

e-ISSN:2587-2168

IDEA **Studies** journal

2022 Vol 8 Issue 44
AUGUST





International Journal of Disciplines Economics &
Administrative Sciences Studies

IDEA STUDIES Journal

International Journal Of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies

Open Access Refereed E-Journal & Indexed & Publishing / e-ISSN:2587-2168

 ideastudies.com  ideastudiesjournal@gmail.com

Vol 8 Issue 44 AUGUST 2022

FROM THE EDITOR / EDİTORDEN

Bilim dünyasının değerli insanları,

International Journal Of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies (IDEAStudies) Dergisi, 2015 yılında yayın hayatına başlamış olup, uluslararası, hakemli ve yalnızca İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ anabilim dallarına ait çalışmaları yayınlayan e-dergidir.

Yayın hayatına başlamasından bu yana IDEAStudies ailesi içinde yer alan ve emeklerini esirgemeyen dergi yönetim kurulundaki değerli hocalarımıza, yurt içi ve yurtdışında görev yapan danışma, yayın ve hakem kurullarımızda yer alarak uzmanlık alanları ile bizlere katkı sağlayan çok değerli hocalarımıza sonsuz teşekkürü bir borç biliriz.

Kurulduğu günden bu yana IDEAStudies ailesi olarak, akademisyen hocalarımızla birlikte çalışmanın gurunu yaşamaktayız. Şu ana kadar IDEAStudies ailesi içerisinde yer almamış, ama yer almak isteyen siz değerli hocalarımızı yayın kurulu, danışma kurulu, hakem kurulu ve yazar olarak yanımızda görmek bizlere daha da güç katacaktır.

Bu açıdan IDEAStudies dergisi olarak bizlere vereceğiniz her türlü destekten dolayı teşekkür eder, saygılar sunarız.

Prof.Dr. H.Seçil FETTAHLIOĞLU

English

International Journal Of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies (IDEAStudies), began its publication in 2015. IDEAJOURNAL is an international, refereed fervent and online journal, that publishes academic studies in the field of economic and administrative sciences.

We would like to thank you for your support to our advisory board, editorial board and arbitration board. We are also grateful to the scientists who share your study with us.

We are aware of the fact that we will be guided by stronger steps in the field of social sciences with the support you will give us in the future. For this reason, we are honored to see you in our broadcast, consultation or referee boards.

We would like to thank you for all the support you give in this way we are trying to become a social platform, and I offer respects.

Prof.Dr. H.Seçil FETTAHLIOĞLU

IDEA STUDIES Journal

International Journal Of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies

Open Access Refereed E-Journal & Indexed & Publishing / e-ISSN:2587-2168

ideastudies.com ideastudiesjournal@gmail.com

Vol 8 Issue 44 AUGUST 2022

GENERIC / JENERİK











International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies (IDEAStudies) is a **international** and **refereed** e-journal. You can send posts by new member record via the journal web page, and take a part in broadcast and / or arbitration committees. We would like to express our honor to work with you, our esteemed academics. International Journal Of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies (IDEAStudies) publishes original scientific articles, symposium, panel and scientific study outputs. Furthermore, symposium reports can be published, if not published anywhere. However, authors are responsible for any obstacles for their works. International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies (IDEAStudies) has the intellectual property rights of any published material. Anything published in the journal can not be published in anywhere except from the ones which has the permission of the journal. Any judicial, economic and ethical responsibilities of the published materials are under the authors' responsibility. International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies (IDEAStudies) will not accept any responsibility.

International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies (IDEAStudies) dergisi 2015 yılında yayım hayatına başlamış olup, **ULUSLARARASI, HAKEMLİ, ALAN İNDEKSİLİ ve E-DERGİ** olarak yayınlanan ve sadece İktisadi ve İdari Bilimler Bünyesinde yer alan çalışmaları yayımlayarak, söz konusu alana katkıda bulunmayı amaçlayan sosyal bilimler dergisidir. IDEAStudies dergisi 16 adet uluslararası indekste taranmaktadır.

JOURNAL ADMINISTRATION / DERGİ YÖNETİMİ		
Editor		
Prof. Dr. H.Seçil FETTAHLIOĞLU		
Disciplines Editor		
Professor Dr. Jean-Marc TROUILLE	Economics	Bradford University
Professor Dr. Ekaete EFRETUEI	Business Administration	Keele University
Professor Dr. Fatos UKAJ	Econometrics	Prishtina University
Professor Dr. Shpresa HOXHA	Labour Economics	Prishtina University
Associate Professor Dr. Beyhan ZABUN	Philosophy	Gazi University
Professor Dr. Dharm BHAWUK	Community Psychology	Hawaii University
Professor Dr. Mieczysław W. SOCHA	International Advisory Board	Warsaw University
Professor Dr. Haluk ALKAN	Public Administration	Marmara University
Professor Dr. Nauşabayeva HEKIMOĞLU	International Relations	Bitlis Eren University
Professor Dr. Ramazan ERDEM	Healthcare Management	Suleyman Demirel University
Foreign Language Linguist		
Ass.Prof.Dr. Gulsum Vezir Oguz	Istanbul Gelisim University	
Ass.Prof.Dr. Hayriye BILGINER	Kahramanmaraş Sutcu Imam University	
Index Supervisor		
Buket Büşra ÇİÇEK	Kahramanmaraş Sutcu Imam University	
Lawyer		
Lawyer İsmail KARACA	London	
Lawyer Ömer GÖDEOĞLU	Turkey	
ADVISORY BOARD / DANIŞMA KURULU		
Professor Abdullah OKUMUS	Istanbul University / TURKEY	
Professor Ahmet SENGONUL	Cumhuriyet University / TURKEY	
Professor Ali AKSOY	Inonu University / TURKEY	
Professor Ali AZAD	United Arab Emirates University / UNITED ARAB EMIRATES	
Professor Askar CHOUDHURY	Illinois State University, Illinois / USA	
Professor Belkis OZKARA	Afyon Kocatepe University / TURKEY	
Professor Bunyamin AKDEMİR	Inonu University / TURKEY	
Professor Chunxing FAN	Tennessee State University / USA	
Professor Dharm BHAWUK	Hawaii University / HAWAII	
Professor Dragana RADICIC	Lincoln University / UNITED KINGDOM	
Professor Ekaete EFRETUEI	Keele University / UNITED KINGDOM	
Professor Elvira BOLAT	Bournemouth University / UNITED KINGDOM	
Professor Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA	
Professor Ercan OKTAY	Karamanoglu Mehmetbey University/ TURKEY	
Professor Fatos UKAJ	Prishtina University / KOSOVA	
Professor Fazlı ARSLAN	Istanbul University / TURKEY	
Professor Feyzullah EROĞLU	Pamukkale University / TURKEY	
Professor Fusun ÇINAR ALTINTAS	Uludag University / TURKEY	
Professor Gulay BUDAK	Dokuz Eylul University / TURKEY	
Professor Hasan TUTAR	Sakarya Universty / TURKEY	
Professor Himmet KARADAL	Aksaray Universty / TURKEY	

Professor Ipek DEVECI KARAKOC	Dokuz Eylul University / TURKEY
Professor Isidora KOURTI	Regent's University / UNITED KINGDOM
Professor Ismail BAKAN	Kahramanmaraş Sutcu Imam University / TURKEY
Professor Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Professor Junaid M.SHAIKH	Curtin University of Technology / MALAYSIA
Professor Katia Zhivkova MIHAILOVA	Univ. of National and World Ec. Sofya / BULGARIA
Professor Kayhan TAJEDDINI	Lund University / SWEDEN
Professor Lutfiye OZDEMIR	Inonu University/TURKEY
Professor Mahir FISONOGLU	Cukurova University / TURKEY
Professor Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw /POLAND
Professor Mbodja MOUGOUE	Wayne State University / USA
Professor Mehdi TEHRANI	Columbus State University / USA
Professor Mevlüt KARAKAYA	Gazi University / TURKEY
Professor Mieczysław W. SOCHA	Warsaw University / POLAND
Professor Milind SATHYE	University of Canberra / AUSTRALIA
Professor Mohga BASSIM	Buckingham University / UNITED KINGDOM
Professor Mustafa PAKSOY	Kilis 7 Aralık University / TURKEY
Professor Nalan AKDOĞAN	Baskent University/TURKEY
Professor Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Professor Partha SARKAR	The University of Burdwan / INDIA
Professor Pinar SURAL OZER	Dokuz Eylul University / TURKEY
Professor Recep KOK	Dokuz Eylul University / TURKEY
Professor Sabahat BAYRAK KOK	Pamukkale University / TURKEY
Professor Semra GUNEY	Hacettepe University / TURKEY
Professor Serap CABUK	Cukurova University / TURKEY
Professor Sharon THACH	Tennessee State University / USA
Professor Singh MANJARI	Indian Institute of Management / INDIA
Professor Steve LETZA	Bournemouth University / UNITED KINGDOM
Professor Ugur YOZGAT	Marmara University / TURKEY
Professor Vaidas LUKOSIUS	Tennessee State University / USA
Professor Ymer HAVOLLI	Prishtina University / KOSOVA
Professor Yu-Feng LEE	New Mexico State University / USA
Professor Yusuf KARAKILÇIK	Inonu University / TURKEY
PUBLICATION BOARD / YAYIN KURULU	
Professor Adnan CELIK	Selcuk University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Ali APALI	Mehmet Akif Ersoy University / TURKEY
Associate Professor Dr. Ali BAYRAKDAROGLU	Muğla Sıtkı Koçman University / TURKEY
Associate Professor Dr. Ali Cuneyt CETIN	Akdeniz University / TURKEY
Professor Ali OZDEMIR	Dokuz Eylul University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Alper TAZAGUL	Kafkas University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Aykut EKİYOR	Gazi University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Aykut SARKGUNESI	Bulent Ecevit University / TURKEY
Assoc. Professor Dr. Ayşe Nazlı AYYILDIZ UNNU	Ege University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Baris AYTEKIN	Kırklareli University / TURKEY
Assist. Prof. Dr.Burcu Ozge OZASLAN CALISKAN	Istanbul University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Burhanettin COSKUN	Osmaniye Korkut Ata University / TURKEY
Assistant Professor Dr.Bilal SOLAK	Sirnak University / TURKEY
Associate Professor Dr. Birol MERCAN	Necmettin Erbakan University/ TURKEY
Associate Prof. Dr. Bulent OZ	Osmaniye Korkut Ata University / TURKEY
Professor Cetin BEDESTENCI	Çag University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Deniz AKGUL	Ahi Evran University / TURKEY
Assistant Professor Dr.Dilek PENPECE	Science and Technology University / TURKEY
Associate Professor Dr. Duygu KIZILDAG	Izmir Democracy University / TURKEY
Associate Professor Dr. Dundar KOK	Pamukkale University / TURKEY
Associate Professor Dr. Emel BAHAR	Mersin University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Elif SIMSEK OZKAN	Erciyes University / TURKEY
Professor Esin KUHEYLAN	Dokuz Eylul University / TURKEY
Assist. Professor Dr.Evrin MAYATURK AKYOL	Izmir Katip Celebi University / TURKEY
Assist. Professor Dr. Fatma Nur YORGANCILAR	Selcuk University / TURKEY
Associate Professor Dr. Fahri TURK	Trakya University / TURKEY
Associate Professor Dr. Fikret SOYER	Sakarya University / TURKEY
Assistant Professor Funda BAYRAKDAROĞLU	Muğla Sıtkı Koçman University / TURKEY
Professor Gonul BUDAK	Dokuz Eylul University / TURKEY
Associate Professor Dr. Gul KAYALIDERE	Calal Bayar University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Gul Tugba DAGCI	Yalova University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Gulsen GERSIL	Calal Bayar University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Gulsum Vezir OGUZ	İstanbul Gelisim University / TURKEY

Associate Professor Dr. Haluk DUMAN	Aksaray University / TURKEY
Associate Professor Dr. Hasan GÜL	Ondokuz Mayıs University/ TURKEY
Associate Professor Dr. Hatice Hicret ÖZKOC	Mugla Sıtkı Kocaman University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Hayriye SENGUN	Bayburt University / TURKEY
Associate Prof. Dr. Koray KAYALIDERE	Calal Bayar University / TURKEY
Associate Professor Dr.Mehmet INCE	Mersin University / TURKEY
Associate Professor Dr. Mehmet Ferhat ÖZBEK	Gumushane University / TURKEY
Associate Professor Dr. Melih ÖZCALIK	Calal Bayar University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Muhammed SAYGIN	Mersin University / TURKEY
Associate Professor Dr. Mustafa AY	Selcuk University / TURKEY
Associate Professor Dr. Mustafa Fedai CAVUS	Osmaniye Korkut Ata University / TURKEY
Professor Mustafa TASLIYAN	Kahramanmaraş Sutcu Imam University / TURKEY
Associate Professor Dr. Morsheda HASSAN	Grambling State University / USA
Associate Professor Dr. Namık Kemal ŞAHBAZ	Mersin University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Nazan SAHBAZ KILINC	Kirikkale University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Nicolin AGALLIJA	Bayburt University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Noyan AYDIN	Dumlupınar University / TURKEY
Associate Professor Dr. Nuran AKSIT ASIK	Balikesir University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Nurullah KAYA	Bayburt University / TURKEY
Associate Professor Dr. Nuri BALTACI	Gumushane University / TURKEY
Associate Professor Dr. Okyay UCAN	Nigde Ömer Halisdemir University /TURKEY
Associate Professor Dr. Olca SURGEVIL	Dokuz Eylül University / TURKEY
Associate Prof.Dr. Orhan ERCAN	Kahramanmaraş Sutcu Imam University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Ozlem YASAR UGURLU	Gaziantep University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Sahin CETINKAYA	Usak University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Sara ONUR	Kirikkale University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Selcen KÖK	Kahramanmaraş Sutcu Imam University / TURKEY
Assistant Professor Dr. Serkan KEKEVI	Gaziosmanpaşa University / TURKEY
Assistant Professor Dr. S. Mustafa ERSUNGUR	Ataturk University / TURKEY
Professor Tahir AKGEMCI	Selcuk University / TURKEY
Associate Professor Dr. Zubeyir TURAN	Ömer Halisdemir University / TURKEY
INTERNATIONAL REPRESENTATIVE / ULUSLARARASI TEMSİLCİLER	
Professor Askar CHOUDHURY	Illinois State University, Illinois / USA
Professor Chunxing FAN	Tennessee State University / USA
Professor Dharm BHAWUK	Hawaii University / HAWAII
Professor Dragana RADICIC	Bournemouth University / UNITED KINGDOM
Professor Ekaete EFRETUEI	Keele University / UNITED KINGDOM
Professor Elvira BOLAT	Bournemouth University / UNITED KINGDOM
Professor Emmy INDRAYANI	Gunadarma University / ENDONEZYA
Professor Fatos UKAJ	Prishtina University / KOSOVA
Professor Isidora KOURTI	Regent's University / UNITED KINGDOM
Professor Jean-Marc TROUILLE	Bradford University / UNITED KINGDOM
Professor Jayesh KUMAR	Indira Gandhi Institute of Development Research / INDIA
Professor Junaid M.SHAIKH	Curtin University of Technology / MALAYSIA
Professor Katia Zhivkova MIHAILOVA	University of National and World Economic Sofya/BULGARIA
Professor Kayhan TAJEDDINI	Lund University / SWEDEN
Professor Marek GRUSZCZYNSKI	Warsaw School of Economics Warsaw /POLAND
Professor Mbodja MOUGOUÉ	Wayne State University / USA
Professor Mehdi TEHRANI	Columbus State University / USA
Professor Mieczysław W. SOCHA	University of Warsaw / POLAND
Professor Mohga BASSIM	University of Buckingham / UNITED KINGDOM
Professor Nor Asiah ABDULLAH	Multimedia University / MALAYSIA
Professor Partha SARKAR	University of Burdwan / INDIA
Professor Sharon THACH	Tennessee State University / USA
Professor Singh MANJARI	Indian Institute of Management / INDIA
Professor Shpresa HOXHA	Prishtina University / KOSOVA
Professor Singh MANJARI	Indian Institute of Management / INDIA
Professor Steve LETZA	Bournemouth University / UNITED KINGDOM
Professor Vaidas LUKOSIUS	Tennessee State University / USA
Professor Ymer HAVOLLI	Prishtina University / KOSOVA
Professor Yu-Feng LEE	New Mexico State University / USA
REFERENCES OF THE LAST ISSUE / SON SAYININ HAKEMLERİ	
Prof.Dr. Adem Şahin	TOBB Economy And Technology University
Prof.Dr.Adnan Bülent Baloğlu	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof.Dr. Erdem Kırkbeşoğlu	Başkent University
Prof.Dr. Erdiç Tutar	Nigde Ömer Halisdemir University
Associate Professor Dr. Mehmet Akyol	Gümüşhane University

Associate Professor Dr. Mustafa Yayla	Police Academy University
Associate Professor Dr. Özgür Akpınar	Marmara University
Associate Professor Dr. Samet Evci	Osmaniye Korkut Ata University
Assist.Prof.Dr. Abdurrahman Gümrah	Selçuk University
Assist.Prof.Dr. Ahmet Turgut	Aksaray University
Assist.Prof.Dr. Alaaddin Selçuk Köylüoğlu	Selçuk University
Assist.Prof.Dr. Duygu TOPLU Yaşlıoğlu	İstanbul University
Assist.Prof.Dr. Melek Yıldız	Çankırı Karatekin University
Assist.Prof.Dr. Necmettin Gül	Kahramanmaraş Sutcu Imam University
Assist.Prof.Dr. Turgay Münyas	İstanbul Okan University
Assist.Prof.Dr. Yasemin Ezin	Adıyaman University
Research Assistant Dr. Tuba Ezgi Çakır	İstanbul University
INDEXED / LISTED / TARANAN İNDEKSLER	
	SOBIAD Atıf Dizini
	International Index Copernicus
	Scientific Indexing Services (SIS)
	Eurasian Scientific Journal Index (ESJI)
	Cite Factor Academic Scientific Journals
	ResearchBible (Academic Resource Index)
	Directory of Research Journals Indexing (DRJI)
	Root Society for Indexing and Impact Factor Service
	Advanced Science Index
	infoBase index



OPEN  ACCESS



IDEA STUDIES Journal

International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies

Open Access Refereed E-Journal & Indexed & Publishing / e-ISSN:2587-2168

 ideastudies.com  ideastudiesjournal@gmail.com

Vol 8 Issue 44, AUGUST 2022



CONTENT / İÇİNDEKİLER

Esin Bengü Ceran Examples of Social Enterprises in the Context of Turkey and Their Evaluation in Terms of Social Mission Türkiye Bağlamında Sosyal Girişim Örnekleri ve Sosyal Misyon Açısından Değerlendirilmesi	Research Article 496-502
İsabet Ebru Yazıcıoğlu Sigortacılık Sektöründeki Dijital Dönüşüm: Insurtech Digital Transformation in the Insurance Industry: Insurtech	Research Article 503-510
Ayşen Bakkaloğlu Savaş Ekonomisi ve Rusya-Ukrayna Savaşının Avrupa Ekonomisine Olası Etkilerinin Gelecek Perspektifi Economics of War and a Future Perspective on the Possible Effects of the Russia-Ukrainian War on the European Economy	Research Article 511-522
Sabri Kurtoğlu & Canan Dağdır Çakan Sürdürülebilir Ekonomide Yeşil Tahvil ve Bir Türkiye Örneği Green Bond in Sustainable Economy and A Sample of Türkiye	Research Article 523-534
Ümmü Saliha Eken İnan Organik Gıdaların Pazarlamasında Tüketicilerin Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi (EBBT) Üzerinde Sağlık Bilinci Rolü & Organik Gıda Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım İlişkisinde Cinsiyet Faktörünün Düzenleyici Etkisi The Role of Health Awareness on Consumers' Explorative Purchase Behavior (EBBT) in Organic Food Marketing & Gender Factor Effect in the Relationship and Participation in Organic Food Purchasing Process	Research Article 535-550
Hüseyin Arslan Türkiye'nin Yeni Güvenlik Konseptinin Terörizmle Mücadele Üzerindeki Etkisi Turkey's New Security Concept and It's Impact on Combating Terrorism	Research Article 551-563
Fulya Özdemir Örgütsel Davranış Alanında 2020-2022 Yılları Arası Yazılan Doktora Tezlerine Yönelik Bir İnceleme A Review of Doctoral Theses Between the Years 2020-2022 in the Field of Organizational Behaviour	Research Article 564-574
Mustafa Can Samırkaş & Meryem Samırkaş Komşu Emtia Piyasalarında Fiyat Balonları: Covid-19 Dönemi İçin Bir İnceleme Price Balloons in Commodity Markets: A Study for the Covid-19 Period	Research Article 575-586
Filiz Kutluay Tutar & Sayyara Musayeva Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Şehir Turizmi: Türk Dünyasının Medeniyet Başkenti Şeki Uygulaması Urban Tourism within the Scope of Sustainable Tourism: The 'Shaki' Implementation, the Civilization Capital of the Turkish World	Research Article 587-598

e-ISSN:2587-2168

Year: 2022
Vol: 8 Issue: 44
pp 496-502Article ID
63946Arrival
07 June 2022
Published
31 AUGUST 2022**DOI NUMBER**<http://dx.doi.org/10.29228/8/ideas.63946>**How to Cite This Article**Ceran, E. B. (2022).
“Examples of Social
Enterprises in The
Context of Turkey and
Their Evaluation in Terms
of Social Mission”,
International Journal of
Disciplines Economics &
Administrative Sciences
Studies, (e-ISSN:2587-
2168), Vol:8, Issue:44; pp:
496-502International Journal of
Disciplines Economics &
Administrative Sciences Studies
is licensed under a Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.**Examples of Social Enterprises in the Context of Turkey and Their Evaluation in Terms of Social Mission**

Türkiye Bağlamında Sosyal Girişim Örnekleri ve Sosyal Misyon Açısından Değerlendirilmesi

Esin Bengü Ceran¹ ¹ Res. Assist. Phd., Istanbul University, Faculty of Business Administration, Department of Business Administration, Istanbul, Turkey**ABSTRACT**

It is important to reveal the difference between social entrepreneurship, which has increasing amount in the business world day by day and which is the subject of many studies in the academic community, from other business models. Social enterprises have a different place from other enterprises in the business world and literature with their mechanism that puts the social mission in the center. In this direction, this study aims to verify the positioning of the social mission dimension, which is thought to be the central dimension in the academic literature, by examining its positioning in local examples from Turkey. It has been seen that the social missions at the center of the examples evaluated within the scope of the study are like bringing solutions to social problems and these initiatives continue their activities as business models that focus on their social missions. In line with the examples examined, each initiative's solution to at least one of the problems of "children with special needs, disabilities, education, poverty, information and communication technologies (ICT) exclusion, chemical dependency, environment, sustainable energy, unemployment, women's equality, rural community development, nature" has been demonstrated. It is thought that the examples discussed in the study are valuable in terms of providing local contributions to literature from the context of Turkey.

Keywords: Social Entrepreneurship, Social Mission, Entrepreneurship**ÖZET**

İş dünyasında sayısı her geçen gün artmakta olan ve akademik camiada da çok sayıda çalışmaya konu olan sosyal girişimciliğin diğer iş modellerinden farkının ortaya konulması önem teşkil etmektedir. İş dünyasında var olan toplumsal sorunlara ilişkin farkındalığın sosyal misyonu iş modelinin neresinde konumlandığı pek çok açıdan sorgulanmaktadır. Sosyal girişimler sosyal misyonu merkeze alan mekanizması ile iş dünyasında ve literatürde diğer girişimlerden farklı bir yere sahiptir. Bu doğrultuda yapılan çalışma ile akademik literatürde merkezi bileşen olduğu düşünülen sosyal misyon bileşeninin yerel örneklerdeki konumlandırmasının incelenmesi ile doğrulanması amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında değerlendirilen örneklerin merkezinde bulunan sosyal misyonlarının toplumsal sorunlara çözüm getirme niteliğinde olduğu ve bu girişimlerin sosyal misyonlarına odaklanan iş modelleri olarak faaliyetlerini sürdürdükleri görülmüştür. İncelenen örnekler doğrultusunda her bir girişimin “özel gereksinimli çocuklar, engelliler, eğitim, yoksulluk, bilgi ve iletişim teknolojileri dışlanması, kimyasal bağımlılık, çevre, sürdürülebilir enerji, işsizlik, cinsiyet eşitliği, kırsal toplum gelişimi” sorunlarından en az birine çözüm üretme niteliği taşıdığı ortaya konulmuştur. Çalışmanın ele alınan örneklerin Türkiye bağlamından yerel katkı sağlaması açısından değerli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Sosyal Misyon, Girişimcilik**1. INTRODUCTION**

With the understanding that global problems cause irreversible damages, the business world, where competition is prioritized, has to transform its focus. With the increase in the number of sustainable business models and the long-term survival of successful enterprises with high social awareness, the idea that a transformation in this direction is possible is becoming widespread. More importantly, with the increase in social awareness, it can be seen that all business models with or without profit expectations can serve a social mission. At the same time in business life and academic literature, many types of entrepreneurship such as intrapreneurship, women entrepreneurs, techno-startups, and e-entrepreneurship also attract attention (Hisrich, 1990; Hisrich & O'Brien, 1981; Gandhi et al., 2008, Matlay, 2004). In this direction, it is seen that many studies have been carried out to create the conceptual framework of social enterprises that focus on social mission and prioritize the concern of creating social value. The concept of social entrepreneurship, which attracts attention in the academic literature as well as in business life, has been the subject of many academic studies (Alvord et al. 2004, Mair & Marti, 2006; Peredo & McLean, 2006).

Various definitions have been made within the scope of social entrepreneurship studies in the literature, and few systematic review studies have been included. The dimensions of the concept have been put forward within the scope of different studies, but there is still no consensus on what the dimensions are. Studies on the dimensions of the concept of social entrepreneurship continue, but the social mission dimension is kept at the center in almost every study (Dees, 1998; Weerawardena & Sullivan Mort, 2006; Austin et al. 2006; Hervieux et al., 2010).

Within the scope of this study, it is thought that supporting the social mission and social value creation dimensions, which are the focus of social entrepreneurship, with local examples to contribute to the literature and an evaluation has been made in this direction. With the study, first of all, the definition of the concept, what its dimensions are, and the importance of the social mission dimension was revealed, and various examples in the context of Turkey were evaluated in terms of their social missions. In this way, it is aimed to present a confirmatory study on the social mission dimension of the concept of social entrepreneurship. It is thought that the study is valuable in terms of contributing to the formation of the conceptual framework of the concept of social entrepreneurship with a confirmatory evaluation from the local context.

2. DEFINING THE CONCEPT OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

The concept of social entrepreneurship, which includes social and entrepreneurial terms differs from the commercial entrepreneurs which are defined as “innovative and developer people who see opportunities and can turn them into marketable ideas, add value to them with effort, money and talent, take risks and expect rewards accordingly” (Ülgen Aydınlik, 2016). Since social entrepreneurship is carried out within the framework of a business model other than the purpose it serves, it should also be separated from associationism, volunteering and philanthropy. ASHOKA, the first social entrepreneurship platform in the world, defines social entrepreneurs as change agents who develop solutions to social problems and transform systems with their innovative ideas (AHOKA). Social entrepreneurs handle a social problem from a different perspective than everyone else, they put forward innovative ideas for the solution of this problem, and become the pioneers of change within the framework of the business model they have designed.

Social entrepreneurship is a process in which new institutions are established or institutional transformations are carried out to find solutions to social problems such as poverty, incurable diseases, lack of literacy, environmental destruction, human rights violations and corruption (Borenstein et al., 2010). The solutions brought by social enterprises are not instant and current solutions, but long-term, sustainable solutions, and at the same time, they have a much larger scale of influence than seems by domino effect.

Dees (1998), who is accepted as the father of the concept of social entrepreneurship in the academic literature, mentions several concepts while defining the social entrepreneurship concept; It brings together value creation by Say, innovation and change by Schumpeter, and opportunity view by Drucker, and defines social entrepreneurship as the harmony of those three. This definition, which is the most comprehensive and accepted in the academic literature, is as follows (Dees, 1998);

“Social entrepreneurs play the role of change agents in the social sector, by:

- ✓ *Adopting a mission to create and sustain social value (not just private value),*
- ✓ *Recognizing and relentlessly pursuing new opportunities to serve that mission,*
- ✓ *Engaging in a process of continuous innovation, adaptation, and learning,*
- ✓ *Acting boldly without being limited by resources currently in hand, and*
- ✓ *Exhibiting a heightened sense of accountability to the constituencies served and for the outcomes created.”*

Dees describes social entrepreneurs as change agents; In the definition, it refers to social value creation, ability to seize opportunities, constant innovation and willingness to learn, not satisfaction with what they have and striving for more. Many definitions of social entrepreneurship have been examined through the years, and some of the social entrepreneurship definitions from 1987 to 2003 have been compiled within the scope of the study "Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model" by Weerawardena and Mort . When the definitions in this study are examined, it is seen that Dees's (1998) definition of social entrepreneurship still preserves its feature of being the most comprehensive and detailed definition of social entrepreneurship with its elements.

The concept of social entrepreneurship is closely followed by many academicians in Turkey, and the theoretical development of the concept is tried to be supported in line with local examples. In this direction, many definitions of the concept of social entrepreneurship are made in the context of Turkey. Besler, who presents a detailed theoretical framework on the conceptual foundations of social entrepreneurship, defines social entrepreneurship as “a sustainable, innovative and social process in which opportunities are pursued to create social value or change and/or meet social needs in almost every sector, a certain amount of risk is taken to use these opportunities, resources are used creatively” (Besler, 2010). This definition can be also considered as a very comprehensive one that it includes a large number of social entrepreneurship dimensions.

2.1. Components of the Concept of Social Entrepreneurship

It is important to distinguish social enterprises from other enterprises, to create the conceptual framework and add this title to enterprises in business life. To distinguish a social enterprise from a commercial enterprise or a philanthropic act, it must meet the elements in the definition of the concept of social enterprise, as well as cover the dimensions of this concept not completely but to a certain extent.

The dimensions that make up the concept of social entrepreneurship are defined under five headings by Praszkiar and Novak (2012), who have made an important contribution to determining the framework of the concept of social entrepreneurship. According to the authors, for an enterprise to be defined as a social enterprise, it should be evaluated in terms of "social mission, social innovation, social change, entrepreneurial spirit, personality" variables. If the initiative is suitable for the definitions put forward within the scope of these dimensions, it can be said that the initiative has the feature of being a social enterprise. Within the scope of another study that contributed to the theoretical framework of the concept, Weerawardena and Sullivan Mort (2006) present the dimensions of social entrepreneurship with a formulation, and the dimensions determined according to this formula have the potential to create social value. In other words, for an enterprise to be a social enterprise, it is expected to include definitions of social value creation, innovativeness, proactiveness, risk management, sustainability, social mission and environment dimensions (Weerawardena & Sullivan Mort, 2006). Within the scope of the study titled "The legitimization of social entrepreneurship", many valuable studies on the concept of social entrepreneurship were analyzed in depth with discourse analysis. As the result of this study, it has been revealed that social entrepreneurship, whose theory has been examined in detail, consists of eight dimensions (Hervieux et al., 2010). The dimensions of social entrepreneurship are listed in the result as; social mission, socio-economic organization, innovation, sustainability, social change, opportunities, autonomy, and risk.

Based on the studies on the dimensions of the concept, the importance of the social mission dimension, which should be at the center of social entrepreneurship, is easily revealed. In this direction, the social mission dimension and its importance will be mentioned in the next part of the study.

2.2. Social Mission Dimension of Social Entrepreneurship

The central role of social mission in social enterprises is emphasized by most researchers (Dees, 1998; Weerawardena & Sullivan Mort, 2006; Austin et al. 2006; Hervieux et al., 2010). While defining social entrepreneurship, Dees emphasizes that social enterprises can be successful as long as they serve their social missions. Social entrepreneurs seek the most effective way to realize their social missions and establish their business models accordingly (Dees, 1998). The main reason why the social mission dimension has an important place in terms of the concept of social entrepreneurship is that this dimension distinguishes social enterprises from other enterprises. Components such as innovation, risk-taking potential and proactivity are among the dimensions of commercial ventures as well as other dimensions in social entrepreneurship. For this reason, social mission emerges as a critical feature that is specific to social enterprises and makes them different from commercial enterprises. Austin et al. (2006) emphasize the importance of social mission for a social enterprise with the following statement; "Common across all definitions of social entrepreneurship is the fact that the underlying drive for social entrepreneurship is to create social value, rather than personal and shareholder wealth". Creating social value in line with the social mission comes first for social enterprises.

For an enterprise to be mentioned as having a social mission, it is expected to aim to produce solutions to various social problems. For an enterprise to be defined as a social enterprise, it must have the potential to solve at least one social problem and make it the focus of all its processes. A social mission should focus on at least one of these; "aging, chemical dependency, children with special needs, disabilities, discrimination against minorities, education, information and communication technologies (ICT) exclusion, energy production and distribution, environment, health, homelessness, peace and conflict resolution, poverty, rural community development sanitation, street children, sustainable energy, trafficking of women and children, unemployment, women's equality" problems (Praszkiar and Novak, 2012).

In line with the inferences obtained from the comprehensive studies, it is seen that having a social mission is the primary condition for an enterprise to be a social enterprise. All of the researchers who could not agree on issues such as whether social enterprises are for-profit or not concerned about making a profit, all mention that a social enterprise should be focused on a social mission. The fact that every study on social enterprises in the literature accepts the dimension of having a social mission as a premise reveals the importance of this variable. In this

direction, it is aimed to evaluate the examples from the context of Turkey in terms of their social missions. With the study, it will be ensured that the social mission dimension is enriched with examples in the local context.

3. Social Entrepreneurship Examples in the Context of Turkey and Evaluation in Terms of Their Social Missions

3.1. Hasan Zafer Elcik-Otsimo

Hasan Zafer Elcik-Otsimo has provided home education opportunities to approximately 75000 children with special needs in Turkey and around the world, with the mobile application project he developed for children in need of special education in the pre-school period. With the help of the developed mobile application, children with autism and other special needs, who do not have the opportunity to access the astronomically priced education of private schools and do not have the chance to receive government-supported education, have had the chance to develop their abilities at home with the help of their families. The most important factor in the emergence of this initiative is the insufficient level of free education for children with special needs in Turkey and the high cost of comprehensive education. Being the pioneer of social enterprise, Elcik's realization of this deficiency was in line with his search for education for his brother with autism. With the help of this initiative, it is aimed to strengthen the social skills, muscle development and academic basis of children by transferring the world's leading education methodologies to mobile phones.

