, BK (2018). OECD ülkelerinin uluslararası ticaret performansının kıyaslanması: TOPSIS ve AHP yaklaşımları. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , *17* (1), 239-251.

Kenworthy, Lane (2006), "Institutional coherence and macroeconomic performance." *Socio-Economic Review* 4.1: 69-91.

Kiszkiel, Ł. (2017). Application of TOPSIS Method For The Evaluation of Economic Inequality in OECD Countries. Studies in Logic, Grammar and Rhetoric, 50(1), 165-179.

Koşaroğlu, M. (2021). E7 Ülkelerinin Makroekonomik Performanslarının Entropi Ve Aras Yöntemleriyle Karşılaştırılması Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Dumlupınar Unıversıty Journal Of Socıal Scıences. 68, 203-221.

Madić, M., and Radovanović, M. (2015). Ranking of Some Most Commonly Used Non-Traditional Machining Processes Using Rov And Critic Methods. Upb Sci. Bull., Series D, 77(2), 193-204.

Mangir, F. & Erdogan, S. (2011). Comparison of Economic Performance among Six Countries in Global Financial Crisis: The Application of Fuzy TOPSIS Method, Economics, Management and Financial Markets, 6(2), 122–136.

Masca, M. (2017). Economic Performance Evaluation of European Union Countries by TOPSIS Method. North Economic Review, 1(1), 83-94.

Moesen, Willem, and Laurens Cherchye (1998), "The macroeconomic performance of nations measurement and perception." *CES-Dischussion Paper Series DPS 98.22*: 1-29.

Önder, E., Tas, N. & Hepsen, A. (2015). Economic Performance Evaluation of Fragile 5 Countries After The Great Recession of 2008-2009 Using Analytic Network Process and TOPSIS Methods, Journal of Applied Finance & Banking, 5(1), 1-17.

Ramanathan, R. (2006). Evaluating the Comparative Performance of Countries of the Middle East and North Africa: A DEA Application, Socioeconomic Planning Sciences, 40(2), 156-167

Urfalıoğlu, F. & Genc, T. (2013). Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri İle Türkiye'nin Ekonomik Performansının Avrupa Birliği Üye Ülkeleri İle Karşılaştırılması, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.Dergisi, 35, 329-360.

Ulutaş, A., ve Karaköy, Ç. (2019). CRITIC ve ROV Yöntemleri İle Bir Kargo Firmasının 2011-2017 Yılları Sırasındaki Performansının Analiz Edilmesi. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(1), 223-230

Wang, Chia-Nan, and Anh Luyen Le (2018), "Measuring the macroeconomic performance among developed countries and Asian developing countries: Past, present, and future." *Sustainability* 10.10: 3664.

Whiteley, Paul F. (1986), "Macroeconomic performance and government popularity in Britain: The short run dynamics." *European Journal of Political Research* 14.1-2: 45-61.

Žižović, M., Pamučar, D., Albijanić, M., Chatterjee, P. & Pribićević, I. (2020). Eliminating rank reversal problem using a new multi-attribute model-the RAFSI method. Mathematics 8(6): 1015.

# BÖLÜM 27

## SÖZLEŞMECİ DEVLETLERİN AVRUPA İNSAN HAKLARI MAHKEMESİ KARARLARINI UYGULAMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ

*Tarık SÖYLEMİŞ*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, tariksoylemis@isparta.edu.tr, Orcid No: 0000-0002-1549-4766

## GİRİŞ

I. ve II. Dünya Savaşlarının insan hakları üzerinde meydana getirdiği olumsuz etkileri ortadan kaldırmak ve insan haklarının uluslararası düzeyde korunmasını sağlamak amacıyla, Avrupa Konseyi üyesi ülkeler tarafından 4 Kasım 1950'de Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi (AİHS)[1] imzalanmıştır. Türkiye AİHS'yi 4 Kasım 1950 tarihinde imzalamıştır. AİHS ana metnine ek olarak farklı tarihlerde günümüze kadar 16 ek protokol yürürlüğe konulmuştur.

AİHS'ye ek olarak imzaya açılan protokollerden çalışmamız bakımından önemli bir tanesi, 1 Kasım 1998 tarihinde yürürlüğe konulan 11 No.lu Protokoldür.[2] Sözkonusu ek protokolle Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM)[3] kurularak, kişilere mahkemeye bireysel başvuru yapabilme hakkı tanınmıştır. Şüphesiz, uluslararası düzeyde insan haklarının korunmasına yönelik sadece temel hak ve özgürlüklerin düzenlenmesi uluslararası hukuk bakımından tek başına bir anlam ifade etmemektedir. AİHS ve ek protokollerde garanti altına alınan temel hak ve özgürlüklerin sözleşmeci devletler tarafından ihlal edilmesi halinde, ihlalin denetimini ve yargılamasını sağlamak için uluslararası bir yargılama mekanizmasının da kurulması gerekmektedir.

Çalışmamızın konusu bakımından önem arz eden bir diğer protokol ise, 1 Haziran 2010'da yürürlüğe giren 14 No.lu Protokoldür.[4] Uluslararası hukuk sistemi bakımından sadece yargılama organı olarak mahkemenin karar vermesi de yeterli değildir. Zira, uluslararası düzeyde faaliyet gösteren AİHM'nin kararını sözleşmeci devletler uygulamayabilirler. AİHM kararının sözleşmeci devletler tarafından uygulanmaması halinde, ihlal edilen temel hak ve özgürlükler sonucunda ortaya çıkan mağduriyetler giderilmemiş olacaktır (Karaman, 2014: 412). Bu nedenle, 14 No.lu Protokolle AİHM kararlarının sözleşmeci devletler tarafından yerine getirilmesinin denetimi bakımından, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesinin yetkileri arttırılmıştır. Ayrıca, sözleşmeci devletler tarafından AİHM kararının yerine getirilmemesi halinde uygulanacak olan yaptırımlara ve denetim usulüne yönelik ayrıntılı olarak düzenlemeler yapılmıştır.

Çalışmamızda AİHM'nin yargılama yetkisi, kararların bağlayıcılığı, sözleşmeci devletlerin AİHM kararlarından kaynaklanan yükümlülükleri

1 AİHS ve eki protokoller için bkz. https://www.echr.coe.int/documents/convention_tur.pdf, (12.01.2023).
2 AİHS 11 No.lu Protokol için bkz. Resmi Gazete, 20.06.1997 tarih, Sayı: 23025, https://www.resmigazete.gov.tr/, (12.01.2023).
3 Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. https://www.echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=applicants/tur&c, (12.01.2023).
4 AİHS 14 No.lu Protokol için bkz. Resmi Gazete, 08.08.2006 tarih, Sayı: 26253, https://www.resmigazete.gov.tr/, (14.01.2023).

ve sözleşmeci devletler tarafından AİHM kararlarının yerine getirilmemesi halinde Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi ve AİHM tarafından uygulanabilecek yaptırımlar incelenecektir. AİHM'nin Türkiye aleyhine verdiği kararlardan bazıları da Türkiye tarafından bir takım gerekçelerle uygulanmamış olup, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi ve AİHM tarafından izleme ve denetleme süreçleri halen devam etmektedir. Bu kapsamda çalışmamamızda ayrıca, gerek ulusal ve gerekse de uluslararası kamuoyunda uzun zaman tartışılan ve halen güncelliğini koruyan Selahattin Demirtaş v. Türkiye ve Kavala v. Türkiye kararları da incelenecektir.

## 1. AİHM'NİN YARGILAMA YETKİSİ

AİHS, Türkiye'nin de aralarında bulunduğu Avrupa Konseyi üyesi devletler tarafından imzalanmıştır. Sözleşmeci devletler AİHS'yi imzalayarak, uluslararası düzeyde Sözleşmede düzenlenen temel hak ve özgürlüklere bağlı ve saygılı olduklarını, bu temel hak ve özgürlüklerin korunması ve geliştirilmesi için gereken her türlü çabayı göstereceklerini beyan etmişlerdir. İkincillik ilkesinin bir gereği olarak, AİHS ve ek Protokollerinde tanımlanan temel hak ve özgürlükleri güvence altına alma hususunda birincil sorumluluk sözleşmeci devletlere aittir. Sözleşmeci devletler bu sorumluluğun yerine getirilmesinde öncelikle kendileri sorumludur ve bu konuda geniş bir takdir yetkisine sahiplerdir. Sözleşmeci devletler aynı zamanda 11 No.lu Protokolle kurulan AİHM'nin yargılama yetkisini de kabul etmişlerdir.

AİHM ile ilgili düzenlemelerin AİHS'nin "Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi" başlığını taşıyan II. Bölümünde yapıldığı görülmektedir. AİHS m. 19'a göre AİHM'nin amacının, sözleşmeci devletlere Sözleşme kapsamında yüklenen taahhütlere uymalarını sağlamak ve Sözleşme'nin ihlal edilmesi halinde sözleşmeci devlet aleyhine yargılama görevini yerine getirmek olduğu belirtilmiştir.

AİHM'nin yargılama yetkisinin, AİHS m. 32 vd. maddelerinde düzenlendiği görülmektedir. Buna göre, Sözleşme ve ek Protokollerde düzenlenen temel hak ve özgürlüklerin ihlal edilmesi halinde ve aynı zamanda, Sözleşme ve ek Protokol hükümlerinin yorumu ve uygulanmasına ilişkin ortaya çıkabilecek tüm sorunlar, AİHM'nin yargılama yetkisi dahilindedir.

AİHM'ye devlet başvurusu ve bireysel başvuru kapsamında dava açılabilmektedir. AİHS m. 33'e göre, devlet başvurusu kapsamında, AİHS'de düzenlenen temel hak ve özgürlüklerin ihlal edildiği iddiasıyla, her sözleşmeci devlet diğer sözleşmeci devlet aleyhine AİHM'ye başvurabilir. Devlet başvurusunun AİHM tarafından kabul edilebilmesi için, başvuran ve aleyhine başvuruda bulunulan devlet veya devletlerin

AİHS'ye taraf olmaları gerekmektedir (Muratoğlu, 2016: 319; Gölcüklü & Gözübüyük, 1998: 56).

AİHS m. 34'e göre, AİHM'ye sözleşmeci devletlerin yanısıra bireysel olarak da başvuru yapılabilmektedir. Buna göre, Sözleşme veya ek Protokollerinde düzenlenen temel hak ve özgürlüklerin, sözleşmeci devletler tarafından ihlal edilmesinden dolayı mağdur olduğunu öne süren her gerçek kişi, hükümet dışı kuruluş veya kişi grupları AİHM'ye başvurabilir (Gölcüklü & Gözübüyük, 1998: 57-58). Sözleşmede bahsedilen hükümet dışı kuruluş veya kişi gruplarına örnek olarak, özel hukuk tüzel kişilerini, sivil toplum kuruluşlarını, siyasi partileri, sendikaları, dini müesseseleri, şirketleri, dernekleri verebiliriz. Aynı zamanda, sözleşmeci devletler bireysel başvuru hakkının etkin bir şekilde kullanılmasına hiçbir surette engel olmamayı taahhüt ederler. Bireysel başvuru kapsamında AİHM'ye başvurulabilmesi için, kişinin kendi ülkesindeki iç hukuk yollarının tamamını tüketmiş olması gerekmektedir. Doktrinde, kişilerin kendilerine yönelik bir hak ihlaline karşı, ülkelerindeki iç hukuk yollarını tükettikten sonra doğrudan AİHM'ye başvurabilmesi, AİHS'nin oluşturduğu hukuki koruma sisteminin önemli bir özelliği olarak değerlendirilmektedir (Muratoğlu, 2016: 320).

## 2. AİHM KARARLARININ SÖZLEŞMECİ DEVLETLER NEZDİNDE BAĞLAYICILIĞI

AİHM kararlarına sözleşmeci devletlerin uyma yükümlülüğüne yönelik düzenlemelerden bahsetmeden önce, bir uluslararası sözleşme olarak AİHS'nin Türk hukuk sistemindeki normlar hiyerarşisindeki yeri konusunda değerlendirmelerde bulunmakta yarar vardır.

Uluslararası bir andlaşmanın, bir devletin ulusal hukuk sisteminde uygulanabilmesi, tamamen o ülkenin anayasa hukuk sistemindeki düzenlemelerle ilgili bir durumdur (Arıkoğlu, 2004: 90). Uluslararası bir andlaşmanın imzaya açılmış olması ve hatta ilgili devlet tarafından sözleşmenin imzalanmış olması, bu andlaşmanın ulusal hukuk sisteminde doğrudan etki doğuracağı ve uygulanacağı anlamına gelmemektedir. Bu konuda, yani imzalanmış olan uluslararası andlaşmanın ulusal hukuk sistemine dahil olması ve uygulanabilmesi için, ilgili devletin anayasasında uluslararası sözleşmenin ulusal hukuka nasıl dahil olacağına dair düzenleme yapılmış olması gerekmektedir.

Türkiye bakımından konuyu değerlendirdiğimizde, Anayasa m. 90'da uluslararası andlaşmaların uygun bulunması, ulusal hukuk sistemine dahil edilmesi ve ulusal mevzuat sistemi içindeki yeri ile ilgili düzenlemelerin yapıldığı anlaşılmaktadır. Buna göre, Türkiye Cumhuriyeti adına yabancı devletlerle ve milletlerarası kuruluşlarla yapılacak uluslararası andlaşmaların onaylanması, Türkiye Büyük Millet Meclisinin (TBMM)

onaylamayı bir kanunla uygun bulmasına bağlıdır. Yani, bir uluslararası sözleşme Türkiye tarafından imzalandığında bu andlaşmanın, TBMM tarafından Anayasa m. 88, 89 ve 96 ile TBMM İçtüzüğü m. 74 vd. maddelerinde düzenlenen, kanunların kabul edilmesi ve yürürlüğe konulması ile ilgili usule uygun olarak kabul edilerek yürürlüğe konulması gerekmektedir. Uluslararası andlaşmaların, Türkiye ulusal hukuk sistemine dahil edilmesi bakımından uygulanabilecek olan usul bu şekildedir.

Uluslararası bir andlaşmanın usulüne uygun olarak yürürlüğe konulması, bu andlaşmanın ulusal hukukta uygulanması ile ilgili ortaya çıkabilecek sorunu ortadan kaldırmak bakımından tek başına yeterli bir düzenleme değildir. Zira bu durumda, yürürlüğe konulan uluslararası andlaşma hükümleri ile ulusal hukukta halihazırda yürürlükte bulunan Anayasa, kanunlar, cumhurbaşkanlığı kararnameleri ve yönetmelikler ile çelişen hükümlerin olması halinde, hangisinin uygulanacağı sorunu ortaya çıkmaktadır. Bu bakımdan, uluslararası andlaşmanın ulusal hukuk normları karşısındaki yerinin neresi olduğunun da açıklığa kavuşturulması gerekmektedir.

Anayasa m. 90/5'e göre, usulüne göre yürürlüğe konulmuş uluslararası andlaşmalar kanun hükmündedir. Bunlar hakkında Anayasaya aykırılık iddiası ile Anayasa Mahkemesine başvurulamaz. Usulüne göre yürürlüğe konulmuş temel hak ve özgürlüklere ilişkin uluslararası andlaşmalarla, kanunların aynı konuda farklı hükümler içermesi nedeniyle ortaya çıkabilecek uyuşmazlıklarda uluslararası andlaşma hükümleri esas alınır. Anayasadaki bu düzenlemeden yola çıkarak, uluslararası andlaşmaların Türk hukukundaki normlar hiyerarşisinde Anayasanın altında kanunların ise üzerinde bir hiyerarşik sırada olduğu sonucuna ulaşabilmek mümkündür. (Arıkoğlu, 2004: 111; aksi yönde görüş için bkz. Gölcüklü & Gözübüyük, 1998: 66-67).

AİHS de, Anayasa m. 90/5'de belirtilen nitelikte temel hak ve özgürlüklere ilişkin uluslararası bir andlaşma olmasından dolayı, Türk hukuk sistemindeki normlar hiyerarşisinde kanunların üzerinde Anayasanın ise altında yer almaktadır. Ancak, bu yönde Anayasada yapılmış olan düzenlemeden, her durumda ve her somut olayda her zaman ve öncelikle kanunlardaki düzenlemeler yerine, AİHS hükümlerinin uygulanması gerektiği sonucunun da çıkarılmaması gerekmektedir. Zira, AİHS m. 53'e göre, Sözleşme hükümlerinden hiçbiri, herhangi bir sözleşmeci devletin kanunlarına ve onun taraf olduğu başka bir Sözleşme uyarınca tanınmış olabilecek insan hakları ve temel özgürlükleri sınırlayacak veya onları ihlal edecek biçimde yorumlanamaz. Bu nedenle, temel hak ve özgürlüklerin korunması bakımından ulusal kanunlarımız AİHS hükümlerine göre daha geniş, ayrıntılı ve kapsayıcı düzenlemeler

içeriyorsa bu durumda, somut olayda yargı mercileri tarafından öncelikle AİHS hükümleri değil kanunlarımızın uygulanması gerekmektedir (Arıkoğlu, 2004: 112).

AİHS'de düzenlenen temel hak ve özgürlüklerin ihlal edilmesi halinde, AİHM'nin aldığı kararın kural olarak sözleşmeci devletler tarafından süresi içerisinde yerine getirilmesi gerekmektedir. Sözleşmeci devletler çoğunlukla bu kurala uygun hareket etmekte ise de, bazen devletler siyasi vb. bir takım gerekçelerle AİHM'nin kararlarını uygulamama yoluna gidebilmektedirler. Temel hak ve özgürlüklerin korunmasına yönelik 14 No.lu ek Protokolle AİHS m. 46'da yapılan değişikliklerle, AİHM kararlarının sözleşmeci devletler tarafından uygulanması ve sürecin denetimine yönelik düzenlemeler yapılmıştır.

AİHS m. 46'da AİHM kararlarının bağlayıcılığı ve infazı konusunda düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. Buna göre, sözleşmeci devletler taraf oldukları davalarda, AİHM'nin verdiği kesinleşmiş kararlara uymayı taahhüt ederler. Söz konusu düzenlemeden, AİHM kararlarının sözleşmeci devletler bakımından bağlayıcı olduğu ve uygulanma zorunluluğunun bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu yükümlülük, aynı zamanda kamusal uluslararası hukukun da bir gereğidir. Yani, sözleşmeci devletin, AİHS ve ek protokollerini imzalayarak Sözleşmeye uygun olarak AİHM'nin yargılama yetkisini kabul edip, daha sonra da AİHM'nin somut olayda kendisi aleyhine verdiği karara uymama veya kararın gereklerini yerine getirmeme hakkı bulunmamaktadır. AİHM kararları sadece sözleşmeci devletler için bağlayıcıdır. Dolayısıyla, devlet dışındaki gerçek ve tüzel kişilerin AİHS ve ek Protokoller kapsamındaki bir hakkı ihlal etmeleri nedeniyle sözleşmeci devletin herhangi bir sorumluluğunun olmayacağı anlaşılmaktadır (Aybay, 2010: 241-243; Karaman, 2014: 413; Abdelgawad, 2012: 8).

Doktrinde, AİHS m. 46'da düzenlenen denetim mekanizmasının, diğer uluslararası sözleşmelere göre daha etkin olduğu ve kamusal uluslararası hukukun gelişimine önemli katkılar sağlayacağı belirtilmiştir. Ayrıca, AİHM ve Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin yaptırım yetkisinin de temel hak ve özgürlüklerin korunması bakımından yerinde bir düzenleme olduğu ifade edilmiştir (Aybay, 2010: 240).

## 3. AİHM KARARLARINDAN KAYNAKLANAN YÜKÜMLÜLÜKLER

AİHM kararlarından kaynaklanan yükümlülükler aslında, temel hak ve özgürlüklerinin korunmasına yönelik, AİHS m. 1'de düzenlenen insan haklarına saygı yükümlülüğünü de kapsayacak şekilde, m. 46'da düzenlenen sözleşmeci devletlerin taraf oldukları davalarda, AİHM'nin verdiği kesinleşmiş kararlara uymayı taahhüt yükümlülüğünden

kaynaklanmaktadır (Abdelgawad, 2012: 12; Karaman, 2014: 414).

AİHM kararlarından kaynaklanan yükümlülükler şunlardır:

**a) Adil Tazmin**

Adil tazminle ilgili düzenlemelerin AİHS m. 41'de yapıldığı görülmektedir. Buna göre, eğer AİHM, AİHS ve Protokollerinin ihlal edildiğine karar verirse ve ilgili sözleşmeci devletin iç hukuku, bu ihlalin sonuçlarını ancak kısmen ortadan kaldırabiliyorsa, AİHM gerektiği takdirde, zarar gören başvurucu lehine adil bir tazminat verilmesine karar verebilir.

AİHM, verdiği adil tazmin kararlarında para birimi olarak Euro'yu seçmiştir. AİHM'nin kararları incelendiğinde, aleyhine tazminat kararı verilen sözleşmeci devletin, bu tazminat miktarını 3 ay içerisinde ödemesi gerektiğine dair ilke kuralı geliştirdiği anlaşılmaktadır[5] (Abdelgawad, 2012: 15; Karaman, 2014: 415).

**b) Bireysel Önlemler**

Sözleşmeci devletler tarafından, iç hukuklarında yargılamanın yenilenmesi tedbirinin yanısıra, birçok maddi olmayan bireysel tedbirlerin alınabilmesi ve uygulanabilmesi mümkündür (Abdelgawad, 2012: 19; Karaman, 2014: 416). Bu konuda karar verme yetkisi, sözleşmeci devlettedir. Burada önemli olan, AİHM'nin kararının gecikmeye sebebiyet vermeksizin yerine getirilmesi ve mağduriyetin giderilmesidir.

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi, yargılamanın yenilenmesi tedbiri konusunda sözleşmeci devletlere yol göstermek adına, bazı tavsiye kararları almaktadır. Bakanlar Komitesi'nin 19 Ocak 2000 tarihli tavsiye kararına göre, yargılamanın yenilenmesine karar verilebilmesi için, öncelikle ihlal davasının konusu iç yargılamanın sonucu üzerine ciddi bir şüphe doğuracak derecede ağır olmalıdır. Aynı zamanda başvurucu, adil tazmin ile telafi edilemeyen ve ancak yargılamanın yenilenmesi veya incelenmesiyle giderilebilecek olan ulusal mahkeme kararının, çok ağır olumsuz sonuçlarını çekmeye devam ediyor olmalıdır (Abdelgawad, 2012: 21; Karaman, 2014: 417). Örneğin, tutukluluğun halen devam ediyor olması gibi.

Yargılamanın yenilenmesi tedbiri, AİHM tarafından eski hale iadeye yakın derecede bir tedbir olarak görülmektedir (Abdelgawad, 2012: 25; Karaman, 2014: 421).

---

5 AİHM'nin 28 Ağustos 1991 tarihli Moreira de Azevedo/Portekiz kararından itibaren, sözleşmeci devlet için prensipte 3 ay olan bir ödeme süresi belirlemektedir. AİHM, bazı devletlerin ödemeleri gereken meblağları geç ödemeleri nedeniyle artık süreye bağlı olarak karar verilen tazminat miktarına gecikme faizi uygulamaktadır. Gecikme faizi, tazminatın ödenmesi için uygulanan üç aylık sürenin sona erdiği tarihten itibaren ödemenin yapılmasına kadar, Avrupa Merkez Bankası'nın o dönem için geçerli olan marjinal kredi kolaylığı oranının üç puan fazlasına eşit oranda uygulanacak basit faiz oranıdır (Abdelgawad, 2012: 15).

Türkiye hukuk sistemi bakımından, AİHM kararlarının yargılamanın yenilenmesi nedeni olarak kabul edilerek Hukuk Muhakemeleri Kanunu m. 375, Ceza Muhakemesi Kanunu m. 311, İdari Yargılama Usulü Kanunu m.53 ve Anayasa Mahkemesinin Kuruluşu ve Yargılama Usulleri Hakkında Kanun m. 67'de düzenlemeler yapıldığı görülmektedir.

Bir diğer bireysel önlem ise, AİHM İçtüzüğü[6] m. 61'de düzenlenen pilot karar usulüdür. Buna göre AİHM, kendisine sunulan bir başvuruya dayanak oluşturan olayların, ilgili sözleşmeci devlette yapısal veya sistemik bir sorunu ya da diğer benzer başvuruların yapılmasına neden olan ya da olabilecek nitelikte başka bir aksaklığın varlığını ortaya koyması durumunda, pilot karar usulünü uygulamaya karar verebilmektedir. Ayrıca, AİHM verdiği pilot kararında, tespit ettiği yapısal sorunun ya da aksaklığın niteliğini ve ilgili sözleşmeci devletin karar uyarınca, ulusal düzeyde alması gereken tazminat tedbirlerinin türünü de belirtmektedir.

Pilot karar uygulaması, AİHM iş yükünü azaltmanın yanısıra, gelecekte önüne gelmesi muhtemel büyük sayıda davayla uğraşmaktan da koruma gibi bir işleve sahip olmuştur (Karaman, 2014: 419).

Diğer bireysel önlemler olarak yeniden inceleme, cezanın infazından vazgeçme ve yargılamayı hızlandırıcı tedbirler de örnek olarak sayılabilir (Abdelgawad, 2012: 27-29; Karaman, 2014: 421-422).

**c) Genel Önlemler**

Sözleşmeci devletler, davaların tekrarlanmasını önlemek için AİHS m. 46 gereğince genel tedbirler alma yükümlülüğünü kabul etmişlerdir. Uygulamada başvurulan genel tedbirler yasal değişiklikler, içtihat değişiklikleri ve kararın yayınlanmasıdır (Abdelgawad, 2012: 27-29; Karaman, 2014: 421-422).

AİHM kararlarının yerine getirilmesi sürecinde, ihlale neden olan olayın bir kanun hükmünden veya mahkeme içtihadından kaynaklandığı anlaşılmışsa, ihlalin kaynağındaki bu kanun hükümlerinin veya mahkeme içtihatlarının AİHS hükümlerine ve AİHM içtihatlarına uygun hale getirilmesi gerekecektir. Böylelikle, sözleşmeci devlet gerekli anayasal veya yasal düzenlemeleri yaparak ihlalin tekrar etmesini önleyecek tedbirleri de almış olacaktır (Abdelgawad, 2012: 33; Karaman, 2014: 422-423).

## 4. AİHM KARARLARININ UYGULANMAMASI HALİNDE AVRUPA KONSEYİ BAKANLAR KOMİTESİ TARAFINDAN UYGULANABİLECEK YAPTIRIMLAR

AİHM somut olayda, AİHS'nin sözleşmeci devletler tarafından ihlal edilip edilmediğine yönelik kararlar vermektedir. Ancak, AİHM'nin

6 AİHM İçtüzüğü için bkz. https://www.echr.coe.int/Documents/Rules_Court_ENG.pdf, (14.01.2023).

verdiği ihlal kararları sözleşmeye aykırı olan ulusal hukuktaki işlemi ortadan kaldırmamakta, değiştirmemekte ve bozmamaktadır (Bilir, 2006:153; Karaman, 2014: 413; Gölcüklü & Gözübüyük, 1998: 163; Tezcan & Erdem & Sancakdar, 2004: 68). Ayrıca AİHM, yerel mahkemenin yerine geçerek bir karar da veremez. Yani AİHM, kendisine yapılan başvuruya konu somut olayda, AİHS ve ek Protokollerde düzenlenen temel hak ve özgürlüklerin ihlal edilip edilmediğini ve ihlal meydana gelmişse de mağdura ödenecek tazminat miktarını belirlemeye yönelik kararlar vermek konusunda yetkilidir. İhlali meydana getiren sözleşmeci devlet de, AİHM'nin ihlal kararını yerine getirmekle yükümlüdür. AİHM kararını yerine getirecek olan sözleşmeci devlet, bu kararı nasıl yerine getireceği konusunda takdir hakkına sahiptir (Bilir, 2006:153; Karaman, 2014: 414; Arıkoğlu, 2004: 113; Karakul, 2018: 145; Gölcüklü & Gözübüyük, 1998: 163; Tezcan & Erdem & Sancakdar, 2004: 68).

Aynı zamanda sözleşmeci devlet, AİHM'nin kararına istinaden ihlali gecikmeksizin sona erdirmek ve mağduriyete sebebiyet veren somut olaydaki durumu eski hale getirerek ihlalin sonuçlarını gidermekle de yükümlüdür (Bilir, 2006:153; Karaman, 2014: 414).

Ayrıca, AİHM ulusal yargı anlamında bir istinaf veya temyiz mahkemesi gibi de görev yapmamaktadır (Bilir, 2006:153). Yani, AİHM'nin vermiş olduğu kararlarında, ulusal mahkemelerin kararlarının hukuka uygun olup olmadığına karar vermek veya ulusal mahkemenin yerine geçerek karar vermek gibi bir görev fonksiyonu da bulunmamaktadır (Karaman, 2014: 413).

Sözleşmeci devletler bazen bir takım siyasal gerekçelere dayanarak AİHM'nin vermiş olduğu kararı uygulamayabilmektedirler. Böyle bir durumun ortaya çıkması halinde, AİHM kararlarının, ihlali yapan sözleşmeci devlet tarafından uygulanmasını sağlamak ve denetlemekle Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi görevlendirilmiştir. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi, Avrupa Konseyi'nin en üst karar organı olup, üye devletlerin dışişleri bakanlarının katılımıyla meydana gelmektedir (Muratoğlu, 2016: 310; Abdelgawad, 2012: 35; Gölcüklü & Gözübüyük, 1998: 5, 34, 177; Ünal, 1995: 357).

Sözleşmeci devletlerin AİHM kararlarını uygulama yükümlülüğüne yönelik düzenlemelerin, 14 No.lu Protokolle değiştirilen AİHS m. 46'da yapıldığı görülmektedir. AİHM kararlarının bağlayıcılığı ve infazı başlığını taşıyan AİHS m. 46'ya göre, AİHM'nin kesinleşen kararı, infazını denetleyecek olan Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'ne gönderilir. Bakanlar Komitesi, kesinleşen bir kararın infazının denetlenmesinin, söz konusu kararın yorumundan kaynaklanan bir zorluk nedeniyle engellendiği kanaatinde ise, bu yorum konusunda karar vermesi için

AİHM'ye başvurabilir. AİHM'ye başvurma kararı, Bakanlar Komitesi toplantılarına katılma hakkına sahip temsilcilerin üçte iki oy çokluğu ile alınır. Bakanlar Komitesi, sözleşmeci devletin, taraf olduğu bir davada verilen kesin karara uygun davranmayı reddettiği görüşünde ise, ilgili devlete ihtarda bulunduktan sonra, Bakanlar Komitesi toplantılarına katılmaya yetkili temsilcilerin üçte iki oy çokluğu ile alınacak bir kararla, ilgili devletin AİHM'nin kesinleşmiş kararına uyma yükümlülüğünü yerine getirmediği meselesini AİHM'ye intikal ettirebilir. Bu durumda, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin kararına istinaden AİHM'de ihlal davası açılmaktadır. AİHM ihlal davası kapsamında, ilgili devletin kesinleşmiş kararına uyma yükümlülüğünü yerine getirmediğini tespit ederse, alınacak önlemleri değerlendirmesi için davayı Bakanlar Komitesi'ne gönderir. Eğer AİHM, eğer ilgili devletin kesinleşmiş kararına uyma yükümlülüğünü ihlal etmediğini saptarsa davayı, incelemesine son verecek kararı alması için Bakanlar Komitesi'ne iletir.

Doktrinde, AİHS m. 46'da yapılan düzenlemenin AİHM kararlarının sözleşmeci devletler tarafından yerine getirilmesinin denetimi konusunda, hem AİHM'nin ve hem de Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin yetkili kılınması, bu konudaki siyasal tutumları da önleyerek daha objektif bir mekanizmanın kurulmasını sağladığı için olumlu olarak karşılanmıştır (Bilir, 2006:152-153).

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi, AİHM tarafından ihlal kararı alınarak kendisine gönderilen dava dosyasındaki ilgili devleti, AİHM kararının yerine getirilmesiyle ilgili aldığı tedbirler konusunda bilgi vermeye davet eder. Bakanlar Komitesi ayrıca, sözleşmeci devletin aldığı tedbirler konusunda altı ayda bir kendisine rapor vermesini sağlar ve durumunu denetler. Bakanlar Komitesi'nce kabul edilen 17 numaralı karara göre, sözleşmeci devletin, karara uymak veya dostane çözüm hükümlerini infaz etmek için gerekli olan bütün tedbirleri aldığı sonucuna vardıktan sonra görevlerini yerine getirdiğini belirten bir karar alır (Karaman, 2014: 424; Abdelgawad, 2012: 36, 61, 79).

AİHM ihlal tespit ederek, alınacak önlemler için davayı Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'ne gönderdiğinde, sözleşmeci devlete uygulanacak olan yaptırımlarla ilgili Avrupa Konseyi Statüsü'nde[7] düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. Avrupa Konseyi Statüsü m. 8'e göre, AİHM kararına uymayan sözleşmeci devlet, Avrupa Konseyi'nde temsil hakkından belirli bir süre için mahrum edilebilir veya Konsey üyeliğinden çekilmeye davet edilebilir. Bu davet, ilgili devlet tarafından dikkate alınmadığı takdirde Bakanlar Komitesi, bizzat Komitenin tayin

7 Avrupa Konseyi Statüsü 3 Haziran 1949 tarihinde yürürlüğe girmiş olup, Türkiye tarafından 13 Nisan 1950'de imzalanmıştır. Avrupa Konseyi'ne Türkiye'nin de aralarında bulunduğu 47 devlet üyedir. Avrupa Konseyi'nin amacı, Konsey organları vasıtasıyla, ortak çıkarları

edeceği tarihten itibaren söz konusu üye devletin Avrupa Konseyi'nden çıkartılmasına karar verebilir.

Sözleşmeci devletin Avrupa Konseyi üyeliğinden çıkarılması, uygulanabilecek olan en ağır yaptırım olarak göze çarpmaktadır. Ancak, Bakanlar Komitesi günümüze kadar üyelikten çıkarmaya yönelik herhangi bir karar alıp uygulama yolu içerisine gitmemiştir (Aybay, 2010: 243; Karaman, 2014: 428).

Örnek davada AİHM, Ilgar Mammadov v. Azerbaycan[8] kararında, başvurucunun kişi özgürlüğü ve güvenliği hakkının, masumiyet karinesinin ve Sözleşme hükümleri ile izin verilen kısıtlamaların öngörüldükleri amacın dışında uygulanmaması kuralının ihlal edildiğine karar vermiştir. Azerbaycan AİHM'nin bu kararını uygulamamıştır. Azerbaycan'ın AİHM kararını yerine getirmemesi nedeniyle, AİHS m. 46'ya uygun olarak AİHM kararını ihlal sürecini başlatmıştır (Karakul, 2018: 130-131).

AİHM kararının sözleşmeci devlet tarafından yerine getirilmesinde bazen, AİHM tarafından da öngörülemeyen bir takım sorunlar da ortaya çıkabilmektedir. Örneğin, AİHM Oao Neftyanaya Kompaniya Yukos v. Rusya[9] kararında 2.000.000.000 Euro maddi tazminatın ve 300.000 Euro yargılama giderinin Rusya tarafından başvurucuya ödenmesine karar vermiştir. Rusya Federasyonu Anayasa Mahkemesi, Yukos kararını Rusya Federasyonu Anayasası'na aykırı bularak, yüksek tazminat miktarı nedeniyle kararın uygulanamayacağına hükmetmiştir (Karakul, 2018: 152).

## 5. AİHM'NİN AİHS M. 46 KAPSAMINDA TÜRKİYE ALEYHİNE VERDİĞİ KARARLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Avrupa Konseyi Statüsü m. 8'de düzenlenen yaptırımların uygulanmasına yönelik örnek davada AİHM 18 Aralık 1996 tarihli Loizidou v. Türkiye[10] kararında, başvurucu Kıbrıslı Rum Titina Loizidou'nun, Kıbrıs'ın kuzeyinde kalan taşınmaz malları üzerindeki mülkiyet hakkından mahrum bırakıldığı gerekçesiyle, Türkiye aleyhine hak ihlali kararı vermiştir. AİHM ayrıca, başvurucunun mallarını 1974'ten

ilgilendiren sorunların incelenmesi, andlaşmalar yapılması ve ekonomik, sosyal, kültürel, bilimsel, yasal ve idari alanlarda bir ortak hareket hattının kabulü ve insan hakları ile temel özgürlüklerin korunması ve geliştirilmesi gayesiyle üyeleri arasında, müşterek mirasları olan ülkü ve prensipleri korumak ve yaymak ve siyasi, ekonomik ilerlemelerini sağlamak amacıyla daha sıkı bir birlik meydana getirmektir. Avrupa Konseyi Statüsü için bkz. https://inhak.adalet.gov.tr/Resimler/Dokuman/2712020093815001_tur.pdf, (14.01.2023).

8 AİHM Ilgar Mammadov v. Azerbaycan kararı için bkz. https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-144124, (15.01.2023).

9 AİHM Oao Neftyanaya Kompaniya Yukos v. Rusya kararı için bkz. https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-106308, (15.01.2023).

10 AİHM Loizidou v. Türkiye kararı için bkz. https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-58007, (15.01.2023).

beridir kullanamadığı gerekçesiyle tazminata hükmetmiştir. Türkiye bu tazminatı Aralık 2003 tarihine kadar ödememiştir (Dereboylular & Arman, 2018: 310). Bakanlar Komitesi, AİHM'nin Loizidou v. Türkiye kararını uygulamamakta ısrar eden Türkiye aleyhine Avrupa Konseyi Statüsü m. 8'de düzenlenen yaptırımlara başvurmamış, sadece Türkiye'yi AİHM'nin kararını uygulamaya davet etmiştir (Karaman, 2014: 428; Cengiz, 2008: 346; Abdelgawad, 2012: 48). Ancak, Türkiye her ne kadar AİHM'nin Loizidou v. Türkiye kararının gereklerini yerine getirmemekte ısrar etse de, Bakanlar Komitesi'nin baskıları sonucunda gecikme faiziyle birlikte Loizidou'ya 1.1 milyon Euro tazminat ödemek zorunda kalmıştır (Dereboylular & Arman, 2018: 310).

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi, AİHM'nin Loizidou v. Türkiye kararını uygulamayan Türkiye'ye yönelik, daha önce diğer devletlere uygulamadığı şekilde ara kararlar alarak, uyarılarda bulunmuştur. Bakanlar Komitesi 24 Temmuz 2000 tarih ve No: 2000/105 sayılı ara kararında, Türkiye'nin AİHM'nin vermiş olduğu bir kararı uygulamayı reddetmesinin, Avrupa Konseyi'nin bir üyesi ve sözleşmeci devlet olarak, uluslararası yükümlülüklerini önemsemediğini açık olarak gösterdiğini ifade etmiştir. Ayrıca Bakanlar Komitesi, Türkiye'nin bu karar uyarınca yükümlülüklerini yerine getirmesini sağlamak amacıyla elinde bulunan tüm yollara başvuracağı kararını deklare etmiştir (Karaman, 2014: 429).

AİHM'nin Türkiye aleyhine verdiği ve halen uluslararası ve ulusal düzeyde tartışmaların odağında olan ve güncelliğini koruyan iki karar üzerinde durmakta fayda olduğu kanaatindeyiz. Zira, bu iki karar dosyası çalışmamızın konusunu doğrudan ilgilendirmekte olup, bu kararlarla ilgili Bakanlar Komitesi'nin denetim ve izleme süreci de devam etmektedir.

AİHM'nin Türkiye hakkında verdiği güncel kararlardan bir tanesi şüphesiz, 22 Aralık 2020 tarihli Selahattin Demirtaş v. Türkiye[11] kararıdır. AİHM bu kararında başvurucunun, AİHS'de düzenlenen ifade özgürlüğünün (m. 10), özgürlük ve güvenlik hakkının (m. 5/1, 3, 4) ve serbest seçim hakkının (Ek Protokol 1 m. 3) ihlal edildiğine, ayrıca davalı Türkiye'nin başvurucunun derhal serbest bırakılması için gereken bütün önlemleri almasına ve Türkiye'nin başvurucuya 60.400 Euro tazminat ödemesine karar vermiştir. AİHM Demirtaş v. Türkiye kararına yönelik olarak Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi 06-08 Aralık 2022 tarihinde yaptığı toplantısında, Türkiye'nin AİHM kararlarını halen yerine getirmediğini ve Türkiye ile ilgili izleme ve denetim sürecinin devam edeceğini yinelemiştir.[12]

11 AİHM 22.12.2020 tarihli Selahattin Demirtaş v. Türkiye kararı için bkz. https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-207173, (15.01.2023).

12 Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 06-08 Aralık 2022 tarih ve 1451 no.lu toplantı

AİHM'nin Türkiye hakkında verdiği ve halen üzerinde yapılan tartışmaları ve gündemini koruyan bir başka karar ise, 10 Aralık 2019 tarihli Kavala v. Türkiye[13] kararıdır. AİHM 10 Aralık 2019 tarihli kararında özetle, başvurucunun bir suç işlediğine dair makul şüphenin yokluğu ve Anayasa Mahkemesi'nin ivedi bir yargı denetimini gerçekleştirmemesi gerekçeleriyle özgürlük ve güvenlik hakkının (AİHS m. 5/1 ve 4) ihlal edildiğine ve başvurucu tarafından talep edilen tazminatın ise reddedilmesine karar vermiştir. AİHM ayrıca, başvuranın tutukluluğunun sona erdirilmesi ve bir an önce serbest bırakılması için Türkiye tarafından tüm önlemlerin alınması gerektiğine karar vermiştir.

AİHM 2019 tarihli Kavala v. Türkiye kararında bu çalışmamızın konusu olan AİHS m. 46 kapsamında da değerlendirmelerde bulunmuştur. AİHM bu kararda, tespit edilen ihlallere son verilmesi için Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin denetimine tabi olarak davalı Türkiye tarafından alınacak tedbirlere ilişkin, Mahkeme kararlarının temel olarak tespite yönelik olduğunu ve genel olarak ilgili devletin, Sözleşme'nin 46. maddesi kapsamındaki yasal yükümlülüğünü, Mahkeme kararında belirtilen sonuçlara uygun olması koşuluyla, hangi yöntemlerle yerine getireceğini seçme konusunda özgür olduğunu hatırlatmıştır. AİHM, kararın icra edilme yoluyla ilgili tanınan bu takdir yetkisi, Sözleşme kapsamında güvence altına alınmış hak ve özgürlükleri sağlamakla ilgili sözleşmeci devletlerin birincil yükümlülüğü ile bağlantılı olarak tanınan tercih özgürlüğünün bir yansıması olduğuna özellikle dikkat çekmiştir (§ 238) .

AİHM'nin 10 Aralık 2019 tarihinde verdiği Kavala v. Türkiye kararı 11 Mayıs 2020 tarihinde kesinleşmiştir. İlgili dosya kapsamında verilen kararların, davalı Türkiye tarafından uygulanmasının denetimi bakımından dava dosyası, AİHS m. 46/2'ye uygun olarak Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'ne gönderilmiştir. Türkiye'nin, AİHM'nin Kavala v. Türkiye dosyasında verdiği kararları uygulamaması nedeniyle, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi tarafından Türkiye aleyhine denetim ve izleme süreci başlatılmıştır.

Bakanlar Komitesi tarafından Kavala v. Türkiye kararının ilk incelemesi 1-3 Eylül 2020 tarihli toplantısında yapılmıştır. Bakanlar Komitesi bu toplantıda, Kavala'nın mevcut tutukluluğunun, AİHM tarafından tespit edilen ihlallerin bir devamı olduğuna dair güçlü bir

---

kararı için bkz. https://www.coe.int/en/web/cm/-/1451st-human-rights-meeting-of-the-ministers-deputies-6-8-december-2022, (10.02.2023).

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin AİHM'nin verdiği Demirtaş v. Türkiye kararının Türkiye tarafından AİHS m. 46/2'ye uygun olarak uygulanmamasına yönelik aldığı kararlar için bkz. https://search.coe.int/cm?k=#title=Texts, (10.02.2023).

13 AİHM 10.12.2019 tarihli Kavala v. Türkiye kararı için bkz. https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-218829, (30.01.2023).

karinenin ortaya çıktığı sonucuna varmıştır. Bu nedenle Bakanlar Komitesi, Türkiye'yi başvurucunun derhal serbest bırakılmasını sağlamaya çağırmıştır. 2 Şubat 2022 tarihine kadar yaptığı 29 toplantıda da bu karara ilişkin incelemeleri bağlamında, aynı tespitini tekrarlamış ve Osman Kavala'nın "derhal serbest bırakılması" çağrısında bulunmuştur.[14]

Bakanlar Komitesi, 2 Aralık 2021 tarihli toplantısında, "Türkiye Hükümeti Yetkililerini, bir yandan başvurucunun derhal serbest bırakılmasını sağlamaya ve diğer yandan Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi tarafından başvurucunun tutukluluğunu haklı göstermede yetersiz bulunan delillere dayanması nedeniyle eleştirilen ceza yargılamasının gecikmeksizin sonuçlandırılmasını sağlamaya şiddetle çağıran sekiz karar ve ara kararlar" aldığını vurgulayarak, "Türkiye'nin mevcut dosyada Mahkemenin nihai kararına uymayı reddettiği" sonucuna varmıştır.[15]

Bakanlar Komitesi, 2 Şubat 2022 tarihli toplantısında, AİHM kararının kesinleştiği 11 Mayıs 2020'den bu yana, Kavala'nın Mahkeme tarafından da eleştirilen süreç veya tutukluluğunu haklı çıkarmak için yetersiz bulunan deliller temelinde tutuklu kaldığını belirtmiştir. Komite ayrıca, Türkiye'nin Kavala'nın derhal serbest bırakılmasını sağlamayarak AİHM'nin nihai kararına uymayı reddettiğine karar vererek, dava dosyasını ihlal kararı alınması için AİHM'ye göndermiştir.[16]

Bunun üzerine AİHM, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi tarafından AİHS m. 46/4'e uygun olarak kendisine gönderilen Kavala v. Türkiye dosyası hakkında ihlal kararı alınması için yargılama işlemini başlatmıştır. AİHM'nin 11 Temmuz 2022 tarihinde verdiği Kavala v. Türkiye[17] kararında ihlal prosedürünün, AİHM'nin kararıyla tespit edilmiş olan ihlalin mevcudiyetine ilişkin ihtilafın yeniden ele alınmasını veya para cezası ödenmesini sağlamayı amaçlamadığını, bilakis ihlal prosedürü ile AİHM kararının uygulanmasının sağlanmasında davalı devlet üzerinde bir baskı oluşturulmasının hedeflendiğini belirtmiştir (§ 132). AİHM, Kavala aleyhine Türkiye ulusal mahkemelerince verilen uzun tutukluluk kararlarının, başvurucunun herhangi bir suç işlediğine ilişkin şüpheyi ortaya koymakta yetersiz bulunan olgulara dayandığı kanaatindedir (§ 171). Sonuç olarak AİHM, 11 Temmuz 2022 tarihli ihlal

14 Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin AİHM'nin verdiği Kavala v. Türkiye kararının Türkiye tarafından AİHS m. 46/2'ye uygun olarak uygulanmamasına yönelik aldığı kararlar için bkz. https://search.coe.int/cm/Pages/results.aspx?k=#title=Texts, (10.02.2023).

15 Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 02 Aralık 2021 tarih ve 1419 no.lu toplantı kararı için bkz. https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=0900001680a4b3d4, (11.02.2023).

16 Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 02 Şubat 2022 tarih ve 1423 no.lu toplantı kararı için bkz. https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=0900001680a56447, (11.02.2023)

17 AİHM 11.07.2022 tarihli Kavala v. Türkiye kararı için bkz. https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-218516, (30.01.2023).

kararını görüştüğü Kavala v. Türkiye davasında, AİHS m. 46/1'in Türkiye tarafından ihlal edildiğine karar vermiştir. AİHM'nin bu ihlal kararı üzerine Kavala v. Türkiye dosyası, AİHS m. 46/5'e uygun olarak alınacak önlemleri değerlendirmesi için, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'ne gönderilmiştir.

AİHM Kavala v. Türkiye kararına yönelik olarak Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi son olarak 06-08 Aralık 2022 tarihinde yaptığı toplantısında, Türkiye'nin AİHM kararlarını halen yerine getirmediğini ve Türkiye ile ilgili izleme ve denetim sürecinin devam edeceğini yinelemiştir. Bakanlar Komitesi bu toplantısında ayrıca, AİHM'nin kararını dikkate alarak, Türkiye Hükümeti yetkililerini Kavala'nın derhal serbest bırakılmasını sağlamaya çağırmıştır.[18]

Tüm bu gelişmelere rağmen, Türkiye'nin AİHM'nin Kavala v. Türkiye kararına yönelik olarak kararlarını halen yerine getirmediği görülmektedir.

## 6. SONUÇ

AİHM kararlarının sözleşmeci devletler tarafından zaman zaman farklı gerekçelerle yerine getirilmediğine uygulamada rastlanılabilmektedir. Bu gerekçeler temel olarak siyasi nedenler, gerekli reformlara bağlı nedenler, iç yasama prosedürlerine bağlı uygulamaya dair nedenler, bütçesel nedenler, kamuoyuna bağlı nedenler, kararların anlaşılması güç ya da çok anlaşılmaz yazımına bağlı nedenler, diğer yargılama makamlarından kaynaklı yükümlülüklerle birbirinin içine girmesine bağlı nedenlerdir. Siyasi nedenlere daha nadir olarak rastlanılabilse de, ortaya çıktıklarında aşılması çok güç engeller oluşturmaktadırlar. Sözleşmeci bir devletin, bir AİHM kararını uygulamayı doğrudan reddetmesi ise çok istisnai bir durumdur (Abdelgawad, 2012: 71).

Ayrıca, AİHM kararlarının sözleşmeci devletler tarafından yerine getirilmesinin Sözleşme'den kaynaklanan insan haklarını koruma, gözetme ve saygı gösterme yükümlülüğünün de bir sonucu olduğunun unutulmaması gerekmektedir. AİHS'yi imzalayarak kabul eden bir devlet artık, Sözleşme'nin bir parçası olmaktadır. Bunun bir sonucu olarak da, AİHS'nin kurduğu uluslararası yargılama mekanizması olan AİHM'nin kararlarını tanımak ve bu kararları uygulamak, sözleşmeci devletler tarafından bir yükümlülük haline gelmektedir. AİHM kararlarını tanımayan ve uygulamayan bir sözleşmeci devletin, AİHS'yi kabul etmesi ve iç hukukuna dahil etmesinin de bir anlamı kalmamaktadır.

AİHS m. 46'da yapılan düzenleme ile, AİHM kararlarının sözleşmeci

18 Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 06-08 Aralık 2022 tarih ve 1451 no.lu toplantı kararı için bkz. https://www.coe.int/en/web/cm/-/1451st-human-rights-meeting-of-the-ministers-deputies-6-8-december-2022, (10.02.2023).

devletler tarafından yerine getirilmesine yönelik, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi ile AİHM arasında dengeli bir karar ve denetim mekanizmasının oluşturulduğu görülmektedir. AİHM kararlarının, sözleşmeci devletler tarafından yerine getirilmemesi halinde uygulanacak olan ihlal prosedürüne AİHM'nin de dahil edilmesiyle birlikte, Mahkeme kararlarının siyasi bir takım gerekçelerle Bakanlar Komitesi tarafından uygulanmama ihtimali ortadan kaldırılmış olmaktadır.

Ancak AİHM, AİHS m. 46/5'e uygun olarak sözleşmeci devletin Mahkeme kararlarını ihlal ettiğine karar vererek, alınacak önlemleri değerlendirmesi için dosyayı Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'ne gönderdiğinde, Komisyon'un yine de ihlal kararını uygulamama gibi bir takdir alanı ortaya çıkma ihtimali bulunmaktadır. Zira, AİHS m. 46/5'de "….alınacak önlemleri ***değerlendirmesi*** için...." ifadesi kullanılarak bir bakıma Bakanlar Komitesine, ihlal kararını yerine getirmesi bakımından, mutlak zorunlu bir yükümlülük yüklenmemiş olup, bu konuda bir takdir alanı bırakılmış olduğu anlaşılmaktadır. Yukarıda örnek olarak verdiğimiz AİHM kararlarından da bu sonuca ulaşmamız mümkündür.

AİHM'nin Demirtaş v. Türkiye ile Kavala v. Türkiye kararları, sözleşmeci devletlerin AİHM kararlarını uygulama yükümlülüğü bakımından, hem uluslararası ve hem de ulusal gündemdeki yerini halen korumaktadır. Bu iki dava konusundaki güncel tartışmalar da ulusal ve uluslararası düzeyde halen devam etmektedir. Türkiye'nin bu iki dava dosyası üzerinde AİHM'nin verdiği kararları uygulamamakta farklı siyasi gerekçelerle ısrarcı olduğu görülmektedir.

Ancak, son gelişmelerden AİHM'nin Kavala v. Türkiye davası hakkında verdiği ihlal kararı üzerine, Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 06-08 Aralık 2022 tarihli toplantısında aldığı kararla AİHS m. 46/5'e uygun olarak son kez, Türkiye'ye Mahkeme kararını yerine getirmesi uyarısında bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu süreçten sonra, eğer Türkiye AİHM kararını uygulamamakta ısrarcı olursa Bakanlar Komitesi, Avrupa Konseyi Statüsü m. 8'de düzenlenen yaptırımlara başvurabilir. Başvurulacak olan yaptırımlar kapsamında Türkiye, Avrupa Konseyi'nde temsil hakkından belirli bir süre için mahrum edilebilir veya Konsey üyeliğinden çekilmeye davet edilebilir. Türkiye, Avrupa Konseyi'nden çekilmeye davet edildiği halde kendi isteğiyle üyelikten ayrılmazsa Bakanlar Komitesi, belirleyeceği bir tarihten itibaren Türkiye'nin Avrupa Konseyi'nden çıkartılmasına karar verebilir.

Türkiye aleyhine uygulanacak böylesine bir yaptırımın Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyelik süreci de dahil olmak üzere, uluslararası düzeyde ekonomik, siyasi vb. bir takım olumsuz sonuçlar doğuracağı ortadadır.

# KAYNAKÇA

Abdelgawad, E. L. (2012). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi Kararlarının İnfazı. 2. Basım, İnsan Hakları Ortak Platformu Yayınları, Ankara.

Arıkoğlu, E. (2004). İnsan Hakları Avrupa Mahkemesi Kararlarının Türk Hukukunda Uygulanması. Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Özel Hukuk Bülteni, 24 (1-2), 71-126.

Aybay, R. (2010). Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi Konusunda Bazı genel Gözlemler ve 14. Protokol. TBB Dergisi, 88, 225-260.

Bilir, F. (2006). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin Yapısı ve 14 Nolu Protokol. AÜHFD, 55 (1), 135-156.

Cengiz, S. (2008). AİHM Kararlarının İç Hukuka Etkisi. TBB Dergisi, 79, 334-350.

Dereboylular, Ö. & Arman, P. (2018). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesinin Kıbrısla İlgili Verdiği Kararların KKTC ve Türkiye'ye Etkisi. 136, 293-326.

Gölcüklü, A. F. & Gözübüyük, A. Ş. (1998). Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Uygulaması. Turhan Kitabevi, Ankara.

Karakul, S. (2018). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi'nin Kendi Kararlarının Yerine Getirilmesindeki Rolü. İstanbul Medipol Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 5 (2), 125-156.

Karaman, E. (2014). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesinin Kararlarının Yerine Getirilmemesinden Doğan Sorumluluk. İÜHFM, LXXII (1), 411-434.

Muratoğlu, T. (2016). Avrupa İnsan Hakları Mahkemesinin Kuruluşu, Görevleri ve Yargılama Usulü. TAAD, 7 (27), 307-364.

Tezcan, D. & Erdem, M. R. & Sancakdar, O. (2004). Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi ve Uygulaması. T.C. Adalet Bakanlığı Eğitim Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara.

Ünal, Ş. (1995). Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi. TBMM Basımevi Müdürlüğü, Ankara.

AİHM İçtüzüğü, https://www.echr.coe.int/Documents/Rules_Court_ENG.pdf, (14.01.2023).

Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi, https://www.echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=applicants/tur&c, (12.01.2023).

Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi, https://www.echr.coe.int/documents/convention_tur.pdf, (12.01.2023).

Avrupa Konseyi Statüsü, https://inhak.adalet.gov.tr/Resimler/Dokuman/2712020093815001_tur.pdf, (14.01.2023).

AİHM 22.05.2014 tarihli Ilgar Mammadov v. Azerbaycan kararı, https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-144124, (15.01.2023).

AİHM 10.12.2019 tarihli Kavala v. Türkiye kararı, https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-218829, (30.01.2023).

AİHM 11.07.2022 tarihli Kavala v. Türkiye kararı, https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-218516, (30.01.2023).

AİHM 18.12.1996 tarihli Loizidou v. Türkiye kararı, https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-58007, (15.01.2023).

AİHM 20.09.2011 tarihli Oao Neftyanaya Kompaniya Yukos v. Rusya kararı, https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-106308, (15.01.2023).

AİHM 22.12.2020 tarihli Selahattin Demirtaş v. Türkiye kararı, https://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-207173, (15.01.2023).

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 02 Aralık 2021 tarih ve 1419 no.lu toplantı kararı için bkz. https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=0900001680a4b3d4, (11.02.2023).

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 02 Şubat 2022 tarih ve 1423 no.lu toplantı kararı için bkz. https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=0900001680a56447, (11.02.2023)

Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin 06-08 Aralık 2022 tarih ve 1451 no.lu toplantı kararı, https://www.coe.int/en/web/cm/-/1451st-human-rights-meeting-of-the-ministers-deputies-6-8-december-2022, (10.02.2023).

Resmi Gazete, https://www.resmigazete.gov.tr/, (12.01.2023).

# BÖLÜM 28

## SAVAŞ EKONOMİSİ VE SAVAŞIN EKONOMİK ETKİLERİ

*Esra Sena TÜRKO*[1]

*Adem TÜRKMEN*[2]

1 Doç. Dr., Erzurum Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, esturko@erzurum.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9102-6120

2 Dr. Öğr. Üyesi, Erzurum Teknik Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, adem.turkmen@erzurum.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1534-2332

Orta Doğu'da yer alan ülkeler için savaş ve iç savaş konuları yeni bir gündem oluşturmamaktadır. Ancak Avrupa kıtası, Yugoslavya Federasyonu'nun dağılması sırasında yaşananlar dışında uzun yıllar sıcak çatışma görmemiştir. Rusya'nın 24 Şubat 2022'de Ukrayna'yı işgali ile savaşın bölge ülkelerine yayılması endişesi yükselmiş, İkinci Dünya Savaşı ve sonrasında yaşanan ülke işgalleri gibi Avrupa'nın hafızasındaki kötü olayları akla getirmiştir. Yeni bir dünya savaşının geliyor olabileceği ihtimali savaş ve savaş ile ilgili konuları tekrar her düzeyde gündeme getirmiştir.

Savaşlar; savaşın tipine, sıcak çatışma bulunma durumuna, çatışmanın ülke topraklarında veya yabancı ülke topraklarında gerçekleşme durumuna, süresinin uzunluğuna, tarafların sayısına (savaşın büyüklüğüne), tarafların ekonomilerinin büyüklüğüne ve teknoloji gücüne bağlı olarak değişen düzeylerde ekonomik etkiler doğurmaktadır.

Savaşın ekonomik etkilerini araştıran çalışmaların belirli konularda ve ülke gruplarında yoğunlaştığı görülmektedir. Araştırmacılar veri temin edebildikleri konuları ve ülkeleri, doğal olarak, daha çok çalışmıştır. Bu durumun bir sonucu olarak savaşın ekonomik etkileri konusunda araştırılmamış çok sayıda konu başlığı ve ülke grubu bulunmaktadır.

Savaşların ekonomik etkilerinin çok yönlü olarak araştırılamamasının en büyük sebebi savaşan ülkelerin araştırmacıların ihtiyaç duyduğu türden verileri yayınlamıyor veya yayınlayamıyor olmasıdır. Benzer bir durum iç savaş yaşayan ülkelerde de görülebilmektedir. Veri toplanamamıştır, yoktur veya savaşan ülke bilinçli olarak veri yayınlamıyordur. Savaşan ülke kendi halkına veya savaşın diğer taraflarına karşı zayıf görünmek istemediği için veri yayınlamayabilmektedir. Çeşitli uluslararası kuruluşlar tarafından yayınlanan verilerin güvenirliği ve gerçeği ne kadar yansıttığı ciddi bir tartışma konusudur. Verilerin bulunması durumunda (II. Dünya Savaşında ABD ekonomisi gibi), araştırmacıların konuyu fazlasıyla irdeledikleri görülmektedir. Ancak Ortadoğu'da uzun süren ve yıkım gücü yüksek savaşlar ile ilgili verilerin bulunmaması nedeniyle ekonomik araştırmaların da bulunmadığını söylemek mümkündür.

Literatürde savaşlar sırasında olağanüstü makroekonomik koşulların ortaya çıktığı belirtilir. Savaş ekonomileri, ABD ve Birleşik Krallık'ın dünya savaşları sırasında gösterdikleri performans göz ardı edilirse pek çok ortak özelliğe sahiptir. Extreme savaş koşulları altında ulusal ekonomilerin nasıl davrandığı, ekonomik teorinin nasıl işlediği görülebilmektedir (Caplan, 2002: 160).

Savaşların büyümeye katkı sağladığı hatta durgunluktan çıkmak için bir yol olabileceği konusunda görüşler bulunmaktadır. Özellikle ABD'nin II. Dünya Savaşı tecrübesine dayandırılan bu görüş savaşların makroekonomik etkileri konusunda genellemeler yapmayı engellemektedir. Dahası

ABD ve Birleşik Kralllık'ın II. Dünya Savaşı ile ekonomik olarak büyüme gösterdiğinin çok sayıda araştırma tarafından ortaya konulması, savaş konusunda iştah kabartan bir durumun ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.

Stiglitz ve Bilmes, savaşların ekonomiler için iyi olduğu konusundaki genel kabulün çürütülmesi gerektiğini ve hiçbir ciddi ekonomistin bu görüşü kabul etmediğini ifade etmektedir. Stiglitz ve Bilmes'e göre II. Dünya Savaşı öncesinde dünyanın genelinde durgunluk söz konusuydu. ABD'nin işsizlik ve yetersiz talep gibi sorunları bulunmaktaydı. Savaş, ekonomiye ihtiyaç duyduğu talebi (silah, askeri araç ve ekipman talebi) sağlamış, işsizlik sorununu ortadan kaldırmıştır (Stiglitz & Bilmes, 2008: 111).

Stiglitz ve Bilmes, Irak Savaşı'nın ABD'ye maliyetini inceledikleri araştırmada silahlara harcanan parayı boşa harcanmış olarak nitelendirmektedir. Bu kaynakların yatırımlara yönlendirilmiş olması durumunda ekonominin üretim gücünün artması ve gelecekteki verimliliğinin çok daha yüksek düzeylerde gerçekleşmesi mümkünken kaynaklar boşa harcanmıştır (Stiglitz & Bilmes, 2008: 111). Yazarlar, Stiglitz ve Bilmes'in yaklaşımına benzer değerlendirmelerin uluslararası literatürde hakim bir yaklaşımı yansıtmadığını değerlendirmektedir.

Bu çalışmanın amacı, savaşların ulusal ve uluslararası düzeyde ekonomik etkilerini araştırmak, ampirik çalışmaların bulgularını bir arada değerlendirmektedir. Bu amaçla çalışmada savaşın ekonomik etkileri; savaştan önceki hazırlık ve planlama dönemi, savaşın gerçekleştiği dönem ve savaştan sonra barış ekonomilerine geçiş dönemlerini içerecek şekilde anlatılmıştır. Ayrıca çalışmada, savaşların ekonomik etkileri, etki alanları temel alınarak sınıflandırılmıştır. Yazarlar savaşların ekonomik etkilerini ekonomi bilimi ile sınırlı olarak irdelemiş ve değerlendirmiştir.

## 1. Temel Kavramlar

Savaş, von Clausewitz (1989: 75, 78) tarafından, *düşmanımızı kendi isteğimizi yaptırmaya zorlamak için kuvvet kullanma eylemi* olarak tanımlanmaktadır. Von Clausewitz'e göre savaşlar asla beklenmedik şekillerde çıkmazlar, aniden yayılmazlar ve izole eylemler değillerdir. Çalışmanın amacı savaşların ekonomik etkilerini ekonomi bilimi çerçevesinde irdelemek olduğundan savaş tiplerinden kısaca bahsedilecektir.

*Sıcak savaş* (hot war) ve *soğuk savaş* (cold war) kavramları, taraflar arasında gerçekleşen çatışmanın niteliğini belirlemektedir. Sıcak savaş, sıcak çatışma içermektedir ve askeri unsurların çatıştığı anlamına gelmektedir. Soğuk savaş ise, taraflar arasında sıcak çatışmanın bulunmadığı, askeri unsurların çatışmaya dahil olmadığını gösterir. Taraflar arasında sıcak çatışma dışında her alanda düşmanca bir rekabet söz konusudur. II. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD ve SSCB arasındaki mücadele, sıcak ça-

tışma bulunmaması sebebiyle Soğuk Savaş olarak isimlendirilmiştir (Dictionary, 2023). Rusya'nın Ukrayna'yı işgali ile iki taraf arasındaki savaş soğuk savaştan sıcak savaşa dönüşmüştür.

*Hibrit savaş* (hybrid warfare), düzenli ve düzensiz savaşın unsurlarını bir arada barındıran bir kombinasyon olarak tanımlanabilir. Savaşların doğası gereği sürekli değişen yapısı, 21. yüzyılda pek çok unsurun bir arada görüldüğü hibrit savaşları ön plana çıkarmıştır. Bu savaş tipinde birbirinden farklı silah tipleri (uzay silahları, nükleer, biyolojik ve kimyasal silahlar), unsurlar (kara, deniz ve hava kuvvetlerinin yanı sıra özel kuvvetler, isyancılar, teröristler) ve eylemler (sabotaj, suikast ve şiddet içeren yasadışı faaliyetler) bulunabilir. Hibrit savaşlar kapsamında değerlendirilen faaliyetler arasında hükümet darbeleri, ekonomik savaş (devalüasyon, ekonomik yaptırımlar), enformasyon savaşları (siber operasyonlar, diplomatik ve politik eylemler), ağ savaşları (kritik ağ altyapısının bozulması), kaynak savaşları, ideolojik savaşlar ve ekolojik savaşlar yer alabilir. Rusya'nın Ukrayna'ya müdahaleleri, ABD'nin Arap Baharı ve Suriye iç savaşındaki rolü hibrit savaş kavramı altında değerlendirilmektedir (Bektaş ve Gündoğdu, 2019: 27-30).

*Vekalet savaşı* (proxy war) özellikle 20. yüzyılın büyük yıkım yaratan savaşlarından sonra tercih edilen bir savaş tipidir. Vekil aktörler savaşlarda tarih boyunca görülmüş, üçüncü devletlerin politik hedeflerini yerine getirmek amacıyla kullanılmışlardır. Vekalet savaşı, Soğuk Savaş döneminde ABD ile SSCB arasındaki güç mücadelelerini tanımlamakta kullanılmıştır. Nükleer silahların mevcudiyeti iki ülkeyi doğrudan karşı karşıya gelmekten alıkoymuştur. Günümüzde Suriye ve Libya'daki çatışmalar vekalet savaşı kapsamında değerlendirilmektedir. Birden fazla vekil aktör, farklı politik hedeflere sahip asil aktörlerden silah, eğitim ve finansman desteği almaktadır (Gök, 2021: 122).

*İç savaş* (civil war), diğer savaş tiplerinden farklı olarak bir devletin sınırları içinde gerçekleşir. Devlet güçleri ile devletin hakimiyetini tehdit eden silahlı güce sahip en az bir isyancı grup arasında veya devlet dışı silahlı gruplar arasında yaşanan belirli bir şiddet düzeyinin üzerindeki çatışmaları ifade etmek için kullanılmaktadır (Güler, 2015: 49).

Yukarda kısaca değinilen savaş tiplerinin; tarafların tanımı, mücadelenin amacı ve şekli, müdahale araçlarının niteliği gibi faktörlere bağlı olarak çeşitli düzeylerde birbirine benzeyen ve farklılaşan ekonomik etkiler doğurması beklenebilir.

*Barış ekonomileri* (peace economics) uluslararası sistemde ortaya çıkan şiddet içeren çatışmanın sebeplerini ve etkilerini, çatışmanın nasıl önlenebileceği, yönetilebileceği ve çözümlenebileceğini ekonomi biliminin yaklaşımıyla araştıran bir alandır (Anderton & Carter, 2007). Barış eko-

nomilerinde; toplumlar arasında herhangi bir tipte örtülü veya açık şiddet içeren çatışmanın oluşmasını engellemek veya çözmek için, toplumların politik, ekonomik ve kültürel kurumlarının tasarımı ve bunlar arasındaki eylemler ve etkileşimler araştırılmaktadır (Brauer & Dunne, 2023).

## 2. Savaşlarda Kullanılan Ekonomik Araçlar

Düşman veya tehdit olarak değerlendirilen bir ülkeyi planlı bir şekilde yıpratacak ekonomik girişimler *ekonomik savaş* kapsamında değerlendirilebilir. Sık kullanılan ekonomik savaş yöntemlerinden biri, *ekonomik örtülü operasyonlar*dır. Hedef ülke/ülkeler veya kişi/kişilerin ekonomik olarak zor duruma sokulması ve zarar uğratılması veya tam tersine ekonomik olarak desteklenmesi amacıyla gerçekleştirilen gizli ekonomik faaliyetler bu kapsamda değerlendirilmektedir (Süleymanlı, 2019: 179-180).

*Ekonomik yaptırımlar,* düşman olarak nitelendirilen hedef ülke, bölge, kurum veya kişide, finansal zarar veya stress yaratmak amacıyla uygulanan araçlardır ve günümüzde yaygın olarak kullanılmaktadır. Tarifeler, dış ticarete yönelik engeller, kısıtlamalar, ambargolar, seyahat yasakları/sınırlamaları, varlık dondurma gibi pek çok araç bu kapsamda değerlendirilebilir (Eland, 1995; Lin, 2016). Ekonomik yaptırımların uygulamaya konulması durumunda yaratacağı etki çeşitli faktörlere göre değişmekle birlikte uluslararası ticaretin neredeyse tüm aktörleri yaptırım kararından etkilenirler (Türko, 2021: 747). Hedef ülke, coğrafi bölge veya kişilerle ithalat ve/veya ihracat yapılması fiilen engellenir, akreditif vb. ödeme araçlarının kullanımı büyük ölçüde imkansızlaşır, karmaşık hukuki uyuşmazlıklar ortaya çıkar (Aygül & Çelenk, 2018). Tüketicilerin satın alma davranışı ile ilgili bir kavram olan boykot, bir ülkede üretilen mal ve hizmetleri hedef aldığında makro-boykot olarak tanımlanan bir tipi ortaya çıkar ve ülkeler arasındaki politik uyuşmazlıkların dış ticarete yansıması olarak değerlendirilir (Aish vd., 2012).

## 3. Savaş Ekonomisi

Savaş ekonomisi, olağanüstü olarak tanımlanabilecek savaş koşullarında savaşı ve ekonomiyi başarıyla yönetebilmek için, barış döneminde başlayan bir planlama, organizasyon ve yönetim sürecidir. Savaş koşulları gerçekleştiğinde bu planlara uygun şekilde organize edilmiş kaynakların kullanıldığı ve faaliyetlerin yürütüldüğü bir yönetim süreci uygulanır. Daha açık bir ifade ile savaş ekonomisi kapsamında toplum, savaş koşullarına barış döneminde hazırlanmaya başlar ve savaş koşulları gerçekleştiğinde ortaya çıkan olağanüstü koşullar yönetilir. Ergun (2011: 106) savaş koşullarının ekonomide çok önemli değişikliklere sebep olacak talepleri beraberinde getirdiğini anlatmaktadır. Savaş koşullarına göre üretimin, kaynak tahsisinin, istihdamın ve lojistik sistemlerin kullanımının yeniden tasarlandığı bir süreç ortaya çıkmaktadır. Barış koşullarında çalışan

bir ekonominin, hızla savaş koşullarına uyum sağlayabilmesi, önceden bu olağanüstü koşulların gerçekleşmesi ihtimaline karşı yapılmış planlama ve hazırlık ile mümkündür. Ergun, barış ve savaş dönemi ekonomileri arasındaki ilişkileri en iyi şekilde planlayan ve uygulayan ülkelerin dönemler arası geçişte başarılı olduklarını, hazırlıksız ülkelerin ise ekonomik bir kaosun içine düştüklerini belirtmektedir (Ergun, 2011).

## 4. Savaşların Ekonomik Etkileri

Savaşlar; savaşın tipine, sıcak çatışma bulunma durumuna, çatışmanın ülke topraklarında veya yabancı ülke topraklarında gerçekleşme durumuna, süresinin uzunluğuna, tarafların sayısına (savaşın büyüklüğüne), tarafların ekonomilerinin büyüklüğüne ve teknoloji gücüne bağlı olarak değişen düzeylerde ekonomik etkiler doğurmaktadır.

Savaşların ekonomik etkilerini etki alanlarını temel alarak sınıflandırmak mümkündür:

a) Ulusal bir ekonomi üzerindeki etkileri

b) Savaşa taraf olan ülkelerin müttefiki veya ticaret ortağı olan ancak savaşa dahil olmayan ülkelerin ekonomisi üzerindeki etkileri

c) Bölge ekonomisi üzerindeki etkileri

d) Dünya ekonomisi üzerindeki etkileri

### 4.1. Ulusal bir ekonomi üzerindeki etkileri

*Makroekonomik göstergeler:*

Savaşların ülkelerin makroekonomik göstergeleri üzerindeki etkileri konusunda bir genelleştirme yapılamamıştır. Bunun en önemli sebebi ABD ve Birleşik Krallık'ın II. Dünya Savaşı sırasında diğer ülkelerden farklı bir profil göstermesidir. Ekonomistler genişletici talep politikasının etkililiğine vurgu yaparak bu farklılığı açıklamaktadır (Vernon, 1994). Caplan (2002) ise bu farklılığın sebebinin savaşın yabancı topraklarda gerçekleşmesi olduğunu ampirik çalışması ile ortaya koymuş ve savaşın ülke toprakları içinde veya yabancı ülke topraklarında gerçekleşmesi durumuna göre farklı ekonomik sonuçlar yaratacağını önermiştir. Caplan'a göre iki ülkenin savaş zamanı makroekonomisi "olağandışı"dır. Bu önemli çalışma özellikle savaş yıllarında büyüyen ABD ve Birleşik Krallık ekonomisi (Braun & McGrattan, 1993) üzerine yapılan çok sayıdaki araştırma ve bu araştırmalara yöneltilen eleştirileri ampirik bulgulara bağlaması yönünden önemlidir.

Savaşın ulusal bir ekonomide makroekonomik etkileri şöyle özetlenebilir (Caplan, 2002: 161-162):

1) GSYH içinde harcamalar ve vergilendirme oranı yükselir.

2) Savaşın ülke topraklarında gerçekleşmesi durumunda reel hasılada büyüme düşer, yabancı topraklarda gerçekleşmesi durumunda ise biraz yükselir.

3) Enflasyon savaşın ülke topraklarında gerçekleşmesi durumunda yükselir, yabancı topraklarda gerçekleşmesi durumunda ise daha az yükselir.

4) Para arzının büyüklüğü, savaşın ülke topraklarında gerçekleşmesi durumunda yabancı topraklarda gerçekleşen savaşlara göre daha büyüktür.

5) Savaşın ülke topraklarında gerçekleşmesi durumunda vergilerin hasıla içindeki oranı değişmez veya düşer, savaşın yabancı topraklarda gerçekleşmesi durumunda ise yükselir. Gelişmiş ülke ekonomilerinin dünyanın diğer ülkelerinden ayrıldığı önemli konu başlıklarından biri budur.

6) Hükümet harcamalarının hasıla içindeki oranı – tüm dünyadasadece savaşın yabancı topraklarda gerçekleşmesi durumunda yükselir. Savaşın ülke topraklarında gerçekleşmesi durumunda savaşın finansmanı çoğunlukla daha düşük askeri harcamalar ile gerçekleşir. Ancak gelişmiş ülke ekonomilerinde ise hükümet harcamalarının hasıla içindeki oranı savaş nerede gerçekleşirse gerçekleşsin (ülke topraklarında veya yabancı topraklarda) yükselir.

Savaşan ülkelerin kredibilitesinin vergilendirme politikasında etkili bir rol oynadığı düşünülebilir. Gelişmiş ülke ekonomileri savaş borçlarını ödeyebildikleri için savaş sırasında askeri faaliyetleri sürdürebilmek için toplam harcamaları azaltmaya veya vergileri keskin bir şekilde yükseltmeye ihtiyaç duymazlar. Ancak dünyada pek çok ülke savaşın finansmanı için bütçelerinde başka kalemlerden kesinti yapmak veya vergileri yükseltmek zorunda kalırlar. Ülkelerin kredibilite sorunu özellikle savaşın ülke topraklarında gerçekleşmesi durumunda daha da artar, borçlanma kabiliyetleri çok sınırlanır. Yönetimin varlığı tehlike altına girdiğinde vergi kaçırma cezalarının uygulanabilirliği veya vergilerin toplanması gibi konularda sorunlar yaşanır. Hükümetlerin gelire en çok ihtiyaç duydukları zamanda hasıla içinde vergilerin oranının düşmesi bu şekilde açıklanabilir (Caplan, 2002: 152-153).

Savaşların yarattığı bazı ekonomik etkilerin ölçülmesi zordur. Stiglitz ve Bilmes (2008) savaşların, savaşan ülkeler konusunda dünya kamuoyunda değişen şekillerde bakış açısı değişikliklerine sebep olduğunu anlatmaktadır. Irak Savaşı, dünyada ABD'ye yönelik öfke içeren duyguları arttırmıştır ve bu değişimin ekonomik sonuçları da olmuştur. Petrol

zengini pek çok Ortadoğulu iş insanı bankacılık işlemlerini ABD yerine Singapur ve Dubai gibi merkezler üzerinden yürütmeye başlamıştır. ABD şirketleri ve ABD ile özdeşleşen markalar yükselen öfkenin sonucunda zarar görmüştür. Stiglitz ve Bilmes, sıraladıkları tüm bu tutumların makro ekonomi üzerinde bir karşılığı bulunduğunu ancak ekonomik etkilerini rakama dökmenin zor olduğunu ifade etmektedir (Stiglitz & Bilmes, 2008: 124-125).

*İstihdam ve işgücü*:

Sıcak çatışma içeren bir savaşın ekonomik etkilerinin herhangi bir krizden ayrıldığı en önemli başlıklardan biri olduğu düşünülebilir. Savaşın yoğunluğuna ve çatışmaların savaşan ülkelerin topraklarında gerçekleşme düzeylerine bağlı olarak düzeyinin değişeceği ön kabulüyle birlikte, nüfusun bir kısmı silah altına alınır. Silah altına alınan bu nüfus aktif çalışan bireylerden veya kırsal faaliyetlerden çekilmiş olabilir. Bu durumda istihdam ve işgücünün yeniden planlandığı/şekillendiği bir dönem ortaya çıkar. Devletler, savaşın ortaya çıkardığı yeni ürün ve hizmet ihtiyaçlarının (askeri mühimmat vb.) üretilmesini, sivil toplumda yaşamın devamını sağlayacak ürün ve hizmetlerin (özellikle temel gıda) üretilmesini ve silah altında aktif olarak savaşacak bireylerin sayısını planlamak zorunda kalacaktır. Ayrıca savaş sırasında hayatını kaybeden asker veya sivil yurttaşlar aktif işgücünün bir parçasıdır. Savaşın yıkıcılığına bağlı olarak yaşanan kayıplar savaşan ülkenin işgücünü doğrudan etkilemektedir (Ergun, 2011).

Cramer (2006), Mozambik'te savaş ve savaş sonrası dönemi araştırdığı çalışmasında savaş ekonomilerinde işgücü piyasaları ve istihdam konusunda araştırmaların az sayıda olduğunu belirtmektedir. Savaşın liberal yaklaşım dışında farklı teorik çerçeveler altında irdelenmesinin işgücü piyasası ve barış ekonomilerine geçiş politikaları konusunda daha verimli analizlere uygun zemin hazırlayacağını önermektedir.

### 4.2. Savaşa taraf olan ülkelerin müttefiki veya ticaret ortağı olan ancak savaşa dahil olmayan ülkeler üzerindeki etkileri:

*Ticaret ortağının değişmesi:*

Savaşın ülke topraklarında gerçekleşmesi durumunda savaşan ülke ile savaşa dahil olmayan ticaret ortağı durumunda bulunan ülkeler arasında kaçınılmaz olarak dış ticarette daralma yaşanacaktır. Savaşan ülkede işgücü ve üretim yeniden planlanacağı ve şekilleneceği için ihraç ürünlerinin üretiminde ve satışında düşüş beklenebilir. Ayrıca savaş koşulları güvenlik nedeniyle maliyetlerin yükselmesine (sigorta, örneğin karayolu yerine havayolu ile taşımacılık zorunda kalınması vb.) ve ihraç ürünlerinin pahalılaşmasına yol açabilir. Ticaret yollarının güvenliğine bağlı olarak gecikmeler yaşanabilir. Tüm bu durumlar bir arada değerlendiril-

diğinde savaşan ülkeden mal ve hizmet satın alan ticaret ortağı ithalatını başka bir ülkeye yönlendirebilir. Bu durumda savaş koşulları nedeniyle daha verimli bir ticaretin yerini daha az verimli bir ticaret alacaktır.

Diğer yandan savaşan ülke içindeki kaynak tahsisi, üretim ve istihdam planlaması nedeniyle, bazı mal ve hizmetlerin ithal edilmesine daha yüksek düzeyde ihtiyaç duyulabilir. Mevcut kaynaklar savaş ekonomisine yönlendirildiği için ihtiyaç duyulan ithalat mevcut veya yeni ticaret ortaklarından gerçekleştirilmek istenir. Ancak savaş koşulları yüksek düzeyde belirsizlik yarattığı için maliyetler yükselir. Savaşan ülkenin ithal etmek isteyeceği mal ve hizmetler askeri faaliyetler ile ilgili olabileceği gibi, enerji, temel gıda vb. ürünleri içerebilir. Savaşan ülkenin talep koşulları ve ticaret ortağının arz koşullarının yanı sıra döviz kuru ve ülkenin borçlanabilme yeteneğine bağlı olarak söz konusu ithalat gerçekleşebilir. Kimi durumlarda ise savaşan ülke ihtiyaç duyduğu ithalatı politik nedenler ile gerçekleştiremez veya çok yüksek maliyetlere katlanmak zorunda kalır.

*Müttefiklerin sıcak savaş içindeki ülkeye çeşitli yardımları ve kaynak aktarımları:*

Rusya'nın 2022'de Ukrayna'yı işgali ve sonrasında yaşananlar müttefiklerin savaşan ülkeye yardım ve kaynak aktarımı konusunda en güncel örneği oluşturmaktadır. Rusya'ya karşı Ukrayna'yı desteklemek için çok sayıda ülke Ukrayna'ya çeşitli düzeylerde yardımda bulunmuştur. Bunların arasında elbette en dikkat çekici olan ABD yardımlarıdır. ABD, Ukrayna Savaşı süresince 24 Ocak 2022- 15 Ocak 2023 tarihleri arasında Ukrayna'ya 46.6 milyar ABD Doları askeri yardım, 30.3 milyar ABD Doları insani ve finansal yardım göndermiştir, silah sistemleri, istihbarat ve eğitim sağlamıştır (Masters & Merrow, 2023).

Müttefikler üzerindeki en önemli ekonomik etkiler,

a) savaşan müttefike askeri araç, mühimmat, malzeme yardımı

b) savaşan müttefik ülkeden kaçan dezavantajlı grupların içinde bulunduğu göçmenlerin ihtiyaçlarının karşılanması, kimi durumlarda ülkeye kabulü

c) savaşan müttefik ülke içindeki sivillerin ihtiyaçları için ayni veya parasal yardımlar

d) savaşın diğer müttefiklere yayılması ve büyümesi ihtimaline karşılık savaş ekonomisi kapsamında stok ve artan askeri harcamalar olarak düşünülebilir.

Tüm bunlara ek olarak, resmi kaynaklar tarafından doğrulanmayan bazı yardım türleri de bulunabilir. Savaşa taraf olan ülkeler içinde sıcak çatışmaya dahil olan ancak devletle resmi bağı olmayan gruplar bulunabi-

lir. Bu gruplar bir işgal durumunda milli direnişin simgesi olarak ortaya çıkabilecekleri gibi iç savaşta muhalif gruplar veya işgalci ülke tarafından desteklenen silahlı gruplar ve terörist örgütler olabilirler. Bu grupların askeri faaliyetlerinin finansmanı, eğitimleri, araç, ekipman ve teçhizat tedariki savaşa taraf olan ülkeler veya müttefikleri tarafından sağlanmaktadır. Sağlanan desteğin ekonomik büyüklüğü destek sağlayan ülkenin bunu beyan etmesine bağlı olarak bilinebilmektedir. ABD'nin Irak ve Suriye'nin kuzeyindeki terörist gruplara (PYD/YPG) Senato kararıyla gönderdiği askeri araç, ekipman, teçhizat ve malzeme defalarca haberlere konu olmuştur ("ABD'den dev savunma", 2022).

## 5. Savaş Sonrası Dönemde Ekonomiler ve Barış Ekonomilerine Geçiş

Sıcak çatışmaların gerçekleştiği bir ülkede savaş sonrası dönemde, onarılması gereken hasar görmüş pek çok kaynak bulunabilir. Bunlar altyapı ve üstyapı tesisleri, hastaneler, eğitim kurumları, konutlar, işyerleri vb. yapıları kapsayabilir. Sayılan bu fiziksel yapının hasarının onarımı ve yeniden inşası savaştan çıkan ülke ekonomisine önemli bir maliyet yükleyebilir. Ancak bundan daha önemli bir maliyet, ülkenin savaş sırasında insan kaybetmiş olmasıdır. Çatışmalar nedeniyle yaşamını yitirenler, yaralanarak kalıcı sağlık sorunları yaşamak zorunda kalanlar ve başka ülkelere göç edenler ülkenin insan sermayesinin fiziksel, psikolojik, sosyal ve ekonomik açıdan uğradığı zararı ortaya koymaktadır. Bunlara ek olarak toplumun dezavantajlı kesimleri (çocuklar, kadınlar, yaşlılar, engelliler) savaş koşullarından diğer tüm gruplardan daha yüksek düzeyde olumsuz etkilenirler. Savaş sırasında ve sonrasında ortaya çıkan koşullar nedeniyle ülkenin beşeri sermayesinin her açıdan zarar gördüğünü, beşeri sermayenin gelişimini sağlayan koşulların sekteye uğradığını veya yok olduğunu söylemek mümkündür. Beşeri sermayenin rehabilitasyonu ve yeniden inşası, fiziksel kaynakların onarımı kadar kolay ve hızlı gerçekleşmemektedir.

Ayrıca savaş sonrası dönemde insanların barış dönemine uyum sağlaması, barış döneminin inşası açısından hayati önem taşımaktadır. İnsanların barış dönemine uyum sağlamasında en önemli gerekliliklerden biri gelir sağlamalarıdır. Afrika'da gerçekleştirilen bir çalışmada savaş sonrası dönemde ülkelerin istihdam yaratabilme kapasitelerinin, savaş sonrası dönemde onarımı ve barış ekonomilerine geçişi kolaylaştırdığı veya tersi durumda zorlaştırdığı ifade edilmektedir (Cramer, 2006).

## 6. Sonuç ve Tartışma

Savaşlar; savaşın tipine, sıcak çatışma bulunma durumuna, çatışmanın ülke topraklarında veya yabancı ülke topraklarında gerçekleşme durumuna, süresinin uzunluğuna, tarafların sayısına (savaşın büyüklüğüne),

tarafların ekonomilerinin büyüklüğüne ve teknoloji gücüne bağlı olarak değişen düzeylerde ekonomik etkiler doğurmaktadır.

Savaşların ekonomik etkilerini etki alanlarını temel alarak sınıflandırmak mümkündür: a) Ulusal bir ekonomi üzerindeki etkileri b) Savaşa taraf olan ülkelerin müttefiki veya ticaret ortağı olan ancak savaşa dahil olmayan ülkelerin ekonomisi üzerindeki etkileri c) Bölge ekonomisi üzerindeki etkileri d) Dünya ekonomisi üzerindeki etkileri.

Savaşın ekonomik etkilerini araştıran çalışmaların belirli konularda ve ülke gruplarında yoğunlaştığı görülmektedir. Araştırmacılar veri temin edebildikleri konuları ve ülkeleri, doğal olarak, daha çok çalışmıştır. Bu durumun bir sonucu olarak savaşın ekonomik etkileri konusunda araştırılmamış çok sayıda konu başlığı ve ülke grubu bulunmaktadır.

Savaşların ekonomik etkilerinin çok yönlü olarak araştırılamamasının en büyük sebebi savaşan ülkelerin araştırmacıların ihtiyaç duyduğu türden verileri yayınlamıyor veya yayınlayamıyor olmasıdır. Benzer bir durum iç savaş yaşayan ülkelerde de görülebilmektedir. Veri toplanamamıştır, yoktur veya savaşan ülke bilinçli olarak veri yayınlamıyordur. Savaşan ülke kendi halkına veya savaşın diğer taraflarına karşı zayıf görünmek istemediği için veri yayınlamayabilmektedir. Çeşitli uluslararası kuruluşlar tarafından yayınlanan verilerin güvenirliği ve gerçeği ne kadar yansıttığı ciddi bir tartışma konusudur. Verilerin bulunması durumunda (II. Dünya Savaşında ABD ekonomisi gibi), araştırmacıların konuyu fazlasıyla irdeledikleri görülmektedir. Ancak Ortadoğu'da uzun süren ve yıkım gücü yüksek savaşlar ile ilgili verilen bulunmaması nedeniyle ekonomik araştırmaların da bulunmadığını söylemek mümkündür.

Savaşların ekonomik etkileri konusunda araştırmaların, veri temin edilebilen savaşlar ve ülke ekonomilerine yoğunlaştığı, kesintisiz verisi bulunan ABD ve Birleşik Krallık gibi ülkelerin özellikle makroekonomik açıdan çokça çalışıldığı görülmektedir. Afrika kıtasında yer alan ülkelerdeki savaş, iç savaş ve savaş sonrası dönemlerinin özel bir yaklaşımla sömürgeleşme sonrası (post-colonization) kapsamında değerlendirildiği görülmektedir. Dünyanın başka bölgelerinde yer alan savaşlarla ilgili ciddi bir araştırma boşluğu bulunmaktadır ve savaşların araştırılabilecek tek etkisi makroekonomik değildir. Savaşların ekonomiler üzerindeki etkilerini farklı konu başlıklarında araştıran, dünyanın farklı bölgelerindeki savaşlara odaklanmış çalışmaların gerçekleştirilmesi önerilebilir. Örneğin bölgesel ekonomi yaklaşımıyla savaşın ekonomik etkilerini araştıran çalışma sayısı çok kısıtlıdır. Bu kapsamda Ortadoğu, Kuzey Afrika, Kafkaslar ve Balkanlar'da gerçekleşen savaşlar konusunda araştırmalar gerçekleştirilebilir. Araştırmaların odaklandıkları konuların ve irdeleme düzeylerinin çeşitlendirilmesi önerilebilir.

Savaşların yarattığı bazı ekonomik etkilerin ölçülmesi zordur. Stiglitz ve Bilmes (2008) savaşların, savaşan ülkeler konusunda dünya kamuoyunda değişen şekillerde bakış açısı değişikliklerine sebep olduğunu anlatmaktadır. Irak Savaşı, dünyada ABD'ye yönelik öfke içeren duyguları arttırmıştır ve bu değişimin ekonomik sonuçları da olmuştur. Petrol zengini pek çok Ortadoğulu iş insanı bankacılık işlemlerini ABD yerine Singapur ve Dubai gibi merkezler üzerinden yürütmeye başlamıştır. ABD şirketleri ve ABD ile özdeşleşen markalar yükselen öfkenin sonucunda zarar görmüştür. Stiglitz ve Bilmes, sıraladıkları tüm bu tutumların makro ekonomi üzerinde bir karşılığı bulunduğunu ancak ekonomik etkilerini rakama dökmenin zor olduğunu ifade etmektedir (Stiglitz & Bilmes, 2008: 124-125).

Savaşın ekonomik etkilerini ve savaş ekonomisini araştıran çalışmalarda sağlıklı bir tartışma zemini bulunmadığı değerlendirilmektedir. Savaşların yıkıcı olduğundan bir cümle bahisle savaşın ekonomik büyümeye ve başarıya neden olduğunun ampirik olarak veya değerlendirme şeklinde sunulması ciddi bir ahlaki yaklaşım sorununu düşündürmektedir. Stiglitz ve Bilmes (2008: 111)'in, savaşların ekonomiler için iyi olduğu konusundaki genel kabulün çürütülmesi gerektiği ve hiçbir ciddi ekonomistin bu görüşü kabul etmediği yönündeki görüşünün uluslararası literatürde hakim bir görüşü yansıtmadığı değerlendirilmektedir.

Yazarların eleştirisi, araştırmaların ortaya koyduğu bulgular ile ilgili değildir. Bilimsel olarak ortaya çıkan sonuçların tartışılma şekli ile ilgilidir. Ekonomik başarı olarak görünen bu bulguların savaşta "kazanan" taraf için de aslında bir kazanım olmadığının, dünya barışına katkı sağlamayacak yaklaşımların sadece yayılmacı ideolojilere ve gelişmiş ülkelerin emperyal hedeflerine dayanak oluşturacağı korkusudur. Daha açık bir ifade ile, silahlanma ve askeri harcamaların ve başka ülke topraklarında gerçekleşecek savaşların, ekonomik olarak başarı getireceği düşüncesi, savaşa girme konusunda iştah kabartıcı bir etki doğuracaktır. Oysa savaşa hazırlık ve savaş için kullanılacak/kullanılan kaynakların toplumun refahını yükseltecek eğitim, sağlık, teknoloji gibi alanlarda kullanılması mümkündür. Savaşın ne "pahasına" gerçekleştiği, nelerden vazgeçildiği ile de ilgilidir. Bu konuda araştırma yapan ekonomistlerin, insan haklarına sorumluluğu bulunmaktadır. Aksi takdirde II. Dünya Savaşı öncesi Nazi Almanyası'nın stratejilerini oluşturan veya onaylayan bilim insanlarından farkları kalmayacaktır. Ta ki, bugünün savaş isteklisi ülkeleri benzer bir tanımlamaya tabi tutulana kadar...

# KAYNAKÇA

ABD'den dev savunma bütçesine onay: PKK/YPG'ye yardımı da kapsıyor (2022, Aralık 16). *Sözcü*. https://www.sozcu.com.tr/2022/dunya/abdden-dev-savunma-butcesine-onay-7527719/

Aish, E.A., McKechnie, S., Abosag, I., & Hassan, S. (2012). The mystique of macro-boycotting behaviour: A conceptual framework. *International Journal of Consumer Studies, 37*(2), 165-171. https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2012.01108.x

Anderton, C.H., & Carter, J.R. (2007). Chapter 35 A survey of peace economics. (In T. Sandler & K. Hartley Ed.s) *Handbook of Defense Economics*, Volume 2, 1211-1258. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1574001306020357

Aygül, M., & Çelenk, B. V. (2018). Ekonomik yaptırımlar ve akreditif. *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi, 4*(1), 1-18. https://dergipark.org.tr/tr/pub/tfm/issue/38811/451536

Bektaş, M.H.M., & Gündoğdu, A.Y. (2019). IŞİD'in hibrit savaş stratejileri: Hibrit savaş konsepti perspektifinden analizi. *International Journal of Politics and Security, 1*(1), 25-56.

Brauer, J., & Dunne, J.P. (2023). Peace economics: Questions and answers. *United States Institute of Peace*. https://www.usip.org/publications/peace-economics-questions-and-answers#:~:text=What%20is%20peace%20economics%3F,conflict%20within%20and%20between%20societies.

Braun, R.A., & McGrattan, E. (1993). The Macroeconomics of war and peace. *NBER Macroeconomics Annual*, 197–247.

Caplan, B. (2002). How does war shock the economy? *Journal of International Money and Finance, 2*1, 145-162.

Dictionary (2023). Cold War Vs. Hot War. https://www.dictionary.com/compare-words/cold%20war-vs-hot%20war

Cramer, C. (2006). Labour markets, employment, and the transformation of war economies. *Conflict, Security & Development, 6*(3), 389-410. https://doi.org/10.1080/14678800600933548

Eland, I. (1995). Economic sanctions as tools of foreign policy. In D. Cortright, G.A. Lopez, & R.V. Dellums (Eds.), Economic sanctions panacea or peacebuilding in a post-cold war world?, Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429493935

Ergun, R. (2011). Harp ekonomisi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 44* (1-4), . https://dergipark.org.tr/en/pub/iuifm/issue/834/9149

Gök, A. (2021). Suriye ve Libya'da meydana gelen çatışmaların vekâlet savaşı teorisi kapsamında karşılaştırılması. *Güvenlik Bilimleri Dergisi, 10*(1), 121-150. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1784642

Güler, M. (2015). İç Savaşların Değerlendirilmesinde Model Önerisi ve Libya İç Savaşı İncelemesi. *Savunma Bilimleri Dergisi, 14*(2), 45-75. https://kho.msu.edu.tr/akademik/enstitu/Alp_SAVBEN_dergi/142/2.pdf

Lin, T.C.W. (2016). Financial Weapons of War. Minnesota Law Review, 100, 1377-1440.

Masters, J., & Merrow, W. (2023, Şubat 22). How Much Aid Has the U.S. Sent Ukraine? Here Are Six Charts. *Council on Foreign Relations. https://www.cfr.org/article/how-much-aid-has-us-sent-ukraine-here-are-six-charts*

Stiglitz, J.E, & Bilmes, L.J. (2009). *Üç Trilyon Dolarlık Savaş Irak Savaşının Gerçek Maliyeti*. (D. Cenkçiler Çev.) ODTÜ Yayıncılık.

Süleymanlı, V. (2019). "Savaş ekonomisi ve ekonomik savaş" disiplinlerarası ve stratejik bilim alanının Türkiye'de bir ders olarak eğitiminin verilmesinin gerekliliği. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 122(240), 169-204.

Türko, E.S. (2021). Boycott or embargo: The effects of economic sanctions imposed by Kingdom of Saudi Arabia against Turkey. In M.E. Kalgı & A. Klich (Eds.) *4th International European Conference on Interdisciplinary Scientific Research*, August 8-9 2021, Warsaw/Poland. Full Text Book Volume II, pp. 745-760. https://16e300a7-e9f6-4937-a7f0-793b8a4a3bf4.filesusr.com/ugd/614b1f_cbf706083b1447e4a75b94e8ba31a135.pdf

Vernon, J.R. (1994). World War II fiscal policies and the end of the Great Depression. *Journal of Economic History, 54*, 850–868.

Von Clausewitz, C. (1989). *On War* (In. M. Howard & P. Paret, Ed.s and Trans.). Princeton University Press.

# BÖLÜM 29

## ULUSLARARASI ÖĞRENCİLERİN HARCAMA EĞİLİMLERİ: DÜZCE ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

*Coşkun ZABUNOĞLU*[1]
*Cahit AYDEMİR*[2]
*Abdulaziz SEZER*[3]

1 Coşkun ZABUNOĞLU, Yüksek Lisans Öğrencisi, Düzce Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Orcid Id: 0009-0002-5883-4086
2 Cahit AYDEMİR, Prof. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Orcid Id: 0000-0002-9911-8281
3 Abdulaziz SEZER, Arş. Gör., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Orcid Id: 0000-0001-5666-3979

## GİRİŞ

Yabancı öğrenci, en öz tanımı ile eğitim-öğretim almak amacıyla kendi ülkesinden ayrılarak başka bir ülkeye giden öğrenciyi ifade etmektedir. Farklı ülkeler ve kuruluşlar tarafından çeşitli şekillerde tanımlanan uluslararası öğrencinin gittiği o ülkenin kanun ve kurallarına göre tanımlanması da farklıdır. Bu tanımlardan birisi de yabancı öğrenci ifadesidir. Yabancı öğrenci, bulunduğu ülkenin vatandaşı olmadığı halde ikamet iznine sahip olan öğrencidir. Uluslararası öğrenci ise ikamet iznine sahip bulunmayıp, sadece öğrenim görmek amacıyla ülkede bulunmaktadır.

İletişimdeki hızlı ilerleme, dünya ülkeler arasında yapılan birçok anlaşmalarla uluslararası öğrenci hareketliliğine hızlı bir ivme kazandırmıştır. Eğitim-öğretim alanındaki teknolojik gelişmeler, özellikle üniversitelerin lisans ve lisansüstü programlarında kalitenin her geçen gün artmasına neden olmaktadır. Uluslararası öğrencilerin ülke seçiminde, üniversitelerin kalitesinin de çok etkin hale gelmiştir.. Akademik anlamda kendilerini geliştiren üniversitelerin, uluslararası öğrenci kabulünde daha önde oldukları ve bu anlamda ülkelere mali katkılarının daha fazla olacağı görülmektedir.

Uluslararası öğrenci hareketliliği, eğitim-öğretim talep eden ülke vatandaşının farklı bir ülkeye gitmesidir. Bu ise üç şekilde yapılmaktadır; 1. Ülkeler arası değişim programları ile (Erasmus) 2. Ülkeler arası antlaşmalarla 3. Öğrencilerin tamamen kendi imkânları ile.

Kabul edilen öğrenciler açısından kendi ülke vatandaşının kazancı, farklı kültürlerin ve bilgi birikimlerinin tecrübe edilmesi ve uluslararası öğrencilerin ufuklarının genişlemesine katkı sağlamasıdır. Bunun yanında uluslararası öğrencilik; yaşadığımız dünyanın farklı lisanlarını, kültürlerini, ilim ve bilimlerini öğrenmek için çok büyük önem arz eder.

## KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Eğitim-öğretim için başka bir ülkeye giden misafir öğrencilerin dünya çapındaki dolaşımına baktığımızda, UNESCO verilerine göre 2000 yılında 2 milyonun üstünde olan uluslararası öğrenci hareketliliği 2005 yılında 3 milyona, 2012 yılında 4 milyon 800 binin üzerine çıkmıştır. Bu rakamın 2 milyon civarı Asya ve Afrika kıtasında; diğer 2 milyonluk kısmı ise Avrupa kıtasında, 800 bin civarı da Kuzey Amerika‘da eğitim-öğretim almaktadır (Şimşek & Bakır, 2016).

Uluslararası Yüksek Öğretim ve Türkiye’nin Konumu isimli çalışmada, Eğitim Ekonomisi, İş Konseyi Raporu‘na göre dünyada uluslararası öğrenci sayılarına bakıldığında en çok uluslararası öğrencinin bulunduğu ilk beş ülkenin sırasıyla ABD %19, Birleşik Krallık %10, Fransa %6, Avustralya %6 ve Almanya %5 olduğu görülmektedir (DEİK, 2013: 15).

Kanada ve Yeni Zelanda da dâhil edildiğinde uluslararası öğrencilerin yarıya yakınının İngilizce konuşulan ülkelerde bulunduğu anlaşılmaktadır.

Uluslararası öğrenci pazarında 2019-2020 Open Doors Raporu'na göre (İGEME, 2021);

1. ABD'de yüzde 0,5 artışla yabancı öğrenci sayısı 1 milyon 95 bin 299 düzeyine çıkmıştır.

2. ABD'nin uluslararası öğrenci gelirini 2020'de yüzde 5,5 arttırarak elde ettiği kazanç, 44,7 milyar dolar düzeyine çıkmıştır.

3. Dünyada uluslararası öğrenci alımında birinci ülke olan ABD, yine en fazla öğrenciyi 369 bin 548 kişiyle Çin'den almaktadır.

4. Çin'den sonra sırayı 202 bin 14 öğrenciyle Hindistan, 37 bin 80 öğrenciyle Sudi Arabistan, 26 bin 122 öğrenciyle de Kanadalı öğrenciler oluşturmaktadır.

5. ABD'de okuyan Türk öğrenci sayısı ise 2021 de %3,4 azalarak, 10 bin 159'a gerilemiştir.

6. ABD'den Türkiye'ye gelen öğrenci sayısı ise 78'dir.

7. Türkiye'den giden öğrencilerin ABD ekonomisine katkısı ise 419 milyon dolardır.

Misafir öğrencilerin sayılarının en fazla olduğu ikinci ülke olan Birleşik Krallığın hedeflerine bakıldığında, ABD'den ayrı bir yol izleyerek daha devletçi bir çizgide olduğu görülmektedir. Birleşik Krallık için uluslararası öğrenci meselesi öncelikle ekonomiktir. İngiltere'nin 2008 yılı uluslararası eğitim geliri 8,5 milyar Pound'dur (British Council, 2008: 6). OECD (2014)'den alınan bilgilere göre 450 bin misafir öğrenciyle ABD'nin ardından ikinci sıradadır. İngiltere, önümüzdeki 20 yılın hedeflerini şöyle sıralamaktadır (Öndeş, 2019).

1- Son yıllarda 23 milyar Sterlin geliri hedefleyen İngiltere, gelecek on yıldaki hedefi 600 bin uluslararası öğrenci ve her yıl 35 milyar Sterlin (250 milyar TL) artış sağlamak.

2- Çin, Hong Kong, Ortadoğu, kuzey Afrika, Latin Amerika ve Güneydoğu Asya ülkelerine uluslararası öğrencileri ülkesine alma konusunda öncelik tanımak ve Türkiye ve Ortadoğu'nun tüm ülkelerini 'Yüksek Değerli' ülke olarak kabul etmek.

3- 250 milyon dolarlık bir hedefe ulaşmak.

Diğer yandan İngiltere uluslararası eğitim konusunu sadece ekonomik getirileri olan bir kalem olarak değerlendirilmemekte, bu konuyu bir kamusal diplomasi olarak da değerlendirmektedir. Eğitim kurumlarından

en önemlisi Biritish Council'dir. Bu en önemli eğitim kurumu, hükümetin Chevening ve UK9/11 gibi programlarının yönetiminden sorumludur. Uluslararası öğrenciler için ülkelerini cazibe merkezi haline getirmek konusunda farklı programlar uygulamaktadır. İnternette oluşturulan www.ucas.com isimli site, ülkedeki tüm üniversiteler hakkında uluslararası öğrencilerin bilgi edinmesini kolaylaştırmıştır. Bu sitede başvuruların nasıl yapılacağı ayrıntılı biçimde açıklandığından ülkenin uluslararası öğrenci başvuruları kolaylaşmakta ve uluslararası öğrenci cazibesini arttırmaktadır.

Bu noktada ülkelerin izlediği belirli bir politikadan söz etmek mümkün değildir. Her ülke kendi dinamikleri, yasaları, kültürleri vs. kapsamında farklı politikalar belirlemiştir. Bu çerçevede uluslararası öğrenci hareketliliğinde önemli durak noktalarından olan bazı hedef ülkelerin uluslararası öğrenci politikalarına bakmakta fayda vardır.

Uluslararası öğrencilerin en çok tercih ettiği ülke Amerika Birleşik Devletleri'dir. 2012 yılı verilerine göre, Amerika Birleşik Devletleri, lider olduğu uluslararası öğrenci sayısı konusunda tüm dünyadaki uluslararası öğrencilerin % 16'sını eğitim-öğretim için barındırmaktadır. Bu konuda diğer lider ülkeler ve uluslararası öğrenci konusunda atılım yapmayı hedefleyen ülkelerden farkı; bilim ve teknolojide öne çıkan uluslararası öğrencilerin ülkede kalması için cazip imkânlar sunmasıdır. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri'nde eğitim gören uluslararası öğrencilerin 2014 NAFSA verilerine göre 886 bin öğrencinin ¼ ü yani 221 bin 500'ü burs almaktadır. Bu sayı diğer ülkelere göre çok daha fazladır. Bu durum, Amerika Birleşik Devletleri'nin uluslararası öğrenci çekim merkezi haline gelmesinin başlıca nedenlerinden biridir.

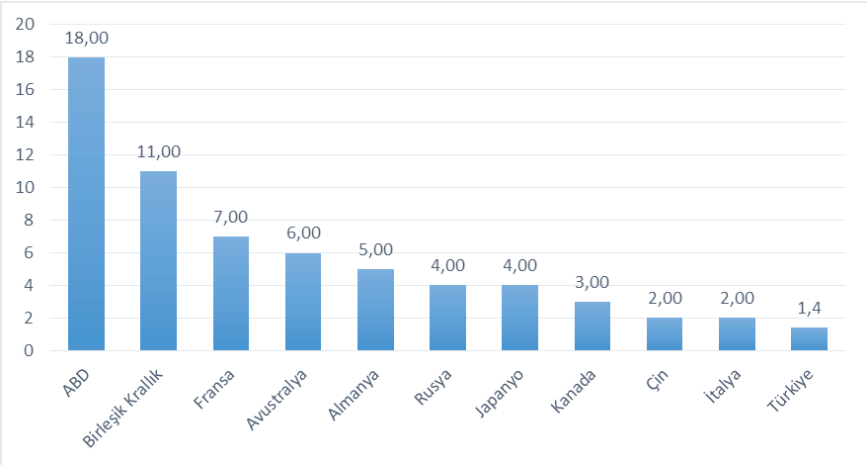
ABD eğitim sisteminin uluslararasılaştırılmasından sorumlu merkezi (federal) bir birim bulunmamaktadır. STK'ların daha etkin olduğu bu alanda hükümet, hem federal hem de yerel düzeyde çeşitli programlarla uluslararası öğrenci sektörünün gelişiminin önünü açmaya çalışmaktadır.

Bunların dışında üniversiteler de kendi bünyelerinde uluslararası öğrenci ofisleri kurmuş ve farklı stratejiler de izlemişlerdir. Özellikle çok dilli başvuru yapılmasına imkân sağlayan tanıtım siteleri kurulmuş ve bu kuruluşlarda personel sayısını arttırarak saat farkından kaynaklanan olumsuzlukların önüne geçilmeye çalışılmıştır (Özoğlu vd., 2012: 38). Örneğin https://www.studyusa.com adlı site bu amaçla kurulmuştur ve ABD üniversitelerinde eğitim görmek isteyenler için çok dilli bilgilendirme yapmaktadır.

**Türkiye'de Uluslararası Öğrenci Dolaşımı**

Uluslararası öğrenci dolaşımı, Eğitim-öğretim için başka ülkelere giden öğrenci dolaşımını ifade etmektedir. Uluslararası eğitimi-öğretim nedenlerinin başında farklı bir dil öğrenme, daha iyi mesleki eğitim ve kendi ülkesinden daha ileri olan ülkelerden eğitim alarak yüksek kariyer yapmaktır. Son yıllarda uluslararası öğrenci eğitimi amacının dışına çıkarak dünyada çoğu ülkeler arasında turizm gibi hatta bundan daha fazla gelir kaynağı olarak görülmeye başlamıştır.

Akademik anlamda uluslararası alanda kaliteli eğitim-öğretime olan rağbet, bu alandaki tüm eğitim ürünlerine olan arzı arttırmıştır. Bu alanda uluslararası öğrenci kabulünde öncü olan ülkelerin mali sektörlerine olumlu bir katkı sağlamıştır. Dünyada bu konuda lider olan bazı ülkelerin uluslararası öğrenci kabulüne tam manasıyla mali bir gelir kalemi olarak bakmaları farklı sıkıntıları ortaya çıkarmıştır.




**Grafik 1.** *Dünyada En Çok Tercih Edilen Ülkeler (UNESCO)*

Grafik 1'den anlaşıldığı üzere ABD %18 ile 1. sırada, Birleşik Krallık %11 ile 2. sırada yer alırken Türkiye %1,4 ile 11. Sırada yer almaktadır.

**Türkiye'ye Gelen Uluslararası Öğrencilerin Mali Katkıları**

Türkiye'de öğrenim gören uluslararası öğrencilerin öğrenim ücretleri ve katkı payları ise 07.07.2018 tarihli Resmi Gazetede yayımlanan 2018/12007 sayılı Bakanlar Kurulu Kararının üçüncü maddesinin birinci fıkrası gereği ilgili kararda ifade edilen ön lisans ve lisans programlarında ilgisine göre ekli (I) ve (II) sayılı cetvellerde belirlenen öğrenci katkı payı ve öğrenim ücretinin üç katından az olmamak ve cari hizmet maliyetinin beş katını aşmamak üzere, -lisansüstü programlarda ekli (I) sayılı cetvelde belirlenen öğrenci katkı payının üç katından az olmamak

üzere yükseköğretim kurumları tarafından belirlenir (T.C. Resmi Gazete, 2018: 3). Ancak Suriye'de yaşanan olaylar sebebiyle Türkiye'de ikamet eden Suriye vatandaşlarından burslandırılmaları yurtdışı kuruluşlar tarafından yapılanlar hariç olmak üzere YÖK tarafından belirlenen esaslar ve kontenjan dâhilinde yükseköğretim kurumlarına önlisans, lisans ve lisansüstü düzeyde yerleştirilen öğrenciler hakkında birinci fıkra hükümleri uygulanmaz. Bu öğrenciler, öğrenim ücreti bakımından bu kararın ilgisine göre birinci öğretim ve açık öğretim için katkı payı, ikinci öğretim için öğrenim ücreti esaslarına tabidirler (T.C. Resmi Gazete, 2018: 4). Eğitim – Öğretim için Türkiye'yi tercih eden uluslararası öğrencilerden, kanunlar gereği üniversite harç ücreti alınmaktadır. Burada miktarın pahalı veya ucuz olması, uluslararası öğrenci tercihlerinde etkin olan faktörlerdendir. Eğitim – Öğretim için Türkiye'yi tercih eden uluslararası öğrencilerden alınan üniversite harç ücretleri birçok ülkeye göre daha düşüktür. Türkiye'ye eğitim-öğretim için gelen uluslararası öğrencilerin Türkiye ekonomisinde mali anlamda katkıları konusunda herhangi bir resmi belgeye rastlanmamıştır. Resmi rapor veya belgeye rastlanmamakla beraber yapılan kısıtlı çalışmalardan alınan veriler ve rakamlar yıllar bazında belirtilmiştir. Türkiye'de 2014 yılında yurtdışına giden bir uluslararası öğrencinin bir öğrenim dönemi içerisindeki maliyeti dolar basında 35.000 dolar civarında olduğu kabul edilmiş olup; 2,11 milyar doların ülke dışına çıktığı anlaşılmıştır (Uslu, 2017). Belirtilen bu giderlerin büyük bir kısmı Türkiye Cumhuriyetinin 2023 yılı vizyonu doğrultusunda bilimsel ve teknolojik alanlarda ihtiyaç duyulacak akademisyen boşluğunun doldurulması amacıyla MEB ve YÖK tarafından verilen burslarla giderleri karşılanarak yurtdışına gönderilen öğrenciler oluşmaktadır.

Türk-İş (2014) tarafından yapılan bir araştırma, Türkiye'deki ortalama yaşam maliyetinin aylık 1400 TL civarında olduğunu öne sürmektedir. Belirtilen miktardan hareketle uluslararası öğrencilerin 2014 yılında Türkiye ekonomisine yaklaşık 377 milyon dolar düzeyinde katkı sağlayabileceği ifade edilmektedir (Uslu, 2017). Uluslararası öğrencilerin katkı payları ve öğrenim ücretlerini düzenleyen, 07.07.2018 tarihli Resmi Gazetede yayımlanan 2018/12007 sayılı Bakanlar Kurulu Kararının üçüncü maddesinde yurtdışından öğrenci kabul kontenjanları dâhilinde kayıt yaptıracak öğrencilerden alınacak öğrenim ücreti; - ön lisans ve lisans programlarında ilgisine göre ekli (I) ve (II) sayılı cetvellerde belirlenen öğrenci katkı payı ve öğrenim ücretinin üç katından az olmamak ve cari hizmet maliyetinin beş katını aşmamak üzere, - lisansüstü programlarda ekli (I) sayılı cetvelde belirlenen öğrenci katkı payının üç katından az olmamak üzere, yükseköğretim kurumları tarafından belirlenir denilmektedir. Bu veriler üzerinden yapılacak olan hesaplamalar, (I) sayılı cetvelde lisans eğitimi veren fakültelerin içinde ortalama maliyeti 1923 lira ile en düşük

olan Edebiyat fakülteleridir. Bu maliyetin 284 lirası öğrenci katkı payıdır. Bu pay öğrenci adına devlet tarafından karşılanmaktadır. Yabancı uyruklu öğrencilerin ise bu bedelin en az üç katını (854 lira) ödemeleri gerekmektedir. YÖK (2019) verilerine göre 2017-2018 eğitim öğretim yılında Türkiye'de öğrenim gören 125138 öğrencinin 89381'u lisans bölümlerine devam etmiştir. Bu öğrencilerin tamamının Edebiyat Fakültelerinde okuduğu ve dörtte birinin burslu öğrenci olduğunu varsayarak bir hesaplama yapıldığında, bu öğrencilerden alınan katkı payı ile 2017 Eylül ayında ekonomiye 57.248.744 lira (yaklaşık 16 milyon dolar) katkı sağlanmış olabileceği tahmin edilmektedir.

Dünyada uluslararası öğrenci giden ve gelen olmak üzere iki yönlü olarak görülmektedir. Kabul edilecek uluslararası öğrencilerde aranan şartlara bakıldığında başarılı öğrenciler tercih edilmektedir. Başarılı uluslararası öğrencilerin ülkede tutulması bilim ve teknolojik açıdan çok önemlidir. Beyin kazancı (brain gain) ise bir ülkenin yüksek nitelikli bir kişinin göçünün bir sonucu olarak fayda sağlaması durumu olarak tanımlanmaktadır (Assembly of European Regions, 2020).

Dünyanın farklı bölgelerinden Uluslararası öğrenci kabul eden Türkiye, aynı zamanda Farklı ülkelere eğitim-öğretim amacıyla öğrenci göndermektedir. Eğitim-öğretim için Türkiye'den farklı ülkelere gidecek olan öğrencilerin hangi şartlara haiz olması gerektiği ve mali giderlerinin nasıl karşılanacağı, denetimlerinin nasıl yapılacağı, olumsuz hangi davranışların cezalandırılacağı ile ilgile şartları ve benzeri konularla ilgili kanun 16 Nisan 1929 tarih ve 1416 Sayılı "Ecnebi Memleketlere Gönderilecek Talebe Hakkında Kanun" maddesidir. Bu kanun kapsamındaki düzenlemelerden sora, Almanya ve Fransa en fazla Türkiye'den gidilen ülkeler olmuştur. Türkiye'den dünyanın birçok ülkesine uluslararası öğrenci gönderilmiş olup sırasıyla, Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Slovakya, İsveç, Belçika, İsviçre, İtalya, İngiltere, Macaristan, Rusya ve ABD'ne öğrenci gönderilmiştir. Uluslararası öğrenciler, lisans, Yüksek Lisans, Doktora ve mesleki eğitim alanında eğitim-öğretimlerini tamamlamışlardır. Farklı alanlarda eğitim-öğretimlerini tamamlayan bu öğrenciler kanunlar gereği belli sürelerde devlet hizmetinde çalışmaları zorunludur. Taahhüt ettikleri süreleri devlet hizmetinde geçirdikten sonra, isterlerse devlet hizmetinde çalışmaya devam edecekleri gibi isterlerse farklı sektörlerde de çalışabilmektedirler. Uluslararası öğrenciler üzerine yapılan çalışmalara göre Amerika Birleşik Devletleri'ne lisansüstü eğitim talep edecek öğrencilerin: Bu konuda atılım yaparak ABD eğitim kalitesini yakalamaya çalışan ülkelerin sayılarının artması sebebiyle, önümüzdeki yıllarda bu ülkeye olan talebi düşüreceği varsayılmakla beraber; 5 binin üzerinde uluslararası öğrenciyi kabul eden ABD'ye Türkiye' den eğitim-öğretim için gidecek olan öğrenci sayısının düşeceği varsayılmasına rağmen, yine de önümüz-

deki yıllarda ilk sırada olmaya devam edecektir.

ABD'ye giden Türk öğrencilerin sayısı öngörülere göre önümüzdeki on yılda düşecek ancak 5500 kişiye ev sahipliği yapan ABD, 2024 yılında, Türk öğrencilerin bir numaralı hedefi olmaya devam edecektir. Almanya'nın yaklaşık 4300 ve Birleşik Krallık'ın 3600 Türk öğrenciye ev sahipliği yapması beklenmektedir (British Council, 2014). İlk üç sırada yer alan bu ülkelerin ardından Kanada ve Avustralya'nın Türk öğrencilerin tercihleri arasında sırasıyla beş ve dördüncü sıralarda yer alması beklenmektedir. Yurt dışında gerek 1416 Sayılı Kanun gerek diğer devlet bursları ile yurt dışında öğrenim gören öğrencilerin tekrar ülkeye dönüp çalışması beklenmektedir. Bu öğrencilerin dönmemeleri durumunda önemli bir entelektüel ve ekonomik kayıp ortaya çıkacaktır. Bu öğrencilerin yurt dışında gördükleri eğitimin ardından Türkiye'ye geri dönüp Türkiye'de çalışmalarını teşvik edici önlemlerin alınabileceği ifade edilmektedir. Uslu (2017), Türkiye'ye gelen uluslararası öğrencilerin ülkemiz ekonomisine yapmış oldukları katkının, Türkiye'den yurtdışına giden öğrencilerin diğer ülkelere yapmış oldukları katkıların yaklaşık altıda biri civarında olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca Uslu (2017) bu durumun başlıca nedeni olarak, uluslararası öğrencilerden aldıkları öğrenim ücretlerinin küresel yükseköğretim pazarındaki diğer aktörlerin aldığı ücretlerin yanında oldukça düşük olmasının gösterilebileceğini belirtmektedir.

Uluslararası öğrencilikte 3 çeşit öğrenci hareketliliği gözlenmektedir. Bunlardan ilki; A Tipi öğrenci hareketliliğidir. . A tipi hareketlilik bir yükseköğrenim programında üç veya daha fazla yıl eğitim-öğretimine devam eden Yükseköğrenim kurumlarını ifade etmektedir. İkinci tip uluslararası öğrenci hareketliliği şekli B tipi hareketliliktir. A Tipi hareketlilikten daha kısa olan bu çeşitlilik, teknik ve mesleki bilginin en az iki sene devam ettiği türdür. Üçüncüsü ise Doktora programıdır (OECD, 2013).

Uluslararası öğrenci piyasasının genişlemesiyle birlikte; misafir öğrenci hareketliliğinin bilim, teknoloji, politika, endüstri, ticaret, kültür ve küresel bir toplumun tüm yönlerini etkileyebilecek düzeyde önemli bir rolü bulunmaktadır (De Moor & Henderikx, 2013). Ancak, öğrenci hareketliliğinin hedef noktası; uluslararası çapta eğitim sistemi yeterli seviyede olmayan ülkedeki gençlere destek, yabancı üniversitelerde alınan diplomaların cazibesi ve farklı kültürlerle tanışma olarak üç temel sebeple özetlenmektedir (Varghese, 2008).

Uluslararası öğrencilerin ülkeler ve üniversitelerarası ilgilerini çekme hususunda rekabetin oluşmasında ve ulusal yükseköğretim stratejilerinin biçimlendirilmesinde etkin rolü bulunmaktadır. Bunun farkında olan kalkınmış ekonomiler; hükümet, eğitim bakanlıkları ve sivil toplum teşebbüsleri ile dayanışma içerisinde çeşitli politikalar uygulamaktadırlar

(Pusser & Turner, 2004).

Türkiye ve Dünya genelinde uluslararası öğrencileri tercihlerini artırmak için etkili olan şartları şöyle sıralanabilir (Tekelioğlu vd. 2012: 193-194):

1. Uluslararası öğrenci hareketliliğinin ve öğrencilerin Erasmus Değişim Programı imkânlarının özendirilmesi ve bu tarz programların çeşitlendirilmesi,

2. Bilimsel ve teknolojik gelişimlerle birlikte ulaşım şartlarını iyileştirip uluslararası öğrencilerin ulaşım bedellerini uygun hale getirilmesi,

3. Ülkeler arası müfredat ve eğitim şartlarının geliştirilmesi,

4. Türkiye'deki üniversitelerin denklik konusunda şartların sağlanması için gerekli adımların atılması,

5. Uluslararası öğrencilerin Türkiye'deki üniversitelerin tanıtımlarının şeffaf bir şekilde yapılması ve gelecek öğrencilere eğitim ve diğer alanlarda teşviklerin arttırması konusunda çalışmalar yapılması,

6. Türkiye'deki üniversitelerin eğitim kaliteleriyle ilgili çalışma ve uluslararası arenada bunun duyurulması,

7. Dünyadaki İslami, kültürel ve sosyal bağlarımız bulunan ülkelerde farklı çalışmalar yapılması.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünyada uluslararası öğrenci kabulünde farklılıklar görülmektedir. Bu farklılıkların sebebi ise ülkelerin bu konuya bakış açısı ve kendi iç politikalarındaki alınan kararlarıdır. Uluslararası öğrencinin tercihindeki etkenlerin ve tercihte bulunan uluslararası beklentileri gittikleri ülkelerin ekonomilerinde de yansımaları görülmektedir. Türkiye'yi tercih eden uluslararası öğrencilerin azımsanmayacak kadar kısmı, gelir düzeyi düşük ülkelerden geldikleri için kısa bir öğrencilik süresinden sonra, mali kazanç elde etmek için farklı işlerde çalışarak hem kendilerine ve hem de ülkelerindeki ailelerine mali katkı sağlamaktadırlar.

Üniversitelerle YÖK arasında uluslararasılaşma strateji belgesi imzalamaları uluslararası öğrenci hareketliliği konusunda önemli bir adım olarak görülmektedir. Türkiye'de eğitim-öğretim için bulunan misafir öğrencilerin ülke ekonomisine doğrudan katkı sağladıklarının anlaşılması açısından çok önemlidir. Uluslararası öğrenci hareketliliğinin planlanması bakımından da oldukça önemli bir adımdır.

Uluslararası öğrencilerin Türkiye'de eğitim-öğretim alan öğrenciler sıralamasında birinci sırayı yaklaşık %50 oranla Suriye almaktadır. Bunun en önemli sebebi coğrafi yakınlık ve savaş ortamında eğitim-öğretimin

sekteye uğramasıdır. Suriye'den Türkiye'ye uluslararası öğrenci olarak gelenlerin bir kısmı Türkiye tarafından verilen burslarla desteklenmektedir. İkinci sırayı ise %14 kısımla Azerbaycanlı uluslararası öğrenciler oluşturmakta ve bu sayı her geçen yıl ciddi bir şekilde artmaktadır. Türkmenistan, İran, Afganistan, Afrika ve Asya kıtasından gelen uluslararası öğrenciler Türkiye'deki diğer misafir öğrencilerden oluşmaktadır. Türkiye'de YÖK'ün aldığı kararla yabancı dilde eğitim yapan üniversitelerin sayısının gün geçtikçe artması konusundaki atılımının, uluslararası öğrenci tercihlerinde ciddi bir ivme kazandıracağı kaçınılmazdır. Bu kararla, dil konusundan dolayı tercih yapmakta tereddüt yaşayan öğrencilerin sayısı artarak ekonomiye olumlu bir şekilde yansıyacaktır. Ekonomik anlamdaki bu katkının yanında, öğrenci kalitesi konusunda da olumlu yansımaları olacaktır. Uluslararası öğrencilerin eğitim-öğretim ülke tercih aşamalarında birinci kriterlerinin eğitim-öğretim kalitesi ve denklik meselesidir. Bu konuda son yıllarda Türkiye üniversitelerinin akademik ve bilimsel alanda yaptıkları çalışmaların yansımaları sonucunda uluslararası öğrenci sayılarının hızlı bir şekilde arttığı görülmektedir. Bu da 2023 yılında hedeflenen 350 bin öğrenci sayısına ulaşılması anlamında atılan önemli adımlardan biridir.

YTB'den burs alan uluslararası öğrencilerin eğitim-öğretim için bulundukları ülkelerin ekonomilerine katkıları, burs alamayan öğrencilere göre daha fazladır. Karşılıksız bir şekilde burs alan bu uluslararası öğrenciler eğitim-öğretim süresi dolunca ülkelerine de kazanımlarıyla hizmet ederek mali katkılar sağlamaktadırlar. Uluslararası öğrencilerin sorunlarını kolaylıkla çözebilecekleri bir birimin Göç Dairesi Müdürlüğünde ayrı bir birimin oluşturulması elzemdir. Uluslararası öğrencilerle ilgilenen tüm birimlerin birleştirilerek aralarında koordinasyon yolları belirleyip çözüm odaklı çalışmaları sağlanmalıdır.

Türkiye'de eğitim-öğretim gören uluslararası öğrencilerin sorunları ile ilgili çok sayıda akademik çalışma yapılmalı ve bu sorun alanları tespit edilerek ilgili koordinasyon merkezi aracılığıyla bir an önce giderilmeye çalışılmalıdır. Uluslararası öğrencilerin eğitim-öğretim aldıkları dönemde çalışmaları ilgili mevzuat gereği yasaktır. Bu yasak acilen kaldırılmalı, uluslararası öğrencilerin hem öğrencilik döneminde yarı zamanlı çalışma imkânı verilmeli hem de mezuniyet sonrası ülkede kalmasının ve burada çalışmasının önündeki engeller asgariye indirilmelidir. Ülkesine dönmesi gerektiği düşüncesi ile 15 gün içinde ülkeyi terk etme zorunluluğu sebebiyle ülkesine dönmek istemeyenler başka ülkelerde yüksek lisans ve doktora eğitimine yönelmektedir. Bu durum ise verilen emeğin boşa gitmesi anlamına gelmektedir.

Sektörde öncü ülkelere bakıldığında çıkan sonuçlardan birisi de, Türkiye'nin tanıtım faaliyetlerinde yetersiz kaldığı yönündedir. Türkiye

üniversitelerinin tanıtım faaliyetlerini geliştirerek daha cazip hale getirilmesini sağlamalıdır. Tanıtım faaliyetlerini bu alandaki diğer ülkeleri örnekleyerek kendini geliştirecek adımlar atmalıdır.

YTB bünyesinde uluslararası öğrencilerin sadece maddi sorunları kısmi anlamda çözülmektedir. Ancak maddi olmayan sorunlar da önemli bir konumdadır. Bu açıdan üniversiteler bünyesinde maddi olmayan sorunları çözmek için rehberlik ve danışmanlık hizmetleri verilmelidir.

Türkiye'nin uluslararası öğrenci potansiyelini önemli ölçüde teşkil eden tarihsel ve kültürel bağlarının olduğu ülkelerle ikili anlaşmalar yoluyla öğrenci hareketliliğine dönük çalışmalar yapılmalıdır. Çünkü öğrencilerin gidecekleri ülkeleri seçmelerinde tarihsel ve kültürel yakınlık önemli bir etken olmaktadır.

Dışişleri Bakanlığı, mevcut pasif konumunu terk ederek bu konuda daha aktif bir rol almalı ve büyükelçilikler vasıtasıyla uluslararası öğrencilerin Türkiye'yi tanımalarında etkin olmalıdır.

Üniversiteler, mezun ettikleri başarılı öğrencileri bünyelerinde tutmaya dönük çalışmalar yapmalıdır. Böylece nitelikli insan kaynağı ihtiyacı karşılanacaktır. ABD'de çalışan 115 bin bilim insanı, başka ülkelerden gelen bilim insanlarıdır. Bu açıdan ABD üniversiteleri örnek alınabilir.

Türkiye Mezunları ile irtibat koparılmamalı ve mezuniyet sonrasında da ilişkileri devam ettirecek mekanizmalar oluşturulmalıdır. Bu konu özellikle ülkeler arası ilişkilerin geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir.

Düzce'de uluslararası öğrencilerin geldikleri ülkelere bakıldığında, çoğunluğunun gelir düzeyleri düşük olan ülkeler olduğu görülmektedir. Son dönemde artan öğrenci sayılarının artış yönleri yine aynı ülkelerden olduğu saptanmıştır. Düzce Üniversitesinin son dönem çalışmalarında YTB ve YÖK burslusu öğrencilerin sayısının artması için önemli çalışmalar yapılmıştır. Ülkeler arası antlaşmalarla burslu olarak Düzce'ye gelen öğrenciler de bulunmaktadır. Buna en güzel örnek Ruanda'dan gelen öğrencileri verebiliriz. Ruandalı öğrenciler arasında yaklaşık her yıl 11-12 kişi yüksek miktarda bir bursla Düzce Üniversitesi'nin çeşitli bölümlerine gelmektedirler.

Dolar bazında aldıkları bu burslar sebebiyle Düzce ilinde sosyal hayatta harcama yönleri de diğer öğrencilere nazaran daha fazla olmaktadır. Bu öğrenciler, temel ihtiyaçları yanında sosyal ve kültürel aktivitelere de harcama yapmaktadırlar. Ruanda'dan gelen öğrenciler aynı zamanda KYK'larda ikamet etmektedir. Söz konusu öğrenciler gıda yeme içme harcamaları Kredi Yurtlar Kurumu'ndan karşılamaktadırlar. Ruandalı öğrencilerin harcama yönleri değişmektedir. Fitness sinema kafe gibi

aktivitelere kendi imkânları ile gelerek Düzce üniversitesi öğrencisi olan uluslararası öğrencilere göre daha fazla para harcamaktadırlar. Bu sebeple Düzce Üniversitesi'nin kendi ülkelerinden burslu olarak öğrenci kabulü Düzce iline ekonomik anlamda fazla katkı sağlayacağı aşikârdır.

Kendi imkânları ile Düzce Üniversitesi'nde öğrenci olan uluslararası öğrencilerin çoğunluğunun mali durumunun çok iyi olmadığı ve bu yüzden harcama yönlerinin daha çok temel ihtiyaçlara yönelik olduğu göze çarpmaktadır. Öğrenci sayısının yaklaşık %40'lık kısmını Suriyeli öğrenciler oluşturmakta ve bu öğrencilerin çoğunluğu kendi imkânları ile gelen öğrenci konumunda bulunmaktadırlar. YTB burslusu 20 öğrenci bulunmaktadır. Çoğunlukla burs alamayan uluslararası öğrencilerden oluştuğu için burs alan öğrencilere göre ekonomiye mali katkıları daha azdır.

Düzce Üniversitesi Uluslararası öğrencilerinin artan İranlı öğrencilerin sayılarının sebebi anketteki grafikte de görüldüğü üzere, daha önceki yıllarda gelen öğrencilerin kendi ülkelerindeki öğrencilere olumlu yönde referans olmalarıdır. İran'dan gelen son dönem öğrencilerin %99'unun aynı şehirden gelmesi de buna çok güzel bir örnektir. İran'ın Tebriz şehrinden gelen bu öğrencilerin tamamına yakını tıp fakültesine gelmiş olmaları bu öğrencilerin mali durumu iyi ailelerin çocukları olduğunu göstermektedir. Tıp fakültesi harçlarının yüksek ve kitaplarının daha pahalı olması mali durumu iyi ailelerin çocuklarını 6 yıl boyunca karşılayacak düzeyde mali yapıları konusunda bizler üzerinde bir kanaat oluşturmaktadır. Bu öğrencilerin bir kısmı tek başına apart konutlarda ikamet etmektedirler. Düzce iline diğer öğrencilere göre mali yönden daha fazla katkı sağladıkları görülmektedir. Uluslararası kabulde Tıp Fakültesinin kabul sayısının arttırılması mali yönden Düzce iline daha fazla katkı sağlayacağı görülmektedir.