3.2. Mesut Keskin – e-bursum

The e-scholarship initiative, which advances with the vision of enabling every individual to receive education without financial difficulties, was established as a digital platform. The pioneer of the initiative, Mesut Keskin, has provided scholarships to 250 thousand of people since the establishment of the scholarship platform. The emergence of the e-scholarship system was due to the financial difficulties of the founder Mesut Keskin during his university education. The social entrepreneur, who had difficulties in obtaining a scholarship and continuing his education during his studentship, established a platform so that other students in need would not experience the problems he experienced, and succeeded in bringing together those who volunteered to give scholarships and those in need.

3.3. Mehmet Atakan Foça teyit.org

With the introduction of social media into our lives, the spread of many true and false news has accelerated. Mehmet Atakan Foça has established a verification program, teyit.org, to spread true information as quickly as false information and to distinguish the true from the false. Teyit.org is on the way to increasing media literacy by involving users in the process for the purpose of analysis, validation, and dissemination of critical thinking through its website. Foça expresses the vision of the initiative as “to reach an information age where information is spread more democratically and equally, and where reaching the truth is possible without misunderstanding”. With the help of the share of analyzes, it is also possible for the readers to learn the techniques to confirm the information they have obtained and to be included in the system, while the teyit.org initiative raises awareness about the existence of fake news.

3.4. Uygur Özemesi - Good4Trust

Uygur Özemesi, who strives for social change, realized the harms of the consumption economy during bird watching, where he noticed the harm to nature. Setting out with this awareness, the social entrepreneur first developed the data sharing system in the field of bird watching and established the Good4Trust initiative, which can bring together businesses that want to produce alternatives to the consumption economy. Generators, communicating with each other through the developed platform, make nature-friendly production without harming nature, and become stronger day by day by supporting each other with the system they have established within themselves. In other words, the production of sustainability-oriented businesses by supporting each other is on the way to creating a new world by leaving the consumption economy. With the help of this initiative, the producers who can come together have the chance to lead in the establishment of a new alternative system to the consumption economy with the awareness of not harming nature while producing.

3.5. Serra Titiz- GelecekDahaNet

It is known that in Turkey, half of the country's population is under the age of 30 and youth unemployment is at a significant rate. In this respect, young people need to make the right choices regarding their career choices and path. On the other hand, it is known that the managers of leading companies in the world and professionals need young mindsets. The GelecekDahaNet platform, founded by Serra Titiz, brings these two disconnected sides

together. While volunteer mentors share information with young people through this platform, young people receive mentorship about the sector and profession. The GDN initiative aims to be a platform where they can share their knowledge and experience without space and time constraints. With the help of this platform, while young people create their career goals, leaders in business life can make a more qualified sharing other than donating to various organizations. In addition to one-on-one meetings, various informative videos, webinars, seminars, and conferences guide young people in designing their career paths. The social enterprise's founders think this initiative is a universal investment because it contains the quality of guiding the youth. The pioneer of the GDN initiative Serra Titiz, and her team believe the return on this investment has the potential to save the world.

3.6. Bedriye Hülya- Bfit

The Bfit initiative, it is tried to create areas where women in the middle and lower income levels can do sports. Bfit sports areas not only offer women the opportunity to do sports, but also create working opportunities for women with franchises that are given only to women entrepreneurs. The fact that there are only female employees within Bfit also provides employment opportunities for female employees other than entrepreneurs. This initiative, which aims to liberate women in every aspect and to make space for them, enables to separate the concepts of sports and entrepreneurship from the male-dominated understanding. Social entrepreneur Bedriye Hülya has succeeded in offering hundreds of women the opportunity to do sports, start a business and work with the Bfit franchise system across Turkey. With this project, the active participation of women in life is being supported.

3.7. Mine Ekinci- KODA

The Village Schools Exchange Network (KODA), which set out to ensure social justice and to create equality of opportunity in education by increasing the quality of education in village schools, aims to eliminate inequality in rural and urban education. With the studies carried out within KODA, efforts are made to eliminate the factors that make education poor such as problems caused by families, physical problems, child labor, seasonal labor, language differences between teachers and students. In line with these purposes, Volunteer trainer communities were formed to increase the motivation and qualifications of village teachers, and village teachers were provided to come together and produce lots of solutions. With the help of the communities created, it was ensured that the teachers did not feel alone and that they created sustainable solutions together. It is aimed to design a model village school that will set an example for all village schools in the long run through activities such as teacher communities and children's workshops. Social entrepreneur Mine Ekinci's dream with this initiative is; "To contribute to a world where every child can realize itself without getting away from nature, whether in the village or the city".

3.8. Mert Fırat and Ali Ercan – İhtiyaç Haritası

The İhtiyaç Haritası system, which was implemented by Mert Fırat and Ali Ercan in 2015, brings together needies and supporters. With the help of this platform, parties can communicate without intermediaries and their needs can be met in a transparent and non-hierarchical manner. This initiative was established due to reasons such as the loss of trust in NGOs due to transparency problems in Turkey, the increase in problems regarding donation management, and the formation of hierarchy while giving support. The needy and supporters for social development have been provided to meet on an online platform, and the needs map system has managed to reach over 100 thousand users in 6 years since its establishment. The system operates in the form of meeting the emergency needs in disasters and meeting instant needs, as well as constantly meeting routine needs and creating need maps for a specific issue. İhtiyaç Haritası can also be defined as a new generation social cooperative system that brings the parts together without intermediaries.

When the examples detailed above are examined in terms of social entrepreneurship dimensions, it is seen that the purpose of each of them includes a social mission and has the potential to create social value. The founding purpose of Otsimo is to provide accessible and quality education opportunities for children with special needs; e-bursum strives to enable individuals to receive education without financial difficulties; teyit.org has set out with the intention of eliminating information pollution caused by developing technology and the widespread use of social media, and increasing media literacy; Good4Trust was established as a platform that supports environmentally friendly production without harming the nature; GelecekDahaNet strives to find solutions to youth employment and career planning problems; Bfit aims to increase women's employment and create opportunities for women to do sports, KODA tries to produce solutions for the problems in village schools; İhtiyaç Haritası aims to make it possible for t to reach donors without the need for an intermediary. All these

efforts and goals meet the social mission-oriented dimension of social entrepreneurship and its potential to create social value.

When the social enterprise examples discussed within the scope of the study are evaluated in terms of the social problems that the social mission put forward by Praszkiar and Novak (2012), it is seen that each of them has the potential to create social value. In line with its social mission, Otsimo provides solutions to the problems of children with special needs, disabilities and education; e-bursum, education, poverty; teyit.org, information and communication technologies (ICT) exclusion; Good4Trust, chemical dependency, environment, sustainable energy; GelecekDahaNet, unemployment; Bfit, women's equality; KODA continues its activities to solve the problems of rural community development, education; İhtiyaç Haritası touches on many social problems more comprehensively and strives to find solutions to these problems. From this point of view, it is seen that each of the examples discussed can solve problems in different fields with the help of the social value they create separately. Each social enterprise is recognized as unique and valuable in this respect.

The argument that emphasized in the literature which the initiatives focusing on the social mission, can be called social enterprises, is confirmed with this study in the light of the examples considered as important social enterprises in Turkey. These examples, examined in the local context, are initiatives that succeed in creating social value by keeping their social missions both as the purpose of establishment and at the center of all their processes. In this direction, it has been seen through the examples examined at the end of the study that for an enterprise to be a successful social enterprise, it must solve a social problem. In addition to being the central component of the social mission, the other components of social entrepreneurship, such as innovation, proactivity, risk-taking, and seeing opportunities, are also included in these initiatives. However, these components can serve social value creation to the extent that they are shaped around the social mission focus.

4. CONCLUSION

Businesses can't survive without being aware of the environment they are in. As with every living organism, businesses need to continue their activities without harming their system. In this direction, it is expected that commercial or social enterprises will have social awareness. Business models with high social awareness, which have become increasingly important in the last century, have led to the emergence of the concept of social entrepreneurship. The number of social mission-oriented initiatives that have existed for centuries but are not defined as social enterprises are increasing day by day. In this direction, the theoretical framework of the concept of social entrepreneurship, whose importance is increasing every day in the academic sense, is tried to be established. Within the scope of this study, examples from the local context were examined in order to contribute to the conceptual framework of social entrepreneurship and the central dimension of social entrepreneurship was evaluated in terms of social mission.

In terms of the examples evaluated within the scope of the study, it was seen that the purpose of each of them was to bring a solution to a social problem, their business models were created in this direction, and this mission was at the center of all activities. It has been revealed that each initiative, in line with its focus, is capable of solving at least one of the problems of those; children with special needs, disabilities, education, poverty, information and communication technologies (ICT) exclusion, chemical dependency, environment, sustainable energy, unemployment, women's equality, rural community development. With the study, the argument that a social enterprise should have a social mission and create value in this direction was supported by examples in the local context. In addition, it has been seen that other dimensions in the literature exist within the scope of examples, but these dimensions cannot distinguish social enterprises from commercial enterprises without a social mission focus in the center.

To shape the conceptual framework of social entrepreneurship in the literature, it is important to determine its dimensions more clearly and to carry out studies in this direction. It is possible to create dimensions related to the concept by various methods. It is thought that examining the organizations accepted as social enterprises in this direction will contribute to the formation of the conceptual framework. Within the scope of the study conducted in this direction, various initiatives accepted as social enterprises within ASHOKA Turkey were evaluated in terms of the social mission, which emphasized the key feature of the social enterprise dimensions in the literature. The study aims to examine the social enterprises in the context of Turkey in line with the social mission and to reach a confirming conclusion regarding this dimension. It is thought that the study is valuable in terms of presenting a local evaluation from the Turkish context regarding the social mission and social value creation dimension.

REFERENCES

1. Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: An exploratory study. *The journal of applied behavioral science*, 40(3), 260-282.
2. ASHOKA, çevrimiçi, <https://ashokaturkiye.org/>
3. Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both?. *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22.
4. Besler, S. (2010). Sosyal Girişimcilik. İçinde S. Besler (Editör), *Sosyal Girişimcilik*, İstanbul:Beta Yayınevi.
5. Bornstein, D., ve Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs To Know?* New York: Oxford University Press
6. Dees, J. G. (2018). The Meaning of Social Entrepreneurship, İçinde Dees (Editör), *Case Studies in Social Entrepreneurship and Sustainability* (pp. 22-30). Routledge.
7. Gandhi, S., Bulsara, H. P. & Porey, P. D., 2008. Techno-innovation to Techno-entrepreneurship through Technology Business Incubation in India: An Exploratory Study. Maastricht, Netherlands, Wuhan University of Polytechnology Publishing House, pp. 56-67.
8. Hervieux, C., Gedajlovic, E., & Turcotte, M. F. B. (2010). The legitimization of social entrepreneurship. *Journal of Enterprising Communities: people and places in the global economy*.
9. Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/intrapreneurship. *American Psychologist*, 45(2), 209–222.
10. Hisrich, R.D., & O'Brien, M. (1981). The woman entrepreneur as a reflection of the type of business. In K.H. Vesper (Ed.), *Frontiers of entrepreneurial research* (pp. 54–67). Boston, MA: Babson College.
11. Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of world business*, 41(1), 36-44.
12. Matlay, H. (2004). E-entrepreneurship and small e-business development: towards a comparative research agenda. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
13. Peredo, A. M., ve McLean, M. (2006). Social Entrepreneurship: A Critical Review of The Concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65.
14. Praszkie, R., ve Nowak, A. (2011). *Social Entrepreneurship: Theory and Practice*. Cambridge University Press.
15. Ülgen Aydınlik, A. (2016). *Girişimcilik*, Beta, İstanbul.
16. Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*, 41(1), 21-35.

e-ISSN:2587-2168

Year: 2022
Vol: 8 Issue: 44
pp 503-510Article ID
63734
Arrival
26 June 2022
Published
31 AUGUST 2022**DOI NUMBER**<http://dx.doi.org/10.29228/8/ideas.63734>**How to Cite This Article**Yazıcıoğlu, E. İ. (2022).
"Sigortacılık Sektöründeki
Dijital Dönüşüm:
Insurtech", International
Journal of Disciplines
Economics &
Administrative Sciences
Studies, (e-ISSN:2587-
2168), Vol:8, Issue:44; pp:
503-510International Journal of
Disciplines Economics &
Administrative Sciences Studies
is licensed under a Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.**Sigortacılık Sektöründeki Dijital Dönüşüm: Insurtech¹**

Digital Transformation in the Insurance Industry: Insurtech

İsabet Ebru Yazıcıoğlu¹ ¹ Arş. Gör., Kto Karatay Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sigortacılık ve Sosyal Güvenlik Bölümü, Konya, Türkiye**ÖZET**

Bu çalışmada dijital teknolojilerin sigortacılık sektöründeki konumunun ve gelecek potansiyellerinin araştırılması amaçlanmaktadır. Son yıllarda, bilgi teknolojileri ve dijitalleşmenin dünyada birçok sektör gibi finans sektörüne de farklılıklar getirdiği gözlemlenmektedir. Finans teknolojisinin (Fintech) alt alanı olarak sigorta teknolojisi (Insurtech) 2011 yılından bu yana her geçen gün gelişmektedir. Geleneksel sigorta şirketlerinden farklı olarak insurtech alanında kendini geliştiren sigorta şirketlerinin; büyük veri analizi, yapay zeka, robo danışmanlar, nesnelerin interneti gibi teknolojileri kullanarak sektörde kendilerinden bahsettirdikleri görülmektedir. 2014 yılının ilk çeyreğinde 135 milyon dolar seviyesinde işlem hacmi olan Insurtech yatırımlarının, 2021 yılının 3. çeyreğinde 10 milyar dolar seviyesine yükseldiği görülmektedir. Sektörün Pazar büyüklüğünün 2028 yılına kadar 60,98 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Insurtech, küresel sigorta sektöründe 2011 yılında gelişmeye başlamış olmasına rağmen; Türkiye’de 2016 yılı itibarıyla büyüyen ve dikkat çeken bir alan haline gelmiştir. Çalışmada insurtech alanındaki dijital teknolojilerden, dünyada yapılan yatırımların ulaştığı rakamlardan ve sigorta teknolojisinin geleceği ile ilgili öngörülerden bahsedilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sigortacılık Sektörü, Insurtech, Fintech, Dijitalleşme**ABSTRACT**

In this study, it is aimed to investigate the position of digital technologies in the insurance sector and their future potential. In recent years, it has been observed that information technologies and digitalization have brought differences to the financial sector, as well as many sectors in the world. Insurance technology (Insurtech) as a sub-field of financial technology (Fintech) has been developing every day since 2011. In contrast to traditional insurance companies, insurtech has developed itself in the field of insurance companies; it is seen that they are talking about themselves in the industry using technologies such as big data analysis, artificial intelligence, robo-consultants, the Internet of things. It is seen that Insurtech investments, which had a transaction volume of 135 million dollars in the first quarter of 2014, increased to 10 billion dollars in the third quarter of 2021. The market size of the sector is expected to reach 60.98 billion dollars by 2028. Although Insurtech started to develop in the global insurance sector in 2011, it has become a growing and noteworthy field in Turkey as of 2016. In the study, digital technologies in the field of insurtech, the figures reached by investments made in the world and predictions about the future of insurance technology will be mentioned.

Keywords: Insurance Industry, Insurtech, Fintech, Digitalization**1. GİRİŞ**

Son yıllarda hızla gelişen teknolojiyle birlikte finans sektörü de gelişme ve değişme eğilimindedir. Finans alanındaki teknolojik gelişmeler -kısa adıyla Fintech- yapay zeka, bulut bilişim, blok zinciri ve büyük veri alanlarında yaşanmaktadır. Geleceğe dönük banka hizmetlerinde operasyonların dijitalleşmesiyle yenilikçi ürün ve hizmetler sunulmaya başlanmıştır. Sigorta alanında da buna benzer gelişmeler yaşanmaktadır. Fintech gibi insurtech de inovasyonu sektöre yayıp, yeniliği sektörün kollarında genişletip, yerleşik şirketler için rekabetçi tehditler oluşturup ve aynı zamanda sektörde ortaklık için fırsatlar doğurmaktadır. Dijital kanallar arasında sorunsuz bir şekilde sürdürülen anlık dijital işlemlere ilişkin müşteri beklentileri giderek norm haline gelmektedir. Sigortacılar henüz sektöre derin bir giriş yapmamış olsalar da hızla büyüyüp birkaç yıl içinde değer havuzlarında anlamlı bir pay yakalamaya çalışmaktadırlar (Catlin, vd, s. 2017).

Sigorta sektörü genellikle yenilik mekanizmasının en yavaş çalıştığı finansal hizmetler arasında görülmektedir. Ancak son yıllarda finans alanında yapılan inovasyonlarla birlikte, sigortacılık alanında da 2011 yılında başlayan ve her geçen gün kapsama alanı genişleyip, gelişme hızı artan sektör haline gelmeyi başarmıştır. Insurtech ile oluşan yeniliklerin en önemli iki tanesi mevcut veri hacminin genişlemesi ve toplanan verileri analiz etmenin daha verimli hale gelmesi olarak bahsedebilir. Çalışmada ilk önce dijital dönüşüm anlatılacaktır. Ardından sigortacılık sektöründeki dijitalleşmeden bahsedilecek, dünyadaki Insurtech yatırımları detaylandırılacak ve sonuç bölümüyle çalışma son bulacaktır.

¹ Bu çalışma 12-14 Mayıs tarihinde düzenlenen Uluslararası Katılımlı Ekonomi Araştırmaları ve Finansal Piyasalar Kongresi (IERFM) 2022 Kongresi’nde sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve düzenlenmiş halidir.

2. DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Dijitalleşmeyi analog ve dijital dünyaların müşteri etkileşimini, veri kullanılabilirliğini ve iş süreçlerini iyileştiren yeni teknolojilerle entegrasyonu olarak tanımlayabiliriz (Eling & Lehmann, 2018, s. 363). Yeni teknolojilerin gelişmesiyle birlikte değişim hızlanmakta, dünyadaki iş yapış şekilleri bu değişime ayak uydurmakta, geleneksel iş yapış modellerinin yerini yeni iş modelleri almaktadır. Teknolojik gelişmeler ve dijital dönüşüm şu alanlarda kendini hissettirmektedir: “Yapay zeka, robotik teknolojiler, makine öğrenmesi, veri analitiği, otonom araçlar, üç boyutlu yazıcılar, dijitalleşme, nesnelerin interneti, akıllı evler, akıllı alışveriş uygulamaları, giyilebilir teknolojiler, sanal/arttırılmış gerçeklik teknolojileri, kripto paralar/varlıklar, blok zinciri, nanoteknoloji, genetik, uzay araştırmaları, kuantum bilgisayar” (Yurtsever, 2021, s. 64).

Dijitalleşme ile birlikte nesnelerin/cihazların interneti ile birbirine internet aracılığıyla bağlanıp veri ve bilgi iletişimi sağlayan; siber sistemlerin fiziksel ve dünya arasında bağlantı kurmasını kolaylaştıran; büyük verinin anında işlenen yapısı sayesinde yapay zekanın beslenmesini sağlayan; yapay zeka ile kendini yöneten otonom sistemlerinin olduğu; her alanda açık robotların çalıştırıldığı ve de ortak platformların oluşmasında bulut bilişim altyapısının kullanılması dijitalleşmenin araçları olarak sayılabilir (Körpe, 2021, s. 111). İçinde bulunduğumuz zamanı teknoloji çağı veya dijital çağ olarak adlandırdığımızı düşünürsek, çağın gerisinde kalmamak için her sektör bu değişime ayak uydurmak zorundadır. Aynı durum dünya ekonomisinin olmazsa olmaz sektörleri için de geçerlidir; hatta onların bu dönüşüme ayak uydurmalarındaki hız bile önem taşımaktadır.

Dijitalleşmenin en çok kendini fark ettirdiği sektörlerden birisi finans alanıdır. Finansal teknolojiler; finansal hizmetlerin ve ürünlerin bir takım yeni yöntemlerle kullanıcıya ulaştırılması anlamına gelir. Teknolojik gelişmelerin hızla artması, finansal teknolojilerin globalleşmesi, tüketici beklentilerindeki artışa da sebebiyet vermiştir. Finans sektöründe beklentilerin yükselmesinin sebepleri arasında dünyada internet erişiminin ve mobil cihazların kullanımının artması da vardır. Tüketiciler beklentilerini daha ucuz, hızlı, pratik ve kolay erişim sağlayan finansal hizmetlere doğru yönlendirmişlerdir. Bu da finans alanındaki teknolojik çalışmaların her geçen gün gelişmesiyle mümkün olabilmektedir (Yazıcı, 2021, s. 24-25). Finansal hizmetlerde dijitalleşmenin gelişmesiyle birlikte bankacılık çözümleri her geçen gün daha hızlı, daha kolay ve daha ucuz hale gelmektedir. Açık Bankacılık (open banking) ve Açık Sigortacılık (open insurance) finansal hizmet alanındaki dijital dönüşümün en görülür gelişmelerindendir (Yurtsever, 2019).

Fintech kavramı geniş kapsamlı bir çatı kavram olarak kullanılmakta ve bankacılık, sigortacılık ve sermaye piyasaları alanlarını kapsamaktadır. Bu alanlardaki hizmetlerin geniş kitlelere ulaşması ve kapsama alanının genişletilmesi amacıyla teknoloji kullanımını veya bu alandaki inovasyonları ve ayrıca kapsama alanının genişlemesini de içerisinde barındırmaktadır. Fintech kavramsal olarak finansal kuruluşların dijital dönüşümünü ve yeniden yapılandırılmasını içermektedir. Kullanıcılara sunulan hizmetlerin; inovasyonları daha hızlı, daha esnek ve kişiselleştirilmiş olması Fintech’ in temelini temsil eder (Yazıcı, 2021, s. 25).

Bankacılık sektörü ile başlayan finansal dijitalleşme, günümüzde sigorta sektörü için de odak noktası haline gelmiştir. Finans sektörünün iki sac ayağı olan bankacılık ve sigortacılığın dijitalleşme sürecindeki zamanlaması farklıdır. Bunun en önemli nedeni sigortacılık sektörünün muhafazakâr yapısıdır. Birçok sektörden farklı olarak sigortacılık sektörü daha fazla risk grubuna ilişkin verilere daha detaylı ihtiyaç duyar. Başka bir deyişle sigortacılık sektörünün prim toplamak ve tazminat ödemek üzerine kurulu olan yapısı, bu dengenin sağlanabilmesi için büyük verilerinin kullanımını ve hız çağının sunduğu beklentileri de önemli hale getirmiştir. Sigorta şirketlerinin karlılıklarını arttırmaları için daha yeni teknolojiye ulaşmaları ve dijital dönüşüm için daha fazla yatırım yapmaları gerekmektedir (Kırkbeşoğlu, 2021).

3. SİGORTACILIKTA DİJİTAL DÖNÜŞÜM

Kısa tanımıyla dijitalleşmeyi “çevrimdışı süreçlerin çevrimiçi hale getirilmesi” olarak tanımlarsak; sigortacıların bu alana kendilerini kanalize ettiklerini ancak tüketicilerin bu değişime henüz ayak uydurmadıkları söylenebilir. Sigorta piyasası, alıcı ve satıcı arasındaki bilgi asimetrisi olan bir alandır. Bu nedenle finansal okuryazarlık seviyesinin düşük olduğu ekonomilerde, ortalama bilgiye sahip bir tüketicinin sigorta ürünleri hakkında bilgisi sınırlıdır. Bundan dolayı bu toplumlarda sigorta satışı genellikle geleneksel kanallarda ve sigorta aracılığı üzerinden gerçekleştirilir. Böyle durumlarda tüketiciler için aracılardan danışman rolü üstlenirken, eksik bilgilerini onlar vasıtasıyla tamamlamayı seçerler. Bu nedenle sigorta alanındaki dijital gelişmelerin birbirinden bağımsız olmaması, detayların ise düşünülmüş olması beklenmektedir. Gerekli şartlar sağlandığında tüketicilerin çevrimiçi sigorta satın alımlarının sayısı artacaktır (Meral, 2021, s. 802-817). 2011 yılından bu yana sigortacılık alanındaki dijital dönüşüm Insurtech alanının gelişmesine zemin hazırlamıştır.

Stoeckli ve ark. Insurtech'i Fintech'in bir parçası olarak görür ve şu şekilde tanımlar: Insurtech, sigorta sektörüne özgü çözümler sunmak için bilgi teknolojisinden yararlanan bir ya da daha fazla geleneksel veya geleneksel olmayan piyasa oyuncusunun yeniliklerini içeren bir olgudur. (Stoeckli, Dremel, & Uebernickel, 2018, s. 289). Xu ve Zweifel'in Insurtech tanımı şöyledir: "... maliyeti düşürmeyi, verimliliği artırmayı veya tüketicilere daha fazla hizmet değeri sağlamayı amaçlayan geleneksel veya geleneksel olmayan piyasa oyuncularının, pazarlama dahil sigortacılık sektöründeki gelişmeye özel veri odaklı veya müşteri odaklı çözümler sunmak için bilgi teknolojisinden yararlandığı bir olgu ve dağıtım, risk değerlendirmesi ve sigortacılık, hasar yönetimi ve katma değerli hizmet sunumunun yanı sıra sigorta ürünleri veya hizmetlerinde yenilik, dijitalleştirilmiş operasyon, ortaklıklar ve iş modelleri" (Xu & Zweifel, 2020, s. 307).

Insurtech sisteminde; geleneksel sigortacılar, reasürörler, risk sermayesi şirketleri ve Fintech şirketlerinden bahsetmek mümkündür. Insurtech, bu firmaların her biri için katma değeri değişse de hepsi için ortak bir fayda sağlamaktadır. Reasürans şirketleri maliyetleri düşürme ve/veya artan sigorta üretimi yoluyla verimliliği arttırmak için Insurtech satın alırlar. Sigortacılık girişimlerine olan ilgi ve finansmanın artmasıyla, reasürans şirketlerinin üzerindeki Insurtech stratejilerini değerlendirmeleri yönündeki baskı artmaktadır (Neale, vd, 2020, s. 76).

Insurtech yenilik alanları şu şekilde sıralanabilir (Holliday, 2019, s. 2):

- ✓ Tamamen dijital sigorta şirketi (daha ucuz fiyat avantajı, tam uçtan uca dijital sigortacı, düzenlenmiş risk taşıyıcılar)
- ✓ Çevrimiçi brokerlar/danışmanlar (kolaylıkla düzenlenebilen, müşteriler için en uygun seçeneği sunan, fiyatın yanı sıra eğitim ve tavsiye verebilen kişiler)
- ✓ Toplayıcılar ve platformlar (tüketiciler için fiyat karşılaştırmasını kolaylaştıran, düşük fiyat sunan ve teknoloji içeren yapılar)
- ✓ Süreç geliştiriciler (sigorta değer zincirinin iyileştirilmesi, daha düşük maliyetler ve daha iyi müşteri hizmetleri sunma)
- ✓ Veri ve analitik (veri toplamak ve analiz etmek için daha iyi fiyatlandırma ve daha kullanışlı, etkileşimli müşteri deneyimine imkan verme)
- ✓ Diğer (sigortacılar için bazı teknolojik içerikler sunma örneğin; uydular, insansız hava araçları, tarım ve hava durumu teknolojisi)

Insurtech; ürün tasarımı, sigortacılık, aktüeryal faaliyetler, talep değerlendirme ve uzlaşma, varlık yönetimi ve sermaye yatırıma kadar sigortanın tüm değer zincirini etkilemiştir. Insurtech alanındaki yenilikler; eşler arası sigorta satış, araçların internet desteğiyle fiyatlandırmanın kilometre ve sürüş davranışını yansıttığı kullanıma dayalı sigorta, genellikle yapay zeka ile birleştirilen otomatikleştirilmiş müşteri hizmetleri, bulut tabanlı müşteri politikası yönetimi ve otomatikleştirilmiş müşteri hizmetleridir. Böylece Insurtech, yeni sigorta ürünleri (örn, kullanıma dayalı sigorta), hizmet sunmak için yeni araçlar (örn. robo danışmanlar), yönetim araçları (IBM Watson, Ant Claims Adjuster) ve hatta eksiksiz bir iş modeli biçimini alabilir (Xu & Zweifel, 2020, s. 306).

Dijitalleşme çağının getirdiği 8 dönüştürücü teknolojinin etkilerini sigorta değer zincirinin ana adımlarından olan servis-hizmet gelişimi, pazarlama ve satış faaliyetleri, teknik analiz, hasar yönetimi ve varlık yönetiminin üzerinde görmek mümkündür. Sigorta ve teknolojik 8 gelişmenin getirdiği yenilikleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Stefan, 2021, s. 824-828):

- ✓ Yapay Zeka: Değer zincirinin bütün adımlarında kullanılma imkanı olan yapay zeka, sektördeki operasyonel verimlilik, verilerin işlenebilir hale gelmesi, chatbot çağrı merkezleri, uygulama üzerinden oluşturulan hasar talepleri, kaza tutarı hesaplamaları için kullanılan algoritma uygulamaları ile birlikte kullanılmaktadır. Yapay zekanın sigorta sektöründe bahsedilen şekilde kullanılmasıyla birlikte kişiselleştirme, kolay erişim, basit teminat yapısı gibi müşteri taleplerinin karşılanması daha kolay hale gelmektedir.
- ✓ Nesnelerin İnterneti: Nesnelerin interneti müşterilerin teminat talepleri ve sigorta sektörü arasında oluşturulması gereken ön protokollerle kullanıcı tabanının artmasını sağlayacaktır. Ayrıca daha iyi risk analizi için doğru ve yoğun bilginin kazanılmasına da fayda sağlayacaktır. Ek olarak akıllı ve giyilebilir araçlarla elde edilen verilerin ihtiyaç dahilinde sigorta sektörüne aktırılması ile ilgili çalışmalar da devam etmektedir.
- ✓ Blokzinciri: Blokzinciri sigortacılık sektöründe yeni yeni kullanılmaya başlansa da, Insurtech amaçlarının arasında var olan aracısız süreçlerin hayata geçirilmesinde önemli rol oynayacaktır.

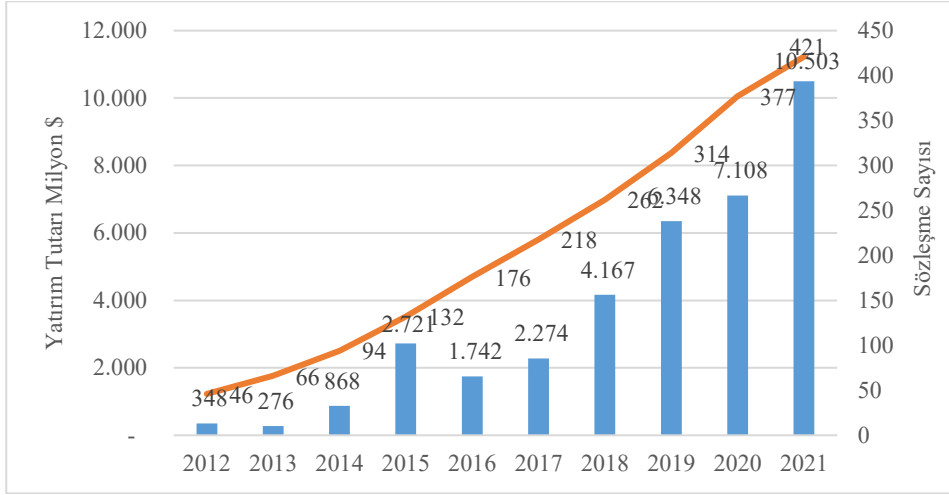
- ✓ Üç Boyutlu Yazıcılar: Üç boyutlu yazıcıların sigorta sektöründe kullanılmasıyla birlikte sektörün önemli maliyet kalemlerinden olan hasar süreçlerinin maliyetlerinin azalması beklenmektedir.
- ✓ Otonom Araçlar: Hibrit araçların kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte değişim gösteren risk yapısı ve değişen maliyet kalemleri sigortacılık sektöründe de değişime olan ihtiyacı beraberinde getirmiştir. Otomotiv üreticileri ise müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına sigorta ve reasürans şirketleriyle iş birliği içine girmişlerdir. Otonom araçlardaki bu dönüşüm çok daha detaylı ve uzun soluklu bir sürecin içine girmiştir.
- ✓ Artırılmış Gerçeklik-Sanal Gerçeklik: Artırılmış ve sanal gerçeklik kavramlarının hem poliçeleştirme öncesindeki teknik analiz sürecinde hem hasar anında ve sonrasında yaygın olarak kullanılabilceği beklenmektedir.
- ✓ 5G Teknolojisi: 5G bağlantı kapasitesi ile kullanım alanlarının genişleyip, başlangıç maliyetinin düşeceği yeni nesil sigortanma deneyiminin oluşacağı beklenmektedir.
- ✓ Bulut Teknolojisi: Sigorta sektöründe yeni yeni kullanılmaya başlanan bulut teknolojisi ile sigorta sektöründe aracısız süreçlere geçmek kolaylaşacak, hizmet standartları artacak, güvenlik mekanizmalarında değişim olumlu yönde olabilecektir.

Insurtech alanında yapılan gelişmeler bahsedilen 8 alanda kendini göstermektedir. Bu alanlar içinde en önemli 2 gelişme dikkat çekmektedir. Bu alanlar veri toplama ve veri analizidir. Sigorta şirketleri için verilerin doğru toplanıp analiz edilmesi hedef müşteri kitlesinin oluşmasına ve ayrıca müşterilerin bireysel isteklerine aşına olmalarına olanak sağlayacaktır. Böylece hem poliçe sahibi kişi ve kurumların homojen gruplandırılması kolaylaşacak, hem de sigorta şirketlerine daha önce rastlamadıkları risklerin sigortalanabilir olması noktasında kolaylık sağlayacaktır (Akpınar, 2018). Daha önce veri toplama alanında sigorta şirketleri çoğunlukla yaptıkları anketlere aldıkları cevapları ve buralardan çıkardıkları istatistiksel verilere güvenmek durumunda kalmışlardı. Ancak Insurtech gelişimiyle birlikte çok daha geniş verilere ulaşım imkanına erişmişlerdir. Wikipedia ve diğer açık kaynaklı veriler, çok daha verimli bilgi toplanmasına olanak tanımaktadır. Buna ek olarak müşteriler evde, arabada, cep telefonları vb. yoluyla kendi cihazlarından da verilere ulaşım sağlayabilirler. Veri analizinde ise daha verimli bir ortam oluşturulmuştur. İç ve dış kaynaklardan gelen büyük veri hacimleri; toplama, depolama ve analiz etme alanında anahtar görevi görmektedir. Bu tür verilerde verilerin hacmi değil, analiz edebilme ve sonuç çıkarabilme önem taşır. Yeni teknolojiler algoritmaların kullanımı ve yapay zeka için verimli araçlar sağlar (Frick & Barsan, 2020, s. 56).

Insurtech, endüstrinin verimliliğini artırmak için tasarlanırken, hızlı gelişimi çeşitli sorunları da beraberinde getirmiştir. İlk olarak, kalitesi sigorta şirketleri arasında büyük ölçüde farklılık göstermekte ve bu da sırasıyla inovasyona yapılan yeterli veya yetersiz yatırımı yansıtmaktadır. İkincisi, bir dizi Insurtech ürünü büyük ölçüde aynıdır. Örneğin; başlatılan robo-danışmanlar, kapsanacak riskleri ve prim hesaplaması alanında önemlidir. Böylece, yenilikçilik derecesi ve ürünlerin farklılaşması geliştirilebilir. Üçüncüsü, kalitesi sigorta şirketleri arasında büyük ölçüde farklılık gösterir ve bu da sırasıyla inovasyona yapılan yeterli veya yetersiz yatırımı yansıtır. Son olarak, bazıları gelecekteki gelişme potansiyeli olmaksızın sadece standart mevcut teknolojilerin uygulanması anlamına gelir. Örneğin; yapay zekanın kullanımı genellikle sinir ağları ve derin öğrenme uygulamalarından ziyade basit bilgi haritalaması ile sınırlıdır. Insurtechin bu zayıf yönleri; tüketiciler, sigorta yöneticileri, yatırımcılar ve düzenleyiciler gibi ilgili paydaşların Insurtech inovasyonunun genel gücünü değerlendirmesini zorlaştırmakta ve bu da gelecekteki gelişimine engel teşkil etmektedir. Örneğin; Insurtech 'in gelişimini teşvik etmek için destekleyici bir politika tasarlayan düzenleyiciler, rekabetçi Insurtech girişimlerini belirlemek için genellikle bir değerlendirme çerçevesine ihtiyaç duyarlar. Gelecek vaat eden Insurtech girişimlerini aramaya ilgi duyan yatırımcılar gibi, sigorta ürünlerini özelleştirme gibi yüksek kaliteli Insurtech hizmeti için güçlü bir sağlayıcıyı tercih eden tüketiciler için de aynı durum geçerlidir. Genel olarak, sigorta teknolojisi şirketlerinin etkin bir şekilde değerlendirilmesi, sonuçta en uygun olanın hayatta kalmasını hızlandırmaya ve sigorta endüstrisinin gelişimini teşvik etmeye yardımcı olacaktır (Xu & Zweifel, 2020, s. 306).

4. INSURTECH'İN GÜNCEL DURUMU

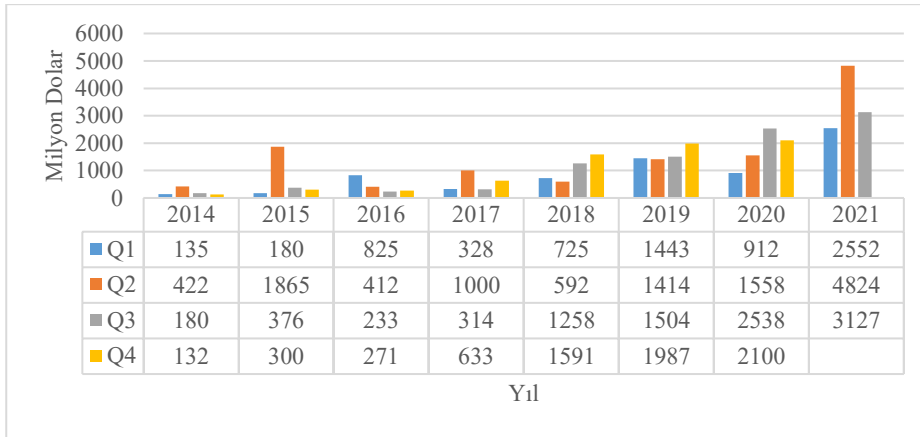
Willis Towers Watson (WTW) Quarterly Insurtech Briefing'e göre Insurtech start-uplarına yatırılan sermaye ile ilk defa 10 Milyar Doları aşan sermayesi sayesinde yatırımcıların dikkatini çekmeye devam ediyor.



Şekil 1: Insurtech Finansman Trendleri 2012-Q3 2021

Kaynak: Willis Towers Watson (Quarterly Insurtech Briefing Q3-2021)

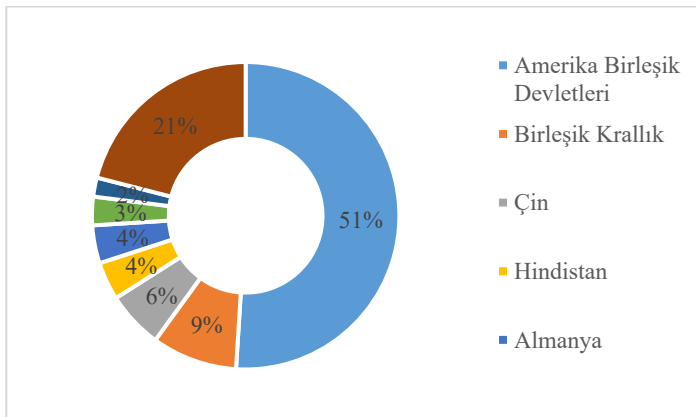
Şekil 1'e göre global Insurtech yatırımları 2021 yılının üçüncü çeyreğinde güçlü bir gidişat sergilemiştir. Bu çeyrekte küresel Insurtech finansmanı 3,1 Milyar Dolara ulaşmıştır. Bu rakam aynı yılın üçüncü çeyreğine göre %35'lik bir düşüş demekken, geçen yılın aynı dönemine göre %23'lük bir artışı temsil etmektedir. Art arda iki çeyrek anlaşma büyümesinin ardından üçüncü çeyrekte anlaşma sayısı yaklaşık %30 düşmüş ve 113 anlaşma yapılmıştır. Bununla birlikte yıllık genel anlaşma sayısı %9 artmıştır. Yılın ilk üç çeyreğinde Insurtech'e yapılan küresel yatırım ise 10,5 Milyar Dolara ulaştı.



Şekil 2: Insurtech Finansman Çeyreklik Dönem Hacmi (2014-Q3 2021)

Kaynak: Willis Towers Watson (Quarterly Insurtech Briefing Q3-2021)

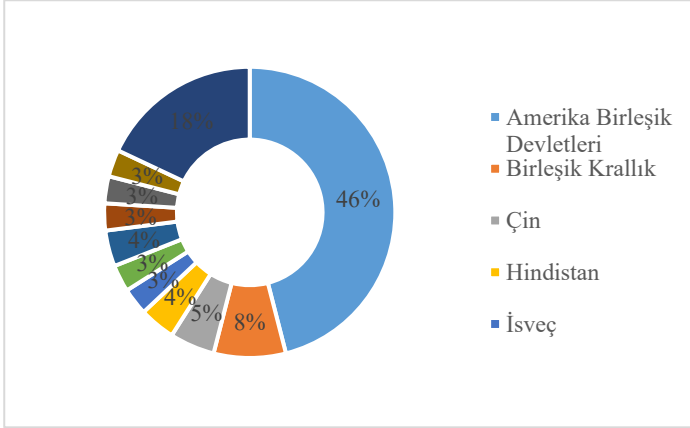
Şekil 2 Insurtech yatırımlarının çeyreklik dönem hacmini göstermektedir. Buna göre 2014 yılının ilk çeyreğinde 135 Milyon dolar işlem hacmiyle başlayan yatırımlar yıllar bazında artış göstererek 2021 yılının 2. Çeyreğinde 500 Milyon dolara yaklaşmıştır. 2020 yılı toplam hacmi 7 Milyar Dolar bandındaki yatırımlar, 2021 yılının 3. Çeyreğinde 10 Milyar Dolar sınırını aşmıştır.



Şekil 3: 2012-Q3 2021 Ülkelere Göre Insurtech İşlemleri

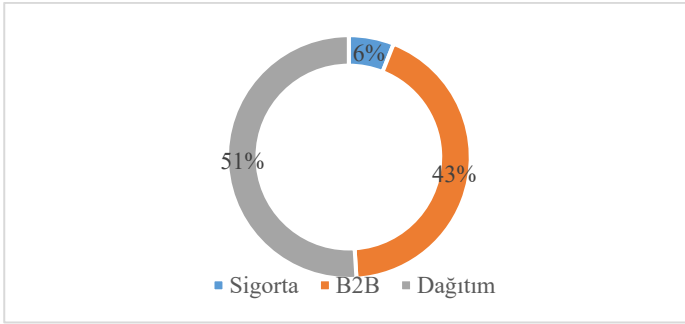
Kaynak: Willis Towers Watson (Quarterly Insurtech Briefing Q3-2021)

2012 yılından 2021'in üçüncü çeyreğine kadar yapılan toplam 2.106 anlaşma içerisinde en yüksek pay olan %51 ile ABD sahipken, onu %9 ile İngiltere, %6 ile Çin, %4 ile Hindistan ve Almanya, %3 ile Fransa, %2 ile Kanada ve %21 ile diğer ülkeler takip etmektedir. Rapora sektörler bazında bakıldığında anlaşmaların %49'u dağıtım sektöründe, %42'si B2B (şirketten şirkete) ve %9'u sigorta sektörünün pay aldığı görülmektedir.



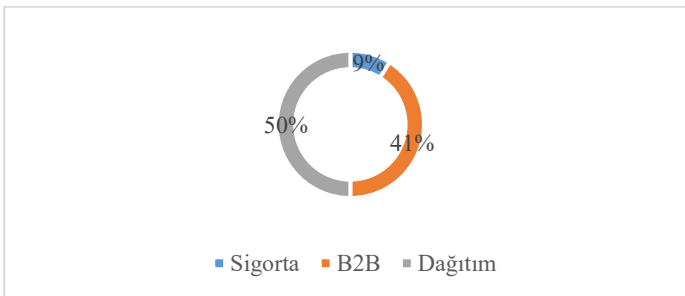
Şekil 4: Q3 2021 Ülkelere Göre Üç Aylık Insurtech İşlemleri
Kaynak: Willis Towers Watson (Quarterly Insurtech Briefing Q3-2021)

2021 yılının 3. Çeyreğindeki toplam 113 anlaşmadan pay alan ülkelerin ilk sırasında %46 ile ABD gelmektedir. ABD'nin ardından %8 ile İngiltere; %5 ile Çin; %4 ile Hindistan ve Avustralya; %3 ile İsveç, Endonezya, İsrail, Güney Afrika ve Kanada gelmektedir. %18 pay ise diğer ülkelere aittir.



Şekil 5: Sektörlere Göre Insurtech Dağılımı (Mülkiyet Sigortası)
Kaynak: Willis Towers Watson (Quarterly Insurtech Briefing Q3-2021)

Insurtech gelişiminin mülkiyet sigortası alanında dağılımına bakıldığında %51 dağıtım sektöründe, %43 şirketten şirkete sektöründe, %6 ise sigorta sektöründe olduğu görülmektedir.



Şekil 6: Sektörlere Göre Insurtech Dağılımı (Yaşam ve Sağlık Sigortası)
Kaynak: Willis Towers Watson (Quarterly Insurtech Briefing Q3-2021)

Insurtech gelişiminin yaşam ve sağlık sigortası alanında dağılımına bakıldığında %50 dağıtım sektöründe, %41 şirketten şirkete sektöründe, %9 ise sigorta sektöründe olduğu görülmektedir.

5. SONUÇ YERİNE

Dijitalleşme ile hızla gelişen ve değişen dünyaya ayak uydurmak için sektörler bazında çeşitli girişimler yapılmaktadır. Dijitalleşmenin son 20 yılda en çok hissedildiği sektörlerden birisi de finans sektörüdür. Finans sektöründe yapılan teknolojik gelişmeler bankacılık, sigortacılık ve sermaye piyasaları alanlarında finansal hizmetlerin etkinliğinin artırılması ve kapsama alanının genişlemesi ile mümkün olmaktadır. Sigortacılık alanında dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler Insurtech kavramını literatüre kazandırmıştır. Insurtech ile

Endüstri 4.0 ve 5.0'ın getirdiği yeniliklerin sigortacılık sektöründe kullanılması amaçlanmaktadır. Dijitalleşmenin hayatın her alanında hissedildiği ve çağın bilgi teknolojileri ya da dijital çağ olarak adlandırıldığı düşünülürse sigortacılık sektörünün de bu değişime ayak uydurması gereklidir. Muhafazakar bir sektör olan sigortacılığın bu sürece ayak uydurması zaman alacak olsa da, değişim başlamıştır. Değişimin sigortacılık sektöründeki geleneksel sigortacılar, reasürörler, risk sermayesi şirketleri ve Fintech şirketlerinde radikal değişimler beklenmektedir. Bu değişimlerle birlikte sektördeki veri toplamının daha kolay hale gelmesi, toplanan verilerin doğru şekilde analiz edilmesi, maliyetlerin düşmesi, hem müşteriler hem de sigorta araçları için büyük önem taşımaktadır. Sigortacı ve Insurtech firmalarının iş birliğiyle gelişecek dijital dönüşüm; Insurtech firmalarının teknoloji temelli sigortacılık yapması, sigortacıların ise bilgi donanımlı ve kapsamlı müşteri tedariki yoluyla sektörde var olmasıyla mümkün olabilecektir. Sigortacılar için dijitalleşen sigorta değer zincirine ayak uydurmak zor olsa da; bilgi aktarımının hızlanması, bilgilerin depolanması ve analiz edilmesinin kolaylaşması, kişiye özel isteklerin karşılanması önünün açılması noktasında Insurtech yatırımlarının sektöre farklı bir boyut katacağı görülmektedir.

Global Insurtech Market 2021 raporunda 2028 yılına kadar küresel Insurtech Pazar büyüklüğünün 60,98 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Buna ek olarak 2021-2028 yılları arasında Insurtechin yıllık bileşik büyüme oranının (CAGR) %48,8 olması öngörülmektedir.

Türkiye'de 2015 yılından beri 3 girişim melek ve girişim sermayeleri Insurtech alanında yatırım almıştır. Girişim sayısının artmasıyla bu sayıda da artış olacaktır. Sigorta sektörüne yönelik teknoloji ve inovasyona dayalı çözümlerle startup girişimleri artacaktır. Insurtech alanında yapılan yatırımlarla birlikte büyüyen sektörün, sigortacılık alanına nasıl değişiklikler getireceğini ilerleyen zamanlarda daha net görüyor olacağız.

KAYNAKÇA

1. Akpınar, Ö. (2018, Temmuz). Sigorta Sektöründe Veri Madenciliği ve Kullanım Alanları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(57), s. 103-119.
2. Catlin, T., Lorenz, J.-T., Münstermann, B., & Ricciardi, V. (2017). *Insurtech—the threat that inspires*. 05 06, 2022 tarihinde <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/insurtech-the-threat-that-inspires> adresinden alındı
3. Eling, M., & Lehmann, M. (2018). The Impact of Digitalization on the Insurance Value Chain and the Insurability of Risks. *The Geneva Papers on Risk and Insurance*, 43, 359-396.
4. Frick, J., & Barsan, I. (2020). InsurTech - Opportunities and Legal Challenges for the Insurance Industry. *Revue Trimestrielle de Droit Financier*, 56-88.
5. Holliday, S. (2019). *How Insurtech Can Close the Protection Gap in Emerging Markets*. EMCompass, no. 70;. International Finance Corporation, Washington, DC. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/32366> adresinden alındı
6. Kırkbeşoğlu, E. (2021). Dijital dönüşüm ve Sigortacılık Sektörü. A. Hazar, & Ü. Özen (Dü) içinde, *Dijital Dönüşüm ve Finans: Gelecek Sandığımızdan Daha Yakın* (s. 217-243). Kapital Medya.
7. Körpe, E. (2021). Dijital Dönüşüm İle Yeni Finans Çağı ve Gelecek Yaklaşımları. *Journal of International Banking Economy and Management*, 4(2), 108-131.
8. Meral, H. (2021). Dijital Sigortacılıkta Başarı Faktörleri ve Dijital Platformlardan Öğrenilmesi Gerekenler. S. Yazıcı (Dü.) içinde, *Fintech ve Insurtech İle Finansın Dönüşümü* (s. 801-818). Kapita Medya .
9. Neale, F. R., Drake, P. P., & Konstantopoulos, T. (2020). InsurTech and the Disruption of the Insurance Industry. *Western Risk and Insurance Association*, 43(2), 64-96.
10. Stefan, Z. (2021). Insurtech: Öncesi ve Geleceği Avrupa Uygulamaları Işığında Türkiye Değerlendirmesi. *Fintech ve Insurtech İle Finansın Dönüşümü* (s. 819-831). içinde Kapital Medya.
11. Stoeckli, E., Dremel, C., & Uebnickel, F. (2018). Exploring characteristics and transformational capabilities of InsurTech innovations to understand insurance value creation in a digital world. *Electronic Markets*, 28, 287-305.
12. Watson, W. T. (2021). *Quarterly Insurtech Briefing* .
13. Xu, X., & Zweifel, P. (2020). A framework For The Evaluation of InsurTech. *Risk Management and Insurance Review*, 23(4), 305-329.

14. Yazıcı, S. (2021). Finansal Teknolojiler: FinTech ve InsurTech Dünyasına Giriş. S. Yazıcı (Dü.) içinde, *Fintech ve Insurtech İle Finansın Dönüşümü* (s. 23-50). Kapital Medya .
15. Yurtsever, G. (2019). Açık Bankacılık İle Finansal Hizmetlerdeki Teknolojik Gelişmeler Hızlanıyor. s. <https://www.turcomoney.com/acik-bankacilik-ile-finansal-hizmetlerdeki-teknolojik-gelisim-hizlaniyor.html>.
16. Yurtsever, G. (2021). Finansal Teknolojilerle Bankacılık ve Sigortacılıkta Değer Zincirinin Yeniden Tanımlanması. S. Yazıcı (Dü.) içinde, *Fintech ve Insurtech İle Finansın Dönüşümü* (s. 63-86). Kapital Medya.

e-ISSN:2587-2168



Year: 2022

Vol: 8 Issue: 44

pp 511-522

Article ID

63737

Arrival

26 June 2022

Published

31 AUGUST 2022

DOI NUMBER<http://dx.doi.org/10.9228/ideas.63737>**How to Cite This Article**

Bakkaloğlu, A. (2022). "Savaş Ekonomisi ve Rusya-Ukrayna Savaşının Avrupa Ekonomisine Olası Etkilerinin Gelecek Perspektifi", International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, (e-ISSN:2587-2168), Vol:8, Issue:44; pp: 511-522



International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Savaş Ekonomisi ve Rusya-Ukrayna Savaşının Avrupa Ekonomisine Olası Etkilerinin Gelecek Perspektifi¹

Economics of War and a Future Perspective on the Possible Effects of the Russia-Ukrainian War on the European Economy

Ayşen Bakkaloğlu¹ ¹ Dr. Öğr. Üyesi., Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Ekonomi Bölümü, İstanbul, Türkiye**ÖZET**

Yeni Çağ öncesinde savaşlar toplumlarda ve piyasalarda "savaş ganimeti" kavramı sebebiyle olumlu beklentilere yol açsa da özellikle Sanayi Devrimi sonrasındaki dönemde durum tam tersine dönmüştür. Yaşanan savaşlar büyük ekonomik krizlerin de ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Özellikle güçlü bir ekonomiye sahip olduğu kadar askeri gücü de yüksek olan bir ülkenin; kendisinden daha güçsüz bir ülkenin toprak bütünlüğüne, demokrasi ve barış götürme gibi amaçlarla müdahale etmesi bu durumun karşısında uluslararası tepkilere ve yaptırımlara sebep olmaktadır.

Rusya ve Ukrayna arasında başlayan savaş da Batı tarafından Rusya'ya ciddi ekonomik yaptırımlar başlatılmasına sebep olmuştur. Ancak Rusya'ya karşı yürürlüğe konulan yaptırımlar karşılıksız kalmamış, Avrupa ekonomisinin enerji ihtiyacının büyük bir çoğunluğunu karşılayan Rusya'nın enerji maliyetlerini artırmasını sağlamıştır. Yüksek teknoloji silahlarının yanı sıra finansal araçların da silah olarak kullanılmaya başlandığı bu modern savaşın, Avrupa ekonomisinin beraberinde tüm dünyayı ciddi bir etki altına alması ve krizlere sebep olması beklenmektedir.

Çalışmada geçmişten günümüze savaşların dünya ekonomisine etkilerini ve Avrupa-Rusya arasındaki ekonomik ilişkileri inceleyerek, savaşın olası sonuçlarının öngörülmesi amaçlanmıştır. Bunu yaparken AB'nin Rusya ve Ukrayna arasındaki dış ticaret verilerinin değerlendirilmesi yapılmaktadır. Yapılan incelemeler sonucunda iki ülke arasındaki savaşın başta tedarik zinciri sorunları olmak üzere; enerji, gıda, hammadde gibi konularda büyük sorunlara yol açacağı öngörülmektedir. Çalışma ile savaş sonrası dönemde Avrupa'nın ve hatta dolaylı olarak tüm dünya ekonomisinin karşılaştığı tablo hakkında fikir sahibi olunması beklenmektedir.

Anahtar Sözcükler: Savaş Ekonomisi, Ekonomik Savaş, Rusya, Ukrayna, Avrupa Birliği**ABSTRACT**

Although wars led to positive expectations due to the concept of "spoil of war" in societies and markets before the Early Modern Period, the situation has been reversed, especially in the period after the Industrial Revolution. The wars experienced also lead to the emergence of major economic crises. In particular, the intervention of a country with a strong economy as well as a high military power in the territorial integrity of a weaker country for purposes such as bringing democracy and peace causes international reactions and sanctions in the face of this situation.

The war between Russia and Ukraine also caused to start serious economic sanctions against Russia by the West. However, the sanctions imposed against Russia did not go unrequited, and they increased the energy costs of Russia, which meets the majority of the energy needs of the European economy. It is expected that this modern war, in which financial instruments are used as weapons as well as high-tech weapons, will have a serious impact on the European economy and the whole world and cause crises.

In our study, it is aimed to predict the possible results of the war. While doing this, examining the effects of wars on the world economy from past to present and the economic relations between Europe and Russia has been a priority step. The next step was the evaluation of the EU's foreign trade data between Russia and Ukraine. As a result of the evaluations, it is predicted that the war between the two countries will lead to major problems such as energy, food and raw materials, especially supply chain problems. With the study, it is expected to have an idea about the picture that Europe and even indirectly the whole world economy will face in the post-war period.

Keywords: Economics of War, Economic War, Russia, Ukraine, European Union**1. GİRİŞ**

Rusya-Ukrayna krizi, 2013 yılının sonlarında başlamış, ve devam eden süreçte Rusya'nın Kırım'ı ilhakı ve Doğu Ukrayna'daki Rus hibrit savaşı ile devam etmiştir. Yaşanan siyasi gerilimin üzerine akademik camiada ve düşünce kuruluşlarının yayınlarında yüzlerce çalışma yapılmıştır (Kuzio 2017).

Son 10 yılda Ukrayna, Rusya Federasyonu tarafından sistematik ve kapsamlı saldırgan eylemlerin hedefi haline gelmiştir. Bu durum, modern bir hibrit savaşın açık bir örneği olarak düşünülebilir. Hibrit savaşların önemli bileşenlerinden biri ekonomik boyuttur ve bu ekonomik boyut en geniş anlamıyla ekonomik savaş olarak anılmaktadır (Slukhai, 2019). Geniş anlamda ekonomik savaş, "birincil etkisi başka bir devletin ekonomisini zayıflatmak olan önlemlerin kullanımına dayanan bir ekonomik strateji" olarak tanımlanır (Farrell, 1996).

Tarih boyunca, farklı ulusların "ulusal ekonomik ve siyasi çıkarların korunması" gibi bir argüman öne sürerek birbirlerinin toprak bütünlüğüne ve ekonomilerine saldırdığı birçok örnek yaşanmıştır. Korumacılık politikası, ülkeler arasındaki ticaret savaşları zaman zaman Rusya ve Ukrayna arasında yaşanan savaşta görüldüğü gibi farklı ülkelerin askeri olarak çatışmaya dahil olmaları da ekonomik yönden birtakım yaptırımlar uygulanarak

¹ IERFM2022 Kongresinde sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve düzenlenmiş halidir

savaşa dahil olmasını gerektirir. Ekonomi açısından bakıldığında, bu tür olgular laissez fair'i bozmak için piyasaya müdahale olarak değerlendirilebilmektedir. Ancak, başka bir ülkeye yönelik kasıtlı ekonomik eylemlerin hangi noktada kendiliğinden ekonomik savaşa dönüştüğü açık değildir. Ukrayna Ulusal Stratejik Araştırmalar Enstitüsü tarafından yakın zamanda yayınlanan toplu bir monografide belirtildiği gibi, toplumun askeri olmayan alanlarında bir saldırganlık gerçeği oluşturmak, son derece karmaşık, hatta imkansızdır. Neredeyse her zaman, ulusal ekonomik çıkarların, ekonomik mantığın ve rekabetin korunmasının bir yolu olarak ekonomide hibrit saldırganlık eylemlerini maskeleyen bulunmaktadır.

Bu nedenle, birkaç askeri ve askeri olmayan aracın tek bir merkezi komuta altında olduğu ve aynı siyasi hedefe yönlendirildiği gerçeğini açıklayan “Tam Spektrumlu Çatışma” yaşanan Rusya-Ukrayna savaşı, yakın zamanda tüm dünyada farklı ve çeşitli etkilere sebep olabilecek bir büyüklüğe sahiptir. Rusya'nın 2022'de Ukrayna'ya saldırması ve Rusya'ya uygulanan şiddetli mali yaptırımların Rusya üzerindeki yoğun ekonomik etkisi, sadece Rusya'ya ekonomik bir açmaz yaşatmakla kalmamakta, yansımalarının da küresel ekonomiyi tehdit etmesi beklenmektedir (Wiseman, 2022). Rusya ve Ukrayna, küresel pazarda petrol, doğal gaz, kömür, buğday ve diğer emtia ihracatında önemli oyuncular. Moody's Analytics'in baş ekonomisti Mark Zandi, her iki ülkenin de yarı iletken üretiminde hayati bir emtia olan neonun küresel üretiminin %70'ini yaptığını ve bunun mevcut krizle paniğe yol açtığını, tüm ulusların ve özellikle otomobil üreticilerinin çiplerinde zaten yaşanan kıtlığı daha da artırdığını belirtmiştir. Zandi, her iki ülkenin yolcu jetlerinin imalatında kullanılan küresel titanyum arzının yüzde 13'ünü ve otomobillerde, cep telefonlarında ve dış dolgularında kullanılan paladyumun yüzde 30'unu sağlaması bir diğer önemli nokta olarak vurgulamaktadır (Wiseman, 2022).

Bu çalışmada, Ukrayna'da devam eden savaştan sonra her iki ülkenin de yakın ticari ilişki içerisinde olduğu Avrupa ekonomisi üzerinde oluşacak olumsuz etkilerin değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda yaşanan savaş, mevcut ticaret hacmi ve rakamları göz önünde bulundurularak incelenmiş, mevcut ve olası etkileri gözler önüne serilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Savaş Ekonomisi

Goodhand (2004) savaş ekonomisini “savaş zamanında gerçekleştirilen tüm ekonomik faaliyetler” olarak tanımlamaktadır. Literatürde “Savaş ekonomisi” ve “çatışma ekonomisi” kavramları genellikle birbirinin yerine kullanılmaktadır. Bazı kaynaklar bu iki kavramı birbirinden ayırmaya çalışsa da, bu ayırım çok fazla vurgulanmaz. Örneğin, Eaton ve arkadaşları (2019) çatışmayı savaştan ayırmaktadır. Çatışma Ekonomisi terimini, Irak, Suriye, Yemen ve Libya gibi ülkelerde yaşanan silahlı mücadeleyi tanımlamak için kullanmaktadır (Eaton vd., 2019).

Savaş ekonomisi kavramı ise geleneksel olarak, İkinci Dünya Savaşı'ndaki ülkelerin ekonomileri gibi, “savaş için üretime ayrılmış, merkezi olarak planlanmış bir ekonomi” (de Waal, 2016) olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte bu terim günümüzde hem devlet hem de devlet dışı aktörlerin, kaynak arayışları ve gelişen ekonomik faaliyetleri dahil olmak üzere, devlet içi çatışmaların ve “yeni savaşların” ekonomik temelini tanımlamak için daha yaygın olarak kullanılmaktadır (Wennmann, 2019).

2.2. Ekonomik Savaş ve Ekonomik Yaptırımlar

Ekonomik savaş, diğer devletlerin ekonomisini zayıflatmak amacıyla savaşan ülkeler tarafından kullanılan ekonomik bir stratejidir. Bu öncelikle ekonomik ablukaların başlatılmasıyla sağlanmaktadır (Sargent, 2013).

Askeri operasyonlar sırasında ekonomik savaş, açık veya gizli operasyonların, siber operasyonların, bir savaş sırasında veya öncesindeki istihbarat operasyonlarının bir parçası olarak izlenen, bir dizi ekonomik politikayı yansıtabilir. Ekonomik savaş, dost askeri ve istihbarat teşkilatlarının bunları kullanabilmesi ve düşman kuvvetlerinin kullanamaması için kritik ekonomik kaynakların arzını ele geçirmeyi veya başka bir şekilde kontrol etmeyi de amaçlayabilmektedir (Merrick vd., 2016).

Ekonomik yaptırımlar ise kişi, kurum ve kuruluşlara yönelik yürütülen ve onların faaliyetlerini kısıtlamak, üzerlerinde baskı ve etki yaratmak amacıyla uygulanan kısıtlayıcı tedbirlerdir (Kittrie, 2008). Kısıtlayıcı tedbirler arasında; mali yaptırımlar, ticari yaptırımlar, seyahat kısıtlamaları veya sivil havacılık kısıtlamaları yer almaktadır (Gatrell ve Harrison, 1993).

3. SAVAŞLARIN EKONOMİK SONUÇLARI

Savaşlar Yeni Çağ öncesinde “savaş ganimeti” kavramı sebebiyle toplumlarda ve ekonomilerde olumlu beklentilerle birlikte yüksek ekonomik hareketlilik getirmiştir (Silver, 2009). Ancak Sanayi Devrimi'nden

günümüze kadar yaşanan dönem, savaşların ciddi olumsuz ekonomik etkilerinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Özellikle silahlı çatışmanın yanı sıra ülkeler tarafından yürürlüğe konulan ekonomik yaptırımlar, büyük bir küresel zincirin halkaları olan ülke ekonomilerini derinden etkilemektedir (Pala, 2021).

Yaşanan savaşlar, savaşan ülkelerin ekonomilerinde uygulanan yaptırımların öncesinde doğrudan etkiler yaratmaktadır. On dokuzuncu yüzyılın sonunda, yeni sanayileşen birkaç ülke lideri, tarife koruması yoluyla ekonomilerini küresel risklerden yalıtıma çalışmışlardır. Örneğin Alman liderler, sömürge imparatorluğuna dayalı kapalı bir bölge içinde ticaret yoluyla ulusal güvenliği hedeflemişlerdir (Hautcoeur, 2005). İmparatorluğu güvence altına almak için donanma alanında bir silahlanma seferberliği başlatmışlardır. Bu süreç Birinci Dünya Savaşı'nı başlatmıştır. Savaşın sonunda, dört büyük emperyal rejim harabeye dönmüştür. Bunlar; Alman İmparatorluğu, Avusturya-Macaristan İmparatorluğu, Rus İmparatorluğu ve Osmanlı İmparatorluğu'dur (Milward, 1984).

Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra, küresel ekonomik düzene ilişkin istikrarsızlıklar artmıştır (Abelshauer, 1998). Eskiden egemen olan İngiliz ekonomisinin zayıflığı ve Almanya ile Rusya'nın izolasyonu, küresel pazar entegrasyonunu baltalamıştır (Goldsmith, 1946). 1929'daki Büyük Buhran, dünya çapında deflasyonist dalgalar yaratmış ve parçalanmayı hızlandırmıştır. Dünya pazarı küçülürken, büyük güçler uluslararası egemenlik yarışına girmişlerdir. 1930'larda dünya ekonomisi, görece kapalı birkaç ticaret bloğuna bölünmüştür. İngilizler, Fransızlar ve Hollandalılar ticaretlerini sömürge hatlarında yeniden düzenlemişlerdir (Harrison, 1998). Hitler iktidardayken Almanya, Orta ve Doğu Avrupa'daki bir sömürge bölgesi içinde düzenlenmiş ticaret perspektifini yeniden başlatmış ve bu, diğer ilgili bölgesel güçlerle rekabete yol açmıştır (Olson, 1963). İtalya, eski Avusturya-Macaristan İmparatorluğunun daha küçük devletleriyle ikili ticaret kurmuştur. Japonlar, Doğu Asya ve Pasifik'te nüfuz için Amerikalılar, Hollandalılar, İngilizler ve Sovyetler Birliği ile rekabet etmiştir. Sovyetler Birliği, eski Rus İmparatorluğu'nun sınırlarının arkasında kapalı bir ekonomik alan geliştirmiş ve onu Japonlara karşı savunmuştur (Gatrell ve Harrison, 1993).