Azerbaycan ve İran'dan gelen öğrencilerin çoğunluğu Afrika, Suriye gibi ülke öğrencilerinin tam tersine ülkelerine yaz tatillerinde gitmektedirler. Ulaşım anlamında özelde hem Düzce ili, hem de Türkiye ekonomisine bu alanda önemli katkılar sağlamaktadır. Düzce Üniversitesi'nde okuyan uluslararası öğrencilerin çoğunluğu yaz tatillerinde kendi ülkelerine gidememektedir. Yaz tatilini kendi ülkelerinde geçirme imkânı bulamayan uluslararası öğrenciler Düzce ekonomisine mali yönden katkılar sağlamaktadırlar. Düzce'de eğitim gören uluslararası öğrencilerin küçük bir kısmı metropol şehirlere giderek yaz tatilini oralarda geçirmektedir. Bu öğrencilerin yaz tatillerinde metropol şehirlere gitmelerinin ilk sebebi ailelerinin bu şehirlerde ikamet etmeleridir. Metropol şehirlerdeki iş imkânı ise bir diğer sebeptir. Yaz tatillerini farklı illerde geçiren uluslararası öğrenciler bu şehirlerde yaz tatili boyunca kazandıklarını eğitim-öğretim döneminde uluslararası öğrenci olarak bulundukları Düzce ilinde harcayarak ekonomik anlamda şehre katkı sağlamaktadırlar. Yaz tatillerinde

Düzce'de ikamet eden uluslararası öğrenciler ise geçici olarak farklı işlerde çalışıp, kazandıklarını yine Düzce ilinde farklı alanlarda harcayarak mali alanda şehrin ekonomisine katkı sağlamaktadırlar.

Farklı dillerde eğitim-öğretim veren üniversitelerin artması konusunda atılan adımların tercih konusunda dil sorunu yaşayan uluslararası öğrencilerin önünü açarak sayının artmasına katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda Düzce Üniversitesinde farklı dilde eğitim-öğretim veren bölümlerin arttırılması uluslararası öğrencilerin hem sayısının, hem de kalitesinin arttıracağı aşikârdır. Yabancı dilde eğitim-öğretim veren bölümlerdeki harç ücretlerinin düşürülmesi de tercihte önemli bir etken olduğundan bu konuyla ilgili çalışmalar yapılmalıdır. Bu iki alanda atılacak adımlar, Düzce iline gelen uluslararası öğrencilerin yönünü değiştirerek, mali durumu daha yüksek uluslararası öğrenci tercihlerine olumlu katkı yapacaktır. Dünyanın farklı yerlerinde gerçekleştirilen eğitim -öğretim fuarlarına il bazında katılım sağlanarak Düzce Üniversitesinin tanıtımı yapılmalı, farklı dillerde broşür, video, tanıtım dokümanları ve çevrimiçi ortamda tanıtım faaliyetleri gerçekleştirerek, şehre mali anlamda katkısı daha fazla olacak uluslararası öğrenciler için cazibe merkezi haline getirilmelidir.

Uluslararası öğrencilerin iş imkânı konusunda kolaylaştırıcı adımlar atılmasının daha fazla öğrenciyi cezbedeceği görülmektedir. Vize konusunda yapıcı ve kolaylaştırıcı adımların atılmasının da uluslararası öğrenci çekimini arttıracağı aşikârdır.

Türkiye'nin öğrenci kabulünde yeni ve kolaylaştırıcı stratejiler belirlemesi uluslararası öğrencilerin tercihlerini olumlu yönde etkileyerek bu öğrencilerin tercihlerinde Türkiye'yi cazibe merkezi haline getirecektir. Bu adımların en önemlisi uluslararası öğrencilerin Türkiye'de bulunan üniversitelerin tanıtımlarının daha iyi ve çekici bir hale getirerek internet ortamına sunulmasıdır. Yapılan çalışmalarda alanda lider ülkelerin yaptıkları çalışmalar göz önünde bulundurulmalıdır. Türkiye'yi tercih eden uluslararası öğrencilerin çoğunluğu gelir düzeyi düşük ülkelerdendir. Gelir düzeyi yüksek ülkelerden öğrencileri çekecek adımların atılması hem öğrenci kalitesini hem de Türkiye'ye ekonomik anlamda katkılarını daha da arttıracaktır. Türkiye'deki uluslararası öğrencilerin ikamet izni konusundaki kolaylaştırmaya yönelik adımlar atılmaktadır. Fakat bu adımların yetersiz olduğu açıktır. Göç dairesi müdürlüğünün kurulması bunun için atılan en büyük adımlardan biridir fakat göç dairesi müdürlüğünün mülteciler ve yabancılar konusunda görev ve yetkileri geniş bir çerçevede olduğundan, uluslararası öğrencilerin ayrı bir birim olarak işlem görmesi göz ardı edilmiştir. Göç dairesi içinde ayrı bir birim olarak uluslararası öğrencilerin işlemlerinin yapılması hem işlemleri kolaylaştıracak hem de çabuk ulaştıracaktır böyle bir çözümleme kendi ülkesinden gelen öğrencilerin ülkelerine döndüklerinde olumlu referansları öğrenci sayısını ve seçimini

etkileyecektir. Uluslararası öğrencilere çalışma izni konusundaki kolaylıkların sağlanması öğrenci tercihlerinde önemli bir referans olacaktır. Bu düzenlemeler Türkiye ve Düzce ili açısından uluslararası öğrenci sayı ve kalitelerini artırarak ekonomik alanda daha çok katkılar sağlayacaktır. Bu konuda lider olan ülkeler dışında yeni bir atılım ve izlediği politikalarla yarışın içine iyi bir ivme katan Avustralya bizim için en güzel örnektir.

# KAYNAKÇA

Assembly of European Regions AER (2020). Brain Drain vs Brain Gain. https://aer.eu/braindrain/#:~:text=Brain%20drain%20is%20the%20loss,of%20a%20highly%20qualified%20person. Erişim Tarihi: 17.06.2022.

British Council (2014). Postgraduate student mobility trends to 2024. <https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/postgraduate_mobility_trends_2024-october-14.pdf> Erişim Tarihi: 17.06.2022.

British Council (2008). Annual Report 2007-2008, https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/2007-08_annual_report.pdf Erişim Tarihi: 15.06.2022.

De Moor, B., & Henderikx, P. (2013). International curricula and student mobility. LERU: Advice paper, (12), 1-24.

DEİK (2013). Uluslararası Yüksek Öğretim ve Türkiye'nin Konumu, Eğitim Ekonomisi İş Konseyi Raporu. https://www. deik. org. tr/uploads/uluslararasi-yuksekogretim-hareketliligi-veturkiye-nin-konumu-raporu-2. pdf Erişim Tarihi: 15.06. 2022.

İGEME (2021). Eğitim İhracatı – Bilgi. https://2022.igeme.com.tr/egitim-ihracati-bilgi/ (Erişim Tarihi: 15.06. 2022).

Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD (2014). Indicator C4: Who Studies Abroad and Where? In Education at a Glance 2014: OECD Indicators, Paris: OECD.

Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD (2013). Education at a Glance, http://www.oecd.org/education/highereducationandadultlearning/48631079.pdf, 2011; İş Konsey Raporu, 2013 Erişim Tarihi: 17.06.2022.

Öndeş, Ö. (2019). Birleşik Krallık'tan 600 Bin Uluslararası Öğrenci Hedefi. https://www.hurriyet.com.tr/egitim/birlesik-kralliktan-600-bin-uluslararasi-ogrenci-hedefi-41351883 Erişim Tarihi: 16.06.2022.

Özoğlu, M., Gur, B. S., & Coşkun, İ. (2012). Küresel eğilimler ışığında Türkiye'de uluslararası öğrenciler. Seta.

Pusser, B., & Turner, J. K. (2004). Changing patterns challenging policymakers. Change: The Magazine of Higher Learning, 36(2), 36-43.

Şimşek, B., & Bakır, S. (2016). Uluslararası Öğrenci Hareketliliği ve Atatürk Üniversitesinin Uluslararasılaşma Süreci. Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, (55).

T. C. Resmi Gazete (2018). 2018-2019 Eğitim-Öğretim Yılında Yükseköğretim Kurumlarında Cari Hizmet Maliyetlerine Öğrenci Katkısı Olarak Alınacak Katkı Payları ve Öğrenim Ücretlerinin Tespitine Dair Karar. Yayım Tarihi: 07.07.2018 Sayısı: 30471. Numarası: 2018/12007

Tekelioğlu, S., Başer, H., Örtlek, M., & Aydınlı, C. (2012). Uluslararası Öğrencilerin Ülke ve Üniversite Seçiminde Etkili Faktörler: Vakıf Üniversitesi

Örneği. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(2), 191-200.

Uslu, B. (2017).Türkiye merkezli uluslararası öğrenci hareketliliğinin ekonomik yansımaları. 12. Uluslararası Eğitim Yönetimi Kongresi Bildiriler Kitabı (ss. 213-216). Ankara: Başkent Üniversitesi.

Varghese, N. V. (2008). Globalization of higher education and cross-border student mobility (pp. 1-34). Paris: Unesco, International Institute for Educational Planning.

YÖK (2019). Yükseköğretim bilgi yönetim sistemi. <https://istatistik.yok.gov.tr/> Erişim Tarihi: 17.06. 2022.

# BÖLÜM 30

## İLK HALKA ARZLARDA DÜŞÜK FİYATLAMA ÜZERİNE KAPSAMLI BİR LİTERATÜR TARAMASI[1]

*Orhan Emre ELMA*[2]

1 Bu çalışma sorumlu yazarın, Prof. Dr. İlhan KÜÇÜKKAPLAN danışmanlığında yazdığı "İlk Halka Arzlarda Değerleme Etkisi: Borsa İstanbul'da Bir Uygulama" adlı Doktora Tezi'nden üretilmiştir.

2 Dr.Öğr.Üy., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Muhasebe ve Finans Yönetimi, Türkiye, ORCID: 0000-0002-3521-3677.

## 1. GİRİŞ

Finansal piyasalarda doğru karar alınabilmesi finansal paydaşlar açısından çok önemlidir. Bu açıdan farklı enstrümanlar arasından en optimalinin bulunması finansal karar vericilere yardımcı olacaktır. İlk halka arz, şirketlerin sermaye piyasalarına farklı sebeplerden dolayı adım atması ile gerçekleşmektedir. Bu sebepler arasında, ileride daha çok kreditöre ulaşabilme, şirket tanınırlığı ve prestijini artırma, ihracat kanallarını genişletme gösterilebilir. Şirketlerin ilk halka arz gerçekleştirmesi öncesinde, yatırım bankaları ile anlaşmaları ve şirketlerinin değerini hesaplatmaları gerekmektedir. Daha sonrasında ise belirlenen aracı kurum ya da konsorsiyum vasıtası ile halka arz için düğmeye basılır.

Yatırımcıların doğru yatırım tercihinde bulunabilmesi için uygulanabilecek çeşitli istatistiksel ve ekonometrik teknikler bulunmaktadır. Bununla birlikte, yatırım yapılan piyasanın etkinliğine göre de teknik ve temel analiz setlerinden faydalanılabilir. Teknik analizde, yakın geçmişteki hisse fiyatı hareketleri ile, yakın gelecekteki fiyat hareketleri istatistiksel modellemeler yardımıyla tahmin edilmeye çalışılır. Temel analizde ise, finansal tablolardaki veriler ve bu veriler arasındaki ilişkilere göre hesaplanan oranlar vasıtasıyla, şirketin hem geçmiş performansına hem de firmanın ve rakiplerinin güncel performansına odaklanılarak, karşılaştırılmalı analiz yapma fırsatı elde edilir. Fakat burada hayati öneme sahip olan parametre, bu finansal tablo verilerinin güvenilir olmasıdır.

Firmanın ilk işlem günü kapanış fiyatı ile halka arz fiyatı arasındaki pozitif fark düşük fiyatlama olarak adlandırılmaktadır. Dünya'da gelişmiş ve gelişmekte olan ülke fark etmeksizin farklı tipte sermaye piyasasında karşımıza çıkan bu sorun, literatürde geniş bir araştırma havzası oluşturmuştur. Sermaye piyasalarının etkinliği, ortalama spekülatörlerin bilgi düzeyi, yatırımcıların duygusal karar alma ölçüsü, kültürel farklılığın yatırım kararlarına yansıma seviyesi gibi birçok değerli ve önemli parametrede bilgi içeren düşük fiyatlama gerçeği, araştırmacıların ilgisini çekmeye devam etmektedir.

Bu çalışmada, düşük fiyatlama üzerine yapılan dünya çapındaki çalışmalar, farklı kategorilere ayrılarak incelenecektir. Çoğunlukla Web of Science ve alan indekslerinde taranan ve farklı ülkelerin sermaye piyasalarını inceleyen 100'ün üzerinde çalışma, araştırma kapsamına alınmıştır. Bu amaçla, bu literatür araştırmasının düşük fiyatlama ile ilgili yapılacak çalışmalar için genel perspektif vereceği düşünülmektedir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Düşük fiyatlama, bir ilk halka arzın ilk işlem günündeki kapanış fiyatının arz fiyatından yüksek olması şeklinde tanımlanmaktadır. 55 ül-

kenin incelendiği bir ilk halka arz çalışmasında dünya genelinde düşük fiyatlamanın olduğu net bir şekilde gözükmektedir (Ritter, 2023). İlgili çalışmada, düşük fiyatlamanın %257,2 ile en yüksek oranda Katar'da olduğu tespit edilmiştir. Daha sonra ise sırasıyla %186,4 ile Birleşik Arap Emirlikleri, %179,2 ile Suudi Arabistan ve %162,2 ile Çin gelmektedir. Düşük fiyatlamanın en düşük oranda gözlemlendiği ülkeler ise %3,3 ile Rusya, %5,7 ile Arjantin ve %6,2 ile Avusturya'dır. Yine ilgili çalışmada farklı aralıklarda incelenen veri setinde Amerika Birleşik Devletleri için %17,5, Türkiye için ise %13 düşük fiyatlama düzeyi hesaplanmıştır.

Sermaye piyasalarına girmeye çalışan şirketler ve bu firmaları gözlemleyen yatırımcılarla ilgili olarak ikinci el araç piyasası örnek olarak verilebilir (Black, 2000). Zira, daha önce kullanılmış bu araçları alma eğiliminde olan kişiler ilgili araçları gözlemleyip, ekspertiz raporu da alarak kesin bir karar verebilirler. Yatırımcılar ise, ancak sermaye piyasalarına girecek olan şirketlerin daha öncesinde sunmuş oldukları finansal raporlara bakarak ilgili firmaları değerlendirebilirler. Bu durum, şirketlerin daha şeffaf olmasının önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Global çapta gözlemlenen düşük fiyatlamanın gerçekleşme sebeplerine ilişkin literatür 11 başlık altında incelenecektir. İlk başlıkta genç şirketler ile köklü şirketlere yatırımcıların verdikleri düşük fiyatlama tepkileri arasındaki potansiyel farka ilişkin çalışmalar ortaya konulacaktır. İkinci başlıkta, düşük fiyatlama sorununun farklı sermaye piyasalarındaki seyri, kültür faktörü üzerinden gözlemlenecektir. Üçüncü başlıkta, pazar trendinin yükselişe geçtiği sıcak ilk halka arz piyasalarında gerçekleşen düşük fiyatlama düzeyini irdeleyen çalışmalar incelenecektir. Dördüncü başlıkta firmaların halka açılma oranlarının düşük fiyatlama üzerinde herhangi bir etkisi olup olmadığına ilişkin yapılan bilimsel çalışmalar sıralanacaktır. Beşinci başlıkta ise daha çok kamusal ilk halka arzların yaşandığı Çin gibi ülkelerin sermaye piyasalarındaki düşük fiyatlama realitesi, ilgili çalışmalarla gözler önüne serilecektir. Altıncı başlıkta, analistlerin yaptıkları yorumların düşük fiyatlama üzerindeki potansiyel etkisine odaklanan çalışmalar irdelenecektir. Yedinci başlıkta, Hindistan gibi halka arz öncesi derecelendirmenin olduğu ülkelerde, bu farklı sürecin düşük fiyatlamaya yansıması hakkındaki çalışmalar özetlenecektir. Sekizinci başlıkta, halka arz öncesi gelir yönetimi mekanizmasının düşük fiyatlamayı ne yönde etkilediği üzerine yapılan araştırmalar açıklanacaktır. Dokuzuncu başlıkta, şirketlerin eski ortaklarının hisselerini belli bir süre elde tutmalarının düşük fiyatlamayı baskılamakta ne kadar başarılı olduğunu araştıran çalışmalar belirtilecektir. Onuncu başlıkta, yatırımcı duygusunun düşük fiyatlamayı ne ölçüde açıkladığını araştıran çalışmalar sentezlenecektir. Son olarak on birinci başlıkta ise düşük fiyatlamayı etkileyen diğer parametreler üzerine yapılan araştırmalar özetlenecektir.

### *2.1. Şirket Yaşı*

Firmaların sermaye piyasalarına girmeden evvelki tecrübelerini de gösteren şirket yaşı, düşük fiyatlama araştırmalarının önemli bir konusu olmuştur. Şirketin kurulduğu sene ile arzı gerçekleştirdiği sene arasındaki süre, ilgili firmanın arz yaşını vermektedir. Yapılan çalışmalar genellikle düşük fiyatlama ve şirket yaşı arasında negatif yönde ilişki olduğunu göstermektedir (Ritter, 1991).

Halka arzdan hemen önce kurulan şirketlerin finansal verileri de az olduğundan dolayı, yatırımcıların bu şirketler hakkında kesin bir yatırım kararı almaları daha zor bir hale gelmektedir. Genç ve köklü şirketlerin halka arzlarını inceleyen bir çalışmada, genç şirketlerin hisselerinde volatilitenin daha çok yaşandığı tespit edilmiştir (Beatty ve Ritter, 1986). Bu durumdaki şirketler, yatırımcılar tarafından daha riskli görülmekte, şirketler de daha çok halka arz iskontosu yapmak durumunda kalmaktadırlar.

Yapılan bir başka araştırmada, arz öncesi şirket değerlemesini daha da tutarlı hale getirebilmek adına, farklı değerleme sistemlerinin birlikte kullanılarak hesaplama yapılmasının daha uygun olacağı önerilmiştir (Kim ve Ritter, 1999). Daha net değerlemesi yapılan şirketlerde, düşük fiyatlamanın daha az yaşandığı tespit edilmiştir. Bu açıdan, ilgili çalışma şirketlerin arz öncesi faaliyet süresinin düşük fiyatlamaya etkisini incelemiştir. Şirketler, faaliyet süreci bakımından 10 yaşından az ve fazla olmaları kıstasına göre iki grupta analiz edilmiştir. Daha köklü olan firmaların, genç firmalara kıyasla daha az düşük fiyatlama yaşadığı tespit edilmiştir. Şirket yaşı ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı araştırmalar Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** *Şirket yaşı ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiye odaklanan güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Chan vd. (2018) | Şirket yaşı arttıkça, düşük fiyatlamanın azaldığı belirlenmiştir. | Regresyon analizi | 1990-2010 | ABD | 1681 |
| Arora ve Singh (2019) | Düşük fiyatlama ile şirket yaşı arasında negatif ilişki olduğu saptanmıştır. | Regresyon analizi | 2012-2018 | Hindistan | 286 |
| Widarjo vd. (2020) | Şirket yaşı ile düşük fiyatlama arasında negatif ilişki tespit edilmiştir. | Regresyon analizi | 2000-2014 | Endonezya | 189 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Teti ve Montefusco (2021) | Düşük fiyatlamanın, şirket yaşı ile negatif korelasyona sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. | Regresyon analizi | 2000-2016 | İtalya | 128 |
| Salerno vd. (2022) | İlk halk arzlarda düşük fiyatlama ve arz firmasının yaşı arasında negatif ilişki gözlemlenmiştir. | Regresyon analizi | 2005-2019 | ABD ve Avrupa Ülkeleri | 4261 |

Ayrıca bir başka çalışmada ise Japonya'da halka arz edilmiş binin üzerindeki şirket incelenmiştir (Nagata, 2013). Sermaye piyasası yapısındaki kurallardan dolayı, halka arzın ortalama bir ülkeye göre daha zor olduğu belirtilen çalışmada Avrupa piyasalarında işlem gören şirketlerin ortalama yaşı 16 iken, Japonya piyasalarında işlem gören firmaların 25 yaşından daha büyük olduğu belirtilmiştir. İlgili çalışmada halka arz gerçekleştiren şirketlerin hemen hemen tamamının pozitif arz öncesi getiriye sahip olduğu belirlenmiştir. Bunda Japonya sermaye piyasalarında arz gerçekleştirebilmek için, belirli bir sınırın üzerinde kar ve vergi raporlama zorunluluğu olmasının önemli ölçüde etkisi bulunmaktadır.

### *2.2. Kültürel Uzaklık*

Sermaye piyasaları, milyonlarca yatırımcının eş zamanlı alım satım kararları ile şekillenmektedir. Farklı özelliklere sahip olan bu yatırımcıların insani boyutlarını hesaba katan ve kültürel farklılıkların yatırım kararlarına yansıması ve ilk halka arzlardaki düşük fiyatlama durumunu açıklamak üzerine birçok çalışma yapılmıştır. Çok uluslu bir şirketin işçileri üzerine yapılan çalışma, kültürü dört başlıkta incelemiştir (Hofstede, 2001). Sonrasında, kültürel rahatlık, maskülenlik, belirsizlikten kaçma, uzun vadeli oryantasyon, güç mesafesi ve belirsizlik başlıklarıyla bu çalışma güncellenerek ulusal kültür yeniden masaya yatırılmıştır (Hofstede, 2023). Yatırımcı davranışlarının çözümlenebilmesi adına, kültürel uzaklığın incelenmesi hayati önem taşımaktadır. İlgili çalışmanın sonuçlarına göre, Türkiye'de yaşayan kişilerin genel olarak belirsizliği sevmediği, geleneklerine çoğunlukla bağlı olduğu, uzun vadeyi çok hesaba katmadığı, bireysellik yerine grup üyesi olmayı tercih ettiği, hiyerarşiye bağlı olduğu ve aileye önem veren daha feminen bir yaşam tarzını benimsediği ortaya çıkmıştır. Bu altı başlıkta elde edilen skorlar her ülke için farklı olduğu için, kültürel uzaklığın yatırımcı davranışlarına da etki etmesi kaçınılmazdır.

Orijini farklı olmakla birlikte, başka bir ülkede halka arz gerçekleştiği durumlarda, sermaye piyasalarındaki yatırımcıların bu farklı kültürden gelen şirketin hisselerine verecekleri reaksiyon da bazı çalışmalarda ele alınmıştır (Fenn, 2000; Baker vd., 2002; Ball vd., 2018). Yapılan çalışmaların ortaya çıkardığı tablo, diğer ülke piyasasındaki yatırımcıların, ön-

cesinde kendi ülkesinde halka arz gerçekleştirmiş şirketlere daha olumlu yaklaştığı üzerinedir. Böylelikle sermaye piyasalarına gelen bu şirket hakkında daha çok veri elde edebilmektedirler. Ayrıca, şeffaflığın artmasının da etkisiyle, değişik kültürden gelen bu şirketin düşük fiyatlaması üzerindeki kültürel uzaklık sorunu da zayıflamaktadır.

Yapılan bazı araştırmalarda ise, halka arzlarda gerçekleşen düşük fiyatlama sorununda, ülkelere özgü parametrelerin etkileri incelenmiştir (Engelen ve Essen, 2010; Boulton vd., 2010). Farklı ülkelerin yönetimsel kalite anlayışlarının, yatırımcılar tarafından algılanan kültürel uzaklığı etkilediği ve sonuç olarak da düşük fiyatlamayı tetiklediği gözlemlenmiştir. Kültür ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı araştırmalar Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2.** *Kültür ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiye odaklanan güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Geng ve Tan (2021) | Ekonomik gelişmişlik düzeyinin, kültürel uzaklığın düşük fiyatlama üzerindeki negatif etkisini azalttığı belirlenmiştir. | Regresyon analizi | 2000-2018 | Çin, ABD, Singapur | 2429 |
| Baker vd. (2021) | Sürdürülebilirliğe önem veren kültürlerde, düşük fiyatlamanın daha az bir oranda yaşandığı belirlenmiştir. | Regresyon analizi | 2008-2018 | 36 Ülke | 7446 |
| Jamaani ve Ahmed (2022) | Kültürün psikolojik ve ekonomik etkisinin şirket, yüklenici ve tahmin edilen belirsizlik üzerinden düşük fiyatlamayı etkilediği belirlenmiştir. | Regresyon analizi | 1995-2016 | 22 Ülke | 10212 |
| Liu ve Chiang (2022) | Konfüçyanizmin düşük fiyatlamayı azalttığı sonucuna ulaşılmıştır. | Regresyon analizi | 2000-2017 | Çin | 2212 |
| Zhou vd. (2022) | Kültürün 3 boyutta incelendiği çalışmada, güven arttıkça düşük fiyatlamanın azaldığı tespit edilmiştir. | Regresyon analizi | 2000-2018 | 30 Ülke | 12015 |

Yatırımcıların kendi ülkelerinde merkezi olan şirketlerin halka arzlarında bile düşük fiyatlama gerçekleşmektedir. Bu sebeple, başka ülkede orijini olan şirketler için yatırımcılar daha çok bilgi talep etmektedirler. Kültürel bakış açılarının da yatırım davranışlarını yönlendirdiği bu süreçte, yabancı şirketlerin halka arzları daha riskli olarak algılanmaktadır (Gianetti ve Yafeh, 2012; Ball vd., 2018). Riskli görülen bu şirket hisselerinin halka arzlarında düşük fiyatlamaya daha sık rastlanmaktadır. Japonya menşeli şirketlerin, ABD piyasalarında gerçekleştirdiği halka arzlarda yaşanan düşük fiyatlama sorunu bu duruma örnek olarak verilebilir.

Bir diğer çalışma, kültürel uzaklığı bilgi asimetrisi üzerinden açıkla-

mıştır (Cai ve Zhu, 2015). Ülkeler arasındaki dil, muhasebe yönetimi, hukuki anlayış ve şeffaflık kriterleri değişebilmektedir. İşte bu genel değişim, topyekün olarak yatırımcılar üzerindeki bilgi asimetrisini körüklemektedir. İlgili çalışma, şirketlerin merkezinin bulunduğu ülkelerinde önceden arz gerçekleştiren ve gerçekleştirmeyen firmaların, yabancı ülkedeki halka arzlarına odaklanarak kültürel uzaklığın düşük fiyatlamadaki etkisini araştırmıştır. Öncesinde menşe ülkede arz gerçekleştiren firmaların halka arzlarında daha az bir oranda düşük fiyatlamaya rastlanmıştır. Ayrıca kültürel uzaklığın bir birim artması durumunda, düşük fiyatlamanın %12.4 yükseleceği tespit edilmiştir. Sonuç olarak, kültürel uzaklığın bilgi asimetrisini, bilgi asimetrisinin de düşük fiyatlamayı etkilediği belirtilmiştir.

### *2.3. Sıcak İlk Halka Arz Piyasaları*

Sermaye piyasalarında belirli dönemlerde gerçekleşen sıcak ilk halka arz dönemleri literatürde, volatilitenin daha çok hakim olduğu ilk halka arzlarda, ilk gün kazançlarının daha fazla olduğu dönemler olarak belirtilmektedir (Ibbotson ve Jaffe, 1975).

Aynı zamanda pazarın daha hareketli olduğu ve yukarı yönlü trendlerin sıklıkla yaşandığı durumlarda, piyasalardaki bu gelişmelerden pozitif olarak faydalanabilmek adına daha çok ilk halka arzın yaşandığı da gözlemlenmiştir (Lucas ve McDonald, 1990; Loughran ve Ritter, 2002; Lowry vd., 2010). Örnek vermek gerekirse, Çin'de sermaye piyasalarının yükseldiği 2007 yılında rekor ilk halka arz gerçeklemiştir.

Ayrıca modern finans yazını, aylık halka arz işlem hacimlerini baz almak suretiyle piyasaları sıcak ve soğuk piyasalar olarak ikiye ayırmıştır (Bayless ve Chapinsky, 1996; Alti, 2006). Bir başka çalışmada ise, 3 aylık hareketli ortalamalara göre ilk halka arz sıklıkları temelinde sıcak ve soğuk aylar tespit edilmiştir (Helwege ve Liang, 2004). Düşük fiyatlama ile sıcak ilk halka arz piyasaları arasındaki ilişkiyi araştıran bazı çalışmalar Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** *Sıcak arz piyasaları ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiye odaklanan güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Leow ve Lau (2018) | Sıcak periyotlarda düşük fiyatlamanın artan yatırımcı dalgasıyla tetiklendiği bulunmuştur. | Regresyon analizi | 2006-2011 | Malezya | 144 |
| Acedo-Ramírez vd. (2019) | Sıcak ilk halka arz dönemlerinde düşük fiyatlamanın arttığı gözlemlenmiştir. | Regresyon analizi | 2002-2009 | İngiltere | 662 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Ooi vd. (2019) | Düşük fiyatlamanın, soğuk periyotların aksine sıcak periyotlarda arttığı tespit edilmiştir. | Regresyon analizi | 2001-2013 | Japonya, Singapur, Hong Kong, Malezya | 112 |
| Kongkaew vd. (2021) | Sıcak dönemlerde ilgili sermaye piyasasında yapılan halka arzlarda düşük fiyatlamanın arttığı belirtilmiştir. | Regresyon analizi | 2013-2020 | Tayland | 80 |
| Tuncay vd. (2022) | Sıcak dönemlerde düşük fiyatlamanın artış gösterdiği saptanmıştır. | Olay çalışması | 2010-2017 | Türkiye | 119 |

Yine bir başka araştırma ise nakliye şirketlerinin ilk halka arzları üzerinden düşük fiyatlama sorununu incelemiştir (Grammenos ve Papapostolou, 2012). İlgili çalışmada, düşük fiyatlamaların neredeyse tamamının sıcak halka arz piyasalarında gerçekleştiği belirlenmiştir. Böylelikle de ABD sermaye piyasaları özelinde düşük fiyatlama ve sıcak piyasalar arasında aynı yönde bir ilişki olduğu bulunmuştur. Ek olarak, nakliye sektöründeki ilk halka arzların %84'lük bir kısmının, sıcak halka arz piyasaları döneminde gerçekleştiği de tespit edilmiştir.

### *2.4. Halka Açılma Oranı ve Değerleme*

İlk halka arzlarda, firmanın sermaye piyasalarında yeni yatırımcı ararken halka açtığı kısmın büyüklüğü de düşük fiyatlama çalışmalarına konu olmuştur. Yapılan bir çalışmada halka açılma oranının düşüklüğü, yatırımcılar tarafından şirketin ilk ortaklarının firmalarının gelecekte kar elde edeceklerine olan inancının büyüklüğü şeklinde yorumlanmaktadır (Leland ve Pyle, 1977). Bu sebeple de, halka açılma oranı büyük olan şirketlerin, düşük fiyatlama ile daha çok karşılaştıkları belirlenmiştir. İlk ortaklar tarafından alıkonan hisselerin, şirketlerin değerlenmesi ve işleme başlaması sürecindeki pozitif etkisine dair birçok çalışma bulunmaktadır (Downes ve Heinkel, 1982; How ve Low, 1993; Keasey ve McGuinness, 2008). Halka açılma oranı ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiyi analiz eden bazı araştırmalar Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4.** *Halka açılma oranı ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiye odaklanan güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Widarjo ve Bandi (2018) | Halka açılma oranı azaldıkça düşük fiyatlamanın gerilediği tespit edilmiştir. | Regresyon analizi | 2000-2014 | Endonezya | 86 |
| Kotlar vd. (2018) | Diğer şirketlerin aksine, aile şirketlerinde halka açılma oranı azaldığında düşük fiyatlamanın arttığı belirlenmiştir. | Regresyon analizi | 1995-2011 | 7 Avrupa Ülkesi | 1807 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Laokulrach (2019) | Eski ortakların arzdaki payları arttıkça, düşük fiyatlamanın gerilediği bulunmuştur. | Regresyon analizi | 2001-2014 | Tayland | 82 |
| Sundarasen (2019) | Arz öncesi ortakların payının çok olmasının bilgi asimetrisini ve dolayısıyla da düşük fiyatlamayı azalttığı gözlemlenmiştir. | Regresyon analizi | 2003-2012 | OECD Ülkeleri | 6182 |

Ek olarak, halka açılma oranının değerleme sürecine de etkisi araştırılmıştır (Clarkson vd., 1992; Li ve McConomy, 2004). Konu ile ilgili yapılan çalışmalarda, ilk firma değeri ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkinin varlığı birçok araştırmada ortaya konulmuştur (Allen ve Faulhaber, 1989; Welch, 1989).

*2.5. Kamu İlk Halka Arzları*

Düşük fiyatlama yazınında araştırılan bir diğer önemli konu ise kamu ile özel sektör ilk halka arzları arasındaki potansiyel farklılıklardır. Devletlerin kaynakları özel sektör ile kıyas kabul etmeyecek kadar çok olduğundan dolayı, çıkarttıkları finansal enstrümanları çok daha ucuza satıp, yatırımcılarına daha yüksek ilk gün getirisi vaat edebilirler. Bu süreç de düşük fiyatlama oranını artırmaktadır. Özel sektör firmalarının kar endişeleri yüksek olduğundan dolayı, düşük fiyatlamayı artıracak politikalar uygulamayı tercih etmezler.

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde gerçekleşen halka arzları inceleyen bir çalışmada, araştırma konusu hakkında çarpıcı sonuçlar elde edilmiştir (Dewenter ve Malatesta, 1997). İlgili çalışmaya göre, gelişmiş ülkelerde, sermaye piyasaları daha etkin ve şeffaf olduğundan dolayı daha az bir oranda düşük fiyatlama gerçekleşmektedir. Diğer taraftan, gelişmekte olan ülkelerde ise sermaye piyasaları belirsizlikler ve bilgi asimetrisi içermektedir. Bu sebeplerden dolayı gelişmekte olan ülkelerde, devletin geniş bir yatırımcı kitlesine ulaşabilmesi yüksek bir oranda düşük fiyatlama yapmasını gerektirebilmektedir. Devletler gerek ekonomik gerekse politik beklentilere cevap verme arzularının doğal bir sonucu olarak şirketlerinin hisselerini daha ucuza satmayı bir politika haline de getirebilirler (Jones vd., 1999).

Bu alandaki en ilginç örneklemi oluşturan ülke olarak karşımıza Çin çıkmaktadır. Bu ülkenin sermaye piyasalarında kamu şirketleri özel sektör şirketlerine kıyasla daha fazladır. Bu durumun gerçekleşmesinde, ilgili ülkenin sermaye piyasaları kanunlarının önemli ölçüde etkisi bulunmaktadır (Chen vd., 2009). Öncelikle belirtilmesi gereken husus, ilgili ülkenin sermaye piyasalarındaki kamu şirketleri mahalli ve merkezi olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu temel ayrım, ilgili kamu şirketlerinin düşük fiyatlama kadar yönetim ve kar payı prensiplerinin de farklılaşmasına sebebiyet vermektedir (Huang vd., 2011). Mahalli kamu şirketleri daha çok küçük

şirketler gibi pozisyon alırken, merkezi kamu şirketleri daha kurumsal ve büyük şirket görünümü verirler (Aharony vd., 2000). Kamusal ilk halka arzlar ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı araştırmalar Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5.** *Kamu arzları ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiye odaklanan güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Liu vd. (2020) | Kamu halka arzlarında düşük fiyatlamanın, özel sektör arzlarına kıyasla önemli ölçüde arttığı belirlenmiştir. | Regresyon analizi | 2005-2017 | Çin | 2131 |
| Tsai ve Huang (2021) | Halka arz şirketi içerisindeki devlet payının artmasının finansal raporlamayı etkilediği ve sonuç olarak da düşük fiyatlamayı artırdığı belirtilmiştir. | Regresyon analizi | 1996-2019 | Çin | 2666 |
| Hoque ve Mu (2021) | Gerçekleşen ilk halka arzlarda devlet kontrolü azaldıkça, düşük fiyatlamanın da azaldığı tespit edilmiştir. | Regresyon analizi | 1992-2012 | Çin | 1215 |
| Chen vd. (2022) | İlk halka arzlarda devlet kontrolü ile düşük fiyatlama arasında pozitif ilişki gözlemlenmiştir. | Regresyon analizi | 1990-2016 | 38 Ülke | 18304 |

Çin ilk halka arzları özelinde yapılan kapsamlı bir ilk halka arz çalışmasında mahalli ve merkezi kamu şirketlerinin halka arzları, özel sektör halka arzları ile karşılaştırılmıştır (Chen vd., 2015). Küçük şirket kategorisinde değerlendirilebilecek mahalli kamu şirketleri, özel şirketlere kıyasla %7 daha çok halka arz iskontosu uygulamaktadır. Merkezi kamu şirketlerinin ilk halka arzlarda gerçekleştirdiği iskonto ise, özel sektör halka arzlarına kıyasla %29 daha yüksektir. İlgili çalışma, kaynak erişimi daha çok olandan daha az olana doğru gittikçe düşük fiyatlamanın azaldığını gözler önüne sermiştir.

### *2.6. Analist Yorumları*

Halka arz süreci içerisinde, potansiyel yatırımcılarla iletişimin sağlıklı bir şekilde yürütülmesi, arzın başarısı açısından kritik önem taşımaktadır. Nihai hedefi şirket değerini artırmak olan finans perspektifinden bakıldığında, daha çok yatırımcının bildiği bir şirket nihayetinde daha değerli firma anlamına da gelebilmektedir (Merton, 1987). Halka arza aracılık eden firmaların, arz sürecinde pozitif bir domino etkisi oluşturabilmek adına analiz firmalarından destek aldıkları gözlemlenmektedir (Dunbar, 2000; Clarke vd., 2002).

Halka arz süreçlerinde, kendilerini daha iyi pazarlayabilmek ve daha çok yatırımcının radarına girebilmek adına şirketler, daha prestijli analist arayışına girmektedirler. Halka arz gerçekleştikten sonra da analistlerin süreçteki yadsınamaz rolleri bitmemektedir. Zira yeni halka arz edilmiş

hisseler nispeten daha oynak olduğu için, bu kağıtlar üzerinde alım baskısı oluşturarak hisse fiyatlarını artırmak önem kazanmaktadır (Aggarwal vd., 2002). Bu anlamda analistlerin pozitif yorumları, ilk halka arzların performansını olumlu yönde etkilemektedir (McNichols ve O'Brien, 1997).

Ayrıca, potansiyel yatırımcılar tarafından analistler etkin fiyatlanamamış finansal araçları belirlemede yetkin olarak tanındıklarından dolayı, düşük fiyatlamayı dolaylı olarak etkileyebilmektedirler (Sahoo, 2014). İlgili çalışmada, analist yorumlarının düşük fiyatlama üzerinde azaltıcı bir etki oluşturduğu tespit edilmiştir. Olumsuz yönde yapılan analist yorumlarıyla çıkan bir halka arzın, pozitif yorumlarla çıkana kıyasla daha büyük bir oranda düşük fiyatlama yaşadığı da belirlenmiştir. Ek olarak, arz günü için volatiliteyi düşürme ve likiditeyi artırmada da analist yorumlarının katkısı gözlemlenmiştir. Bu anlamda şirketlerin, düşük fiyatlama ve performans sorunlarını en aza indirgemeleri açısından analistler bir kalkan görevi üstlenebilmektedirler (James ve Karceski, 2006). Düşük fiyatlama ile analist yorumları arasındaki ilişkiyi araştıran bazı çalışmalar Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6.** *Analist yorumları ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiye odaklanan güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Dambra vd. (2018) | Analistler tarafından yapılan aşırı iyimser yorumların, düşük fiyatlamayı artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. | Regresyon analizi | 2004-2014 | ABD | 506 |
| Li vd. (2019) | Analistlerin rakip firmalara yaptığı olumsuz yorumların, ilgili arzın düşük fiyatlamasını artırdığı tespit edilmiştir. | Regresyon analizi | 2005-2013 | Çin | 1169 |
| Han ve Zhang (2021) | Sosyal medya analistlerinin yaptığı yorumların, ilk halka arzlarda düşük fiyatlamayı artırdığı bulunmuştur. | Regresyon analizi | 2006-2018 | ABD | 1065 |
| Peng vd. (2021) | Daha fazla profesyonel analist tarafından yorumlanmış şirketlerde, daha az bir oranda düşük fiyatlama yaşandığı gözlemlenmiştir. | Regresyon analizi | 2007-2015 | Çin | 1358 |

Yapılan bir çalışmada, analist tavsiyelerinin özellikle ilk işlem gününde kritik bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir (Moshirian vd., 2009). İlgili çalışmada, gelişmekte olan ülkelerde analist yorumlarına dayanan yatırımcı reaksiyonlarının daha fazla olduğu da belirtilmiştir. Ayrıca analistler, şirketin geleceği hakkında olumlu yorumlarda bulunarak, yatırımcı tabanını da genişletebilirler (Jegadeesh vd., 2004).

### *2.7. Halka Arz Öncesi Derecelendirme*

Arz öncesi şirket derecelendirmesi her ülkede karşılaşılan bir durum değildir. Bazı ülkelerin sermaye piyasaları, yatırımcıları korumak adına derecelendirmeyi zorunlu tutmuştur. Hindistan bu araştırma konusu için

en önemli araştırma alanını oluşturmaktadır. İlgili ülkede 2007 yılında zorunlu hale gelen derecelendirme, 2014 yılında arz şirketinin isteği halinde yapabileceği bir uygulamaya dönüşmüştür. Halka arz öncesi derecelendirme ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiyi analiz eden bazı araştırmalar Tablo 7'de verilmiştir.

**Tablo 7.** *Arz öncesi derecelendirme ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiye odaklanan güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Kashiramka (2018) | Arz öncesi derecelendirmenin, düşük fiyatlamayı minimize ettiği belirlenmiştir. | Regresyon analizi | 2007-2013 | Hindistan | 270 |
| Lu ve Samdani (2019) | Arz öncesi derecelendirmenin, kurumsal satışı artırdığı ve doğrudan olmasa da dolaylı olarak düşük fiyatlamaya etkide bulunduğu tespit edilmiştir. | Regresyon analizi | 2005-2013 | Hindistan | 312 |
| Bhattacharya vd. (2020) | Kalifiye kurumsal alıcıların yoğunlukta olduğu halka arzlarda, derecelendirme ile düşük fiyatlama arasında bir ilişki bulunamamıştır. | Regresyon analizi | 2009-2017 | Hindistan | 182 |
| Mahalakshmi (2021) | İstatistiksel olarak güçlü olmasa da, önemli oranda arz öncesi derecelendirme ve düşük fiyatlama arasında ilişki gözlemlenmiştir. | Regresyon analizi | 2007-2017 | Hindistan | 360 |

Belirsizlikler içeren halka arz süreçlerini daha şeffaf ve anlaşılır hale getirebilecek bu derecelendirme süreçleri bir araştırmada incelenmiş ve farklı tipteki spekülatörlerin talep miktarları üzerinde olumlu etki oluşturduğu gözlemlenmiştir (Krishnamurti vd., 2009). Ayrıca, derecelendirmenin düşük fiyatlama üzerindeki etkisi bir başka çalışmada incelenmiş ve yüksek puan alan firmaların, daha az başarılı puanlananlara kıyasla düşük fiyatlamayı baskılayabildikleri ortaya çıkmıştır (Deb ve Marisetty, 2010).

### *2.8. Gelir Yönetimi*

Yatırımcıların manipüle edilmemiş finansal bilgilere ulaşması, onların daha optimum karar vermelerini kolaylaştırmaktadır. Bu amaçla yapılan bir çalışmada, şeffaflık standartlarını sağlayamamış ve bu sebeple de güven vermeyen firmaların daha yüksek oranda düşük fiyatlama yaşadıklarını ortaya koymuştur (Ljungqvist, 2007). Bilgi eşitsizliğinin ortaya çıkardığı bu durum, aynı zamanda yatırımcıların belirsizliğe karşı verdikleri bir reaksiyon olarak da değerlendirilebilir (Beatty ve Ritter, 1986). Gelir yönetimi ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı araştırmalar Tablo 8'de verilmiştir.

**Tablo 8.** *Gelir yönetimi ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiye odaklanan güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Zhang (2021) | Yüksek gelir manipülasyonu yapılan arzlarda daha sık düşük fiyatlamaya rastlandığı belirtilmiştir. | Regresyon analizi | 2013-2019 | Çin | 1324 |
| Pandey ve Pattanayak (2022) | Gelir manipülasyonu ile düşük fiyatlama arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. | Regresyon analizi | 2007-2015 | Hindistan | 165 |

İnternet ve iletişim teknolojilerinin yaygın olmadığı süreçte yapılan çalışmalarda gelir yönetiminin hisse satımını olumlu yönde etkilediğini göstermiştir (Teoh vd., 1998; DuCharme vd., 2001). Fakat bilgiye erişimin daha kolay hale gelmesiyle birlikte yapılan çalışmalar artık aksi istikamette sonuçlar üretmeye başlamıştır (Fan, 2007; Ball ve Shivakumar, 2008).

Bir çalışmada, kurumsal anlamda şeffaf bir politika izlemeyi standart haline getirebilmiş ülkelerde gerçekleşen ilk halka arzlarda, daha az oranda düşük fiyatlama yaşandığı ortaya konmuştur (Boulton vd., 2011). Bu durum da, düşük fiyatlamanın belirsizlikle aynı yönde ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir (Ljungqvist, 2007).

Yine düşük fiyatlama üzerine yapılan başka bir araştırmada ise gelir manipülasyonun düşük fiyatlamayı artırdığı sonucuna ulaşılmıştır (Nagata, 2013). Sermaye piyasalarına giriş açısından çok rekabetçi kuralları olan Japonya'da gerçekleştirilen çalışmada, gelir manipülasyonu yaptığından kuşkulanılan şirketlerde daha büyük bir oranda düşük fiyatlama gerçekleştiği tespit edilmiştir.

### *2.9. Elde Tutma Süresi*

Hisse senedini çıkaran şirketin ilk ortakları, hisse senetlerini kar amaçlı satıp elden çıkartmayacaklarına dair bir güvence verdiklerinde, yatırımcılar bu durumda kendilerini daha güvende hissetmektedirler. Böylelikle dünya sermaye piyasalarında genellikle 6 ay ile 2 sene arasında değişen elde tutma süresinin kullanılarak halka arzların gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu elde tutma süresince, arzı gerçekleştirilen şirketin hisseleri çok yükselse bile, ortaklar hisselerini satamayacaklarından dolayı ahlaki tehlike minimuma indirgenmekte ve yatırımcılar açısından daha şeffaf bir ortam yaratılmış olmaktadır. Zira ahlaki tehlike, düşük fiyatlamayı tetiklemektedir (Brau vd., 2005). Bu perspektiften bakıldığında elde tutma süreci, halka arzlarda önemli bir mekanizma olarak kullanılmaktadır (Brav ve Gompers, 2003). Ayrıca ilgili çalışmada, elde tutma süreci ile ahlaki tehlike arasında da bir güçlü ilişki tespit edilmiştir. Düşük fiyatlama ile elde tutma süreci arasındaki ilişkiye odaklanan bazı araştırmalar Tablo 9'da verilmiştir.

**Tablo 9.** *Elde tutma süresi ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiye odaklanan güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Mehmood vd. (2022) | Elde tutma süresi arttıkça, düşük fiyatlamanın da arttığı gözlemlenmiştir. | Regresyon analizi | 1996-2018 | Pakistan | 111 |
| Lee (2022) | Düşük fiyatlama ile elde tutma süresi arasında negatif ilişki tespit edilmiştir. | Regresyon analizi | 2006-2019 | Güney Kore | 633 |
| Boulton vd. (2020) | Elde tutma süresi ile düşük fiyatlama arasında negatif yönde bir ilişki bulunmuştur. | Regresyon analizi | 1998-2018 | 36 Ülke | 17151 |

Yapılan çalışmalarda genellikle elde tutma sürecinin düşük fiyatlama üzerindeki etkisi asimetrik bilgi ve ahlaki tehlike aracılığıyla incelenmiştir. Bu anlamda çalışmalarda elde tutma sürecinin asimetrik bilgiyi ve dolayısıyla da düşük fiyatlamayı azalttığı tespit edilmiştir (Benveniste ve Spindt, 1989; Brau vd., 2005). Bir diğer çalışmada ise asimetrik bilgi ve ahlaki tehlikenin farklı zamanlarda firmalar için kritik hale gelebildiği belirlenmiştir (Yung ve Zender, 2010).

Bir çalışmada ise İngiltere'de gerçekleşen ilk halka arzlar incelenmiş ve bilgi asimetrisi ile düşük fiyatlama, ahlaki tehlike ile de elde tutma süresi arasında ilişki tespit edilmiştir (Hoque, 2014). Ayrıca ilgili çalışma, elde tutma süresi ve düşük fiyatlama arasında negatif ilişki olduğunu belirlemiştir. Elde tutma süresinin artması, yatırımcılar perspektifinde pozitif bir algı oluşturduğundan dolayı düşük fiyatlamayı azalmaktadır.

### *2.10. Yatırımcı Duygusu*

Yatırımcılar sermaye piyasaları işlemlerinde geleneksel finansın açıkladığı gibi her zaman rasyonel davranamayabilirler. Duygusal boyutlarına hitap eden olaylar, yatırım davranışlarına da yansıyabilir. Bilginin finansal paydaşlar arasında eşit dağılmadığı bir sermaye piyasasında yatırımcılar, bu bilgi eksikliğini duygularını bir parça daha fazla devreye sokarak tamamlamaya çalışmaktadırlar. Bilindiği üzere, asimetrik bilgi gürültülü işlemlere sebebiyet vermektedir (Black, 1986). Yatırımcı duygusu ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiyi inceleyen bazı çalışmalar Tablo 10'da verilmiştir.

**Tablo 10.** *Yatırımcı duygusu ile düşük fiyatlama arasındaki ilişkiye odaklanan güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Chahine vd. (2020) | Yatırımcı ilişkileri firmaları aracılığıyla yönlendirilen yatırımcı duyguları arttığında, düşük fiyatlamanın da arttığı gözlemlenmiştir. | Regresyon analizi | 2006-2016 | ABD | 769 |
| Zou vd. (2020) | Yatırımcı duygusallığının düşük fiyatlamayı tetiklediği belirlenmiştir. | Regresyon analizi | 2006-2016 | Çin | 755 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Dong ve Huang (2022) | Yatırımcı duygusu ve pazar spekülasyonu arttığında, düşük fiyatlama sıklığı da artmaktadır. | Regresyon analizi | 2009-2018 | Çin | 735 |
| Gupta vd. (2022) | Medya aracılığıyla artan yatırımcı duygusunun, düşük fiyatlamayı artırdığı tespit edilmiştir. | Robust regresyon | 2009-2018 | Hindistan | 222 |

Gürültülü işlemler, sermaye piyasalarında sağlıklı bir fiyatlama olmasının da önüne geçtiği için düşük fiyatlamayı artırmaktadır (Brown ve Cliff, 2002; Baker ve Wurglar, 2006). Bu sebeple yatırımcı duygusunun arttığı durumlarda düşük fiyatlamanın da tetiklendiği belirtilmektedir (Zhu vd., 2015).

Ayrıca yapılan bazı çalışmalarda, pozitif yatırımcı duygusunun da etkisiyle düşük fiyatlama sorununun arttığı tespit edilmiştir (Cao ve Dong, 2006; Jiang, 2007).

*2.11. Diğer Faktörler*

Halka arz fiyatının daha etkin bir şekilde belirlenebilmesinde, arz öncesi finansal tabloların hiç kuşkusuz önemli yeri vardır (Kim vd., 1995; Klein, 1996). Sermaye yapısı kararı olarak alınan borç ya da sermaye kararları düşük fiyatlama üzerinde etki gösterebilmektedir. Ayrıca halka arz öncesi piyasa getiri ve volatilitesinin de düşük fiyatlamayı açıklayan değişkenler olduğu, Fransa'da gerçekleşen ilk halka arzları inceleyen bir çalışmada ortaya konmuştur (Derrien ve Womack, 2003).

Şirketlerin, halka arz süreçlerinde aracılık yapan bankalarla profesyonel ve köklü bir geçmişe sahip olduklarının bilinmesi, yatırımcı cephesinde oldukça olumlu karşılanmaktadır. Aracılık faaliyetlerini yönlendirecek bankalarla ilişki seviyesi arttığı ölçüde, şirketlerin daha azalan bir oranda düşük fiyatlama ile karşı karşıya kaldığı tespit edilmiştir (Schenone, 2004). Daha uzun ve uyumlu geçmiş, finansal paydaşlar arasında bilgi asimetrisinin azalması olarak da yorumlanabilir.

Ayrıca analistlerin yorum sayısı, yorumlarındaki çeşitlilik, bankalar ile olan profesyonel ilişki düzeyleri ve verdikleri skorların düşük fiyatlama üzerindeki etkisine odaklanan çalışmalar da bulunmaktadır (Aggarwal vd., 2002; Das vd., 2006; Degeorge vd., 2007; Bowen vd., 2008). Analistlerin profesyonel düzeyde içerilerinde bulundukları networklerden dolayı daha geniş bir yelpazede bilgi sunabilecekleri düşüncesi, yatırımcılara güven vermektedir. Bu çalışmalarda, analist yorumlarının sayısı arttıkça bilgi çeşitliliğini artırdığı, arz günü için etkin fiyatlama sağladığı ve düşük fiyatlamayı azalttığı belirlenmiştir. Ayrıca, analistlerin yorumları arasında farklılık azaldıkça, bu durumun düşük fiyatlamayı baskıladığı sonucuna ulaşılmıştır (Bowen vd., 2008). Düşük fiyatlamanın arka planını birçok farklı faktör üzerinden araştıran bazı çalışmalar Tablo 11'de verilmiştir.

**Tablo 11.** *Düşük fiyatlama ile ilgili yapılan diğer güncel çalışmalar*

| Yazarlar | Önemli Bulgular | Analiz Yöntemi | İncelenen Periyot | Ülke | Örneklem B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Bandi vd. (2020) | Aracılık yüklenicisinin şöhreti arttıkça, düşük fiyatlamanın baskılandığı sonucuna ulaşılmıştır. | Regresyon analizi | 2010-2017 | Endonezya | 163 |
| Guo vd. (2021) | ARGE harcamalarındaki artışın düşük fiyatlamayı artırdığı sonucuna erişilmiştir. | Regresyon analizi | 2009-2018 | Çin | 715 |
| Wang ve Wang (2021) | İlk gün fiyat limiti konulmasının, beklenenin aksine, düşük fiyatlamayı artırdığı görülmüştür. | Regresyon analizi | 2004-2018 | Çin | 2329 |
| Wei vd. (2022) | Düzenleyici mevzuat kalitesi arttıkça, düşük fiyatlamanın azaldığı tespit edilmiştir. | Regresyon analizi | 2000-2017 | Hong Kong | 986 |
| Boulton (2022) | Ekonomik politika belirsizliğinin, düşük fiyatlamayı tetiklediği bulunmuştur. | Regresyon analizi | 1998-2018 | 22 Ülke | 13426 |

Firmanın sermaye olarak büyüklüğü de düşük fiyatlama çalışmalarında işlenmiştir. Küçük firmaların daha riskli olarak algılanmalarından dolayı çoğunlukla düşük fiyatlama yaşadığı, göreceli olarak daha büyük şirketlerde ise nispeten daha az düşük fiyatlama gözlemlendiği çalışmalarda belirtilmektedir (Beatty ve Ritter, 1986; Ting ve Tse, 2006).

Ayrıca, yatırımcılar tarafından finansal yetkinlik anlamında önemli bir eşiği aştığı düşünüldüğünden dolayı risk sermayeli ilk halka arzlarda düşük fiyatlama daha az gerçekleşmektedir (Megginson ve Weiss, 1991). Risk sermayesinin belirsizliği düşürdüğü ve düşük fiyatlamayı baskıladığı başka bir çalışmada incelenmiştir (Belghitar ve Dixon, 2012). Yine başka bir araştırmada, risk sermayesi ile ilişkili olan ilk halka arzların olmayanlara kıyasla daha az bir oranda düşük fiyatlama yaşadığı tespit edilmiştir (Sahoo, 2014).

Gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru gidildikçe düşük fiyatlamanın artmasının, sermaye piyasalarında halka arzların değerlenmesine ilişkin belirsizliklerin de artması sebebiyle olduğu belirtilmektedir (Dewenter ve Malatesta, 1997).

Bilgi asimetrisinin yüksek olarak hissedildiği ülkelerde halka arz süreçlerinde gerçek şirket değeri konusunda belirsizlikler olduğundan dolayı, firmalar gerçek değerlerinin altında arz yaparak hacimlerini artırmaya çalışmakta ve sonuç olarak da ilk işlem günü sonunda düşük fiyatlama gerçekleşmektedir (Loughran ve Ritter, 2004).

Yapılan bir çalışmada, yatırımcıların pozitif beklentilerinin de etkisiyle ilk işlem gününde hisse senetleri üzerinde alım baskılarını artırarak düşük fiyatlama oluşturduğu sonucuna ulaşılmıştır (Ljungqvist vd., 2006). Yine bir çalışmada, arz öncesi teklif fiyatları ile düşük fiyatlama arasında doğru yönde ilişki tespit edilmiştir (Cornelli vd., 2006). Sermaye piyasa-

larında uygulanan ve volatiliteyi düşürerek istikrarı artırmayı amaçlayan kısa pozisyon alma kısıtları, bir şirketle ilgili negatif düşüncelere sahip olan yatırımcıları satış konusunda baskılarken, alım yönünde bir kısıt olmamasından dolayı pozitif düşünceli yatırımcılar hisse fiyatını ilk işlem gününde yukarı yönlü hareket ettirmektedir (Derrien, 2005; Zhu vd., 2015). Bu durum da düşük fiyatlamayı beraberinde getirmektedir.

## SONUÇ

Son yıllarda pandeminin de getirmiş olduğu şoktan sonra, sermaye piyasalarına önemli ölçüde bir yöneliş olmuştur. Dünya genelinde hisse senetleri piyasalarındaki yatırımcı sayısı artmış ve rekor düzeyde ilk halka arzlar gerçekleşmiştir. Örneğin, ABD borsalarındaki yıllık ilk halka arz sayısı 2020'de 165 iken, bu rakam 2021'de neredeyse ikiye katlanarak 311 olmuştur. Borsa İstanbul'da ise 2020'de 8 ilk halka arz gerçekleşmişken, bu sayı 2021'de 53'e, 2022'de 41'e ulaşmıştır.

Finansal piyasaların gelişmesi ve dijitalize olması sonrasında coin piyasaları ortalama yatırımcıların dikkatini çekmiş olmakla birlikte, bu piyasaların hukuki düzenlemelerinin net olmaması ve manipülasyona yatkın olmaları gibi sebepler, yatırımcıları hisse senetleri piyasalarına yönlendirmektedir. Öyle ki, 2020'de 2 milyon olan bakiyeli yatırımcı sayısı, 2022 sonunda 4 milyona ulaşmıştır. Bu gelişmeler ışığında, ilk halka arzların araştırılması hayati önem kazanmaktadır.

Bu çalışmada, farklı ülke sermaye piyasalarını inceleyen ve Web of Science ile alan endekslerinde taranan 100'ün üzerindeki araştırma incelenmiş ve dünya genelinde pandemi gibi varlık gösteren düşük fiyatlama sorunu ile ilgili genel bir literatür perspektifi verilmiştir. Özellikle hukuki prosedürlerinin oturmasıyla beraber ilk coin arzları da ilerde incelemeye değer bir konu olarak karşımıza çıkacaktır. Böylelikle, gelecekte yapılacak çalışmalarda aynı sene gerçekleşen ilk halka arz ve coin arzlarındaki düşük fiyatlama sorunu karşılaştırmalı olarak incelenebilir.

# KAYNAKÇA


Acedo-Ramírez, M. Á., Díaz-Mendoza, A. C., & Ruiz-Cabestre, F. J. (2019). IPO underpricing in the second and main markets: The case of the London Stock Exchange. *International Finance*, *22*(1), 103-117.

Aggarwal, R. K., Krigman, L., & Womack, K. L. (2002). Strategic IPO underpricing, information momentum, and lockup expiration selling. *Journal of Financial Economics*, *66*(1), 105-137.

Aharony, J., Lee, C. W. J., & Wong, T. J. (2000). Financial packaging of IPO firms in China. *Journal of Accounting Research*, *38*(1), 103-126.

Allen, F., & Faulhaber, G. R. (1989). Signalling by underpricing in the IPO market. *Journal of Financial Economics*, *23*(2), 303-323.

Alti, A. (2006). How persistent is the impact of market timing on capital structure?. *The Journal of Finance*, *61*(4), 1681-1710.

Arora, N., & Singh, B. (2019). Impact of auditor and underwriter reputation on underpricing of SME IPOs in India. *Management and Labour Studies*, *44*(2), 193-208.

Baker, H. K., Nofsinger, J. R., & Weaver, D. G. (2002). International cross-listing and visibility. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, *37*(3), 495-521.

Baker, M., & Wurgler, J. (2006). Investor sentiment and the cross-section of stock returns. *The journal of Finance*, *61*(4), 1645-1680.

Baker, E. D., Boulton, T. J., Braga-Alves, M. V., & Morey, M. R. (2021). ESG government risk and international IPO underpricing. *Journal of Corporate Finance*, *67*, 101913.

Ball, R., & Shivakumar, L. (2008). Earnings quality at initial public offerings. *Journal of Accounting and Economics*, *45*(2-3), 324-349.

Ball, R. T., Hail, L., & Vasvari, F. P. (2018). Equity cross-listings in the US and the price of debt. *Review of Accounting Studies*, *23*, 385-421.

Bandi, Widarjo, W., & Trinugroho, I. (2020). The lead underwriter reputation and underpricing: study of company's IPO in Indonesia. *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies*, *13*(3), 244-255.

Bayless, M., & Chaplinsky, S. (1996). Is there a window of opportunity for seasoned equity issuance?. *The Journal of Finance*, *51*(1), 253-278.

Beatty, R. P., & Ritter, J. R. (1986). Investment banking, reputation, and the underpricing of initial public offerings. *Journal of Financial Economics*, *15*(1-2), 213-232.

Belghitar, Y., & Dixon, R. (2012). Do venture capitalists reduce underpricing and underperformance of IPOs?. *Applied Financial Economics*, *22*(1), 33-44.

Benveniste, L. M., & Spindt, P. A. (1989). How investment bankers determine

the offer price and allocation of new issues. *Journal of financial Economics*, *24*(2), 343-361.

Bhattacharya, A., Chakrabarti, B. B., Ghosh, C., & Petrova, M. (2020). Innovations in financing: The impact of anchor investors in Indian IPOs. *European Financial Management*, *26*(4), 1059-1106.

Black, F. (1986). Noise. *The Journal of Finance*, *41*(3), 528-543.

Black, B. S. (2000). The legal and institutional preconditions for strong securities markets. *UCla l. rev.*, *48*, 781.

Boulton, T. J., Smart, S. B., & Zutter, C. J. (2010). IPO underpricing and international corporate governance. *Journal of International Business Studies*, *41*, 206-222.

Boulton, T. J., Smart, S. B., & Zutter, C. J. (2011). Earnings quality and international IPO underpricing. *The Accounting Review*, *86*(2), 483-505.

Boulton, T. J., Smart, S. B., & Zutter, C. J. (2020). Worldwide short selling regulations and IPO underpricing. *Journal of Corporate Finance*, *62*, 101596.

Boulton, T. J. (2022). Economic policy uncertainty and international IPO underpricing. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, *81*, 101689.

Bowen, R. M., Chen, X., & Cheng, Q. (2008). Analyst coverage and the cost of raising equity capital: Evidence from underpricing of seasoned equity offerings. *Contemporary Accounting Research*, *25*(3), 657-700.

Brau, J. C., Lambson, V. E., & McQueen, G. (2005). Lockups revisited. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, *40*(3), 519-530.

Brav, A., & Gompers, P. A. (2003). The role of lockups in initial public offerings. *The Review of Financial Studies*, *16*(1), 1-29.

Brown, G. W., & Cliff, M. T. (2005). Investor sentiment and asset valuation. *The Journal of Business*, *78*(2), 405-440.

Cai, K., & Zhu, H. (2015). Cultural distance and foreign IPO underpricing variations. *Journal of Multinational Financial Management*, *29*, 99-114.

Cao, F., & Dong, X. (2006). Empirical analysis on reasonableness of IPO pricing in China. *J. Fin. Econ*, *6*, 4-14.

Chahine, S., Colak, G., Hasan, I., & Mazboudi, M. (2020). Investor relations and IPO performance. *Review of Accounting Studies*, *25*, 474-512.

Chan, C. S. R., Park, H. D., & Patel, P. (2018). The effect of company name fluency on venture investment decisions and IPO underpricing. *Venture Capital*, *20*(1), 1-26.

Chen, G., Firth, M., & Xu, L. (2009). Does the type of ownership control matter? Evidence from China's listed companies. *Journal of Banking & Finance*, *33*(1), 171-181.

Chen, Y., Wang, S. S., Li, W., Sun, Q., & Tong, W. H. (2015). Institutional environment, firm ownership, and IPO first-day returns: Evidence from China. *Journal of Corporate Finance*, *32*, 150-168.

Chen, Y., Chui, A. C., Goyal, A., & Veeraraghavan, M. (2022). Societal secrecy and IPO underpricing. *Journal of Corporate Finance*, *76*, 102257.

Clarke, J., Dunbar, C. G., & Kahle, K. M. (2002). All-star analyst turnover, investment bank market share, and the performance of initial public offerings. *SSRN*, *350682*.

Clarkson, P. M., Dontoh, A., Richardson, G., & Sefcik, S. E. (1992). The voluntary inclusion of earnings forecasts in IPO prospectuses. *Contemporary Accounting Research*, *8*(2), 601-616.

Cornelli, F., Goldreich, D., & Ljungqvist, A. (2006). Investor sentiment and pre-IPO markets. *The journal of finance*, *61*(3), 1187-1216.

Dambra, M., Field, L. C., Gustafson, M. T., & Pisciotta, K. (2018). The consequences to analyst involvement in the IPO process: Evidence surrounding the JOBS Act. *Journal of Accounting and Economics*, *65*(2-3), 302-330.

Das, S., Guo, R. J., & Zhang, H. (2006). Analysts' selective coverage and subsequent performance of newly public firms. *The Journal of Finance*, *61*(3), 1159-1185.

Deb, S., & Marisetty, V. (2010). Information Content Of IPO Grading, *Journal of Banking and Finance*, Cilt: 34/9, 2011–2306.

Degeorge, F., Derrien, F., & Womack, K. L. (2007). Analyst hype in IPOs: explaining the popularity of bookbuilding. *The Review of Financial Studies*, *20*(4), 1021-1058.

Derrien, F., & Womack, K. L. (2003). Auctions vs. book-building and the control of underpricing in hot IPO markets. *The Review of Financial Studies*, *16*(1), 31-61.

Derrien, F. (2005). IPO pricing in "hot" market conditions: Who leaves money on the table?. *The journal of finance*, *60*(1), 487-521.

Dewenter, K. L., & Malatesta, P. H. (1997). Public offerings of state-owned and privately-owned enterprises: an international comparison. *The Journal of Finance*, *52*(4), 1659-1679.

Dong, Y., & Huang, J. (2022). Price limits, investor sentiment, and initial public offering underpricing: A quasi-natural experiment based on ChiNext. *Emerging Markets Review*, 100893.

Downes, D. H., & Heinkel, R. (1982). Signaling and the valuation of unseasoned new issues. *The Journal of Finance*, *37*(1), 1-10.

DuCharme, L. L., Malatesta, P. H., & Sefcik, S. E. (2001). Earnings management: IPO valuation and subsequent performance. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, *16*(4), 369-396.

Dunbar, C. G. (2000). Factors affecting investment bank initial public offering market share. *Journal of Financial Economics*, *55*(1), 3-41.

Engelen, P. J., & Van Essen, M. (2010). Underpricing of IPOs: Firm-, issue-and country-specific characteristics. *Journal of Banking & Finance*, *34*(8), 1958-1969.

Fan, Q. (2007). Earnings management and ownership retention for initial public offering firms: Theory and evidence. *The Accounting Review*, *82*(1), 27-64.

Fenn, G. W. (2000). Speed of issuance and the adequacy of disclosure in the 144A high-yield debt market. *Journal of Financial Economics*, *56*(3), 383-405.

Geng, P., & Tan, Q. (2021). Cultural values, economic growth, and international IPO underpricing: Evidence from Chinese companies. *Journal of Business Economics and Management*, *22*(2), 537-556.

Giannetti, M., & Yafeh, Y. (2012). Do cultural differences between contracting parties matter? Evidence from syndicated bank loans. *Management Science*, *58*(2), 365-383.

Grammenos, C. T., & Papapostolou, N. C. (2012). US shipping initial public offerings: Do prospectus and market information matter?. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, *48*(1), 276-295.