İkinci Dünya Savaşı sonrası yaşanan Soğuk Savaş dönemi, büyük enerji savaşlarını da içinde barındıran, denge politikalarının güdüldüğü uzun bir dönem olmuştur. Modern döneme gelindiğinde ise yüksek teknoloji ürünleri silahlar savaş maliyetlerini önceki dönemlerin çok ötesinde artırmıştır.

Günümüzde bir ülkenin bir diğer egemen ülkenin sınırlarına yönelik yürüttüğü en büyük savaşlar ABD tarafından başlatılmıştır. Özellikle 11 Eylül saldırılarından sonra başlayan 9/11 savaşları (Crawford, 2019) ABD ekonomisinde ciddi yükler oluşturmuştur. 2003'te başlayan Irak savaşının 2006'da ABD için toplam maliyeti 2,26 trilyon ABD doları olarak hesaplanmıştır (Bilmes ve Stiglitz, 2006). İki yıl sonra, aynı yazarlar bu maliyetleri yaklaşık 3 trilyon ABD doları olarak tahmin etmişlerdir (Bilmes ve Stiglitz, 2008). Buna karşılık, küresel yardım 2005 yılında 106 milyar ABD doları ile rekor bir seviyeye ulaşmış ve Birleşmiş Milletlerin küresel barışı koruma operasyonları için toplam yıllık bütçesi yaklaşık 7 milyar ABD dolarına yükselmiştir (Birleşmiş Milletler, 2006). Irak ve Afganistan üzerinde yürütülen ve Suriye'yi de kapsayan savaşların ABD ekonomisine toplam yükü yaklaşık 6,4 trilyon ABD doları olarak hesaplanmaktadır (Crawford, 2017 ve 2019; Peltier, 2020; Davidson, 2021).

4. RUSYA-UKRAYNA SAVAŞI

Ukrayna'nın egemenliği konusu, Rusya'nın uzun süreli ve açık isteksizliği nedeniyle Aralık 1991 tarihli bağımsızlık referandumundan bu yana halen belli çevrelerde tartışılan bir konu olmuştur (Dragneva-Lewers ve Wolczuk, 2016). Sosyalist sistemin çöküşünden sonra, Sovyetler Birliği'nin eski Doğu Avrupa uydu devletleri sistematik olarak AB ve NATO gibi batılı organizasyonlara entegre olmuştur (Pabriks ve Kudors, 2015). Bütün bu devletler arasında Ukrayna, Rusya'nın gözünde hayati öneme sahip bir konumdadır (Dragneva-Lewers ve Wolczuk, 2016).

Ukrayna'da tansiyonun ciddi düzeyde yükseldiği süreç son on yılda başlamıştır. 2013 yılı sonlarında, hükümetin AB ile yeni bir anlaşma imzalamayı reddetmesinin bir sonucu olarak Ukrayna'daki protesto, iç istikrarsızlığa yol açan önemli zorlukları tetiklemiştir (Dragneva-Lewers ve Wolczuk, 2016). Bu protestoların nihai sonucu sadece Cumhurbaşkanı Yanukoviç'in Ukrayna'dan kaçması değil, aynı zamanda Kırım'ın Rusya tarafından işgal edilmesi ve Rusya'nın etnik Rus azınlığı koruma girişimi olarak Ukrayna'nın doğusunda ayrılıkçı hareketleri yayması olarak ortaya çıkmıştır (Korovkin ve Makarin, 2019). Bu süreç, Ukrayna'daki 2014 krizi olarak tanımlanmaktadır ve Cumhurbaşkanı Viktor Yanukoviç'in devrilmesine yol açmıştır. Sonrasında kurulan Batı yanlısı geçici hükümet tarafından Şubat ayında AB ile üyelğe giden ilk yol olarak bir ticaret anlaşmasının imzalanması ve aynı yılın Nisan ayında Rusya'nın Kırım'ı ilhak ettiği izlenmiştir. 2014 ve 2015 yılları arasında Rusya, Ukrayna, Fransa ve Almanya tarafından Minsk Anlaşması (ateşkes) imzalanmış, Nisan 2019'da

Viladimir Zelensky Ukrayna Devlet Başkanı seçilmiştir (Bigg, 2022). Bu sürecin devamında yükselen NATO üyeliği sesleri, Rusya'nın durumu bir tehdit olarak görmesini sağlamıştır. Doğu Ukrayna'daki Donbas Bölgesinden gelen bağımsızlık ilanlarını destekleyen Rusya 24 Şubat 2022 tarihinde Ukrayna topraklarına saldırılarına başlamıştır (Sheather, 2022).

İki ülke arasında başlayan bu savaşın ciddi ekonomik yükleri olacağı gibi silahlı çatışmanın dışında da ülkeler arasında ekonomik bir savaş başlamıştır. Tüm dünyadaki ülkeler Covid-19 Pandemisinin ekonomik etkisinden kurtulma çabasıdayken, Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik saldırısının durumu daha da kötü bir hale getireceği düşünülmektedir (Dole, 2022). Zira küresel ekonomi, emtia fiyatlarında ve "tedarik zinciri tıkanıklıklarında" başka bir yükselişe tanık olabilecektir (Liadze, 2022). Rusya, Ukrayna ile birlikte "dünyanın en büyük buğday tedarikçisi" olarak bilinmekte ve her iki ülke de küresel ihracatın toplamının neredeyse dörtte birini oluşturmaktadır (Cohen ve Ewing, 2022).

Bütün bunların yanı sıra iki ülke arasındaki savaşın başlamasıyla birlikte özellikle Rusya'ya karşı tüm büyük kurumlar tarafından ciddi yaptırımlar uygulanmaya başlanmıştır. Bu yaptırımlar enerjiden gıdaya, turizmden ulaşımaya kadar birçok sektörü olumsuz beklentilerin içerisinde sokmuştur.

4.1. Rusya'ya Uygulanan Yaptırımlar

Rusya'ya uygulanan geniş spektrumlu mali yaptırımlar birçok alanda ciddi mali yükleri beraberinde getirmeye başlamıştır. Bu yaptırımların her biri ayrı ayrı değerlendirildiğinde bile ciddi olarak görülebilecekken, bir arada uygulanmaya başlamaları birçok olumsuz dışsallık beklentisine yol açmaktadır. Rusya'nın 24 Şubat 2022'de Ukrayna'yı işgal etmesinden sonra, Rusya'ya daha önce uygulanan yaptırımlarda yer almayan iki ülke, Güney Kore ve BM üyesi olmayan Tayvan, Rusya'ya karşı yaptırımlar getirmiştir (Reuters, 2022). 28 Şubat 2022'de, Rusya Merkez Bankası'nın yurtdışında tutulan 400 milyar dolardan fazla döviz rezervine erişimi engellenmiş ve birkaç Rus oligark ve politikacısına AB tarafından yaptırım uygulanmıştır (Avrupa Birliği, 2022). ABD ve Birleşik Krallık gibi güçlü ekonomilere sahip ülkeler Rusya'ya enerji alanında doğrudan yaptırımlar uygulamış olsalar da AB tarafından yüksek bağımlılık sebebiyle benzer bir yaptırım uygulanmamıştır. Başlatılan bu ilk yaptırımların ardından birçok yaptırım ardı ardına gelmiştir. Söz konusu yaptırımlar ülkeler ve organizasyonlar bazında aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1. AB ve AB ile Ortak Yaptırımlarda Bulunan Diğer Ülkelerin Rusya'ya Uyguladıkları Yaptırımlar

Tarih	Uygulayan	Hedef	Detaylar
Şubat 22	AB	Kişisel Servet	Politikacı ve Rus Oligarklara Yönelik Kara Liste Uygulaması
Şubat 27	AB ABD	Havacılık	Rus uçaklarına ABD ve AB hava sahasından giriş yasağı
Şubat 27	AB Birleşik Krallık	Finans	Rus bankalarının SWIFT uluslararası ödeme sistemine erişimi engellendi
Şubat 28	AB ABD Birleşik Krallık	Finans	ABD, AB ve İngiltere; Rusya Merkez Bankası, Maliye Bakanlığı, Ulusal Varlık Fonu için işlemleri yasakladı
Şubat 28	AB ABD Kanada	Kişisel Servet	AB, ABD ve Kanada ve diğerleri seyahat yasaklarını ve varlıkları dondurulan zengin Rus bireylerini duyurdu
Mart 2	AB	Denizcilik	ABD ve AB Rus Gemilerinin Ticaretini Yasaklama Konusunu Gündeme Aldıklarını Duyurdu
Mart 2	AB	Medya	Rusya'nın Sputnik Ajansı Eliyle Aktarılan Haberler Kısıtlandı
Mart 9	AB	Kişisel Servet	Daha Fazla Rus ve Belarus'lu Zenginlerin Servetleri Donduruldu
Mart 11	AB	Finans	AB, Rusya'dan çelik ithalatını ve Moskova'ya lüks mal ihracatını yasakladı
Mart 14	AB	Kişisel Servet	AB, Roman Abramovich'in mal varlığını dondurdu
Mart 15	AB	Finans	Abramovic Kara Liste Uygulamasına Dahil Edildi
Mart 25	Finlandiya	Lojistik	Finlandiya'nın ulusal demiryolu operatörü, Rusya ile Avrupa Birliği

Tarih	Uygulayan	Hedef	Detaylar
			arasındaki demiryolu bağlantısını kapatarak Helsinki ve Saint Petersburg arasındaki hizmetleri askıya aldı

Kaynak: Reuters. (2022). <https://www.reuters.com/business/aerospace-defense/skorea-bans-exports-strategic-items-russia-join-swift-sanctions-2022-02-28/>

4.2. Rusya'nın Yaptırım Yanıtları

Rusya kendisine karşı uygulanan mali yaptırımlara karşı birtakım yanıtlar vermiş ve karşı yaptırımlar/tedbirler uygulamaya koymuştur. Bu yaptırımlar ve tedbirler aşağıda sıralanmıştır (Rusya Devlet Başkanlığı, 2022):

- ✓ Rusya Merkez Bankası, ana borç verme oranını iki katından fazla artırarak %20'ye çıkarmış ve bankalara ekstra likidite sağlamıştır. Yaptırımlar bunu yapma kabiliyetini sınırlamadan önce, rubleyi desteklemek için döviz piyasasına müdahale etmiştir.
- ✓ Rusya Merkez Bankası ayrıca Rus brokerlerinin yabancıların elindeki menkul kıymetleri satmasını, ruble cinsinden devlet borcuna sahip yabancı yatırımcılar için kupon ödemelerini ve Rus şirketlerinin denizaşırı hissedarlarına temettü ödemelerini yasaklamıştır.
- ✓ Ticaret ve sanayi bakanlığı 4 Mart'ta Rus gübre üreticilerinin ihracatı durdurmasını tavsiye etmiştir.
- ✓ Rus yasaları tarafından yasaklanmadıkça, “dostça olmayan eylemlerde bulunan yabancı devlet kişilerine” ruble kredileri ve destekleri yasaklanmıştır.
- ✓ Başkan Vladimir Putin bir kararname ile dünyanın en büyük enerji üreticilerinden bazılarını içeren ihracatçı şirketlere, rubleyi desteklemek için döviz gelirlerinin %80'ini satmaları yönünde emir yayınlamıştır.
- ✓ Başbakan Mihail Mişustin, Rusya'nın yabancı yatırımcıların Rus varlıklarını satmalarını geçici olarak durduracağını belirtmiştir.
- ✓ Maliye Bakanı Anton Siluanov, yaptırımların daha maliyetli hale gelmesi nedeniyle Rusya'nın borçlanmayı sınırlamak için Ulusal Varlık Fonundan para kullanacağını söylemiştir. Ulusal Varlık Fonu 1 Şubat itibarıyla 175 milyar dolar olarak açıklanmıştır.
- ✓ Bir hükümet kararı ile fonun Rus şirketlerinden hisse satın almak için 1 trilyon ruble (9,45 milyar dolar) ayrıldığı yayımlandı.
- ✓ Başbakan Mişustin, Rusya'nın teknoloji şirketlerine ek destek sağlanacağını ve yaptırımlardan etkilenen işletmeler ve haneler için vergi düzenlemelerinde ince ayar yapabileceğini açıkladı.
- ✓ Hükümet ayrıca sübvansiyonlu bir kredi planı aracılığıyla küçük ve orta ölçekli işletmelere ek fonlar tahsis edeceğini açıkladı.
- ✓ Rusya, aralarında İngiltere, Bulgaristan, Polonya ve Çek Cumhuriyeti'nin de bulunduğu ülkelerin havayollarına, bu ülkelerin benzer hamlelerinin ardından hava sahasını kapatmıştır.

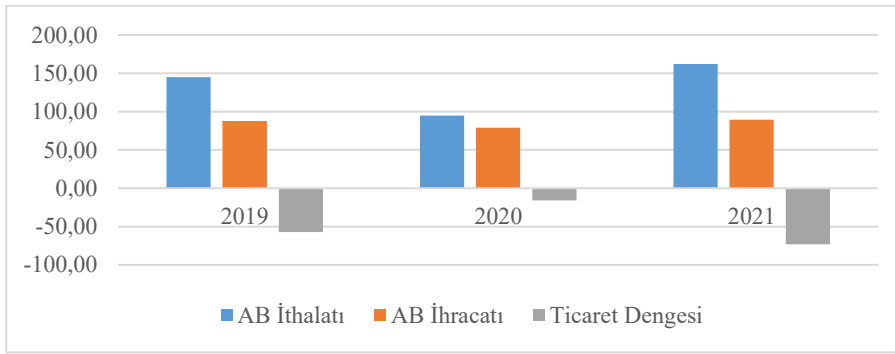
4.3. Avrupa Ülkeleri ve Rusya Arasındaki Ekonomik İlişkiler

Yaklaşık 25 yıldır, AB'nin Rusya ile siyasi ve ekonomik ilişkileri, ikili bir Ortaklık ve İşbirliği Anlaşmasına (PCA) dayanmaktadır. PCA'nın ticaretle ilgili bölümleri, karşılıklı yarar sağlayan ekonomik ilişkiler geliştirmenin yanı sıra ticareti ve yatırımı teşvik etmeyi amaçlamaktadır. Rusya'nın Dünya Ticaret Örgütü'ne (WTO) katıldığı 2012 yılından bu yana, AB-Rusya ticari ilişkileri de WTO çok taraflı kuralları ile çerçevelenmiştir.

2014'ten bu yana, Rusya'nın Kırım'ı ilhakı ve Ukrayna'nın doğusundaki istikrarsızlaştırıcı rolü, AB-Rusya ilişkilerini ciddi şekilde etkilemiştir. Sonuç olarak, ticaret alanı da dahil olmak üzere bazı politika diyalogları ve işbirliği mekanizmaları askıya alınmıştır. 2022 yılında başlayan savaş ise daha önce değinilmiş olan yaptırımları beraberinde getirmiştir. AB ve Rusya özelinde, ekonomik ilişkilerin güncel durumu aşağıda özetlenmiştir (policy.trade.ec.europa.eu):

- ✓ 2019'da AB, Rusya'daki en büyük yatırımcı konumuna gelmiştir. 2019 yılında Rusya'daki AB doğrudan yabancı yatırım (DYY) stoku 311,4 milyar euro olurken, Rusya'nın AB'deki DYY stokunun 136 milyar euro olduğu tahmin edilmektedir.
- ✓ 2020'de AB, Rusya'nın en büyük ticaret ortağıydı ve ülkenin dünya ile olan toplam mal ticaretinin %37,3'ünü oluşturuyordu. Rusya'nın ithalatının %36,5'i ve ihracatının %37,9'u AB iledir.

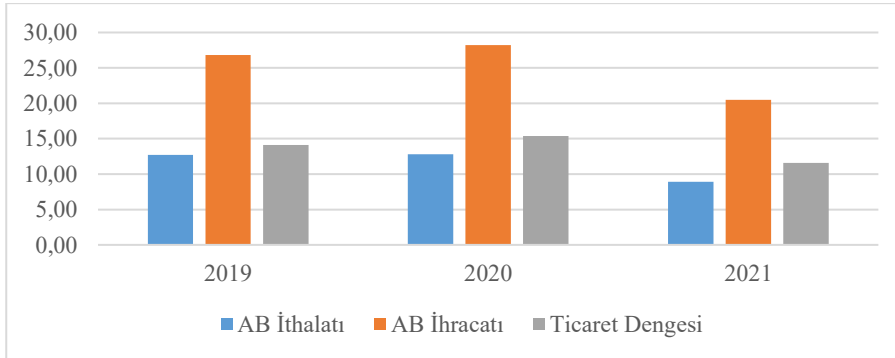
- ✓ 2020'de AB ile Rusya arasındaki iki yönlü hizmet ticareti 29,4 milyar euroya ulaşmıştır. AB'nin Rusya'dan hizmet ithalatı 8,9 milyar euro ve Rusya'ya hizmet ihracatı 20,5 milyar euro düzeyindedir.
- ✓ 2020'de AB'nin ham petrol ithalatını, Rusya'dan (%29), Amerika Birleşik Devletleri'nden (%9), Norveç'ten (%8), Suudi Arabistan ve Birleşik Krallık'tan (her ikisi de %7) den gerçekleştirmiştir. Benzer bir analiz, AB'nin doğal gaz ithalatını, Rusya'dan (%43), Norveç'ten (%21), Cezayir'den (%8) ve Katar'dan (%5), katı fosil yakıt ithalatının (%43)'ünü Rusya'dan gerçekleştirdiğini gösteriyor.
- ✓ 2021 yılı itibariyle Rusya, AB'nin dünya ile olan toplam mal ticaretinin %5,8'ini temsil eden beşinci en büyük ticaret ortağı durumundadır.
- ✓ 2021'de AB ile Rusya arasındaki toplam mal ticareti 257,5 milyar euroya ulaşmıştır. AB'nin Rusya'dan ithalatı 158,5 milyar euro değerindedir. Akaryakıt ve madencilik ürünleri (98,9 milyar euro, %62), odun (3,16 milyar euro, %2,0), demir ve çelik (7,4 milyar euro, %4,7) düzeyindedir. AB'nin Rusya'ya 2021'deki ihracatı 99,0 milyar euroya ulaşmıştır. Bunlar, makine ve teçhizat (19,5 milyar euro, %19,7), motorlu taşıtlar (8,95 milyar euro, %9), ilaçlar (8,1 milyar euro, yüzde 8,1), elektrikli teçhizat ve makineler (7,57 milyar euro, yüzde 7,6) şeklinde dağılmaktadır.



Grafik 1. AB- Rusya Arasındaki Mal Ticareti (Milyar Euro)

Kaynak: policy.trade.ec.europa.eu/

AB ve Rusya arasındaki emtia ticaretine ilişkin durum Grafik 4.1'de gösterilmiştir. Grafikte de görüldüğü üzere AB, Rusya ile emtia ticareti konusunda 2019,2020 ve 2021 yıllarında açık vermiştir. Bu açığın en yüksek olduğu yıl 74,3 milyar euro ile 2021 yılı olmuştur.



Grafik 2 AB-Rusya Arasındaki Hizmet Ticareti (Milyar Euro)

Kaynak: policy.trade.ec.europa.eu/

Grafik 4.2'de AB ve Rusya arasında gerçekleşen hizmet ticaretine ilişkin veriler görselleştirilmiştir. Hizmet ihracatı konusunda AB tüm yıllarda Rusya'ya aldığından fazla hizmet satar durumdadır. Bunun neticesinde de AB ve Rusya arasındaki hizmet ticareti konusunda 2019,2020 ve 2021 yıllarında AB dış ticaret fazlası vermektedir.

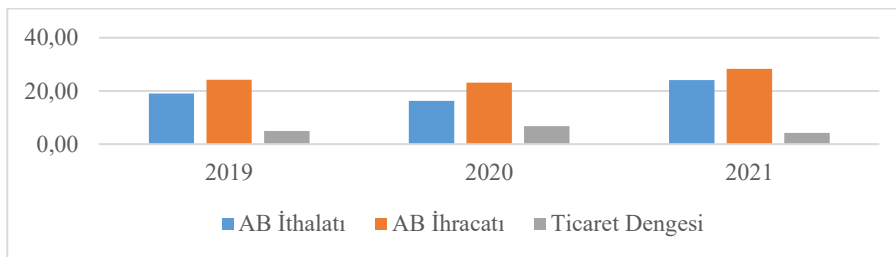
4.4. Avrupa Ülkeleri ve Ukrayna Arasındaki Ekonomik İlişkiler

AB ile Ukrayna arasında Derin ve Kapsamlı Serbest Ticaret Bölgesi'ni (DCFTA) içeren Ortaklık Anlaşması, 2007-2011 yılları arasında müzakere edilmiş ve 21 Mart ve 27 Haziran 2014 tarihlerinde imzalanmıştır. DCFTA, 1 Ocak 2016'dan beri geçici olarak uygulanmaktadır. Ortaklık Anlaşması, tüm AB Üye Devletleri tarafından onaylandıktan sonra 1 Eylül 2017'de resmen yürürlüğe girmiştir.

Ortaklık Anlaşması, Ukrayna ve AB'yi birbirine yakınlaştırmamanın ana aracı olarak; daha derin siyasi bağları, daha güçlü ekonomik bağlantıları ve ortak değerlere saygıyı inşa etmek amacıyla hazırlanmıştır. AB, Ekim

2017'den itibaren üç yıllık bir süre için çeşitli endüstriyel mallar ve tarım ürünleri için Ortaklık Anlaşması/DCFTA'da yer alan tavizleri tamamlayarak Ukrayna'ya Özerk Ticaret Önlemleri tanımıştır. Bütün bunlar ışığında AB-Ukrayna arasındaki güncel ekonomik ilişkiler aşağıdaki şekilde özetlenebilir (policy.trade.ec.europa.eu):

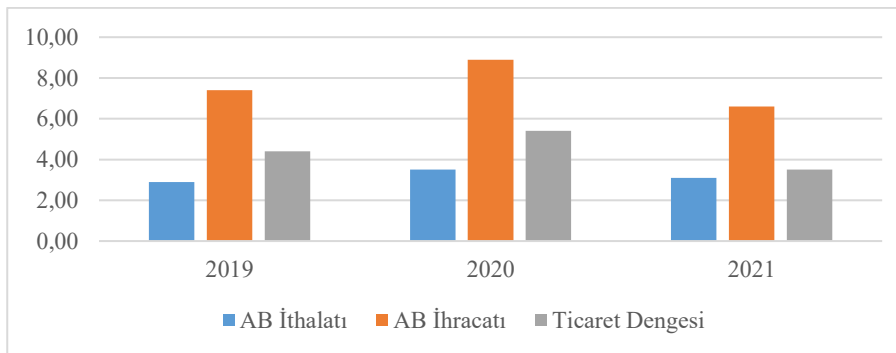
- ✓ AB'ye ihracat yapan Ukraynalı şirketlerin sayısı, 2015'te yaklaşık 11.700'den 2019'da 14.500'ün üzerine etkileyici bir oranda artmıştır.
- ✓ AB, 2019'daki ticaretinin %40'ından fazlasını oluşturan Ukrayna'nın en büyük ticaret ortağıdır. Ukrayna, AB'nin toplam ticaretinin yaklaşık %1,1'ini oluşturan AB'nin 18. Ticari ortağı konumundadır. AB ile Ukrayna arasındaki toplam ticaret 2019'da 43,3 milyar euroya ulaşmıştır.
- ✓ Ukrayna'nın AB'ye ihracatı 2019'da 19,1 milyar euro olarak gerçekleşmiştir. Ukrayna'nın ana ihracatı hammaddeler (demir, çelik, madencilik ürünleri, tarım ürünleri), kimyasal ürünler ve makinelerdir. Bu, 2016'dan 2021 yılına kadar %48,5'lik önemli bir artış ile gerçekleşmiştir.
- ✓ AB'nin Ukrayna'ya ihracatı 2019'da 24,2 milyar euroyu aşmıştır. AB'nin Ukrayna'ya yaptığı başlıca ihracat, makine ve ulaşım ekipmanları, kimyasallar ve mamul malları içermektedir. AB'nin Ukrayna'ya ihracatı, 2016'dan 2021 yılına kadar %48,8'lik benzer şekilde ciddi bir artışa sergilemiştir.



Grafik 3 AB- Ukrayna Arasındaki Mal Ticareti (Milyar Euro)

Kaynak: policy.trade.ec.europa.eu/

AB ve Ukrayna arasındaki emtia ticaretine ilişkin durum Grafik 4.3'te gösterilmiştir. Grafikte de görüldüğü üzere AB, Ukrayna ile emtia ticareti konusunda 2019,2020 ve 2021 yıllarının tamamında dış ticaret fazlasına sahiptir.



Grafik 4 AB- Ukrayna Arasındaki Hizmet Ticareti (Milyar Euro)

Kaynak: policy.trade.ec.europa.eu/

Grafik 4.4 ile AB ve Ukrayna arasındaki hizmet ticaretine ilişkin veriler sunulmuştur. Hizmet ihracatı konusunda AB tüm yıllarda Ukrayna'ya aldığından fazla hizmet satmıştır. Bunun neticesinde de AB ve Ukrayna arasındaki hizmet ticaretini konusunda 2019,2020 ve 2021 yıllarında AB sürekli olarak dış ticaret fazlası vermiştir.

4.5. Rusya-Ukrayna-Batı Ekseninde Savaşın İzlenen Etkileri

Rusya ve Ukrayna arasındaki savaşta AB ve Rusya tarafından uygulanan doğrudan bir petrol ve gaz ambargosu olmasa bile, savaş ve yaptırımlar, son otuz yılda Rusya'daki en derin ekonomik krizlerden birine sebep olmaktadır. Rus ekonomisi yine de, sarsılması zor olan mevcut ihracat modeline güvenmeye devam ediyor görünümü sergilemektedir. Yukarıda sıralanan yaptırımların ve yanıtlarının olumsuz dışsallıkları olarak, bu yaptırımlar sadece Rus nüfusuna değil, dünya çapında birçok gelişmekte olan ülkede çok çeşitli hanelere de etki etmektedir (Artuc vd., 2022).

Rusya saldırılarının başlamasından hemen önce başlatılan yaptırımların ötesinde, tıpkı diğer birçok batılı ülke gibi, Birleşik Krallık da Covid-19 sebebiyle fiyatların son 30 yıla göre çok hızlı artmasıyla birlikte yüksek enflasyonla karşı karşıya kalmıştır. Uzmanlar, Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik mevcut saldırısının önümüzdeki aylarda enflasyonist baskıyı artırabileceğinden ve İngiltere Merkez Bankası'nın yüksek enflasyona yanıt olarak daha yüksek faiz oranlarına yol açabileceğinden endişe etmektedir (Birleşik Krallık Parlamentosu, 2022). Bunun yanı sıra Rusya'nın birçok Avrupa ülkesine önemli bir enerji ihracatçısı olması sebebiyle küresel pazardaki petrol fiyatlarındaki keskin artışın etkisi Rusya'dan ithalat yapmasa da İngiltere'yi de eşit derecede etkileyerek birçok belirsizliğe yol açmıştır. Investec Bankacılık grubundan Martin Young adlı bir analist, yıllık hane halkı yakıt tüketiminin 3000 sterline ulaşabileceği konusunda uyarıda bulunmuştur (Jones, 2022). Rusya ve Ukrayna'nın buğday gibi çeşitli tarımsal ürünlerin önemli üreticileri olması ve enflasyondaki artışın Birleşik Krallık'ta hem hane hem de işletme bütçeleri üzerinde ek stres oluşturabilmesi nedeniyle gıda fiyatlarındaki artış konusunda da büyük bir endişe oluşmaktadır (Birleşik Krallık Parlamentosu, 2022). Birleşik Krallık buğday ihtiyacının %90'ını üretiyor olsa da çiftçiler, Rusya'nın en büyük ihracat ürünlerinden biri olan gübre için daha yüksek bedeller ödemek zorunda kalabilecektir (Jones, 2022). Bunun sebebi dünya çapında çiftçiler tarafından kullanılan amonyum nitrat gübrelerinin üçte ikisinin Rusya tarafından ihraç ediliyor oluşudur (Lanktree, 2022). Önemli bir tedarik zinciri ekonomisti olan Chris Rogers, bu krizin Birleşik Krallık ve genel olarak Avrupa üzerindeki en büyük ekonomik etkisinin “tedarik zinciri maliyet enflasyonu” konusunda olacağına işaret etmiştir (Lanktree, 2022).

İngiltere ve dünyadaki diğer birçok ülke gibi uzmanlar, Rusya'nın 2022'de Ukrayna'ya saldırısı nedeniyle Avrupa ülkelerinin daha yüksek enflasyon oranları ve tedarik zinciri kesintisi ile karşı karşıya kalacağını öne sürmektedir (Lanktree, 2022). Avrupa Dış İlişkiler Konseyi tarafından yayımlanan bir rapor, Rusya'nın Ukrayna'ya saldırısının Avrupalıların güvenlikleri hakkındaki düşüncelerini önemli ölçüde değiştireceğini ve “krizle ilgili kamuoyu tartışmalarında Avrupa hükümetlerinin bölünmüş, zayıf ve eksik olarak nitelendirildiği” belirtilmektedir (Krastev ve Leonard, 2022). Rusya yalnızca dünyanın en büyük doğal gaz ve petrol ihracatçısı değil, aynı zamanda bu emtiaların Avrupa'ya da en büyük ihracatçısıdır (Bhattarai vd., 2022). Avrupa ülkeleri, petrolünün yaklaşık %25'i ve doğal gazının %40'ı için Rusya'dan ithalat yapmaktadır (Wiseman, 2022). Üst düzey AB finans yetkilileri, Rusya'nın Ukrayna'ya yönelik mevcut saldırısının, yükselen enerji fiyatları ve azalan ticari güven yoluyla AB ekonomik büyüme beklentisi %2,3'e düşmesine rağmen, “Avrupa Birliği'nin buna hazır olduğunu” açıklamıştır (Thomas ve Strupczewski, 2022; Avrupa Birliği, 2022d). Bu görüş sahipleri ayrıca, Rusya için maliyetli olmasına rağmen, Rusya'nın (AB'nin başlıca enerji ihracatçısı) AB yaptırımlarına AB'ye petrol, gaz ve kömür ihracatını kısıtlayarak yanıt verebileceğini ve dolayısıyla bu kısıntıların emtialarda daha yüksek fiyatlara yol açabileceğini ve belirsizliğe yol açabileceğini öne sürmektedir.

Avrupa Merkez Bankası Başkanı Christina Lagarde, “Euro bölgesi ekonomisinin etkileneceği ana kanallarının enerji, fiyatlar ve güven veya belirsizlik kanalları olacağını biliyoruz... Kalıcı belirsizlik muhtemelen tüketim ve yatırım üzerinde bir engel oluşturacak ve büyümeyi engelleyecektir” şeklinde bir açıklamada bulunmuştur (Thomas ve Strupczewski, 2022). Avrupa'da doğalgaz, Rusya'nın Ukrayna'ya yaptığı son saldırının doğalgaz fiyatlarında %20'lik bir artışa yol açması, dolayısıyla enflasyonun artması ve faturaların kabarması nedeniyle 2022'nin başında olduğundan yaklaşık altı kat daha yüksek bir düzeye çıkmıştır (Wiseman, 2022). Avrupa Komisyonu tarafından yapılan bir tahmin, Covid-19'un etkisiyle oluşan tedarik zinciri kısıtlamalarının ve enerji fiyatlarındaki artışın 2022'nin sonunda euro kullanan tüm AB ülkeleri için ekonomik büyüme eğrisini %5,4'ten %4,0'e düşürebileceğini ortaya koymaktadır (Thomas ve Strupczewski, 2022; Wiseman, 2022).

5. SONUÇ

2022 Rusya-Ukrayna savaşı, ABD Dışişleri Bakanı Antony Blinken'in sözleriyle özetlenebilir: “İki ülke arasında yaşananlar bir çatışmadan daha büyük... Rusya ve NATO'dan daha büyük... Bu, küresel sonuçları olan bir kriz ve küresel dikkat ve aksiyon gerektirmektedir” (ABD Dışişleri Bakanlığı, 2022). Bu etkilerin küresel anlamdaki olası sonuçları, Başkan Biden'ın 08 Mart 2022'deki konuşmasında, “Rusya'nın saldırganlığı hepimize mal oluyor ve vurgunculuk ya da fiyat oymacılığının zamanı değil” dediği gibi ortaya çıkabilecektir (Beyaz Saray, 2022). Bazı çalışmalarda, Rusya-Ukrayna geriliminin her iki ülke üzerindeki etkisine odaklanmış ve mevcut durumda ekonomisini sarsan yoğun küresel mali yaptırımlar göz önüne alınarak, öncelikli olarak Rusya penceresinden değerlendirmeler yapılmıştır. Bu nedenle, mevcut yazma eğiliminden soyutlanmak adına bu çalışmada, Rusya-Ukrayna savaşının başlıca küresel ekonomik aktörler, özellikle de AB gibi Rusya'ya yoğun mali yaptırımlar uygulayanlar üzerindeki ekonomik etkisine odaklanılmıştır.

Antony Blinken verdiği bir demeçte Ukrayna'nın NATO'ya katılma konusundaki isteği konusunda; “kıtada onlarca yıldır barışı koruyan anlaşmalardan defalarca yüz çeviren Rusya için bir tehdit. Avrupa ve Kuzey

Amerika'da yaklaşık bir milyar insanı koruyan savunma amaçlı, gönüllü bir ittifak olan NATO'yu ve hepimizin savunmasında pay sahibi olduğumuz uluslararası barış ve güvenliğin yönetim ilkelerini hedef almaya devam ediyor” demiştir. (ABD Dışişleri Bakanlığı, 2022). Ukrayna'nın bu arzusu, Rusya'nın Şubat 2022'de Ukrayna'ya saldırmasına ve ardından büyük küresel ekonomik aktörler tarafından Rusya'ya uygulanan küresel mali yaptırımların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu yaptırımlar Rusya ekonomisini ciddi şekilde etkileyecek olsa da, etkileri küresel olarak hissedilecektir. İncelenen yukarıdaki literatür parçalarından, bu krizin daha yüksek enflasyona, daha yüksek fiyatlar (petrol, gaz, buğday, mineraller) nedeniyle hane halkı tüketiminde azalmaya, tedarik zinciri aksamalarına, belirsizliğe, ekonomik büyüme engellerine, ekonomik büyümede düşüşe yol açacağı açıktır. Her iki ülke de Avrupa'ya önemli ihracatçılar olduğundan, küresel olarak ve özellikle Avrupa'da yatırım ve stok dalgalanmaları beklenmektedir. Bu nedenle, zorunlu emtia ithalatı için Rusya'ya önemli ölçüde bağımlı olan Avrupa ülkelerindeki politika yapıcılarının, Rusya'nın Batı'yı ihracat kısıtlamaları yoluyla cezalandırmaya karar vermesi halinde, alternatif hayatta kalma yolları üzerinde düşünmeye başlamaları oldukça önemlidir. Finans alanında yürürlüğe konulan SWIFT ve ödeme yöntemleri yaptırımları da küresel ticari hareketliliği ciddi düzeyde etkilemeye başlamıştır.

Mevcut durumlar göz önünde bulundurulduğunda savaşın doğrudan ekonomik sonuçları aşağıdaki şekilde tahmin edilebilmektedir:

- ✓ Rusya ve Ukrayna titanyum, paladyum, buğday ve mısır dahil olmak üzere önemli emtia tedarikçileridir ve otomobil, akıllı telefon ve uçak üreticileri de dahil olmak üzere bu tür emtia kullanıcıları için tedarik zinciri sorunlarının yoğunlaşacağı öngörülebilir.
- ✓ Mevcut ticaret ağı, Rus enerji ve gıda kaynaklarına olan güven göz önüne alındığında, Avrupa en çok etkilenen bölgedir. Böylesi durumlarda gelişmekte olan piyasalar gelişmiş ekonomilerden daha az etkilenmektedir.
- ✓ Ukrayna'dan gelen yoğun sığınmacı akışını ve askeri harcamaları desteklemek için daha yüksek kamu harcamaları beklenebilir. Her ikisinin de kaynaklar ve dolayısıyla enflasyon üzerindeki baskıyı artırması muhtemeldir. Ancak, Yurt İçi Hasılda artışı olacağı için Avrupa GSYİH'si üzerindeki olumsuz etkiler çok yüksek gözlemlenmeyebilir.
- ✓ Rusya'ya yönelik yaptırım maliyetleri, gaz ve petrol ihracatındaki yüksek fiyatlar ile kısmen dengelenmektedir. Ancak ekonomi üzerindeki net etki, Rusya GSYİH'sinin bu yıl yüzde 1,5 ve 2023'ün sonunda yüzde 2,5'ten fazla daralması beklendiği için olumsuz olacaktır.
- ✓ Rusya'da enflasyonun bu yıl %202 nin üzerine çıkması beklenmektedir. Batı enflasyonu, durgunluk risklerinin artmasıyla daha da yükselecektir.
- ✓ Savaş, enflasyona katkıda bulunacağı, ancak büyümeyi zayıflatacağı ve halihazırda Covid-19 kaynaklı fiyat artışları tarafından baltalanan tüketici ve iş güvenine zarar vereceği için para politikası yapıcılarının karşı karşıya olduğu ikilemin boyutunu büyütülmektedir.
- ✓ Özellikle Rusya'nın SWIFT sisteminin dışında kalması ekonomik hareketliliği ciddi düzeyde kısıtlamaktadır.
- ✓ Rus bankalarının SWIFT dışında Visa ve Mastercard gibi küresel ödeme sistemlerinin dışına alınması yaklaşan turizm sezonunda özellikle Türkiye, Yunanistan, İtalya, Fransa ve İspanya gibi ülkelerin turizm gelirlerinde fark edilir düşüşlere sebep olacaktır.

Bunların yanı sıra yalnızca enerji, gıda, ve teknoloji sektörleri değil turizm sektörü de ciddi olumsuz beklentilerin içine girmiştir. Savaşın verdiği zarar henüz tam anlamıyla ölçülebilir durumda olmadığı için çalışmanın kısıtı olarak görülmektedir. Bu çalışma, Rusya-Ukrayna savaşının etkilerini izlemek adına Avrupa ülkeleri ile sınırlandırılmıştır. Ancak gerek Avrupa gerekse bu iki ülkenin yakın ticari ortağı olan Türkiye ekonomisi üzerindeki etkiler henüz tam anlamıyla ölçülemediğinden somut bir analiz dönem itibarıyla yapılamamıştır. Gelecek dönemde bu hususta daha kapsamlı analizler yapılması önerilebilmektedir. İki ülke arasında yaşanan savaşla ilgili siyasi veya sosyal-kültürel etkisine odaklanabilecek çalışmalarla birlikte, birbirine sıkıca bağlı olan ekonomi-siyaset ilişkisi çerçevesinde daha derinlemesine disiplinlerarası çalışmalar yapılması ayrıca önerilmektedir.

KAYNAKÇA

1. Abelshausen, W. (1998). “Germany: Guns, Butter, and Economics Miracles,” in Harrison, M. (ed.), The Economics of World War II: Six Great Powers in International Comparison, Cambridge: Cambridge University Press, 122-176.

2. Bilmes, L. & Stiglitz, J. (2006) The economic costs of the Iraq War: an appraisal three years after the beginning of the conflict. NBER Working Papers No 12054. Cambridge, MA: National Bureau for Economic Research.
3. Bilmes, L. & Stiglitz, J. (2008) The Three Trillion Dollar War: The True Cost of the Iraq Conflict. New York City: W.W. Norton.
4. Birleşmiş Milletler. (2006). Report of the Secretary-General on the work of the Organization to the General Assembly. No A/61/1. New York City: United Nations.
5. Crawford, N. C. (2019). United States budgetary costs and obligations of post-9/11 wars through FY2020: \$6.4 trillion. Watson Institute for International and Public Affairs, Brown University, 13.
6. Davidson, J. W. (2021). The Costs of War to United States Allies Since 9/11. Watson Institute of International and Public Affairs. Providence.
7. De Waal, A. (2016). Introduction to the Political Marketplace for Policymakers.
8. Dole, M. S. (2022). Russia-Ukraine war: Impact on Indian Economy.
9. Dragneva-Lewers, R., & Wolczuk, K. (2016). Ukraine between the Eu and Russia: The integration challenge. Palgrave Macmillan UK.
10. Eaton, T., Cheng, C., Mansour, R., Salisbury, P., Yazigi, J., Khatib, L., & Royal Institute of International Affairs. (2019). Conflict economies in the Middle East and North Africa.
11. Farrell, C. (1996). The economic war among the states: An overview. *The Region*, 10(Jun), 4-7.
12. Gatrell, P. & Harrison, M. (1993). "The Russian and Soviet Economy in Two World Wars", *Economic History Review*, 46, 425-452.
13. Ghasseminejad, S., & Jahan-Parvar, M. R. (2021). The impact of financial sanctions: The case of Iran. *Journal of Policy Modeling*, 43(3), 601-621.
14. Goldsmith, W. (1946). The Power of Victory: Munitions Output in World War II. *Military Affairs*, 10:1, pp. 69-80.
15. Goodhand, J. (2004). From War Economy to Peace Economy? Reconstruction and State Building in Afghanistan. *Journal of International Affairs*, 58(1), 155–174.
16. Harrison, M. (1998). *The Economics of World War II: Six Great Powers in International Comparison*. Cambridge: Cambridge University Press.
17. Hautcoeur, P.-C. (2005). "Was the Great War a Watershed? The Economics of World War I in France", in Broadberry, S.N. and Harrison, M. (eds.), *The Economics of World War I*, Cambridge: Cambridge University Press, 169-205.
18. Kittrie, O. F. (2008). New sanctions for a new century: Treasury's innovative use of financial sanctions. *U. Pa. J. Int'l L.*, 30, 789.
19. Krastev, I., & Leonard, M. (2022). The crisis of European security: What Europeans think about the war in Ukraine. ECFR.
20. Kuzio, T. (2017). *Putin's War against Ukraine. Revolution, Nationalism, and Crime*. Toronto: Chair of Ukrainian Studies.
21. Liadze, I., Macchiarelli, C., Mortimer-Lee, P., & Juanino, P. S. (2022). The economic costs of the Russia-Ukraine conflict. NIESR Policy Paper, 32.
22. Merrick, K., Hardhienata, M., Shafi, K., & Hu, J. (2016). A survey of game theoretic approaches to modelling decision-making in information warfare scenarios. *Future Internet*, 8(3), 34.
23. Milward, A.S. (1984). *The Economic Effects of the Two World Wars on Britain*, (2nd edition), London: Macmillan.
24. Olson, M. (1963). *The Economics of the Wartime Shortage: A History of British Food Supplies in the Napoleonic War and in World Wars I and II*, Durham, NC: Duke University Press.

25. Pabriks, A., & Kudors, A. (2015). The war in Ukraine: Lessons for Europe. The Centre for East European Policy Studies. Samokhvalov, V.
26. Pala, T. (2021). The Effectiveness of Economic Sanctions: A Literature Review. Network of Institutes and Schools of Public Administration in Central and Eastern Europe. The NISPACEE Journal of Public Administration and Policy, 14(1), 239-259.
27. Peltier, H. (2020). The cost of debt-financed war: public debt and rising interest for Post-9/11 war spending. Costs of War. Brown University.
28. Sargent, D. (2013). The Cold War and the international political economy in the 1970s. Cold War History, 13(3), 393-425.
29. Sheather, J. (2022). As Russian troops cross into Ukraine, we need to remind ourselves of the impact of war on health. *bmj*, 376.
30. Silver, M. (2009). Historical otherness, the Roman bazaar, and primitivism: PF Bang on the Roman economy. *Journal of Roman Archaeology*, 22, 421-443.
31. Slukhai, S. (2018). Economic wars within the Russia-Ukraine confrontation. *Ante-Portas-Studia nad Bezpieczeństwem*, 2(11), 299-325.
32. Thomas, L., & Strupczewski, J. (2022). Ukraine crisis will hit economy but EU is ready, officials say. Reuters.
33. Wennmann, A. (2019). The Political Economy of Violent Conflict Within States. In *Oxford Research Encyclopedia of International Studies*.
34. Wiseman, P. (2022). Economic dangers from Russia's invasion ripple across Globe. AP NEWS.
35. Cleophas, T. J., & Zwinderman, A. H. (2018). Bayesian Pearson correlation analysis. In *Modern Bayesian Statistics in Clinical Research* (pp. 111-118). Springer, Cham.
36. Benesty, J., Chen, J., & Huang, Y. (2008). On the importance of the Pearson correlation coefficient in noise reduction. *IEEE Transactions on Audio, Speech, and Language Processing*, 16(4), 757-765.
37. Bishara, A. J., & Hittner, J. B. (2012). Testing the significance of a correlation with nonnormal data: comparison of Pearson, Spearman, transformation, and resampling approaches. *Psychological methods*, 17(3), 399.
38. Korovkin, V., & Makarin, A. (2019, June 18). Conflict and Inter-Group Trade: Evidence from the 2014 Russia- Ukraine crisis. SSRN.
39. Crawford, N. C. (2017). United States budgetary costs of Post-9/11 wars through FY2018.
40. Bigg, M. M. (2022, Şubat 18). A timeline of the tensions between Russia and Ukraine. The New York Times.
41. Cohen, P., & Ewing, J. (2022, Şubat 21). What's at stake for the Global Economy as Conflict Looms in Ukraine. The New York Times.
42. Jones, L. (2022, Şubat 25). Ukraine conflict: Five ways life could get more expensive. BBC News.
43. Lanktree, G. (2022, Şubat 26). Businesses in Britain, EU brace for impact of Ukraine conflict. Politico.
44. Birleşik Krallık Parlamentosu. (2022, Şubat 28). Economic update: Ukraine crisis adds to inflationary pressures. UK Parliament.
45. İnternet Kaynakları
46. Reuters. (2022). <https://www.reuters.com/business/aerospace-defense/skorea-bans-exports-strategic-items-russia-join-swift-sanctions-2022-02-28/> Erişim Tarihi: 02.05.2022
47. Avrupa Birliği, (2022a). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=uriserv:OJ.L_.2022.058.01.0001.01.DEU Erişim Tarihi: 04.05.2022
48. Rusya Devlet Başkanlığı. (2022). <http://en.kremlin.ru/press/announcements> Erişim Tarihi: 02.05.2022

49. Avrupa Birliği, (2022b). https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions/russia_en Erişim Tarihi: 06.05.2022
50. Avrupa Birliği, (2022c). https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions/ukraine_en Erişim Tarihi: 27.04.2022
51. Avrupa Birliği, (2022d). https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-performance-and-forecasts/economic-forecasts/spring-2022-economic-forecast_en

e-ISSN:2587-2168



Year: 2022

Vol: 8 Issue: 44

pp 523-534

Article ID

63806

Arrival

30 June 2022

Published

31 AUGUST 2022

DOI NUMBER<http://dx.doi.org/10.29228/ideas.63806>**How to Cite This Article**

Kurtoglu, S. & Çakan, C. D. (2022).

"Sürdürülebilir

Ekonomide Yeşil

Tahvil ve Bir Türkiye

Örneği", International

Journal of Disciplines

Economics &

Administrative

Sciences Studies, (e-

ISSN:2587-2168), Vol:8,

Issue:44; pp: 523-534



International Journal of
Disciplines Economics &
Administrative Sciences
Studies is licensed under a
Creative Commons
Attribution-
NonCommercial 4.0
International License.

Sürdürülebilir Ekonomide Yeşil Tahvil ve Bir Türkiye Örneği¹

Green Bond in Sustainable Economy and A Sample of Türkiye

Sabri Kurtoglu¹ Canan Dağdır Çakan² ¹ Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, Türkiye² Dr. Öğr. Üyesi., Marmara Üniversitesi, Finansal Bilimler Fakültesi, Bankacılık Bölümü, İstanbul, Türkiye

ÖZET

Küresel ısınma günümüzün en kritik sorunlarından birisidir. Küresel ısınmanın ortaya çıkardığı iklim değişikliklerinin çevresel, ekonomik ve sosyal boyutları birçok farklı alanı etkilemektedir. Bu sorunun çözümünde çok taraflı iş birliğine ihtiyaç bulunmaktadır. Son yirmi yıldır küresel ısınma sorununun çözümüne yönelik ülkelerin, kurumların ve insanların inisiyatif aldığı görülmektedir. Ancak küresel ısınma tekil davranış değişiklikleriyle çözülebilecek bir konu değildir. Bu sorunun çözümü büyük miktarda emek ve maliyet oluşturmada olup çeşitli altyapı, teknoloji ve know-how yatırımı gerektirmektedir. Bu yatırımların finansmanının bir yöntemi de yeşil tahvil ihraç etmektir. Dünyada gelişmeye hızla devam eden yeşil tahvil uygulamasında ülkemizin atması gereken daha çok adım bulunmaktadır. Ülkemizde sürdürülebilir bir ekonominin sağlanmasında yeşil tahviller kayda değer önemi olan bir kaynaktır. Şu anda sayıları ülkemizde sadece birkaç adetten ibaret olan yeşil tahvillerin gelecekte çok daha fazla miktar ve hacimde çıkarılacağı aşikardır. Sürdürülebilir bir ekonominin uygulanabilmesi için hem ülkemize uygun maliyetli iç ve dış kaynak sağlanabilmesi hem de konjonktürel olarak ihracat kanalında ortaya çıkabilecek engellerin önlenmesi adına yeşil tahviller güçlü bir fırsat penceresi yaratacaktır. Bu nedenle yeşil tahvillerinin önemini anlaşılması ve konuya ilişkin bir farkındalık yaratılması gerekmektedir. Bu çalışmada ülkemizde reel sektör tarafından ilk kez 2021 yılı mayıs ayında çıkarılan bir yeşil tahvil uygulamasına yer verilmiş, yeşil tahvillerin özellikleri detaylandırılmış, bu yöntemle sağlanan finansmanın genel değerlendirmesi ve bahsi geçen tahvilin çeşitli yeşil tahvillerle karşılaştırması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küresel Isınma, Yeşil Tahvil, Sürdürülebilir Ekonomi

ABSTRACT

Global warming is one of the most critical problems nowadays. The environmental, economic, and social dimensions of climate changes caused by global warming affect many different segments. Multilateral cooperation is required to iron out this issue. It is seen that countries, institutions and people have taken the initiative to settle the global warming problem for the last twenty years. However, global warming is not an issue that can be solved by individual behavioral changes. The solution to this problem needs a large amount of labor and costs and requires investment in various infrastructure, technology, and know-how. One method of financing these investments is issuing green bonds. There are still more steps to be taken by our country in the green bond application, which has developed quite rapidly in the world and continues to develop rapidly. Green bonds are a significant resource in ensuring a sustainable economy in our country. It is obvious that green bonds, which are currently only a few in number in our country, will be issued in much larger quantities and volumes in the future. Green bonds will create a strong window of opportunity in order to implement a sustainable economy, to provide cost-effective domestic and foreign resources to our country, and to prevent obstacles that may arise in the export channel in the coming days. For this reason, it is necessary to understand the importance of green bonds and create awareness on the subject. In this study, a green bond application, which was issued for the first time by the real sector in our country in May 2021, was included, the characteristics of green bonds were detailed, the general evaluation of the financing provided by this method and the comparison of the mentioned bond with various green bonds were made.

Keywords: Global Warming, Green Bonds, Sustainable Economy

1. GİRİŞ

Gezegemizi tehdit eden küresel ısınma sorunu gittikçe daha çok gündemde yer almaktadır. Özellikle son dönemde iklim değişikliğinin sonucu olarak doğal kaynakların tükenmeye başlaması, küresel sıcaklık artışı gibi olgular sosyal ve ekonomik hayatı olumsuz etkilemektedir. İklim değişikliği ve tabiat dengesinin bozulmasının asıl nedeni aşırı üretimden ve tüketim süreçlerindeki negatif dışsallıklardan kaynaklanmaktadır. Özellikle karbon emisyonu, su kaynaklarının zarar görmesi gibi negatif dışsallıklar da fiyatlanamadığından maliyetlere doğrudan aktarılamamakta ve üretici ile tüketicilere yansıtılamamaktadır.

Üretim sürecinde iklim değişikliklerinden kaynaklanan zorlukların aşılması işletmelerin iklim değişikliğine dayanıklılığını artırmasına bağlıdır. Kıt kaynakların daha verimli kullanılması ve sürdürülebilir bir büyümenin sağlanması için üretim süreçlerinin iyileştirilmesi bir zorunluluk haline gelmiştir. Çevreci olmayan üretim faaliyetlerinin giderek azaltılması ve bu konuda adaptasyonun sağlanmasında yeşil tahvil, işletmeler tarafından ihtiyaç duyulan sermayenin daha düşük maliyetlerle ulaşmasını sağlamaktadır. Sürdürülebilir finansın ana kalemlerinden biri olan yeşil tahvilin önemi de gün geçtikçe artmaktadır. Yeşil tahviller, gelirlerin veya eşdeğer bir miktarın kısmen veya tamamen, sadece yeni ve/veya halihazırdaki yeşil projeleri finanse etmek veya

¹ IERFM2022 Kongresinde sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve düzenlenmiş halidir.

finansmanını yapılandırmak için uygulanacağı herhangi bir tür tahvil aracı olarak tanımlanır. Yeşil tahvil gibi sürdürülebilir finansman araçlarının yaygınlaşmasının iklim kaynaklı krizlerin önlenmesinde önemli bir rol üstlenmesi beklenmektedir.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİ VE FİNANSMANI

Ekonomide sınırsız insan ihtiyaçlarının kıt kaynaklar karşısında nasıl karşılanacağı sorununa cevap aranırken fayda ve kar maksimizasyonuna odaklanılmış; çevre üzerindeki olumsuz etkiler ihmal edilmiştir. Ekonomik büyümenin sağlanmasında Solow ve içsel büyüme modellerinde sermaye birikimi ve teknoloji düzeyi çıktı miktarında temel belirleyiciler olarak görülmüştür. Ancak ekonomik büyümenin sağlanmasında bu dolaysız belirleyicilere ek olarak büyümenin temel-dip belirleyicileri olan coğrafya, kültür, ticaret-entegrasyon ve kurumlar da önemli düzeyde etkilidir (Ünsal, 2007, s. 286-291). Ülkeler arasındaki refah farklılıklarının ortaya çıkmasında bu faktörlerin rolü sorgulanmaktadır. Özellikle sürdürülebilir bir ekonomide iklim faktörü coğrafi özellikler içinde yarattığı verimlilik farklılıkları nedeniyle ayrı bir öneme sahiptir. Sanayi devriminden bu yana hızla değişen üretim yapısı bir yandan ekonomik büyümeyi ve kalkınmayı sağlarken diğer yandan çevre ve iklim üzerinde yarattığı negatif etki sürdürülebilirlik, iklim ve ekonomi ilişkisinin tartışılmasına neden olmuştur.

Ekonomik gelişmişliğin sağlanmasında büyümenin belirleyicileri bu sürecin sınırlarını oluşturmaktadır. II. Dünya Savaşı sonrasında ekonomik büyüme ve kalkınma hedeflerini gerçekleştirmek isteyen ülkelerde yurtiçi tasarrufların yetersizliği büyümeyi sınırlayan bir faktör olmuş ve küreselleşmenin ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Küreselleşmenin insanların refahını, yaşam standartlarını yükselteceği yönündeki görüş ülkelerarası ticareti, finansal varlık akımını, bilgi ve teknoloji transferini, işgücü hareketliliğini şekillendirmiştir. Bu süreçte ülkelerin daha ucuza üretim yapmak isteyen büyük ölçekli uluslararası firmaları çekme çabası çevresel düzenlemelerin ihmal edilmesine yol açmıştır (Boyes & Michael, 2013, s. 391-396). Üretimin küreselleşmesi firmalara üretim faaliyetlerini farklı ülkelere taşıma imkânı vermiş, teknoloji transferi yoluyla maliyetlerin düşmesi üretimin ve verimliliğin artmasını sağlamıştır. Küreselleşme sunduğu bu avantajların yanı sıra bazı dezavantajları da beraberinde getirmiştir (Berber, 2006, s. 473). Dünya nüfusu ve kentleşmedeki artış, aşırı üretim ve sürdürülebilir olmayan tüketim kalıpları ile birleşince çevresel sorunların hızla artmasına neden olmuştur.

Bir ülkenin sahip olduğu doğal kaynak zenginliği, fiziki konum ve iklimin ülkeler arasında refah farklılıklarına kaynak oluşturduğu bilinmektedir (Ünsal, 2007: 287-288). Ancak kıt doğal kaynaklardaki bu kontrolsüz tüketim, yaşamın devamlılığı açısından ihtiyaç duyulan çevreyi de tahrip etmektedir. Aşırı üretim ve tüketim, doğal kaynakların dengesiz kullanımı ve kalitesiz üretimin neden olduğu çevre tahribatları zamanla küresel bir soruna dönüşmüştür (Kaypak, 2014, s. 20). Ülke sınırlarını aşan çevresel sorunların ulaştığı boyut ekonomik büyüme sorununu geride bırakmıştır. Büyüme ve refah artışı için sürekli bir tüketim ve üretimi gerekli gören ekonomik yapıdaki hâkim görüş eleştirilmiş, ekolojik iktisatçılar tarafından büyümenin sonsuz olmayacağına dikkat çekilmiştir. İtalya'da Roma Kulübü tarafından 1972 yılında hazırlanan Büyümenin Sınırları (The Limits to Growth) raporunda dünya nüfusundaki artış, sanayileşme, kirlilik, gıda üretim ve kaynak tüketim eğiliminin değişmeden devam etmesi halinde büyümenin sınırlarına ulaşılacağı sonucuna varılmıştır. Bunun önlemek için büyüme eğiliminin değiştirilmesi, sürdürülebilir bir ekolojik ve ekonomik sistemin oluşturulması gerekmektedir.

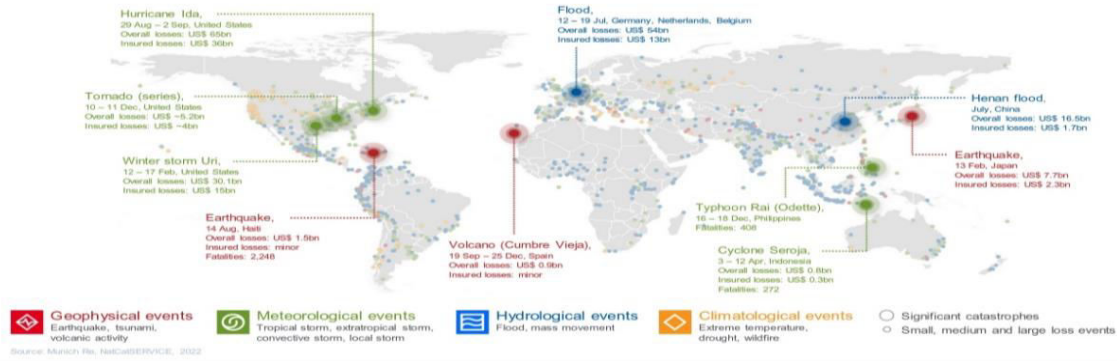
Sürdürülebilir bir kalkınmanın ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere üç boyutu bulunmaktadır. Sürdürülebilir ekonomi insanlığın gelecekteki ihtiyaçlarından ödün vermeden mevcut tüketim seviyelerini karşılayan bir üretim sistemini ifade eder. Ekonomik büyümenin sürdürülebilir kalkınma ile uyumlu hale getirmek evrensel bir zorunluluktur. Büyüme modellerinin birçoğunda karbon yoğun sistemin hâkim olması süreci zorlaştırmaktadır. Kalkınmanın sürdürülebilir olması için sera gazının ve fosil yakıt tüketiminin azaltılarak daha verimli teknolojilere ve çevreci üretim süreçlerine geçiş gerekmektedir (Volz, 2018:1).

Sürdürülebilir bir kalkınmanın sağlanmasında öncelikle çevreci üretim süreçlerinin teşvik edilmesi faydalı olacaktır. Finans sektörünün bu aşamada kilit bir rol oynaması beklenmektedir.

2.1. İklim Değişikliği ile Mücadelede Gelişim Süreci

Gezegimizin iklim düzeni, doğal kaynaklar ve sanayi devrimi sonucu ortaya çıkan üretim metotlarındaki değişim, kaynak tüketimine dayalı doğrusal (lineer) ekonomi modeli ve hızlı artan nüfus nedeniyle bozulmaya başlamıştır. Bu nedenler sadece iklim dengesini bozmakla kalmamakta, ayrıca doğal kaynaklarımız ve temel insani ihtiyaçlarımız üzerine de yoğun talep yaratmaktadır. 2011-2020 yılları gezegenimiz üzerinde kaydedilen en sıcak on yıl olarak kayıtlara geçmiştir. Bu süreçte küresel ortalama sıcaklık seviyesi 2019 yılında sanayi öncesi seviyelerin 1,1°C üzerine çıkmıştır. İnsan kaynaklı küresel ısınma sebebiyle Dünyanın sıcaklık seviyesi on yılda bir 0,2°C artmaktadır.

Sanayi öncesi zamanlardaki sıcaklığa kıyasla ortalama sıcaklık seviyesindeki 1,1 C° artış, doğal çevre, insan sağlığı ve refah üzerinde ciddi olumsuz etkilere sebep olmaktadır. Bu artış tehlikeli ve muhtemelen yıkıcı doğa olaylarının meydana gelmesine de sebep olmaktadır. Sıcaklık artışının neden olduğu buzullarda erime, deniz seviyesinde yükselme ve biyoçeşitlilikteki azalma gibi kronik sonuçlara ek olarak aşırı hava hareketlerinin arttığına, yüksek sıcak ve soğuk hava dalgaları, sel, dolu ve orman yangını olaylarının sıklaştığına ve şiddetinin yükseldiğine tanık olmaktadır. Doğa olayları sebebiyle oluşan birincil ekonomik zarar her yıl daha fazla artmakta ve bu durumun neden olduğu ekonomik zarar sigorta sektörüne doğrudan yansımaktadır. Son yıllarda iklim sebebiyle oluşan ekonomik zararlar son 30 yıl ortalamasına göre önemli miktarda artmış olup her sene katlanarak artmaya da devam etmektedir. 2019 yılında 166 milyar Amerikan doları olan zarar 2020 yılında 210 milyar Amerikan dolarına çıkmış 2021 yılında da artan yangınlar seller ve depremler nedeniyle oluşan zarar 280 milyar Amerikan doları seviyesinde gerçekleşmiştir. Bu zararın 120 milyar doları (önceki 2 senenin miktarından daha yüksek) sigortadan karşılanmıştır (Munich RE, 2022).



Şekil 1: 2021 Yılı Dünya Geneli Doğal Afet Kaynaklı Oluşan Maddi Zararlar

Dünya Ekonomik Forumunun anketine göre gelecek 10 yılımıza damgasını vuracak en büyük 10 riskin başında iklimle alakalı riskler gelmektedir. Anket katılımcılarına göre en önemli üç risk sırasıyla iklim başarısızlığı, aşırı hava hareketleri ve biyoçeşitlilik kaybı olarak kaydedilmiştir. Anketi cevaplayanlar diğer önemli riskler olarak sosyal uyumun bozulması, geçim kaynağının yetersizliği, enfeksiyonel hastalıklar, insan kaynaklı çevre zararı, doğal kaynak krizi, borç krizi ve geo-ekonomik çatışmalar olarak gösterilmiştir. Görüleceği üzere uzmanlara göre geleceğimizi etkileyen en önemli risklerin başında iklim riskleri gelmektedir. Bu riskleri takiben sosyal sorunlarla alakalı riskler göze çarpmaktadır.

Tablo 1: Gelecek 10 Yıl İçin En Kritik Riskler

1. İklim Eylemi Başarısızlığı	6. Bulaşıcı Hastalıklar
2. Aşırı Hava Olayları	7. İnsan Kaynaklı Tabiata Zarar
3. Biyoçeşitlilik Kaybı	8. Doğal Kaynak Krizi
4. Sosyal Uyumun Bozulması	9. Borç Krizi
5. Geçim Kaynağı Krizi	10. Jeoekonomik Sorunlar
Çevresel	Ekonomik
Sosyal	Jeopolitik

İklim değişikliği sonucu olarak artan sorunların sürdürülemez olduğu gerçeğini kabul eden küresel ölçekli girişimler ve teknolojik arayışlar 1990'lı yıllardan itibaren hız kazanmıştır. Bu konuda ilk önemli adım 1992 yılında Brezilya'nın Rio de Janeiro şehrinde düzenlenmiş Çevre ve Kalkınma Konferansı'dır (United Nations Conference on Environment and Development- Rio Earth Summit) (BDDK, 2021). Bu konferans sonucunda ortaya çıkan ve 1994 yılında da devreye alınan Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (United Nations Framework Convention on Climate Change) iklim değişikliğiyle mücadele kapsamında atılmış ilk geniş katımlı ve kapsamlı adım olarak tarihe geçmiştir.

BM İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (BMİDÇS) 194 tarafı bulunan bir sözleşme olup küresel ölçekli bir katılıma sahiptir. Sözleşmenin nihai amacı, atmosferdeki sera gazı birikimlerini, iklim sistemi üzerindeki tehlikeli insan kaynaklı etkiyi önleyecek bir düzeyde durduraktır. BMİDÇS bir çerçeve sözleşme olarak genel kuralları, esasları ve yükümlülükleri tanımlamaktadır. Sözleşme, iklim sisteminin başta endüstri ve diğer sektörlerden kaynaklı karbondioksit ve öteki sera gazı salımlarından etkilenebilecek ortak bir varlık olduğunu

kabul etmektedir (T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2022). Sözleşmenin en zayıf yönü imzalayan partilerin iyi niyetine bağımlı olması ve yaptırım konusundaki eksikliğidir.

1994 yılında imzalanan BMİDÇS ile her yıl sözleşmeyi imzalayan ülkeler COP (Conference of Parties) adı verilen konferansta iklim ve gezegenimiz üzerine gelişmeleri değerlendirmekte, yeni aksiyonlar almakta ve yeni önlem ve stratejileri devreye almaktadırlar. COP zirveleri içerisinde COP3 (1997 yılında Kyoto'da düzenlenmiştir) ve COP21 (2015 yılında Paris'te düzenlenmiştir) önemli kararların ve stratejilerin belirlendiği zirveler olarak ayrı öneme sahiptirler.

2.2. Paris İklim Anlaşması, AB Yeşil Mutabakatı ve 55'e Uyum Paketi

2015 yılı iklim değişikliğini de içeren küresel ölçekte sürdürülebilir kalkınma prensiplerinin ortaya konduğu ve onaylandığı bir yıl olması bakımından kıymetlidir. 2015 yılı içerisinde Paris İklim Anlaşması imzalanmış ve Birleşmiş Milletler Genel Kurulu (United Nations General Assembly) tarafından 17 ana hedef bünyesinde 169 alt hedeften oluşan Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri (SKH- Sustainable Development Goals - SDG) ortaya konmuştur. BMGK SKH'ların 2030 yılına kadar gerçekleştirilmesini hedeflemektedir.

Paris İklim Anlaşması Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi Taraflar Konferansında ele alınmış 2015 yılının aralık ayında imzaya açılmış ve 2016 yılında yürürlüğe girmiştir. Söz konusu anlaşmayı günümüz itibariyle 195 ülke onaylamıştır. Bu anlaşma küresel çapta iklim değişikliğine mücadele anlamında mihenk taşı olarak tarihe geçmiştir (Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu, 2016).

Paris Anlaşması gereğince, ülkeler Ulusal Katkı Beyanları (National Determined Contributions) veya "NDC'ler" olarak bilinen, emisyonlarını ne kadar azaltacaklarını belirleyen ulusal planları uygulayacaklarını taahhüt etmişlerdir. Her beş yılda bir ülkeler o zamanki olası en iddialı hedefini yansıtacak bir planla güncelleme yapacaklarını kabul etmişlerdir (United Nations Climate Change, 2021, s. 9).