Guo, X., Li, K., Yu, S., & Wei, B. (2021). Enterprises' R&D investment, venture capital syndication and IPO underpricing. *Sustainability*, *13*(13), 7290.

Gupta, V., Singh, S., & Yadav, S. S. (2022). The impact of media sentiments on IPO underpricing. *Journal of Asia business studies*, *16*(5), 786-801.

Han, Y., & Zhang, C. (2021). Does Social Media Analyst Coverage Affect IPO Underpricing?. *SSRN*, *3971234*.

Helwege, J., & Liang, N. (2004). Initial public offerings in hot and cold markets. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, *39*(3), 541-569.

Hofstede, G. H. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. Sage, United States.

Hofstede, G. H. (2023). Country Comparisons: Hofstede Insights https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/turkey/. (21.01.2023).

Hoque, H. (2014). Role of asymmetric information and moral hazard on IPO underpricing and lockup. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, *30*, 81-105.

Hoque, H., & Mu, S. (2021). Does a reduction of state control affect IPO underpricing? Evidence from the Chinese A-share market. *Journal of International Money and Finance*, *115*, 102384.

How, J. C., & Low, J. G. (1993). Fractional ownership and underpricing: signals of IPO firm value?. *Pacific-Basin Finance Journal*, *1*(1), 47-65.

Ibbotson, R. G., & Jaffe, J. F. (1975). "Hot issue" markets. *The Journal of Finance*, *30*(4), 1027-1042.

Jamaani, F., & Ahmed, A. D. (2022). The psychological and economic roles of culture on global underpricing difference: A new hierarchical evidence. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, *33*, 100615.

James, C., & Karceski, J. (2006). Strength of analyst coverage following IPOs. *Journal of Financial Economics*, *82*(1), 1-34.

Jegadeesh, N., Kim, J., Krische, S. D., & Lee, C. M. (2004). Analyzing the analysts: When do recommendations add value?. *The Journal of Finance*, *59*(3), 1083-1124.

Jiang, H. (2007). Stock price analysis in a non-effective A-shares market. *J. Financ. Rev*, *8*, 90-102.

Jones, S. L., Megginson, W. L., Nash, R. C., & Netter, J. M. (1999). Share issue privatizations as financial means to political and economic ends. *Journal of Financial Economics*, *53*(2), 217-253.

Kashiramka, S., Thomas, N. M., Yadav, S. S., & Rao, N. M. (2018). An assessment of the role of IPO grades in improving investor confidence: Evidence from India. *South Asian Journal of Management*, *25*(3), 32.

Keasey, K., & McGuinness, P. B. (2008). Firm value and its relation to equity retention levels, forecast earnings disclosures and underpricing in initial public offerings in Hong Kong. *International Business Review*, *17*(6), 642-662.

Kim, J. B., Krinsky, I., & Lee, J. (1995). The role of financial variables in the pricing of Korean initial public offerings. *Pacific-Basin Finance Journal*, *3*(4), 449-464.

Kim, M., & Ritter, J. R. (1999). Valuing ipos. *Journal of Financial Economics*, *53*(3), 409-437.

Klein, A. (1996). Can investors use the prospectus to price initial public offerings. *The journal of financial statement analysis*, *2*(1), 23-39.

Kongkaew, T., Tongkong, S., & Ngudgratoke, S. (2021). Moderating effects of founders' role on the influence of internationalization on IPO performance of listed companies in Thailand. *International Journal of Financial Studies*, *9*(3), 37.

Kotlar, J., Signori, A., De Massis, A., & Vismara, S. (2018). Financial wealth, socioemotional wealth, and IPO underpricing in family firms: A two-stage gamble model. *Academy of Management Journal*, *61*(3), 1073-1099.

Krishnamurti, C., Thong, T. Y., & Vishwanath, S. R. (2009). Does certification work in emerging markets? Evidence from the Indian IPO market. *Proceedings of the 2009 JCF Conference on Emerging Market Corporate Finance*, Ocak.

Laokulrach, M. (2019). Operating performance of SMEs in Thailand after going public. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, *14*(1), 1-13.

Lee, Y. (2022). The Signaling Role of IPO Lockups: Evidence from SMEs in Ko-

rea. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies*.

Leland, H. E., & Pyle, D. H. (1977). Informational asymmetries, financial structure, and financial intermediation. *The Journal of Finance*, *32*(2), 371-387.

Leow, H. W., & Lau, W. Y. (2018). The impact of global financial crisis on IPO underpricing in Malaysian stock market. *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, *21*(04), 1850023.

Li, Y., & McConomy, B. J. (2004). Simultaneous signaling in IPOs via management earnings forecasts and retained ownership: An empirical analysis of the substitution effect. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, *19*(1), 1-28.

Li, Y., Shen, D., Wang, P., & Zhang, W. (2019). Do analyst recommendations matter for rival companies?. *International Review of Financial Analysis*, *65*, 101380.

Liu, J., Uchida, K., & Li, Y. (2020). Provincial economic performance and underpricing of IPOs: Evidence from political interventions in China. *Economic Modelling*, *86*, 274-285.

Liu, H., & Chiang, Y. M. (2022). Confucianism and IPO underpricing. *Pacific-Basin Finance Journal*, *71*, 101701.

Ljungqvist, A., Nanda, V., & Singh, R. (2006). Hot markets, investor sentiment, and IPO pricing. *the Journal of Business*, *79*(4), 1667-1702.

Ljungqvist, A. (2007). IPO underpricing. *Handbook of Empirical Corporate Finance*, 375-422.

Loughran, T., & Ritter, J. R. (2002). Why don't issuers get upset about leaving money on the table in IPOs?. *The Review of Financial Studies*, *15*(2), 413-444.

Loughran, T., & Ritter, J. R. (2004). Why has IPO underpricing changed over time?. *Financial management*, 5-37.

Lowry, M., Officer, M. S., & Schwert, G. W. (2010). The variability of IPO initial returns. *The Journal of Finance*, *65*(2), 425-465.

Lu, Y., & Samdani, T. (2019). The economic role of institutional investors in auction IPOs. *Journal of Corporate Finance*, *56*, 267-281.

Lucas, D. J., & McDonald, R. L. (1990). Equity issues and stock price dynamics. *The Journal of Finance*, *45*(4), 1019-1043.

Mahalakshmi, B. S., Gupta, J., Kashiramka, S., & Jain, P. K. (2021). Do IPO certification mechanisms work? Empirical evidence from India. *Global Business Review*, 09721509211019707.

McNichols, M., & O'Brien, P. C. (1997). Self-selection and analyst coverage. *Journal of Accounting Research*, *35*, 167-199.

Megginson, W. L., & Weiss, K. A. (1991). Venture capitalist certification in initial public offerings. *The journal of finance*, *46*(3), 879-903.

Mehmood, W., Mohd-Rashid, R., Ahmad, A. H., & Amin, S. (2022). Sponsor ownership and IPO initial return: evidence from Pakistan stock exchange. *Pacific Accounting Review*, *34*(1), 105-126.

Merton, R. C. (1987). A simple model of capital market equilibrium with incomplete information, *Journal of Finance*, *42*(3), 483-510.

Moshirian, F., Ng, D., & Wu, E. (2009). The value of stock analysts' recommendations: Evidence from emerging markets. *International Review of Financial Analysis*, *18*(1-2), 74-83.

Nagata, K. (2013). Does earnings management lead to favorable IPO price formation or further underpricing? Evidence from Japan. *Journal of Multinational Financial Management*, *23*(4), 301-313.

Ooi, J. T., Mori, M., & Wong, W. C. (2019). Rationale behind IPO underpricing: evidence from Asian REIT IPOs. *Real Estate Economics*, *47*(1), 104-137.

Pandey, A., & Pattanayak, J. K. (2022). Earnings Management and IPO Anomalies—Evidence from Indian Stock Market. *Business Perspectives and Research*, *10*(1), 27-45.

Peng, X., Jia, Y., Chan, K. C., & Wang, X. (2021). Let us work together: The impact of customer strategic alliances on IPO underpricing and post-IPO performance. *Journal of Corporate Finance*, *67*, 101899.

Ritter, J. R. (1991). The long-run performance of initial public offerings. *The journal of finance*, *46*(1), 3-27.

Ritter, J. R. (2023). Initial public offerings: International insights. Erişim adresi: https://site.warrington.ufl.edu/ritter/files/IPOs-International.pdf.

Sahoo, S. (2014). Do analyst's pre-issue recommendation create value? Empirical evidence from Indian IPO market. *The Spanish Review of Financial Economics*, *12*(2), 82-95.

Salerno, D., Sampagnaro, G., & Verdoliva, V. (2022). Fintech and IPO underpricing: An explorative study. *Finance Research Letters*, *44*, 102071.

Schenone, C. (2004). The effect of banking relationships on the firm's IPO underpricing. *The Journal of Finance*, *59*(6), 2903-2958.

Sundarasen, S. D. (2019). Institutional characteristics, signaling variables and IPO initial returns: A study on OECD countries. *PSU Research Review*, *3*(1), 29-49.

Teoh, S. H., Welch, I., & Wong, T. J. (1998). Earnings management and the long-run market performance of initial public offerings. *The Journal of Finance*, *53*(6), 1935-1974.

Teti, E., & Montefusco, I. (2021). Corporate governance and IPO underpricing: evidence from the italian market. *Journal of Management and Governance*, 1-39.

Tian, L. (2011). Regulatory underpricing: Determinants of Chinese extreme IPO

returns. *Journal of Empirical Finance*, *18*(1), 78-90.

Ting, Y. U., & Tse, Y. K. (2006). An empirical examination of IPO underpricing in the Chinese A-share market. *China economic review*, *17*(4), 363-382.

Tsai, Y. L., & Huang, H. W. (2021). Does IFRS reduce IPO underpricing? Evidence from China. *Finance Research Letters*, *40*, 101673.

Tuncay, E., Karan, M., & Aydin, E. M. (2020). Underpricing of initial public offerings in hot and cold markets: An empirical study on Borsa Istanbul. *The Central European Review of Economics and Management*, *4*(2), 107-135.

Wang, Y., & Wang, G. (2021). IPO underpricing and long-term performance in China: the perspective of price limit policy. *Managerial Finance*, *47*(9), 1233-1252.

Wei, H., Mohd-Rashid, R., Mehmood, W., & Tajuddin, A. H. (2022). Institutional quality and initial public offering underpricing: evidence from Hong Kong. *Journal of Public Affairs*, *22*(4), e2676.

Welch, I. (1989). Seasoned offerings, imitation costs, and the underpricing of initial public offerings. *The journal of Finance*, *44*(2), 421-449.

Widarjo, W., & Bandi. (2018). Determinants of intellectual capital disclosure in the IPOs and its impact on underpricing: evidence from Indonesia. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, *15*(1), 1-19.

Widarjo, W., Rahmawati, Bandi, & Widagdo, A. K. (2020). Underpricing and intellectual capital disclosure: Evidence from Indonesia. *Global Business Review*, *21*(6), 1325-1337.

Yung, C., & Zender, J. F. (2010). Moral hazard, asymmetric information and IPO lockups. *Journal of Corporate Finance*, *16*(3), 320-332.

Zhang, X., Tan, J., & Chan, K. C. (2021). Air pollution and initial public offering underpricing. *Applied Economics*, *53*(39), 4582-4595.

Zhou, X., Tang, X., & Wu, S. (2022). The impact of national culture on IPO underpricing and its influence mechanism: A cross-border empirical research. *Finance Research Letters*, *47*, 102543.

Zhu, H., Zhang, C., Li, H., & Chen, S. (2015). Information Environment, Market-Wide Sentiment and IPO Initial Returns: Evidence from Analyst Forecasts Before Listing, *China Journal of Accounting Research*, *8*, 193–211.

Zou, G., Cheng, Q., Chen, W., & Meng, J. G. (2020). What causes the IPO underpricing? New evidence from China's SME market. *Applied Economics*, *52*(23), 2493-2507.

# BÖLÜM 31

## TÜRKİYE'DE YOKSULLUK VE MAKRO İKTİSADİ GÖRÜNÜM

*Selda Görkey*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi. Işık Üniversitesi. İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, İstanbul, Türkiye.

e-posta: selda.gorkey@isikun.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-2760-3667

## GİRİŞ

Yoksulluk, birçok disiplini ilgilendirmekle birlikte bir ülkedeki bireylerin yaşam standartlarıyla ilgili olması sebebiyle İktisat disiplininin önemli konuları arasında yerini almıştır. Yoksulluk hem mikro hem de makro iktisat literatüründe kendisine sıklıkla yer bulmaktadır. Konunun mikro bazda incelenmesi, bireylerin demografik özellikleri ve eğitim düzeyleri gibi faktörlere odaklanarak konuyu birey ve hanehalkı bazına indirgeyerek incelemektedir. Makro İktisat ise ülkenin tamamında karşılaşılan yoksulluğu bütüncül bir yaklaşımla araştırır. Dolayısıyla, belirli bir ülkedeki yoksulluk profilinin oluşturulması ve yoksulluğa karşı uygulanan makro iktisat politikaları bu kapsamda incelenebilir.

Yoksulluğa makro iktisadi açıdan yaklaşımlarda önem taşıyan konulardan bir diğeri ise ülkedeki makro ekonomik görünümün ve makro ekonomik istikrarın (ya da istikrarsızlığın) yoksulluk düzeyine etkilerinin ya da olası etkilerinin irdelenmesidir (Agénor, 2005: 382; Cashin vd., 2001: 4; Ames vd., 2001: 1). Her ne kadar yoksulluk profilinin oluşturulması ve politika önerilerinin sunulması makro perspektif açısından önem taşısa da öncelikle içerisinde bulunulan ülkenin makro iktisadi ortamının iyi bir düzeyde tanınması ve makro iktisadi açıdan gelecek risklerin belirlenmeye çalışılması bir gerekliliktir. Ancak bu şekilde doğru bir profil çıkarılması ve uygun politika önerileri sunulması mümkün olabilir.

Konuya ilişkin literatür incelendiğinde, makro iktisat ve yoksulluk etkileşimine odaklanan çok sayıda çalışma olduğu (Agénor, 2005; Ames vd., 2001; Blank & Blinder, 1985; Bouché vd., 2004; Cashin vd., 2001; Radhakridhna & Panda, 2006), bu çalışmalardan bazılarının (Açıkgöz & Yusufoğlu, 2012; Bayrakdar, 2020; Türk & Ünlü, 2016) Türkiye'ye odaklandığı görülmektedir. Ancak Türkiye'ye odaklanan çalışmaların konuyu genellikle kavramsal açıklamalar yapmak, yoksulluk profili çıkarmak ve/veya makro politikalar önermek ya da tartışmak amacıyla irdelediği görülmektedir. Buna ek olarak, literatürde nispeten sınırlı sayıda çalışma incelenen ülkenin mevcut makro iktisadi durumu ile yoksulluğu bir arada değerlendirmektedir (Blank & Blinder, 1985; Bouché vd., 2004; Radhakridhna & Panda, 2006; Türk & Ünlü, 2016). Bu çalışma ile literatürde bahsedilen bu sınırlı alana katkı yapılması hedeflenmektedir.

Bu çalışma ile Türkiye'deki yoksulluğun profili ile ülkenin içerisinde bulunduğu makro iktisadi ortam bir arada değerlendirilmektedir. Çalışmada ilk olarak yoksulluk kavramına ve makro iktisat ile bağlantısının arka planına değinilmekte, ardından Türkiye'deki yoksulluğa ilişkin çeşitli istatistiksel göstergelere yer verilerek yoksulluğun zaman içindeki seyri ortaya konmuştur. Ardından Türkiye'deki makro iktisadi duruma ilişkin bilgiler paylaşılarak, mevcut ekonomik ortamın yoksulluğu ne şekilde etkilemiş

olduğu, gelecekteki etkilerinin ne yönde olabileceği ve olası riskler tartışılmıştır. İstatistiksel göstergelerden sıklıkla faydalanılan çalışmada, yoksulluk verilerinin 2006 yılından itibaren mevcut olması sebebiyle, 2006'dan günümüze dek uzanan döneme odaklanılmaktadır.

Araştırmanın geri kalan kısımları şu şekilde planlanmıştır: Birinci bölüm literatür taramasına yer vermekte, ikinci bölüm yoksulluk kavramını açıklayarak makro iktisadi değişkenlerle etkileşimini açıklamakta, üçüncü bölüm Türkiye'de yoksulluğun seyrini ortaya koymakta ve dördüncü bölüm makro iktisadi göstergeler ile yoksulluğu Türkiye için bir arada değerlendirerek COVID19 pandemisi sonrası dönemde artan eşitsizliklere değinmektedir. Son bölümle çalışma sonuçlandırılmıştır.

## 1. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde yoksulluğu konu alan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Yoksulluk konu ve kapsamı itibari ile birbirinden farklı disiplinlerin konuları arasında yer almakta ancak kişilerin gelir düzeyi ve yaşam standardını esas alarak İktisat biliminin önemli konularından birini oluşturmaktadır. Yoksulluk konusu yapısı gereği sıklıkla mikro iktisat çerçevesinde incelense de son birkaç on yılda konuyu makro iktisadi perspektiften inceleyen çalışmaların sayısında artış olmuştur (Cashin vd., 2001: 4). Makro iktisat; yoksulluğu, ülkedeki yoksulluk profilinin oluşturulması, makro değişkenlerin yoksulluk üzerinde dolaylı ya da doğrudan etkilerinin araştırılması ve ülkedeki yoksulluk sorununa göre çeşitli politikalar önerilmesi açılarından incelemektedir. Bir toplumda yer alan yoksulların, o ülkedeki makro iktisadi ortamdan etkilenmeleri kaçınılmaz olduğundan makro iktisat ve yoksulluk ilişkisinin incelenmesi önem taşımaktadır.

Makro iktisadi değişkenler ile yoksulluk arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalardan bir grup (Agénor vd., 2010; Blank & Blinder, 1985; Demery & Squire, 1996; Ghura vd., 2002; Tobin, 1992) konuyu ampirik olarak inceleyerek, çeşitli makro faktörlerin yoksulluğu azaltmakla başarılı olup olmadığını araştırmışlardır. Blank & Blinder (1985), yoksul sayılarının ve nüfusun en az gelir elde eden %20'lik kesiminin (birinci %20'lik dilim) konjonktürel dalgalanmalardan daha fazla etkilendiklerini vurgulamaktadır. Çalışmada, 1950'lerden 1980'lere kadar uzanan bir dönem için ABD ekonomisinde işsizlik ile enflasyonun yoksulluk üzerindeki etkileri karşılaştırmalı olarak analiz edilmiş ve işsizliğin yoksulluğa (enflasyona görece) etkisinin oldukça fazla ve negatif olduğu, enflasyonun etkisinin ise mevcut olmakla birlikte bu etkinin sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında ayrıca değişen vergi politikasının etkileri de incelenmiştir. Tobin (1992: 10) ise ABD'de 1973'ten sonra makro iktisadi durumun bozulduğuna değinerek bu tarihten sonra – öncesine kıyasla- iktisadi büyümenin yoksulluk üzerindeki olumlu etkisinin zayıfladığı bulgusuna

ulaşmıştır. Çalışma ayrıca, işsizlik ve reel ücretlerin yoksulluk üzerinde etkili olan değişkenler olduğunu ortaya koymuştur (Tobin, 1992: 19-20). Demery & Squire (1996), altı Afrika ülkesi için yaptıkları analizle makro iktisadi dengelerini geliştirebilen ülkelerde, bunu başaramayan ülkelere kıyasla, yoksulluğun daha çok azaldığını ortaya koymuşlardır. Çalışma bulguları, yoksulluğu azaltmada en önemli makro iktisadi değişkenin büyüme olduğunu gösterirken, reel döviz kurunun da kırsal kesimin gelir düzeyini etkileyerek yoksulluğu azalttığına işaret etmektedir. Agénor vd. (2010), yoksulluk analizi için bütünleştirilmiş makro iktisadi model (IMMPA: Integrated Macroeconomic Model for Poverty Analysis) yönteminden faydalanarak yoksulluk üzerinde çeşitli değişkenlerin etkisini düşük gelirli ve borç oranı yüksek ülkeler için incelemişlerdir. IMMPA kapsamına üretim, ücretler, istihdam, göç, beceri kazanımı, arz-talep, dış ticaret, fiyatlar, gelir ve karlar, tasarruf, tüketim, yatırım, kamu kesimi ve finansal sektör değişkenleri dahil edilmiştir. Ghura vd. (2002), yoksulluğa karşı uygulanan makro iktisadi politikaların yoksullar üzerindeki etkilerini dinamik panel veri analizi yönteminden faydalanarak incelemiştir. Bulgular, iktisadi büyümenin yoksulların geliri üzerinde artış yarattığını ancak gelirde görülen artışın büyümeye görece daha az olduğunu göstermiştir. Buna ek olarak, analiz ile enflasyon, kamu büyüklüğü, eğitim düzeyi ve finansal gelişmenin yoksullukla mücadelede önem taşıdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde konuya ilişkin bir diğer grup çalışmayı 'yoksulluğun azaltılmasının makro iktisadı'na odaklanan çalışmalar (Agénor, 2005; Ames vd., 2001; Bouché vd., 2004; Cashin vd., 2001; Radhakridhna & Panda, 2006) oluşturmaktadır. Ames vd. (2001) yoksulluk üzerinde en çok etkili olan iktisadi değişkenin büyüme olduğunu, makro iktisadi istikrarın ise büyüme için gerekli olduğunu vurgulamaktadır. Çalışma, makro iktisadi istikrar konusu üzerinde oldukça kapsamlı bir şekilde durarak istikrarın nasıl sağlanabileceğine, istikrarsızlığın nedenlerine ve yoksul bireyleri nasıl daha çok etkilediğine yer vermektedir. Yoksulluk üzerinde etkili olan diğer makro iktisadi politikalardan enflasyon, rezerv hedefleme, maliye, vergi, para ve döviz kuru politikalarına da araştırma kapsamında yer verilmiştir. Cashin vd. (2001: 4), yapısı gereği mikro açıdan sıklıkla incelenen yoksulluk ve eşitsizlik konusunun son on yıllarda makro perspektiften çalışılmasının yaygınlaşmasına değinerek makro iktisadi politikaların yoksullukla mücadelede ve daha eşit bir gelir dağılımına ulaşılmasında başarı sağladığının altını çizmiştir. Makro iktisadi perspektiften incelenen yoksulluk çalışmalarında önceleri en önemli faktör olarak iktisadi büyümeye odaklanıldığını belirten Cashin (2001: 4), diğer makro faktörlerin de giderek önem kazandığına değinmektedir. Bu kapsamda özellikle aşırı yüksek oranlı bütçe ve ödemeler dengesi açıkları ile borç oranlarından oluşan makro iktisadi dengesizliklerin yoksulluğu olumsuz etkilediğini belirterek

bu tür ekonomik istikrarsızlıkların giderilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Çalışmada yoksullukla ilişkisi olan makro iktisadi değişkenlerden büyüme, enflasyon, ticari serbestleşme, dış borç, krizler ve fon programlarına yer verilmiştir. Bouché vd. (2004), Çin'de yoksulluğun azaltılmasına yönelik politikaları incelemiştir. Çalışmada öncelikle ülkedeki iktisadi büyümeye ve yoksulluğun azaltılmasına değinilmiş, ardından Çin'deki yoksulluk profili ortaya konmuştur. Politikaları iç ve dış politikalar olmak üzere ikiye ayıran çalışmada; iç politikalardan özelleştirme, yeniden yapılanma, maliye politikaları, istihdam ve işgücü politikalarına ilişkin sorunlar, para politikaları ve finansal piyasa reformlarına; dış politikalardan ise ticaret, yabancı yatırımlar, döviz kuru politikaları ve sermaye hesabı liberalizasyonuna yer verilmiştir.

Agénor (2005), yoksulluğun azaltılmasını makro iktisadi açıdan oldukça kapsamlı bir biçimde incelediği çalışmasında ilk olarak yoksulluğun mikro açıdan incelenmesi ve ölçümüne yönelik sorunlara yer vermiştir. Ardından, kimi makro iktisadi politikaların ve şokların, yoksulları belirli makro değişkenler aracılığıyla daha çok etkilediği üzerinde durmuştur. Bu değişkenlerden işgücü piyasaları, harcama deflatörleri ve enflasyon, arz yönü ve reel döviz kuru, makro iktisadi oynaklık, büyüme ve gelir dağılımı ve krizlerden bahsederek her birinin yoksulları neden ve hangi ölçüde daha olumsuz etkilediğini açıklamıştır. Agénor (2005) ayrıca, yoksulluk çalışmalarında yeni yaklaşımlar içeren teorik ve uygulamalı makro iktisadi modelleri incelemiştir. Radhakridhna & Panda (2006), yoksulluğun azaltılmasının makro iktisadını Hindistan'a yönelik bir vaka analizi ile ele almıştır. Oldukça kapsamlı olarak hazırlanan çalışmada farklı politika türlerinin yoksulluğa etkisi Hindistan özelinde açıklanmıştır. Araştırmada gelir ve istihdamda meydana gelen değişmelerin; maliye, dış ticaret, döviz kuru ve para politikaları ile finansal liberalizasyon konularına alt başlıklarla değinilmiştir.

Türkiye'de yoksulluğu çeşitli boyutlarıyla inceleyen zengin bir literatür mevcuttur. Ancak konuyu makro iktisadi değişkenler bağlamında irdeleyen çalışmalar sayıca daha azdır. Bu çalışmalardan başlıcaları Bayrakdar (2020), Açıkgöz ve Yusufoğlu (2012) ve Türk ve Ünlü (2016) olarak sıralanabilir. Bayrakdar (2020), Türkiye'de yoksulluğu çok boyutlu olarak incelediği çalışmasında yoksulluk ve makro iktisadi değişkenler arasındaki bağlantıya değinerek Türkiye'deki yoksulluk profilini istatistiksel ve sayısal göstergeler aracılığıyla ortaya koymuştur. Çalışmada son olarak yoksulluğu azaltmaya yönelik çeşitli politika önerilerine yer verilmiştir. Türkiye'de yoksulluğun kırsal bölgelerde, geniş ailelerde, kadınlarda, daha az eğitimlilerde ve ücretsiz aile işçilerinde daha önemli bir sorun olduğuna değinen Bayrakdar (2020: 114, 115), yoksulluğu daha derinden hisseden her bir grup için çeşitli politika önerilerinde bulunmuştur. Açıkgöz ve Yu-

sufoğlu (2012), yoksulluk konusuna makro ve mikro belirleyiciler kapsamında inceleyerek yoksulluğun toplumsal olarak yarattığı sonuçlara değinmiştir. Yoksulluk çalışmalarında ilgili ülkenin içerisinde bulunduğu koşullar ile yoksulluk profilinin belirlenmesi gerekliliğine dikkat çekilen çalışmada, yoksulluğa etki eden faktörlerden küreselleşme, işsizlik, eğitim düzeyi, göç ve konutlara ilişkin problemlere yer verilmiştir. Türk ve Ünlü (2016), yoksulluğu önce kavramsal olarak inceledikleri çalışmalarında, Dünya'da ve Türkiye'de yoksulluğun seyrini 2000 yılı sonrası döneme odaklanarak araştırmışlardır. Yoksulluğun nedenlerine ek olarak yoksulluğa karşı geliştirilen politikalara da yer verilen çalışmada son olarak milli gelir ile yoksulluğa ilişkin istatistikler karşılaştırılmış ve her iki iktisadi değişken arasındaki etkileşim üzerine değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Türkiye'de yoksulluğu makro iktisat perspektifinden inceleyen çok sayıda çalışma bulunsa da bu çalışmalar konuyu genellikle kavramsal olarak ve/veya profil oluşturma ve/veya politikalar kapsamında incelemişlerdir. Türkiye'nin mevcut makro iktisadi görünümü ile yoksulluğu bir arada değerlendiren ve mevcut makro iktisadi ortamın yoksulluk açısından gelecekteki olası risklerine değinen çalışma sayısı oldukça sınırlı olup ele alınan bu çalışma ile literatüre bu kapsamda katkıda bulunulması amaçlanmaktadır. Mevcut çalışmanın Türkiye ile ilgili literatürde benzer kapsamlısı olarak, yalnızca milli gelir ve yoksulluk etkileşimi açısından değerlendirmede bulunan Türk ve Ünlü (2016) anılabilir. Uluslararası literatürde benzer amaç ve kapsamda olanları da Blank & Blinder (1985), Bouché vd. (2004), Radhakridhna & Panda (2006) şeklinde sıralanabilir.

## 2. ARKA PLAN: YOKSULLUK VE MAKRO İKTİSAT BAĞLANTISI

Çalışmanın bu kısmında yoksulluk kavramı ve kapsamı açıklanmakta, ardından makro iktisat ve yoksulluk arasındaki etkileşim üzerinde durulmaktadır.

### 2.1. Yoksulluk

Yoksulluğun çeşitli kuruluşlarca yapılmış farklı tanımları bulunmaktadır. Türkiye'ye odaklanan bu çalışmada çok büyük ölçüde Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinin kullanılmış olması nedeniyle, TÜİK'in tanımına yer verilmektedir. TÜİK'e göre yoksulluk; *"insanların temel ihtiyaçlarını karşılayamama durumu"*dur (Doğaner Gönel, 2016: 29). Mutlak yoksulluk kavramı da konu açısından önem taşımaktadır. Doğaner Gönel'e göre (2016: 31) mutlak yoksulluk, *"kabul edilebilir asgari bir yaşam standardının altında olma"* durumu olup 'kabul edilebilir' ifadesi ile istenen hayatta kalabilme için gerekli olan beslenme ve barınma koşullarını kastedilmektedir. Yoksulluk kavramı kapsamında sıklıkla kullanılan kavramlardan bir diğerini göreli yoksulluk oluşturmaktadır. TÜİK (2022a) tarafından

*"Toplumun genel düzeyine göre belli bir sınırın altında gelir veya harcamaya sahip olan birey veya hanehalkı"* olarak tanımlanan göreli yoksulluk için dört farklı yoksulluk sınırı tanımlanmıştır. Bu sınırlar medyan gelirin %40'ı, %50'si, %60'ı ve %70'i (eşik değer ya da yoksulluk riski) olarak belirlenmiş olup, TÜİK tarafından yorumlamalarda ağırlıklı olarak %50 yoksulluk riskine yer verilmektedir.

Yoksulluk ile ilgili önem taşıyan diğer göstergeleri yoksulluk oranı ve yoksulluk açığı oluşturmaktadır. Yoksulluk oranı, belirlenen eşik değerin altında gelir elde edenlerin toplam nüfus içindeki yüzdesi olarak hesaplanmakta iken yoksulluk açığı toplumda karşı karşıya kalınan yoksulluğun boyutu hakkında bilgi vermektedir (Radhakridhna & Panda, 2006: 13). TÜİK, yoksulluk açığını aşağıda yer alan formül ile hesaplamaktadır (TÜİK, 2022a):

$$Yoksulluk\ Açığı = \frac{(Yoksulluk\ Sınırı - Yoksulların\ EFB\ Medyan\ Geliri)}{Yoksulluk\ Sınırı} * 100$$

Gelir ve tüketime (ya da parasal değerlere) bağlı yoksulluk dışında, eğitim ve temel altyapı hizmetleri gibi parasal kriterler dışında diğer faktörleri de dikkate alan çok boyutlu yoksulluk tanımlaması ve buna göre ölçülen yoksulluk oranı da son dönemde giderek önem kazanmış olup yalnızca parasal kriterlere dayanan yoksulluk göstergelerine kıyasla – genellikle – bambaşka bir yoksulluk profili sunmaktadır (Worldbank, 2022a).

### 2.2. Makro İktisadi Göstergelerin Yoksulluğa Etkisi

Makro iktisadi değişkenlerin çok büyük bir kısmının doğrudan ya da dolaylı olarak yoksulluğa etki ettiği söylenebilir. Bu durumun sebebi kısaca, yoksulların, içerisinde bulundukları ülkenin makro iktisadi durumundan etkilenmesidir. Bu sebeple çalışmanın bu kısmında başlıca makro iktisadi değişkenler olan milli gelir ve iktisadi büyüme, işgücü piyasaları, makro ekonomik istikrar ve oynaklık, enflasyon, para ve maliye politikaları ile bunların araçları, döviz kuru dalgalanmaları ve krizlere yer verilerek yoksulluk konusuyla ilişkileri açıklanmaktadır.

Yoksulluk üzerinde en çok etkisi olan makro iktisadi değişkenleri milli gelir ve iktisadi büyüme oluşturmaktadır. Milli gelirde meydana gelen artış ya da üretim olanaklarında genişleme olarak tanımlanabilen iktisadi büyüme, ülkedeki üretim, harcama ve gelirin artmasına sebep olarak yoksulluğun azalmasını sağlar. Gelir düzeyi yoksulluğu hem kısa hem de uzun dönemde etkilemektedir. (Agénor, 2005: 388). Tek başına önemine ek olarak, büyüme ile ilgili birtakım dinamikler de yoksulluk üzerinde etkilidir. Bu dinamiklerden bazıları; milli gelirin sektörel dağılımı, büyümenin kaynakları ve verimlilik olarak özetlenebilir (Ames vd., 2001: 8-10; Radhakridhna & Panda, 2006: 41, 53). İktisadi büyümenin yoksulluğa

etkisi, büyümenin bölüşüm üzerindeki etkilerinden de kaynaklanmaktadır. Gelir dağılımında artan eşitsizlikler yoksulluğa olumsuz etki ederken; söz konusu eşitsizlikler makro iktisadi oynaklıklara sebep olarak iktisadi büyümeyi negatif yönde etkileyebilir (Agénor, 2005: 388). Bu bağlamda, iktisadi büyüme, gelir dağılımı ve yoksulluk arasında sürekli bir etkileşim bulunmaktadır.

Yoksulluk açısından önem taşıyan bir diğer makro iktisadi değişkeni, yoksulluktan çıkışın bir çözümü olarak görülebilecek ve gelirin başlıca kalemlerinden ücretin kazanılabildiği işgücü piyasaları oluşturmaktadır. İstihdam edilebilme, çalışma durumu ve işgücünün ücret elde etme potansiyeli yoksullukla yakın ilişki içinde bulunmaktadır. Bu konu özelinde; büyümede meydana gelen artış ile ne kadar istihdam olanakları yaratıldığının ölçüsü olan istihdamın gelir esnekliği oldukça önem taşımaktadır (Radhakridhna & Panda, 2006: 60, 64). Ekonomilerde istihdamın gelir esnekliğinin yüksek olması durumunda istihdamdaki artış iktisadi büyümedeki artışa görece daha fazla olmakta ve üretim genişlemesinin kendisinden daha fazla iş olanakları yaratması anlamına gelmektedir. Agénor (2005: 383), gelişmekte olan ülkelerde işgücü piyasalarının kırsal kesim, kayıtlı ekonomi ve kayıt dışı ekonomi olmak üzere üç farklı segmentten oluştuğuna dikkat çektiği çalışmasında, bu ülkelerdeki işgücü piyasasının karmaşık yapısından dolayı yoksullukla mücadelede seçilecek politikalara ayrıca dikkat edilmesi gerektiğini belirtmektedir. Kayıtlı ekonomide var olan asgari ücret, işten çıkarmaya yönelik kısıtlamalar, sendikal haklar gibi düzenlemeler konu açısından ön plana çıkan uygulamaları oluşturmaktadır.

Makro iktisadi değişkenlerin oynaklıkların azaltılması ve makro iktisadi istikrarın sağlanması da yoksulluğun azaltılması açısından oldukça gereklidir. Makro iktisadi açıdan istikrar, ekonomideki başlıca göstergelerin büyük ölçüde dengede olması ve aşırı dalgalanma göstermemesi olarak tanımlanabilir. İstikrarın sağlanması açısından oynaklığa sebep olan değişkenlerin kontrol edilmesi ve bu değişkenlerdeki aşırı hareketliliğin kontrol altına alınması gereklidir. Ekonomik istikrar ya da istikrarsızlık ile ilgili üzerinde uzlaşılan eşik değerler bulunmamakla birlikte ekonomik istikrar gelirin arttığı, enflasyonun düşük ve tek haneli rakamlarda olduğu, iç ve dış dengenin düşük (ya da istikrarlı bir biçimde düşüş gösteren) borç ile sürdürüldüğü bir iktisadi ortam olarak tarif edilebilir. Tam tersi duruma işaret eden makro ekonomik istikrarsızlık ise durgun ya da düşüş gösteren milli gelir, çift haneli enflasyon düzeyi, büyük dalgalanmalar gösteren döviz kuru, kısa dönemli borçlanmalarla idame ettirilen büyük çaplı cari açık ve bunlara eşlik eden kamu açığı ile betimlenebilir (Agénor, 2005: 387; Ames vd., 2001: 6; Cashin vd., 2001: 4). Tüm bu dalgalanmalardan yoksul kesimin daha çok etkilenmesi nedeniyle, makro ekonomik istikrarın sağlanması yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunmaktadır.

Makro ekonomik istikrarsızlık ve oynaklık üzerinde oldukça etkili olan fiyat istikrasızlığı ve enflasyon yoksul kesime daha çok zarar vermektedir. Enflasyon, toplam geliri içinde zorunlu tüketim harcamaları önemli bir pay tutan düşük gelirlilere, daha yüksek gelir sahibi olanlara kıyasla, daha fazla yük bindirmektedir. Düşük gelirli kimselerin gelirini genellikle nakit olarak tutması, enflasyondan etkilenmelerinin bir diğer sebebini oluşturmaktadır (Ames vd., 2001: 7). Enflasyon ayrıca, yoksulluk politikalarının plan ve uygulama süreçlerinde fiyat artışı sebebiyle kamu bütçesine ek yük getirmesi açısından sorun yaratmaktadır. Ames vd. (2001: 3), yoksullukla mücadele politikalarının birbirini takip eden çeşitli aşamalardan geçiyor olmasına dikkat çekerek politika finansmanı açısından kamu bütçesi sürdürülebilirliğine ve enflasyonist olmayan bir iktisadi ortamın gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Yoksullukla mücadele stratejilerinin geliştirilmesi için öncelikle ihtiyaç duyulan politikaların ve bu politikaların amaç ve araçlarının belirlenmesi gerekir. Ardından, politikanın maliyetlendirilmesi ve maliyetlendirilen tutarın kamu bütçesinden finansmanına yönelik planlamanın yapılması gereklidir. Tüm bu süreçlerin, özellikle de politika finansmanı sürecinin, enflasyonist olmayan bir ortamda tamamlanması politikanın başarısı açısından esastır. Aksi durum kamu bütçesine yük getirecek belki de politikanın uygulanamamasına neden olacaktır. Bu bağlamda Ames vd. (2001: 3), makro iktisadi istikrarın hem kamu bütçesi hem de yoksullukla mücadele açısından enflasyonist olmayan bir iktisadi ortamda sağlanabileceğine dikkat çekmektedir.

Enflasyondan bahsedilince enflasyonla ilintili politikalardan biri olan para politikasından da bahsedilmesi gerekir. Etkin para politikası ile ekonomideki başlıca değişkenler olan büyüme ve fiyat istikrarı sağlanarak yoksulluğa olumlu etkide bulunulabilir. Bu politikalar ile kısa vadede düşük faizler ile milli gelirin arttırılması sağlanırken uzun dönemde fiyat istikrarının sağlanması ile toplam talepteki oynaklıkların bertaraf edilebilir. Böylelikle aksi durumda oluşabilecek makro ekonomik istikrarsızlık sonucunda yoksulluğun artması riski de ortadan kaldırılmış olur (Aktan & Vural, 2002: 2, 4).

Döviz kuru değişkenliği de yoksulluğa etki eden bir diğer faktördür ve etki mekanizması para politikasına benzemektedir. Döviz kuru öncelikle ülkenin rekabetçiliğine etki ederek milli geliri düzeyinde etkili olur. Bu etkiye ek olarak döviz kurundaki artış, ithal edilen malların fiyatlarını yükselterek bu malların dar gelirli kesim tarafından yoğun tüketilmesi durumunda yoksulluğa olumsuz etki eder. Şehirde yaşayan yoksulların ithal malları - kırsal kesimde yaşayan düşük gelirlilere göre - daha çok talep ettiği düşünüldüğünde, şehirli yoksulların döviz kuru artışlarından daha çok etkilendikleri sonucuna varılabilir (Agénor, 2005: 386; Ames vd., 2001: 33)

Milli gelirde meydana gelen daralmalar, resesyonlar ve krizler; işgücü talebinde düşüşe, ücretlerde aşağı yönlü baskıya ve işsizliğe neden olmaktadır. Ücretler aşağı yönlü ne kadar katıysa işsizliğin de o denli fazla olması beklenir. Buna ek olarak, kimi işçilerin kayıtlı ekonomide uzun süre işsiz kalmaktansa kayıt dışı ekonomide istihdam edilmelerini tercih etmeleri sebebiyle kayıt dışı ekonomide de ücretler düşüş gösterir. Bu iki durum neticesinde, kriz dönemlerinde yoksulluk artış gösterir (Agénor, 2005: 389). Krizlerin yoksulluk üzerindeki olumsuz etkilerinden bir başkası da kriz dönemlerinde artan eşitsizlikler neticesinde yoksulluğun daha kritik bir sorun haline gelmesidir (Cashin vd., 2001: 9).

Yoksulluğa doğrudan etki eden makro faktörler arasında maliye politikası araçları olan vergiler ve kamu harcamaları yer almaktadır. Ames vd.'ne (2001: 28) göre, vergi düzenlemesinin yoksul kesimin aleyhine olmayacak şekilde yapılmış olması önem taşımaktadır. Bu durum, kamu geliri olmasının yanı sıra gelirin yeniden dağıtımı anlamına da gelen verginin dar gelirlinin yaşam standardını arttırma hedefi taşıması gerekliliği ile ilgilidir. Ancak pratikte kimi zaman bunun tam tersinin görüldüğü ve verginin gelir dağılımını bozucu etki yarattığı söylenebilir (Aktan ve Vural, 2012: 5). Bu sebeple vergilendirilen iktisadi faaliyet, vergi türü, verginin hangi oranlarla uygulandığı gibi vergi uygulama esaslarına ilişkin tüm detaylar yoksulluğa etki etmektedir. Maliye politikası araçları kullanımına yönelik belirli bir alt ya da üst sınır söz konusu olmayıp uygulama esasları ülkenin ihtiyacına yönelik olarak düzenlenmelidir. Bununla birlikte, bütçe yönetiminde gerektiğinde mali reformların yapılması, şeffaflık ve hesap verilebilirlik ilkelerine bağlı kalınması ve yönetişimin sağlanması ilgili politikanın yoksulluğu azaltmada başarıya ulaşmasını kolaylaştırır. Yoksulluğu azaltma yönünde etkili olan bir diğer iktisadi faktör kamu harcamalarıdır. Kamu harcamalarının hangi alanlara yönlendirileceği konusunda da ülkenin ihtiyaçları dikkate alınarak bir planlama yapılması esastır (Ames vd., 2001: 26). Maliye politikasının yoksulluk üzerinde bahsedilen bu doğrudan etkilerine ek olarak, maliye politikasının ekonomideki dalgalanmaların önüne geçerek yoksulluğu dolaylı yoldan azalttığı da vurgulanmalıdır (Aktan ve Vural, 2012: 7). Bu bağlamda, maliye politikasının yoksulluk üzerinde hem doğrudan hem de dolaylı etkilerinin bulunduğu söylenebilir.

Yoksullukla ilgili bahsedilen makro iktisadi değişkenlere ek olarak; Cashin vd. (2001: 8-10) ticari serbestleşme ile dış borç ve fon programlarının; Aktan ve Vural (2002: 28) kamu istihdamının ve Ghura vd. (2002: 11-12) finansal genişleme, kurumlar ve yönetişimin üzerinde durmuştur.

Tüm bu bahsedilen makro iktisadi değişkenlerin yoksulluk ile etkileşimleri bir arada değerlendirildiğinde, bir ekonomide yoksulluğun azaltılabilmesi için makro iktisadi istikrarın sağlanmasının oldukça önem taşıdığı söylenebilir. Bunun için de karar vericilerin, istikrarı hedefleyen ve ulaşı-

labilirliği esas olan iktisadi büyüme, fiyat istikrarı, iç ve dış borç hedefleri belirleyerek bu hedeflerle uyumlu para-maliye ve döviz kuru politikaları uygulamaları gereklidir (Ames vd., 2001: 10).

## 3. TÜRKİYE'DE YOKSULLUĞUN SEYRİ

### 3.1. Türkiye'de Yoksulluk ile İlgili Temel Göstergeler

Çalışmanın bu kısmında Türkiye'de yoksulluk çeşitli istatistiksel tablolar ve şekiller aracılığıyla ve genellikle gelire dayanan göstergeler ile incelenmektedir. Verilerin çok büyük bir kısmı TÜİK'den elde edilmiştir. İlgili veri tabanlarındaki istatistiklerin 2006-2021 arası dönemi kapsaması nedeniyle, araştırmada yoksulluğun seyri 2006 yılından başlanarak incelenmiştir. İlgili verinin bir yıldan diğerine genellikle çok ciddi değişim göstermemesi nedeniyle 2006 yılından itibaren beşer yıllık aralıkları takip ederek 2011 ve 2016 yıllarına yer verilmiş, ardından gelen yakın dönem ise yıl bazında sunulmuştur. Bu bağlamda, çalışmanın bu kısmındaki veriler genellikle 2006, 2011, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 ve 2021 yıllarını içermektedir. TÜİK'ten elde edilen tablolarda sunulan göstergelere ilişkin dikkat edilmesi gereken bir bilgi, sunulan yıldaki verilerin bir önceki yıldaki anket referans yılına göre hesaplanmış olmasıdır. Örnek vermek gerekirse, 2021 yılı için sunulan istatistikler aslında hanehalkının 2020 yılına ait gelirleri baz alınarak hesaplanmıştır.

***Tablo 1:*** *Türkiye'de Göreli Yoksulluğa İlişkin Temel Göstergeler (Medyan Gelirin %50'sine Göre)*

| Göstergeler | | Yıllar | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2006 | 2011 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirine göre | Yoksulluk sınırı | 2350.8 | 4069.3 | 7116 | 7944 | 8892 | 10793 | 12394.3 | 14034.3 |
| | Yoksul sayısı | 12548.09 | 11669.89 | 11026 | 10622 | 11091 | 11641 | 12267 | 11935.56 |
| | Yoksulluk oranı | 18.6 | 16.1 | 14.3 | 13.5 | 13.9 | 14.4 | 15.0 | 14.4 |
| | Yoksulluk açığı | 31.7 | 26.3 | 24.3 | 22.6 | 23.7 | 24.1 | 25.9 | 25.0 |
| Satınalma Gücü Paritesi (SGP) kullanılarak hesaplanan gelire göre | Yoksulluk sınırı | 2 311 | 3 958 | 6 896 | 7 707 | 8 647 | 10 442 | 12 026 | 13 605 |
| | Yoksul sayısı | 12 096 | 11 058 | 10 296 | 9 690 | 10 647 | 10 833 | 11 424 | 11 233 |
| | Yoksulluk oranı | 17.9 | 15.3 | 13.4 | 12.3 | 13.3 | 13.4 | 14.0 | 13.6 |
| | Yoksulluk açığı | 30.7 | 25.7 | 23.0 | 21.5 | 22.1 | 22.4 | 25.4 | 24.7 |

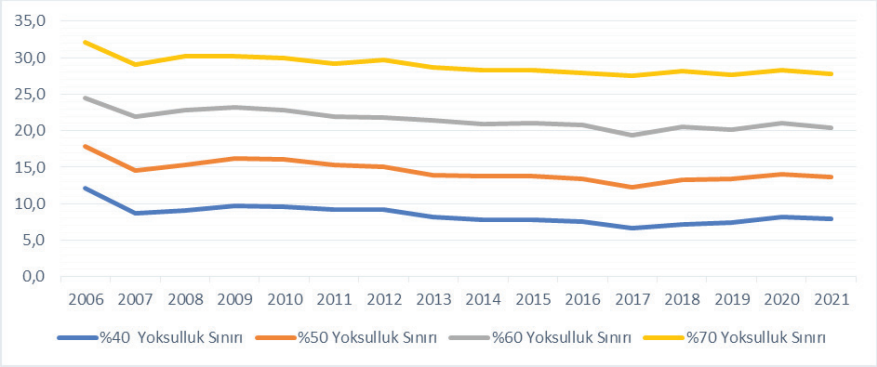
**Kaynak:** *TÜİK (2022b) verilerinden derlenmiştir.*

**Not:** Yoksulluk sınırı TL, yoksul sayısı bin kişi ve yoksulluk oranı yüzde birimindendir. Yoksulluk açığı yoksulluğun şiddetini ölçmekte olup, TÜİK tarafından ((yoksulluk sınırı – yoksulların medyan geliri)/yoksulluk

sınırı)*100 formülüyle hesaplanmıştır. Her bir yıl için ilan edilen değerler, bir önceki yılın gelir referans dönemini kapsamaktadır.

İlk olarak Türkiye'de göreli yoksulluğa ilişkin genel durum paylaşılmıştır. Tablo 1, önce eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirine göre yoksulluk sınırı, yoksul sayısı, yoksulluk oranı ve yoksulluk açığını sunmakta, ardından tüm bu göstergeler satın alma gücü paritesi (SGP) kullanılarak hesaplandığı şekli ile de paylaşılmıştır. Her iki göstergenin ayrı sunulmanın amacı, SGP hesaplaması sonucunda ilgili göstergelerin nasıl değiştiği konusunda bilgi vermektir. Tablo 1'de yoksulluk riski olarak, TÜİK'in ağırlıklı olarak kullandığı eşik değer olan medyan gelirin %50'si dikkate alınmıştır.

Tablo 1'de yer alan yoksulluk sınırı TL, yoksul sayısı bin kişi, yoksulluk oranı ve yoksulluk açığı yüzde cinsindendir. Eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirine göre sunulan veriler incelendiğinde, yoksulluk sınırının düzenli olarak artış gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte; yoksulluk sınırı, yoksulluk oranı ve yoksulluk açığının 2011 yılında 2006 yılına göre, 2016 yılında 2011 yılına ve 2017 yılında 2016 yılına göre azalmaktayken 2018, 2019 ve 2020 yıllarında arttığı izlenmektedir. Her üç gösterge de 2021 yılında azalmıştır. Eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert gelirine göre açıklanan tüm trendler, SGP kullanılarak hesaplanan gelire göre sunulan tüm göstergelerde de mevcuttur. Tablo 1'de dikkat çeken bir durum, 2020 yılında tüm dünyayı etkileyen COVID-19 pandemisinin etkilerinin izlerini taşıyan 2021 yılına ait istatistiklerdir. Tablo açıklamalarında da belirtildiği gibi, TÜİK'in (yoksulluk konusunda) belirli bir yılda açıkladığı sonuçlar, bir önceki yılın gelir referansına dayanmaktadır. Dolayısıyla, Tablo 1'de 2020 gelir referans dönemine ait COVID19 pandemisinin etkileri 2021 yılındaki istatistiklerde yer almaktadır. Kriz, afet ve pandemi gibi olağanüstü koşulların yaşanmasının ülkelerdeki yoksulluk ve gelir dağılımına olumsuz yönde etki etmesi beklenirken, 2021 yılı istatistikleri Türkiye için tam tersi bir durumu göstermektedir. İlgi çeken bu durum çalışmanın ilerleyen kısımlarında makro ekonomik göstergeler ile birlikte değerlendirilerek tartışılacaktır.




***Şekil 1:*** *Türkiye'de Göreli Yoksulluk Oranının (%) Seyri (2006-2021)*

**Kaynak:** *TÜİK (2022b) verilerinde faydalanılarak yazar tarafından grafik haline getirilmiştir.*

**Not:** Her bir yıl için ilan edilen değerler, bir önceki yılın gelir referans dönemini kapsamaktadır.

TÜİK'in yoksulluk ile ilgili çalışmalarında ağırlıklı olarak yoksulluk riski olarak %50 eşik değerini dikkate aldığı daha önce belirtilmişti. Bununla birlikte; medyan gelirin %40, %60 ve %70'in eşik değer olarak belirlendiği diğer yoksulluk risklerine göre sonuçlar da ilan edilmektedir. Şekil 1, bu dört farklı yoksulluk risk değerine göre hesaplanmış yoksulluk oranlarının (%) 2006-2021 dönemi arasında yer alan tüm yıllar için değerlerini zaman serisi grafiği olarak sunmaktadır. Şekil 1'de, beklenebileceği gibi, eşik değer arttıkça yoksulluk oranları artmaktadır. Sunulan tüm yoksulluk oranları birbiriyle paralel şekilde 2007 yılında önemli düzeyde azalış, ardından 2009 yılına dek hafif bir artış ve 2017 yılına kadar azalış trendi göstermektedir. TÜİK'in açıkladığı yıla ait verilerin bir önceki gelir referans dönemine dayanması dikkate alındığında, 2009 yılında görülen artışların ABD'de başlayan ve diğer ülkelerde de etkili olan 2008 resesyonunun yaşandığı yıla denk geldiği anlaşılmaktadır. 2017 yılının ardından yoksulluk oranlarında yükselme izlenirken, daha önce %50 eşik değeri için de belirtildiği gibi 2020 yılındaki COVID19 pandemisinin etkilerini içeren 2021 yılında, bu tür salgın ve kriz dönemlerinde beklenmeyecek bir şekilde düşüş yaşanmış olması, diğer üç eşik değerine göre sunulan yoksulluk oranlarının seyrinde de görülmektedir.

Türkiye'de yoksulluğun genel görünümünün incelenmesinde bir diğer önem taşıyan konuyu çocuk yoksulluğu oluşturmaktadır. TÜİK'in yoksulluk istatistiklerinde başlangıç yılı olarak yer alan 2006 yılında toplam çocuk yoksulluğu %34.6 olarak ölçülmüştür. Çocuklarda yoksulluğun cinsiyet bazında araştırılması ise, erkeklerde ilgili oranın %33.6 iken kadınlarda %35.7 olarak gerçekleştiğini göstermektedir. 2016 yılında ilgili istatistikler sırasıyla %31.4, %31 ve %31.7 düzeylerine gerilemiştir. 2020 yılında

bu göstergeler sırasıyla %32.1, %31.4 ve %32.9 değerlerine yükselirken; (TÜİK'in bir önceki dönemdeki gelir referans dönemindeki istatistiklerini sunması nedeniyle) COVID19 pandemisi etkilerini içeren 2021 yılında çocuk yoksulluğu tüm çocuklarda %32.6, erkeklerde %31.8 ve kadınlarda ise %33.4 oranlarına yükselmiştir (TÜİK, 2022b). Bu göstergeler, çocukların COVID19 dönemine denk gelen yılda yoksulluğa daha çok maruz kaldığını ortaya koymaktadır.

Yoksulluk oranının incelenmesinde, uluslararası kuruluşlar tarafından ilan edilen göstergelerin paylaşılması da önem taşımaktadır. İlgili konuda çalışmalarıyla ön plana çıkan kuruluşlardan birisini Dünya Bankası oluşturmaktadır. Dünya Bankası, düşük-gelirli, düşük-orta gelirli ve orta-yüksek gelirli ülkeler için üç farklı günlük yoksulluk sınırı belirlemiş olup 2022 yılı itibariyle bu sınırlar sırasıyla günlük 2.15$, 3.65$ ve 6.85$ olarak güncellenmiştir (Worldbank, 2022b). Tablo 2, ilgili eşik değerler için yoksulluk oranlarını Türkiye için göstermektedir. Ancak Türkiye'nin gelişmişlik düzeyi dikkate alındığında 6.85$ belirlenen orta-yüksek gelirli ülkeler için belirlenen sınırın Türkiye için daha belirleyici olduğu söylenebilir. Bu yorumu destekleyen şekilde, günlük 2.15$ve 3.65$'dan daha düşük gelir elde ederek yoksulluk koşullarında yaşayanların oranı oldukça düşüktür. Öte yandan, Türkiye'de günde 6.85$'dan daha düşük gelir elde ederek yoksul olarak nitelendirilenlerin oranı 2006 yılında %25.9 iken 2011 yılında %15.9'a, 2016 yılında %11.6'ya ve 2017 yılında %10.9'a gerilemiştir. Bir sonraki yıl sabit kalan ilgili oran 2019 yılında artış göstererek %12.6 düzeyine yükselmiştir (Worldbank, 2023).

***Tablo 2:*** *Dünya Bankasına Göre Türkiye'de Yoksulluk Oranı (2017PPP)*

| Yoksulluk Sınırı | Yıllar | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2006 | 2011 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Günlük 2.15$ | 1.8 | 0.1 | 0.2 | 0.1 | 0 | 0.4 |
| Günlük 3.65$ | 8 | 4 | 1.6 | 1.5 | 1.4 | 2.2 |
| Günlük 6.85$ | 25.9 | 15.9 | 11.6 | 10.9 | 10.9 | 12.6 |

**Kaynak:** *Worldbank, 2023.*

Hanehalkı tipine göre yoksulluk oranlarının zaman içindeki seyrinin incelenmesi, Türkiye'de yoksulluktan daha çok etkilenen kesimlerin belirlenmesini mümkün kılmaktadır. Tablo 3'te yedi farklı hanehalkı tipine göre Türkiye'de yoksulluk oranları, medyan gelirin %50'si dikkate alınarak 2006, 2011 ve 2016-2021 arasındaki yıllar için sunulmuştur. Tablo 3 bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Türkiye'de ilgili eşik değerine göre en düşük yoksulluk oranının bulunduğu hanehalkı türünün sadece eşlerden

oluşan çekirdek aile olduğu ve bunu tek kişinin oluşturduğu hanehalkı ile çekirdek aile bulunmayan birden fazla kişiden oluşan hanehalkının takip ettiği görülmektedir. Söz konusu hanehalkı türlerini ise sırasıyla tek ebeveyn ve çocukların bulunduğu çekirdek aile ile tek çekirdek aile izlemektedir. Türkiye'de hanehalkı türlerinde en yüksek yoksulluk oranının ise en az bir çekirdek aile ve diğer kişilerden oluşan hanelerde görüldüğü dikkat çekerken, ikinci sırada anne, baba ve çocuklardan oluşan hanehalkının bulunmaktadır. Bahsedilen sıralama, az sayıdaki istisnai yıl dışında, geçerli olmuştur. Tablo 3'te yer alan hanehalkı tipine göre yoksulluk oranlarının çoğunun 2011, 2016 ve 2017 yıllarında tabloda bir önce belirtilen yıla göre düşüş gösterdiği; 2018, 2019 ve 2020 yıllarında ise arttığı görülmektedir. COVID19 pandemisinin ortaya çıktığı 2020 gelir referans yılını esas alan 2021 yılı istatistikleri ise en az bir çekirdek aile ve diğer kişilerden oluşan hanehalkı ile eşler ve çocuklardan oluşan çekirdek aileden oluşan hanehalkı dışında belirtilen diğer tüm hanehalkı türlerinde yoksulluk oranının düşmüş olduğuna işaret etmektedir. Tablo 1 ile Şekil 1'de mevcut olan kriz ve pandemi gibi dönemlerin beklenen etkileriyle çelişen bu durum Tablo 3'te de görülmekte olup çalışmanın ilerleyen kısımlarında tartışılacaktır.

***Tablo 3:*** *Türkiye'de Hanehalkı Tipine Göre Yoksulluk Oranları (%) (Medyan Gelirin %50'sine Göre)*

| Hanehalkı Tipi | Yıllar | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2006 | 2011 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Çekirdek Aile Bulunmayan Birden Fazla Kişi | 12.2 | 8.4 | 10.0 | 11.9 | 7.7 | 9.2 | 9.5 | 9.1 |
| En Az Bir Çekirdek Aile ve Diğer Kişiler | 23.2 | 23.8 | 19.9 | 17.9 | 18.8 | 18.2 | 18.4 | 18.5 |
| Eşler ve Çocuklardan Oluşan Çekirdek Aile | 18.2 | 15.3 | 14.5 | 14.1 | 14.4 | 15.5 | 15.8 | 16.2 |
| Sadece Eşlerden Oluşan Çekirdek Aile | 7.0 | 5.0 | 3.9 | 3.9 | 4.5 | 4.8 | 7.5 | 3.5 |
| Tek Çekirdek Aile | 17.2 | 14.1 | 12.9 | 12.5 | 12.9 | 13.8 | 14.5 | 14.2 |
| Tek Ebeveyn ve Çocuklarla Çekirdek Aile | 19.2 | 14.8 | 10.8 | 10.8 | 12.0 | 11.3 | 13.2 | 11.9 |
| Tek Kişi | 8.0 | 6.7 | 9.0 | 8.2 | 9.6 | 9.2 | 10.9 | 6.5 |

**Kaynak:** *TÜİK (2022b) verilerinden derlenmiştir.*

**Not:** *Her bir yıl için ilan edilen değerler, bir önceki yılın gelir referans dönemini kapsamaktadır.*

Eğitim, bir toplumda yaşayan bireylerin hem kişisel gelişimlerine hem de mesleki gelişimlerine katkıda bulunarak istihdamda daha yüksek gelir düzeyine ulaşmalarına olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla, eğitim düzeyi arttıkça yoksulluk oranının azalması beklenir. Bu bağlamda bir ülkedeki yoksulluk oranının incelenmesinde eğitim düzeyi kırılımının dikkate alınması önem taşımaktadır. Tablo 4, Türkiye'de eğitim durumuna göre yok-

sulluk oranlarını (%); 2006, 2011 ve 2016-2021 arası yıllar için göstermektedir. Tablo 4 incelendiğinde, yoksulluğa en çok maruz kalanların okuma yazma bilmeyenler ile okuyup yazabilen ancak herhangi bir eğitim düzeyini tamamlamamış kişiler oldukları açık bir şekilde görülmektedir. Bu iki grubun yoksulluk oranları ile kendilerini en yakın takip eden grup olan lise altı eğitimliler arasında büyük bir uçurumun bulunduğu söylenebilir. 2019 yılı gelirlerini referans alan istatistikleri içeren 2020 yılı verilerine göre, okuma yazma bilmeyenlerde yoksulluk oranı %26.7 iken okuma yazma bilmekle birlikte herhangi bir eğitim düzeyini tamamlamamış bireylerde bu oran %25.7 olarak ölçülmüştür. En yakın takipçileri olan lise altı eğitimlilerde ise ilgili oran bahsedilen uçurum dahilinde %14 düzeyindedir. Eğitim düzeyinin artması ile birlikte, beklendiği gibi yoksulluk oranı azalmakta olup lise ve dengi meslek okulu mezunlarında %8.3 ve yükseköğretim mezunlarında %3.2 düzeyindedir. COVID19 pandemisinin etkisini barındıran 2020 yılının istatistikleri 2021 yılında raporlanmış olup, ilgili yılda tüm eğitim düzeylerinde yoksulluk oranının azaldığı görülmektedir. Bu durum; Tablo 1, Şekil 1 ve Tablo 3'de görüldüğü ve açıklamalarında vurgulandığı gibi, kriz ve pandemi dönemi koşullarının beklenen etkileriyle çelişmekte olup çalışmanın ilerleyen kısımlarında tartışılacaktır.

***Tablo 4:*** *Türkiye'de Eğitim Durumuna Göre Yoksulluk Oranları (%) (Medyan Gelirin %50'sine Göre)*

| Eğitim Durumu | Yıllar | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2006 | 2011 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| Lise Altı Eğitimliler | 14.3 | 13.1 | 12.5 | 11.7 | 12.1 | 13.4 | 14.0 | 13.8 |
| Lise Ve Dengi Meslek Okulu | 5.4 | 5.8 | 6.2 | 5.5 | 5.8 | 6.9 | 8.3 | 7.5 |
| Yüksek Öğretim | 0.7 | 1.1 | 1.7 | 1.5 | 2.2 | 2.5 | 3.2 | 2.5 |
| Okuma Yazma Bilen Fakat Bir Okul Bitirmeyen | 27.8 | 27.0 | 24.1 | 21.7 | 23.6 | 22.4 | 25.7 | 24.4 |
| Okuma Yazma Bilmeyen | 32.8 | 28.9 | 26.2 | 25.4 | 27.5 | 26.1 | 26.7 | 24.1 |

**Kaynak:** *TÜİK (2022b) verilerinden derlenmiştir.*

**Not:** *Her bir yıl için ilan edilen değerler, bir önceki yılın gelir referans dönemini kapsamaktadır.*

### 3.2. Türkiye'de Çok Boyutlu Yoksulluk

Çalışmanın bir önceki başlığında incelenen yoksulluk istatistikleri, ilgili konuda gelire dayalı (parasal) göstergeleri baz almaktadır. Oysa, toplumu oluşturan bireylerin yoksulluk koşullarında parasal unsurlara ek olarak diğer faktörlerin de etkisi bulunmaktadır. Diğer faktörleri de dahil ederek hesaplanan yoksulluk oranı, "çok boyutlu yoksulluk" oranı olarak adlandırılmakta olup salt parasal değerlerle temsil edilen yoksulluk oranının sunduğu görünümden

tamamen farklı bir tablo ortaya koyabilmektedir. Çalışmada, Türkiye'de yoksulluğun mevcut durumunun ve zaman içindeki seyrinin daha iyi anlaşılması amacıyla, Dünya Bankası tarafından hesaplanan çok boyutlu yoksulluk oranı verilerine yer verilmiştir. İlgili kuruluş, söz konusu yoksulluk göstergesinin oluşumunda gelire dayalı yoksunluk oranlarına ek olarak eğitimden ve temel altyapı hizmetlerinden yoksunluk boyutlarını hesaplamalarına dahil etmektedir. Eğitimle ilgili olarak eğitim durumuna göre ve eğitime katılıma (kayıt yaptırmaya) göre yoksunluk oranları; temel altyapı hizmetlerine yoksunlukla ilgili olarak ise elektrikten, sanitasyondan ve içme suyundan yoksunluk oranları gösterge hesaplamalarında kullanılmaktadır (Worldbank, 2022a).

***Tablo 5:*** *Türkiye'de Çok Boyutlu Yoksulluk Oranları*

| Oranlar | 2010 | 2015 | 2019 | 2020 |
|---|---|---|---|---|
| Toplam (%Toplam Nüfus) | 65.7 | 41.3 | 39.8 | 41.5 |
| Kadınlar (%Kadın Nüfus) | 66.4 | 42.4 | 41 | 42.8 |
| Erkekler (%Erkek Nüfus) | 65 | 40.2 | 38.6 | 40.2 |
| Çocuklar (% 0-17 Yaş Nüfus) | 71 | 48.2 | 47.7 | 48.9 |

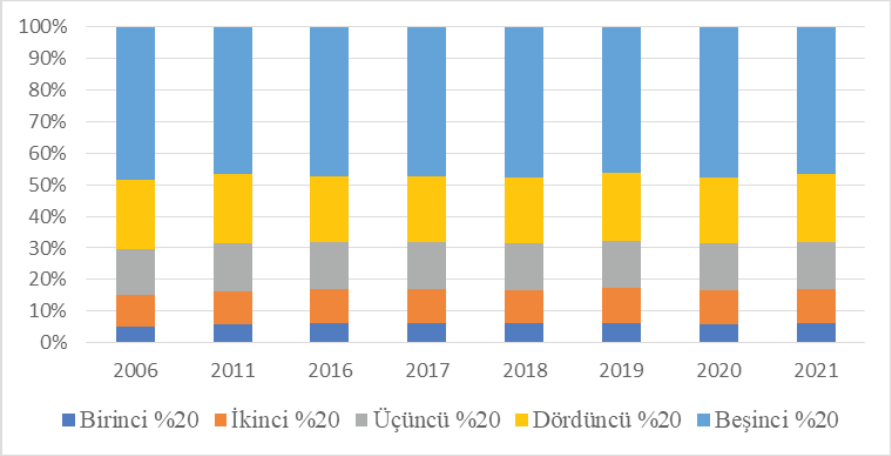
**Kaynak:** *Worldbank, 2023.*

Tablo 5, Türkiye'de çok boyutlu yoksulluk oranlarını toplam nüfus, kadınlar, erkekler ve çocuklar için 2010, 2015, 2019 ve 2020 yılları için sunmaktadır. İlgili veri setinde Türkiye için istatistiklerin 2010 yılı itibariyle sunulmakta olup en güncelinin 2020 yılında sunulması nedeniyle söz konusu göstergeler bu şekilde sınırlandırılmıştır. Yoksulluğu Türkiye açısından gelir düzeyine ek eğitim ve temel altyapı hizmetleri ile genişleten çok boyutlu yoksulluk oranları istatistikleri, çalışmanın önceki bölümlerinde sunulan verilere kıyasla bambaşka bir görünüm ortaya koymaktadır. 2010 yılında toplam nüfusta çok boyutlu yoksulluk oranı %65.7 iken kadın nüfus içinde bu oran %66.4, erkek nüfus içinde %65 ve çocuk nüfus içinde ise %71 olarak ölçülmüştür. 2015 yılında 2010 yılına göre, 2019 yılında ise 2015 yılına göre tüm oranlarda azalma meydana gelmişken 2020 yılında tamamı artış göstermiştir. 2020 yılı verilerine göre çok boyutlu yoksulluk tüm nüfusta %41.5 düzeyindeyken, kadınlarda %42.8, erkeklerde %40.2 ve çocuklarda ise %48.9 olarak gerçekleşmiştir. Toplumda dezavantajlı gruplar arasında yer alan kadınlar ve çocuklar, yoksulluğa maruz kalma açısından kırılgan kesimleri oluşturmaktadırlar (Görkey, 2019: 212). Tablo 5'te sunulan oranlar, Türkiye'de kadınların erkeklere, çocukların da toplam nüfusa kıyasla incelenen tüm dönemlerde çok boyutlu yoksulluğa daha fazla maruz kaldığını göstermektedir. Özellikle çocuklarda çok boyutlu yoksulluğun öncelikli bir şekilde üzerinde durulması gerekliliği Tablo 5'te belirgin bir şekilde görülmektedir.