Paris İklim Anlaşmasının 2. maddesinde açıklandığı üzere anlaşmanın amacı iklim değişikliği tehlikesine daha kapsamlı ve güçlü bir çözüm üretmektir ve söz konusu anlaşma Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nin uygulanmasını şu yollarla geliştirmeyi hedeflemektedir:

- ✓ Küresel ortalama sıcaklık artışını sanayi öncesi seviyelerin 2 °C'nin çok altında tutmayı başarmak ve sıcaklık artışını sanayi öncesi seviyelerin 1,5 °C üzerinde sınırlamak için çaba sarf etmek, bu şekilde küresel ısınmanın risk ve etkilerini kayda değer miktarda azalacağını kabul etmek,
- ✓ İklim değişikliğinin olumsuz etkilerine adaptasyon kabiliyetini artırmak ve gıda üretimini tehdit etmeyecek şekilde iklim direncini ve düşük sera gazı emisyonu gelişimini teşvik etmek,
- ✓ Düşük sera gazı emisyonlarına ve iklime dayanıklı kalkınmaya yönelik bir yol haritası ile düzenli ve sürdürülebilir finansman sağlamak.

Ülkeler ayrıca en kısa zamanda küresel sera gazı emisyonun salınımın maksimum seviyesine ulaşmayı hedeflemektedir (UNFCCC secreteriat, 2015, s. 22).

2015 yılında Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri ise yoksulluğu bitirme; sıfır açlığı gerçekleştirme; sağlık ve refahı artırma; kaliteli eğitim sağlama; toplumsal cinsiyet eşitliği koruma; temiz su ve sanitasyon sağlama; uygun fiyatlı ve temiz enerji üretme; insana yakışır iş ve ekonomik büyüme; sanayi, inovasyon ve altyapı; eşitsizliğin azaltılması; sürdürülebilir şehirler ve topluluklar oluşturma; sorumlu tüketim ve üretim yapısı kurma; iklim eylemini gerçekleştirme; suyun altındaki yaşamı koruma; karada yaşamı koruma, barış ve adalet güçlü kurumlar oluşturma; hedefe ulaşmak için stratejik ortaklık kurma olarak belirlenmiştir (United Nations, 2020). 2017 yılında BMGK belirlenen 17 hedefin uygulanabilirliği artırmak için belirli ölçüm değerleri içeren alt hedefler koymuştur.

Paris İklim Anlaşması'yla ortaya konulan küresel hedefleri ve yaklaşımlara odaklanan, coğrafi ve ekonomik açıdan en büyük inisiyatif Avrupa Birliği tarafından 2019 yılında deklare edilen AB Yeşil Mutabakatıdır. Bu mutabakat kapsamında 2030 yılına kadar sera gazı salınımları yüzde 55 oranında azaltılması taahhüt altına alınmıştır. Avrupa Birliği 2050 yılına kadar karbon nötr olmayı hedeflemiş olup tüm ekonomi politikası bu hedef üzerinden şekillenecektir.

Avrupa Birliği 2050 yılı için ortaya koyduğu hedef açısından önemli bir mihenk taşını 2021 yılında 55'e Uyum Paketi (Fit For 55) adı altında beyan etmiştir. 55'e Uyum Paketi AB'nin emisyon azaltma politikası için iklim, enerji, arazi kullanımı, ulaşım ve vergilendirme süreçlerini içeren bir dizi yeni düzenleme önerisinden oluşmaktadır. 55'e Uyum Paketi kapsamında Sınırdan Karbon Düzenleme Mekanizması'na (SKDM) geçiş ilk başlarda birkaç ürün grubu için gerçekleştirilecek olup önümüzdeki dönemde kapsamın genişletilmesi

planlanmaktadır. SKDM, 2023-2025 arası sürecek geçiş dönemi için demir-çelik, çimento, gübre, alüminyum ve elektrik sektörlerine uygulanacaktır. İthalatçıların geçiş döneminde yalnızca ithal ettiği ürünlerde bulunan emisyonları bildirmeleri gerekecektir. Yapılan düzenlemenin amacı nihai sistemin uygulamaya konulmasına hazırlanmak için olup bu süre zarfında bu sektörlerde pratik gerçekleştirilecektir.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR FİNANS: YEŞİL TAHVİLLER

Yeşil tahvil küresel iklim değişikliğine karşı, sürdürülebilir önlemler ile ilişkili yatırımları desteklemek amacıyla kullanılan bir finansman enstrümanıdır. Yeşil tahviller, gelirlerin veya eşdeğer bir miktarın kısmen veya tamamen, sadece yeni ve/veya halihazırdaki yeşil projeleri finanse etmek veya finansmanını yapılandırmak için uygulanacağı herhangi bir tür tahvil aracı olarak tanımlanır. Yeşil tahviller, operasyonel anlamda konvansiyonel tahvillere benzemekle birlikte yeşil tahvilin klasik tahvillerden esas ayırt edici noktası bu tahvillerin SDG kapsamında gerçekleştirecek projeler ve uygulamaların finansmanı için ihraç edilmesidir. Birleşmiş Milletlerin belirlediği 17 SDG kapsamındaki projelerin finansmanı için kamu ve özel sektör tarafından çıkarılan bu tahviller çok hızlı bir şekilde popülerleşmektedir. Yeşil finansın 3 sac ayağı bulunmaktadır. Bunlar finansal piyasaların gelişimi, ekonomik büyüme ve çevre iyileştirmesi olup bu 3 sac ayağının kesişimi yeşil finansmanı göstermektedir.

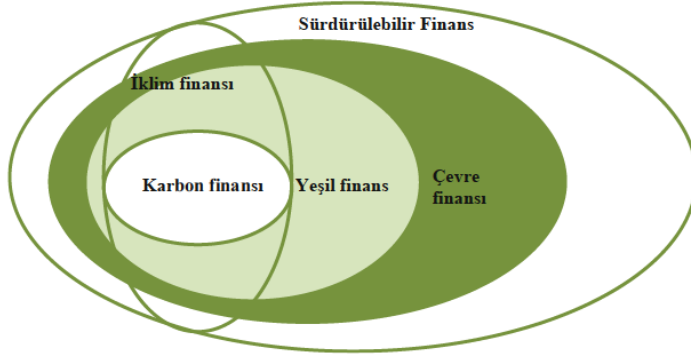
Uluslararası Sermaye Piyasaları Birliği (International Capital Market Association (ICMA)) yeşil tahvillerle ilgili 4 tane prensip belirlemiştir. Sermaye Piyasaları Kurumunun da 24 Şubat 2022 tarihinde yayınladığı “Yeşil Borçlanma Aracı, Sürdürülebilir Borçlanma Aracı, Yeşil Kira Sertifikası, Sürdürülebilir Kira Sertifikası Rehberi’nde” bu ilkeler detaylandırılmış olup aşağıdaki gibidir.

- ✓ Gelirlerin Kullanımı: Yeşil Tahvilin en önemli kriterlerinden biri, tahvilin gelirlerinin söz konusu menkul kıymetin yasal belgelerinde detaylı bir şekilde açıklanması gereken uygun Yeşil Projeler için kullanılmasıdır. Tahvilin yasal belgelerinde tahvil getirisinin yeşil projenin hangi aşamasında, ne tutarda ve nasıl kullanılacağına detaylandırılması gerekmektedir. Ayrıca yeşil projenin çevreye olumlu katkısı da mümkün olduğunca niceliksel olarak gösterilmelidir.
- ✓ Proje Değerlendirme ve Seçim Süreci: Yeşil Tahvili ihraç eden taraf, yatırımcılara tahvil gelirin kullanılacağı yeşil projelerin çevresel sürdürülebilirlik hedeflerini, projelerin uygun Yeşil Proje kategorilerine nasıl uyulduğunu belirleme sürecini ve ihraççının ilgili projeler ile ilgili algılanan sosyal ve çevresel riskleri tanımladığı ve yönettiği süreçler hakkında tamamlayıcı bilgileri sağlaması gerekmektedir.
- ✓ Gelirlerin Yönetimi: Yeşil Tahvilin net gelirleri veya bu net gelirlere eşit bir tutar, bir alt hesaba alacak kaydedilmeli, bir alt portföye taşınmalı veya ihraççı tarafından prosedürlere uygun bir şekilde izlenmelidir.
- ✓ Raporlama: Yeşil tahvil ihraç eden taraf, tam tahsise kadar yıllık olarak veya önemli gelişmeler olması durumunda zamanında yenilenecek olan hasılatların kullanımına ilişkin güncel bilgileri hazırlamalı ve hazır bulundurmalıdır. Yıllık rapor, yeşil tahvil gelirlerinin tahsis edildiği projelerin bir listesini, ayrıca projelerin kısa bir tanımını, tahsis edilen miktarları ve bunların beklenen etkilerini içermelidir.

Şeffaflık, projelerin beklenen ve/veya elde edilen etkisinin iletilmesinde oldukça önemlidir. Yeşil tahvil prensipleri, nitel performans göstergelerinin kullanılmasını ve mümkün olduğunda nicel performans ölçütlerinin kullanılmasını ayrıca nicel belirlemede kullanılan temel metodolojinin ve/veya varsayımların açıklanmasını uygun bulmaktadır.

3.1. Yeşil Tahville İlgili Kavramlar

Yeşil finansla ilgili birkaç kavram bulunmakta olup bunlar sürdürülebilir finans, çevre finansmanı, karbon finansmanı ve iklim finansmanıdır. Bu kavramların ilişkisi Şekil 2’de gösterilmektedir.



Şekil 2: Yeşil Finans ve Diğer Finansmanlar

Kaynak: (Climate Bonds Initiative, 2021) Kaynak: (Noh, 2019, s. 42)

Sürdürülebilir finans: Sürdürülebilir finans, finans sektöründe yatırım kararları alınırken çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) hususlarının dikkate alınması sürecini ifade etmekle birlikte sürdürülebilir ekonomik faaliyetlere ve projelere daha uzun vadeli yatırımlar sağlamaktadır. Sürdürülebilir finans çevresel hususlar, iklim değişikliğinin azaltılması ve adaptasyonunun yanı sıra, örneğin biyolojik çeşitliliğin korunması, kirliliğin önlenmesi ve döngüsel ekonomi gibi daha geniş bir ekosistemi içermektedir. Bahsi geçen finans ayrıca sosyal konular, eşitsizlik, kapsayıcılık, çalışma ilişkileri, insan sermayesine ve topluluklara yatırım ve insan hakları konularını kapsamaktadır. Sürdürülebilir finansman, yönetim yapıları, çalışan ilişkileri ve yönetici ücretleri dahil olmak üzere kamu ve özel kurumların yönetimi, sosyal ve çevresel hususların karar verme sürecine dahil edilmesinin sağlanmasında kritik bir rol oynamaktadır (European Commission, 2021).

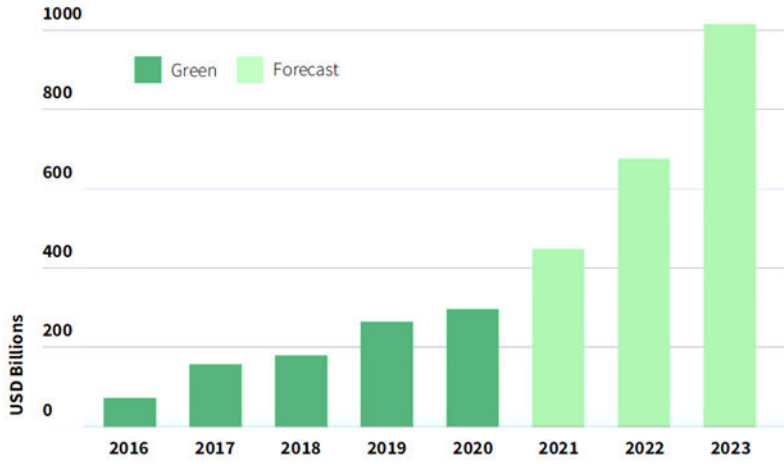
Çevre finansmanı: Çevresel finans, ekolojik çevreyi (hava, su, toprak vb.) hedefleyen finansman ve yatırım aracıdır. Çevresel finans, çevresel zararı finansal risk olarak kabul eder. Çevre finansmanı kapsamında, çevreye zarar veren veya potansiyel olarak zarar verebilecek projelerin fonlanması veya finanse edilmesi yasaklanmıştır. Bu kavram, ekonomik büyümeye katkıda bulunmayabilecek çevrenin korunmasına odaklanması bakımından yeşil finansman daha geniş kapsamlıdır.

Karbon finansmanı: Karbon finansmanı, şirketler tarafından, emisyon izinlerine bağlı olarak veya sürdürülebilir projelere katkıda bulunarak karbon emisyonlarını azaltmak amacıyla kullanılır. Karbon finansmanı, projelerin finansal uygulanabilirliğini artırarak ek bir gelir kaynağı yaratır ve teknolojilerle know-how'ın etkin transferini sağlar. Bu finansman gelişmekte olan ülkelerde ve geçiş ekonomilerinde sera gazı emisyonlarını azaltmaya yönelik projeler kapsamında yeni özel ve kamuya ait yeni yatırımlar için kullanımı hedefler (UNHCR, 2014).

İklim finansmanı: İklim finansmanı, düşük karbonlu bir ekonomi elde etmek ve iklime dirençli kalkınmayı sağlamak için iklim değişikliğine uyum ve iklim değişikliği hızını yavaşlatma-dindirme faaliyetlerini desteklemekte olup bu finansman karbon finansmanına dahil olmayan uyum projelerini de içermektedir (Noh, 2019, s. 41-42).

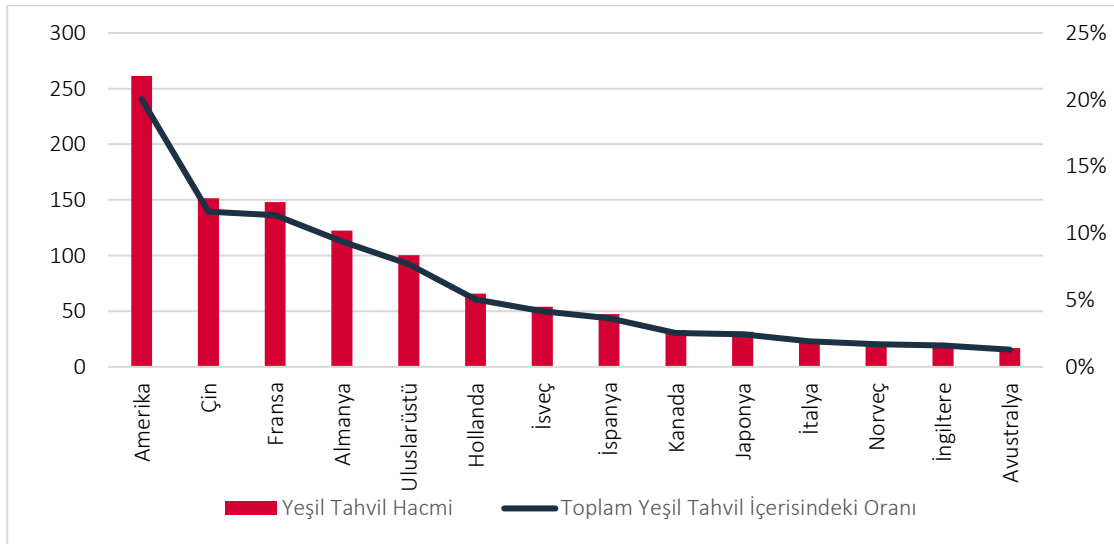
3.2. Yeşil Tahvilin Gelişimi

Dünyada ilk yeşil tahvil “iklim farkındalığı tahvili” adı altında Avrupa Yatırım Bankası tarafından 2007 yılında çıkarılmıştır (Hyun, Park, & Tian, 2019). Aralarında Avrupa Yatırım Bankası ve Dünya Bankası'nın da bulunduğu çok taraflı kalkınma bankaları, bu alanda yavaş bir başlangıç yapmalarına rağmen yeşil tahvil piyasası son on beş yılda oldukça hızla büyüme kaydetmiştir. 2021 yılında yeni yeşil tahvil ihraçları dünya çapında 489 milyar doları aşarak son bir yıl içerisinde neredeyse iki katına yükselmiştir (Toole, 2022). 2021 yılı özelinde yeşil tahvil ihraç miktarı aşağıdaki grafikte görüleceği üzere Climate Bond Initiatives'in 2021 yılı tahmininin de üzerinde gerçekleşmiştir. Yeşil tahvil ihracındaki bu hızlı artış (Climate Bonds Initiative, 2021) önümüzdeki yıllarda yeşil tahvile daha yoğun bir ilgi olacağını da bizlere işaret etmektedir. 2016 yılından başlayıp günümüze kadar yeşil tahvil hacmi ve 2023 yılına kadarki tahminleri içeren grafik aşağıda gösterilmiştir. Beklentilere göre yeşil tahvil hacmi 2023 yılında 2020 yılına göre 2021 yılındaki hacmin en az 2 katına çıkarak 1 trilyon USD seviyesini aşacaktır.



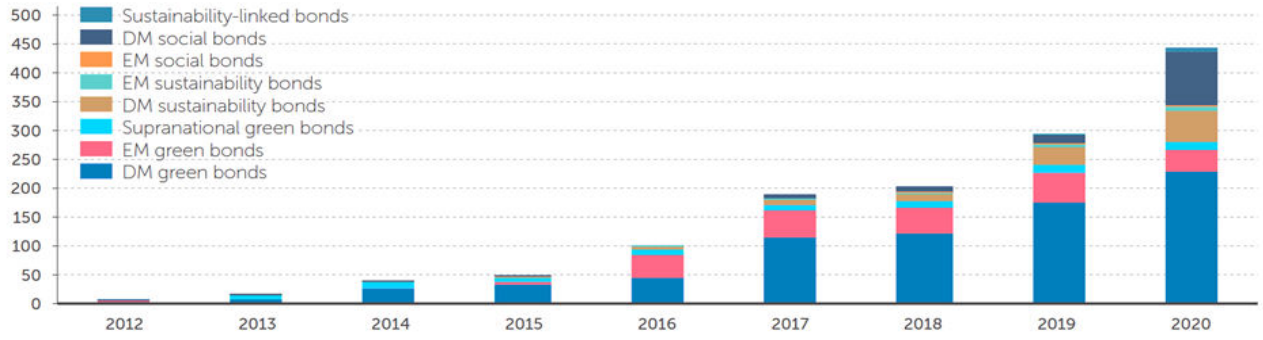
Grafik 1: 2023 Yılına Kadar Ulaşılabilecek Yeşil Tahvil Hacmi (Milyar USD)

Yeşil tahvil ihracında birkaç ülke ön plana çıkmaktadır. ABD bu konuda önde gelen ülke olup Çin, Almanya ve Fransa da kayda değer sayıda ve hacimde yeşil tahvil çıkarmaktadır. Yeşil tahvil ihracında kıta Avrupası ve Uzak Doğunun gelişmiş ülkeleri (Japonya, Singapur, Güney Kore) de dikkat çekmektedir. Yeşil tahvil konusunda Türkiye'nin daha gidecek çok yolu olup ülkemizin taşıdığı yeşil dönüşüm potansiyeli önemli bir veridir.



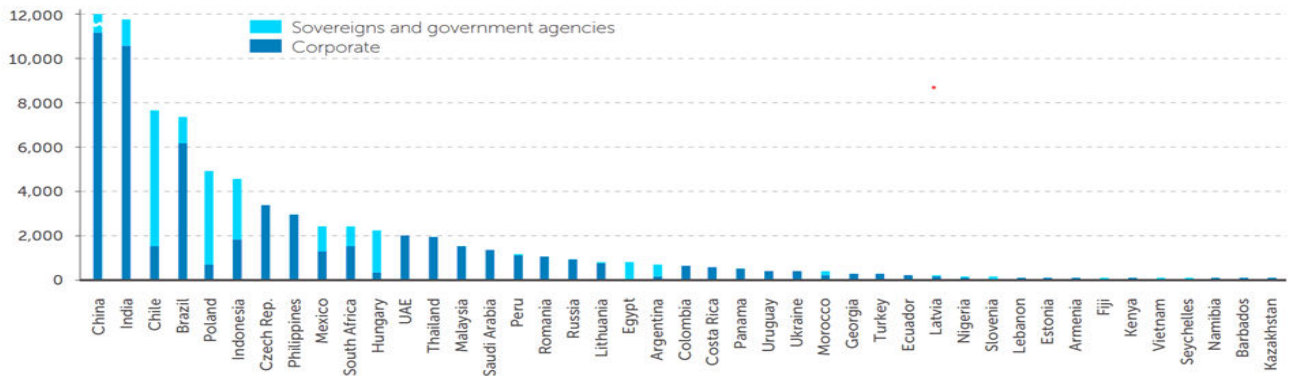
Grafik 2: 2021 1. Yarısına Kadar En Çok Yeşil Tahvil İhraç Eden 15 Ülke (milyar USD)

Küresel olarak SDG temalı borç ihraçlarının yıllara göre değişimini gösteren grafik de aşağıdaki gibidir. Grafikte SDG temalı borç ihracınındaki artışın ivmesi dikkat çekmektedir. Gelişmiş piyasalardaki yeşil tahviller SDG temalı fonların yarısından fazlasını teşkil etmekle birlikte bu piyasalardaki sosyal tahviller yeşil tahvilden sonra 2. sırada gelmekte ve tahvil hacmi açısından yeşil tahvilin yarısı kadardır. Son 5 yıl içerisinde gelişmekte olan piyasalardaki SDG temalı fonlardaki artış dikkat çekmekte olup gelişmiş piyasalardaki çıkan bu tahvillere göre oldukça geride kalmaktadır. SDG temalı fonlar 2015 yılında sadece 50 milyar dolar iken 2020 yılında bu rakam 2020 yılında neredeyse 9 katına çıkmış çıkmıştır. Gelişmekte olan piyasalarda 2020'de 40 milyar dolarlık yükselen piyasa yeşil tahvil ihracı gerçekleştirmiştir. Çin harici gelişmekte olan piyasalarda ise 2019'dan itibaren %21 artış gözlenmiştir. Bu kapsamdaki ülkelerde yeşil tahvil ihracının 2021-2023 yılları arasında 260 milyar USD tutarında gerçekleşmesi öngörülmektedir.



Grafik 3: SDG Temalı Fonların Yıllara Göre Değişimi (Milyar USD)

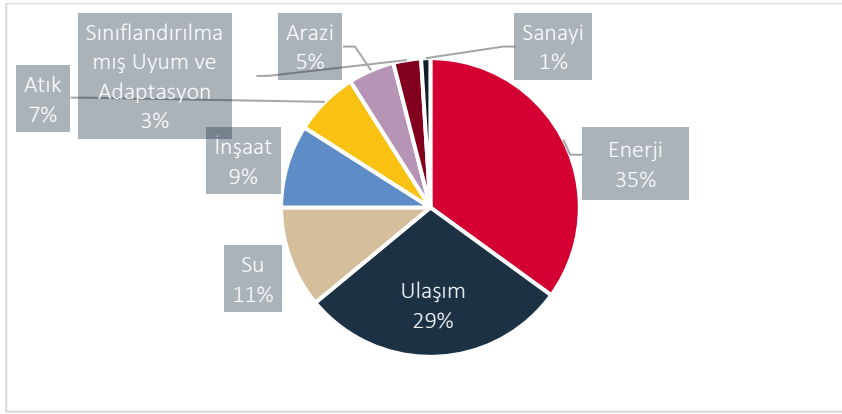
2012'den bugüne gelişmekte olan ülkeler arasında bulunan 43 ülke bu kapsamdaki tahvilleri ihraç etmiştir (Amundi Asset Management, 2021, s. 3). Aşağıdaki grafikte görüleceği üzere gelişmekte olan ülkeler üzerinde yeşil tahvil ihracında Çin ve Hindistan ön planda olup Şile, Brezilya, Polonya ve Endonezya'da kayda değer miktarda ESG tahvili ihraç etmektedir. Grafikten görüleceği üzere ülkemiz yeşil tahvil ihracı bakımından oldukça geride kalmaktadır.



Grafik 4: 2012-2020 Yıllarında Gelişmekte Olan Ülkelerin Yeşil Tahvil İhracı (milyon USD)

Grafik 5'te görüldüğü üzere gelişmekte olan piyasalarda çıkarılan tahvillerin %35'i yeşil enerji projelerinde kullanılmaktadır. Ulaşım, su yönetimi ve yeşil binalar da enerji projelerinden sonra gelmekte olup tahvil kullanımının %40'ını kapsamaktadır. Küresel iklim krizinde önemli rol oynayan ve çözülmesi gereken sorunlar kapsamında önemli yeri bulunan atık yönetimi, arazi kullanımı ve doğaya saygılı endüstri ise yeşil tahvil kullanımını oldukça azdır. Yeşil tahvilin endüstri iyileştirmesinde kullanımı sadece %1 oranında yer edinebilmiştir. Gelişmekte olan ülkelerde yeşil tahvillerin gelir kullanımını 2012-2020 yılları arasında aşağıdaki gibi şekillenmiştir.

Tablo 2'ye göre ise kurumlar özelinde ise yeşil tahvil ihracında Fransız Cumhuriyeti ilk sırayı almaktadır. İkinci sırada ise Amerikalı bir mortgage devi olan Fannie Mae, Almanya Federal Cumhuriyeti, Alman İmar Bankası olan KfW ve Avrupa Yatırım Bankası (EIB) takip etmektedir. Avrupa Yatırım Bankası (EIB), İspanya'nın önemli bankalarından olan Caixabank, Çin Kalkınma Bankası ve İtalya'nın aktif büyüklük açısından en büyük bankası sayılan Intesa Sanpaolo'da yeşil tahvil ihracı konusunda öncü kurumlardır.



Grafik 5: 2012-2020 Yıllarında Gelişmekte olan Ekonomilerin Yeşil Tahvil Gelir Kullanımı Dağılımı

Tablo 2: 2021 1. Yarisında En Çok Yeşil Tahvil İhraç Eden Kurumlar (USD Eşleniği)

İSİM	ÜLKE	2021 YILI 1. ÇEYREK YEŞİL TAHVİL İHRAÇ MİKTARI (USD Karşılığı)
Fransa Cumhuriyeti	Fransa	12.9 milyar
Fannie Mae	Amerika	8,6 milyar
Almanya Federal Cumhuriyeti	Almanya	7.3 milyar
KFW	Almanya	8.6 milyar
Avrupa Yatırım Bankası	Uluslararası	6,1 milyar
CaxiaBank SA	İspanya	3.1 milyar
Çin Kalkınma Bankası	Çin	3.1 milyar
Intesa Sanpaolo	İtalya	3.1 milyar
SLG Office Trust	Amerika	2,8 milyar
HKSAR	Hong Kong	2.5 milyar

Kaynak: (Climate Bonds Initiative, 2021)

4. TÜRKİYE'DE YEŞİL TAHVİLLER

İlk Türk yeşil tahvili Türkiye Sınai Kalkınma Bankası tarafından çıkarılmıştır. Söz konusu tahvil 2016 yılında çıkarılmış olup 5 yıl vadeli 300 mio USD tutarındadır. Tahvile olan talebin yüksekliği dikkat çekici niteliktedir. Tahvil arzı sürecinde tahvile dünyanın çeşitli ülkelerinden talep gelmiş olup tahvil miktarının yaklaşık 15 kat fazlasıdır. Bu ihraç talebini %44'ü İngiltere ve %39'u kıta Avrupası oluşturmuştur. TSKB bu taleplerin maliyet öngörüsünü de dikkate almış ve yalnızca 300 mio USD kadarını karşılamıştır (Turguttopbaş, 2020, s. 278).

Tablo 3: Türkiye'de İhraç Edilmiş ve İtfa Tarihi Dolmamış Yeşil Tahviller

Tahvil Sahibi	Kupon Oranı	Vade	Düzenlenme Tarihi	ISIN Kodu	Kur	Tahvil Miktarı (USD)
Akbank TAS	6,0500	15.11.2024	5.08.2020	XS2211119313	USD	50.000.000
Yapı ve Kredi Bankası AS	6,0500	10.12.2024	21.01.2020	XS2104914069	USD	50.000.000
Türkiye Garanti Bankası AS	5,2500	20.12.2024	20.12.2019	XS2094608580	USD	50.000.000
Türkiye İş Bankası AS	5,0500	25.02.2026	25.02.2021	XS2306847158	USD	13.000.000
Arçelik AS	3,0000	27.05.2026	27.05.2021	XS2346972263	EURO	387.275.242
Aydem Yenilenebilir Enerji AS	7,7500	2.02.2027	2.08.2021	XS2368781477	USD	750.000.000
Türkiye İş Bankası AS	8,1000	3.12.2029	21.08.2019	XS2041003901	USD	50.000.000

Kaynak: Refinitiv

Tablo 3'te görüleceği üzere ülkemizde ihraç edilmiş ve henüz itfa tarihi gelmemiş 7 adet yeşil tahvil bulunmaktadır. Bu tahvillerin 5 adedi bankalar tarafından yeşil dönüşüm kapsamında ihraç edilmiştir. Bu tahvilleri bankalarımız Amerikan doları üzerinden ihraç etmiştir. Reel sektör tarafından da 2 tahvil ihraç edilmiş olup bu tahvillerin Arçelik tarafından gerçekleştirilen ihraç avro üzerinden Aydem Enerji tarafından ihraç edileni ise Amerikan doları olarak ihraç edilmiştir.

1955 yılında kurulmuş olup dünya genelinde hizmet veren beyaz eşya üreticisi ve teknoloji şirketi olan Arçelik A.Ş. Türkiye'deki ilk yeşil tahvil ihraç eden reel sektör firması olarak kayıtlara geçmiştir. Arçelik 350 milyon avro tutarlı 5 yıl vadeli yeşil tahvil çıkarmış olup bu tahvil %3 kupon ödemelidir (Arçelik A.Ş., 2021). Arçelik'ten sonra Aydem Yenilenebilir Enerji A.Ş. firması da 02.08.2021 tarihinde yeşil tahvil ihraç etmiştir. Aydem Enerjinin çıkardığı 750 milyon Amerikan doları tutarlı yeşil tahvili 3,5 yıl anapara geri ödemesiz, %7,75 kupon oranıyla ihraç edilmiştir. Aydem Enerji firmasının yeşil tahviline ise 131 kurumsal yatırımcıdan 1,6 milyar Amerikan doları talep toplanmıştır.

Arçelik tarafından çıkarılan yeşil tahvil belli bazı kriterler gözetilerek ihraç edilmiştir. İkinci taraf görüşünü Sustainalytics isimli küresel denetim şirketinden alan Arçelik gelirlerin kullanımının Tablo 3’de yer alan maddeler çerçevesinde gerçekleşeceğini beyan etmiştir.

Tablo 4: Arçelik Yeşil Tahvil İhraç Şartnamesi

Gelir Kullanım Kategorisi	Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi (SDG)	Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi (SDG)
Enerji Verimli Ürünler	7. Uygun Fiyatlı ve Temiz Enerji 9. Sanayi, yenilik ve altyapı	7.3 2030’a kadar küresel enerji verimliliği ilerleme oranının iki katına çıkarılması 9.4 2030’a kadar her ülkenin kendi kapasitesine uygun olarak harekete geçmesiyle, kaynakların daha verimli kullanımının artırılması ve temiz ve çevresel açıdan daha sağlam teknolojiler ve sanayi süreçlerinin daha çok benimsenmesi yoluyla altyapının ve güçlendirme sanayilerinin sürdürülebilir hale gelecek biçimde geliştirilmesi
Eko-verimli ve/veya Döngüsel Ekonomiye Uyarlanmış Ürünler, Üretim Teknolojileri ve Süreçler		
Üretimde Enerji Verimliliği	7. Uygun Fiyatlı ve Temiz Enerji	7.3 2030’a kadar küresel enerji verimliliği ilerleme oranının iki katına çıkarılması
Kirlilik Önleme ve Kontrolü	12. Sorumlu Tüketim ve Üretim	12.5 2030’a kadar önleme, azaltma, geri dönüşüm ve tekrar kullanım yoluyla atık üretiminin önemli ölçüde azaltılması
Sürdürülebilir Su ve Atıksu Yönetimi	6. Temiz Su ve Sanitasyon	6.3 2030’a kadar kirliliği azaltarak, çöp boşaltmayı ortadan kaldırarak, zararlı kimyasalların ve maddelerin salınımını en aza indirgeyerek, arıtılmamış atık su oranını yarıya indirerek ve geri dönüşümü ve güvenli tekrar kullanımı küresel olarak ciddi ölçüde artırarak su kalitesinin yükseltilmesi
Yenilenebilir Enerji	7. Uygun Fiyatlı ve Temiz Enerji	7.2 2030’a kadar yenilenebilir enerjinin küresel enerji kaynakları içindeki payının önemli ölçüde artırılması
Yeşil Binalar	7. Uygun Fiyatlı ve Temiz Enerji 9. Sanayi, Yenilikçilik ve Altyapı 11. Sürdürülebilir Şehirler ve Topluluklar	7.3. 2030’a kadar küresel enerji verimliliği ilerleme oranının iki katına çıkarılması 9.4 2030’a kadar her ülkenin kendi kapasitesine uygun olarak harekete geçmesiyle, kaynakların daha verimli kullanımının artırılması ve temiz ve çevresel açıdan daha sağlam teknolojiler ve sanayi süreçlerinin daha çok benimsenmesi yoluyla altyapının ve güçlendirme sanayilerinin sürdürülebilir hale gelecek biçimde geliştirilmesi 11.6 2030’a kadar hava kalitesine ve belediye atık yönetimi ve diğer atık yönetimlerine özel önem göstererek kentlerin kişi başına düşen olumsuz çevresel etkilerinin azaltılması

Kaynak: (Sustainalytics, a Morningstar Company, 2021, s. 7)

Arçelik Tablo 4’te detaylandırılan SDG’leri hedefleyen ülkemizdeki ilk uluslararası kurumsal yeşil tahvil ihracını gerçekleştirmiştir. Söz konusu tahvil ihracı uluslararası piyasalardan yüksek talep görmüş olup 33 ülkeden 175’i aşkın kurumsal yatırımcı tahvil arzına katılmıştır, tahvile yaklaşık 1,6 milyar avro talep gelmiştir. Bu tahvil ihracı beyan edilen gelir kullanım amacı dikkate alındığında ülkemiz ve gezegenimiz adına önemli bir gelişmedir (Günyol, 2021). Firma bu tahvil sayesinde ülkemiz şartlarında uygun sayılabilecek şartlarla borçlandığı söylenebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Değişen iklim koşulları ülkemizi ve dünyamızı tehdit etmektedir. İklim değişikliğini önlemek adına ülkeler ve firmalar çeşitli metotlar geliştirmeye çalışmaktadır. İş yapma yöntemlerini değiştirmek ise ülkelere ve firmalara üstlenmekten kaçındığı çeşitli maliyetler yüklemektedir. Ancak iklim değişikliği sorununun yarattığı çevresel tehditlerin ülke sınırlarını aşarak küresel bir boyut kazanması ve ekonomik büyüme sorununu geride bırakması sürdürülebilirliğin sorgulanmasına neden olmuş, iklim değişikliği ile mücadeleyi zorunlu hale getirmiştir. Bu süreçte ortaya çıkan maliyetleri uygun finansmanla çözebilmek için ülkeler ve firmalar açısında yeşil tahvil ihraç etmek önemli bir kaynak niteliğindedir. Yeşil tahvillerde ihraç hacmi ve adedi günümüzde hızlı bir şekilde artmaktadır. Bu tahvilleri çıkarmak ve uygun bir gelir yöntemiyle kullanmak için belli SDG çerçevesi belirlenerek, SDG’lerin uygulanacağını taahhüt edilmiş olması gerekmektedir.