### 3.3. Türkiye'de Gelir Dağılımı

Bir ülkede yoksulluğun boyutunun tam olarak anlaşılabilmesi için gelir dağılımının da incelenmesi gereklidir. Gelir dağılımı; gelirin nüfusun yüzde 20'lik ve %10'luk gruplarına göre dağılımı, P80/P20 oranı, P90/P10 oranı ve Gini katsayısı gibi çeşitli göstergeler aracılığıyla incelenebilir (Görkey, 2022: 306). Bu çalışmada, gelirin yüzde 20'lik gruplara göre dağılımı, P80/P20 oranı ve Gini katsayısına yer verilmiştir.

Gelirin yüzde 20'lik gruplarına göre dağılımı, nüfusu gelir düzeyleri sıralamasına göre her biri nüfusun yüzde 20'sini içeren beş gruba ayırmaktadır. Böylelikle nüfusun en düşük gelire sahip beşte birlik kısmı birinci (ya da ilk) %20 olarak adlandırılırken, bir sonraki sırada yer alan en düşük gelire sahip beşte birlik nüfus ikinci %20 olarak adlandırılır. Benzer şekilde üçüncü %20 ve dördüncü %20 sıralanırken, nüfusun en yüksek gelir düzeyine sahip beşte birlik kısmı ise beşinci (ya da son) %20 olarak isimlendirilir (TÜİK, 2022a). Şekil 2, Türkiye'de ilgili göstergeye ait değerleri 2006, 2011 ve 2016-2021 arasındaki yıllar için sunmaktadır.




***Şekil 2:*** *Türkiye'de Yüzde 20'lik Gruplara Göre Gelir Dağılımı (Eşdeğer Hanehalkı Kullanılabilir Fert Gelirine Göre)*

**Kaynak:** *TÜİK (2022b) verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.*

**Not:** Her bir yıl için ilan edilen değerler, bir önceki yılın gelir referans dönemini kapsamaktadır.

Şekil 2, Türkiye'deki gelir dağılımı eşitsizliğinin boyutu belirgin bir biçimde göstermektedir. Şekilde yer alan tüm dönemlerde toplam gelirin en düşük kısmının birinci %20 tarafından elde edildiği görülürken gelir düzeyi arttıkça sahip olunan gelir düzeyinin de arttığı, dolayısıyla eşitsizliğin artarak devam ettiği dikkat çekmektedir. En yüksek gelire sahip grubu temsil eden beşinci %20'lik grup, incelenen dönemlerde gelirin %46.25'i

ile %48.44'ü arasındaki değerlere sahip olmuştur. Bir başka deyişle toplam gelirin yarısına çok yakın bir kısmı nüfusun yalnızca (en yüksek gelirli) beşte birinindir. %50'yi çok az aşan geri kalan kısım ise nüfusun geri kalan %80'lik kısmı tarafından paylaşılmaktadır. Bu çalışmanın yoksulluk konusunu incelemesi sebebiyle, nüfusun en düşük gelire sahip birinci %20 'lik kısmına ilişkin incelemeler yol gösterici olacaktır. İlgili grup incelenen dönemler boyunca %5.05 ile %6.28 arasında olmak üzere oldukça düşük gelir düzeyine sahiptir. Bu en düşük ve en yüksek değerler sırasıyla 2006 ve 2017 yılında gerçekleşmiştir. Pandemi öncesi gelir referans dönemine ait verileri gösteren 2020 yılı istatistiklerine göre birinci %20 toplam gelirden yalnızca %5.93'lük bir pay alırken; ikinci, üçüncü, dördüncü ve beşinci %20'lik dilimler için ilgili göstergeler sırasıyla %10.56, %14.9, %21.09 ve %47.51 olarak hesaplanmıştır.

Gelir dağılımı göstergeleri arasından yaygınlıkla kullanılan bir diğer gösterge P80/P20 oranıdır. Bu oran nüfusun gelire göre sıralanmasında beşinci %20'lik dilimin elinde bulundurduğu gelir oranının birinci %20'lik dilimin gelir oranına bölünmesiyle hesaplanır (TÜİK, 2022a). Ekonomideki en yüksek gelir grubu ile en düşük gelir grubunun elde ettiği gelir düzeylerini oranlamaları açısından gelir dağılımına yönelik bir karşılaştırma yapmaya olanak vermektedir. TÜİK (2022b) verilerine göre, Türkiye'de P80/P20 oranı 2006 yılında 9.59 iken 2011'de 8.04, 2016'da 7.68 ve 2021 yılında 7.65 olarak hesaplanmıştır. Bu oranlar daha açık bir ifade ile, 2021 yılından örnek vermek gerekirse, nüfusun en zengin %20'lik kesiminin elinde bulundurduğu gelirin nüfusun en yoksul %20'lik kesiminin sahip olduğu gelirin 7.68 katı olduğu anlamına gelmektedir.

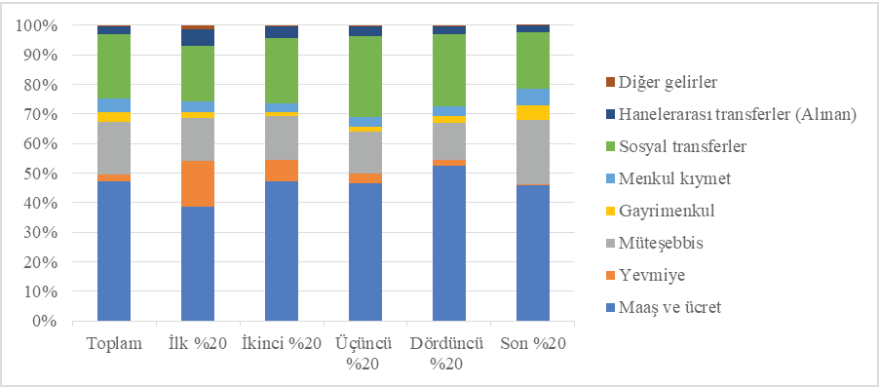
Bir ekonomide gelir dağılımını gösteren önemli ölçütlerden birisini ise Gini katsayısı oluşturmaktadır. 0 ile 1 değerleri arasında değerler alan Gini katsayısı, bir ülkedeki gelir dağılımının eşitlikten ne ölçüde uzak olduğunu sayısal olarak ifade etmektedir. Katsayının 0'a yaklaşması eşitliğin arttığını, 1'e yaklaşması ise eşitsizliğin arttığını göstermektedir (Durgun & Yalkı Berker, 2020: 118-119). TÜİK (2022b) verilerine göre, Türkiye'de Gini katsayısı 2006 yılında 0.43; 2011, 2016 ve 2021 yıllarında 0.40 olarak ölçülmüştür. Bu katsayılar, bu çalışmada yer verilen diğer gelir dağılımı ölçütlerinin yorumlanmasına paralel olarak Türkiye'de gelir dağılımının eşitlikten oldukça uzak bir görüntü sergilediğine işaret etmektedir.

Bir ekonomideki bireylerin gelir kaynaklarının belirlenmesi o ülkedeki hem yoksulluğun hem de gelir dağılımının seyrinin anlaşılmasında önemli rol oynamaktadır. Bununla birlikte, gelir kaynaklarının nüfusun gelire göre sıralanmış beşte birlik grupları açısından farklılık göstermesi olağandır. Bu sebeple Şekil 3'te gelir kaynakları, nüfusun gelire göre yüzde 20'lik gruplarına göre ayrılarak yer verilmiştir. İlgili şekilde, eşdeğer hanehalkı fert gelirinin yer aldığı TÜİK'in (2022b) Gelir ve Yaşam Koşulları Araş-

tırması'ndaki yıllara ait değerlerin bir önceki yılın gelir düzeylerini kapsaması ve COVID19 pandemisinin etkilerinin şekilde incelenen tek yıla yansımaması amaçlanmıştır. Bu sebeple Şekil 3; 2020 yılı gelir referansını kapsayan 2021 yılı yerine, pandemi öncesine denk gelen 2019 yılı gelir düzeylerini referans alan 2020 yılı istatistiklerini sunmaktadır.

Şekil 3'te sunulan TÜİK'in (2022b) 2020 yılı verilerine göre, nüfusun gelir düzeyine göre sıralanmış her yüzde 20'lik diliminde (ve toplam değerde) gelirin en yüksek payının maaş ve ücretlerden kazanıldığı görülmektedir. Toplam gelirin Türkiye genelinde %47.1'i, ilk %20lik grupta %38.5'i ve son %20 'lik grupta ise %45.8'i maaş ve ücretlerden elde edilmektedir. İlgili oranın en yüksek olduğu grup ise %52.5'lik pay ile dördüncü %20'lik gruptur. Maaş ve ücretlerin en düşük gelir düzeyine sahip kesimde görece düşük olduğu dikkat çekmekteyken bu kesimde yevmiyenin %15.5 gibi önemli bir paya sahip olduğu söylenebilir. İlk %20'lik grubun diğer gelir kaynakları sırasıyla %18.9 ile sosyal transferler, %14.6 ile müteşebbis, %5.6 ile haneler arası alınan transferler, %3.6 ile menkul kıymet, %2 ile gayrimenkul ve %1.2 ile diğer gelirlerdir.

Şekil 3'te yoksulluk konusu açısından önem taşıyan gelir kalemlerinden birini, devlet tarafından karşılıksız olarak yapılan sosyal transferler oluşturmaktadır. 2020 yılında (2019 referans döneminde) Türkiye genelinde sosyal transferler gelirin %21.8'ini oluştururken; toplam geliri içinde sosyal transferlerin payı en çoktan en düşüğe doğru beşte birlik gruplar şu şekilde sıralanabilir: üçüncü %20'lik grupta %27.6, dördüncü %20'lik grupta %24.4, ikinci %20 'lik grupta %22.1, beşinci %20'lik grupta %19.2 ve ilk %20'lik grupta %18.9. Bu veriler, Türkiye'de en yoksul kesimin sosyal transferlerden (gelirde oransal olarak) en az faydalanan kesim olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.




***Şekil 3:*** *Eşdeğer Hanehalkı Fert Gelirinin Yüzde 20'lik Dilimlere Göre Dağılımı, 2020.*

**Kaynak:** *TÜİK (2022b) verilerinden faydalanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.*

**Not:** *Her bir yıl için ilan edilen değerler, bir önceki yılın gelir referans dönemini kapsamaktadır.*

## 4. TÜRKİYE'DE MAKRO İKTİSAT VE YOKSULLUK BAĞLANTISI ÜZERİNE DEĞERLENDİRME VE COVID19 PANDEMİSİ SONRASI ARTMASI BEKLENEN EŞİTSİZLİKLER

Bu kısımda öncelikle Türkiye'de temel makro iktisadi göstergelerin zaman içindeki seyrine yer verilerek her bir makro değişkenin yoksullukla bağlantısı değerlendirilerek tartışılmaktadır. Çalışma kapsamında incelenecek makro istatistikler; Tablo 6'da yer alan GSYİH Büyüme Oranı (%), kişi başına düşen GSYİH büyüme oranı (%), işsizlik oranı (%), enflasyon oranı (%), cari işlemler dengesi (%GSYİH), merkezi kamu borcu (%GSYİH), vergi gelirleri (%GSYİH), gelir, kar ve sermaye kazancı vergileri (%toplam vergi) ve mal ve hizmetlerden alınan vergiler (%gelir) ile tabloda yer almayan ancak metin içinde yorumlanan döviz kuru ve faiz oranından oluşmaktadır. Tablo 6'da yer alan göstergelerin tamamı yıllık verilerdir. Önceki bölümde incelenen yoksulluk verilerinin ilgili veri tabanında 2006 yılından itibaren mevcut olması nedeniyle bu kısımda değinilen makro iktisadi istatistikler de bütünlük sağlanması amacıyla – veri mevcudiyeti el verdiği ölçüde – 2006 yılından başlatılmıştır.

***Tablo 6:*** *Türkiye'de Temel Makro İktisadi Göstergelerin Seyri*

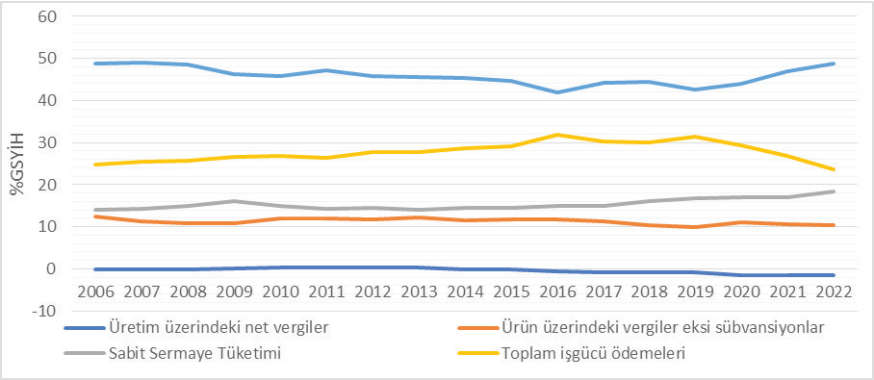
| Yıllar | GSYİH Büyüme Oranı (%Yıllık Değişim) | Kişi Başına Düşen GSYİH Büyüme Oranı (%Yıllık Değişim) | İşsizlik Oranı (%) | Enflasyon Oranı, TÜFE (%) | Cari İşlemler Dengesi (%GSYİH) | Merkezi Kamu Borcu (%GSYİH) | Vergi Gelirleri (%GSYİH) | Gelir, Kar ve Sermaye Kazancı Vergileri (%Toplam Vergi) | Mal ve Hizmetler Üzerinden Alınan Vergiler (%Gelir) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2006 | 7.04 | 5.57 | 8.72 | 9.60 | -5.59 | - | - | - | - |
| 2007 | 5.14 | 3.75 | 8.87 | 8.76 | -5.42 | - | - | - | - |
| 2008 | 0.68 | -0.39 | 9.71 | 10.44 | -5.12 | 40.89 | 17.50 | 31.17 | 35.37 |
| 2009 | -4.84 | -6.02 | 12.55 | 6.25 | -1.75 | 48.47 | 18.07 | 31.01 | 35.43 |
| 2010 | 8.59 | 6.99 | 10.66 | 8.57 | -5.74 | 45.15 | 18.86 | 28.90 | 38.75 |
| 2011 | 10.98 | 9.73 | 8.80 | 6.47 | -8.87 | 40.08 | 18.57 | 29.03 | 39.19 |
| 2012 | 4.76 | 3.25 | 8.15 | 8.89 | -5.45 | 37.96 | 18.11 | 30.04 | 37.38 |
| 2013 | 8.68 | 6.65 | 8.73 | 7.49 | -5.83 | 32.12 | 18.36 | 27.55 | 40.81 |
| 2014 | 4.89 | 2.88 | 9.88 | 8.85 | -4.14 | 31.35 | 17.95 | 29.86 | 38.29 |
| 2015 | 5.98 | 4.04 | 10.24 | 7.67 | -3.16 | 29.06 | 18.18 | 28.44 | 39.45 |
| 2016 | 3.32 | 1.57 | 10.84 | 7.78 | -3.11 | 30.07 | 18.27 | 29.69 | 38.27 |
| 2017 | 7.46 | 6.10 | 10.82 | 11.14 | -4.76 | 29.86 | 17.72 | 30.21 | 38.49 |
| 2018 | 3.08 | 2.09 | 10.89 | 16.33 | -2.79 | 29.41 | 17.28 | 34.18 | 33.90 |
| 2019 | 0.81 | -0.03 | 13.67 | 15.18 | 0.70 | 34.13 | 16.55 | 34.67 | 31.94 |
| 2020 | 1.78 | 1.15 | 13.11 | 12.28 | -4.93 | 41.97 | 17.64 | 31.39 | 36.33 |
| 2021 | 11.60 | 10.51 | 11.97 | 19.60 | -1.67 | - | - | - | - |
| 2022 | 5.42 | - | 10.50 | 72.31 | - | - | - | - | - |

**Kaynak:** *TÜİK (2023a; 2023b; 2023c), Worldbank (2023).*

**Notlar:** *GSYİH Büyüme Oranı istatistikleri TÜİK (2023a) veri tabanından, Enflasyon oranı istatistikleri TÜİK (2023b) veri tabanından, diğer istatistikler Worldbank (2023) veri tabanından derlenmiştir. İşsizlik oranına ait 2022 yılı istatistiği TÜİK (2023c) veri tabanından elde edilmiştir.*

Tablo 6, büyüme oranları açısından incelendiğinde, incelenen zaman dönemi boyunca birkaç yıl dışında (GSYİH büyümesi için 2009 yılı, kişi başına düşen GSYİH'de büyüme için 2008, 2009 ve 2019 yılları dışında) iktisadi büyüme gerçekleştiği izlenmektedir. Bununla birlikte büyümenin seyri dalgalanma göstermektedir. Büyümenin daha iyi bir biçimde yorumlanabilmesi için Şekil 4'te gelir yöntemine göre hesaplanmış GSYİH içinde; toplam işgücü ödemeleri, net işletme artığı/karma gelir, sabit sermaye tüketimi, üretim üzerindeki net vergiler ve ürün üzerindeki eksi sübvansiyonların payı (%GSYİH) gösterilmiştir. Her yıl için bu beş kalemin toplamı %100'e eşit olacak şekilde düzenlenmiştir. Şekil 4'te dikkat çeken bir durum net işletme artığı ile toplam işgücü ödemelerinin seyridir. İncelenen tüm dönem boyunca net işletme artığı toplam işgücü ödemelerinde daha yüksek oranla seyretmiştir. İki gelir türüne ait payların arasındaki fark 2016 yılına dek azalmış, 2016-2019 yılları arasında dalgalanma göstermiş ve en önemlisi COVID19 pandemisinin görüldüğü 2020 yılından itibaren önemli ölçüde artış göstererek birbirinden ayrışmıştır. Bu durum, pandemi sonrası dönemde GSYİH içinde net işletme artığının payı artarken toplam işgücü ödemelerinin azalması anlamına gelerek işgücü aleyhine bir görünüm sergilemektedir.

GSYİH içinde toplam işgücü ödemelerinin azalmış olması yoksulluk açısından olumsuz bir duruma işaret etmektedir. Bu durumun nedeni, TÜİK tarafından yayınlanan Gelir ve Yaşam Koşuları Araştırması 2021'de (TÜİK, 2022b) yer alan gelir türlerine göre dağılım, ortalama iş gelirleri ve çalışma türlerine göre ortalama iş gelirlerinin incelenmesi ile daha belirgin hale gelmektedir. TÜİK'e (2022b) göre yıllık ortalama hanehalkı kullanılabilir geliri, 2019 gelir referans dönemini kapsayan 2020 yılı verilerine göre 69 bin 349 TL ve 2020 gelir referans dönemini içeren 2021 yılı verilerine göre de 76 bin 733 TL olarak gerçekleşmiştir. Yıllık ortalama eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert geliri ise ilgili yıllarda sırasıyla 33 bin 428 TL ve 37 bin 400 TL olarak hesaplanmıştır. 2020 ve 2021 yıllarında (sırasıyla 2019 ve 2020 gelir referans dönemi) gelir türlerine göre dağılımda en yüksek payı %47.1 ile maaş ve ücretler almıştır. 2020 yılı verilerine göre diğer gelir türlerinin payları; %21.8 ile sosyal transferler, %17.7 ile müteşebbis, %4.3 ile menkul kıymetler, %3.5 ile gayrimenkul, %2.9 ile haneler arası alınan transferler, %2.5 ile yevmiye ve %0.2 ile diğer gelirler olarak sıralanmıştır. Bu göstergeler, elde edile toplam gelir içerisinde maaş ve ücretlerin önemini ve en yakın takipçisinden bile epey yüksek oranda olduğunu açık bir şekilde göstermektedir. Bu istatistikler ışığında Şekil 4'ün incelenmesi, GSYİH içinde toplam işgücü ödemelerinin payının azalmasının gelir ve yaşam koşulları açısından kritik bir konu olarak öncelikle incelenmesi gerekliliğini belirgin hale getirmektedir.




***Şekil 4:*** *GSYİH'den Alınan Paylar (%), Gelir Yöntemine Göre*

**Kaynak:** *TÜİK (2022d) verilerinde faydalanılarak yazar tarafından grafik haline getirilmiştir.*

İşteki duruma göre elde edilen ortalama iş gelirlerinin incelenmesi, iktisadi büyümeye ve işgücü piyasası dinamiklerine ek olarak dikkate alınması gereken bir diğer konuyu oluşturmaktadır. Bu amaçla Tablo 7'de işteki duruma göre toplam ve cinsiyet bazında ortalama gelir değerleri ve kadın erkek arasındaki gelir eşitsizliği istatistikleri sunulmaktadır. Tablo 7'de COVID19 pandemisinden önceki yıl olan 2019 gelir referans dönemini içeren 2020 yılı istatistiklerine yer verilmiştir.

Tablo 7 incelendiğinde; ücretli ve maaşlı, yevmiyeli, işverenler ve kendi hesabına çalışanlar arasından en yüksek ortalama gelire sahip olanların iş verenler olduğu, ikinci sırada ise ücretli ve maaşlı çalışanların bulunduğu görülmektedir. Kendi hesabına çalışanlar üçüncü sıradayken son sırada yevmiye karşılığında çalışanların yer almaktadır. Bu tabloda esas dikkat çeken konu erkek ve kadınlar arasındaki iş gelirleri eşitsizliğidir. İşgücü piyasası dinamiklerini ilgilendiren bu konu, kadınlara ait ortalama iş gelirlerinin erkeklerinkine bölünmesiyle elde edilen ortalama iş gelirinde cinsiyet eşitsizliği verileriyle açıkça sunulmaktadır. Toplam ücretler açısından; kadınlar aynı işte çalışmalarına karşın erkeklerin elde ettikleri ortalama gelirin %78'ine denk bir gelir düzeyi kazanabilmektedirler. İşteki durum dikkate alınarak yapılan ayrım da kadınların işteki durumları ne olursa olsun, erkeklerden daha az gelir elde ettiğini ortaya koymaktadır. Ücretli ve maaşlı işlerde çalışan kadınlar, erkeklerin elde ettikleri ortalama iş gelirinin %85'ini kazanabilirken, bu oran işverenlerde %83, kendi hesabına çalışanlarda %61 ve yevmiyelilerde ancak %54 olarak hesaplanmıştır. Yevmiye usulüyle çalışılan işlerin genellikle düşük nitelik gerektiren işler olduğu dikkate alındığında, daha az nitelik ve dolayısıyla daha az eğitim gerektiren işlerde çalışan kadınların daha fazla cinsiyet bazlı ücret eşitsizliğine maruz kaldığı sonucuna ulaşılabilir.

***Tablo 7:*** *Ortalama İş Gelirleri, İşteki Duruma ve Cinsiyete Göre, 2020*

| İşteki durum | Toplam | Cinsiyet | | Cinsiyet Eşitsizliği |
|---|---|---|---|---|
| | | Erkek | Kadın | Kadın/Erkek |
| Toplam | 43118 | 45648 | 35828 | 0.78 |
| Ücretli, maaşlı | 42006 | 43974 | 37392 | 0.85 |
| Yevmiyeli | 17577 | 19434 | 10572 | 0.54 |
| İşveren | 125698 | 127908 | 105767 | 0.83 |
| Kendi hesabına | 33207 | 35255 | 21516 | 0.61 |

**Kaynak:** *TÜİK (2022b) verilerinden derlenmiştir.*

**Notlar:** *Tablodaki değerler, hanehalkı fertlerinin esas işteki durumlarına göre yıllık ortalama iş gelirlerini TL cinsinden göstermektedir. Cinsiyet eşitsizliği değerleri yazar tarafından kadın ortalama gelirinin erkek ortalama gelirine bölünmesiyle hesaplanmıştır. Tablodaki değerler, bir önceki yılın gelir referans dönemi olan 2019 yılı istatistiklerini kapsamaktadır.*

Tablo 6'da sunulan Türkiye'deki temel makro iktisadi göstergelerin incelenmesi geri dönüldüğünde, incelenen dönem boyunca işsizlik oranının yüksek ve genellikle de %10'un üzerinde olduğu dikkat çekmektedir. İşsizlikten dar gelirli kesimin daha çok etkilendiği düşünüldüğünde, bu yüksek oranların Türkiye'deki yoksullar açısından bir risk oluşturduğu sonucuna varılabilir. Enflasyon oranlarının da incelenen dönem boyunca yüksek olduğu söylenebilir. Daha önemlisi, 2016 yılından itibaren (genellikle) artış trendini takiben 2021 yılındaki yıllık %19.60 ve 2022 yılındaki yıllık %72.31 düzeyleriyle yaşam standartlarını oldukça zorlar koşullara ulaştığı vurgulanmalıdır. Bu durum Tablo 6'da en dikkat çeken durum olarak nitelendirilebilir. Enflasyonun her düzeyinin, zorunlu tüketim mallarına yönelik harcamaları toplam harcamaları içerisinde oldukça yüksek paya denk gelen yoksul kesime daha çok zarar verdiği bilinmektedir. Enflasyonun bu denli yüksek olmasının toplumun her kesiminin yaşam standartları üzerinde oldukça ağır sonuçları olması beklenirken bu etkinin yoksullarda çok daha şiddetli yaşanması kaçınılmazdır.

Türkiye'de mevcut durumdaki yüksek enflasyon ile dikkate alınması gereken bir diğer konu ücretlerin enflasyondaki artış kadar arttırılması gerekliliğidir. Satın alım gücünün çok ciddi oranda düştüğü ve geleceğe yönelik belirsizliğin arttığı bu tür enflasyonist dönemlerde ücret ya da iş geliri artışlarının enflasyon artışına denk yapılmaması tüm gelir düzeylerini etkilemekteyken bu etkinin dar gelirli hanehalkını daha çok etkileyeceği söylenebilir. Özellikle asgari ücretin enflasyon oranı kadar arttırılması büyük önem taşımaktadır. Buna ek olarak, yıllık ortalama hanehalkı geliri ve yıllık ortalama eşdeğer hanehalkı kullanılabilir fert geliri başta olmak üzere gelirle ilişkili diğer tüm göstergelerdeki artış oranlarının enflasyon-

dakine denk olması, yaşam standardının korunmasını açısından oldukça kritiktir.

Enflasyon ve yoksulluk etkileşiminde önem taşıyan bir diğer konu kamu bütçesi bağlantısıyla ortaya çıkmaktadır. Ames vd.'ne göre (2001: 3) yoksullukla mücadele; planlama, bütçeleme ve o bütçeyi finanse etme gibi birbirini takip eden aşamalardan oluşmaktadır. Bu aşamalardan, bütçe planının yapıldığı dönem ile finansmanını yapıldığı dönem arasında beklenmeyen enflasyonist bir süreç yaşanması durumunda kamu bütçesi olumsuz etkilenecektir ve belki de planlanan bazı politikaların hayata geçirilmesi mümkün olmayacaktır. Bu sebeple, Türkiye'nin mevcut durumda içerisinde bulunduğu enflasyonist ortamın kamu bütçesini (yoksulluğa ek diğer tüm planlamalar sebebiyle de) ve yoksulluğu azaltmaya yönelik politikaları olumsuz etkilemesi söz konusu olabilir. Burada dikkat çekilmesi gereken başka bir konu, tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de COVID19 pandemisinin ardından kamu bütçesi açıklarının planlanan da daha fazla arttığı bir dönemde bulunuyor olunmasıdır.

Tablo 6'daki veriler incelendiğinde, merkezi kamu borcunun yüksek olduğu, özellikle COVID19 pandemisinin etkisiyle 2020 yılında, 2008-2011 yılları arasında olduğu gibi, %40'ların üzerine yükseldiği dikkat çekmektedir. Henüz açıklanmamış olan 2021 ve 2022 yıllarına ilişkin verilerin, mevcut durumda aşırı yüksek enflasyon neticesinde, 2020 yılına kıyasla daha da yüksek olabileceği söylenebilir. Kamu borcu açısından 2020 için mevcut olan ve 2021 ile 2022 için beklenen bu olumsuz durum, yoksulları daha çok etkilerken, olası yeni ya da ek vergi düzenlemeleri ile yoksulları daha da çok etkileme riskini beraberinde getirebilir.

Tablo 6'da vergilerle ilgili üç farklı istatistik bulunmaktadır. Bu üç istatistiğin yorumlanmasında dikkat edilmesi gereken bir durum üçünün de farklı büyüklüklerin yüzdesi şeklinde sunulmuş olmasıdır. Dolayısıyla bu üç göstergenin birbiriyle karşılaştırması uygun değildir. Ancak her birinin incelenen dönem boyunca kendi içindeki seyri yorumlanabilir. Bu yorumlar konuya ilişkin önemli çıkarımlara olanak sağlamaktadır. İncelenen zaman dönemi boyunca vergi gelirlerinin, GSYİH'nin %17.28'i ile %18.86'sı arasında hareket ettiği görülmekte olup 2017 yılından itibaren vergi gelirlerinin GSYİH içindeki payının azaldığı söylenebilir. Gelir, kar ve sermaye kazancından alınan vergilerin toplam vergi içerisindeki payının 2016 yılından itibaren arttığı ancak COVID19 pandemisinin görüldüğü 2020 yılında önemli ölçüde azaldığı dikkat çekmektedir. Oysa aynı dönemde mal ve hizmetler üzerinden alınan vergilerin gelir içindeki yüzdesi artış göstermiştir. Bu karşılaştırma yapılırken; Türkiye'de mal ve hizmetlere ilişkin verginin her kesim tarafından ödendiği, ancak dar gelirli kesimin toplam geliri içerisinde söz konusu verginin payının yüksek gelirli kesime kıyasla daha fazla olduğu dikkate alınmalıdır. Buna ek olarak; dar gelirli

kesimin ödemekle yükümlü olduğu gelir, kar ve sermaye kazancı vergisi ise – yüksek gelir düzeylerine görece - düşüktür. Dolayısıyla bu durum, pandemi döneminde vergi ödemelerinden yoksulların, vergi ödemelerinin gelirleri içinde nispi olarak daha çok paya denk gelmesi sebebiyle daha çok etkilenmiş olabileceğine işaret ederek konuyla ilgili daha detaylı araştırma yapılmasını gerektirmektedir.

Tablo 6'da yer alan diğer göstergelerden cari işlemler dengesinin incelenen dönem boyunca, 2019 yılı dışında açık verdiği görülmektedir. Tabloda yer almasa da döviz kurunun özellikle 2018 yılından itibaren göstermiş olduğu aşırı oynaklık, Türkiye ekonomi açısından önemli kırılganlıklara işaret eden ve yoksulluk üzerinde etki yaratan diğer iktisadi dinamikleri harekete geçirebileceğine işaret etmektedir. Bunlara ek olarak, birlikte hareket etmesi beklenen enflasyon oranı ile faiz oranı arasındaki farkın giderek açılması da yakın ve orta gelecekte ekonomik risklerin artmasına zemin hazırlayabilir. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB), yapmış olduğu son basın duyurusuyla (23.02.2023), %9 olan politika faizini %8.5 düzeyine indirmiş, böylece faiz oranı ile enflasyon arasındaki fark bir nebze daha açılmıştır.

Tablo 6 bir bütün olarak değerlendirildiğinde, özellikle son yıllarda, Türkiye'de yüksek işsizlik, epey yüksek oranlı enflasyon, kamu borcu ve cari açık sorunları mevcuttur. Buna ek olarak tabloda mevcut olmayan oynak döviz kuru da değerlendirmeye eklendiğinde makro ekonomik görüntünün istikrarlı yapıdan uzak olduğu ve bu durumdan yoksulların daha çok etkilenmesinin muhtemel olduğu söylenebilir. Türkiye'de yoksulluğun seyrinin incelendiği Tablo 1, Şekil 1, Tablo 3 ve Tablo 4'te yoksulluğun 2019 referans gelir dönemini içeren 2020 yılında arttığı ve 2020 gelir referans dönemini içeren 2021 yılında düştüğü izlenmektedir. Bir başka deyişle COVID19 pandemisinin ortaya çıktığı 2020 yılında yoksulluğun düşmüş olduğu ilgili tablolarda ve şekilde görülmektedir. Bu durum; kriz ve salgın dönemlerinde beklenenin tam tersi bir duruma işaret etmektedir. Bu tür dönemlerde üretimin ve milli gelirin azalması, işsizliğin artması ve kamu bütçesinin olumsuz etkilenmesi gibi makro ekonomik açıdan volatilite ile karşılaşılması ve dolayısıyla da ekonomik istikrardan uzaklaşılması neticesinde yoksulluğun artması beklenir. Bu beklentinin tersinin görüldüğü TÜİK (2022b) istatistikleri, yoksulluk konusuyla ilgili diğer iktisadi değişkenler olan çok boyutlu istatistik, gelir dağılımına ek olarak temel makro iktisadi göstergeler ile bir arada değerlendirilmelidir. Her ne kadar yoksulluk istatistikleri pandemi ile azalmış olsa da para dışı unsurları da içeren çok boyutlu yoksulluğun Türkiye'de önemli bir sorun olması, çocuk yoksulluğunun toplam yoksulluk düzeyinden daha yüksek olması ve gelir dağılımına ilişkin istatistiklerin ortaya koyduğu eşitsizik, önemli sorunlara işaret etmektedir. Özellikle Türkiye'de en yüksek gelir elde eden %20'lik

kesimle en düşük gelir elde eden %20'lik kesim karşılaştırıldığında gelir dağılımındaki eşitsizliğin ciddi bir konu olarak ele alınması gerektiği sonucuna varılabilir. Bununla birlikte; makro iktisadi değişkenlerden GSYİH artışı oranları ülkede iktisadi büyümenin gerçekleştiğini gösterse de yüksek işsizlik oranı, çok yüksek enflasyon oranı, artan kamu borcu, cari açık ve oynak döviz kuru gibi diğer değişkenler önemli kırılganlıklara işaret etmekte, özellikle 2018 yılından itibaren istikrarsızlık ortamının arttığı görülmektedir. Bunlara ek olarak; pozitif büyümeye karşın gelir yöntemiyle hesaplanan milli gelir, GSYİH içinde net işletme artığının payının 2019 yılından sonra artarken toplam işgücü ödemelerinin payının azalma trendine girdiğini göstermektedir. Her iki kalem arasında artmakta olan fark işgücü aleyhine bir görünüm oluşturmakta, yoksulluk üzerinde olumsuz etkide bulunma riski yaratmaktadır. Dolayısıyla, azalan yoksulluk oranına karşın; gelir dağılımı ve makro iktisadi değişkenler dar gelirli kesim için zor şartların mevcut olduğu makro ekonomik ortamın varlığına işaret etmektedir.

## SONUÇ

Yoksulluğu makro açıdan inceleyen bu çalışmada öncelikle yoksulluk kavramına ve makro iktisat ile ilişkisine değinilerek başlıca makro iktisadi değişkenlerin yoksulluk üzerindeki etkileri irdelenmiştir. Ardından, Türkiye'de yoksulluğun seyri çeşitli göstergeler aracılığıyla 2006-2021 arası dönem için araştırılmıştır. Bu göstergeler; %40, %50, %60 ve %70 yoksulluk riskine göre hesaplanmış yoksulluk oranları; %50 yoksulluk riskine göre hesaplanmış yoksulluk sınırı, yoksul sayısı, yoksulluk açığı; hanehalkı tipi ve eğitim düzeyine göre yoksulluk oranı ve çok boyutlu yoksulluk oranı olarak sıralanabilir. Çalışmada ayrıca; gelir dağılımı göstergelerinden %20 'lik gruplara göre gelir dağılımı, Gini Katsayısı, P80/P20 oranı ve hanehalkı gelirinin %20'lik gruplara göre dağılımına yer verilmiştir.

Ele alınan bu çalışmanın en önemli amaçlarından birisi, Türkiye'de yoksulluğun görünümünün mevcut makro iktisadi ortam çerçevesinde değerlendirilmesi ve yoksullukla ilgili olası makro risklerin belirlenmesinin sağlanmasıdır. Bu amaçla yoksulluğun seyrinin ardından Türkiye'deki temel makro iktisadi göstergeler veri mevcudiyetinin mümkün kıldığı ölçüde 2006-2022 yılları arası dönem için incelenmiş ve her bir makro değişkenin zaman içindeki seyri dikkate alınarak yoksulluk üzerindeki olası etkileri ve ortaya çıkması muhtemel riskler değerlendirilerek tartışılmıştır.

Yoksulluğa ilişkin göstergelere yönelik incelemeler; Türkiye'de yoksulluğun önemli bir sorun olmakla birlikte, yoksulluğun genellikle azalma trendine sahip olduğunu göstermektedir. COVID19 pandemisinin hemen öncesinde (2019 gelir referans dönemini içeren 2020 yılı istatistiklerine göre) artmış olan yoksulluğun pandeminin görüldüğü yılda (2020 gelir referans dönemini içeren 2021 yılı istatistiklerine göre) azalmış olması dikkat

çekicidir. Kriz ve salgın gibi dönemlerde azalması yerine artması beklenen yoksulluğa ilişkin tam bir değerlendirme yapılması için bu istatistiklerin yoksulluk açısından önem taşıyan çok boyutlu yoksulluk, gelir dağılımı ve makro iktisadi değişkenlerin dikkate alınması gereklidir. Parasal unsurlar dışında eğitim ve altyapı hizmetlerinden yoksunluk gibi faktörleri de içeren çok boyutlu yoksulluk, diğer ülkelerde olduğu gibi, Türkiye'ye ilişkin de başka bir tablo ortaya koymaktadır. Yıllar içinde azalan seyrine karşın, çok boyutlu yoksulluk Türkiye'de ciddi oranlara işaret ederken, kadınların erkeklere göre bu sorundan daha çok etkilendiği söylenebilir. Burada dikkat çeken bir durumu hem gelir bazlı hem de çok boyutlu yoksulluk hesaplamalarında oldukça yüksek oranlara varan çocuk yoksulluğu oluşturmaktadır. Gelir dağılımına yönelik göstergeler ise Türkiye'de kritik düzeyde gelir eşitsizliğine işaret etmektedir. Özellikle en yüksek ve en düşük gelir elde eden %20'lik gruplar arasındaki fark oldukça fazladır.

Makro iktisadi göstergelerin incelenmesi, özellikle 2018 yılından itibaren makro ekonomik istikrardan daha da uzaklaşıldığına işaret etmektedir. Pozitif büyüme rakamlarına karşın, 2019 sonrasında GSYİH içerisinde toplam işgücü ödemelerinin payı azalırken net işletme artığının payının artması, hem tüm çalışanlar için hem de dar gelirli kesim için olumsuz bir duruma işaret etmektedir. Bununla birlikte; işsizlik oranının yüksek olması, kamu borcu, vergi dağılımı, cari açık ve oynak döviz kuru önemli makro kırılganlıklara işaret ederek yoksulluk üzerinde risk oluşturmaktadır. Özellikle vurgulanması gereken bir konu; enflasyon oranının oldukça yüksek seviyelerde bulunmasıdır. Bu durumun, diğer makro iktisadi göstergelere olumsuz yönde etkilemesine ek olarak kamu bütçesinde planlananın ötesinde açıkla karşılaşılmasına neden olacağı tahmin edilmektedir. Enflasyon kaynaklı bu etkiler yoksullukla mücadele politikalarının uygulanması önünde risk oluşturabilir. Kamu borcundaki artış kamu gelirlerini de etkileyeceğinden oluşması muhtemel ek vergiler yoksul kesim aleyhine sonuçlar doğurabilir. Tüm bu değerlendirmeler neticesinde çalışma kapsamında; istatistiklerde yoksulluk oranının azalmasına karşın, yoksulluk sorunun, gelir dağılımı ve makro iktisadi göstergelerin seyrinden olumsuz etkilenmesinin çok muhtemel olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

# KAYNAKLAR

Açıkgöz, R., & Yusufoğlu, Ö. Ş. (2012). Türkiye'de yoksulluk olgusu ve toplumsal yansımaları. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 1*(1), 76–117.

Agénor, P. R. (2005). The macroeconomics of poverty reduction. *Manchester School, 73*(4), 369–434. https://doi.org/10.1111/j.1467-9957.2005.00453.x

Agénor, P. R., Izquierdo, A., & Fofack, H. (2010). *IMMPA: A Quantitative Macroeconomic Framework for the Analysis of Poverty Reduction Strategies*. EcoMod2003, 330700003.

Aktan, C. C., & Vural, İ. Y. (2002). Makro-ekonomik politikalar, gelir dağılımı ve yoksulluk. *Hak-İş Konfederasyonu Yayınları, 20*(4), 99–102.

Ames, B., Brown, W., Devarajan, S., & Izquierdo, A. (2001). *Macroeconomic policy and poverty reduction.* Washington: International Monetary Fund. https://doi.org/10.1016/s0147-5967(03)00016-7

Bayrakdar, S. (2020). Bütün yönleri ile yoksulluğun görünümü: Türkiye. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 36*, 94-120.

Blank, R. M., & Blinder, A. S. (1985). Macroeconomics, income distribution, and poverty. *NBER Working Paper Series, No: 1567*, National Bureau of Economic Research. http://www.nber.org/papers/w1567.pdf

Bouché, N., Riskin, C., Shantong, L., Ashwani, S., Guobao, W., & Huijiong, W. (2004). *The macroeconomics of poverty reduction: the case of China.* In Bouché & C. Riskin (Eds.) UNDP, Asia-Pacific Regional Programme on Macroeconomics of Poverty Reduction.

Cashin, P., Mauro, P., Pattillo, C., & Sahay, R. (2001). Macroeconomic policies and poverty reduction: Stylized facts and an overview of research. *IMF Working Paper, WP/01/135.* International Monetary Fund.

Demery, L., & Squire, L. (1996). Macroeconomic adjustment and poverty in africa: An emerging picture. *The World Bank Research Observer, 11*(1), 39–59.

Doğaner Gönel, F. (2016). *Kalkınma ekonomisi*. (3. Basım). Ankara: Efil Yayınevi.

Durgun, Ö. & Yalkı Berker, İ. (2020). Yoksulluk ve gelir dağılımı. İ. Kalaycı (Ed.) içinde, *Türkiye Ekonomisi: Kuram, Tarih Politika* (ss.115-156). İstanbul: Divan Kitap.

Ghura, D., Leite, C. A., & Tsangarides, C. (2002). Is growth enough? Macroeconomic policy and poverty reduction. *IMF Working Paper, WP/02/118.* International Monetary Fund.

Görkey, S. (2019). Türkiye'de neiy gençler: Eğitimden işgücü piyasasına geçişin incelenmesi. In A. Şen, S. Alçın, D. D. Dereli, B. Erdil-Şahin, H. Bakır, N. Korucu-Gümüşoğlu, S. Görkey, B. İncekara, A. B. Köten, & İ. Ertek (Eds.), *Türkiye'de Ekonomi* (pp. 211–258). İstabul: İstanbul Kültür Üniversitesi.

Görkey, S. (2022). Income inequality in Central and Eastern European countries. *Fenerbahçe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2*(2), 303-316.

Radhakridhna, R., & Panda, M. (2006). *Macroeconomics of poverty reduction: India case study.* In A Study Carried Out for the Asia-Pacific Regional Programme on the Macroeconomics of Poverty Reduction. United Nations Development Programme.

Tobin, J. (1992). Poverty in relation to macroeconomic trends, cycles, and policies. *Cowles Foundation Discussion Papers No: 1030R.*

TÜİK (2022a). *Metaveri: Gelir ve yaşam koşulları araştırması 2021*. https://www.tuik.gov.tr/

TÜİK (2022b). *Gelir ve yaşam koşulları araştırması 2021.* Veri seti: https://www.tuik.gov.tr/

TÜİK (2023a). *Mevsim ve takvim etkisinden arındırılmış zincirlenmiş gayrisafi yurt içi hasıla hacim endeksi ve değişim oranları, IV. Çeyrek: Ekim-Aralık, 2022 (2009=100)*. Veri seti: https://www.tuik.gov.tr/

TÜİK (2023b). *Tüketici fiyat endeksi ve değişim oranları, 2005-2023 (2003=100).* Veri seti: https://www.tuik.gov.tr/

TÜİK (2023c). *Temel işgücü göstergeleri (15+ yaş).* Veri seti: https://www.tuik.gov.tr/

TÜİK (2023d). *Gayrisafi yurt içi hasıla, gelir yöntemiyle cari fiyatlarla değer ve değişim oranı, IV. Çeyrek: Ekim-Aralık, 2022.* Veri seti: https://www.tuik.gov.tr/

Türk, T., & Ünlü, H. (2016). Yoksullukla mücadele politikaları: 2000 sonrası Türkiye örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 7*(14), 92–104.

Worldbank (2022a). *Poverty and shared prosperity 2022: Correcting course*. Washington: World Bank Publications. https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/d1d1b66e-e097-565d-8fa1-8fa4112730e6/content

Worldbank (2022b). *Fact Sheet: An Adjustment to Global Poverty Lines*. https://www.worldbank.org/en/news/factsheet/2022/05/02/fact-sheet-an-adjustment-to-global-povertylines#12

Worldbank (2023). World Development Indicators (WDI). Veri seti: https://data.worldbank.org/

# BÖLÜM 32

## İZMİR SAĞLIK TURİZMİ YÖNETİMİ[1]

*Ali KÖSTEPEN*[2]

1 Dipnot: Bu çalışma 2015 yılında Ali Köstepen tarafından yazılmış olan "İzmir İlinin Medikal Turizm Potansiyelinin Tespiti" isimli Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

2 Dr. Öğr. Üyesi Ali KÖSTEPEN, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0002-0225-9142

## 1. Alternatif Turizm ve Sağlık Turizmi Kavramları

### 1.1. Alternatif Turizm

Alternatif turizm; kitle turizmi kapsamında deniz, kum ve güneş üçlemesinin ötesine geçerek turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilerek doğaya, çevreye ve yerel halka duyarlı bir anlayış ile yıl içerisine yayılması olarak tanımlanabilir (Ulusan ve Batman, 2010). Daha net bir şekilde belirtilmesi gerekirse, kitle turizmi kapsamında deniz bölgelerinde yer alan destinasyonlarda aşırı bir büyüme ve gelişme gerçekleşmektedir. Bu durumda aşırı otel inşaatları ve destekleyici binaların inşa edildiği görülmektedir. Bu durum destinasyonun tarihi, kültürel, mimari ve çevresel birikimine zarar verdiği ve vereceği ifade edilebilir (Zengin ve Sancar, 2014). Alternatif turizm, kitle turizmine karşı ortaya çıkan, olumsuz bir anlayış ile yorumlanmaması gereken bir kavramdır.

Bu bağlamda alternatif turizm; doğaya, çevreye saygılı ve sürdürülebilir bir anlayış ile turizm faaliyetlerinin daha kapsayıcı ve çeşitli (doğa turizmi, yayla turizmi, kongre turizmi, kırsal turizm, inanç turizmi, sağlık turizmi, moda turizmi, gastroturizm ve benzeri) bir şekilde turizm faaliyetlerini kapsayan bir kavram olarak tanımlanabilir (Düşmezkalender ve Metin, 2019).

Alternatif turizm kavramı sonraki nesillere daha yaşanabilir alanlar bırakmak ve turizm faaliyetlerinin de uzun soluklu olmasını sağlamak amacıyla ortaya çıkmış olduğu ifade edilebilir. Alternatif turizm kavramı, yerel halkı ve küçük yatırımcıları turizm etkinliğinin dışında bırakmadan toplu bir şekilde kalkınmanın sağlanabileceğini içeren bir anlayış olduğu belirtilebilir (Şeyhanlıoğlu ve Kıngır, 2021).

Alternatif turizm kapsamında, kitle turizminin yanında ortaya çıkan, turizm türleri yer almaktadır. Bunlardan bir tanesi olan sağlık turizmi de alternatif turizm kavramı içerisinde yer almaktadır (Şahbaz vd., 2012).

### 1.2. Sağlık Turizmi

Dünya genelinde bireylerin gelir düzeylerinin artması ve mobilitenin yaygınlaşması ile bireyler sağlık hizmeti almak ve kendilerini daha iyi ve zinde hissetmelerini sağlamak amacıyla seyahatler gerçekleştirmektedirler. Bu seyahatlere ve gidilen destinasyonda sağlık ve turizm hizmetlerini almalarına sağlık turizmi denilmektedir (Annette ve Arellano, 2007).

Sağlık turizmi başlığı altında dikkat edilmesi gereken bir husus; sağlık turisti ve turistin sağlığıdır. Turistin sağlığı, turizm amacıyla bir destinasyona giden bir turistin, turizm faaliyeti içerisinde sağlık problemi yaşaması sonucunda almış olduğu sağlık hizmeti anlamına gelmektedir. Bu durum sağlık turizmi kapsamında ele alınmamaktadır. Sağlık turisti ise,

sağlık hizmeti almak amacıyla bir destinasyona giden ve sağlık hizmeti alan turist anlamındadır. Sağlık turizmi kapsamında ele alınmaktadır (Daştan, 2014).

Sağlık turizmi dünya genelinde en eski turizm türlerinden bir tanesi olduğu ifade edilebilir. Çok eski yıllarda insanlar savaştıktan sonra tedavi olmak ve kendilerini rehabilite ederek yeni savaşlara sağlık ve mental açıdan hazırlanmaları eski kaynaklarda yer aldığı görülmektedir. 17. Ve 18. Yüzyıl ile birlikte özellikle keyif ve rehabilite amaçlı savaşlardan bağımsız olarak bireyler sıcak su (termal) kaynaklara giderek vakit geçirdikleri söylenebilir. Modern tıbbın ilerlemesi ve tam teşekküllü hastanelerin açılması ile birlikte 1900lü yılların ikinci yarısından sonra bireyler medikal anlamda hizmet almak adına farklı ülkelere seyahat ettikleri ifade edilebilir. 2000li yıllarla birlikte ise sağlık turizmi kavramı ele alınarak bilimsel ve akademik bir şekilde süreçlerin yönetilmesi ve sağlık turizminin önemli bir sektör olmaya başlaması söz konusudur (İçöz, 2009).

Sağlık turizmi kapsamında medikal anlamda ilk adımlarının Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan bireylerin daha ucuz ve aynı kalitede sağlık hizmeti sunması amacıyla Meksika'ya seyahat etmesiyle başladığı ifade edilebilir. Devamında Hindistan'da tıp alanında yetenekli hekimlerin olması sebebiyle yatırımcıların dikkatini çekmiş ve bölgede yüksek kalite ve standartta hizmet veren sağlık komplekslerinin kurulduğu ve sağlık turizmi kapsamında hizmet verdiği görülmüştür. Sonrasında her bir ülke pazardan pay almak adına adımlar atmaya başlamış ve sürece dahil olmuştur (Aydın, 2012).

Şubat 2020 tarihinde dünya genelinde vuku bulan ve salgın halinde tüm dünyayı karantinaya alan Koronavirüs ile tüm turizm faaliyetleri durduğu gibi sağlık turizmi faaliyetlerinin de durduğu belirtilebilir. Bu tarihe kadar hem dünyada hem de Türkiye'de sağlık turizmi önemli bir endüstri haline gelmiş, dünya genelindeki bireylerin sağlık hizmeti almak amacıyla dünyanın çeşitli ülkelerindeki destinasyonlara gittiği görülmektedir. Bu bağlamda sağlık turizmi kapsamında dünya genelinde Amerika, Meksika, Tayland, Hindistan, Avustralya, Kore, Türkiye gibi ülkelerin başı çektiği görülmektedir (Tengilimoğlu, 2021). Kasım 2021 tarihi ile salgının şiddetinin azalması ve yasakların iptal edilmesi sonucunda sağlık turizmi hareketliliği eski canlı ve dinamik günlerine geri döndüğü ifade edilebilir (https://www.sabah.com.tr/pazar/2022/08/28/turkiye-dunyaya-sifa-dagitiyor, E.T.: 02.02.2023). Salgın öncesi sağlık turizmi pazarının dünya genelinde ulaşmış olduğu büyüklük yaklaşık 750 milyar dolar olduğu düşünülmektedir. Hem sağlık sektörü hem de turizm sektörü dünya genelinde önemli endüstriler haline geldiği göz önünde bulundurulduğunda bu rakamların ilerleyen dönemlerde normal şartlar altında daha da yüksek seviyelere gelebileceği tahmin edilmektedir.

Sağlık turizmi; termal turizm, engelli ve ileri yaş turizmi ve medikal turizm olarak üç şekilde sınıflandırılmaktadır. Buna ilave olarak bazı kaynaklarda engelli turizmini ve ileri yaş turizmini ayrı bir şekilde sınıflandırıldığı görülmektedir. Wellness – spa turizmi olarak da termal turizmin bölündüğü kaynakların da mevcut olduğu söz konusudur. Bu çalışma da ise yukarıda belirtildiği gibi üç başlık altında ele alınacağı ifade dilebilir (Kantar ve Işık, 2014).

### 1.2.1. Termal Turizm

Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı termal turizmi; bireylerin uzman hekim, fizyoterapist ve masaj uzmanları eşliğinde termal suların kullanılması ile tedavi ve rehabilite olması şeklinde tanımlamaktadır (Aktepe, 2013).

Termal turizm dünya tarihine bakıldığında en eski turizm hareketliliğin yaşandığı bir tür olarak görülebilir. Dünya tarihinin her döneminde bireyler sıcak su kaynaklarına giderek hastalıklarından kurtulmaya, rehabilite olmaya ve güzel zaman geçirmeye yönelik faaliyetlerde bulunmuşladır. Günümüzde ise dünya genelinde termal su kaynaklarına sahip olan ülkelerin bu bağlamda tesisler kurarak profesyonel anlamda termal turizm faaliyetlerinde bulunduğu ifade edilebilir.

Türkiye sahip olduğu termal kaynaklar bakımından dünya genelinde önemli bir konuma sahiptir. 2019 verileri göz önünde bulundurulduğunda, sahip olduğu tesisler ve su kalitesi göz önünde bulundurulduğunda dünya genelinde yedinci sırada olduğu bilinmektedir. Avrupa'da ise termal kaynak ve tesis bakımından birinci, termal uygulamalar sıralamasında ise üçüncü olduğu bilinmektedir (Boyraz, 2019).

Termal turizm kapsamında Avrupa bölgesine bakıldığında, Almanya'nın başı çektiği ve devamında Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan ve İsviçre'nin devam ettiği söylenebilir. 2019 verilerine göre Almanya yılda yaklaşık 20 milyon turiste termal turizm hizmeti sunmakta olup yaklaşık 40 milyar dolarlık bir gelir elde ettiği görülmektedir (Nakoli ve Lazakidou, 2019).

Rusya ise termal turizm alanında profesyonel anlamda hizmet sunmakta ve yurt dışından turistlere hizmet verdiği uluslararası kaynaklarda görülmektedir. Aynı şekilde Japonya, yaklaşık 1700 termal tesisi ile termal turizm alanında uzak doğudaki önemli destinasyonlar arasında yer almaktadır. Amerika Birleşik Devletleri de Hawaii ve Arkansas bölgelerindeki termal tesislerinde yerli ve yabancı turistlere hizmet vermeye devam etmektedir (Fertas ve Alouat, 2020).

Termal turizm kapsamındaki uygulamalar aşağıdaki gibi sıralanmıştır;

- İnhalasyon uygulamaları
- Kür
- Balneoterapi
- Peloidterapi
- İçme kürleri
- Temel medikal tedavi uygulamaları
- Fizyoterapi
- Psikoterapi
- Talassoterapi
- Kaplıca tedavisi
- Diğer uygulamalar

### 1.2.2. İleri Yaş ve Engelli Turizmi

Farklı kaynaklarda üçüncü yaş turizmi olarak da isimlendirilen İleri yaş ve engelli turizmi özellikle 2000li yıllar ile ortalama yaşamın uzaması ile son derece önemli bir hale gelmiştir. İleri yaş ve engelli turizmi, belirli bir yaşın üzerinde olan bireylerin kendi ikamet ettikleri yerden farklı bir destinasyona sağlık hizmeti ve dinlenme amacı ile seyahat etmelerine denir. 65 yaş ve üzeri bireylerin birçok kaynakta sağlık problemleri ve bakıma muhtaç olabilme özellikleri göz önünde bulundurulduğunda engelli statüsünde ele alındığı görülmektedir. İleri yaş ve engelli turizminde, bireylerin başlıca dikkat ettiği, ulaşımın kolaylığı, kaliteli ve uygun fiyatı hizmet alınması hususlarıdır (Çetinkaya ve Zengin, 2009).

Yaşlı bireylerin tamamının hasta, engelli ve bakıma muhtaç olduklarını söylemek doğru olmayacaktır. Ancak belirli bir yaşın üstünde oldukları sebebiyle daha dikkatli daha özverili ve sağlıklarını koruyacak şekilde hareket etmeleri yadsınamaz bir gerçektir. Bu bağlamda ileri yaş ve engelli turizmi kapsamında bireylerin turizm faaliyetinde bulundukları dönem içerisinde hizmet vericilerin bu durumları göz önünde bulundurarak katılımcı turistlerin sağlığını ve gerekli ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmaları gerekmektedir (Özsarı ve Karatana, 2013).

Birleşmiş Milletlerin yayınlamış olduğu rapor sonucunda 2025 yılında dünyada yaklaşık 2,5 milyar kişinin yaşlı olacağı ön görülmektedir (Köstepen, 2015). Bu bağlamda çok ciddi bir kitlenin turizm aktivitesi kapsamında hareketlilik yapacağı göz önünde bulundurulduğunda hem ciddi bir ekonomi hem de ciddi bir sorumluluk meydana getirdiği ifade edilebilir. Bu açıdan ileri yaş ve engelli turizm kapsamında turizmcilerin bu kitlenin beklentilerini karşılamak adına gerekli tedbir ve hazırlıkları

sağlaması ve dünya genelinde sürdürülebilir ve rekabet edebilir seviyede hizmet vermesinin önemli olduğu belirtilebilir.

### 1.2.3. Medikal Turizm

Bir bireyin kendi yaşadığı ülkeden farklı bir ülkeye medikal hizmet almak amacıyla seyahat etmesine medikal turizm denir. Medikal turizmde öncelik sağlık hizmeti almak ve tedavi olmaktır. Bunun yanında sağlık hizmetini sunan sağlık kuruluşunun veya süreci organize eden acentenin planladığı diğer turizm faaliyetleri de medikal turizm kapsamında ele alınmaktadır.

Medikal turizm kavramı 2000li yıllardan önce pahalı ve lüks bir turizm aktivitesi olarak görülürdü. Zengin bireylerin kaliteli sağlık hizmeti almak adına dünyanın çeşitli ülkelerinden Amerika ve Avrupa'ya seyahatlerini kapsamaktaydı. Ancak süreç içerisinde dünya genelindeki medikal anlamdaki gelişmeler, kaliteli hekimlerin yetişmesi, tam teşekküllü sağlık tesislerinin dünya genelinde faaliyete geçmesi ve profesyonel bir şekilde medikal turizm anlayışının canlanması daha ucuza sağlık hizmeti almak ve dünyanın farklı yerlerini görmek isteyen bireylerin medikal turizm kapsamında seyahat etmesini sağlamıştır. Günümüzde medikal turizm, bireylerin kaliteli sağlık hizmetini bulunduğu ülkeden daha ucuz bir fiyata elde etmek ve farklı destinasyonları görüp, turizm aktivitesine dahil olmak amacıyla seyahat etmesini ifade etmektedir (Garcia ve Besinga, 2006).

Medikal turizm pazarı her geçen gün büyümekte, ülkeler daha fazla pay alabilmek adına rekabet etmekte olduğu söylenebilir. Medikal turizm pazarının 2027 yılına kadar 207,9 milyar dolar civarına ulaşacağı hedeflenmektedir (www.grandviewreasearh.com). Dünya geneline bakıldığında Amerika, Meksika, Tayland, Hindistan, Kore, gibi ülkeler başı çekerken, Fransa, Türkiye, Almanya, Malezya gibi ülkeler de medikal turizm anlamında ciddi adımlar ve atılımlar yaptığı ifade edilebilir. Türkiye günümüzde (2021 tarihi ile) medikal turizm pazarının %7'lik kısmına sahip olduğu görülmektedir.

Ülkeler medikal turizm kapsamında rekabet edebilmek adına çeşitli girişimlerde bulunarak Pazar paylarını arttırmaya çalışmaktadırlar. Medikal turistlere yönelik vize kolaylıkları, ilave tatil seçenekleri, daha kaliteli hizmet olanakları, tercüman hizmeti, transfer hizmeti ve benzeri avantajları sunarak medikal turistler açısından çekici hale gelmeye çalışmaktadırlar. Bunların yanında bazı tedavilerde ön plana çıkan ülkeler olduğu ifade edilebilir. Örneğin cinsiyet değişikliği ameliyatlarında Tayland öne çıkmaktadır. Bunun yanında İran'da tüp bebek uygulamaları dini olarak uygun olmadığı için, Türkiye'ye tüp bebek uygulaması için tedavi gelindiği görülmektedir (Sevim ve Sevim, 2019).

*Tablo 1. Dünya Genelinde Branşlaşmada Öne Çıkan Ülkeler*

| Ülke | Sunulan Tıp Hizmet Türü |
|---|---|
| Brezilya | Plastik Cerrahi |
| Güney Afrika | Plastik Cerrahi |
| Hindistan | Ortopedi, Onkoloji, Kardiyoloji |
| Singapur | Organ Nakil Operasyonları |
| Türkiye | Diş Tedavileri, Plastik Cerrah, Organ Nakil Operasyonları |
| Tayland | Cinsiyet Değişim Operasyonları |
| Macaristan | Diş Tedavileri |
| Meksika | Obezite Operasyonları |
| Kosta Rika | Plastik Cerrahi |
| Malezya | Alternatif Tıp Uygulamaları |

*Kaynak: Binler, 2015*

Türkiye, iki saatlik uçuş mesafesinde birçok ülkeye direkt uçuş yapabilme kapasitesi olan bir ülke olması sebebiyle medikal turizm açısında ciddi bir avantaj sağladığı söylenebilir. Ayrıca sahip olduğu tam teşekküllü dünya standartlarında (JCI Belgeli) kamu ve özel hastanelerle ciddi bir avantaj sağladığı görülmektedir (Sayın vd., 2017). Ayrıca sahip olduğu yabancı dil bilen ve alanında uzman hekimlerin çok olması, sağlık sistemi içerisinde çok fazla hastaya tedavi uygulanması sebebiyle hekimlerin deneyimli olması, kur politikası sebebiyle fiyatların uygunluğu, ziyaret edilebilecek çok fazla tarihi, kültürel, turistik destinasyonların fazla olması medikal turistler tarafından tercih edilmesinin başlıca sebepleri arasında yer almaktadır (Bostan ve Yalçın, 2016).

Türkiye'de medikal turizm kapsamında en çok tercih edilen iller, İstanbul, Ankara, Antalya, Bursa, İzmir, Gaziantep, Trabzon'dur. Fakat Türkiye'nin dünya genelindeki %7'lik pazar payına bakıldığında bu rakamın çok daha yüksek seviyelerde olması gerektiği ifade edilebilir. Türkiye hem turizm sektöründe hem de sağlık sektöründe çok ileri düzeyde olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu durumun iki sektörün birleşmesinden meydana gelen sağlık turizmi ve özellikle medikal turizm alanına ciddi anlamda yansıması gerektiği ifade edilebilir. Bunun ötesinde iller arasında İzmir, sahip olduğu tarihi, kültürü ve doğa mirasının yanında binlerce yıllık kaplıcaları, bunun ötesinde şehir merkezinde yer alan uluslararası kalite belgelerine (JCI Belgesi) sahip olan hastanelerin varlığı ile medikal turizm alanında önemli bir potansiyele sahip olduğu ifade edilebilir. Profesyonel bir şekilde sağlık turizmi yönetimi anlayışının ortaya konulması ve paydaşların koordineli bir şekilde hareket etmesi ile İzmir, Türkiye'nin sağlık turizmi alanında önemli bir merkezi konuma geleceği belirtilebilir (Gülmez, 2012).

## 2. İzmir Sağlık Turizmi Yönetimi

İzmir, sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi zenginlikleri ile dünya tarihinde önemli bir konumda bulunan bir kenttir. Geçmişten günümüze gelindiğinde İzmir, ticaret, sağlık, turizm, eğitim alanlarında bulunduğu bölge gereği lokomotif bir yapıya sahip olmuştur.

Cumhuriyet tarihi içerisinde Türkiye'nin en önemli ticari anlamda batıya açılan bir kapısı olması sebebiyle sanayi alanında ciddi yatırımlar almış ve istihdama ciddi katkılar yapmış bir kent olduğu ifade edilebilir.

Turizm kenti olarak İzmir, yerli ve yabancı turistlerin ziyaret etmek için ilgi duydukları ve özellikle kıyı kesimi bölgesindeki alanlara seyahatler gerçekleştirdikleri ve bunun yanında Selçuk bölgesinde yer alan Efes, Şirince ve Meryemana destinasyonlarını yoğun bir şekilde ziyaret ettikleri görülmektedir. İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün yayınlamış olduğu istatistiğe göre 2022 yılında 1.465.006 yabancı turist ziyareti ile bütün dönemlerin en yüksek yabancı turist sayısına ulaşılmıştır. Buna ilave olarak 690.988 yerli turistin ziyareti ile toplamda 2.155.994 turistin ziyaret ettiği önemli bir turizm kenti olduğu ifade edilebilir. İzmir'in turizmde yüksek ziyaretçi sayılarına ulaşmasındaki en önemli hususlar, sahip olduğu tarihi ve kültürel miras, bunun yanında ise deniz, kum ve güneş kapsamındaki kitle turizmi faaliyeti olduğu ifade edilebilir. Sağlık turizmi kapsamındaki gelişmelerin ise çok yeni olduğu, 2017 yılından bu yana devam ettiği söylenebilir (https://izmir.ktb.gov.tr/TR-309402/2022-yili-istatistikleri.html E.T.: 10.03.2023).

Sağlık kenti olarak İzmir, tıp alanında önemli bir yere sahip olan ve tıpçıların sembolünü meydana getiren "asalı yılan" mitolojisi Bergama'daki Asklepion'dan geldiği bilinmektedir. Tıp tarihi açısından İzmir son derece önemli bir mirasa sahiptir. Günümüzde ise sahip olduğu gerek özel gerekse kamu medikal tesisleri ve üniversite hastaneleri ile sağlık hizmeti sunmada ciddi bir potansiyele sahiptir. 2023 yılı içerisinde faaliyete geçecek olan İzmir Şehir Hastanesi ise Ege Bölgesi sınırları içerisindeki en yeni ve en büyük hastane olarak hizmet verecektir. İzmir'in medikal anlamdaki bu durumu sağlık turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğunun bir göstergesi olarak beyan edilebilir (Mirza, 2016).

Eğitim kenti olarak İzmir, içerisinde yer alan 10 adet özel ve kamu üniversitesi ile yaklaşık 250 bin öğrencinin yaşadığı bir kenttir. Ayrıca son yıllarda Yurt Dışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı kapsamında verilen Türkiye Bursları ile kente uluslararası öğrencilerin de yoğunluklu olarak geldiği bilinmektedir.

Sanayi kenti olarak İzmir'de, 2020 yılında paylaşılan istatistiğe göre 2 serbest bölge ve 14 OSB bulunmaktadır. Bu bölgelerde ise toplamda 1782

fabrika üretim yapmaktadır. Ayrıca 334 fabrikanın ise inşaatı devam etmektedir. Ayrıca kentte bulunan 4 teknoparkta teknoloji, bilişim, yazılım ve ar-ge alanlarında üretim yapılmaktadır. Ayrıca inşaatı devam eden Bergama Serbest Bölge'nin 2024 yılı içerisinde faaliyet başlayacağı yetkililer tarafından ifade edilmektedir. bu bağlamda İzmir, geçmişten günümüzü önemli bir snayi kenti olup, istihdama, üretime ve ihracata önemli katkılarda bulunmaktadır.

Fuarlar kenti olarak İzmir, Enternayonel İzmir Fuarı ile Türkiye ve Dünya genelinde önemli bir markadır. Son yıllarda güç ve popülarite kaybı yaşamış olsa da fuarlar ve etkinlikler açısından İzmir son derece önemli bir kent olduğu ifade edilebilir. 2015 yılında açılışı yapılan Gaziemir Fuar Alanı, bu noktada bölgedeki önemli fuar alanlarından birisi haline gelmiştir. Ulusal ve uluslararası fuarlar ile yılın 12 ayında katılımcıları kentte ağırlamakta olup, kent ekonomisi ve prestijine önemli katkılar sunmaktadır.

Bu bağlamda İzmir bir çok alanda kimliği ve teması olan ve Türkiye'nin batıya açılan yüzü olarak önemli bir potansiyele sahiptir. Günümüzde sağlık turizmi çeşitlerinin dünya genelinde popülarite kazanması ve Türkiye'nin de sağlık turizmi çeşitlerine yönelik ciddi adımlar atması ile İzmir, sağlık turizmi yönetimi kavramının önem kazandığı ifade edilebilir. Türkiye genelinde İstanbul, Ankara ve Antalya'nın sağlık turizmi kapsamında öne çıkması ile İzmir'in geri planda kaldığı görülmektedir. Ancak İzmir'in sahip olduğu gerek fiziksel gerekse doğal kaynakları sağlık turizmi çeşitlerin açısından önemli bir potansiyel söz konusudur.

İzmir sağlık turizmi yönetiminin profesyonel bir şekilde alınması ve yürürlüğe konulması ile İzmir sağlık turizmi çeşitleri açısından çok ileri noktalara geleceği ifade edilebilir. Bunun güzel bir çalışma ekibi kurulması ile bir irade ortaya konulması gerektiği ifade edilebilir. Bu bağlamda paydaş olan merkezi hükümet, yerel yönetimler, özel sektör, üniversiteler ve sivil toplum kuruluşlarının bir araya gelerek adım atmaları gereklidir.

Yönetim bir süreç olarak kabul edildiğinde, bu sürecin planlanması, organize edilmesi, yürütülmesi ve denetlenmesi gerekmektedir. Bu kavramsal çerçevede İzmir sağlık turizmi yönetimi ele alınacaktır. Bu bağlamda göz önünde bulundurulması gereken unsurlar ise;

- Amaç ve hedeflerin net bir şekilde ortaya konulması
- Yönetim fonksiyonlarının işlevsel bir şekilde kullanılması
- Atılan adımların etkili ve verimli bir şekilde olabilmesinin sağlanması

- Paydaşlar arasındaki iletişimin sağlıklı ve doğru bir şekilde kurulması
- Amaç ve hedeflere ulaşılmasının sağlanması şeklinde sıralanabilir (Ülgen, Mirze, 2013).

### 2.1. İzmir Sağlık Turizmi Planlaması

Genel olarak bakıldığında İzmir sağlık sektörü açısından son derece önemli bir kapasiteye sahiptir. Gerek termal kaynakları gerek tıp tarihi gerekse hali hazırdaki medikal tesisleri ile önemli bir sağlık kentidir. Bunun yanında İzmir, turizm sektörü açısından da Türkiye'nin önemli turizm kentlerinden birisidir. Bu iki sektörün bir araya getirilerek sağlık turizmi alanında önemli bir cazibe merkezi hale getirilmesi için adımların atılması ve bu potansiyelin harekete geçirilmesi için bir iradenin ortaya konulması gerekmektedir.

Bu kapsamda öncelikli olarak paydaşların bir araya gelebilmesi ve bu potansiyeli harekete geçirmek istediklerine dair bir niyeti belirlemeleri ifade edilebilir. Sağlık turizmi kapsamında paydaşları belirlemek gerekirse;

- İzmir Valiliği
- İzmir Büyükşehir Belediyesi
- Üniversiteler
- İzmir İl Sağlık Müdürlüğü
- İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü
- İzmir Kalkınma Ajansı
- Özel Hastanelerin Temsilcileri
- Sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşları
- Turizm alanında faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarıdır.

Burada bu iradeyi ortaya koymak adına kentin en üst makamı olan İzmir Valiliği'nin adım atarak bu paydaşları bir araya getirmesi en uygun adım olarak belirtilebilir. Öncelikli olarak bu paydaşların en yetkili isimlerinin bir araya gelmesi ve İzmir'de profesyonel anlamda bir sağlık turizmi konsepti oluşturarak dünya sağlık turizmi pazardan daha fazla pay alabilmek ve ülke ekonomisine katkı sunmak amacının anlatılması ve paydaşlara bu düşüncenin ne kadar önemli olduğu ifade edilmelidir. Bu toplantıda en üst yetkililerin bulunmasının yanında bu süreçte görev alacak ve süreci yönetecek en üst yetkiler adına görev yapacak sorumluların da davet edilmesi ve sürece ilk başından dahil edilmesi gerekmektedir. Bunun yanında sürecin yerelde başlatılması aşamasında ilgili bakanlık-

ların sağlık turizmi kapsamında çalışmalar yürüten bürokratlarının ve uzmanlarının da yer alarak sağlık turizmi kapsamında bir vizyonu ortaya koymaları gereklidir. Gerçekleştirilen ilk toplantı sonrasında motivasyon ve heyecanın kaybedilmeden ikinci toplantının yeri ve zamanı belirlenmelidir. Planlama sürecinin en önemli ve ilk adımı atıldıktan sonra ikinci toplantıya icra makamında görevlendirilen kişiler ile ikinci toplantı yapılmalıdır. Bu toplantı planlama aşamasının ilk toplantısı olacağı da belirtilebilir. Artık bu süreçte gerekli olan adımlar belirlenir ve görevlendirmeler ast üst ilişkisinden ziyade ortak bir amaç doğrultusunda bir araya gelen paydaşların kolaylaştırıcılığında ortaya konulması işlerin yürümesi ve sağlıklı bir iletişim açısından son derece önemdir. İkinci toplantı neticesinde görevlendirmeler yapılmalı ve çalışma grupları oluşturulmalıdır. Burada özel sektör ve kamu işbirliği olacağı sebebiyle son derece hassas ve dikkatli adımlar atılmalıdır. Sağlık turizmi kapsamında kentin geliştirilmesine yönelik özel sektöre düşen görevlerin özel sektör yetkililerine, kamu açısından yapılması gereken adımların atılması noktasında ise ilgili kurum yetkililerine görevlerin verilmesi ve akademik yönden gerekli araştırma ve fizibilite çalışmaları için üniversite yetkililerine görevler verilmelidir. Bunlara ek olarak sürecin stk boyutu ile ele alınması gerek tüm hususların stk yetkililerine havale edilmesi gerekmektedir. Bu süreç içerisinde genel bir koordinatör atanması ve ilgili vazifeler için de alt koordinatörlüklerin belirlenmesi gerekmektedir. Üçüncü toplantının yeri ve zamanı ise ikinci toplantının sonunda belirlenmeli ve üçüncü toplantıya tüm vazifelilerin hazırlıklı bir şekilde gelmeleri gerekmektedir. Üçünü toplantıda ise alt komisyonlar planlama süreçlerini belirli bir olgunluğa eriştirmeli süreç içerisinde yaşanan ve/veya yaşanabilecek aksaklıkların belirlenerek bu sorunların işleyişin başlamasından önce çözümüne yönelik ilgili birim ve/veya birimler tarafından çözülmesine yönelik adımlar atılmalıdır.

Planlama süreci içerisinde dikkat edilmesi gereken önemli özellikler bulunmaktadır. Bunlar;

- Planlama sürecinde sahip olunan kaynak ve potansiyelin en yüksek verim ve etkinlikle kullanılmasına özen göstermeli,
- Olması gereken, ütopik ve hayalci bakış açısı ile değil, gerçekçi, yapılabilir mevcut koşullar içerisinde olabilen bakış açısı ile hazırlanmalı,
- İç ve dış çevreyi göz önünde bulundurmalı,
- Paydaşların durum ve mevcut iş yapabilme kapasiteleri göz ardı edilmemelidir (Tortop vd., 2007).

### 2.2. İzmir Sağlık Turizmi Organize Edilmesi

Planlama gibi en önemli aşama tamamlandıktan sonra, planlama sürecinde belirlenen ve ortaya konulan çalışmaların belirlenmiş olan planlama birimleri ışığında, icra sürecinde kimler tarafında yapılacağı, hangi işin nasıl, ne zaman ve ne şekilde yapılacağının belirlenmesi ve bunun şemaya dökülerek bir sistem altında organizasyon şemasının belirlenmesi ile organize edilmesi sürecidir. Yönetimin ikinci fonksiyonu olan bu süreç ile birlikte İzmir'de sağlık turizmi adımlarının profesyonel bir şekilde atılmaya başlandığı ifade edilebilir. bu süreç içerisinde belirlenen organizasyon şemaları kapsamında işlerin tanımları ve bu işleri yapacak olan kişilerin görev, sorumluluk ve yetkilerinin net bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Çoklu bir yapı olduğu göz önünde bulundurulduğunda bir firmayı veya bir kurumu yönetmekten daha öte ve daha komplike bir durum ile karşı karşıya olunduğu kesinlikle göz ardı edilmemelidir. Paydaş her bir kurumun kendi özünde bir ağırlığı bulunmaktadır. Bu duruma uygun bir hassasiyet ile organizasyon şemasında yer alan tanımlamalarda kesinlikle bir eksiklik veya bir boşluk bulunmamalıdır. Her şey somut bir şekilde yer almalıdır. Bu süreç içerisinde birimler ve alt birimler arasındaki iletişimin iyi bir şekilde organize edilmesini sağlayabilecek bir yapının tesis edilmesi gerekmektedir. Bu süreç içerisinde gerçekleştirilecek hedef ve amaca odaklanılmalı, paydaşlar arasındaki farklılıklar olumsuz bir durum olarak değil organizasyon içerisindeki bir zenginlik olarak görülmelidir. Bu süreç içerisinde dikkat edilmesi gereken en önemli hususlardan birisi, belirlen işlere niteliği uygun ve liyakatli bireylerin görevlendirilmesidir. Bu süreçte paydaş çok fazla olması sebebiyle her paydaş kurum ve kuruluşun bu noktaya uygun bir şekilde hareket etmesi üst yöneticiler tarafından dikkat edilmesi önem arz etmektedir. Amaç ve hedeflere uygun bir şekilde adımlar atmak ve hedefe kitlenmek bu süreçte yadsınamaz bir gerçektir. (Hatch, 2018).

### 2.3. İzmir Sağlık Turizmi Yürütülmesi

Planlama ve organize süreçlerinin sonrasında İzmir sağlık turizminin yürütülme sürecine geçilir. Bu süreç ile birlikte organizasyon şemasında yer alan görev tanımları kapsamında her yetkili, görev ve sorumlulukları içerisinde üzerine düşen vazifeleri yapmaya başlamıştır. Şirket ve kurumlarda bu süreç içerisinde sıkı bir disiplin ve ast üst ilişkisinin varlığından söz edilir. Ancak İzmir sağlık turizmi yönetimi kapsamında paydaşların birden çok ve her kurumun özgül ağırlığının olduğu göz önünde bulundurulduğunda sıkı disiplin ve ast – üst ilişkisinden söz etmek yapıcı olmayacağı düşünülmektedir. Burada her bir yetkilinin görev bilinci ve sorumluluğu ile adım atması ve görev tanımı içerisinde yer alan işleri eksiksiz bir şekilde yapması beklenir. Bu süreç içerisinde disiplin ve ast – üst ilişkisinin daha yumuşak bir şekilde var olması da gerekmektedir (Çam, 2003)

İşlerin yapılması sürecinde klasik bürokrasi anlayışından ziyade daha özel sektör bakış açısı ile ele alınması daha hızlı bir şekilde amaca ilerlenmesini sağlayacaktır. Bu bağlamda tüm paydaşlar tarafından ortak çıkarlar ile İzmir'in ve sağlık turizmi sektörünün gelişmesi için birlik ve beraberliğin sağlanması gerekmektedir. Yürütme sürecinde birden fazla da paydaşın olduğu göz önünde bulundurulduğunda sorun ve problemlerle karşılaşılması doğal bir durumdur. Sorun ve problem halinde ast – üst ilişkisi kullanılarak ve kurumsal bir yapı çizgisinde müdahale edilmeli ve bu tip durumlarda hızlı aksiyon alınması da gereklidir. İşlerin düzgün ve nizami bir şekilde ilerlemesi ve sonuç alınabilmesi için yeterli sayıda personel görevlendirilmelidir. Bu görevlendirme sürecinde ne eksik ne de fazla kişi olmalıdır. Optimal nokta belirlenmiş olmalı ve o çizgide adımlar atılmalıdır.

İzmir bu tarz bir çalışmayı EXPO adaylığı sürecinde icra etmişti. Birçok paydaşın bir araya gelerek bu süreci yönetmesi, bir deneyim sahibi olunduğunun da göstergesi olarak ifade edilebilir. Geçmişte bunu yapmış ve sonuç olumsuz dahi olsa bir tecrübe kazanılmıştır. Elde edilen bu kurumsal tecrübenin sağlık turizmi yönetimi kapsamında yürütülmesi başarıya ulaşılmasında çok büyük bir destek sağlayacağı belirtilebilir.

Yürütme süreci içerisinde görev alan yetkililerin sağlık turizmi yönetimi kapsamındaki amaç ve hedefleri daha fazla benimsediği ve sahip çıkarak görevleri ifa ettiği süreçtir. Bu bağlamda planlama sürecinden sonra en uzun süren ve dinamik olan kısım yürütme kısmıdır. Belki de planlama sürecinden daha uzun süreceği dahi ifade edilebilir.

Bu süreç içerisinde mutlaka mutat bir şekilde planlama aşamasının birinci toplantısı konseptinde toplantılar tertip edilmeli ve şehrin karar vericileri her aşamaya hakim olmalıdırlar. Aksaklık ve sorunlarla ilgili aşılamayan konularda ise şehrin karar vericileri merkezi hükümet ile sorunu çözme noktasında adımlar atmalıdırlar.

### 2.4. İzmir Sağlık Turizmi Denetlemesi

Planlama sürecinde belirlenen amaç ve hedeflere uygun doğrultuda sürecin gerçekleşip gerçekleşmediğinin saptandığı sürece denetleme süreci denilmektedir (Aydın, 2001). İzmir sağlık turizmi yönetimi kapsamında bütün aşamaların paydaşlar tarafından icra edilmesi sonucunda ortaya çıkan ve hayata geçirilen yapı ile planlama aşamasında belirlenmiş olan çıktıların karşılaştırılmasıdır. Denetim aşaması ise üç aşamadan meydana gelmektedir. Birincisi ön denetim; işleyişin başlamasından önce planlama sürecinde yapılan denetim türüdür. İkincisi anlık denetim; yürütme sürecinde işler yapılmaya başladığı esnada yapılan denetim türüdür. Üçüncüsü ise sonradan denetim; tüm süreç tamamlandıktan sonra yapılan denetim türüdür (Tuan ve Memiş, 2007).

Denetim süreci ise iç denetim ve dış denetim olmak üzere iki şekilde icra edilmektedir. paydaşların meydana getireceği iç denetçiler tarafından yapılan denetim süreci iken dış denetim ise paydaşlar dışında sürecin içerisinde yer almayan ve bu anlamda profesyonel olarak hizmet veren kişi ve/veya kurumlar tarafından denetim yapılması olarak belirtilebilir (Aslan, 2010).

İzmir sağlık turizmi yönetimi kapsamında yönetim fonksiyonları temel anlamda göz önünde bulundurularak kurumsal bir şekilde paydaşlar tarafından böylesine bir adımın atılması ve icra edilmesi İzmir'in sahip olduğu sağlık turizmi potansiyelinin harekete geçirilmesinde önemli bir katkı sunacağı ifade edilebilir.

## 3. Sonuç

Turizm sektörünün deniz, kum ve güneş üçlemesinden sıyrılarak, on iki aya yayılabilmesi ve turistlerin gelir düzeylerinin artması ile farklı beklentiler içine girmesi sonucunda ortaya konulan farklı turizm çeşitlerine alternatif turizm türleri denilmektedir. Buna ek olarak çevreye ve doğaya duyarlı sürdürülebilir bir anlayış ile turizm faaliyeti yapılmasını da kapsadığı ifade edilebilir.

Alternatif turizm türlerinin son yıllarda popüler hale gelen en önemli çeşitlerinden birisi olan sağlık turizmi, bireylerin kendi yaşadıkları topraklardan tedavi ve sağlık hizmeti almak amacıyla turizm faaliyetinde bulunması olarak tanımlanmaktadır. Sağlık turizmi dünya genelinde çok büyük bir ekonomik pazar haline dönüşmüştür. Bu pazardan daha fazla pay alabilmek amacıyla ülkeler çeşitli faaliyetler yapmaktadır. Türkiye de bu bağlamda 2000li yılların başı ile birlikte adım atmaya başlamıştır. Özellikle 2013 yılından itibaren bilinçli ve programlı bir şekilde adımlar atılmış olup, pazar payında ciddi bir artışa gidilmiştir. Türkiye sağlık turizminin çeşitleri olan termal turizm, medikal turizm, ileri yaş ve engelli turizmi kapsamında önemli bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyeli harekete geçirmiş olan illerin başında özellikle medikal turizm kapsamında İstanbul, Ankara ve Antalya gelmektedir.

Bu çalışma kapsamında gerek turizm gerekse sağlık sektörlerinde önemli gelişmelere sahip olan ve ciddi işlerin yapıldığı İzmir, iki sektörün birleşiminden meydana gelen sağlık turizminde önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak bu potansiyelin arzu edildiği seviyede harekete geçirilmiş olduğu ifade edilemez. Bu bağlamda İzmir Sağlık Turizmi Yönetimi ile sürece profesyonel bir bakış açısı getirilmiştir. Sağlık turizminin geliştirilmesi amacıyla adımların atılması sürecinde önemli bir katkı ortaya koyacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma ışığında paydaşların göz önünde bulundurulması tavsiye edilen öneriler aşağıdaki gibi sıralanmıştır;

- Amaç ve hedef doğrultusunda sağlık turizminin geliştirilmesi dışında paydaşlar arasında iletişimi bozabilecek her türlü durumun hoşgörü ile karşılanmasına gayret edilmesi,
- Liyakat ve uzmanlık alanına göre paydaşlar tarafından görevlendirilen yetkililerin aynı zamanda gönüllü ve istekli bir motivasyona sahip olmasına dikkat edilmesi,
- Planlama süreci içerisinde mutlaka uzmanlara ilave bir şekilde farkındalık eğitiminin verilmesi,
- Sürecin sıkı bürokrasi kıskacına sokulmayıp. Özel sektör ve kamu anlayışı ile daha pratik ve sonuç odaklı bir bakış açısına sahip olunabilmesi,
- Küçük ve kolay çözülebilecek sorun ve problemlerin büyütülmeden çözümüne yönelik adımlarım atılması,
- Başarı neticesinde kentin gelişimine ve ülke ekonomisine ciddi katkılar sağlayacağı göz önünde bulundurularak milli duygular ile hareket edilmesidir.

Sonuç olarak sağlık turizmi tüm çeşitleri ile Türkiye ekonomisi adına son derece önemli bir döviz getirici bir alandır. Bu bağlamda atılacak her bir adım İzmir'in sahip olduğu potansiyeli harekete geçirecek ve turizm alanında daha güçlü daha sürdürülebilir bir anlayış ile ilerlemesine katkı sunacaktır.

# KAYNAKÇA

Annette B Ve De Arellano R. (2007) Patients Without Borders: The Emergence Of Medical Tourism. International Journal Of Health Services ,37(1):196.

Aslan, B. (2010). Bir yönetim fonksiyonu olarak iç denetim. Sayıştay Dergisi, (77), 63-86.

Aydın, A. H., (2001), "Yönetimin Fonksiyonları", Güney, Salih (ed) Yönetim ve Organizasyon, Ankara: Nobel, ss.57-86.

Aydın, O. (2012). Türkiye'de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2012(2), 91-96.

Binler, A.(2015), "Türkiye'nin Medikal Turizm Açısından Değerlendirilmesi Ve Politika Önerileri", (Uzmanlık Tezi), T.C. Kalkınma Bakanlığı, Ankara.

Bostan, S., & Yalçın, B. (2016). Sağlık Turistlerinin Medikal Destinasyon Seçimini Etkileyen Faktörler. Journal Of International Social Research, 9(43).

Boyraz, M. (2019). Jeotermal Kaynak Kullanımı: Türkiye'deki Termal Oteller Üzerine Bir Araştırma. Safran Kültür Ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 2(3), 372-385.

Çam, S. (2002). Öğrenen Organizasyon ve Rekabet Üstünlüğü. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Çetinkaya, T., & Zengin, B. (2009). Yaşlı Bakımı Ve Turizm. Panel Bildiri Kitapçığı, 1, 72-81.

Daştan, İ. (2014). Türkiye'de Sağlik Turizmi: Türkiye Ve Özelinde Izmir'de Sağlik Turizminin Mevcut Durum Analizi Ve Strateji Önerileri. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(10), 143-163.

Düşmezkalender, E., & Metin, M. (2019). Alternatif Turizme Yönelik Bibliyometrik Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 22(2), 813-824.

Fertas, L., Alouat, M., & Benmahamed, H. (2022). Thermal Tourism As A Driver Of Local Development, An İllustration Of Opportunities And Constraints. Case Study Of Hammam-Guergour İn The Province Of Sétif, Algeria. Geo Journal Of Tourism And Geosites, 40(1), 136-143.

Garcia, A.G. And Besinga C.A.M (2006), Chalanges And Oppurtinities İn Philippine Medical Tourism Industry, The Svg Review, June, P: 41-55

Gülmez, Z.(2012), "Türkiye'de Ve Dünyada Sağlık Turizmi Ve Çeşitleri: Sağlık Turizminin Ülkemizdeki Mevcut durumu ve Bazı Ülkelerle Kıyaslanması",(Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Hatch, M. J. (2018). Organization Theory: Modern, Symbolic, And Postmodern Perspectives. Oxford University Press.

https://izmir.ktb.gov.tr/TR-309402/2022-yili-istatistikleri.html E.T.: 10.03.2023.

https://www.sabah.com.tr/pazar/2022/08/28/turkiye-dunyaya-sifa-dagitiyor, E.T.: 02.02.2023.

İçöz, O. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm Ve Türkiye'nin Olanakları. Journal Of Yasar University, 4(14).

Kantar, G., & Erdoğan, I. Ş. I. K. (2014). Türkiye'de Sağlık Turizmi. Sağlık Akademisyenleri Dergisi, 1(1), 15-20.

Köstepen, A. (2015). İzmir ilinin medikal turizm potansiyelinin tespiti. İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

Nikoli, G., & Lazakidou, A. (2019). A review of thermal tourism in Europe and Greece. Tourism: An International Interdisciplinary Journal, 67(3), 318-322.

Mirza, N. (2016). İzmir Medikal Turizm Kümelenme Potansiyeli. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18(4), 743-768.

Özsarı, S. H., & Karatana, Ö. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu. Journal Of Kartal Training & Research Hospital/Kartal Egitim Ve Arastirma Hastanesi Tip Dergisi, 24(2).

Pars Ş., R., Akdu, U., & Akdu, S. (2012). Türkiye'de Medikal Turizm Uygulamaları; İstanbul Ve Ankara Örneği. Balikesir University Journal Of Social Sciences Institute, 15(27).

Sayın, K. Ş., Yeğinboy, E. Y., & Yüksel, İ. (2017). Türkiye'de Medikal Turizm Uygulamaları: Bir Üniversite Ve İzmir Sağlık Serbest Bölgesi Değerlendirmesi. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 32(2), 289-313.

Sevim, E. & Sevim, E. (2019). Medikal Turizm Tercihini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi: Türkiye Örneği, Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 22(3): 633-652.

Şeyhanlıoğlu, H. Ö., & Kıngır, S. (2021). Ağrı Destinasyonunun Alternatif Turizm Potansiyeline İlişkin Yerel Paydaşların Bakış Açısı. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 10(1), 619-634.

Tengilimoğlu, D. (2021). Sağlık Turizmi Ve Devlet Teşvikleri. Journal Of Life Economics, 8(1), 1-10.

Tortop, N., İsbir, E. G., Aykaç, B.; Yayman, Hüseyin Ve Özer, M. Akif, (2007), Yönetim Bilimi, Ankara:Yargı.

Tuan, K., & Memiş, M. Ü. (2007). İç denetimin yönetim fonksiyonlarının yerine getirilmesindeki rolü. Muhasebe ve Finansman Dergisi, (35), 1-14.

Ulusan, Y. & Batman O., (2010) "Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23, s. 243-260.

Ülgen H. and Mirze K. (2013). İşletmelerde stratejik yönetim. 7. Baskı, İstanbul: Beta Yayın

Zengin, B. & Sancar M. F., (2014) "Alternatif Turizm Türlerinin Pazarlanabilirliği ve Seyahat Acentalarının Bakış Açıları: Şanlıurfa Örneği", Bartın Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi, 5(10), s. 141- 160.

# BÖLÜM 33

## FİNANSAL GELİŞMİŞLİK İLE FİNANSAL HİZMETLER GÜVEN ENDEKSİ ARASINDA EŞBÜTÜNLEŞME ANALİZİ

*Tuncer YILMAZ*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Kafkas Üniversitesi, Susuz Meslek Yüksekokulu, yilmaz-tuncer@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0001-8956-5814

## 1. GİRİŞ

Finansal gelişme, finansal piyasaların büyüklüğü, etkinliği ve istikrarının gelişmesi olarak ifade edilebilirken aynı zamanda ekonomi için birçok avantaj sağlayabilecek, finansal piyasalara erişimin artması olarak tanımlanabilir (Guru ve Yadav, 2019). Finansal gelişme, sermayenin daha etkin kullanımı, finansal istikrarın sağlanması ve gelişimi için ülkenin finansal sisteminde yer alan kurumların elindeki araçların bir bütün olarak hem nicelik hem de nitelik açısından yapısal gelişimi olarak da tanımlanabilir (Felek vd., 2021: 1166). Finansal gelişmeye bağlı olarak finansman temininin dış kaynaklardan sağlanması, finansal aracılık faaliyetleri ile kredi tahsisinin gelişmesi ve finansal piyasalara olan erişimin daha kolay hale gelmesi, ekonomik döngüde yer alan bütün aktörler arasında rekabeti de teşvik eden bir ortam sunmaktadır.

Bu nedenle en temel kavramsal düzeyde finansal gelişme, finansal araçlar, piyasalar ve aracıların; eksik bilgi, sınırlı uygulama ve işlem maliyetlerinin etkilerini azaltması halinde gerçekleşmektedir. Bununla birlikte, finansal sistemin piyasa kusurlarını hafifletme derecesi açısından finansal gelişmeyi tanımlamak çok zordur. Daha geniş bir düzeyde finansal gelişme, beş temel finansal fonksiyonun kalitesindeki iyileştirmelerdir (Čihák vd., 2013).

- Olası yatırımlar hakkında bilgi üretmek ve işlemek ve bu değerlendirmelere dayalı olarak sermaye tahsis etmek;
- Bireyler ile firmaları izlemek ve sermayeyi tahsis ettikten sonra kurumsal yönetimi uygulamak;
- Ticaretin, çeşitlendirmenin ve risk yönetiminin kolaylaştırılması;
- Tasarrufların ekonomi için harekete geçirilmesi ve bir havuzda toplanması ve
- Mal, hizmet ve finansal araçlardaki değiş tokuşu kolaylaştırmak.

Finansal gelişmenin ülke ekonomisini pozitif etkilediğine yönelik görüşler ilk olarak Goldsmith (1969), McKinnon (1973) ve Shaw'un (1973) öncü çalışmalarıyla başlamasından bu yana hala önemli bir tartışma konusu olmaya devam etmektedir. Çünkü daha yüksek finansal gelişme düzeyine sahip ekonomiler daha hızlı büyür ve yoksulluk seviyelerinde daha hızlı düşüş yaşarlar (Čihák vd., 2013).

Ancak ülkenin finansal piyasalarını dışarıya açarak, ülkeye gelen yabancı sermayenin finansal gelişmeyi destekleyebilmesi için öncelikle güvenilir ve doğru bilgilerin daha erişilebilir hale getirilmesi gerekmektedir. Bu ancak finansal piyasaların, iyi işleyen bir kurumsal yapıya sahip olmasını ve etkin çalışmasını sağlayacak bir finansal sitemin inşa edilmesiyle mümkün olmaktadır. Finansal sözleşmeleri hızlı ve adil bir şekilde uygulayan bir hukuk sistemi finansal gelişmeyi destekler. Aksi

takdirde, kredi sözleşmelerinin uygulanamadığı verimsiz bir yasal sistem, verimli kredi vermenin gerçekleşmesini engelleyerek ülkedeki finansal gelişmeyi olumsuz etkileyecektir. Bunun yanında, finansal sisteme erişimin zor ve maliyetinin yüksek olması durumunda, dar gelirli ve küçük ölçekli firmalar sermaye temin etmede mahrum kalacakları için finansal genişlemeye katkı sunamayacaklardır (Mishkin, 2009). Bir ülkenin finansal gelişmesinde sermaye harcamalarının kullanımı birey ve sektörler arasında daha erişilebilir, verimli ve farklı bir şekilde dağıtılması teşvik edilirse, bu durum yerel finansal piyasaları geliştirerek sermaye birikiminin etkinliğini ve yatırım oranını yükseltmeye katkı sağlayabilir (Gregorio, 1995).

Finansal gelişmenin ekonomik büyümeye katkı sunduğuna yönelik olarak; iyi işleyen bir finansal sitemin, bilgi, işlem ve izleme maliyetlerini azaltma işlevlerini yerine getirdiğine yönelik teorik argümanlar ileri sürülmektedir. Modern bir finansal sistem, iyi iş fırsatlarını belirleyerek ve finanse ederek yatırımı teşvik eder, tasarrufları harekete geçirir, yöneticilerin performansını izler, ticareti mümkün kılar, riskten korunma ve çeşitlendirme sağlar, mal ile hizmet alışverişini kolaylaştırır. Bu işlevler, kaynakların daha verimli bir şekilde tahsis edilmesini, daha hızlı fiziksel ve beşeri sermaye birikimini ve daha hızlı teknolojik ilerlemeyi sağlayarak ekonomik büyümeyi beslemektedir. Genel olarak, finansal sektör hizmetlerinin büyümesi için makroekonomik istikrarın kritik olduğu konusunda fikir birliği vardır. Bu açıdan ülkeler uygun makroekonomik politikalar benimsemeli, finans sektörü için güçlü içindeki rekabeti teşvik etmeli ve finansal sektör faaliyetlerinde, şeffaf, kurumsal ve yasal çerçeve geliştirilmelidir (Creane vd., 2004). Goldsmith (1969) finansal gelişmenin artması kişi başına reel GSMH (Gayri Safi Milli Hâsıla) düzeyini artırdığını vurgulamaktadır. Ayrıca büyüme sürecinin daha fazla finansal gelişme için teşvikler yaratarak finansal piyasalar üzerinde geri bildirim etkisine sahip olduğunu da savunmaktadır.

Ancak, finansal sistemler bu işlevleri yetersiz bir şekilde yerine getirdiğinde, ekonomik büyümeyi engelleme, ekonomik fırsatları kısma ve ekonomileri istikrarsızlaştırma eğilimindedir. Topladıkları fonları kurumsal yönetim anlayışından uzak bir şekilde genel ekonomiye yarar sağlamayacak alanlara aktarması, karmaşık finansal enstrümanlar oluşturup bunları bilgisiz yatırımcılara satması gibi durumlar aynı zamanda toplumun tasarruflarının tahsisini bozarak ekonomik refahı engeller. Finansal sistem sermayeyi tahsis eder, bu sermayenin kullanımını izler ve riskleri yönetmek için çeşitli mekanizmalar sağlamaktadır. Finansal gelişme, büyüme ve yoksulluğun azaltılması için önemli olan tek şey değildir, ancak ekonomik refah için etkisi merkezi bir öneme sahiptir (Barth vd., 2012).

Finansal gelişmişlik açısından iyi işleyen güvenilir bir piyasa, ekonomide tasarrufları kârlı yatırımlara kanalize eder (Stiglitz ve Weiss, 1983; Diamond, 1984), bilgi maliyetini düşürerek daha iyi sermaye tahsisine yol açar, sermaye yatırımlarından daha yüksek getiri elde edilmesini sağlar, gelir düzeyini besler (Greenwood ve Jovanovic, 1990) ve kurumsal yönetimin maliyetini düşürür (Bencivenga ve Smith, 1993). Finansal gelişme ülkede inovasyon faaliyetlerini de teşvik etmektedir. Çünkü finansmana erişim kolaylığı genç yenilikçi firmaları gerekli finansal kaynakları temin etmeye yönlendirecektir. Bununla birlikte, daha derin finansal gelişme, piyasa tekelleşmesi yoluyla yeniliğe zarar vermektedir (Trinugroho vd., 2021).

Finans sektörüne duyulan güven, tüketicilerin finansal kurumların genellikle güvenilir olduğuna, fırsatçı davranmadıklarına ve vaatlerini yerine getireceğine dair beklentileri olarak tanımlanabilir (Sirdeshmukh vd., 2002). Yatırımcıların finansal ürünlere olan taleplerinde ve portföy seçimlerinde, finansal kararlar alırken finansal aracılara güvenmeleri finansal piyasaların geleceği üzerinde önemli etkilere sahiptir. Çünkü finans sektörüne olan düşük güven, finansal gelişmeyi azaltarak finansal istikrarı olumsuz etkileyebilir. Finansal işlemlerde ticaret yaptığı kişiden yararlanmadığına dair güvenin yok edilmesi durumunda finansman ortadan kalkar ve ekonomik aktivite bir anda durma noktasına gelir. Bu açıdan güven, finansal istikrar endişeleri, finansal gelişme ve finansal kurumların iş modellerinin uygulanabilirliği, finansal sektörün işleyişinde çok önemli bir rol oynamaktadır (Guiso, 2010). Güven aynı zamanda etkin bir sermaye tahsisini ve risklerin ortaya çıkması durumunda finansal maliyetleri azaltmak için gerekli risk havuzunu teşvik etmeye yardımcı olmaktadır (van der Cruijsen, 2021).

Bir ülkede sermayeyi, en verimli kullanım alanlarına tahsis ederek ekonominin gelişmesini sağlayan kurumlar finansal kurumlardır. Bu kurumlar güçlü mülkiyet hakları, etkili bir yasal sistem, sağlam ve verimli bir finansal sistem kurarak varlıklarını sürdürür ve finansal gelişmeye destek olurlar. Ancak, finansal gelişmeyi destekleyen iyi düzeyde etkin kurumlar geliştirmek kolay değildir. Çünkü bu tür kurumların gelişmesi ve yerel koşullara uyum sağlaması zaman almaktadır. Ayrıca, yoksul ülkelerdeki yerleşik çıkarlar, bu tür reformların kendi güçlerini zayıflatacağına inandıkları için genellikle gerekli reformlara karşı çıkmaktadırlar. Örneğin, Mayer (2008) ve Guiso vd. (2004, 2008), finansal işlemlerde güvenin çok yoğun olduğunu ve finansal piyasalara duyulan güvenin finansal gelişme için önemli bir faktör olduğunu vurgulamışlardır. Bu çerçevede, finansal gelişmede finansal kurumlara duyulan güven konusu kilit bir öneme sahiptir (Park, 2020).

Ayrıca bir ekonominin gelişmesi de finans sektörünün gelişmesini gerektirir. Finans sektörünün gelişimi ise, yoksulluğun azaltılmasına

yardımcı olan büyük yatırımları ve büyümeyi sürdüren kurumların, araçların ve piyasaların kurulması ve büyümesi sürecinde gerçekleşmektedir. Bu açıdan finansal gelişme, olası kârlı yatırımlar hakkında daha iyi bilgi verir ve optimum sermaye dağılımını teşvik etmektedir. Bunun yanında, genişleyen finansal erişim, tüm ekonomiye yenilik ve refah kazanımı yoluyla yapısal bir değişiklik getirerek sisteme dinamik bir verimlilik aşılamaktadır. Finansal gelişim, finansal piyasaların büyüklüğünün, etkinliğinin ve istikrarının gelişmesi ve ekonomik sistem için birçok avantajı olabilecek finansal piyasalara erişimin artması ile gerçekleşmektedir (Guru ve Yadav, 2019).

Bu çalışmada, Türkiye'de finansal gelişmenin Finansal Hizmetler Güven Endeksi (FHGE) üzerindeki etkisi ampirik olarak incelenmiştir. Çalışmada finansal gelişme göstergelerinin 2012:M05-2022:M11 dönemine ait aylık (M) verileri kullanılarak FHGE üzerindeki etkileri analiz edilmiştir. Analiz sonuçları, finansal gelişme göstergelerinin FHGE ile eşbütünleşik olduğunu göstermektedir.

Çalışma bölümleri şu şekilde düzenlenmiştir. Yukarıda yer alan giriş bölümünde finansal gelişme ve finansal gelişmenin öneminden bahsedilmiştir. Bölüm 2'de, ampirik literatüre kısa bir genel bakış sunulmuştur. Bölüm 3'te, veri seti, metodoloji ve yapılan ekonometrik analizlerden elde edilen ampirik kanıtlara yer verilmiştir. 4'üncü bölümde çalışma bir bütün olarak ele alınarak genel bir değerlendirme ve politika önerileri ile sonlandırılmıştır.

## 2. AMPİRİK LİTERATÜR

Bu bölümde, güven endeksleri kullanılarak yapılan çalışmaların kısa özetlerine yer verilmiştir.

Utaka (2003), 1982-2000 dönemleri arasında Japonya için gerçekleştirdikleri araştırma da iktisadi güven ile büyüme arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Yapılan nedensellik analizi neticesinde, Tüketici Güven Endeksi'nden GSYİH yönüne doğru nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Golinelli ve Parigi (2003), makroekonomik göstergeler ile Tüketici Güven Endeksi arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında; Avustralya, Kanada, ABD, Almanya, Fransa, İtalya, Japonya ve İngiltere'ye ait 1970-2002 dönemine ait verileri kullanarak VAR analizi yapmışlardır. Araştırmada, Tüketici Güven Endeksi ile GSMH arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Afshar vd. (2007), tüketici güven endeksi, hisse senedi getirisi ve PMI endeksi ile iktisadi büyüme arasındaki ilişkiyi Granger nedensellik analizi aracılığıyla tespit etmeye çalışmışlardır. ABD için gerçekleştirilen araştırma, Ocak 1980-Nisan 2004 tarihleri arasını kapsamaktadır. Yapılan

analiz neticesinde çalışmada yer alan her üç değişkenin de iktisadi büyümenin Granger nedeni olduğu tespit edilmiştir.

Schmeling (2009), 18 Avrupa ülkesi için 1985-2005 dönemine ait verileri kullanarak gerçekleştirdiği çalışmasında Tüketici güven endeksi ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Granger nedensellik analizi testini uygulayan Schmeling, Tüketici güven endeksinden borsa endeksine doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür.

Hsu vd. (2011), 1999-2007 yılları arasındaki tüketici güven endeksi ve hisse senedi getirisi verilerinden hareket ettikleri çalışmalarında değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını araştırmışlardır. Birden fazla ülkenin var olduğu çalışmada Granger nedensellik testinden faydalanılmış ve tüketici güven endeksinde meydana gelen değişimlerin hisse senedi getirilerinin Granger nedeni olduğu tespit edilmiştir.

Safina (2015), 52 ülkeye ait 2010–2013 dönemi arasındaki verilerden hareket ettiği çalışmasında güven seviyesi ile kişi başına GSYH arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Analiz yöntemi olarak regresyon ve korelasyon analizi uygulanan çalışmaya göre güven ile kişi başına GSYH arasında bir ilişkinin olduğu ancak güvenin iktisadi büyüme üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olmadığı sonucu elde edilmiştir.

İskenderoğlu ve Akdağ (2017) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, finansal hizmetler güven endeksi ile Borsa İstanbul 100 endeksi arasında nedensellik ilişkisinin varlığının araştırıldığı görülmektedir. Mayıs 2015-Ağustos 2017 tarihleri arasındaki aylık verilerin kullanıldığı çalışmada Granger nedensellik ve Breitung ile Candelon tarafından VAR modeli temel alınılarak geliştirilen frekans nedensellik analizlerinden faydalanılmıştır. Analizlerden elde edilen sonuçlara göre BIST100 endeksi ile finansal hizmetler güven endeksi arasında kalıcı, uzun dönemli ve karşılıklı bir nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.

Çevikalp (2017), ARDL analizini kullandığı çalışmasında finansal hizmetler güven endeksi üzerinde etkili olan faktörleri araştırmıştır. Buna göre, finansal hizmetler güven endeksi üzerinde etkili olan başlıca unsurların, imalat sanayii kapasite kullanım oranı, enflasyon düzeyi, sanayi üretim endeksi, işsizlik oranı ve TÜFE bazlı reel kur endeksi olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Dilber vd. (2018), 2012-2017 tarihleri arasındaki 22 dönemlik veri setinden faydalanarak finansal hizmetler güven endeksi ile zincirlenmiş hacim endeksi arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Pearson Korelasyon yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen çalışmada değişkenler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca

araştırma bulgularına göre güven, beklenti ve iktisadi büyüme değişkenlerinin birbiri üzerinde anlamlı etkiye sahip olduğu görülmüştür.

Tüzün ve Ceylan (2018), Mayıs 2012-Kasım 2018 dönemi için gerçekleştirdikleri araştırmalarında, Türkiye'ye ait kredi temerrüt takasları (CDS) ve finansal hizmetler güven endeksi (FGHE) aylık verilerinden faydalanmışlardır. Bootstrap nedensellik yönteminin kullanıldığı çalışmada CDS değişkeninden FHGE'ye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edilmiştir.

Kasmaoui vd. (2018), 2010-2014 dönemindeki verilerden hareketle Ortadoğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgesinde yer alan 14 ülke için iktisadi büyüme ve güven arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma neticesinde ele alınan tüm ülkelerde güvenin iktisadi büyüme üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ampirik bulgularda, güvende meydana gelen %10'luk bir artışın iktisadi büyümeyi %0,44 oranda arttırdığı görülmüştür.

Canöz ve Erdoğdu (2019), borsa endeksleri ile güven endeksleri arasındaki ilişkiyi Ocak 2011-Haziran 2019 yılları arasındaki verilerden hareket ederek araştırmışlardır. Sektör bazlı olarak yapılan çalışmada hem simetrik hem de asimetrik nedensellik ilişkisinin varlığı Hacker ve Hatemi-J testleri aracılığıyla incelenmiştir. Analizlerin sonuçlarına göre, borsa sektör endeksleri ile sektörel güven endeksleri arasında doğrudan bir nedensellik ilişkisinin varlığına rastlanılmamıştır. Ancak söz konusu değişkenlerin bileşenleri üzerinden bir nedensellik ilişkisi bulunmuştur.

Süsay ve Ünal (2020) tarafından yapılan araştırmada, ekonomik güven ile büyüme, sanayii üretim endeksi, CDS primi, finansal hizmetler güven endeksi ve VIX korku endeksi arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Toda-Yamamoto nedensellik testinin kullanıldığı araştırmada büyüme ile ekonomik güven endeksi arasında çift yönlü, VIX endeksinden büyümeye doğru tek yönlü ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca araştırmaya göre finansal hizmetler güven endeksi ve büyüme ile CDS primi arasında herhangi bir nedensellik ilişkisinin varlığına rastlanılmamıştır.

Kocabıyık ve Alptürk (2020), Mayıs 2012-Eylül 2019 yılları arasındaki verilerden faydalanılarak hisse senedi fiyatları ve güven endeksleri arasındaki ilişkiyi Todo-Yamamoto nedensellik analizi aracılığıyla araştırmışlardır. Çalışmada BIST100'den finansal güven endeksine, CDS'ten ve tüketici güven endeksinden BIST100'e doğru tek yönlü bir nedenselliğin varlığı tespit edilmiştir.

Alptürk vd. (2021), Mayıs 2012-Ocak 2020 tarihlerini kapsayan çalışmalarında finansal hizmetler güven endeksinin BİST şehir endeksleri ile olan ilişkisini araştırmışlardır. Toda-Yamamoto nedensellik testinin

kullanıldığı çalışmada, on iki farklı şehir endeksinin (XSADA, XSANK, XSANT, XSBAL, XSBUR, XSDNZ, XSIST, XSIZM, XSKAY, XSKOC, XSKON, XSTKR) finansal hizmetler güven endeksi ile olan nedensellik ilişkisinin varlığı ve yönü ayrı ayrı olarak tespit edilmiştir. Buna göre, söz konusu endekslerden XSADA, XSANK, XSANT, XSBAL, XSDEN, XSIST, XSIZM, XSKAY, XSKOC ile finansal hizmetler güven endeksi arasında hiçbir ilişki bulunmazken; finansal hizmetler güven endeksi serisinden XSBUR, XSKON ve XSTKR serilerine doğru bir nedensellik ilişkisine rastlanmıştır. Ayrıca XSADA, XSANK, XSANT, XSBAL, XSBUR, XSDEN, XSIST, XSIZM, XSKAY, XSKOC serilerinden finansal hizmetler güven endeksine doğru herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunmazken; XSKON ve XSTKR serilerinden finansal hizmetler güven endeksine doğru bir nedensellik ilişkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tüzün vd. (2021), CDS pirimi, finansal hizmetler güven endeksi, reel kesim güven endeksi ve tüketici güven endeksi değişkenlerini kullanarak gerçekleştirdikleri araştırmalarında Mayıs 2012-Kasım 2018 tarihleri arasındaki verilerden faydalanmışlardır. Araştırmada, tüm örneklem için Hacker ve Hatemi-J (2012) tarafından geliştirilen Boootstrap Nedensellik testi ile zaman içinde ortaya çıkan yapısal değişmeleri dikkate alan ve Balcılar vd. (2010) tarafından geliştirilen Bootstrap Kayan Pencere (Bootstrap Rolling Windows) nedensellik testi uygulanmış sonrasında ise elde edilen sonuçlar karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Analiz neticesinde elde edilen sonuçlara göre CDS, Finansal Hizmetler Güven Endeksi ve Reel Kesim Güven Endekslerinin sırasıyla BIST100, BIST Sanayi ve BIST Mali sektörleri ile nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edilmiştir. Ayrıca söz konusu değişkenler arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir. Araştırmada ulaşılan bir diğer bulgu ise BIST100 endeksinin, Tüketici Güven Endeksini etkilediği ve iki değişken arasında nedensellik ilişkisinin tek yönlü olduğu görülmüştür.

Albayrak (2022), Mayıs 2012- Aralık 2021 tarihlerini kapsayan araştırmalarında, tüketici güven endeksi, reel kesim güven endeksi ve finansal hizmetler güven endeksi ile Türkiye'deki döviz kuru hareketliliği arasındaki ilişkiyi incelemiştir. ARDL sınır ve Toda-Yamamato testlerinin kullanıldığı çalışmadan elde edilen sonuçlara göre finansal hizmetler güven endeksi, tüketici güven endeksi ve reel kesim güven endeksinin reel döviz kuru üzerinde uzun dönemde herhangi bir etkisi görülmemiştir

Yukarıda kısa özetleri yer alan çok sayıda çalışmada, güven endeksleri ile çeşitli göstergeler arasındaki ilişkinin farklı yönleri ampirik seviyelerde ele almıştır. Ampirik literatürde kısa özetlerine yer verilen çalışmalarda, güven endeksleri ile para piyasası, sermaye piyasası, ülke riski, büyüme gibi göstergeleri temsil eden değişkenler ile aralarında pozitif etki, negatif etki veya anlamlı bir ilişki olmadığı yönünde bulgular elde edilmiştir. Bizde bu çalışmada, borsa ve bankacılık sektörüne özgü

genel finansal gelişim göstergelerinin FHGE'de iyileşmeye yol açıp açmadığı belirlemeye ve bu ilişkinin gücü analiz etmeye çalışmıştır.

## 3. EKONOMETRİK ANALİZ

Bu bölümde, çalışmanın temel amacı, veri seti, tanımlayıcı istatistikler ve birim kök test sonuçlarından yola çıkarak karar verilen zaman serisi ekonometrik analizlere ait bulgular yer almaktadır.

### 3.1. Amaç ve Veri Seti

Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye gibi gelişmekte olan bir ekonomide finans sektörünün yatırımcılara fon sağlayarak toplam faktör verimliliğini ve sermaye birikimini artırarak gelir dağılımını etkileyen finansal gelişmenin çeşitli boyutlarının 2012:M05-2022:M11dönemine ait aylık verilerini kullanarak Finansal Hizmetler Güven Endeksi (FHGE) üzerindeki etkilerini test etmektir.

TCMB tarafından 2012 yılı Mayıs ayından itibaren anket yoluyla Türkiye'de faaliyet gösteren finansal hizmetler sektöründeki kuruluşların yöneticilerine iş durumları ile ilgili olarak, son üç ayda hizmetlere olan talep (iş hacmi) ve gelecek üç ayda hizmetlere olacak talep (iş hacmi) beklentisi sorularına verilen yanıtlardan Finansal Hizmetler Güven Endeksi (FHGE) oluşturulmaktadır. Bu endeks ile finansal hizmetler sektöründeki kuruluşların yakın geçmişe ilişkin değerlendirmeler ile geleceğe yönelik beklentiler izlenerek sektördeki gelişmeleri yansıtan göstergeler üretilmektedir. FHGE araştırmasında Türkiye'de faaliyette bulunan tüm bankalar anket kapsamına dahil edilirken, diğer finansal hizmetler sektöründeki kuruluşlarda ise her bir sektörün toplam bilanço büyüklüğünün %85'ini oluşturacak şekilde belirlenmektedir. Ayrıca anket kapsamındaki kuruluşlar her yıl TCMB Veri Yönetişimi ve İstatistik Genel Müdürlüğü tarafından güncellenmektedir (TCMB, 2022).

Finansal hizmetler sektöründeki şirketlerin temel işlevi parayı yönetmektir. Finansal hizmetler sektörü kişi ve kurumlara kredi, tahvil, mevduat, sigorta gibi çeşitli finansal hizmetler sunmaktadırlar. Bu açıdan finansal hizmetler, ülke ekonomisinin en önemli ve etkili sektörlerinden birini oluşturmaktadır. Güçlü ve başarılı bir finansal hizmetler sektörü ekonominin gelişmesine yol açabilirken, başarısız bir sistem ise ekonominin zayıflamasına ve hatta çökmesine bile neden olabilir. Bu açıdan finansal hizmetler sektörü için ülke ekonomisinin birincil itici gücü olduğunu söyleyebiliriz. Bu sektör piyasada sermayenin serbest dolaşımını, tasarrufların yatırıma dönüşmesini ve likidite akışını sağlamaktadır. Finansal hizmetler sektörünün gücü ülke nüfusunun refahı için de önemlidir. Çünkü sektör ve ekonomi güçlü olduğunda tüketicilerin genellikle daha fazla kazanç elde etmelerine olanak sağlayarak hem

güvenlerini hem de satın alma güçlerini artırmaktadır. (Catalano ve Overcast, 2021).

Çalışmada kullanılan temel finansal gelişme göstergeleri, Türkiye ekonomisinin hem bankacılık sektörünün hem de borsasının gelişimini temsil eden değişkenleri içermektedir. Çalışmada kullanılan göstergelerin açıklamaları ve veri kaynaklarına ait bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1.** Çalışmanın Değişkenleri

| **Değişkenler** | **Kısaltması** | **Kaynağı** |
|---|---|---|
| **Bağımlı Değişken** | | |
| Finansal Hizmet Güven Endeksi | FHGE | TCMB-TÜİK |
| **Bağımsız Değişken** | | |
| Borsa İstanbul 100 Endeksi | BIST100 | TCMB |
| Borsa İstanbul İşlem Hacmi | BISTHCM | TCMB |
| M2 Para Arzı | M2 | TCMB |
| Özel Sektör Kredileri | OSK | TCMB |
| Toplam Mevduat | TMEVD | TCMB |
| Toplam Yurtiçi Kredi Hacmi | YIKH | TCMB |
| TCMB Resmi Rezerv Pozisyonu (Brüt) | REZ | TCMB |
| Bankacılık Sektörü Toplam Aktifleri | BSTA | TCMB |
| **Kontrol Değişkeni** | | |
| Sanayi Üretim Endeksi | SUE | TCMB-TÜİK |

Tablo 1'de görüldü üzere çalışmada finansal gelişme değişkenleri bankacılık sektörü gelişimi ve borsa gelişimi göstergeleri ile ölçülmüştür. Yapılan analizlerde Türkiye'de finansal gelişimin iki boyutunu içeren göstergelerin FHGE üzerindeki etkileri test edilmiştir. Sanayi üretim endeksi göstergesi ise regresyon modeline kontrol değişkeni olarak dahil edilmiştir. Değişkenlerin tamamının doğal logaritması alınmıştır. Bu değişkenlere ait veriler Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) internet sayfasından alınmıştır. Araştırmanın değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 2'de rapor edilmiştir.

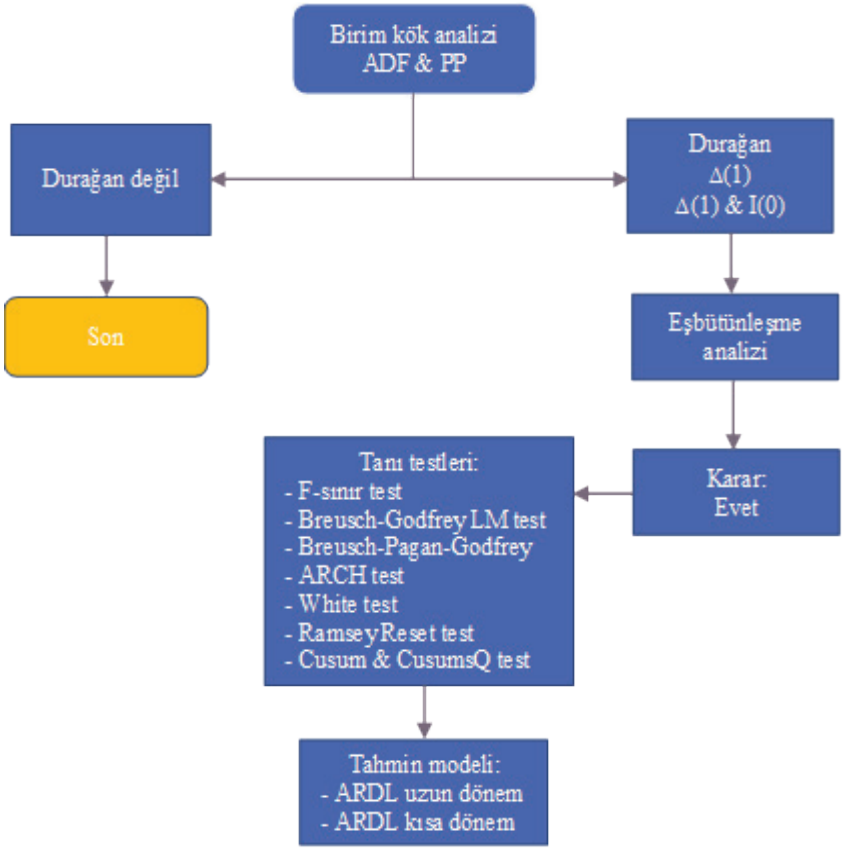
**Tablo 2.** Tanımlayıcı İstatistikler

| Değişken | Ort | Med | Mak | Min | SS | Çarpıklık | Basıklık | N |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| FHGE | 5.092 | 5.113 | 5.233 | 4.772 | 0.090 | -1.324 | 4.786 | 127 |
| BIST100 | 6.925 | 6.832 | 8.513 | 6.312 | 0.393 | 1.641 | 5.975 | 127 |
| BISTHCM | 15.844 | 15.580 | 18.817 | 14.493 | 0.995 | 0.844 | 2.789 | 127 |
| M2 | 21.277 | 21.158 | 22.787 | 20.343 | 0.649 | 0.581 | 2.432 | 127 |
| OSK | 18.277 | 18.079 | 19.953 | 17.349 | 0.686 | 0.797 | 2.657 | 127 |
| REZV | 11.605 | 11.619 | 11.810 | 11.286 | 0.132 | -0.389 | 2.258 | 127 |
| BSTA | 21.776 | 21.688 | 23.193 | 20.814 | 0.620 | 0.430 | 2.400 | 127 |
| TMEVD | 20.620 | 20.550 | 22.065 | 19.877 | 0.510 | 0.780 | 3.061 | 127 |
| YIKH | 21.363 | 21.350 | 22.647 | 20.338 | 0.592 | 0.205 | 2.299 | 127 |
| SUE | 4.685 | 4.689 | 5.109 | 4.337 | 0.174 | 0.135 | 2.367 | 127 |

Tablo 2'de, araştırma kapsamında yer alan göstergelere ait ortalama (ort), medyan (medyan), maksimum (mak), minimum (min), standart sapma (ss), çarpıklık, basıklık ve gözlem sayısı olmak üzere özet istatistikler sunulmuştur. Tablo 2'deki tanımlayıcı istatistiklerde yer alan çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değer aralıklarına göre değişkenlere ait zaman serisinin normal dağılım göstermekte ve çalışmada değişkenlerin 127 (N) aylık verileri analiz kapsamında ele alınmıştır.

### 3.2. Metodoloji

Çalışmanın bu bölümünde, öncelikle bütün değişkenlere ait zaman serisinde birim kök olup olmadığı test edilmiştir. Daha sonra elde edilen birim kök istatistiki bulgularından yola çıkarak finansal gelişmişlik göstergeleri ile FHGE arasındaki ilişkinin analizi için kullanılacak ekonometrik yöntem ve bu yönteme ait model ve açıklamalara yer verilmiştir. Çalışmanın metodolojisiyle ilgili yöntemlerin belirlenmesinde Şekil 1'de yer alan diyagram takip edilerek karar verilmiştir.




**Şekil 1.** Metodoloji İzleme Diyagramı

### 3.3.1. Birim Kök ve VAR Analizi

Bu çalışmanın veri setini oluşturan zaman serisi özelliğine sahip değişkenlerin ekonometrik analizinde edilecek istatistiksel bulguların tutarsız olmaması için sahte regresyon problemini ortadan kaldırmak için birim kök analizi yapılmıştır. Zaman serisinin durağanlığının tespitinde ADF (Augmented Dickey-Fuller, 1981) ve PP (Phillips-Perron, 1988) testleri kullanılmıştır. ADF ve PP testlerinde zaman serisi ekonometrisinde en çok dikkate alınan "sabit", "sabit ve trend" model sonuçları dikkate alınmıştır. Birim kök analizinde ADF ve PP formüllerinin nasıl çalıştığını görmek açısından FHGE durağanlık hesaplama yöntemi denklem 1 ve denklem 2'de örnek olarak oluşturulmuştur.

FHGE için ADF denklemi (Dickey ve Fuller, 1981: 1063):

$$\Delta FHGE_t = \beta_1 FGHE_{t-1} + \beta_2 FGHE_{t-1} + \mu_t \qquad (1)$$

FHGE için PP denklemi (Phillips ve Perron, 1988: 339):

$$\Delta FGHE_t = \beta_0 + \beta_1 t + \beta_2 FGHE_{t-1} + \mu_t \quad (2)$$

Formül 1 ve 2'de yer alan "Δ" fark işlemcisi, "$\beta_0$" sabit terim, "$\beta_1$" trend katsayısı, "$\beta_2$" FHGE katsayısı, "t" zaman trendi, "μ" hata terimidir.

Çalışmanın inceleme kapsamında yer aşan bağımlı ve bağımsız değişkenlerin ADF ve PP birim kök test sınamalarında durağanlık seviyelerinin tespitinde istatistiksel değerler MacKinnon (1996) kritik alt ve üst sınır değerleri ile karşılaştırılmaktadır.

ADF ve PP testlerine ait $H_0$ ve $H_1$ hipotezleri şu şekilde kurulmuştur.

$H_0$: Değişkenlere ait zaman serisinde birim kök vardır, durağan değildir.

$H_1$: Değişkenlere ait zaman serisinde birim kök yoktur, durağandır.

**Tablo 3.** Birim Kök Test Sonuçları

| Değişkenler | Düzey I(0) | | | | Δ I(1) | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | ADF | | PP | | ADF | | PP | |
| | Sabit | Sabit ve Trend | Sabit | Sabit ve Trend | Sabit | Sabit ve Trend | Sabit | Sabit ve Trend |
| FHGE | -4.102*** | -4.541*** | -4.105*** | -4.570*** | | | | |
| BIST100 | 2.631 | 1.500 | 3.073 | 2.104 | -9.751*** | -10.150*** | -9.763*** | -10.156*** |
| BISTHCM | 0.990 | -1.741 | -0.256 | -6.019*** | -13.002*** | -10.161*** | -22.776*** | |
| M2 | 3.898 | 1.244 | 4.068 | 1.586 | -9.168*** | -10.013*** | -9.227*** | -9.981*** |
| OSK | 2.864 | 0.495 | 3.337 | 0.756 | -7.196*** | -7.929*** | -7.421*** | -7.988*** |
| REZV | -2.119 | -2.894 | -2.279 | -3.075 | -10.175*** | -10.126*** | -10.225*** | -10.179*** |
| BSTA | 2.608 | 0.604 | 2.535 | 0.637 | -9.517*** | -9.892*** | -9.516*** | -9.855*** |
| TMEVD | 5.366 | 4.194 | 4.045 | 4.194 | -4.874*** | -9.543*** | -9.555*** | -10.153*** |
| YIKH | 1.414 | -0.191 | 1.480 | -0.106 | -8.428*** | -8.590*** | -8.530*** | -8.637*** |
| SUE | -0.315 | -8.582*** | -3.349** | -8.604*** | -4.737*** | | -50.556*** | |

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde anlamlılığı, "Δ" farkı temsil etmektedir.

ADF ve PP birim kök testlerinden elde edilen değerlerin %1, %5 ve %10 düzeyinde anlamlılık düzeyleri Tablo 2'de özetlenerek rapor edilmiştir. ADF'de Schwarz Bilgi Kriteri (SIC), PP'de Bartlett Kernel metodu ve Newey ve West yöntemi ile test yapılmıştır. Tablo 2'de yer alan birim kök istatistik bulguları incelendiğinde, bazı değişkenlerin düzeyde I(0), bazı değişkenlerin ise birinci farkında Δ(1) %1 anlamlılık düzeyinde

durağanlık sergilediği görülmüştür. Tablo 2'deki birim kök sonuçlarına göre I(0)'da durağan olan değişkenlerde $H_0$ red, $H_1$ kabul, Δ(1)'de durağan olan değişkenlerde ise $H_0$ kabul, $H_1$ red edilmiştir.

Tablo 2'deki ADF ve PP istatistiksel sonuçlarından yola çıkarak araştırmada kullanılacak ekonometrik analizde zaman serilerinin düzeyde, birinci fakında veya her ikisinin kompozisyonuna izin veren Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Sınır testi (Autoregressive Distributed Lag-ARDL) yaklaşımının kullanılması istatistik teorisi açısından bir sorun teşkil etmemektedir. Başka bir deyişle ARDL yönteminin değişkenlerin entegrasyon sırasına ilişkin sunduğu esneklik nedeniyle çalışmada tercih edilmiştir. Zaman serilerinin ikinci farkında durağan olmaması ARDL metodolojisinin en önde gelen kısıtını oluşturmaktadır. ARDL metodolojisi VAR (Vector Autoregression) yöntemine dayanmaktadır. Bu açıdan ARDL analizi yapmadan önce birim kök sınamasından sonra regresyon modeline ait optimum gecikme uzunluğunun tespit edilmesi gerekmektedir. Çalışmanın regresyon modeli için kurulan VAR analizine bilgi kriterleri sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

**Tablo 4.** VAR Gecikme Uzunlukları

| Gecikme | LogL | LR | FPE | AIC | SC | HQ |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 1488.985 | NA | 8.98e-24 | -24.6888 | -24.2217 | -24.4992 |
| 1 | 2464.405 | 1754.117 | 3.68e-30 | -39.4018 | **-36.5993*** | **-38.2638*** |
| 2 | 2579.761 | 188.0590 | **2.95e-30*** | -39.6599 | -34.5220 | -37.5735 |
| 3 | 2661.754 | 119.8892 | 4.38e-30 | -39.3572 | -31.8839 | -36.3226 |
| 4 | 2761.623 | 129.2427 | 5.26e-30 | -39.3550 | -29.5463 | -35.3720 |
| 5 | 2851.574 | 101.2894 | 8.52e-30 | -39.1861 | -27.0421 | -34.2548 |
| 6 | 2954.220 | 98.33275 | 1.35e-29 | -39.2306 | -24.7511 | -33.3509 |
| 7 | 3121.242 | 131.9331 | 9.60e-30 | -40.3570 | -23.5421 | -33.5290 |
| 8 | 3361.484 | **149.3945*** | 3.09e-30 | **-42.7140*** | -23.5638 | -34.9377 |

LR: Ardışık Modifiye Test İstatistiği (Sequential Modifed LR Test Statistics)

FPE: Nihai Tahmin Hatası (Final Prediction Error)

AIC: Akaike Bilgi Kriteri (Akaike Information Criterion)

SIC: Schwarz Bilgi Kriteri (Schwarz Information Criterion)

HQ: Hannan-Quinn Bilgi Kriteri (Hannan Quinn Information Criterion

Tablo 4'te yer alan VAR bilgi kriterlerinde, SC ve HQ kriterine göre 1, FPE kriterine göre 2, LR ve AIC kriterine göre 8 gecikme en uygun gecikme uzunluğu olduğu görülmektedir. Ancak çalışmanın regresyon

modelinde değişen varyans, otokorelasyon, yapısal istikrarsızlık vb. tanısal problemlerin varlığını ortadan kaldırmak için uygun görülen 1, 2 ve 8 gecikmeli uzunluklar ARDL modelinde ayrı ayrı test edilmiştir. Model sonuçlarında ortaya çıkan istatistiksel bulgularda 2 gecikme hariç, 1 ve 8 gecikmede tanısal problemler görülmüştür. Yapılan tanı testlerinden son FHGE'nin bağımlı değişken olduğu ARDL regresyon modelinde 2 gecikme dikkate alınarak yapılan analizde elde edilen bulguların özetleri Tablo 6'da sunulmuştur.

### 3.3.2. ARDL Analizi

Türkiye'ye özgü finansal gelişmişliğin farklı boyutları ile FHGE arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığını tespit etmek için kullanılan ARDL sınır testi metodolojisi, formülasyonlar, model ve bulgular bu bölümde yer almaktadır.

Açıklamaları Tablo 1'de yer alan değişkenlerin analizi için kullanılan temel fonksiyonel işlem 3 no'lu formüllerdeki gibidir.