Ülkemiz yeşil tahville 2016 yılında tanışmış olup reel sektörde ilk uluslararası kurumsal yeşil tahvil ihracı 2021 yılında Arçelik tarafından gerçekleştirilmiştir. Bu tahvil ihracı ülkemiz adına önemli bir gelişme olmakla beraber kat etmemiz gereken daha çok yol olduğunu da bize göstermektedir. Ülkemizin yeşil dönüşüme hazırlanması için yüksek miktar ve maliyette yenileme ve modernizasyon yatırımı yapılması gerekmektedir. Yeşil tahviller bu konuda anahtar rol üstlenmektedir. Yeşil tahviller sayesinde sağlanacak getirilerle bu yatırımlar kolayca finanse edilebilir. Ayrıca küresel ölçekte yeşil yatırımlara olan güçlü iştah sayesinde yeşil tahvil ihraççıları yatırımcı bulma konusunda da zorluk yaşamamaktadır. Arçelik’in çıkardığı yeşil tahvilde görüleceği üzere yurt dışı yatırımcılardan tahvil tutarının birkaç kat fazlası kadar talep toplanabilmiştir. Yeşil tahvillere olan yüksek talep ülkemize yabancı para kaynak kazanımı anlamında da önemli bir fırsat penceresi sunmaktadır. Yeşil dönüşüm için yapılan yatırımlarının tamamlanma süresi de uzun olduğundan çıkarılan tahvillerin vadesi dolayısıyla yurt dışı kaynağın ülkemizde kalma süresi de uzamakta, ülkemize uzun vadeli

nakit akışı ve kaynak sağlanmaktadır. Yurtdışında artan yeşil dönüşüm için sağlanan finansmandan ülkemizin yeterli miktarda pasta payı alması hem ülkemizin ucuz finansman sağlanmasına hem de geleceğimizin sürdürülebilir bir yapıya dönüşmesinde kayda değer miktarda yarar sağlayacaktır.

Ayrıca 55'e Uyum Paketi'nin 2026 yılında devreye alınmasıyla birlikte karbon vergilendirmesi ve sınırda karbon mekanizması aktif hale gelecektir. Bu süreçte yeşil dönüşüme uyum sağlamayan firmaların ihracat kanalında belli sıkıntılar yaşayacağı aşikardır. Sınırda karbon vergilendirmesi sonucunda yeşil dönüşümü gerçekleştirmemiş firmalarımızın yeşil yatırımları tamamlamış firmalar karşısında rekabet gücü azalacaktır. Bu durum firmalarımızın yurt dışı satışları azalacak ve dış ticaret dengemiz bozulacaktır. Bu olumsuzlukların iç piyasaya yansımaları ihracatçı firma karlarının düşürmesi, firmaların yurt içi fiyatları yükseltmesi ve enflasyonist bir sürece zemin yaratması beklenebilir.

Sürdürülebilir bir ekonomi hedefinin gerçekleşmesi için reel sektörde adaptasyonun sağlanması bir zorunluluktur. Çok taraflı iş birliğinin gerektiği bu süreçte değişimi fonlamak ve sistemin devlet tarafından teşviklerle desteklenmesi arzu edilen hedefe ulaşılmasına önemli bir katkı sağlayacaktır. Reel sektör tarafından yeşil tahvilin teşviki amaçlı Merkez bankalarının üzerinde düşen görevler de bulunmaktadır. Örneğin TCMB özel sektör yeşil tahvilleri teminata alarak yeşil tahvilin ülkemizde yaygınlaşmasını sağlayabilir. TCMB ayrıca bankalararası para piyasasında bankalar borçlandıkları tutarın karşılığında uygulanacak blokaj miktarının belli bir oranının yeşil tahvillerden oluşmasına ilişkin düzenleme yapabilir. Yurt içinde yeşil tahvil yatırımcısını artırmak için özel repo grubu (Yeşil Repo Piyasası gibi) oluşturulabilir. Uluslararası kuruluşlarca ihraç edilmiş ve T.C. Hazinesince ihraç edilecek yeşil tahvillere teminat çerçevesinde yer verilebilir, bu kıymetlere daha düşük iskonto oranı verilmesi suretiyle pozitif ayrıştırılması sağlanabilir. Önümüzdeki dönemde belirtilen bu öneriler kapsamında bir veya birkaç teşvik unsuru finansal sisteme dahil edildiği takdirde ülkemizde yeşil tahvilin reel sektör tarafından bilinirliği, uygulanabilirliği ve yatırımcılar tarafından ulaşılabilirliğin de artış olması beklenmektedir.

Özetle hem ülkemize uygun şartlarda finansman ve uzun vadeli dış kaynak sağlanması hem de önümüzdeki günlerde karşılaşma ihtimali yüksek ihracat engellerini aşmak adına yeşil tahvilin reel sektöre tanıtılması ve yeşil tahvilin ihracatının teşvik edilmesi ülkemiz ve geleceğimiz için kritik önem taşımaktadır. Ayrıca çıkarılan yeşil tahviller vasıtasıyla gezegenimizdeki karbon ayak izimiz düşecek, gelecek nesillere daha temiz ve sürdürülebilir bir yaşam alanı bırakma ihtimalimiz artacaktır.

KAYNAKÇA

1. Amundi Asset Management. (2021). *Emerging Market Green Bonds Report 2020*. Paris : Amundi Asset Management.
2. Arçelik A.Ş. (2021). *Yeşil Tahvil 2021*. Arçelik Global: <https://www.arcelikglobal.com/tr/sirket/yatirimci-iliskileri/borclanma-araclari/yesil-tahvil-2021/> adresinden alındı
3. Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu. (2016, 05 26). *Geleceğe Dair: Paris İklim Anlaşması*. 12 27, 2021 tarihinde Avrupa Birliği Türkiye Delegasyonu: https://www.avrupa.info.tr/sites/default/files/2016-08/brochure_4_v2.pdf adresinden alındı
4. BDDK. (2021, 12 24). *2022-2025 Sürdürülebilir Bankacılık Eylem Planı*. BDDK: <https://www.bddk.org.tr/KurumHakkinda/EkGetir/5?ekId=36> adresinden alındı
5. Berber, M. (2006). *İktisadi Büyüme ve Kalkınma* (3. Baskı b.). Trabzon: Derya Kitabevi.
6. Boyes, W., & Michael, M. (2013). *Ekonominin Temelleri*. (E. Telatar, Çev.) Ankara: Nobel Yayınevi.
7. Claeys, G., Tagliapietra, S., & Zachmann, G. (2019). How to make the European Green Deal work. *Policy Contribution Issue, 13*. <https://www.jstor.org/stable/resrep28626> adresinden alındı
8. Climate Bonds Initiative. (2021, 09). Sustainable Debt Market Summary H1 2021. 12 5, 2021 tarihinde <https://www.climatebonds.net/resources/reports/sustainable-debt-highlights-h1-2021> adresinden alındı
9. European Commission. (2021, 10 12). *Overview of sustainable finance*. Sustainable Finance: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance/overview-sustainable-finance_en adresinden alındı
10. Günyol, A. (2021, 05 28). *Arçelik, uluslararası piyasalara yeşil tahvil ihracı gerçekleştiren ilk reel sektör şirketi oldu*. 12 26, 2021 tarihinde Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/sirkethaberleri/finans/arcelik->

uluslararası-piyasalara-yesil-tahvil-ihraci-gerceklestiren-ilk-reel-sektor-sirketi-oldu/665113 adresinden alındı

11. Kaypak, Ş. (2014). Çevre Sorununun Çözümünde Küresel Çevre Politikaları. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(31), 17-34.
12. Munich RE. (2022, 01 10). *Hurricanes, cold waves, tornadoes: Weather disasters in USA dominate natural disaster losses in 2021*. 02 17, 2022 tarihinde Munich RE: <https://www.munichre.com/en/company/media-relations/media-information-and-corporate-news/media-information/2022/natural-disaster-losses-2021.html#:~:text=In%20figures%3A%20Natural%20disaster%20losses%20increased%20substantially&text=Roughly%20US%24%20120b> adresinden alındı
13. Neufeld, D. (2020, 08 11). *New Waves: The ESG Megatrend Meets Green Bonds*. Visual Capitalist: <https://www.visualcapitalist.com/esg-megatrend-green-bonds/> adresinden alındı
14. Noh, H. J. (2019). Financial Strategies to Accelerate Green. J. Sachs, W. T. Woo, N. Yoshino, & F. T. Hesary içinde, *Handbook of Green Finance-Energy Security and Sustainable Development* (s. 718). Singapore: Asian Development Bank Institute.
15. Sustainalytics, a Morningstar Company. (2021, 05 10). *Arçelik A.Ş. Green Financing Framework Second-Party Opinion*. 12 16, 2021 tarihinde Sustainalytics: [https://www.sustainalytics.com/corporate-solutions/sustainable-finance-and-lending/published-projects/project/ar%C3%A7elik-a.%C5%9F/ar%C3%A7elik-a.%C5%9F.-green-financing-framework-second-party-opinion-\(2021\)/ar%C3%A7elik-a.%C5%9F.-green-financing-framewo](https://www.sustainalytics.com/corporate-solutions/sustainable-finance-and-lending/published-projects/project/ar%C3%A7elik-a.%C5%9F/ar%C3%A7elik-a.%C5%9F.-green-financing-framework-second-party-opinion-(2021)/ar%C3%A7elik-a.%C5%9F.-green-financing-framewo) adresinden alındı
16. T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2022, 2 17). *Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi*. T.C. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı: <https://iklim.csb.gov.tr/birlesmis-milletler-iklim-degisikligi-cerceve-sozlesmesi-i-4362#:~:text=S%C3%B6zleşme%2021%20Mart%201994%20tarihinde,etkiyi%20%C3%B6nleyecek%20bir%20d%C3%BCzeyde%20durdurmakt%C4%B1r.> adresinden alındı
17. Taraska, G. (2015, 12 15). *The Paris Climate Agreement*. Center for American Progress. <https://cdn.americanprogress.org/wp-content/uploads/2015/12/15030725/ParisClimateAgreement.pdf> adresinden alındı
18. The European Commission. (2019, 12 11). *The European Green Deal*. 12 27, 2021 tarihinde Communication From The Commission: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019DC0640&from=ET> adresinden alındı
19. The European Commission. (2021, 07 14). *Carbon Border Adjustment Mechanism: Questions and Answers*. 12 27, 2021 tarihinde The European Commission: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_21_3661 adresinden alındı
20. Toole, M. (2022, 02 2). *Sustainable finance continues surge in 2021*. Refinitiv: <https://www.refinitiv.com/perspectives/market-insights/sustainable-finance-continues-surge-in-2021/> adresinden alındı
21. Turguttopbaş, N. (2020, 01). Sürdürülebilirlik, Yeşil Finans ve İlk Türk Yeşil Tahvil İhracı. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 12(22), 267-283. doi:10.14784/marufacd.688425
22. UNFCCC secretariat. (2015). Adoption of Paris Agreement. *Conference of the Parties* (s. 32). Paris: UNFCCC. 12 18, 2021 tarihinde <https://unfccc.int/resource/docs/2015/cop21/eng/l09r01.pdf> adresinden alındı
23. UNHCR. (2014, 11). *Carbon Financing*. UNHCR: <https://www.unhcr.org/55005b069.pdf> adresinden alındı
24. United Nations. (2020, 09 20). *Take Action for the Sustainable Development Goals*. 12 17, 2021 tarihinde Sustainable Development Goals: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/> adresinden alındı
25. United Nations Climate Change. (2021). COP26 Explained. *UN Climate Change UK2021* (s. 25). Glasgow: United Nations Climate Change. <https://ukcop26.org/uk-presidency/what-is-a-cop/> adresinden alındı
26. Ünsal, E. (2007). *İktisadi Büyüme*. Ankara: İmaj Yayınevi.

e-ISSN:2587-2168

Year: 2022
Vol: 8 Issue: 44
pp 535-550Article ID
63823
Arrival
01 July 2022
Published
31 AUGUST 2022**DOI NUMBER**
<http://dx.doi.org/10.29228/8/ideas.63823>**How to Cite This Article**Eken İnan, Ü. S. (2022).
"Organik Gıdaların Pazarlamasında Tüketicilerin Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi (EBBT) Üzerinde Sağlık Bilinci Rolü & Organik Gıda Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım İlişkisinde Cinsiyet Faktörünün Düzenleyici Etkisi", International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, (e-ISSN:2587-2168), Vol:8, Issue:44; pp: 535-550

International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Organik Gıdaların Pazarlamasında Tüketicilerin Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi (EBBT) Üzerinde Sağlık Bilinci Rolü & Organik Gıda Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım İlişkisinde Cinsiyet Faktörünün Düzenleyici Etkisi¹

The Role of Health Awareness on Consumers' Explorative Purchase Behavior (EBBT) in Organic Food Marketing & Gender Factor Effect in the Relationship and Participation in Organic Food Purchasing Process

Ümmü Saliha Eken İnan¹ ¹ Dr. Öğr. Üyesi., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Konya, Türkiye**ÖZET**

Tüketicilerin satın alma davranışını inceleyen yaklaşımlarda, Keşfedici Satın Alma Davranışı olarak adlandırılan araştırmaya yönelik güdülenme, bilişsel sürecin işletilmesiyle başlamaktadır. Tüketicilerin bilişsel süreci işletmeye yönelik tutumları, farklı durum ve olaylardan etkilenmektedir. Bu durumlardan biri son üç yıldır yaşanan pandemi dönemidir. Pandemi döneminde, tüketiciler bağışıklık sistemlerini güçlendirecek gıdaları araştırması çabasına girmişlerdir. Organik ürünlere olan talebin artması; hem sağlık bilinci konusunda -yaşanan küresel sağlık sorununun tetikleyici olduğu- hem de çevresel kaygılardan kaynaklı olarak organik gıda tüketicilerinin sayısını arttırmıştır.

Bu bağlamda çalışmanın amacı; organik gıdaların pazarlamasında tüketicilerin keşfedici satın alma davranışı eğilimi (ebbt) üzerinde sağlık bilinci rolünü, organik gıda satın alma sürecinde tutum ve katılım ilişkisinde cinsiyet faktörünün düzenleyici etkisini araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda basit tesadüfi örnekleme yönteminden yararlanılarak internet ortamında toplanan veriler, SPSS paket programıyla analiz edilmiştir.

Analizler sonucunda; organik gıdaların satışında tüketicilerin sağlık bilinciyle keşfedici satın alma davranışını gerçekleştirdikleri yani sağlık bilincinin bilişsel süreci hızlandırdığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Keşfedici Satın Alma Davranışı, Organik Gıda, Sağlık Bilinci, Düzenleyici Etki, Aracılık Etkisi

ABSTRACT

In the approaches that examine the purchasing behavior of consumers, the motivation for research called Exploratory Purchasing Behavior starts with the operation of the cognitive process. The cognitive process of consumers and their attitudes towards the business are affected by different situations and events. One of these situations is the pandemic period that has been experienced for the last three years. During the pandemic period, consumers have started to search for foods that will strengthen their immune systems. The increase in the demand for organic products has increased the number of organic food consumers due to both health awareness - the trigger of the global health problem - and environmental concerns.

In this context, the aim of the study is; The aim of this study is to investigate the role of health awareness on the exploratory purchasing behavior tendency (ebbt) of consumers in the marketing of organic foods, and the moderator effect of the gender factor in the relationship between attitude and participation in the organic food purchasing process. For this purpose, the data collected on the internet using the simple random sampling method were analyzed with the Spss package program.

As a result of the analysis; It has been concluded that consumers perform exploratory purchasing behavior with health awareness in the sale of organic foods, that is, health awareness accelerates the cognitive process.

Keywords: Exploratory Purchasing Behavior, Organic Food, Health Awareness, Regulatory Effect, Mediation Effect

1. GİRİŞ

İklim değişiklikleri, bulaşıcı hastalıkların hızlı yayılımı gibi küresel sağlık tehditleri, obezitenin artması/yayılması, canlı (insan, hayvan, bitki) popülasyonundaki düşüş, genetiği değiştirilmiş ürünlerde artış, hayvan yemlerinin denetlenmemesi, toprağa atılan gübrelerin hormon içermesi, bitkilere yönelik ilaçlama faaliyetlerinin ekolojik dengeyi bozması, meyve/sebze üzerinde bulunan zararlı/zehirli kalıntılar, yetersiz ve dengesiz beslenme sonucunda tüketicilerin organik ürünlere yönelik beklentilerini, satın alma niyet ve tutumlarını arttırmaktadır. Bu bağlamda üreticilerin, aracılardan, toptancıların ve perakendecilerin organik gıdaların bulunabilirliğini arttırmaya ve erişilebilirliğini sağlamaya yönelik çabaları önem arz etmektedir. Organik gıdaların pazarlanmasında sürdürülebilirliğin sağlanması yönünde, ürün özelliklerinin belirlenmesi, bilinçli üretimin gerçekleştirilmesi, organik ürün tüketicilerin yanı sıra organik olmayan ürün tüketicilerin de ürünler hakkında bilgilendirilmesinin sağlanması, geleneksel gıda ürünleri ile aradaki fiyat farkının olabildiğince -satın alımı teşvik etme yönünde- azaltılmasını sağlama ve tüketicilerin erişimini kolaylaştırma yönünde hedef ve stratejilerin de uygulanması gerekmektedir.

¹ IERFM2022 Kongresinde sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve düzenlenmiş halidir.

Organik gıdaların besin değeri, organik ve geleneksel gıdaların besin konsantrasyonlarının karşılaştırılması, hayvan sağlığı ve yetiştirilmeleri (Magkos vd., 2003; Mie vd. 2017), organik süt ürünleri ve etlerin konvansiyonel ürünlere oranla omega-3 yağ asidi içeriğine sahip (Mie vd. 2017) olmaları, geleneksel yöntemlerle üretilen gıdaların insan sağlığını tehdit etmesi (Lang &Heasman, 2004) ancak organik gıdaların insan sağlığına yararlı gıdalar (Mie vd. 2017) olması, besin değeri, lezzeti, tazeliği ve görünümü gibi duyuşal özellikleri yanı sıra gıda güvenliği, çevresel kaygı ve insan sağlığı (Magnusson vd., 2003) organik gıda tüketicilerinin tercihlerini, araştırmaya ve satın almaya yönelik olarak olumlu şekilde etkilemektedir.

Bu bağlamda; çalışmanın ilk bölümünde organik gıdalar, organik ürünlerin pazarlaması ve keşfedici satın alma davranışı eğilimine yönelik kavramsal çerçeve yer almaktadır. İkinci bölümde pazarlama yazınında yer alan çalışmalara kısaca değinilmektedir. Üçüncü bölümde ise araştırma metodolojisine yer verilmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Organik Gıda

Sağlıksız beslenme ve geleneksel yöntemlerle üretilen gıdalar hem insan sağlığını tehdit etmekte hem de gıdaların üzerinde biriken ilaç kalıntıları ekolojik dengeyi bozmaktadır. Bu bağlamda, küresel düzeyde gıda ve beslenme politikasının benimsenmesi gerekmektedir. Bu politikalar sayesinde gelişmiş ülkelerde aşırı tüketimden kaynaklı olarak, gelişmekte olan ülkelerde ise yetersiz tüketimden dolayı eylemlerin hayata geçirilmesi (Lang &Heasman, 2004) gerekmektedir.

Dünyayı ‘özel’ bir bağlantı duygusu üzerinden deneyimleme eğilimi ve bireylerin kendilerini aşan değer boyutundan sorumlu olduğu (Hyland vd., 2010) felsefeden hareketle sağlıklı bir yaşam tarzının (Parashar vd. 2019) benimsenmesi ancak organik gıda hareketinin oluşturulması ile gerçekleşebilecektir. Organik gıda hareketi, sürdürülebilir gıda seçenekleri, gıda kalitesinin sürekli iyileştirilmesini teşvik eden ve tüketicilere sürdürülebilir gıda uygulamalarına yön verebilecek yeni değerler ve idealler benimseme konusunda ilham veren itici bir güçtür (Schösler vd., 2013).

Organik gıda satın almak için öne çıkan motive edici faktörlerden bazıları; çevresel kaygı, sağlık kaygısı (Tsakiridou vd., 2008) ve yaşam tarzı, ürün kalitesi ve öznel normlardır (Basha vd., 2015). Organik gıdalar daha fazla vitamin ve mineral içerir, fenoller ve salisilik asit gibi antioksidan mikro besin içerir, organik hayvansal ürünler daha fazla doymamış yağ asidi içerir (Lairon, 2010). Kimyasal kalıntı içermeyen (Tsakiridou vd., 2008) besinlerin bulunması, artan harcanabilir gelire birlikte artan sağlık bilincinin oluşması (Parashar vd. 2019), tüketici bilincinde organik gıda felsefesinin doğmasını sağlamıştır. Organik gıda felsefesinin kaldıraçları; doğa ile iç içe olma değeri, farkındalık oluşturma ve sağlık arasındaki ilişkiyi artırmak, yemek seçiminde ahlaki şeffaflığı yakalama ve sosyal normları şekillendirmek (Schösler vd., 2013) olarak sıralanmaktadır.

2.2. Organik Ürün Pazarlaması

Organik gıda pazarının farklılaştırılmış (Chrysochoidis, 2000) ve yüksek kaliteli ürünlerden oluşan bir pazar olması nedeniyle, etkin pazar koşullarının oluşturulması adına uzun vadede stratejik araç ve politikalara (Baourakis, 2004) ihtiyaç duyulmaktadır. Uzun vadede organik gıdanın ana akım bir pazar haline gelme potansiyeli (Shafie & Rennie, 2012), ürün ve kişisel özelliklerin organik gıda pazarlamasına etkileri (Prentice vd. 2019), organik gıdaların sağlık ve güvenlikle kavramlaştırılması, yeniliklere açık, denemeye istekli tüketiciler tarafından (Zakowska-Biemans, 2011) daha fazla tercih edilmesinin önündeki engellerin kaldırılmasını gerektirmektedir.

Organik gıdalara yönelik pazarlama karması; ürün (organik gıda ürünlerinin kalitesi, marka ve niteliği), fiyat (başlangıç fiyatı ve kanallardaki fiyat farklılıkları), dağıtım (büyük perakendeciler, geleneksel perakendeciler, yemek servisi kanalları, özel mağazalar), iletişim (reklam, halkla ilişkiler, müşteri ilişkileri, devletle ilişkiler) ve markalaşma (markalama politikası, marka değerinin oluşturulması) araçlarından (Canavari vd. 2007) oluşmaktadır. Organik gıdalara yönelik tüketim davranışları kapsamında, pazarlamanın 4C si yani müşteri için değeri, müşteriye maliyeti, iletişim ve bilgi ihtiyacı, son olarak da dağıtım ve kolaylığı değerlendirilmelidir (Hemmerling vd. 2015).

2.3. Keşfedici Satın Alma Davranışı (EBBT)

Keşif, bireylerin dikkat ve bilgi arama süreci (Raju & Verkatesan, 1980), evren ve zamanla deney yapma şekli (Legohérel vd. 2009), uyarıcıların etkisiyle harekete geçme dürtüsü olarak tanımlanabilmektedir. Ürünlerin keşif amaçlı satın alınması, riskli ve yenilikçi ürün seçimleri ve çeşitli edinim deneyimleri yoluyla ürün satın almada merakla birlikte duysal uyarılma potansiyelini gerektirirken, tüketimle ilgili bilgilerin edinilmesi yoluyla tüketicilerin bilişsel uyarılma ihtiyaçlarını karşılar (Baumgartner & Steenkamp, 1996: 123). Bu bağlamda; keşfedici satın alma davranışında bireylerin/ tüketicilerin optimum uyarım seviyesini sürdürmek ve uyarılma seviyesini korumak amacıyla çeşitlilik dürtüsü, merak dürtüsü gibi arama güdüsü ve arama dürtüsüne de sahip olduğu (Raju & Verkatesan, 1980), keşfetmenin hedonik, yenilikçi, bireysel özelliklere göre değişkenlik gösteren yapısına hitap ettiği ifade edilmektedir.

3. LİTERATÜR TARAMASI

Sadiq vd. (2021), organik gıdaların tüketimine yönelik tutum ve niyetleri belirlemede planlı davranış teorisinin bir uzantısı olarak gıda yeme değerlerinin ve bireysel keşfedici satın alma davranışlarının kullanımını bir arada inceledikleri çalışmalarını Hindistan'da gerçekleştirmişlerdir. Çalışmalarında, organik gıda tüketiminde faydacı değerlerin hedonik değerlerden daha etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Çalışmanın değişkenlerini belirlerken hem keşfedici edinim arayışı (EAS) hem de keşfedici bilgi arayışı (EIS), gıda seçiminde ise hedonik ve faydacı değerlerden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda; keşfedici bilgi arama (EIS) özelliklerinin algılanan davranışsal kontrol ve organik gıdaları tüketmeye yönelik davranışsal niyetlerle, organik gıdaları tüketmeye yönelik tutum ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkiyi olumlu yönde düzenlediği tespit edilmiştir.

Parashar vd. (2019), Hintli tüketiciler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında sağlık bilincinin bilgi arama ve bilgi edinme gibi keşfedici satın alma davranışı eğilimi üzerinde hangi boyutta ilişkisel olduğunu anket yöntemi ile ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışma bulgularına göre; sağlık bilinci boyutları ile keşfedici bilgi arama davranışı üzerinde anlamlı bir ilişkinin var olduğu ancak tüketicilerin keşfedici bilgi arama davranışında bulunmalarına rağmen ürünleri satın alma davranışına geçemedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Fotopoulos & Krystallis (2002), Yunanistan'da gerçekleştirdikleri çalışmalarında tüketicileri; habersizler, bilinçli alıcı olmayanlar ve organik ürün alıcıları olmak üzere üç farklı gruba ayırmak suretiyle tüketicilerin organik ürünlere karşı algılarını ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada kalite, sağlık ve çevre bilinci, fiyat duyarlılığı ve kişisel satın alma davranışları açısından kümeler oluşturmuşlardır. Çalışmanın sonucunda, kişisel satın alma davranışı ve sağlık bilincinin etkisiyle fiyatın önemini azaldığını tespit etmişlerdir.

Tsakiridou vd. (2008) yaptıkları çalışmada; çevre ve sağlık kaygıları, organiklere yönelik algıları ve tutumlarının organik ürün tüketiminde güçlü motive edici faktörler olduğunu belirtmişlerdir. Yüksek gelir ve eğitim düzeylerinin gıda güvenliği ve çevresel kaygılarla güçlü bir ilişkisi olduğu sonucuna varmışlardır. Yaşlı tüketiciler ve emekliler ile çocuklu aileler için organik tüketimin arkasındaki itici güç sağlık sorunlarıdır. Organik gıda satın almanın önündeki engeller; fiyat ve kalite, erişim ve bulunabilirlik, görsel ürün kalitesi ve sunumu, organik gıda üretimine sınırlı güvendir.

Michelsen vd. (1999), Avrupa'da organik gıdalara yönelik talebin tahmin edilemeyecek kadar büyük boyutlarda olduğunu ifade ederek, bu büyük potansiyeli karşılayabilmek üzere organik gıda pazarlamasında uluslararası düzeyde şeffaf bir pazar düzenlemesi ve pazarlama stratejileri geliştirmeye yönelik büyük çabalar gösterilmesi gereğine değinmişlerdir. Organik gıda pazarlamasında; organik ürün özellikleri, organik gıdaların dağıtımı, organik gıdaların tanıtımı, organik gıdaların fiyatlandırması ve organik hayvan yetiştiriciliği için organik yem stratejilerinden bahsedilmiştir.

Voon vd. (2013), Malezya'da gerçekleştirdikleri çalışmada; tüketicilerin organik gıda satın alma davranışlarını Planlı Davranış Teorisi kapsamında ele almışlardır. Yapısal Eşitlik Modellemesi'nden yararlandıkları çalışmalarında, organik gıda satın alma niyeti ve ödeme istekliliğini; tutum, öznel normlar ve satın alınabilirlik (davranışsal kontrol) etkisi üzerinden modellemişlerdir. Çalışmada tutum ve subjektif normların, satın alma niyeti ve ödeme istekliliği üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Chen & Lobo (2012), çalışmalarında Çin'deki tüketicilerin organik gıda ürünlerini satın alma niyetlerini etkileyen boyutları incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmalarında kavramsal çerçeveyi, Planlı Davranış Teorisi (TPB), Tüketici Karar Verme Süreci (CDP) ve Etkiler Hiyerarşisi Modeline dayanarak belirlemişlerdir. Yapısal Eşitlik Modellemesinden yararlanarak, tüketicilerin organik gıda satın alma davranışında ürün özellikleri, çeşit

arayışı ve tüketicilerin yaşam tarzının hem satın alma öncesi değerlendirmelerinde hem de satın alma niyetlerinde doğrudan ya da dolaylı biçimde etkileri olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır.

Prentice vd. (2019), organik gıda satın alan ve satın almayan bireyler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında Planlı Davranış Teorisinden yararlanarak bireysel niteliklerin kalite değerlendirmesi ve satın alma niyeti üzerinde etkilerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada, her iki grup için gıda ürünlerinin fiziksel özelliklerinin kalite algısı ve satın alma niyeti üzerinde etkilerinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Ancak gıda güvenliği ve çevre konuları her iki grup üzerinde de olumlu etkiye sahip görülmüş olup satın alma tarzlarının kalite değerlendirmesi ve satın alma niyeti üzerinde düzenleyici role sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Chrysohoidis & Krystallis (2005), Yunanistan’da gerçekleştirdikleri çalışmalarında organik gıda tüketicilerinin kişisel değerleri üzerine odaklanmışlardır. Bu bağlamda Değerler Listesi (LOV) ölçeğini test etmeyi amaçlamışlardır. LOV ölçeğinin iç ve dış değerleri ölçen yapısıyla ‘öz saygı’, ‘yaşamdan zevk alma’ gibi içsel değerlerle; ‘aidiyet’ gibi dışsal değerlerin organik gıda satın almayı güdüleyen değerler olduğu ancak organik tarım yoluyla çevre koruma bilicine sahip olma güdüsünün daha az etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca organik gıda tüketicilerinin *keşfedici satın alma davranışı eğiliminde* olduğu bulgularına erişmişlerdir.

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Bu çalışma tanımlayıcı bir çalışma olup; tanımlayıcı araştırmalarda, araştırmacılar müşterilerinin kimler olduğunu, alışveriş tutumlarını, ürünler hakkında bilgiye nereden eriştiklerine dair öğrenmek istediklerini (Burns & Bush, 2015) ve hedef pazarın duygu, düşünce, algı, beklenti, memnuniyet ya da memnuniyetsizliklerini yorumlayabilmek amacıyla başvuru araştırma tasarımıdır. Araştırmada, organik gıdaların pazarlamasında tüketicilerin keşfedici satın alma davranışı eğilimi üzerinde sağlık bilincinin ölçülmesi hedeflenmiştir. Bu bağlamda, süre kısıtı sebebiyle anket soruları ‘Google forms’ üzerinden katılımcılara link yollamak suretiyle ulaştırılmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı; organik gıdaların pazarlamasında tüketicilerin keşfedici satın alma davranışı eğilimi (ebbt) üzerinde sağlık bilinci rolünü, organik gıda satın alma sürecinde tutum ve katılım ilişkisinde cinsiyet faktörünün düzenleyici etkisini araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda, organik gıdaların pazarlamasında tüketicilerin keşfedici satın alma davranışı gerçekleştirip gerçekleştirmedikleri, satın alma tutumunda sağlık bilincinin rolüne yönelik olarak farklı yaş grupları, farklı meslekler ve eğitim düzeylerine sahip katılımcıların tutumları anket yöntemiyle belirlenmiştir.

4.2. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Türkiye’de organik gıda tüketicisi olan müşteriler oluşturmaktadır. Örneklem ise, çevrimiçi ağlar üzerinden kendi ajandamız üzerinden erişilebilecek tüketiciler olarak belirlenmiştir. Çalışmada Tesadüfi Örnekleme Yöntemlerinden biri olan Basit Tesadüfi Örnekleme Yöntemi tercih edilmiştir.

4.3. Araştırma Yöntemi

Çalışmada, veri toplama yöntemi olarak tanımlayıcı araştırmalarda sıkça kullanılan anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket sorularının belirlenmesinde ilgili literatürden yararlanılmıştır. Beslenme kalıpları boyutu, gıda satın alma kriteri boyutu, keşfedici satın alma davranışı eğilimi (EBBT) boyutu, organiklerin satın alma sürecine ilişkin tutum ve katılım boyutunun soruları Chrysohoidis & Krystallis (2005) den uyarlanmıştır. Sağlık bilinci boyutunun soruları ise Dutta-Bergman (2004) den uyarlanmıştır.