Analizin temel fonksiyonel denklemi:

$$(FHGE) = f\,(BIST100,\ BISTHCM,\ M2,\ OSK,\ REZV,\ SUE,\ TBA,\ TMEVD,\ YIKH) \qquad (3)$$

Analizin temel regresyon denklemi:

$$(FHGE)_t=\delta_0+\gamma_1 BIST100_t+\gamma_2 BISTHCM_t+\gamma_3 M2_t+\gamma_4 OSK_t+\gamma_5 REZV_t+\gamma_6 TBA_t+\gamma_7 TMEVD_t+\gamma_8 YIKH_t+\gamma_9 SUE_t+\varepsilon_t \qquad (4)$$

ARDL metodolojisi Δ(2)'de durağanlaşan zaman serilerinde kullanılamaz (Pesaran ve Shin, 1999; Pesaran vd., 2001). ARDL metodu Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilmiştir. Bu yöntem Pesaran ve Shin (1999), Pesaran vd. (2001) tarafından yapılan eşbütünleşme analizinden sonra ekonometrik çalışmalarda popülaritesi artmaya başlamıştır.

Çalışmanın ARDL modeli:

$$\Delta FHGE_t = \delta_0 + \gamma_1 FHGE_{t-1} + \gamma_2 BIST100_{t-1} + \gamma_3 BISTHCM_{t-1} + \gamma_4 M2_{t-1} + \gamma_5 OSK_{t-1} + \gamma_6 REZV_{t-1} + \gamma_7 TBA + \gamma_8 TMEVD + \gamma_9 YIKH + \gamma_{10} SUE + \sum_{i=1}^{k} \gamma_{1i}\,\Delta FHGE_{t-i} + \sum_{i=0}^{l} \gamma_{2i}\Delta BIST100_{t-i} + \sum_{i=0}^{m} \gamma_{3i}\Delta BISTHCM_{t-i} + \sum_{i=0}^{n} \gamma_{4i}\Delta M2_{t-i} + \sum_{i=0}^{p} \gamma_{5i}\Delta OSK_{t-i} + \sum_{i=0}^{r} \gamma_{6i}\Delta REZV_{t-i} + \sum_{i=0}^{d} \gamma_{7i}\Delta TBA_{t-i} + \sum_{i=0}^{h} \gamma_{8i}\Delta TMEVD_{t-i} + \sum_{i=0}^{f} \gamma_{9i}\Delta YIKH_{t-i} + \sum_{i=0}^{q} \gamma_{10i}\Delta SUE_{t-i} + \gamma_{11i} ECM_{t-i} + \varepsilon_t \qquad (5)$$

ARDL formülünde yer alan "δ" sabit katsayı, "$\gamma$" bağımsız değişkenlerin katsayısı, "Δ" fark, "ECM" hata düzeltme mekanizması

(Error Correction Model) "ε" hata terimidir. Formül 5'te görüldüğü üzere ARDL metodoloji bağımlı ve bağımsız değişkenlerin gecikmeli değerlerini de modelde dikkate almaktadır. ARDL metodolojisinde kısa vadeli dinamik parametreler hata düzeltme modeli tahmin edilerek elde edilmektedir. 5 no'lu modelde yer alan ECM mekanizması, bağımsız değişkenlerde kısa dönemde meydana gelen sapmanın uzun dönemde ne kadarlık bir sürede dengeye geldiğini hesaplamaktadır. ECM metodolojisi 6 no'lu formüldeki gibi çalışmaktadır.

$$\Delta\mathrm{FHGE}_t = \delta_0 + \sum_{i=1}^{k} \gamma_{1i}\, \Delta\mathrm{FHGE}_{t-i} + \sum_{i=0}^{l} \gamma_{2i} \Delta\mathrm{BIST100}_{t-i} + \sum_{i=0}^{m} \gamma_{3i} \Delta\mathrm{BISTHCM}_{t-i} + \sum_{i=0}^{n} \gamma_{4i} \Delta\mathrm{M2}_{t-i} + \sum_{i=0}^{p} \gamma_{5i} \Delta\mathrm{OSK}_{t-i} + \sum_{i=0}^{r} \gamma_{6i} \Delta\mathrm{REZV}_{t-i} + \sum_{i=0}^{d} \gamma_{7i} \Delta\mathrm{TBA}_{t-i} + \sum_{i=0}^{h} \gamma_{8i} \Delta\mathrm{TMEVD}_{t-i} + \sum_{i=0}^{f} \gamma_{9i} \Delta\mathrm{YIKH}_{t-i} + \sum_{i=0}^{q} \gamma_{10i} \Delta\mathrm{SUE}_{t-i} + \gamma_{11i} ECM_{t-1} + \varepsilon_t \qquad (6)$$

ARDL kısa dönem sonuçlarında elde edilen ECM parametresine ait CointEq(-1)* katsayısının negatif ve anlamlı olması bu mekanizmanın modelde çalıştığını göstermektedir.

Finansal gelişmişlik ile FHGE arasında eşbütünleşik bir ilişki olup olmadığını görebilmek için kullanılan ARDL tahminleyicisine ait hipotezler aşağıdaki şekilde kurulmuştur.

$H_0$ = Finansal gelişmişlik ile FHGE arasında eşbütünleşme yoktur.

$H_1$ = Finansal gelişmişlik ile FHGE arasında eşbütünleşme vardır.

Finansal gelişme ve finansal hizmetler güven endeksi arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin varlığı ARDL sınır testinden elde edilen ortak F-istatistiklerine dayanmaktadır. F-istatistiğinin %1, %2.5, %5 ve %10 düzeyinde verilen Asimptotik (Asymptotic) dağılımı, değişkenler arasında eşbütünleşme olmadığı sıfır hipotezi altında standart bir değere sahip değildir. Hesaplanan F test istatistik değerleri Asimptotik üst sınır değerinden büyük ise eşbütünleşmenin yokluğunu savunan sıfır hipotezi reddedilmektedir. F test istatistik değeri Asimptotik alt sınır değerinden düşük ise o zaman sıfır hipotezinin varlığı kabul edilmektedir. Eğer F-istatistikleri Asimptotik alt ve üst sınır değerlerine eşit ise eşbütünleşmenin varlığı sonuçsuz kalır.

Finansal gelişme ve FGHE arasında eşbütünleşme ilişkisini incelemek için kullanılan ARDL (2, 0, 1, 2, 0, 1, 1, 0, 2, 2) modelinin regresyon analizine ait uzun dönem, kısa dönem ve tanı testlerine ait katsayılar Tablo 5'te özetlenerek sunulmuştur.

**Tablo 5.** ARDL Sonuçları

| Değişkenler | Katsayı | Standart Hata | t-istatistik | Olasılık |
|---|---|---|---|---|
| **Panel 1: Uzun Dönem Etki Sonuçları** | | | | |
| BIST100 | 0.0075 | 0.1185 | 0.0629 | 0.9499 |
| BISTHCM | -0.0530 | 0.0486 | -1.0895 | 0.2785 |
| M2 | 1.0890 | 0.7269 | 1.4982 | 0.1371 |
| OSK | -0.1917 | 0.2359 | -0.8125 | 0.4184 |
| REZV | 0.0959 | 0.1399 | 0.6856 | 0.4945 |
| SUE | 0.3801 | 0.1542 | 2.4648 | 0.0154** |
| BSTA | -1.0346 | 0.8987 | -1.1511 | 0.2524 |
| TMEVD | -0.2634 | 0.3057 | -0.8615 | 0.3909 |
| YIKH | 0.5364 | 0.5826 | 0.9207 | 0.3593 |
| **Panel 2: Kısa Dönem Etki Sonuçları** | | | | |
| D(FHGE(-1)) | 0.1450 | 0.0804 | 1.8045 | 0.0741* |
| D(BISTHCM) | 0.0083 | 0.0116 | 0.7124 | 0.4778 |
| D(M2) | -0.4909 | 0.4422 | -1.1102 | 0.2695 |
| D(M2(-1)) | -0.8868 | 0.4925 | -1.8008 | 0.0747* |
| D(REZV) | 0.3327 | 0.1205 | 2.7607 | 0.0068** |
| D(TMEVD) | -0.1855 | 0.2063 | -0.8993 | 0.3706 |
| D(TMEVD(-1)) | 0.4833 | 0.2111 | 2.2889 | 0.0241** |
| D(YIKH) | 1.5585 | 0.5475 | 2.8466 | 0.0053** |
| D(YIKH(-1)) | 1.7948 | 0.5602 | 3.2038 | 0.0018*** |
| D(SUE) | 0.0920 | 0.0412 | 2.2343 | 0.0276** |
| @TREND | -0.0021 | 0.0003 | -6.3266 | 0.0000*** |
| C | 0.0129 | 0.0114 | 1.1300 | 0.2611 |
| CointEq(-1)* | -0.5003 | 0.0669 | -7.4738 | 0.0000*** |
| $R^2$ | 0.4053 | | | |
| Düz. $R^2$ | 0.3416 | | | |
| Durbin-Watson | 2.1627 | | | |
| F-istatistik | 6.3605 | | | |
| Prob(F-istatistik) | 0.0000*** | | | |
| **Panel 3: Tanı Testleri** | | | | |
| Breusch-Godfrey LM test | 2.4843 | | | |
| Breusch-Pagan-Godfrey test | 1.4436 | | | |
| ARCH test | 1.0779 | | | |
| White test | 1.4048 | | | |
| Ramsey RESET test | 1.8830 | | | |
| F-sınır test değeri | 5.1369*** | | | |
| Asimptotik değer aralıkları | I(0) | I(1) | | |
| %10 kritik değer | 2.16 | 3.24 | | |
| %5 kritik değer | 2.43 | 3.56 | | |
| %2.5 kritik değer | 2.67 | 3.87 | | |
| %1 kritik değer | 2.97 | 4.24 | | |

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde anlamlılığı, "D" ise gecikmeyi temsil etmektedir.

Finansal gelişmişlik göstergelerinin FHGE üzerindeki uzun dönem regresyon katsayıları panel 1'de, kısa dönem katsayıları panel 2'de, tanı test katsayıları ise panel 3'te yer verilmiştir.

Panel 1'de yer alan ARDL sonuçlarına göre uzun dönemde sadece modelde kontrol değişkeni olarak dahil edilen SUE değişkeninin FHGE üzerindeki etkisi %5 düzeyinde pozitif yönde ve anlamlı bulunurken, diğer finansal gelişmişlik göstergelerinin etkisi istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır.

Panel 2'de yer alan kısa dönem ARDL sonuçlarına bakıldığında REZV %1 düzeyinde, SUE ile YIKH %5 düzeyinde cari dönem etki katsayısı pozitif yönde ve anlamlı, çıkmıştır. Bir dönem gecikmeli değerlerde etki katsayıları incelendiğinde M2 %10 düzeyinde negatif ve anlamlı, TMEVD %5 düzeyinde pozitif ve anlamlı, YIKH %1 düzeyinde etki katsayısı pozitif yönde ve anlamlı bulunmuştur. FHGE'nin bir gecikmeli değerinin kendisi üzerindeki etki katsayısı %10 düzeyinde anlamlı çıkmıştır.

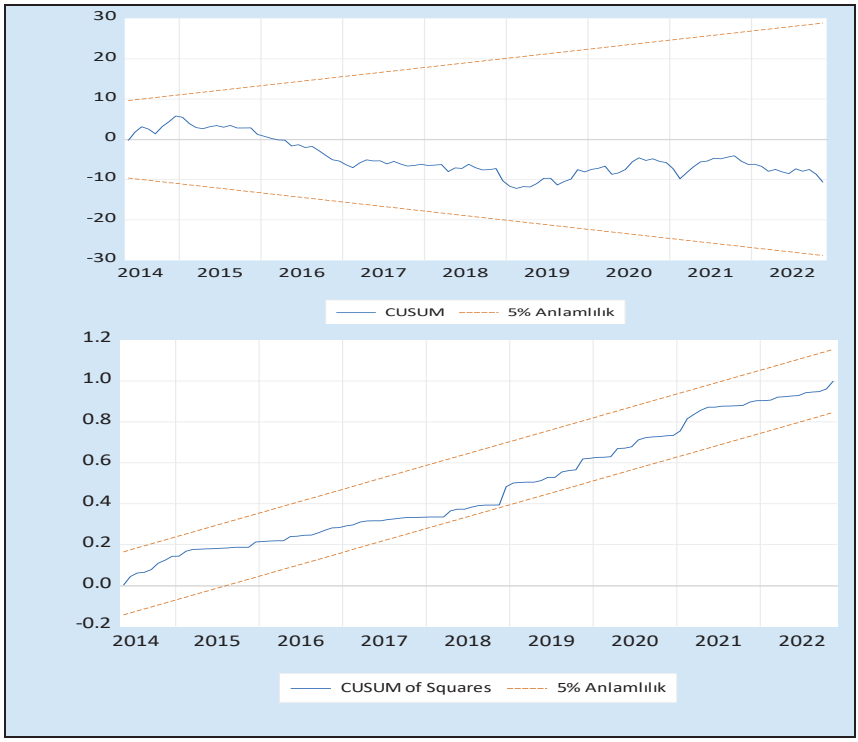
Ayrıca trend'inde etki katsayısı %1 düzeyinde negatif yönde ve anlamlı görülmüştür. Kısa dönem sonuçlarda yer alan bir diğer sonuçta finansal gelişmişlik göstergelerinin FHGE'ni açıklama oranıdır. Bu sonucu temsil eden $R^2$ değerine göre FHGE'deki değişimin %40,53'ü finansal gelişmişlik göstergeleri tarafından açıklanmaktadır. Modelin ECM parametresine ait CointEq(-1)* değerinin negatif ve istatiksel olarak %1 düzeyinde anlamlı çıkmış olması bu mekanizmanın çalıştığı göstermektedir.

Tablo 5'te yer alan Prob(F-istatistik) değeri %1 düzeyinde anlamlı, Breusch-Godfrey Lagrange Çarpan (Lagrange Multiplier-LM), Breusch-Pagan-Godfrey ve ARCH, White ve Ramsey RESET F-istatistik değerleri ise %1, %5 ve %10 düzeyinde anlamlı bulunmamıştır. Bu sonuçlara göre modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu ve modelde otokorelasyon, değişen varyans ve işlevsel form hatasına ait yapısal bir sorun olmadığına işaret etmektedir.

ARDL analizinde bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki eşbütünleşmenin varlığı panel 3'te yer alan F-sınır test değerine bakarak karar verilmektedir. Modele ait 5.1369 F-sınır test değerinin %1, %2.5, %5 ve %10 düzeyinde I(0) ve I(1) Asymptotik kritik değerlerden

büyük çıkması eşbütüleşmenin olduğunu göstermektedir ($H_0$ red, $H_1$ kabul).

Sonuç olarak, uzun dönemde inceleme kapsamında yer alan Türkiye'nin finansal gelişmiş göstergelerinin FHGE üzerindeki etkileri istatistiksel anlamlı bulunmamıştır. Kısa dönemde ise M2 para arzındaki artışların FHGE'yi negatif olarak etkilediği, MB Resmi Rezerv Pozisyonu, bankalardaki toplam mevduat ve toplam yurtiçi kredi hacmindeki artışların ise FHGE gösterge değerinin pozitif olarak etkilemektedir. Finansal hizmetler sektöründe yer alan yöneticiler ve ekonomi kurmaylarının finansal piyasalarda faaliyet gösteren kuruluşların iş durumları ile ilgili olarak güçlü ve başarılı hizmetler sunabilmeleri için bu sonuçlardan yola çıkarak sürekli ve hızlı değişen pazarın talebine uygun stratejiler geliştirmelidirler.




**Şekil 2.** CUSUM ve CUSUMSQ Grafikleri

CUSUM ve CUSUMSQ istatistikleri yinelemeli olarak yenilenir ve kırılma noktalarına göre çizilmektedir. CUSUM ve CUSUMSQ istatistiklerinin çizimleri, %5 anlamlılık düzeyinde kritik sınırlar içinde kalırsa, yapılan regresyondaki tüm katsayıların kararlı olduğu anlamına

gelmektedir (Sethi vd., 2021: 644). ARDL analizine ait CUSUM ve CUSUMSQ (CUSUM of Squares) grafiklerine ait çıktılar Şekil 2'de gösterilmiştir. Bu grafikler incelendiğinde, mavi çizginin kırmızı şeritli çizgilerin arasında yer alması 2012:M5-2022:M11 dönemine ait zaman serisinde istikrarsızlığın olmadığını söyleyebiliriz.

## 4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Finansal hizmetler sektöründe yer alan kurumlar genel ekonomiye likidite sağlayarak, yatırımcıların güvenini artırarak ve yeni yatırım fırsatları oluşturarak hem sermaye maliyetini hem de riski azaltmaktadır. Finans sektörü yatırımcılara sermaye sağlayarak toplam faktör verimliliği ve tasarrufları artırarak reel getiriyi artıran koşulların oluşmasına olanak sağlamaktadır. Finans sektöründe yer alan kurumların piyasadaki rekabetin üstesinden gelebilmeleri, daha iyi işleyen finansal sistemlere sahip olabilmeleri ve sistemin istikrar sağlayabilmeleri için gerek küresel ekonominin trendlerini gerekse iç pazarın etkilerini dikkate alarak uzmanlaşmaları gerekmektedir.

Finansal hizmetleri sağlayan kurumlar ve piyasaların bu hizmetleri ne kadar ve nasıl sağladığı konusunda ülkeler arasında önemli farklılıklar görülebilir. Finansal hizmetler sektöründeki kurumların faaliyetleri ile meydana gelen finansal gelişme, teknolojik gelişmeler ile bankacılık sektörü dışında gelişen finansal yenilikleri ve sektörleri de içine alarak verimli bir gelişme göstermiştir. Finansal kuruluşların üretkenlik düzeyleri, bilgi şeffaflığı ve kurumsal güvenin artırılması için finansal hizmetler ve teknolojik yenilikler arttırılarak genişletilebilir.

Bu çalışmada, Türkiye örneğinden yola çıkarak finansal gelişmişlik göstergeleri ile finansal hizmetler güven endeksi arasında eşbütünleşik ilişkinin varlığı incelenmiştir. Eşbütünleşme analizinde ARDL yöntemi kullanılmıştır. Ampirik bulgularda, uzun dönemde finansal gelişmişlik göstergelerinin finansal hizmetler güven endeksi üzerindeki etkileri önemli bulunmamıştır. Kısa dönem katsayılarda ise, M2'nin etkisi negatif ve önemli, REZV, TMEVD ile YIKH'nın etkisi pozitif yönde önemli bulunmuştur. Ayrıca F-sınır testi sonuçları da finansal gelişmişlik göstergeleri ile finansal hizmetler güven endeksi arasında eşbütünleşmenin varlığını göstermektedir. Bulgularda değişkenlerimize ait etki katsayıları ve önem dereceleri arasında farklılık görülmektedir.

Çalışmanın bulguları doğrusal ARDL yönteminden elde edilen sonuçlar olduğundan finansal gelişmişlik göstergelerinin doğrusal olmayan, başka bir deyişle asimetrik etkileri dikkate alınmamıştır. Bu nedenle, gelecekte yapılacak çalışmalarda finansal gelişmişlik göstergelerin finansal hizmetler güven endeksi (FHGE) üzerinde etkili olan boyutlarının daha iyi tahminlerini sağlamak için asimetrik (NARDL gibi) metodolojiler ve bu metodolojilere ait modellere göstergelerimizin dışında yeni boyutlar dahil edilerek literatür genişletilebilir.

Politika açısından bakıldığında; küreselleşme ve finansal gelişmenin hâkim olduğu günümüzde finansal sistemin olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak, sektörün aktif gelişimini sağlamak ve verimliliğini artırmak sektör temsilcileri açısından en önemli işlev olarak görülmelidir. Ayrıca finansal teknolojiler (fintech), finansal araçlar, aracılar ve piyasaların çeşitliliğini artırmak için kurumsal yapıyı ön plana çıkaracak politikaların formüle edilmesi gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

Afshar, T., Arabian, G., & Zomorrodian, R. (2007). Stock return, consumer confidence, purchasing manager's index and economic fluctuations. *Journal of Business & Economics Research, 5*(8), 97-106.

Albayrak, Ş. G. (2022). Türkiye'de döviz kuru oynaklığı ile güven endeksleri arasındaki ilişki (2012-2021). *İşletme Araştırmaları Dergisi*, *14*(3), 2458-2469.

Alptürk, Y., Tunçel, M. B., Çetenak, E. H., & Bekçi, I. (2021). Finansal hizmetler güven endeksi ile BIST şehir endeksleri arasındaki ilişkinin tespitine yönelik bir araştırma. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *5*(2), 271-293.

Barth, J. R., Caprio Jr, G., & Levine, R. (2012). *Guardians of Finance: Making Regulators Work for Us*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

Bencivenga, V. R., & Smith, B. D. (1993). Some consequences of credit rationing in an endogenous growth model. *Journal of economic Dynamics and Control*, *17*(1-2), 97-122.

Canöz, İ, & Erdoğdu, A. (2019). Sektörel güven endeksleri ve BİST sektör endeksleri arasındaki ilişkilerin simetrik ve asimetrik nedensellik analizi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *26*(3), 833-849.

Catalano, T., & Overcast, K. (2021). Importance and components of the financial services sector. https://www.investopedia.com/ask/answers/030315/what-financial-services-sector.asp. (Erişim Tarihi: 12.12.2022).

Çevikalp, S. (2017). Finansal hizmetler güven endeksini etkileyen faktörlerin analizi. *Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *2*(2), 31- 40.

Čihák, M., Demirgüč-Kunt, A., Feyen, E., & Levine, R. (2013). Financial development in 205 economies, 1960 to 2010. *National Bureau of Economic Research (NBER) Working Paper No. 18946*, 1-55.

Creane, S., Mobarak, A. M., Goyal, R., & Sab, R. (2004). Financial sector development in the Middle East and North Africa. *IMF Working Paper WP/04/201*, 1-53.

De Gregorio, J., & Guidotti, P. E. (1995). Financial development and economic growth. *World Development*, *23*(3), 433-448.

Diamond, D. W. (1984). Financial intermediation and delegated monitoring. *The Review of Economic Studies*, *51*(3), 393-414.

Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica*, *49*(4), 1057-1072.

Dilber, İ., Yalçınkaya, M. H., & Şeker, N. (2018). Finansal hizmetler güven endeksi. *Sosyoekonomik Boyutlarıyla İnovasyon*, 19-26.

Felek, Ş., Yayla, N., & Çeviş, İ. (2021). Türkiye'de finansal gelişme ve finansal kırılganlık ilişkisi üzerine bir analiz: 2007-2019. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, *16*(63), 1164-1184.

Goldsmith, R. W. (1969). *Financial Structure and Development*. New Haven, CN: Yale University Press, 1969. Financial Structure and Development (No. HG174 G57).

Golinelli, R., & Parigi, G. (2003). What is this thing called confidence? A comparative analysis of consumer confidence indices in eight major countries, 1-21. Erişim adresi: https://www.bancaditalia.it/pubblicazioni/temi-discussione/2003/2003-0484/tema_484_03.pdf (Erişim Tarihi: 10.01.2023).

Greenwood, J., & Jovanovic, B. (1990). Financial development, growth, and the distribution of income. *Journal of political Economy*, *98*(5), 1076-1107.

Guiso, L. (2010). A Trust-driven financial crisis. Implications for the future of financial markets. *Einaudi Institute for Economics and Finance Working Papers Series 06/10*, 1-35. Erişim adresi: https://www.eief.it/files/2012/09/wp-06-a-trust-driven-financial-crisis-implications-for-the-future-of-financial-markets.pdf.

Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2008). Trusting the stock market. *The Journal of Finance*, *63*(6), 2557-2600.

Guru, B. K., & Yadav, I. S. (2019). Financial development and economic growth: panel evidence from BRICS. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, *24*(47), 113-126.

Hsu, C. C., Lin, H. Y., & Wu, J. Y. (2011). Consumer confidence and stock markets: the panel causality evidence. *International Journal of Economics and Finance*, *3*(6), 91-98.

İskenderoğlu, Ö., & Akdağ, S. (2017). Finansal hizmetler güven endeksinin geçerliliğinin incelenmesi: Türkiye örneği", *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *3*(4), 625 - 633.

Kasmaoui, K., Mughal, M., & Bououiyour, J. (2018). Does trust ınfluence economic growth? Evidence from the Arab World. *Economics Bulletin*, *38*(2), 880-891.

Kocabıyık, T., & Alptürk Y. (2020). Güven endeksleri ve CDS primleri ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkinin keşfi. *International Journal of Business Economics and Management Perspectives*, *4*(1), 149-168.

MacKinnon, J. G. (1996). Numerical distribution functions for unit root and

cointegration tests. *Journal of Applied Econometrics*, *11*(6), 601-618.

Mayer, C. (2008). Trust in financial markets. *European Financial Management*, *14*(4), 617-632.

McKinnon, R. I. (1973). *Money and Capital in Economic Development*. Washington, DC: Brookings Institution.

Merkez Bankası (2022). Finansal hizmetler istatistikleri ve finansal hizmetler güven endeksi. https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/34352274-ecd6-4c08-8ec4-50a19de26613/FHA-Metaveri.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-34352274-ecd6-4c08-8ec4-50a19de26613-nWaUCUj (Erişim Tarihi: 20.12.2022).

Mishkin, F. S. (2009). Globalization and financial development. *Journal of Development Economics*, *89*(2), 164-169.

Park, N. Y. (2020). Trust and trusting behavior in financial institutions: evidence from South Korea. *International Review of Economics & Finance*, *67*, 408-419.

Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, *16*(3), 289-326.

Pesaran, M., & Shin, Y. (1999). *An autoregressive distributed-lag modelling approach to cointegration analysis.* In S. Strøm (Ed.), Econometrics and economic theory in the 20th Century: the ragnar frisch centennial symposium (Econometric Society Monographs, pp. 371-413). Cambridge: Cambridge University Press.

Phillips, P. C., & Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regression. *Biometrika*, *75*(2), 335-346.

Safina, D. (2015). Trust and economic growth in Russian society. *Procedia Economics and Finance*, *24*, 563-567.

Schmeling, M. (2009). Investor sentiment and stock returns: some international evidence. *Journal of Empirical Finance*, *16*(3), 394-408.

Sethi, P., Bhattacharjee, S., Chakrabarti, D., & Tiwari, C. (2021). The impact of globalization and financial development on India's income inequality. *Journal of Policy Modeling*, *43*(3), 639-656.

Shaw, E. S. (1973). *Financial Deepening in Economic Development*. New York: Oxford University Press.

Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, *66*(1), 15-37.

Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1983). Incentive effects of terminations: Applications to the credit and labor markets. *The American Economic Review*, *73*(5), 912-927.

Süsay, A., & Ünal, A. E. (2020). Seçilmiş güven endeksleri, vix ve cds primlerinin büyümeye etkisi: Türkiye örneği. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *9*(18), 83-97.

Trinugroho, I., Law, S. H., Lee, W. C., Wiwoho, J., & Sergi, B. S. (2021). Effect of financial development on innovation: roles of market institutions. *Economic Modelling*, *103*, 105598, 1-16.

Tüzün, O., & Eren Ceylan, I. (2018). Finansal hizmetler güven endeksi ile kredi temerrüt takası (cds) arasındaki nedensellik ilişkisi (595-604). *Business and Organization Research (International Conference)*, 12th-14th September, Safranbolu/Karabük.

Tüzün, O., Ceylan, I. E., & Ceylan, F. (2021). Güven endeksleri ile hisse senedi piyasası arasındaki nedensellik analizi: Türkiye örneği. *Journal of the Cukurova University Institute of Social Sciences*, *30*(2), 166-181.

Utaka, A. (2003). Confidence and real economy-the Japanese case. *Applied Economics*, *35*(3), 337-342.

van der Cruijsen, C., de Haan, J., & Roerink, R. (2021). Trust in financial institutions: a survey. *Journal of Economic Surveys*, 1-41.

# BÖLÜM 34

## TÜRKİYE'DE SERMAYE PİYASALARININ GELİŞİMİ KAPSAMINDA DENETİM TARİHİ

*Pınar DALOĞLU*[1]

1 Pınar Daloğlu, Dr. Öğretim Üyesi, T.C. İstanbul Arel Üniversitesi, pinardaloglu@arel.edu.tr, ORCID: 0000-0002-1456-4603.

## 1. Giriş

Denetim, sanayi devrimi ile işletme sahipleri için dolandırıcılık ve hata tespiti olarak ortaya çıkmış; günümüzde yönetim tarafından sağlanan yıllık raporlarda mali ve mali olmayan bilgilere güvenilirlik kazandırmaya yönelik bir süreç haline gelmiştir. (Heang ve Azham, 2008:6) Denetimin fonksiyonu bu bağlamda, kabul edilmiş ve meşru menfaatleri olan başkalarının davranışları veya performansı hakkında bilgi veren veya güvence arayan toplumdaki bireylerin veya grupların ihtiyacı doğrultusunda geliştiği söylenebilmektedir. (Flinte, 1988: 1) Dolayısı ile bir toplumun parçasını oluşturan hemen her kesimin, ekonomik ilişkilerinin, denetimin gelişiminde etkisi olduğu söylenebilmektedir.

Denetimin ortaya çıkışından günümüze kadar evrimi farklı teoriler kapsamında ele alınmaktadır. Vekâlet teorisi ve kredilendirme güvenilirliği teorisi bunlara örnektir. Vekâlet teorisinde, işveren ile vekil arasındaki vekâlet problemlerinin denetimin ortaya çıkmasında önemli bir rolü olduğu savunulmaktadır. Kredilendirme güvenilirliği teorisinde ise ekonomik ilişkilerde karşı tarafa güven verme ihtiyacının yer aldığı söylenebilmektedir. Bu problemlerin ortaya çıkmasında ise genişleyen ekonomik ilişkilerin ve dolayısı ile büyüyen sermaye piyasasının önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'de denetime olan ihtiyacın bu teoriler kapsamındaki gelişim süreci ele alınmaktadır. Her iki teoride de sermayenin genişlemesi ön koşul olarak gösterilebilmektedir.

Çalışmada Türkiye'deki devlet düzenlemeleri ile gelişen ekonomik ilişkiler neticesinde şekillenen işletmeler ile denetim tarihi incelenmektedir. Türkiye'de vekâlet problemleri ve kredilendirme güvenilirliğinin, denetimin gelişimindeki etkisi anlaşılmaya çalışılmaktadır. Diğer bir ifade ile *"Türkiye'deki işletmelerin tarihsel gelişimi, vekâlet ve kredilendirme problemlerinin de tarihsel gelişimi ile paralellik göstermekte midir?"* sorusu irdelenmektedir. Türkiye'deki denetim tarihi çalışmaları incelendiğinde, yasal düzenlemeler doğrultusunda incelemeler yapıldığı görülmektedir. Bu çalışma yasal düzenlemelerden ziyade, ekonomik ilişkilere odaklanmakta; biyografik eserler incelenerek söylemler ve gerçek olaylara odaklanmaktadır. Bu açıdan literatüre önemli katkı sunacağına inanılmaktadır. Türkiye'de sermaye hareketlerinin özellikle 1980'lerdeki genişleme ile hızlanmış olması nedeniyle, incelemede tarihsel olarak bu dönem sonrasına yoğunlaşılmaktadır.

## 2. Genel Olarak Denetim Teorileri

Denetimin ihtiyaçlar dahilinde ortaya çıkışından günümüze amacı değişmemekle birlikte *"hedef kullanıcılar*"ın, işletmelerin ekonomik büyüklükleri, ilişkili tarafları, ekonomik ilişkileri, tabi bulundukları yasal düzenlemeler ve ekonomik konjonktür ile farklılaştığı bilinmektedir.

Sanayi devrimi öncesinde hedef kullanıcı yalnızca işletme sahibiyken, 1930'lardan bugüne ortaklar, kredi verenler, devlet, sendika, tüketici ve çalışanlar hedef kullanıcılar haline gelmiştir. (Güredin, 2007: 14) Hedef kullanıcıların değişimi, denetimin işlevinin de değişimi anlamına gelmektedir. Denetim ilk olarak hisseli işletmelerde hissedarların korunması için ortaya çıkmıştır. Üretim sürecine yabancılaşan işletme sahipleri yöneticilere ihtiyaç duymuştur. İşletmenin mali durumunu gösteren finansal tablolarını kontrol edemedikleri için de denetçileri görevlendirmişlerdir. Sonuç olarak hissedarlar, yöneticiler ve denetçiler olarak iki ayrı gruptan bilgi almaya başlamışlardır. (Littletton, 1966: 307) Bu noktada denetçinin sorumluluğu işletme sahibi adına araştırma, keşfetme ve hileyi önlemektir.[1] Bu ilişki temelde vekâlet teorisinin de temellerini oluşturmaktadır. İşletme sahipleri şirketin karlılığı ve büyümesi ile ilgilenmektedir. Yönetici ise şirketin karlılığı değil, nasıl göründüğü ile ilgilenmektedir. Bu durum menfaat çatışmasına potansiyel yaratmaktadır. Amaçların farklı oluşu ve vekillerin bilgiye sahiplerinden daha yakın oluşu- bilgi asimetrisi- bilgi riskinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu noktada bağımsız denetim çözüm olarak görülmektedir. Vekâlet teorisini ilk kez ele alan Berle ve Means (1932), vekâlet teorisinin geçerli olmadığı dönem ile yöneticilerin henüz güç kazanmadığı döneme vurgu yapmaktadır. Bu süreçte muhasebe teorisi henüz gelişmemiş; bireysel yatırımcılar işletmeden bekledikleri kar payını almaya devam ettikleri sürede finansal tabloları umursamamıştır. (1920 öncesi) Yatırım kararlarına da dayanak oluşturmadığı söylenebilmektedir. Örneğin bu süreçte ABD'deki yatırımcılar, yatırım bankalarının imajı ile güvenli yatırım yaptıklarına inanmaktadırlar. Diğer bir ifade ile yatırım bankaları, bireysel yatırımcı ile firmalar arasında kontrol ve güven ilişkisinin düzenleyicisi konumundadır. Yatırım bankaları bireysel yatırımcıdan topladıkları fonlar ile firmaların hisse senetlerinin büyük kısmını satın almış; bu işletmelerin kontrolünü de elinde tutmuştur. Bu durum ancak organize olmuş sermaye piyasası, bilgi akışı, güvenlik ile ilgili düzenlemeler ve genel kabul gören iletme formunun olmadığı koşullarda geçerli olabilecektir. (Bricker ve Nandini, 1998: 492) Sonuç olarak gelişmemiş sermaye piyasasında kontrolün tek bir grupta toplanması, şirketlerde vekâlet ilişkilerinin gelişmemesine neden olmuştur. ABD'deki bu durum Securities an Exchange Comission (SEC) in American Instutie of Certified Public Accountants'ı desteklemesi ve genel kabul görmüş muhasebe ilkelerini getirmesi ile hız kazanmıştır. (1938 sonrası) Bu biçimde muhasebenin sistematik hale gelmiş olması ve işletmelerin açıklamalarının artması; bireysel yatırımcının doğrudan sermaye piyasasına yatırım yapmasını cesaretlendirmiştir. (Bricker ve Nandini, 1998: 495) Burada dikkat çeken iki husus bulunmaktadır. İlki, organize olmuş sermaye pi-

1 Literatürde Polis Teorisi olarak geçmektedir. Bu durum dünyada 20. yy başlarına kadar devam etmiştir. Günümüzde denetçinin böyle bir misyonu bulunmamaktadır.

yasalarının mevcut olmadığı dönemde muhasebe ve denetimin de henüz literatürdeki yerini bulamamış olmasıdır. Weber ve Sombart'ın, rasyonel hesaplama için gerekli gördüğü muhasebe, işletme özelinde sahiplerine kontrol fonksiyonunu yerine getirirken, kullanıcılara bilgi sunma fonksiyonunu henüz kazanmamıştır. Diğer taraftan denetime olan talep salt asil-vekil ilişkilerine değil, ekonomik ve sosyal ilişkilere de bağımlıdır. Örneğin Mautz (1975: 2), piyasa ekonomisindeki denetimin fonksiyonun sosyal bağlamda değiştiğini savunmaktadır. Ona göre *"Zamanla grup, ya toplum için kabul edilebilir bir rol bulur ya da ortadan kaybolur. Toplum, bir profesyonel grubun kendisi için üstlendiği rolü ya kabul eder ya da reddeder. Koşullar ve görünen ihtiyaçlar değiştikçe, toplum daha önce kabul ettiği düşünülen rolleri reddedebilir. Bu nedenle profesyonel grupla rol değişikliği konusunda sürekli tetikte olmalıdır."*

1960-1990 yılları arasındaki teknolojik gelişmeler ve işletmelerin büyüklüğü ile karmaşıklığının artması neticesinde 1970'lerde denetçiler kredibiliteyi arttırmak için önemli bir rol üstlenmişlerdir. (Heang and Azham, 2008: 5) Bu bağlamda kredilendirme güvenilirliği teorisi geliştirilmiş; denetimin amacı dolandırıcılık ve hataların tespitinden mali tablolara güvenilirlik kazandırmak olarak evrilmiştir. (Ajao vd., 2016: 3-4) 1920-1960 yılları arasında işletme tüzel kişiliğinin önem kazanması ve yönetim fonksiyonunun önem kazanması bu zemini hazırlayıcı etken olmuştur. Artık denetimin işlevi, değişen ekonomik koşullar ile birlikte, hata ve hilelerin bulunmasından çok yöneticilerin kredibilitelerini arttırmasına evrilmiştir. (Heang ve Azham, 2008: 5) Dünyadaki konjonkür dikkate alındığında bu dönem küresel anlamda sermaye piyasalarının organize hale gelmesi ile tutarlıdır. Artık bireysel yatırımcılar, kredi kuruluşları veya devlet, ekonomik kararlarında güvenilir bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Tekellerin veya belirli bir gurubun etkisinin olmadığı serbest piyasa koşullarında yatırım yapmaya dönük bilgi ihtiyacı finansal tablolar ve onların güvenilirliklerinin kefili olan denetim raporları ile karşılanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda sermaye piyasasının gelişimi, denetimin ihtiyacı bağlamında önemlidir.

Günümüzde ise denetim, müşterinin iş riski perspektifini temel alan yeni bir sürece dönüşmüştür. İş riski yaklaşımı, müşterilerin geniş yelpazesindeki iş risklerinin denetimi işle ilgili olduğu fikrine dayanmaktadır. Buna göre birçok iş riskinin kontrol edilmediği takdirde sonunda mali tabloyu etkileyeceği kabul edilmektedir. (Potter vd 2005) Mevcut riskler gelecekteki finansal tabloları da etkileyecektir. Bu nedenle denetçi denetim işinin kabulünden planlamaya ve görüş bildirmeye kadar müşteri ile ilgili mevcut riskleri sürekli göz önünde bulundurmaktadır. Bu risklere göre denetimin kapsamını yönetmektedir.

Kredilendirme güvenilirliği ve vekâlet teorileri, ekonomik süreçler veya işletmelerin tarihsel gelişimine göre farklılaşabilecektir. Örneğin, ekonomide fon sağlamak veya kredi elde etme ihtiyacı baskın ise, denetimin kredi elde etme olanağı yaratması, denetim ihtiyacını da beraberinde getirecektir. Farklı ekonomik ilişkilerin hâkim olduğu farklı bir piyasada, işletmeler hızlı ve kontrolsüz genişliyorsa, o işletmede vekâlet problemleri ortaya çıkacaktır. Böylece denetimin vekâlet problemlerini çözmeye yönelik fonksiyonu aranır hale gelecektir. İki teori karşılaştırıldığında kredilendirme güvenilirliği, denetime mevcut ekonomik ilişkileri geliştirici bir rol yüklerken; vekâlet teorisi karmaşık ekonomik süreçlerin yarattığı asil-vekil problemlerini çözücü rolü yüklemektedir.

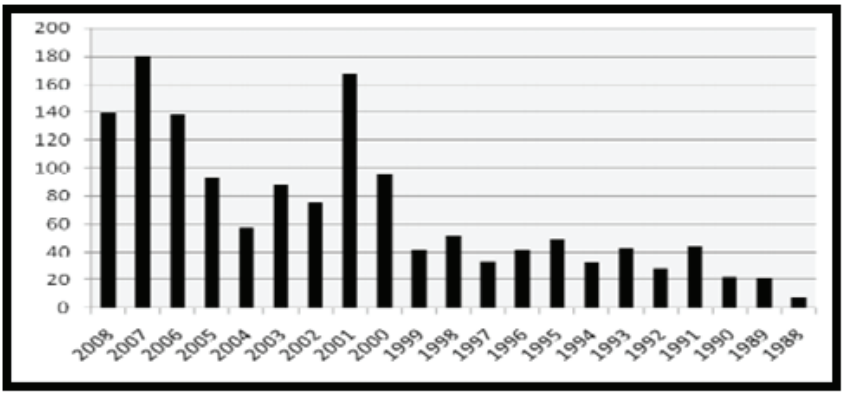
## 3. Türkiye'de Sermaye Piyasalarının Gelişimi

Dünyada işletmelerin ve ekonominin tarihsel gelişimi, evrimsel bir sürece yayılmaktadır. Zaman zaman devlet veya tekel kurumların müdahalesi bulunsa da, kapitalist zihniyetin ortaçağ tüccarını kazanma arzusu ile ortaya çıktığı kabul edilmektedir. (Weber; Sombart) Türkiye'de ekonomideki değişim sürecinin tam olarak tüccar zihniyeti ile başlayıp yayıldığı söylenememektedir. Tanzimat ile başlatılmaya çalışılan bir süreç olduğu bilinmektedir. Türkiye tarihi incelendiğinde birden çok kez devletin önemli atılımlar, değişimler ve radikal kararları olduğu görülmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'ndeki önemli atılımlardan ilki 1937'deki anayasa değişikliği olarak kabul edilebilmektedir ve bu anayasa devletçiliği ülkenin siyasal rejiminin tamamlayıcısı haline getirmiştir. Bu durum İkinci Dünya Savaşı sonuna kadar iktidar- iş adamı ilişkilerinin belirleyicisi olmuştur. (Buğra, 1994: 101-120) 1950'lerin sonunda, ekonomideki dış ödeme güçlüğü ve enflasyon biçimindeki bunalım, sermaye kullanımını fiyat göstergelerine yani serbest piyasa koşullarına bırakmak ve planlı ve programlı sermaye kullanımına yönelmek ile aşılmaya çalışılacaktır. (Kepenek, 2012: 138) 1970'li yıllardaki dış ödeme güçlükleri ve yüksek fiyat artışları sonucunda yaşanan kriz ile ağır bir bunalım yaşanmıştır. 24 Ocak 1980 tarihinde, IMF kaynaklı kararlılık önlemlerinin yeni umut haline gelmesi ile plan uygulaması etkinliğini yitirmiştir. 24 Ocak kararlarındaki temel strateji ihracatın arttırılması ve böylece dış ödeme güçlüklerinin giderilmesidir. Bu dönemde, sanayi ürünlerinin dış satımını arttırmak üzere vergi iadesi adı altında önemli destekler sağlanmıştır. (Kepenek, 2012: 205). Diğer taraftan yabancı sermayenin ülkeye çekilmesi, ihracatı destekleyen önemli bir husustur. Bu doğrultuda Yabancı Sermayeyi Teşvik Yasası (62224 Sayılı) ve Çerçeve Kararnamesi ile bankacılık alanında yabancı sermayeye izin verildiği görülmektedir. (Kepenek, 2012:207). Bu kararname ile özendiricilik arttırılmaya çalışılmıştır. Akabinde ekonomik ilişkileri düzenlemek amacı ile yeni oluşumlar devam etmiştir; 1985 yılı sonunda İstanbul Menkul Kıymetler Borsası faaliyete geçmiş, 1986

yılında Bankalar arası Para Piyasası, 1988'de Döviz Piyasası, 1989 yılında Altın Piyasası Merkez Bankası hizmete konulmuştur. Bu dönemdeki bir diğer önemli gelişme ise 1996 yılında Avrupa Birliği ile kurulan Gümrük Anlaşması'dır. Bu anlaşmanın Türkiye'nin dış ticareti üzerinde olumlu etkisi olduğu söylenebilmektedir. Anlaşma öncesi %48 olan dış ticaret, anlaşma sonrasında %50'ye ulaşmıştır. (Nart, 2010: 2882) Ekonomik istikrar önlemleri ile başlayan ve sayılan stratejiler ile özellikle imalatta önemli bir ihracat artışı sağlanmış olsa da, bu artış esas olarak üretim kapasitesini arttırma yönünden önemli bir sanayileşme atılımını getirmemiştir. Bunun temel nedeni, 1980'li yılların sonuna kadar, daha çok 1980'ler öncesindeki dönemden devir alınan sanayi kapasitesinin daha etkin kullanılarak ve üretim maliyetinden çok ihracat fiyatları düşürülerek bir ihracat artışının sağlanmış olmasıdır. (Yentürk, 2005:61)

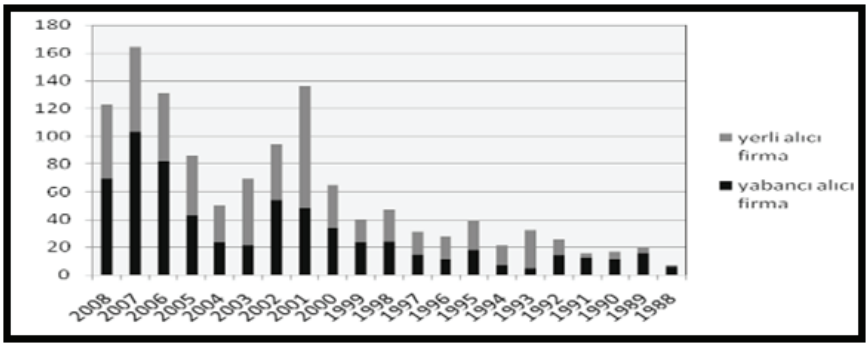
1980 programını doğal sonuçlarına götüren en önemli dönüşümün 1989 senesindeki, Türkiye ekonomisine gelen ve giden finansal sermaye hareketleri üzerindeki tüm engellerin kaldırıldığı 32 sayılı karar olduğu kabul edilmektedir. Bu sayede uluslararası doğrudan yatırımların yanı sıra uluslararası finansal yatırımların da ekonomiye giriş çıkışı serbest hale gelmiştir. Böylece yapısal dönüşüme uğrayan sanayi sektörünün neden olduğu cari açık probleminden kaynaklanan krizlere çözüm bulunmaya çalışılmıştır. (Kepenek, 2012: 214). Ancak bu dönemde de aşırı spekülatif sermaye girişinden kaynaklanan olumsuz etkiler ortaya çıkmıştır. Bu noktada reel sektörün rekabet gücünü azaltan üç faktörden bahsedilmektedir; yerli paranın yabancı paralar kaşsısında değerlenmesi, faiz oranının yükselmesi ve iç talebin artması. (Yentürk, 2005: 63) Bu olumsuzluklar 1994 yılındaki krizi beraberinde getirmiştir. Bu kriz nispeten yumuşak olarak tanımlanmaktadır. (Kepenek, 2012:533) 2000-2001 yılında çok sert olarak tabir edilen önemli bir kriz yaşanmıştır. Bu krizler neticesinde ise Kemal Derviş idaresiyle, IMF ve Dünya Bankası destekli GEGP- Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı izlenmeye başlamıştır. Bu program ile düşük kur-yüksek faiz ekonomi politikası uygulanmaya başlandı. Bu sayede içerde döviz arzı arttı, işadamları ucuz faizli döviz kredileri alarak yüksek hacimli borçlanmaya gittiler. Dövizle borçlanma ithalatın ihracat karşısında daha fazla artmasına neden oldu. 2006 yılından itibaren şirketler döviz borçlarını ödeyebilmek için düşük kar marjı ile ihracat yapmaya başlanmıştır. Bu durum işletmeleri büyük üretim hacmi- düşük kar marjı döngüsüne itmiştir. (Kepenek, 2012: 534) Bu süreçte işletmelerin 2000 sonrasındaki politikalar ile yurt dışı ile ekonomik ilişkilerinin arttığı söylenebilmektedir. Bunun göstergelerinden birisi yabancı sermayenin ülkeye girişinin bir yolu olan satın alma ve birleşmelerdir. 1988-2008 dönemindeki firma birleşmelerine bakıldığında Türkiye'de 1990'ların başında başlayan firma birleşmelerinin, 2000 yılında ivme kazandığını görülmek-

tedir. Akdoğdu'nun çalışmasına göre, Thomson One Banker veritabanında firma birleşmeleri ve satın almaları hakkında yapılan taramada verilerin listelenmesi 1984 yılında başlamaktadır. Buna karşın 1985, 1986, 1987 yıllarında bu kritere uyan işlem bulunamamıştır. Yazar bunun nedenini, 1988'e kadar yeterli veri toplanamamasına bağlamaktadır. (Akdoğdu, 2011: 140) İlgili 20 yıllık dönemde 1045 birleşmenin, 1032'si 2000-2008 yılları arasında gerçekleşmiştir.




**Şekil 1:** *1988-2008 yılları arasındaki firma birleşmeleri (Akdoğdu, 2011:141)*

1988-2008 yıllarını kapsayan dönemdeki işlemlerin %53´ünde alıcı firmaların yabancı olduğu gözlemlenmektedir. 2000 öncesinde firma birleşmelerinde yerli firmaların alıcı olarak ön plana çıktıkları, 2000 sonrasındaki firma satın almalarının çoğunluğunun yabancı firmalar olduğu görülmektedir. (Akdoğdu, 2011:140)




**Şekil 2:** *Yerli ve Yabancı Alıcı Firmaların Toplam İşlem Sayısı (Akdoğdu, 2011: 146)*

Şirket satın alma ve birleşmelerinin yanı sıra sermaye girişinin göstergelerinden birisi de Türkiye şirketlerinin hisse senetlerine olan talep olarak görülebilecektir. Türkiye'de IMKB'nin kuruluşu 1985 yılına dayansa da, işlem hacminde önemli artışın 2000 yılında gerçekleştiği görülmektedir. İMKB'de işlem gören şirket sayısı 1986 yılında 80 iken, 2000 yılına kadar gözlemlenen hızlı artışla 315 adetlik şirket sayısına ulaşılmış ancak daha sonraki dönemde bu sayıda önemli bir artış kaydedilmemiştir. İMKB'de işlem görme oranı 1989 yılında 20,15 iken 2011 yılına gelindiğinde 94,65 olmuştur. 2000 yılında 196,53 ile en yüksek değerine ulaşmıştır. (https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=turkiye-sermaye-piyasasi-raporu-20111[1].pdf)

**Tablo 1:** *IMKB Hisse Senetleri Piyasası İşlem Hacmi Verileri*

| YIL | İŞ GÜNÜ SAYISI | TOPLAM İŞLEM HACMİ (MİLYON TL) | TOPLAM İŞLEM HACMİ (MİLYON TL) Sabit fiyatlarla (1994=100 ve 2003=100) | TOPLAM İŞLEM MİKTARI (NOMİNAL MİLYON TL) | GÜNLÜK ORT. İŞLEM HACMİ (MİLYON TL) | GÜNLÜK ORT. İŞLEM MİKTARI (NOMİNAL MİLYON TL) | SÖZLEŞME SAYILARI (MİLYON ADET) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1986 | 247 | 0,01 | 0,43 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | - |
| 1987 | 266 | 0,11 | 3,95 | 0,01 | 0,00 | 0,00 | - |
| 1988 | 253 | 0,15 | 3,28 | 0,03 | 0,00 | 0,00 | 0,11 |
| 1989 | 255 | 1,74 | 23,27 | 0,24 | 0,01 | 0,00 | 0,25 |
| 1990 | 247 | 15,31 | 134,78 | 1,53 | 0,06 | 0,01 | 0,75 |
| 1991 | 247 | 35,56 | 201,49 | 4,54 | 0,14 | 0,02 | 1,45 |
| 1992 | 251 | 56,40 | 197,16 | 10,30 | 0,22 | 0,04 | 1,68 |
| 1993 | 246 | 255,65 | 564,17 | 35,29 | 1,04 | 0,14 | 2,82 |
| 1994 | 253 | 651,79 | 651,79 | 100,09 | 2,58 | 0,40 | 5,29 |
| 1995 | 251 | 2.374,80 | 1.276,77 | 306,25 | 9,46 | 1,22 | 11,67 |
| 1996 | 247 | 3.039,63 | 928,98 | 390,92 | 12,31 | 1,58 | 12,45 |
| 1997 | 252 | 9.272,35 | 1.507,30 | 918,56 | 36,80 | 3,65 | 17,06 |
| 1998 | 248 | 18.096,86 | 1.802,41 | 2.242,53 | 72,97 | 9,04 | 21,58 |
| 1999 | 236 | 36.903,11 | 2.239,17 | 5.823,86 | 156,37 | 24,68 | 25,79 |
| 2000 | 246 | 111.340,97 | 4.773,39 | 11.075,69 | 452,61 | 45,02 | 32,43 |
| 2001 | 248 | 93.116,23 | 2.469,26 | 23.938,15 | 375,47 | 96,52 | 31,38 |
| 2002 | 252 | 106.302,35 | 1.832,28 | 33.933,25 | 421,83 | 134,66 | 28,97 |
| 2003 | 246 | 146.644,97 | 2.023,39 | 59.099,78 | 596,12 | 240,24 | 29,94 |
| 2004 | 250 | 208.422,95 | 2.598,67 | 69.614,65 | 833,69 | 278,46 | 41,51 |
| 2005 | 254 | 269.932,29 | 222.505,04 | 81.099,50 | 1.062,73 | 319,29 | 43,94 |
| 2006 | 248 | 324.131,34 | 246.161,18 | 91.634,55 | 1.306,98 | 369,49 | 45,49 |
| 2007 | 252 | 387.777,42 | 274.896,85 | 116.824,18 | 1.538,80 | 463,59 | 48,34 |
| 2008 | 251 | 332.604,69 | 210.718,98 | 114.793,16 | 1.325,12 | 457,34 | 45,94 |
| 2009 | 252 | 474.611,10 | 294.184,27 | 201.194,28 | 1.883,38 | 798,39 | 67,40 |
| 2010 | 250 | 635.664,40 | 364.099,39 | 204.082,25 | 2.542,66 | 816,33 | 81,46 |
| 2011 | 253 | 695.327,55 | 360.869,12 | 202.146,19 | 2.748,33 | 798,99 | 101,85 |

***Kaynak:*** https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=turkiye-sermaye-piyasasi-raporu-20111[1].pdf, *s. 25*

Yabancı yatırımcıların da küresel kriz ile birlikte Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin sermaye piyasalarına ilgisinin arttığı söylenebilmektedir. Özellikle 2001 krizinden önce dünya para babalarının söylemi " *Yatıracaksan paranı ABD ve Avrupa borsalarına yatır. Getirisi az ama güvenilir borsalar. Türkiye ve benzeri borsaların getirisi yüksek ise de fazla riskli…"* şeklindedir. Ancak kriz ile süregelen Enron, Worldcom, Xerox, General Electric dev firmaların skandalları ile, Türkiye tahvil, bono ve

hisse senedi satma şansını arttırmıştır. (Uras, Milliyet, 5 Temmuz 2002) Bu durumun Türkiye Sermaye Piyasası'na etkisini ise, diğer gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi 2003'ten sonra görmek mümkündür.

Bütün bu tarihsel süreç değerlendirildiğinde, Türkiye'de 1980'lerde başlayan hareket, 2000'li yıllarda ivme kazanmıştır. 2000'li yıllara kadar Türkiye'de Sermaye piyasası gelişme göstermiş; ekonomik ilişkiler de buna paralellik göstermiştir. Dünya'daki ekonomik ilişkilerin gelişiminin aksine Türkiye'de önemli kırılışların devlet müdahalesi ile gerçekleştiği görülmektedir. Bu nedenle denetime olan ihtiyacı ortaya çıkaracak vekâlet problemlerinin ve kredilendirme güvenilirliğinin, ihtiyaçlar doğrultusunda ortaya çıkıp çıkmadığı önem teşkil etmektedir. Çalışmanın devamında daha çok otoritelerin düzenlemesi kapsamında süregelen denetimin tarihsel gelişimine ve ekonomik ilişkiler çerçevesinde denetim mekanizmasına ihtiyaca odaklanılmaktadır.

## 4. Türkiye'de Genel Olarak Denetimin Tarihsel Gelişimi

Denetimin gelişmesinde şirketlerin potansiyelinin artması ve asil-vekil ilişkileri önem teşkil etmektedir. Diğer taraftan işletmenin içinde bulunduğu ekonominin ve toplumun gelişimi de denetimin ihtiyacını etkilemektedir. Türkiye'de ekonomik ilişkilerin değişimi ve gelişimi dikkate alındığında, işletmelerin evriminin literatüre kıyasla doğal sayılabilecek bir sürece uyumlu olmadığı görülmektedir. Önceki bölümlerde belirtildiği üzere Türkiye, 1980'ler ile birlikte dışa açılmış, yeni bir ekonomik süreç de beraberinde gelmiştir. Bu tarihten önce denetime ilişkin önemli bir gelişme görülmemektedir. 1980 sonrasında, 1988 senesinde Bağımsız Denetim Derneği Kurulmuş, 16.1.87 tarih 19343 sayılı resmi gazetede Bankacılık Sisteminde Bağımsız Denetim Tebliği yayımlanmış; 21.3.97 tarih 22920 Resmi gazetede resmi gazetede bağımsız denetim yapacak kuruluşlara ilişkin esasları kapsayan tebliğ yayınlanmıştır. Esas düzenleme 1987'de SPK Kurulu'nun yayınladığı Sermaye Piyasasında Bağımsız Dış Denetleme Yönetmeliği'dir. 12.6.2006 tarihinde ise sermaye piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ yayınlanmıştır. Bu süreçte mesleğin gelişimi ile ilgili de 1989 yılında SM, SMMM, YMM Kanunu ile 1994 tarihinde TÜRMOB tarafından Türkiye Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu oluşturulmuştur. Bu kurul 22 Ocak 2003 tarihinde Türkiye Denetim Standartları Kurulu olarak revize edilmiştir. Son olarak 2011 yılında yeni TTK ile sermaye işletmelerinde bağımsız denetim yükümlülüklerinin yerine getirilmesine dönük düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemelere göre ticari hayatta şeffaflık ve güvenilirliğin arttırılması amaçlanmıştır. Muhasebe ve denetim alanındaki düzenlemelerin tarihsel akışına dikkat edildiğinde, 1980'lerin sonuna doğru başladığı ve 2000'lerde son halini aldığı görülmektedir. Bu noktada Türkiye'de denetim ihtiyacının, işletme özelindeki vekâlet ilişkileri veya güvence arayışından

ziyade ekonominin dışa açılması neticesinde, ticari ilişkilerin biçim değiştirmesi neticesinde yasal düzenlemelere dayanarak ortaya çıktığı söylenebilmektedir. Öyle ki 1980 öncesinde Türkiye'de denetim hizmeti sunan şirketlerin varlığından bile söz edilememektedir. Dört büyükler olarak adlandırılan Deloitte 1986, Ernst Young 1983, Pricewaterhousecoopers 1981, KPMG ise 1982 yılında Türkiye'de ilk ofislerini açmışlardır. Bugün ise Kamu Aydınlatma Platformu'nda kayıtlı yerel ve uluslararası nitelikte 84 denetim şirketi bulunmaktadır. Türkiye'de denetime ilişkin düzenleme ve gelişmeler Tablo 2'de verilmektedir.

**Tablo 2:** *Türkiye'de Denetime İlişkin Düzenlemeler ve Gelişmeler*

| **Tarih** | **Denetime İlişkin Gelişme** |
|---|---|
| 1942 | Türkiye Muhasebe Uzmanları Derneği kurulmuştur. |
| 1960 | Mali Bankalar ve yurtdışından fon sağlayan kuruluşlar için denetim zorunlu hale getirilmiş. |
| 1960-1987 | Türk Ticaret Kanunu ve Vergi Mevzuatı çerçevesinde kamu gelirlerini güvence altına almak amaçlanmıştır. |
| 1981 | Pricewaterhousecoopers Türkiye şubesini açmıştır. |
| 1982 | KPMG Türkiye şubesini açmıştır. |
| 1983 | Ernst Young Türkiye şubesini açmıştır. |
| 1986 | Deloitte Türkiye şubesini açmıştır. |
| 1987 | Bağımsız denetçilerden yararlanma eğilimi başlamıştır. (!) |
| 1987 | 19343 sayılı Resmi Gazete'de Bankacılık Sisteminde Bağımsız Denetim Tebliği yayımlanmıştır. |
| 1987 | Sermaye Piyasası Kurumu kurulmuştur. Beraberinde Sermaye piyasasında bağımsız dış denetleme yönetmeliği hazırlanmıştır. |
| 1988 | 19 tescilli şirket tarafından Bağımsız Denetim Derneği kurulmuştur. |
| 1989 | 20194 sayılı Resmi gazetede 3568 sayılı SM, SMMM ve YMM Kanunu yayımlanmıştır. |
| 1994 | TÜRMOB tarafından Türkiye Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu oluşturulmuştur. |
| 1996 | Sermaye Piyasasında Bağımsız denetim hakkındaki tebliğ ile, bağımsız denetim yapacak kişilerde aranan özellikler belirlenmiştir. |
| 2003 | Türkiye Denetim Standartları Kurulu oluşturulmuştur. |
| 2011 | 6102 sayılı Yeni Türk Ticaret Kanunu ise sermaye işletmelerinde bağımsız denetim yükümlülüğü getirilmiştir. |

Bu süreç dikkatle incelendiğinde, denetimin Türkiye'deki tarihsel gelişim sürecinde önemli devlet düzenlemelerinin etkin olduğu görülmektedir. Özellikle 1980 sonrasında önemli gelişmeler olduğu görülmektedir. Ancak bu gelişmelerde ekonomik ilişkilerin etkisinin ne olduğu tahmin edilememektedir. Çalışmanın devamında denetimin tarihsel gelişiminde yabancılarla iş süreçlerinin devamlılığında önemli bir etken olan kredilendirme güvenilirliğinin ve vekâlet ilişkilerinin konumunun ne olduğu anlaşılmaya çalışılmaktadır.

## 5. Kredilendirme Güvenilirliği, Vekâlet İlişkileri ve Denetim

Bağımsız denetimin ekonomik ilişkileri düzenleyici rolü ancak piyasaların etkin bir şekilde organize olmasına bağlı görülmektedir. (Bricker ve Nandini, 1998: 492) Türkiye'de 1980 öncesinde iş ortaklıkları ve ilişkilerinin yanı sıra yabancı kaynak sağlama sürecinde kişisel ilişkilerin etkisi önemlidir. 1950'lerin sonunda, ekonomideki dış ödeme güçlüğü ve enflasyon biçimindeki bunalım, sermaye kullanımını fiyat göstergelerine yani serbest piyasa koşullarına bırakmak ve planlı ve programlı sermaye kullanımına yönelmek ile aşılmaya çalışılacaktır. (Kepenek, 2012: 138) Bu planlı döneme geçiş, Türkiye'nin dış borç veren kesimi tarafından da özellikle desteklenmiştir. Planlı dönemin dış borçlanma ve yabancı sermaye açısından daha güvenilir bir ortam sağlayacağı düşüncesi, dış borç verenlerin verdiklerini geri alma güvenine ihtiyaç duyması ile tutarlıdır. (Kepenek, 2012: 139) Özellikle 1950'lerde, tasarrufların kıt olması nedeniyle bankadan kredi almak oldukça güçtür. Ömer Dinçkök bu dönemdeki bütün bankaların kriterinin *"bu adam güvenilir adam mı, bu adama bu parayı verirsek yatırım yapar m? Zamanında borcunu öder mi?"* olduğunu belirtmektedir. (Sanayi Tarihi Üzerine Röportajlar, 2017: 77) 1970'lerde de durum değişmemiştir. Bankalar özellikle ithalat yapan Koç, Sabancı, Eczacıbaşı gibi büyük firmalara kredi vermeyi daha az riskli bulmuşlardır. İhracat yapan şirketler ise daha riskli görülmektedirler. (Akar, 2017:146) Kredi alabilmek için şirketler, genel müdürlere ve yardımcılarına hediyeler yollamışlar, böylece bankalar ile ilişkilerini kuvvetlendirmeye; kredibilitelerini arttırmaya çalışmışlardır. Krediyi alan girişimcilerin büyümelerine garanti gözü le bakılmaktadır. (Akar, 2017:138) Bu dönemde Sawgin ve Rollergin Tesisleri Sahibi Pakyürek Kollektif Şirketi'nin iş ilişkilerinde güven elde etme tamamen bu ilişkilere bağımlıdır. Örneğin şirket, 1966 yılında Yahudilerin aracılık etmesi ile ABD'den makine ihraç ederek işe başlamışlardır. Kurucusu Nizamettin Bey, Adana'da dönemin önemli isimlerinden birisidir. Bu şirket uzun yıllar aynı şirketlerle iş yapmıştır. Fakat "*ben seni bilir, seni tanırım*" zihniyeti ile hareket edilmiştir. Yeni iş görülmeye başlanan birisi ya da işletmeyi geleneksel usulde -kişisel ilişkilere dayalı- biçimde, kendileri bir fiyat aldıktan sonra, başka birisine aynı mala daha yüksek fiyat teklif ettirerek karşı tarafın sözünden dönüp dönmeyeceği ve sağlamlığını sınamaktadırlar. Piyasada sözün senet olduğu inancı hâkimdir. Nurettin Pakyürek adının iş yapılan çevreye güven verdiği ve güvenilirlik sağladığı inancı hâkimdir. (Aktan, 2000: 150-151)

1980'lerde yurtdışına yatırım yapma olanakları ile ülkeye giren yabancı sermaye, yeni ihtiyaçları ortaya çıkarmaya başlamıştır. Örneğin, Hüsnü Özyeğin, 1989 yılında Londra'da International Commercial Bank'ı satın alma girişiminde bulunmuştur. Fakat bankanın büyüklüğü Finansbank'ın 7 misli olması ve Finansbank'ın henüz genç bir banka olması ne-

deniyle bu alımı gerçekleştirememiştir. Ancak akabinde İsviçre'de Privat Bank Zürich ve Privat Bank Geneva diye iki ayrı hükmi şahsiyeti olan bir bankayı almaya niyetlenmiştir. İsviçre başka bir ülkeden banka sermayesi geldiğinde sıkı bir inceleme yapmaktadır. İsviçre bir Türk sermayedarına banka kurma izni vermeden önce belli koşulları yerine getirmesini istiyordu. Süreç, Hazine'ye *" Özyeğin'e İsviçre'de bankacılık yapma izni verelim mi? Bu şahıs bankacılık yapacak yeterlilik ve sermaye birikimine sahip mi?* sorularına olumlu cevap verilmesi ile başlamaktadır. İsviçre ikinci aşamada Özyeğin'in ortak olduğu bankaların kendi ülkesindeki konsolide bilançolarının denetlenmesini istemiştir. O yıllarda Türkiye'de henüz böyle bir oluşum bulunmamaktadır. Hazine "*bizde böyle bir sistem yok*" diyerek sürecin üstünü kapamıştır. (Akar, 2011: 267) Buna karşın Özyeğin İsviçre'de bankacılı yapma iznini alabilmiştir. Bu süreç, sermayenin gelişmesi ve yabancılarla ekonomik ilişkilerin bir sonucu olarak denetime ihtiyaç duyulmaya başlandığına bir kanıt oluşturmaktadır.

Her ne kadar 80'lerde böyle gelişmeler olmasına karşın alışkanlıkların hemen değişmediği görülmektedir. Örneğin 1993'te, Osmaniye Pazarı, Adana'nın iş ve ticaret merkezi sayılan Nuri Has Pasajı'nda toplanmış meşrufatçı ve manifaturacı toptancıların en eskisi olarak bilinmektedir. Kentin iş merkezindeki Bankacılar Caddesi'nin banka şube müdürleri o tarihlerde, çevredeki esnafın iş kapasitesi, ödeme gücü, güvenilirliği gibi istihbaratı bu esnaftan almaktadır. (Aktan, 2000: 216) Diğer bir örnekte ise, 1996 yılında Gürallar, sofra camı üretmek üzere İtalyan firmalarından makine satın almak istemişlerdir. Güzel bir fiyat teklif etmelerine karşın İtalyan firmanın kendilerine makine satmaya yanaşmadıkları kanaatine varmışlardır. Sonradan edindikleri bilgiye göre kendilerinin yakın rakibi olan bir seramik firmasının, İtalyanların önemli bir müşterisi olması ve kuvvetli ilişkileri nedeniyle Gürallara makine satılmak istenmemiştir. (Akar, 2011, 137) Bu durumda etkin rekabet koşullarının henüz tam olarak oturmamış olduğunu, kişisel ilişkiler neticesinde rakip firmanın tekel durumunu korumaya devam ettiğini söylemek mümkündür.

Taranan biyografilerde vekâlet problemlerine ilişkin örneklere pek rastlanmamak ile birlikte, 1982'deki Hüsnü Özyeğin'in hikâyesi dikkat çekicidir. 1982 senesinde Mehmet Emin Karamehmet kendisini arayarak Çukurova iştirâklerinden Schweppes meşrubatını imal eden ve pazarlayan Çukurova Gıda Sanayi'nin krediye ihtiyacı olduğunu ve Pamukbank'tan kullanmak istediğini söylemiştir. Fakat Çukurova Gıda Sanayi'nin bu krediyi geri ödeyebilme kabiliyeti bulunmamaktadır. Bu sebeple Özyeğin ve Karamehmet çatışmışlardır. Özyeğin krediyi kullandırmak istememiştir. (Akar, 2017: 157-158). Eski iki dost, iki yıl boyunca bu olaydan dolayı hiç iletişim kurmamıştır. Karamehmet'in, Özyeğin'in 1984 tarihinde Çukurova Gurubu'nun diğer ortaklıklarından Yapı Kredi Bankası'na geçmesini

isteyene kadar bu küslük devam etmiştir. Özyeğin 1984'te Yapı Kredi'de göreve başladığında mali durumu çok güçsüz olan 40 milyar lira sermayeye sahip bu kurumu, yaptığı yatırımlar ve aldığı kararlar ile 1986 tarihinde 100 milyar lira sermayeye sahip bir kurum haline getirmeyi başarmıştır. Özyeğin bu süreçte önemli bir ilke imza atmıştır. 1986 tarihinde Arthur Young denetim firmasına, halka henüz arz edilmemiş olmasına karşın, finansal tablolarını denetletmiştir. Büyük bankalar içerisinde uluslararası bir denetim kuruluşuna kendini denetleten ilk ve tek banka olmuştur. (Akar, 2017: 198). Bu süreç belki Türkiye'deki asil-vekil menfaatlerinin çatışmasına verilebilecek ilk örnektir. Özyeğin'in başarılı bir yönetici olmaya çalışması ile Karamehmet'in tüm iştiraklerini karlı göstermeye çalışması çelişmiştir. Bunun neticesinde Özyeğin, denetimin temel fonksiyonu olarak kabul edilen güvenilirlik sağlayabilmek adına, şirketini denetlettirmeyi çözüm olarak görmüştür. Türkiye'deki asil-vekil çatışmasına örnek teşkil etmektedir.

## 5. Sonuç

Türkiye Batı ekonomi tarihinden farklı bir süreç geçirmiş; doğal bir evrimden ziyade devlet düzenlemeleri kapsamında gelişimini devam ettirmiştir. Bu nedenlerle, ekonomik ilişkilerden kaynaklanan vekâlet ve kredi sağlama problemlerinin neticesinde ortaya çıkan denetim ihtiyacı da devlet düzenlemeleri ile başlamaktadır. Türkiye'de 1980'ler ile başlayan serbestleşme ve yabancı sermaye girişi, şirketlerin büyüme için ihtiyaç duydukları kredi için bireysel ilişkilerin dışında bir mekanizmayı aratmıştır. Diğer taraftan büyüyen şirketlerde asil-vekil problemlerinin ortaya çıktığı görülmektedir. Batıdaki sürecin aksine Türkiye'de ekonomik ilişkiler ihtiyaçları, ihtiyaçlar yasal düzenlemeleri gerektirmemiştir. Ancak yine de sermaye piyasalarının genişlemesinin, denetim ihtiyacını tetiklediği söylenebilmektedir.

# KAYNAKÇA


Ajao, O. S., Olamide, J. O., and Temitope, A. A. (2016). Evolution and development of auditing. *Unique Journal of Business Management Research*, *3*(1), 032-040.

Akar, R. (2011). *Rıza Güral'ın Tornası*. Chiviyazıları Yayınevi.

Akdoğdu E. (2011). Türkiye'de 1988-2008 Dönemindeki Firma Birleşmeleri, Birleşme Dalgaları ve Genel Tablo. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Ekim Sayısı, 137-152.

Aktan, O. (2000). *Türk İş Adamı ve İşletmesi*. Gündoğan Yayınevi: İstanbul.

Berle, A.A., and G.C. Means (1932). *The Modem Corporation and Private Property.* New York

Bricker, R., and Nandini, C. (1998). On applying agency theory in historical accounting research. *Business and Economic History*, 486-499.

Bugra, A. (1994). *State and business in modern Turkey: A comparative study*. SuNY Press.

Flint, D. (1988). *Philosophy and Principles Of Auditing.* Hampshire: Macmillan Education Ltd.

Güredin, E.(2007). *Denetim ve Güvence Hizmetleri.* İstanbul: Arıkan Basım Yayın.

Kepenek, Y. (2012). *Türkiye Ekonomisi*. Remzi Kitabevi: İstanbul.

Littleton, C. (1966). *Accounting Evoluation to 1900.* Newyork: American Institute Publishing.

Mautz, R. K. (1975). *The Role Of The İndependent Auditor in A Market Economy.* AICPA Commission on Auditor's Responsibilities.

Nart, E. Ç. (2010). Gümrük Birliği'nin Türkiye'nin Dış Ticareti Üzerine Etkileri: Panel Veri Analizi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 5(17), 2874-2885.

Sanayi Tarihi Üzerine Röportajlar: Üretenlerin Öyküsü (2017). *İstanbul Ticaret Odası.* İstanbul

Porter, B., Simon, J. and Hatherly, D. (2005). *Principles of external auditing.* John Wiley & Sons, Ltd

Teck-Heang, L. E. E., and Azham A. (2008). The evolution of auditing: An analysis of the historical development. *Journal of Modern Accounting and auditing*, *4*(12), 1.

Uras G., (5 Temmuz 2002), Muhasebe Hilesi Ayşe Hanım Teyzemi de Etkiliyor. *Milliyet.*

Yentürk N. (2005). *Körlerin Yürüyüşü; Türkiye Ekonomisi ve 1990 Sonrası Krizler*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları: İstanbul

# BÖLÜM 35

## TÜRKİYE'NİN TERÖR ÖRGÜTÜ PYD/ YPG İLE MÜCADELESİ

*Serpil GÜDÜL*[1]

1 Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
serpil.gudul@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0003-1124-7968

## 1. Giriş

Türkiye ile Suriye arasındaki siyasi ilişkiler yıllarca iki ülke arasındaki sorunlar doğrultusunda yürütülmüştür. Bu sorunlar, su sorunu, Hatay konusu, Kürdistan İşçi Partisi (PKK) meselesi gibi önemli konuları içermektedir. Bu sorunların arasında, iki ülke arasındaki ilişkileri önemli ölçüde etkileyen ve en önemlisi olan kuşkusuz PKK sorunudur. Suriye'nin PKK'ya verdiği destek, iki ülke arasında çok ciddi krizlerin yaşanmasına sebep olmuştur. Bu nedenle Türkiye ile Suriye arasındaki siyasi ilişkilerin PKK ile mücadele çerçevesinde değerlendirilmesi çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. PKK ile mücadele çerçevesinde iki ülke arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi iki ana döneme ayrılmaktadır. Suriye'de yaşanan iç savaş dönemi ise çalışmanın dönemsel açıdan odak noktasını oluşturmaktadır.

Arap Baharı olarak adlandırılan Kuzey Afrika ve Ortadoğu ülkelerinde ortaya çıkan Arap isyanlarının Suriye bölümü kanlı bir iç savaşa sahne olmaktadır. Hafız Esad'ın 2000 yılında vefatından sonra iktidara gelen Beşar Esad ülkede otoriter rejimi devam ettirerek halkın reform taleplerini göz ardı etmiştir. Bu baskı rejimi ülkeyi 2011 yılında başlayan ve süregelen bir iç savaşa sürüklemiştir. İç savaş süresince başta Suriye'nin kuzey bölgeleri olmak üzere birçok bölgede Suriye rejimi kontrol gücünü kaybetmiş ve otorite boşluğu oluşmuştur. Bu dönemde PKK terör örgütü, Suriye'de Demokratik Birlik Partisi (Partiya Yekîtiya Demokrat - PYD/YPG) adı altında, otorite boşluğundan yararlanarak bu bölgelerde yapılanmıştır. Türkiye'de 1973 yılında kurulmasından bu yana en önemli tehdit unsuru halini alan PKK terör örgütü, iç savaş öncesi Suriye'den önemli ölçüde destek alarak ilişkileri büyük ölçüde etkilemiştir. PKK nedeniyle savaşın eşiğine gelene iki ülke, 1998 yılında Adana Mutabakatı ile PKK sorunu aralarında çözülmüştür. Ancak Suriye'de iç savaşın çıkması ile PYD/YPG adı altında PKK'nın Suriye kolu tekrar bölgede Türkiye'ye tehdit unsuru olarak ortaya çıkmıştır. Konjonktürel gelişmeler doğrultusunda önem kazanan vekâlet savaşları çerçevesinde Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nden büyük destek alan örgüte karşı Türkiye, konu ile ilgili devletlerle görüşmeler ve anlaşmalar yapmak suretiyle barışçıl yollarla sorunu çözme çabalarının yanı sıra uluslararası hukuk çerçevesinde meşru müdafaa hakkını korumaya yönelik politikalar izlemiştir. Çalışma, Türkiye'nin terör örgütü PKK'nın Suriye kolu PYD/YPG ile mücadeleye yönelik politikaları içermektedir. Bu çerçevede Türkiye'nin düzenlediği operasyonlar ve sonuçları da çalışmada yer almaktadır.

## 2. İç Savaş Öncesi Türkiye-Suriye İlişkilerinde PKK Sorunu

Suriye iç savaşı öncesi dönemde, Türkiye ve Suriye arasındaki ilişkiler tarihten ve coğrafyadan kaynaklı birçok sorunu barındırmıştır. Sınır

aşan sular olarak adlandırılan Dicle ve Fırat nehirlerinin sularının kullanımı konusunda iki ülke arasında anlaşmazlık yıllardır süregelmiştir. İki ülke arasındaki sorunlardan bir diğeri ise, Hatay sorunudur.

Türkiye ile Suriye arasındaki sorunlardan en belirgin olanı ise, Suriye'nin PKK'ye verdiği destektir. Suriye, PKK'nın topraklarında barınmasına izin vermiş, bununla da kalmayıp lojistik destek ve eğitim sağlamıştır. PKK terör örgütünün lideri Abdullah Öcalan'ın uzun süre topraklarında ikamet etmesini sağlamıştır. Suriye, bölgede bir Kürt devletinin kurulmasını istediği için PKK'ya destek vermemiştir. PKK'ya sağladığı tüm yardım ve destek, Türkiye ile arasındaki diğer sorunlarda elinin güçlenmesini sağlama amacına yönelik olmuştur. Suriye'nin PKK'ya destek vermesinin bir başka nedeni de, 1970 yılında Suriye'de iktidara gelen Hafız Esad'ın oluşturduğu "Büyük Suriye" projesidir. Büyük Suriye projesi, Suriye, Lübnan, Ürdün, Filistin, Sina Yarımadası, Kıbrıs ve Türkiye'nin güneydoğu illerini kapsayan Büyük Suriye yaratma hayalidir. Suriye, bu projesini gerçekleştirmek için büyük bir güç haline dönüşmeyi beklemekten ziyade rakip ülkelerin güçsüzleşmesini sağlamaya yönelik politikalar izlemiştir (Eskioğlu, 2019: 74). Bu sebeple, PKK'ya destek vererek Türkiye'nin güçsüzleşmesini amaçlamıştır.

Suriye'de 1950'lerden itibaren bir Kürt sorunu bahsedilmeye başlanmıştır ancak Kürtlere yönelik olarak özellikle baskı ve ötekileştirmeye yönelik politikaları sayesinde bu konu bir tehdit halini almamıştır. 1980'li ve 1990'lı yıllarda ülkeye yönelik ciddi tehdit oluşturabilecek bir Kürt sorunu olmadığı ve PKK'nın bu konuda bir tehdit oluşturmadığı görülmüştür. Çünkü Abdullah Öcalan, PKK'nın Suriye Kürtlerine yönelik bir örgütlenme sürecine girmeyeceğine ve Suriye'de Kürt milliyetçiliğini teşvik etmeyeceğine dair Suriye devletine teminat vermiştir. Bu nedenle Suriye devleti de PKK'yı desteklemekte bir sakınca görmemiş, aksine faydalarını kullanma yoluna gitmiştir (Gökcan, 2018: 175).

Türkiye ise Suriye ile arasındaki PKK sorununu öncelikle diyalog yolu çözmeye yönelmiştir. Bu çerçevede, 1987 yılında başbakanlık seviyesinde Suriye'ye yapılan ziyaret neticesinde Türkiye ile Suriye arasında iki protokol imzalanmıştır. Bu iki protokolün birinde, Türkiye, nihai bir anlaşmaya varılıncaya kadar Fırat nehrinden Suriye saniyede 500 metreküp su bırakacağını taahhüt etmiştir. Diğer protokolde ise, Suriye, PKK'ya verdiği desteğe son vereceği taahhüdü yer almıştır (Maden, 2012: 90). Ancak, Suriye verdiği taahhüdü yerine getirmemiş ve PKK'ya desteğini sürdürmüştür. Bunun karşılığında da Türkiye, Fırat nehrinden Suriye'ye bırakılacak suya dair taahhüdünü yerine getirmemiştir.

1990-1991 yılları arasında gerçekleşen Körfez Savaşı'nın ardından, Irak'ın kuzeyinde ortaya çıkan otorite boşluğu PKK'nın güç merkezini

Suriye'den Irak'a kaydırmasına neden olmuştur. Böylece Suriye'nin PKK üzerindeki kontrolü azalmıştır. Irak'ta kurulması muhtemel bir Kürt devleti Suriye tarafından bir tehdit olarak algılanmıştır (Eskioğlu, 2019: 75). Bu dönemde Türkiye de konjonktürel gelişmeleri değerlendirerek Suriye'nin PKK ile ilişkisini kesmeye çalışmıştır. Türkiye'nin baskıları sonucu Türkiye ile Suriye arasında 1992 yılında bir protokol imzalanmıştır. İmzalanan bu protokol uyarınca Suriye, Bekaa vadisindeki PKK kamplarını kapatacaktı. Ancak kapattığını da bildirmesine rağmen PKK bu kampları kullanmaya devam etmiştir (Şenocak, 2006: 163). O dönemde Bekaa Vadisi Suriye'nin kontrolü altında bulunmakta ve kullanılmaktaydı (Armaoğlu 1994: 567).

### 3. **Adana Mutabakatı**

Türkiye ile Suriye arasındaki PKK sorunu, Ekim 1998'de iki ülkeyi savaşın eşiğine getiren bir krizin yaşanmasına neden olmuştur. Bu krizin sonucunda Türkiye ile Suriye arasında 1998 yılında 'Adana Mutabakatı' imzalanmıştır. Bu mutabakat, Türkiye'nin PKK ile mücadelesi doğrultusunda önemli bir adımdır. Zira Bu mutabakat, PKK lideri Abdullah Öcalan'ın yakalanmasına yönelik bir girişimdir. O dönemde artan PKK terör saldırıları nedeniyle Milli Güvenlik Kurulu'nun aldığı karar ile PKK lideri Abdullah Öcalan'ın Suriye'de bulunmasına Suriye devleti tarafından müsaade edilmeye devam edilirse bu durumun Türkiye açısından 'casus belli - savaş sebebi' olarak sayılacağı beyan edilmiştir. Gerilimi düşürmek amacıyla dönemin ABD Başkanı Bill Clinton ve Mısır Devlet Başkanı Hüsnü Mübarek tarafından girişimler başlatılmış ve bu girişimler sonucunda taraflar arasında bir uzlaşı niteliğinde olan Adana Mutabakatı'nın 20 Ekim 1998'de imzalanması sağlanmıştır. Mutabakatın imzalanmasından 10 gün önce ise, Abdullah Öcalan Suriye'yi terk etmek zorunda kalmıştır (Aktan, 2019). Adana Mutabakatı'nın imzalanması, Türkiye-Suriye ilişkilerinde dönüm noktası teşkil etmiş ve mutabakatın imzalanmasından sonra güvenlik, ekonomi, siyasi, kültür ve diğer alanlarda ikili ilişkiler gelişmeye başlamıştır (Duran, 2022: 503). Suriye'nin Adana Mutabakatı'nı imzalamasını zorlayan bir neden de Soğuk Savaş sonrası dönemde Suriye'nin SSCB'den sağladığı askeri destekten yoksun olmasıdır. Soğuk Savaş döneminde SSCB'den ücretini ödemeden aldığı silahlardan yoksun kaldığı, elinde bulunan silah ve kapasitesinin de azalmakta olduğu için siyasetini değiştirmek zorunda kalmıştır (Özcan, 2002: 111). Suriye'nin Adana Mutabakatı ile Abdullah Öcalan'ın sınır dışı edildiğini ve PKK faaliyetlerine destek verilmeyeceğini resmen taahhüt etmesi, iki ülke arasında önemli ölçüde yakınlaşmaya neden olmuştur (Gökcan, 2018: 195).

Adana Mutabakatı'nın ismi, 2010 yılında "Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti ile Suriye Arap Cumhuriyeti Hükümeti Arasında Terör ve Terör Örgütlerine Karşı Ortak İşbirliği Anlaşması" olarak değiştirilmiştir. Bu

anlaşmaya göre; Türkiye ve Suriye, başta PKK olmak üzere kendilerine tehdit olarak yönelen terör örgütlerine karşı önlemler alacak ve toprağındaki tüm faaliyetleri önlenecektir. Bu anlaşma doğrultusunda, iki ülke de karşılıklı olarak terör örgütlerinin ikamet, lojistik, eğitim, ulaşım ve silah kapasitesine sahip olmaları konusunda hiçbir şekilde müsaade etmeyecektir. Bu anlaşma ile ayrıca iki ülke arasında ortak operasyonlar, tutukluların iadesi ile bilgi, belge ve istihbarat paylaşımı alanlarında işbirliği yapma konusunda mutabakata varılmıştır (Aktan, 2019).

## 4. Suriye İç Savaşı ve PYD/YPG

Adana Mutabakatı'nı izleyen yıllarda iki ülke arasındaki sorunlar dondurulmuştur. Özellikle Hafız Esad'ın ölümü ile Beşar Esad 2000'de devlet başkanı olmasından iç savaşa kadar geçen süre içerisinde Türkiye ile Suriye arasında ekonomik ve siyasal ilişkiler çok iyi durumdaydı. Bu dönemde bir taraftan da Beşar Esad'ın Hafız Esad dönemindeki otoriter yapıyı demokratik yönetime çevireceği beklentileri mevcut olmuştur. Ancak Beşar Esad, bu beklentileri boşa çıkararak otoriter yönetime devam etmiştir. Bu durum da iç savaşın çıkmasına zemin hazırlamıştır.

Öte yandan, Suriye'de gücünü kaybeden PKK, gizlice PYD adı altında Suriye'de bir siyasi kol kurmuştur. Örgütün, Halkın Koruma Birlikleri (Yekîneyên Parastina Gel -YPG) adı altında silahlı kanadı da yapılandırılmıştır. PYD/YPG, 2004 yılındaki Kamışlı ayaklanmasına büyük destek vermiştir. İç savaşın başladığı ilk yılarda ise, Suriye'nin kuzey bölgesinde zayıf bir yapıya sahip olmuştur (International Crisis Group, 2014: 5). ABD'nin 19 Mart 2003'te Irak'ı işgal etmesinin ardından yedi ay sonra 17 Ekim 2003'te PKK'nın PYD/YPG'yi Suriye'de kurduğu görülmektedir. Dolayısıyla ABD'nin PYD/YPG ile bağlantısı bu açıdan değerlendirmeye açıktır.

Bölgede, Arap Baharı olarak adlandırılan iç savaşlar 2010 yılında Tunus'ta halk ayaklanmaları ile başlamış ve bu isyanlar Tunus'un ardından Mısır ve Libya'ya sıçramıştır. Suriye'deki iç savaş ise, 2011 yılının Ocak ayında otoriter yönetime karşı halk protestoları ile başlamıştır. Suriye'deki iç savaş nedeniyle yönetimin sert bir şekilde ayaklanmayı bastırma yoluna gitmiştir. Esad'ın bu sert tutumu karşısında Batı yanlısı bir politika izleyen Türkiye, Suriye rejiminin muhaliflerin sesine kulak vermesini ve reformlar yapmasını istemiştir. İç savaş boyunca Türkiye, Suriye'ye uygulanan yaptırımlara destek vermiştir ancak, Suriye'nin toprak bütünlüğünden yana olmuştur.

İç savaşın 2012-2014 yıları arasındaki döneminde muhalifler, Suriye topraklarının %65'ine hâkim olmuş, bu durum karşısında Suriye yöneyimi ise, yakın ilişki içinde olduğu Rusya ve mezhep bağlantısı olan İran'ı ülkeye davet ederek yardım talebinde bulunmuştur. İran, Devrim Muha-

fızları Ordusu, Rusya ise hava gücü ile rejime destek vermiş ve Suriye 2015 yılına kadar kaybettiği bölgelerin büyük bir kısmını geri almıştır. İran'ın Şii jeopolitiği çerçevesinde desteklediği Lübnan Hizbullah'ının da Suriye rejimine büyük katkıları olmuştur (Demir, 2021: 544). Bu arada, Temmuz-Aralık 2012 döneminde PYD/YPG, Aynularab (Kobani) ve Afrin ilçeleri ile Haseke'nin Amude ilçesini çatışmada yapmadan rejimden devralmıştır (Anadolu Ajansı, 2022). İç savaşın başlarında PYD/YPG Suriye rejiminin karşısında yer almasına rağmen, Beşar Esad'ın Temmuz 2012'de askeri güçlerini geri çekerek hükümetin kontrolündeki bölgeleri korumaya odaklanması PYD/YPG'ye bir fırsat yaratmış ve bölgeye rahatça yerleşmiştir (Damayanti ve Syauqillah, 2022: 20266). Temmuz 2012'den itibaren PYD/YPG Suriye ile işbirliği yaparak Suriye'nin kuzey bölgesinde hâkimiyet kurmaya başlamıştır. PYD/YPG, bu bölgede, isyancı ve cihatçı gruplar ile çatışma içine girmiştir (International Crisis Group, 2014: 4). Bu durum Suriye rejiminin işine yaradığı için aralarında bir sorun çıkmamıştır.

2014 yılının Ocak ayından itibaren terör örgütü Irak Şam İslam Devleti (Devlet'ül Irak ve'ş Şam-DEAŞ), Rakka, Haseke, Halep'in doğu ve Türkiye'nin sınırında bir hat şeklinde yer alan bölgeyi ele geçirmiştir. 2014 yılının Eylül ayına gelindiğinde ise, Ayn el-Arap çevresindeki köylerin büyük bir kısmı DEAŞ'ın eline geçmiş durumdaydı. Ayn el-Arap'ın DEAŞ'ın kontrolüne geçmesinin ardından, ABD önderliğindeki oluşturulan uluslararası koalisyon Suriye ve Irak'ta DEAŞ'a hava saldırılarına başlamıştır. Bu operasyon ile birlikte, PYD'nin askeri kanadı YPG, ABD'nin kara gücüne dönüştürülme süreci başlamıştır (İnat, 2022).

PYD/YPG, 2015 yılında Tel Abyad'ı DEAŞ'in elinden almak için saldırıya geçmiş ve Tel Abyad'ı ele geçirmiştir. Tel Abyad'ı ele geçiren YPG, bu bölgeyi Kobani kantonuyla birleştirip bu bölgenin kontrolünü tamamen ele geçirmeyi hedeflemiştir. Bunun yanı sıra Kobani ve Afrin arasında kalan ve merkezinde Azez'in yer aldığı bölgeyi ele geçirerek Türkiye sınırı boyunca bu bölgenin kontrolünü elde etmeye odaklanmıştır (Kerman, Efegil, 2017: 165). Amaç, Irak ve Suriye'nin kuzey bölgesinden Akdeniz'e doğru uzanan bir "terör koridoru" yaratmak olmuştur. PYD/YPG, DEAŞ'e karşı giriştiği saldırılarda başta ABD olmak üzere Batı'nın büyük desteği ile hareket etmiştir. PYD/YPG elde ettiği kazanımlar sırasında bölge halkını yerinden ederek Batı kontrolünde bir Kürt bölgesi yaratma gayreti içinde olmuştur. Nitekim PYD/YPG, Temmuz 2015'te Tel Abyad'ın tam kontrolünü ele geçirdiğinde, çoğunluğu Arap ve Türkmen olan çok sayıda topluluğa baskınlar düzenleyerek yüzlerce erkeği kaçırmış, düzinelerce evi yıkmıştır (IMMAP, 2022: 16)

ABD, 2015 yılında ise PKK'nın Irak ve Suriye kolu olan PYD/YPG'yi Suriye Demokratik Güçleri (SDG) adı altında toplamıştır. 22 Temmuz

2017'de ABD Özel Kuvvetler Komutanı Orgeneral Raymond Thomas, PYD/YPG'nin adını ABD'nin tavsiyesiyle "SDG" olarak değiştirdiği konusunda bir açıklama yapmıştır (Kemal İnat, 2022). Terör örgütü PKK'nın Irak ve Suriye kolu olan PYD/YPG'nin adının SDG olarak değiştirilmesinin amacı örgütün terör örgütü olarak anılmasının engellenmesi ve daha da ötesi, örgüte meşruiyet kazandırmaktır.

ABD'nin kesintisiz bir şekilde verdiği yoğun hava desteğiyle PYD/YPG Fırat'ın batısına yönelmiş ve 27 Aralık 2015'ten itibaren DEAŞ'ın kontrolünde olan Fırat'ın batısında kalan bölgeyi ele geçirerek buraya yerleşmeye başlamıştır (Kemal İnat, 2022). Ekim 2017'de ise, PYD/YPG, DEAŞ'ı Rakka'dan ve Deyrizor'un büyük kısmından çıkarmak kaydıyla Suriye'nin yaklaşık üçte birine yayılmıştır. 19 Aralık 2018'de ABD, Suriye'deki güçlerini çekeceğini açıklamıştır. Bunun üzerine güvenli bölge, ABD'nin PYD/YPG'ye sağladığı silahların geri alınması konuları tartışılmaya başlanmıştır (Anadolu Ajansı, 2019). Türkiye ile Rusya arasında Ocak 2019'da yapılan görüşmede Türkiye-Suriye sınırında oluşturulması gündeme gelen güvenli bölge, İdlib'teki son durum ve siyasi çözüme ilişkin çabalar görüşülmüştür (BBC News, 2019). Ancak bu görüşmeden bir sonuç çıkmamıştır. 15 Şubat 2019'da PYD/YPG, ve ABD, Fırat nehrinin doğu yakasında kalan son DEAŞ bölgesini ele geçirmiştir. Bu operasyon ile sadece rejim kuşatmasındaki bölgede DEAŞ kalmıştır (Anadolu Ajansı, 2019). 2019'da PYD/YPG, Türkiye sınırı boyunca Suriye topraklarında ele geçirdiği Tel Abyad ve Ayn el-Arap'da kendine bağlı sözde askeri oluşumları SDG'ye devretme kararı almıştır (Kemal İnat, 2022). Buradan da anlaşılıyor ki aslında isim değişikliğinden başka bir farklılık olmamıştır.

ABD'nin bölgedeki vekili olarak gördüğü PYD/YPG'ye gelişmiş silah ve askeri teçhizat sağlaması, bölgede önemli bir güç ve NATO'da müttefiki olan Türkiye ile arasının açılmasına neden olmuştur. ABD'nin bu desteği, ulusal güvenliği ve çıkarları için Türkiye'ye askeri müdahalenin yanı sıra Rusya ve İran ile bölgede işbirliği yapmanın dışında bir seçenek bırakmamıştır. Bir başka deyişle, ABD'nin PYD/YPG yanında yer alması, Esad rejiminin yıkılması tarafında yer alan Türkiye'yi rejimi destekleyen Rusya ve İran tarafına itmiştir (Oğuz ve Çelik: 55). ABD, radikal dini grupları, terör örgütlerini küresel tehdit olarak ilan etmiş ve bunlarla mücadele etmek ve bölge ülkeleri dengelemek için PYD/YPG terör örgütüyle askeri işbirliği içine girmiştir. Bu ilişki, ABD'de karar alma mekanizmalarında zaman zaman itirazlara sebep olmuştur. Ancak tüm bunlara rağmen kamuoyu tarafından devletin onaylanmış bir stratejisi olarak lanse edilmiştir (Çelik, 2018: 31).

Bu arada, 1998 yılında imzalanan Adana Mutabakatı, PKK'nın Suriye'deki kamplarından Türkiye'ye yönelik saldırı, sızma gibi tehlikeleri oluşturmasını önlemek için yapılmıştır ancak Suriye'de iç savaşın baş-

lamasının ardından fiilen uygulanamaz duruma gelmiştir. Ocak 2019'da Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin, Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile yaptığı görüşmede Türkiye ile Suriye arasında imzalanan Adana Mutabakatı'nı gündeme getirmiştir. Adana Mutabakatı'nın Putin tarafından gündeme getirilmesinin amacı da Türkiye ile Suriye arasında görüşmelerin başlatılarak Türkiye'nin yeni bir harekat düzenlemesinin önüne geçilmesidir. (BBC News, 2019).

Sınırına DEAŞ'ın ardından PYD/YPG'nin yerleşmesi, terör örgütü DEAŞ ile mücadele etmekte olan Türkiye'yi bu sefer yıllardır mücadele ettiği terör örgütü PKK'nın Suriye ve Irak kolu olan PYD/YPG ile mücadele etmesine neden olmuştur. PYD/YPG, Suriye ve Irak'ın kuzeyinde ele geçirdiği bölgelerden Türkiye'ye saldırılar düzenlemeye başlamış ve Türkiye sınırından kaçak olarak terörist sokma gayreti içinde olmuştur. Bu terörist faaliyetler ve saldırılar karşısında Türkiye, uluslararası hukuktan doğan meşru müdafaa hakkını kullanarak terör örgütü PYD/YPG'nin bulunduğu bu bölgelere sınır ötesi hârekatlar düzenlemiştir. Türkiye düzenlediği bu hârekatlar ile PYD/YPG'nin yanı sıra DEAŞ'ı da sınırına bitişik bölgelerin bir kısmından çıkarmıştır. Türkiye, PYD/YPG ile mücadelede, Suriye'deki muhalif gruplardan Özgür Suriye Ordusu (ÖSO) ile gerektiğinde işbirliği yapmıştır. Türkiye'nin güney sınır bölgesine bitişik Suriye'nin kuzey bölgesindeki PYD/YPG için düzenlediği harekatlar Fırat Kalkanı Harekatı (FKH), Zeytin Dalı Harekatı (ZDH), Barış Pınarı Harekatı (BPH) ve en son olarak da Pençe-Kılıç Harekatı (PKH)'dır.

### 5. **Fırat Kalkanı Harekatı**

İç savaşın başlamasının ardından, Fırat Nehri'nin batısına geçilmesini kesinlikle istemediğini ilan eden Türkiye, buna uyulmamasından ve diğer sebeplerden dolayı Suriye iç savaşından olumsuz olarak etkilenmiş ve 24 Ağustos 2016 tarihinde FKH'yi başlatmıştır. Türkiye'nin bu harekâtı başlatmasının birden fazla gerekçesi bulunmaktaydı. Büyük bir kısmının günümüzde de geçerliliğe sahip olan gerekçelerden ilki ve öncelik taşıyanı; Suriye ile olan sınırın DEAŞ'tan temizlenmesidir (https://www.mfa.gov.tr/turkiye-suriye-siyasi-iliskileri-.tr.mfa). Bir başka gerekçe ise; Suriye'deki iç savaştan ve de özellikle DEAŞ tehdidinden kaçan Suriyeli sığınmacılardır. DEAŞ, Türk sınırına yakın Suriye topraklarındaki Suriyelilere saldırarak bu bölgeden çok sayıda Suriyeli sığınmacının Türk topraklarına sığınmasını sağlamıştır. Böylece ülkeye gelen Suriyeli sığınmacıların ülkelerine gönderilip güvenli bir yaşama sahip olmalarını sağlamak amacıyla Suriye'nin kuzeyinde "Güvenli/Tampon Bölge" tesis edilmesi ihtiyacı hâsıl olmuştur. Harekât için bir başka gerekçe ise yine DEAŞ'ın Kilis ve Gaziantep'e komşu sınır bölgesine çok yakın olan Fırat nehrinin batı yakasındaki Cerablus ve Çobanbey/El Rai bölgelerini kontrol altında tutarak buralardan sınırda görev yapan Türk askerlerine yönelik saldırılar

düzenlemesi ve bir Türk askerinin şehit olmasıdır. DEAŞ sadece Türk askeri varlığına değil, aynı zamanda Türkiye'nin Suriye sınırına yakın bölgelerdeki Türk vatandaşlarına da saldırılar düzenlemiş ve şehit verilmesine sebep olmuştur. Ayrıca DEAŞ terör örgütü, PYD/YPG terör örgütü ile işbirliği yaparak 2015 yılından itibaren Türkiye'de birçok bölgede intihar saldırıları düzenlemiş, bombalar patlatmıştır. Bu saldırılarda çok sayıda Türk vatandaşı şehit olmuş ve yaralanmıştır. Bunların yanı sıra, PYD/YPG bu bölgede görünürde DEAŞ ile mücadele eder şekilde Fırat nehrinin batı yakasına geçip Menbiç'i ele geçirmiştir. Bunun ardından Afrin - Menbiç arasındaki bölgeye hâkim olarak tüm Türkiye sınırını kendi kontrolü altına almak kaydıyla bir terör devleti kurma girişimi göstermiştir. Bu durum da Türkiye tarafından büyük tehlike ve tehdit olarak algılanmıştır (Demir, 2021: 548). Ayrıca, ABD'nin güvence vermesine rağmen PYD/YPG Menbiç'i boşaltmamış ve Fırat'ın doğusuna çekilmemiştir. Bu durum, Türkiye açısından sınırının diğer tarafının bir terör örgütünden diğerine geçmesi anlamını taşımaktaydı. Bu durum da Türkiye'nin FKH'yi düzenlemesine önemli bir gerekçe oluşturmuştur (Ulutaş ve Duran, 2016: 19).

Türkiye tüm bu gerekçeler doğrultusunda, FKH'yi başlatarak büyük bir adım atmıştır. Bu operasyon çerçevesinde, Türkiye'nin destek verdiği ÖSO, toplam 2.015 km2'lik alanı ele geçirmiş, 2.647 DEAŞ'lı terörist öldürülmüştür. DEAŞ, harekât neticesinde sahada gerilemeye başlamıştır. Örgüt, DEAŞ'la Mücadele Uluslararası Komisyonu'nun ilerleyen dönemlerde yürüttüğü operasyonlar sonucunda Mart 2019 sonunda Suriye'deki saha hâkimiyetini yitirdiği görülmüştür (https://www.mfa.gov.tr/turkiye-suriye-siyasi-iliskileri-.tr.mfa). Harekât sonucunda, 2.015 km2'lik alan kontrol altına alınmıştır. Bölgede, beş hastane hizmete sokulmuş ve 200.000 civarında öğrencinin öğrenim görmesi sağlanmaya başlanmıştır (https://www.kkk.tsk.tr/firat-kalkani.aspx).

ABD harekâtta DEAŞ ile mücadelenin de yer alması nedeniyle ulusal güvenlik çıkarları açısından olumlu değerlendirmiştir. Almanya ve Fransa'dan böyle bir onay görülmüş, ancak Rusya olumsuz tutumuyla ilgili çekincelerini dile getirmiştir (Damayanti ve Syauqillah, 2022: 20271). Rusya'nın çekincesi Suriye odaklı olmuştur. Burada Rusya'nın ulusal çıkarlarını Suriye devleti üzerinden değerlendirdiği görülmektedir. Batı ise daha ziyade muhalif gruplar ve PYD/YPG gibi terör örgütleri üzerinden ulusal çıkar anlayışa sahiptir. Bu harekâtta PYD/YPG, TSK'ya Alman tanksavar füzeleri ile saldırmıştır (Yeni Şafak, 2016). Bu saldırı ile PYD/YPG'nin, Batı'da sadece ABD'den değil, Avrupa devletlerinden de yardım gördüğü anlaşılmaktadır.

## 6. **Zeytin Dalı Harekâtı**

2018'e gelindiğinde, Suriye'nin kuzeyinde varlığını sürdüren PYD/YPG bölge halkına saldırılarına devam etmiştir. Bunun yanı sıra, Türkiye'nin çeşitli şehirlerinde halka yönelik terör saldırıları ve sınır bölgelerine yönelik taciz atışları ile tehlikeli durumun daha da ilerlemiş olduğu görülmüştür. PYD/YPG'ye ilave olarak DEAŞ'ın sınır bölgeleri ile Türkiye'ye saldırılar düzenlemesi gerek ulusal güvenliğe, gerekse bölge halkının can ve mal güvenliğine yönelik tehdit ve tehlikelerin artmasına neden olmuştur.

2015 yılından 2017 yılına kadar geçen dönemde, PYD/YPG ile DEAŞ'ın sınır bölgelerine ve Türkiye'nin çeşitli şehirlerinde yaşayan halka yönelik saldırılarında, yüzlerce sivilin hayatını kaybettiği görülmüştür. Terör örgütü PYD/YPG tarafından Türkiye'ye saldırılar öylesine artmıştır ki; sadece 2017 yılında ise PYD/YPG tarafından Türkiye'nin sınır bölgelerine, özellikle de sınır karakollarına, Kilis ve Hatay'ın ilçelerine yönelik 700 saldırı girişiminin olduğu saptanmıştır (Demir, 2021: 553). Bu durum, Türkiye'nin güvenliğine yönelik tehlike boyutlarını artırmıştır. Ayrıca, Suriye sınırından kaçak geçen ve Türkiye'nin sınır bölgelerine yerleşen DEAŞ teröristlerinin Türkiye'de saldırı düzenleme ihtimali önemli bir tehdit olarak algılanmıştır. (https://www.mfa.gov.tr/turkiye-suriye-siyasi-iliskileri-.tr.mfa).

Tüm bu gelişmeler doğrultusunda Türkiye tarafından, ÖSO desteği ile 20 Ocak 2018'de ZDH başlatılmıştır. Türkiye'nin başlattığı ZHD'nin hukuki zemini, Birleşmiş Milletler (BM) Antlaşması'nın 51. maddesi ile sağlanmıştır. BM Antlaşması'nın 51. Maddesi'ne göre; BM üyelerinden birinin silahlı bir saldırıya hedef olması halinde, BM Güvenlik Konseyi uluslararası barış ve güvenliğin korunması için gerekli önlemleri alıncaya kadar, saldırıya uğrayan üye, bireysel veya toplu olarak meşru savunma hakkına sahiptir (https://www.un.org/en/about-us/un-charter/full-text).

Türkiye tarafından, BM Güvenlik Konseyi'ne 22 Ocak 2018 tarihli gönderilen mektupta; Suriye'de devam eden silahlı çatışmaların Suriye ve yakın çevresini aştığı ve Suriye'nin toprak bütünlüğünün yanı sıra bölgesel ve uluslararası güvenlik açısından da önemli bir tehdit olduğu yazılmıştır. Mektupta; Türkiye'nin ulusal güvenliğinin, başta DEAŞ ve PKK'nın Suriye kolu PYD/YPG olmak üzere Suriye merkezli terör örgütlerinin doğrudan tehdidi altında olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, terörizm tehdidine karşı Türkiye'nin tepkisinin her zaman orantılı, ölçülü ve BM Kuruluş Antlaşması'nın 51. maddesinde tanımlanan meşru müdafaa hakkıyla uyumlu olduğu belirtilmiştir., Aynı maddede bunun yanı sıra, üye ülkelerin terörle mücadele sorumluluklarına dikkat çekilerek Güvenlik Konseyi'nin 1373 (2001), 1624 (2005), 2170 (2014) ve 2178 (2014) sayılı

"Terörist Eylemler Kaynaklı Uluslararası Güvenlik ve Barışa Tehditler" ile ilgili kararlarına atıfta bulunulmuştur. Bu kararlar, terör olaylarının engellenmesine, etkisiz hale getirilmesine yönelik olarak devletlerarası işbirliğine vurgulamaktadır. Aynı zamanda, uluslararası destek beklemeksizin tehdit/saldırı altındaki ülkeye de müdahale imkânı sağlanmaktadır. Bu arada BM üyesi devletlerin yardımı da öngörülmektedir (Alpkaya, 2018).

Türkiye ZDH ile ülkenin Suriye ile olan sınırlarını güvenlik altına almayı ve Afrin bölgesindeki teröristleri etkisiz kılarak bölge halkını DEAŞ ve PYD/YPG'nin baskı ve zulmünden kurtarmayı hedeflemiştir (https://www.mfa.gov.tr/turkiye-suriye-siyasi-iliskileri-.tr.mfa). Harekât sonunda 282 meskûn mahal ve 2.000 km2'lik alan PYD/YPG ve DEAŞ unsurlarından temizlenerek kontrol altına alınmıştır. Harekâtın süresince yaklaşık 4.600 terörist etkisiz hale getirilmiştir. Bölgede hayatın normalleştirilmesine yönelik faaliyetler kapsamında, bir hastane hizmete girmiş, 287 okulda 53.000 öğrenciye eğitim verilmeye başlanmıştır (https://www.kkk.tsk.tr/zeytin-dali.aspx; https://www.mfa.gov.tr/turkiye-suriye-siyasi-iliskileri-.tr.mfa). FKH alanında olduğu gibi, ZDH ile terörden arındırılan bölgelerde de yerel halkın da katılımıyla güvenliğin ve istikrarın teminine odaklanılmıştır. Bölgede mayın temizleme, asayişin tesisi, yerel yönetim ve yerinden edilmiş kişilerin dönüşü alanlarında çalışmalar yürütülmüştür (https://www.mfa.gov.tr/turkiye-suriye-siyasi-iliskileri-.tr.mfa).

Harekâtta, Bayraktar TB2 ile İHA ve SİHA'ların kullanımı harekâtın başarısını önemli ölçüde etkilemiştir (Özçelik ve Acun, 2018: 30, 31). Türkiye'nin bu tür yerli silahları kullanması ve başarı sağlaması terör örgütleri ile mücadelede caydırıcı unsur niteliğini taşımakla birlikte savaş gücü ve kapasitesini diğer ülkelere göstermiştir.

Harekât Afrin açısından büyük önem taşımaktaydı. Zira Afrin'in PYD/YPG tarafından ele geçirilmesi ile Türkiye'nin Kilis'in tamamının, Hatay'ın ise büyük bir kısmının teröristlerin ateş menzili içinde olması anlamına gelmektedir. Bunun yanı sıra, Afrin ile Kobani'nin birleşmesini Türkiye, "Kürt Koridoru" projesinin önemli bir aşaması olarak değerlendirmektedir (Köylü, 2018: 80). Bu açıdan Afrin'in teröristlerden arındırılması Türkiye'nin güvenliği açısından önem taşımaktaydı. Harekâtın başarısı bu yönden de değerlendirilmelidir. Ayrıca, Türkiye, bu harekâtla kendisini uluslararası güçlerden bağımsız olarak bölgesel bir güç olarak bölgede gelişmekte olan olaylara aktif olarak müdahale edebileceğini dünya kamuoyuna duyurmuştur (Köylü, 2018: 80, 81)

ZDH, Türkiye'nin son yıllarda ortaya koyduğu ulusal güvenlik stratejisi doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Bu stratejiye göre; askeri gücün yedekte tutulmasından ziyade sahada ve sınırın ötesinde kullanılması esastır. Bu doğrultuda Türkiye, Suriye ve Irak'ta oluşan otorite boşluğuna

dayalı güvenlik tehditlerinin askeri araçların etkin bir şekilde kullanımı ile sınırlandırmayı hedeflemiştir (Özçelik ve Acun, 2018: 48).

### 7. **Barış Pınarı Harekâtı**

BPH Türk sınırlarının güvenliğini sağlamak, Türkiye'nin güneyinde terör koridoru oluşturulmasını engellemek, yerinden edilmiş Suriyeli sığınmacıların evlerine ve topraklarına dönüşlerini sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Uluslararası hukuk ve BM Kuruluş Antlaşması'nın 51. maddesindeki meşru müdafaa hakkı bağlamında düzenlenmiştir (https://www.msb.gov.tr/tr-TR/BarisPinariHarekati).

9 Ekim 2019'da başlatılan BPH; Fırat Nehri'nin doğusundaki en büyük yerleşim alanları olan Halep'in Ayn El Arab, Rakka'nın Tel Abyad ve Tabka, Haseke'nin Kamışlı, Amude ve Rasulayn ilçeleri ile Deyrizor'un kuzey kesimlerinden oluşmuştur. Barış Pınarı Harekâtı ile DEAŞ ve PYD/YPG başta olmak üzere Türkiye'nin ulusal güvenliğine tehdit arz eden terörist yapılanmaların bertaraf edilmesi hedeflenmiştir. Bunun yanı sıra, güvenli bölge tesis edilmek suretiyle bölgedeki Türkiye'de bulunan Suriyelilerin kendi topraklarına gönüllü bir şekilde ve güvenli olarak geri dönmeleri amaçlanmıştır (https://www.kkk.tsk.tr/baris-pinari.aspx). BPH kapsamında Tel Abyad ve Rasulayn gibi kentlerde terörist unsurlar etkisiz hâle getirilerek terör örgütlerinin kontrolündeki çok sayıda mühimmat imha edilmiştir. Bölgede terör örgütlerinin hareket alanını daraltan Türkiye, sınırının güneyinde oluşturulmak istenen terör koridoruna asla taviz vermeyeceğini harekât ile net bir şekilde ortaya koymuştur (İrdem vd, 2020: 29). Uluslararası hukukun kuvvet kullanma yasağına istisna oluşturan devletlerin meşru müdafaa hakkı çerçevesinde uluslararası hukuka uygun olarak harekât gerçekleştirilmiştir. BPH, FKH ve ZDH'de olduğu gibi uluslararası hukuk temelinde, BM Güvenlik Konseyi'nin terörle mücadeleye yönelik özellikle 1373 (2001), 1624 (2005), 2170 (2014), 2178 (2014), 2249 (2015), 2254 (2015) sayılı kararları ve BM Sözleşmesinin 51'inci maddesinde yer alan "*meşru müdafaa hakkı*" çerçevesinde düzenlenmiştir (Polat, 2020: 77). Türkiye, BPH'yi gerçekleştirerek yalnızca kendi ulusal güvenliğine yönelik tehditleri bertaraf etmeyi değil, aynı zamanda yerel nüfusa da güvenli bir şekilde yaşayabilecekleri bir alan oluşturmayı amaçlamıştır (Bayraklı ve Alkanat; 2022: 5). Harekâtla birlikte; Tel Abyad ve Resulayn'ın kaderi âdeta yeniden değişmiştir ve BPH ile Suriye sınırında 120 kilometre genişliğinde 30 kilometre derinliğinde bir alan tüm terör unsurlarından arındırılmıştır (İrdem vd, 2020: 85). Harekât kapsamında 605 meskûn mahallin ve 4.219 km2 alanın güvenliği sağlanmıştır (https://www.kkk.tsk.tr/baris-pinari.aspx). Bunun yanında bölgede iki tanesi hastane olmak üzere toplam 22 sağlık tesisi ücretsiz hizmet vermeye başlamış, Resulayn ve Tel Abyad'daki hastanelerin yatak kapasitesi artırılmıştır. AFAD, Türk Kızılayı, İHH, Suriye Destek ve Koordinasyon

Merkezi ile eşgüdümlü şekilde projeler doğrultusunda bölgedeki ihtiyaç sahiplerine destek olunmuştur. Ayrıca bölgede eğitim alt yapısı rehabilite edilerek eğitim verecek kurumlara işlerlik kazandırılmıştır (Anadolu Ajansı, 2021).

BPH diplomasi anlamında da önemli sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Türkiye BPH ile DEAŞ meselesinden kendisini uzak tutmaya çaba gösteren ve bunun maliyetinden kaçınmaya çalışan Almanya, Fransa, İtalya gibi ülkeler üzerinde de baskıyı arttırmıştır. Türkiye bir yandan yakaladığı Batılı ülke vatandaşı teröristleri kendi menşe ülkelerine göndererek, diğer yandan da Suriyeli sığınmacı meselesini gündemde tutarak Batılı ülkelerin sorumluluk almalarını teşvik etmiştir (Bayraktar, 2019). Harekâtla birlikte ABD'nin sahadaki ortağı olan PYD'nin bölgedeki etkisi kırılmış ve ABD'nin "Kürt koridoru" projesi bir süreliğine sekteye uğramıştır (Karaağaç ve Acar, 2020: 94).

8. **Ankara ve Soçi Mutabakatı (2019)**

ABD Başkan Yardımcısı Mike Pence 17 Ekim Ekim 2019'da Türkiye'yi ziyaret etmiştir. Yapmış olduğu ziyaretin ardından, 2019 tarihli Ankara'da yapılan Ortak Açıklama ile "ABD'nin, BPH'nin meşruiyetini ve sahada oluşan yeni statükoyu kabul ettiği" bildirilmiştir (https://www.mfa.gov.tr/turkiye-suriye-siyasi-iliskileri-.tr.mfa).

Bu ziyaret ve açıklamanın ardında, Türkiye Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan Rusya devlet başkanı Putin'i Soçi şehrinde ziyaret etmiş ve yapılan görüşme sonrasında 22 Ekim 2019 tarihli ziyaretinde Soçi Mutabakat Muhtırası kabul edilmiştir. Bu muhtıra ile BPH alanının batısı ile doğusunda yer alan Türkiye sınırına bitişik Suriye toprakları ile Münbiç ve Tel Rıfat bölgelerinin terör unsurlarından temizlenmesi konusunda Rusya ile mutabakata varılmıştır. Soçi Mutabakatı aynı zamanda, Türkiye'nin meşru savunma hakkını kullanarak güvenliğini sağlamak amacıyla yürüttüğü BPH'nin meşruiyetinin ve harekâtla birlikte sahada oluşan mevcut durumun Rusya tarafından da kabul edilmesi anlamını taşımaktadır. (https://www.mfa.gov.tr/turkiye-suriye-siyasi-iliskileri-.tr.mfa).

9. **Pençe-Kılıç Hava Harekâtı**

Türkiye, PYD/YPG terör örgütünün İstanbul, İstiklal Caddesi'ndeki bombalı saldırısının ardından, ülkeye yönelik terörist saldırıları önlemek amacıyla, terör örgütünün Suriye ve Irak'ın kuzeyinde yerleşmiş olduğu bölgelere sınır ötesi harekat düzenlemiştir. Türkiye'nin 20 Kasım 2022 günü, PKH adıyla başlattığı operasyonda ilk aşamada Irak'ın kuzeyindeki Kandil, Asos ve Hakurk, ilerleyen aşamalarda da Sincar bölgesi hedef alınmıştır. Suriye'nin kuzeyinde ise, Arap Pınarı (Ayn el-Arab), Tel Rıfat, Cizire ve Malikiye (Derik) bölgelerindeki terörist yapılanmalar operasyon

kapsamında yer almıştır. İlerleyen aşamalarda da Karaçok Dağı, Derbesiye, Ayn İsa, Minniğ Havalimanı ve Maranez hedef alınmıştır (Acer, 2022: 2, 3).

Geniş çaplı bir hava hârekatı olan PKH ile, PYD/YPG'ye ait barınak, sığınak, mağara, tünel, mühimmat depoları ve sözde karargâh ve eğitim kamplarından oluşan toplam 89 hedef imha edilmiş ve aralarında terör örgütü PYD/YPG'nin sözde yöneticilerinin de bulunduğu çok sayıda terörist öldürülmüştür. (https://www.msb.gov.tr/SlaytHaber/20112022-75713).

Türkiye, bu harekâtı, diğer harekâtlarda olduğu gibi, BM Antlaşması'nın 51'inci maddesinden doğan meşru müdafaa hakları doğrultusunda gerçekleştirmiştir. Düzenlenen harekât, yöneltilen saldırıyı durduracak ve bertaraf edecek ölçütte gerçekleşmiş olup, gereğinden daha fazla güç kullanılmamıştır (Acer, 2022: 3, 4).

## 10. **Sonuç**

Suriye ile Türkiye arasındaki sorunlarda, PKK terör örgütü, Suriye tarafından kullanışlı bir araç olarak değerlendirilmiştir. PKK, iki ülke arasındaki sorunlarda Suriye'nin elini güçlendirmiştir. Bunun karşılığında da Suriye'den yerleşim ve faaliyet alanı, eğitim, lojistik ve gerekli tüm desteği almıştır. Suriye'nin amacı, bölgede bir Kürt devletinin kurulmasından ziyade, Türkiye'yi köşeye sıkıştırmak olmuştur. Nitekim Körfez Savaşında PKK'nin Irak'ın kuzeyinde oluşturulan uçuşa yasak bölgedeki otorite boşluğundan yararlanarak bu alana yerleşmesi topraklarında Kürt nüfus barındıran Suriye'yi bölgede bir Kürt devleti kurulması endişesine sevk etmiştir. Ulusal güvenliğine yönelen bu tehdidin artması karşısında Türkiye'nin de kararlı tutumu ile iki ülke arasında bu konuda bir sulha varılmıştır. Türkiye ile Suriye arasında yıllarca önemli bir sorun haline gelen PKK terör örgütü, 1998 yılında yapılan Adana Mutabakatı ile Suriye topraklarından Türkiye yönelen bir tehdit olmaktan bir süre de olsa çıkmıştır.

PKK tehlikesi, 2003 yılında ABD'nin Irak'ı işgalinin ardından Suriye'de farklı bir isimle kurulan terör örgütü PYD/YPG yapılanması ile ortaya çıkmıştır. PKK tarafından oluşturulan bu yapılanma, önce Suriye hükümeti ile karşı cephelerde yer almasına rağmen Suriye iç savaşı ile birlikte hükümetten destek alır hale gelmiştir. İç savaş sürecinde, elinde bulundurduğu diğer alanların güvenliğine odaklanmayı tercih eden Suriye rejimi, ülkenin kuzey kesiminin PKK'nın Suriye kolu PYD/YPG tarafından işgal edilmesine ses çıkarmayıp kabullenmiş, bir işbirliği içine girmiştir. Bölgedeki diğer terör örgütü olan DEAŞ'ın varlığı da Suriye tarafından bir başka sorun olarak görülmüş ve bu konu neredeyse PYD/YGP'ye havale edilmiştir. PYD/YPG ise başta ABD olmak üzere Batı'nın büyük ölçüde desteğini almıştır. Irak'ın ABD tarafından işgalinin ardından ülkeden çıkarılamayan ABD silahları önce DEAŞ tarafından kullanıl-

mış, DEAŞ'ın ardından da kalanlar PYD/YPG'nin eline geçmiştir. Bunlara ilave olarak PYD/YPG, gelişmiş teknolojik silahlar, teçhizat, eğitim ve finansman desteği ile geniş ölçüde Batı'nın desteğini elde etmiştir. Yıllardır bölge ülkelerinin parçalanması suretiyle bölgede bir Kürt devleti kurulması hedefini güden, başta ABD olmak üzere Batı ülkeleri Suriye'deki iç savaş ile ortaya çıkan otorite boşluğundan faydalanarak PYD/YPG'yi bir araç olarak kullanmaya başlamıştır. Örgüt, bölgede yaşanan vekâlet savaşlarında ABD'nin vekili halini almıştır. Yıllardır PKK'ya zaman zaman açıktan, zaman zaman da üstü kapalı olarak destek veren Batı, PYD/YPG terör örgütünün ismini "SDG" olarak değiştirerek PYD/YPG'yi açıktan desteklemeye başlamıştır. Dünya kamuoyunda daha fazla destek görmesi için ismine "demokratik" sıfatı eklenmek kaydıyla PYD/YPG terör örgütü meşrulaştırılmaya çalışılmıştır. Öte yandan yine ABD'nin Irak'ı işgalinin ardından 2004'te kurulan DEAŞ terör örgütü ile Suriye ve Irak'ın kuzey bölgesinin kontrolü için mücadele içine girmesi, PYD/YPG'ye meşrulaşma zemini hazırlamıştır. Bu zemin ABD ve diğer Batılı ülkelerin örgüte verdikleri destek ile güçlendirilmek istenmektedir. Ancak PYD/YPG, Suriye ve Irak'ın kuzey kesiminde yaşayan başta Türkmen ve Arap olmak üzere yerel halka uyguladığı terör eylemleri ve Türkiye'ye yönelik gerçekleştirdiği terör saldırıları ile "terör örgütü" niteliğini açıkça ortaya koymuştur. Örgütün yerel halka terör saldırılarının amacı, bu bölgede yaşayan Kürt nüfus hariç diğer nüfusun bölgeyi terk etmesi ve bölgenin tamamen Kürtleştirilmesidir. Bölgeyi terk etmek zorunda kalarak Türkiye topraklarına geçen milyonlarca Suriyeli sığınmacı ise Türkiye'ye ekonomik ve siyasal açıdan sorun teşkil etmektedir. Diğer yandan ABD, PYD/YPG'yi desteklemekle Türkiye'yi bu konuda karşısına almış durumdadır. Oysaki Genişletilmiş Kuzey Afrika ve Ortadoğu Projesi'nde, Suriye ile ilgili olarak Türkiye'nin desteğine ihtiyacı bulunmaktadır. Türkiye ise, bölgede etkili olan Rusya ve İran ile yakınlaşmak suretiyle ulusal güvenliğini koruma politikası gütmektedir. Bir taraftan da, BM Kuruluş Antlaşması'nın 51. maddesinde yer alan meşru müdafaa hakkını kullanarak kendisine yönelik tehdit unsuru haline gelen, saldırılar yönelten PYD/YPG'ye sınır ötesi harekâtlar düzenleyerek güvenliğini sağlamaya yönelmiştir. Türkiye, FKH, ZDH, BPH ve PKH ile PYD/YPG terör örgütü ile mücadele etmiştir. Sadece askeri güvenlik tedbirleri terör örgütleri ile mücadelede yeterli olmadığı için bir taraftan da ABD ve Rusya ile anlaşmalar yapmak kaydıyla harekâtlar sonucunda ortaya çıkan statükonun bu ülkeler tarafından tanınmasını sağlamaya yönelmiştir. BPH'nin ardından Türkiye'nin ABD ile imzaladığı Ankara Mutabakatı ve Rusya ile imzaladığı Soçi Mutabakatı bu yönde anlaşmalardır. Bu mutabakatlar aynı zamanda harekâtların meşruiyetini perçinlemiştir. Ancak PYD/YPG Türkiye'ye yönelik saldırılarına devam etmiştir. Türkiye'nin meşru müdafaa çerçevesi içinde ulusal güvenliğini askeri tedbirlerle temin etmesinin yanı sıra, Suriye yönetimi

ile kapsamlı bir anlaşma dahilinde işbirliği yapması gereklidir. Bunun için de Suriye rejiminin PYD/YPG terör örgütü ile işbirliği yapmaktan geri çekilmesi, ülkesinin kuzey kesiminde otorite kurmaya yönelik politikalar uygulaması ve tüm bunlar için de demokratikleşme yönünde reform uygulamaları yapması gereklidir. Bu konuda da Rusya'nın desteği gerekecektir. Ukrayna ile kanlı bir savaşın içinde olan ve uluslararası politikada hareket alanı daralan Rusya'nın Suriye konusunda Türkiye'ye öncekinden daha yakın ve yardım edecek konumda olduğu görülmektedir. Küresel ve bölgesel gelişmeler ve dengeler doğrultusunda Türkiye'nin PYD/YPG terör örgütü ile mücadelesinin devam edeceği görülmektedir.

# KAYNAKÇA

Acer Y. (2022). Türkiye'nin Sınır Ötesi Pençe-Kılıç Harekâtı ve Hukuki Temeli, *SETA Perspektif*, S.349, 20.01.2023 tarihinde https://setav.org/assets/uploads/2022/11/P349.pdf adresinden alındı.

Aktan, Sertaç. (2019). Erdoğan - Putin zirvesinde gündeme gelen Adana mutabakatı nedir? Neden yeniden masaya yatırılacak?, Euronews, 8.10.2022 tarihinde https://tr.euronews.com/2019/01/24/erdoganin-yeniden-canlandirmak-istedigi-adana-mutabakati-nedir-suriye-pyd-ypg-ocalan-1998 adresinden alındı.

Alpkaya, Eser. (2018). Türkiye'nin 'Zeytin Dalı' Operasyonunun Hukuki Boyutu, Uluslararası Politika Akademisi, 17.11.2022 tarihinde http://politikaakademisi.org/2018/05/18/turkiyenin-zeytin-dali-operasyonunun-hukuki-boyutu/#_ftn3 adresinden alındı.

Anadolu Ajansı. (2022). 22.01.2023 tarihinde https://www.aa.com.tr/tr/dunya/suriyedeki-ic-savas-11-yilini-geride-birakti/2534367 adresinden alındı.

Anadolu Ajansı (2021). 13.12.2022 tarihinde https://www.aa.com.tr/tr/gundem/baris-pinari-harekatinin-uzerinden-2-yil-gecti/2386326 adresinden alındı.

Anadolu Ajansı. (2019). 3.10.2022 tarihinde https://www.aa.com.tr/tr/dunya/suriye-ic-savasi-9-yilina-girdi/1417715# adresinden alındı.

Armaoğlu, Fahir. (1994). Filistin Meselesi ve Arap-İsrail Savaşları (1948-1988), Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Bayraklı, E., Alkanat A. (2022). Avrupalı Aktörlerin Barış Pınarı Harekatı'na Karşı Politikalarının Analizi, *SAVSAD Savunma ve Savaş Araştırmaları Dergisi*, 32 (1), 1-36.

Bayraktar, Bora. (2019). Barış Pınarı Harekatı'nın Sonuçları, *Kriter Dergi*, 4 (41), 15.12.2022 tarihinde https://kriterdergi.com/dosya-turk-amerikan-iliskilerinin-yonu/baris-pinari-harekatinin-sonuclari adresinden alındı.

BBC News. (2019). 7.10.2022 tarihinde https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-46996917 adresinden alındı.

Çelik K., E., (2018). ABD'nin Suriye Politikasında Vekil Aktör Olarak Terör Örgütleri: YPG Örmeği*, ANKASAM, Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, Aralık 2018, 2 (2), 14-45.

Damayanti, S., Syauqillah, M. (2022). Turkey's Military Intervention against PYD (Partiya Yekiti A Demokratik) in the Syrian Region, *Budapest International Research and Critiques Institute Journal (BIRCI – Journal)*, Vol.5, No. 3, 20263 – 20274.

Demir, Enes. (2021). Türkiye'nin Suriye Politikası Bağlamında TSK'nın Suriye'deki Sınır Ötesi Harekâtlarının Nedenleri ve Sonuçları, ANKASAM *Bölgesel Araştırmalar Dergisi*, 541-588.

Duran, Hasan. (2022). Adana Protokolü Sonrası Türkiye-Suriye İlişkileri, Ortado-

ğu Yıllığı, Ed. İnat Kemal, Ataman Muhittin, Aydın Fuat, Yıldırım Bilal, İstanbul: Açılım Kitap, 501 -518.

Eskioğlu, Remziye. (2019). Arap Baharına Kadar Türkiye-Suriye İlişkileri, *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergis*i, Cilt 16, Sayı 1, 70-80.

Gökcan, Özkan. (2018). Türkiye-Suriye İlişkilerinde Bir Kırılma Noktası: Ekim Krizi veya Diğer Bir İfadeyle" İlan Edilmemiş Savaş, *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 1, 169-198.

IMMAP. (2022). Thematic Report Return Context Monitoing Jordan, Thematic Report 6, Operation Peace Spring and Potential Turkish Intervention Scenarios, 6.12.2022 tarihinde https://immap.org/wp-content/uploads/2022/01/RCM-Thematic-Report-6-Operation-Peace-Spring-and-Potential-Turkish-Intervention-Scenarios_2-2.pdf adresinden alındı.

İnat, Kemal. (15.06.2022). Türkiye, 6 yılda oluşturulan haritayı 14 günde çöpe attı: "YPG Suriye denkleminden tamamen dışarı çıktı, Yeni Şafak.

International Crisis Group. (2014). "Flight of Icarus? The PYD's Precarious Rise in Syria," *Middle East Report,* N. 151.

İrdem, İ., Zengin, Ü., N., Gören, K., B., ve Uzun, M. (2020). Türkiye'deki Suriyeliler ve Sınır Ötesi Güvenli Bölge, *Polis Akademisi Yayınları*, Rapor No: 40, Ankara.

Karaağaç, Y., Acar H. (2020). Güncel Gelişmeler Işığında Türkiye'nin Suriye Politikası Ve Pkk-Pyd İlişkisi Bağlamında Yeni Askeri Stratejisi, *Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi,* 8 (2), 76-101.

Kerman, İ,, Efegil E., (2017). Terör Örgütü PKK/PYD'nin Suriye'de İzlediği İç Savaş Stratejisinin Değerlendirilmesi, *ANKASAM Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, Hibrit Savaşları Özel Sayısı, 1 (2) , 162-198.

Köylü M. (2018). Suriye, PYD/YPG Yapılanması ve Zeytin Dalı Harekatı, *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, S. 11, 70-86.

Maden, Tuğba E. (2012). Kriz Dönemlerinde Su Politikaları: Türkiye-Suriye" *ORSAM Ortadoğu Analiz Dergisi,* Cilt: 4, Sayı: 44, 87-94.

Oğuz Ş., Çelik, K., E. (2018). Conflict in Syria: Is It a Proxy Warfare? *ANKASAM Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 44-69.

Özcan, Nihat, A. (2002). Bir Terör Örgütü Olarak PKK; İdeolojisi, Yöntemi, Yükselişi ve Çöküşü, *Dünyada ve Türkiye'de Terör Konferansı*, Ankara: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası.

Özçelik N., Acun C. (2018). Terörle Mücadelede Yeni Safha Zeytin Dalı Harekâtı, *SETA*, 11.11.2022 tarihinde https://www.setav.org/rapor-terorle-mucadelede-yeni-safha-zeytin-daliharekati/ adresinden alındı.

Polat, Doğan, Ş. (2020). Türkiye'nin Suriye'nin Kuzeyindeki Askerî Harekâtının Amaçları ve Sonuçları, *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 16 (33), 53-96.

Şenocak, Hasan, E. (2006). *Avrupa Terör Örgütleri ve Ülke Uygulamaları*, Anka-

ra: Platin Yayınları.

T.C. Dışişleri Bakanlığı. 10.02.2023 tarihinde https://www.mfa.gov.tr/turkiye-suriye-siyasi-iliskileri-.tr.mfa adresinden alındı.

TC. M.S.B. Kara Kuvvetleri Komutanlığı, Terörle Mücadele – Fırat Kalkanı Harekatı, 22.10.2022 tarihinde https://www.kkk.tsk.tr/firat-kalkani.aspx adresinden alındı.

T.C. M.S.B., Kara Kuvvetleri Komutanlığı, 9.11.2022 tarihinde https://www.kkk.tsk.tr/zeytin-dali.aspx adresinden alındı.

T.C. M.S.B., 20 Aralık 2022 tarihinde https://www.msb.gov.tr/SlaytHaber/20112022-75713 adresinden alındı.

T.C. M.S.B., Kara Kuvvetleri Komutanlığı, "Terörle Mücadele Barış Pınarı Harekâtı", 14.12.2022 tarihinde https://www.kkk.tsk.tr/baris-pinari.aspx adresinden alındı.

T.C. M.S.B., Barış Pınarı Harekâtı, 12.12. 2022 tarihinde https://www.msb.gov.tr/tr-TR/BarisPinariHarekati adresinden alındı.

Ulutaş U., Duran B. (2016). Türkiye'nin DEAŞ ile Mücadelesinin Kritik Dönemeci: Fırat Kalkanı Harekatı, *Türk Dış Politikası Yıllığı*, 11-30.

United Nations Charter, 15.12.2022 tarihinde https://www.un.org/en/about-us/un-charter/full-text adresinden alındı.

Yeni Şafak. (2016). Batıdan PKK'ya Silah Desteği. 12.01.2023 tarihinde https://www.yenisafak.com/dunya/batidan-pkkya-silah-destegi-2579598 adresinden alındı.