Çalışmada çoktan seçmeli soruları derecelendirmek adına beşli Likert ölçeğinden yararlanılmıştır. ‘Kesinlikle katılıyorum 1’, ‘katılıyorum 2’, ‘kararsızım 3’, ‘katılmıyorum 4’ ve ‘kesinlikle katılmıyorum 5’, olarak ölçeklendirilmiştir. Ayrıca anketin ilk bölümünde katılımcıların demografik özellikleri hakkında bilgi veren sorular yer almaktadır. Katılımcıların gönüllülüklerini ifade ettikleri bağımsız soru ile ankete katılımda etik kurallar çerçevesinde herhangi bir baskı altında kalmadan çalışmaya destek verildiği görülmektedir.

Araştırmada 264 katılımcıdan elde edilen veriler, SPSS 25.0 for Windows (Statistical Package for Social Sciences), SPSS Process ve G-Power programları kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada gruplanmış (kategorik) değişkenler için frekans analizi yapılmıştır. Frekans analizinde değişkenlere ait sayı (n) ve yüzde

(%) değerleri verilmiştir. Verilerin normal dağılıp dağılmadığı Shapiro-Wilk testi ile varyansların homojenliği ise Levene testi ile incelenmiştir. Analizler sonucunda verilerin tamamının Normal dağılım ailesinden geldiği ve varyansların homojen olduğu tespit edilmiştir. Normal dağılım ailesinden gelen sürekli değişkenler arasındaki ilişki Pearson korelasyon analizi ile test edilmiştir. Analiz sonucunda değişkenler arasındaki ilişkilerin derecesi, büyüklüğü ve yönü Pearson korelasyon katsayısı (r) ile değerlendirilmiştir.

Daha önceden çalışılmış olan, organik gıda pazarlama ölçeğine ait beslenme kalıpları, gıda satın alma, keşfedici satın alma davranışı eğilimi, organik satın alma sürecinde tutum ve katılım ve sağlık bilinci faktörlerine verilen yanıtların tutarlılığını ölçmek için Cronbach's Alpha Güvenilirlik Analizi yapılmıştır. Çalışma da Cronbach's Alpha güvenilirlik değerleri tüm faktörlerde 0.73 ve üzerinde olarak tespit edilmiştir. Böylece anketin iyi düzeyde güvenilirliğe sahip olduğuna karar verilmiştir (Baker, 1991). Araştırmanın hipotezleri sınanırken; düzenleyici etki Hayes'in düzenleyici etki modeli ile aracılık etkisi ise hiyerarşik regresyon analiz yöntemi ile sınanmıştır (Cronbach, 1951; Hayes, 2013). Çalışmanın gücü, % 5 Tip 1 hata ve $d=0.5$ etki büyüklüğü ile % 87.6 olarak tespit edilmiştir. Araştırmalarda % 80'in üzerinde bulunması hedeflenen istatistiksel güç kriterine, söz konusu çalışmada ile ulaşılmıştır (Hinton, 2007)

4.4. Araştırma Bulguları

Organik Gıda Pazarlaması Ölçeğine Ait Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Organik Gıda Pazarlaması Ölçeği güvenilirlik analizi bulguları değerlendirilirken, ölçeği oluşturan ifadelerin ortalama değerleri, standart sapmaları, madde toplam korelasyonları ve madde ölçekten silinirse elde edilecek Cronbach Alpha değerleri hesaplanmıştır. İlgili sonuçlar aşağıdaki tabloda açıklanmıştır.

Tablo 1: Organik Gıda Pazarlaması Ölçeği Güvenilirlik Analizi Bulguları

<i>Güvenilirlik Analizi Bulgular</i>					
	İfadeler	Ortalama	Standart Sapma	Madde Ölçekten Silinirse Cronbach Alpha	
Beslenme Kalıpları	Soru 1	3.668	1.135	0.784	
	Soru 2	4.027	0.938	0.762	
	Soru 3	3.378	1.148	0.708	
	Soru 4	3.492	1.040	0.766	
	Soru 5	4.343	0.853	0.794	
Gıda Satın Alma	Soru 6	4.273	0.774	0.843	
	Soru 7	4.187	0.828	0.873	
	Soru 8	3.988	0.865	0.868	
	Soru 9	4.148	0.868	0.834	
	Soru 10	4.039	0.854	0.870	
	Soru 11	4.066	0.774	0.838	
Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi	Soru 12	3.972	0.970	0.811	
	Soru 13	3.968	0.838	0.735	
	Soru 14	3.640	0.981	0.749	
	Soru 15	2.882	0.984	0.895	
	Soru 16	3.515	0.929	0.753	
	Soru 17	3.890	0.794	0.735	
	Soru 18	3.433	1.040	0.744	
	Soru 19	3.445	1.049	0.730	
	Soru 20	3.230	1.174	0.740	
	Soru 21	3.550	1.019	0.760	
Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım	Soru 22	3.918	0.931	0.857	
	Soru 23	4.089	0.924	0.863	
	Soru 24	3.582	1.070	0.860	
	Soru 25	3.652	1.010	0.844	
	Soru 26	3.605	1.016	0.848	
	Soru 27	3.511	1.022	0.854	
	Soru 28	3.812	0.962	0.847	
	Soru 29	3.644	0.979	0.843	
Sağlık Bilinci	Soru 30	3.898	0.901	0.866	
	Soru 31	3.898	0.929	0.861	
	Soru 32	3.875	0.980	0.863	
	Soru 33	3.593	1.008	0.861	
	Soru 34	3.578	1.171	0.862	

Soru 35	3.785	1.021	0.881
Soru 36	3.835	0.941	0.861
Soru 37	3.218	1.058	0.866
Soru 38	3.953	0.908	0.862
Soru 39	3.726	1.022	0.863
Soru 40	3.648	0.901	0.864

Çalışmada uygulanan Organik Gıda Pazarlama ölçeği için Cronbach Alpha 0.936 olarak hesaplanmıştır. Cronbach Alpha katsayısı 0.90'dan büyük olduğu için ölçeğin “mükemmel” güvenilirlikte olduğu kararı verilmiştir.

Organik Gıda Pazarlama ölçeği alt boyutlarına ait ortalama, standart sapma değerleri, maddeler arası ilişkileri, testin toplanabilirliği ve Cronbach Alpha değerleri Tablo 2’de açıklanmıştır.

Tablo 2: Organik Gıda Pazarlama Alt Ölçekleri Güvenilirlik Analizi Bulguları

Ölçekler	Ortalama	Standart Sapma	Cronbach Alpha	Maddeler Arası İlişki	Testin Toplanabilirliği
Beslenme Kalıpları	3.982	0.591	0.734	F=5.513; p=0.0001*	F=2.248; p=0.134
Hotelling T²	F=4.463; p=0.002*				
Gıda Satın Alma	4.117	0.475	0.768	F=7.460; =0.0001*	F=0.830; p=0.363
Hotelling T²	F=5.705; p=0.0001*				
Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi	3.742	0.532	0.918	F=24.11; p=0.0001*	F=1.281; p=0.258
Hotelling T²	F=20.180; p=0.0001*				
Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım	3.927	0.700	0.908	F=16.12; p=0.0001*	F=1.373; p=0.242
Hotelling T²	F=11.328; p=0.0001*				
Sağlık Bilinci	4.128	0.648	0.923	F=18.17; p=0.0001*	F=0.965; p=0.326
Hotelling T²	F=18.484; p=0.0001*				

Organik Gıda Pazarlama alt ölçeklerinin güvenilirlik analizi sonuçları şöyledir:

Beslenme Kalıpları ölçeğinin Cronbach’ın Alpha değeri; 0.734 olarak tespit edilmiş olup ölçeğin güvenilirliği ise güvenilirlik ölçümlemesinde “iyi” düzeyde olarak belirlenmiştir. Beslenme kalıpları ölçeğini oluşturan maddelerin homojen ve birbirleri ile ilişkili ifadeler olduğu bulunmuştur (F=5.513, p=0.0001<0.05). Ayrıca testin toplanabilir özellikte olduğu da tespit edilmiştir (F=2.248, p=0.134>0.05). Beslenme kalıpları ölçeğinin, güvenilirlik analizi uygulamaları bakımından, test tasarımının uygun yapıda olup olmadığını belirlemek için Hotelling’s T-Squared Testi yapılmış ve test sonuçlarına göre modelin uygun yapıda olduğu bulunmuştur (F=4.463, p=0.002<0.05).

Gıda Satın Alma ölçeği için Cronbach ’ın Alpha değeri; 0.768 ve güvenilirliği “iyi” olarak saptanmıştır. Söz konusu ölçeğin maddelerinin homojen ve birbirleri ile ilişkili ifadeler olduğu, ilaveten testin toplanabilir özellikte olduğu tespit edilmiştir (F=7.460; p=0.0001<0.05; F=0.830; p=0.363>0.05). Gıda satın alma ölçeğinin Güvenilirlik Analizi uygulamaları bakımından, test tasarımının uygun yapıda olduğu da belirlenmiştir (F=5.705, p=0.0001<0.05).

Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi ölçeği için Cronbach ’ın Alpha değeri; 0.918 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin güvenilirliği literatür skalasında “mükemmel” olarak belirlenmiştir. Ölçeğin maddelerinin homojen ve birbirleri ile ilişkili ifadeler olduğu ve testin toplanabilir özellikte olduğu saptanmıştır (F=24.11, p=0.0001<0.05; F=1.281, p=0.258>0.05). Keşfedici satın alma davranışı eğilimi ölçeğinin güvenilirlik analizi uygulamaları bakımından, test tasarımının uygun yapıda olduğu da belirlenmiştir (F=20.180, p=0.0001<0.05).

Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım ölçeğinin Cronbach ’ın Alpha değeri; 0.908 olarak belirlenmiş ve ölçeğin güvenilirlik düzeyi “mükemmel” olarak tespit edilmiştir. Organik satın alma sürecinde tutum ve katılım ölçeğinin maddeleri homojen ve birbirleri ile ilişkili ifadeler olup ayrıca ölçek toplanabilir özelliktedir (F=16.12, p=0.0001<0.05; F=1.373, p=0.242>0.05). Organik satın alma sürecinde tutum ve katılım ölçeğinin güvenilirlik analizi uygulamaları bakımından, test tasarımının uygun yapıda olduğu da gözlenmiştir (F=11.328, p=0.0001<0.05).

Sağlık Bilinci ölçeğinin Cronbach 'ın Alpha değeri; 0.923, güvenilirliği ise “mükemmel” düzeydedir. Söz konusu ölçeğin maddelerinin homojen ve birbirleri ile ilişkili ifadeler olduğu ve testin de toplanabilir özellikte olduğu belirlenmiştir (F=18.17; p=0.0001, F=0.965; p=0.326). Sağlık Bilinci ölçeğinin güvenilirlik analizi uygulamaları bakımından, test tasarımının uygun yapıda olduğu da belirlenmiştir (F=18.484; p=0.0001<0.05).

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Organik gıda pazarlama ölçeğine ait beslenme kalıpları, gıda satın alma, keşfedici satın alma davranışı eğilimi, organik satın alma sürecinde tutum ve katılım ve sağlık bilinci faktörlerinin araştırıldığı çalışmada katılımcıların tanımlayıcı özellikleri aşağıdaki tablo 3’de açıklandığı gibidir.

Tablo 3: Bireylerin Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler	Bireyler (n:256)	
	S	%
Cinsiyet		
Erkek	135	47.3
Kadın	121	52.7
Yaş		
18 ve daha küçük	8	3.1
19 – 38 yaş arası	174	68.0
39 – 58 yaş arası	63	24.6
59 ve üzeri	11	4.3
Medeni Hal		
Evli	95	37.1
Bekâr	161	62.9
Eğitim Durumu		
İlköğretim	32	12.5
Ön Lisans	113	44.1
Lisans	58	22.7
Lisans üzeri	53	20.7
Gelir Düzeyi		
4000 ₺ ve altı	121	47,3
4001 – 7000 ₺ arası	45	17,6
7001 – 10000 ₺ arası	29	11,3
10001 – 13000 ₺ arası	33	12,9
13001 – 16000 ₺ arası	11	4,3
16001 ₺ ve üzeri	17	6,6
Meslek		
Ev Hanımı	10	3,9
Serbest Meslek	68	26,6
Memur	45	17,6
İşçi	15	5,9
Öğrenci	118	46,1

Çalışmaya katılan kişilerin % 52.7’si kadınlardan, % 47.3’ü ise erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Araştırmada yer alan kişilerin % 68.0’i 19-38 yaş aralığında ve % 24.6’sı ise 39-58 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların % 4.3’ü 59 yaş ve daha büyük iken, sadece % 3.1’i de 18 yaşında ya da daha küçüktür. Çalışmada yer alan kişilerin % 62.9’u bekâr oldukları bildirirken, % 37.1’i de evli olduklarını açıklamışlardır. Katılımcıların % 12.5’inin ilköğretim mezunu oldukları tespit edilirken, % 44.1’inin ön lisans, % 22.7’sinin lisans ve % 20.7’sinin ise yüksek lisans programlarından mezun oldukları belirlenmiştir.

Araştırmada yer alan bireylerin % 47.3’ünün gelir düzeyi 4000 lira ve altında iken, % 17.6’sının 4001-7000 lira arasında ve % 11.3’ünün ise 7001-10000 lira arasında olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca kişilerin % 12.9’unun gelir düzeyi 10001-13000 arasında, % 4.3’ünün 13001-16000 arasında ve % 6.6’sının 16001 liradan daha yüksek bir gelire sahip olduklarını tespit edilmiştir.

Kişilerin % 46.1’i öğrenci iken, % 26.6’sı serbest meslek sahibi, % 17.6’sı memur, % 5.9’u işçi ve % 3.9’u ise ev hanımıdır.

Hipotezlerin Test Edilmesi

Bu bölümde, Organik Gıda Pazarlama ölçeğine ait araştırılan hipotezler test edilmiştir. Yapılan çalışmada Organik Gıda Pazarlama ölçeğine ait, beslenme kalıpları, gıda satın alma, keşfedici satın alma davranışı eğilimi, organik satın alma sürecinde tutum ve katılım ve sağlık bilinci alt boyutlarının birbirleri ile olan ilişkileri araştırılmıştır. Bu doğrultuda çalışmaya ait korelasyon ve regresyon analizleri sonuçları aşağıdaki tablolar ile raporlanmıştır.

Organik Gıda Pazarlama Alt Faktörleri Korelasyon Analizi

Organik Gıda Pazarlama alt ölçeklerine ait ortalama değerler, standart sapma ve korelasyon katsayıları aşağıdaki Tablo 4’de gösterildiği gibidir. Tabloya göre;

Beslenme Kalıpları alt ölçeği ortalama puanı 3.982 ± 0.591 olarak elde edilmiştir. Katılımcıların beslenme kalıpları ölçeğine verdikleri cevaplar ortalama olarak “Katılıyorum” şeklindedir. Elde edilen sonuç doğrultusunda;

Beslenme Kalıpları ile gıda satın alma ölçekleri arasında pozitif yönlü 0.459 katsayılı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Beslenme kalıplarındaki bir birimlik artış gıda satın almayı 0.459 birim artırmaktadır. Beslenme kalıpları ile keşfedici satın alma davranışı eğilimi arasında pozitif yönlü 0.501 birimlik bir ilişki gözlenirken, Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım ile arasında 0.536 ve sağlık bilinci ile ise 0.657 katsayılı ilişkiler mevcuttur. Bahsedilen ilişkiler istatistiksel olarak da anlamlı düzeydedir ($p < 0.01$).

Gıda Satın Alma alt ölçeği ortalama puanı 4.117 ± 0.475 olarak elde edilmiştir. Katılımcıların gıda satın alma ölçeğine verdikleri cevaplar ortalama olarak “Katılıyorum” şeklindedir. Gıda satın almaya yönelik korelasyon sonuçları şöyledir:

Gıda satın alma ile keşfedici satın alma davranışı eğilimi arasında pozitif yönlü 0.516 katsayılı, organik satın alma sürecinde tutum ve katılım arasında pozitif yönlü 0.563 katsayılı ve sağlık bilinci ile ise 0.456 katsayılı ilişkiler söz konusudur. Sonuçlar doğrultusunda gıda satın alma arttıkça keşfedici satın alma davranışı eğilimi, organik satın alma sürecinde tutum ve katılım ve sağlık bilinci de artmaktadır. Gıda satın alımı en fazla organik satın alma sürecinde tutum ve katılım ile ilişkilidir. Bahsedilen ölçekler arasındaki ilişki düzeyleri istatistiksel olarak da anlamlı düzeydedir ($p < 0.01$).

Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi ölçeği ortalama puanı 3.742 ± 0.532 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların keşfedici satın alma davranışı eğilimi ölçeğine olan cevapları ortalama olarak “Katılıyorum” şeklindedir. Keşfedici satın alma davranışı eğilimi ölçeğinin diğer ölçekler ile ilişkilerine ait bulgular aşağıda açıklandığı gibidir.

Keşfedici satın alma davranışı eğilimi ile organik satın alma sürecinde tutum ve katılım arasında pozitif yönlü 0.709 katsayılı güçlü bir ilişki gözlenmiştir. Keşfedici satın alma davranışı eğilimindeki bir birimlik artış organik satın alma sürecinde tutum ve katılımı 0.709 birim artırmaktadır.

Keşfedici satın alma davranışı eğilimi ile sağlık bilinci arasında ise pozitif yönlü 0.643 katsayılı bir ilişki gözlenmiştir. Keşfedici satın alma davranışı eğiliminin artması sağlık bilincini de artırmaktadır. Bahsedilen ilişkiler istatistiksel olarak anlamlı düzeydedir ($p < 0.01$).

Organik satın alma sürecinde tutum ve katılım ölçeği ortalama puanı 3.927 ± 0.700 olarak, Sağlık Bilinci ölçeği ise 4.128 ± 0.648 olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların organik satın alma sürecinde tutum ve katılımına ve sağlık bilinci ölçekleri ifadelerine verdikleri cevaplar ortalama olarak “Katılıyorum” şeklindedir. Söz konusu ölçeklerine ilişkisine ait sonuçlar şöyledir:

Katılımcıların organik satın alma sürecinde tutum ve katılımına ve sağlık bilinci arasında ise pozitif yönlü 0.726 katsayılı bir ilişki gözlenmiştir. Sağlık bilincinin bir birim artması organik satın alma sürecinde tutum ve katılımı 0.726 birim artırmaktadır. Parametreler arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak anlamlı düzeydedir ($p < 0.01$).

Tablo 4: Organik Gıda Pazarlama Alt Ölçekleri Korelasyon Analizi

	Ort.	Std. Sapma	Beslenme Kalıpları	Gıda Satın Alma	Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi	Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım	Sağlık Bilinci
Beslenme Kalıpları	3.982	0.591	1				
Gıda Satın Alma	4.117	0.475	0.459**	1			
Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi	3.742	0.532	0.501**	0.516	1		
Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım	3.927	0.700	0.536**	0.563	0.709**	1	
Sağlık Bilinci	4.128	0.648	0.657**	0.456	0.643**	0.726**	1

Tabloda, araştırmaya katılan kişilerin *Organik Gıda Pazarlama ölçeği alt boyutları* için korelasyon ilişkilerine ait bilgiler (korelasyon katsayısı) ve ölçeklerin ortalama \pm standart sapma değerleri raporlanmıştır. Araştırılan Korelasyon ilişkisi ve özetlenen ortalama değerleri *Organik Gıda Pazarlama ölçeği alt boyutları* puanları, üzerinden yürütülmüş olup, söz konusu puanlar, uygulanan anketlerden elde edilen veriler esas alınarak oluşturulmuştur. ** (Baron, R.M. & Kenny, D.A., 1986).; %99 güven düzeyinde elde edilen bulguları temsil etmektedir.

Sağlık Bilinci ile Organik Gıda Satın Alma Sürecinde Tutum Ve Katılımın İlişkisinde Cinsiyet Faktörünün Düzenleyici Etkisi

Araştırmada, sağlık bilincinin, organik gıda satın alma sürecinde tutum ve katılımına etkisinde cinsiyet faktörünün düzenleyici etkisi Hayes Model 1 düzenleyici değişken regresyon analizi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 5’de açıklanmıştır. Bulgulara göre;

“Organik Gıda Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılımına = 3.754 + 0.478 Sağlık Bilinci + 0.267 Kadın + 0.218 Sağlık Bilinci*Cinsiyet” modeli oluşturulmuştur.

Kişilerin sağlık bilincinin artması, organik gıda satın alma sürecinde tutum ve katılımlarını %47.8 artırmaktadır. Kadınların organik gıda satın alma sürecinde tutum ve katılımı erkeklerden %47.8 daha yüksektir. Modelde sağlık bilinci ile cinsiyet etkileşiminin organik satın alma sürecinde tutum ve katılımına olan etkisi de önemli düzeydedir ($\beta=0.218$, $p<0.05$). Buna göre cinsiyet faktörünün sağlık bilinci ile organik gıda satın alma sürecinde tutum ve katılımı arasındaki ilişkide düzenleyici bir rol oynadığı belirlenmiştir. Ayrıca sağlık bilinci arttıkça; kadınlarda, organik gıda satın alma sürecinde tutum ve katılımı %69.6 artarken, erkeklerde % 27.8 oranında arttığı belirlenmiştir. Her iki etki değeri de istatistiksel olarak anlamlı düzeydedir ($p<0.05$).

Sonuçlar doğrultusunda;

“H1: Sağlık bilincinin, organik gıda satın alma sürecinde tutum ve katılımına etkisinde cinsiyet faktörünün düzenleyici rolü vardır.” Hipotezi de red edilememiştir.

Tablo 5: Sağlık Bilinci ile Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım İlişkisinde Cinsiyet Faktörünün Düzenleyici Etkisi

Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım	β (95 % GA)	t	F	R²	p
Sabit Terim	3.754*	74.054	53.327	0.523	0.0001**
Sağlık Bilinci	0.478* (0.381 – 0.574)	7.725			
Cinsiyet (kadın)	0.267* (0.154 – 0.342)	2.990			
Sağlık Bilinci*Cinsiyet	0.218* (0.089 – 0.348)	5.699			
Kadın	0.696* (0.481 – 0.874)	9.725	8.367		0.0025*
Erkek	0.278* (0.198 – 0.394)	2.916			

Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım ölçeği; yordayıcıları, güven aralıkları ve istatistik anlam değerleri ile özetlenmiştir. * $p<0.05$,** $p<0.001$

Araştırmada, keşfedici satın alma davranışı eğiliminin, sağlık bilincine olan etkisinde beslenme kalıplarının aracılık rolünü, analiz etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yapılmış olup, sonuçlar aşağıdaki Tablo 6’da özetlendiği gibidir.

Tablo 6: Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğiliminin, Sağlık Bilinci Üzerindeki Etkisinde Beslenme Kalıplarının Aracılık Rolü

Model 1: Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğiliminin Beslenme Kalıpları Üzerindeki Etkisi					
<i>Beslenme Kalıpları</i>	β (95 % CI)	t	Katsayılar p	R ²	Model p-değeri
<i>Sabit Terim</i>	1.472	5.823	0.0001*		0.0001*
<i>Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi</i>	0.652 (0.513 – 0.791)	9.236	0.0001*	0.301	
Model 2: Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğiliminin Sağlık Bilinci Üzerindeki Etkisi					
<i>Sağlık Bilinci</i>	β (95 % CI)	t	Katsayılar p	R ²	Model p-değeri

Sağlık Bilinci	β (95 % CI)	t	Katsayılar p	R ²	Model p-değeri
Sabit Terim	1.540	8.653	0.0001*		0.0001*
Beslenme Kalıpları	0.609 (0.488 – 0.671)	12.504	0.0001*	0.298	
Model 4: Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğilimi ve Beslenme Kalıplarının Sağlık Bilinci Üzerindeki Etkisi					
Sağlık Bilinci	β (95 % CI)	t	Katsayılar p	R ²	Model p-değeri
Sabit Terim	1.584	9.014	0.0001*		0,0001*
Beslenme Kalıpları	0.532 (0.433 – 0.631)	10.583	0.0001*	0.367	
Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğiliminin	0.181 (-0.189 – 0.25)	0.699	0.0905		

Tabloda, araştırılan ölçeklerine ait regresyon analizlerine ait bilgiler “katsayısı değerleri (güven aralıkları)” şeklinde raporlanmıştır. *; istatistiksel araştırmalar % 95 güven düzeyinde gerçekleştirilmiştir.

Tablo 6’da Keşfedici Satın Alma Davranışı Eğiliminin, Beslenme Kalıpları ve Sağlık Bilinci arasındaki doğrusal ve hiyerarşik regresyon modellerine ilişkin bulgular incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar aşağıda özetlendiği gibidir:

Model 1’de; keşfedici satın alma davranışı eğiliminin, aracılık etkisi araştırılan beslenme kalıplarının % 65.2 oranında artırmaktadır. Kurulan model ile beslenme kalıplarının % 30.1’i keşfedici satın alma davranışı eğilimi parametresi ile açıklanmaktadır. Söz konusu model istatistiksel olarak da anlamlı düzeydedir (F=85.312, p=0.0001).

Model 2’de, keşfedici satın alma davranışı eğiliminin, sağlık bilinci üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Model 2 ile keşfedici satın alma davranışı eğiliminin, sağlık bilincini % 68.9 oranında artırdığı tespit edilmiş olup, keşfedici satın alma davranışı eğilimi ve sabit terim etkisi ile sağlık bilinci varyasyonunun % 34.3’ü açıklamaktadır. Elde edilen model istatistiksel olarak da anlamlı düzeydedir (F=106.166, p=0.0001).

Model 1 ve Model 2 ile Baron ve Kenney (1986)’ in çalışmalarında söz ettiği “Bağımsız değişkenin, Bağımlı değişken ve Aracı değişken üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisi olmalıdır.” gerekliliğinin sağlandığı görülmüştür. Buradan hareketle yeni model kurulmuş ve bağımlı değişken üzerindeki aracı değişkenin etkisi irdelenmiştir.

Model 3’de beslenme kalıplarının sağlık bilinci üzerindeki etkisi incelenmiş olup; beslenme kalıplarının, sağlık bilincini % 60.9 oranında etkilediği belirlenmiştir. Beslenme kalıpları ve sabit terim etkisi birlikteliğinde kurulan model ile sağlık bilinci toplam varyasyonunun % 29.8’ inin açıklandığı gözlenmiştir. Kurulan model istatistiksel olarak da anlamlı düzeydedir (F=156.352, p=0.0001).

Model 3 ile yine Baron ve Kenney (1986)’ in çalışmalarında bahsettiği, “Aracı değişkenin, bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkisi olmalıdır” ilkesi de yerine getirilmiştir. Buradan hareketle ile aracılık rolü incelenmek üzere Model 4 kurulmuştur.

Model 4’de ana hipotez de bağımsız değişken olan; keşfedici satın alma davranışı eğilimi ve aracı değişken olan beslenme kalıplarının, sağlık bilincine olan etkisi birlikte araştırılmıştır. Bu model ile sağlık bilincini; beslenme kalıplarının % 53.2 ve keşfedici satın alma davranışı eğiliminin ise % 18.1 oranında artırdığı tespit edilmiştir. Model ile sağlık bilinci toplam varyasyonunun % 36.7’sinin, beslenme kalıpları, keşfedici satın alma davranışı eğilimi parametreleri ve sabit terim etkisi ile açıklanabildiği belirlenmiştir. Kurulan son modelde yine istatistiksel olarak anlamlı düzeydedir (F=105.10, p=0.0001).

Model 4’de görülmektedir ki; keşfedici satın alma davranışı eğiliminin, sağlık bilinci üzerindeki etkisi, beslenme kalıpları parametresinin modele dâhil olması ile % 68.9’dan % 18.1’e gerilemiştir. Ayrıca beslenme parametresinin katsayısal olarak istatistik değeri anlamlı düzeyde bulunamamıştır (t=0.699, p=0.0905).

Aracı değişken ile birlikte kurulan modelde bağımsız değişkenin etkisinin istatistiksel olarak ortadan kalktığı gözlenmiştir. Böylece bağımsız değişken olan; keşfedici satın alma davranışı eğiliminin, sağlık bilinci üzerindeki etkisinde; beslenme kalıplarının Tam Aracılık Etkisi (Full Mediation) olduğu tespit edilmiştir (Baron ve Kenney, 1986: 1173-1182; Turunç ve Çelik, 2010: 197; Seçgin, 2014: 103.).

Sonuç olarak araştırmaya kapsamında, keşfedici satın alma davranışı eğiliminin ile sağlık bilinci ilişkisinde modele beslenme kalıpları parametresinin dâhil edilmesiyle, pozitif ve anlamlı olan keşfedici satın alma davranışı

eğiliminin etkisinin, istatistiksel anlam taşımayan bir etkiye dönüştüğü gözlenmiştir. Buradan hareketle de keşfedici satın alma davranışı eğiliminin ile sağlık bilincinin ilişkisinde beslenme kalıplarının tam aracılık etkisine sahip olduğu belirlenmiştir.

Bu bağlamda kurulan;

“H2: Keşfedici satın alma davranışı eğiliminin, Sağlık bilincinin üzerindeki etkisinde Beslenme kalıplarının aracılık rolü vardır.” hipotezi reddedilememiştir.

Gıda Satın Alma Kriterlerinin, Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım Üzerindeki Etkisinde Beslenme Kalıplarının Aracılık Rolü

Araştırmada, gıda satın alma kriterlerinin, organik satın alma sürecinde tutum ve katılım olan etkisinde beslenme kalıplarının aracılık rolünü, analiz etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yapılmış olup, sonuçlar aşağıdaki Tablo 7’de özetlendiği gibidir.

Tablo 7: Gıda Satın Alma Kriterlerinin, Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım Üzerindeki Etkisinde Beslenme Kalıplarının Aracılık Rolü

<i>Model 1: Gıda Satın Alma Kriterlerinin Beslenme Kalıpları Üzerindeki Etkisi</i>					
<i>Beslenme Kalıpları</i>	β (95 % CI)	t	Katsayılar p	R ²	Model p-değeri
<i>Sabit Terim</i>	1.509	5.146	0.0001*		0.0001*
<i>Gıda Satın Alma Kriterleri</i>	0.583 (0.480 – 0.704)	9.233	0.0001*	0.311	
<i>Model 2: Gıda Satın Alma Kriterlerinin Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılımı Üzerindeki Etkisi</i>					
<i>Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılımı</i>	β (95 % CI)	t	Katsayılar p	R ²	Model p-değeri
<i>Sabit Terim</i>	0.955	3.608	0.0001*		0.0001*
<i>Gıda Satın Alma Kriterleri</i>	0.774 (0.648 – 0.814)	15.582	0.0001*	0.387	
<i>Model 3: Beslenme Kalıplarının Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım Üzerindeki Etkisi</i>					
<i>Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılımı</i>	β (95 % CI)	t	Katsayılar p	R ²	Model p-değeri
<i>Sabit Terim</i>	1.751	8.371	0.0001*		0.0001*
<i>Beslenme Kalıpları</i>	0.563 (0.416 – 0.630)	10.608	0.0001*	0.308	
<i>Model 4: Gıda Satın Alma Kriterleri ve Beslenme Kalıplarının Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım Üzerindeki Etkisi</i>					
<i>Organik Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılımı</i>	β (95 % CI)	t	Katsayılar p	R ²	Model p-değeri
<i>Sabit Terim</i>	1.447	3.908			0.0001*
<i>Gıda Satın Alma Kriterleri</i>	0.193 (-0.09 – 0.301)	1.763	0.138	0.393	
<i>Beslenme Kalıpları</i>	0.688 (0.456 – 0.820)	9.267	0.0001*		

Tabloda, araştırılan ölçeklerine ait regresyon analizlerine ait bilgiler “katsayısı değerleri (güven aralıkları)” şeklinde raporlanmıştır. *; istatistiksel araştırmalar % 95 güven düzeyinde gerçekleştirilmiştir.

Tablo 7’de Organik Gıda Pazarlama ölçeğinin alt boyutlarından, Organik Gıda Satın Alma Sürecinde Tutum ve Katılım, Gıda Satın Alma ve Beslenme Kriterleri arasındaki doğrusal ve hiyerarşik regresyon modellerine ilişkin bulgular incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar aşağıda özetlendiği gibidir:

Model 1’de; gıda satın alma kriterleri, aracılık etkisi araştırılan beslenme kalıplarını % 58.3 oranında artırmaktadır. Kurulan model ile beslenme kalıplarının % 31.1’i gıda satın alma kriterleri parametresi ve sabit terim etkisi ile açıklanmaktadır. Söz konusu model istatistiksel olarak da anlamlı düzeydedir (F=67.783, p=0.0001).

Model 2’ de, gıda satın alma kriterlerinin, organik satın alma sürecinde tutum ve katılımına olan etkisi araştırılmıştır. Model 2 ile gıda satın alma kriterlerinin, organik satın alma sürecinde tutum ve katılımını % 77.4 artırdığı tespit edilmiştir. Organik satın alma sürecinde tutum ve katılımın toplam varyasyonunun % 38.7’si gıda satın alma kriterleri tarafından açıklanmıştır. Elde edilen model istatistiksel olarak da anlamlı düzeydedir (F=111.984, p=0,0001).

Model 1 ve Model 2 ile Baron ve Kenney (1986)’ in çalışmalarında söz ettiği “Bağımsız değişkenin, Bağımlı değişken ve Aracı değişken üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisi olmalıdır” gerekliliğinin sağlandığı görülmüştür. Buradan hareketle yeni model kurulmuş ve bağımlı değişken üzerindeki aracı değişkenin etkisi irdelenmiştir.

Model 3’de beslenme kalıplarının, organik satın alma sürecinde tutum ve katılımı üzerindeki etkisi incelenmiş olup; beslenme kalıplarının, organik satın alma sürecinde tutum ve katılımını % 56.3 oranında artırdığı belirlenmiştir. Beslenme kalıpları ve sabit terim etkisi birlikteliğinde kurulan model ile organik satın alma

sürecinde tutum ve katılım toplam varyasyonunun % 30.8'inin açıklandığı gözlenmiştir. Kurulan model istatistiksel olarak da anlamlı düzeydedir ($F=92.309$, $p=0.0001$).

Model 3 ile Baron ve Kenney (1986)' in çalışmalarında bahsettiği, “*Aeacı değişkenin, bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkii olmalıdır*” ilkesi de yerine geririlmiştir. Buradan hareketle yine gıda satın alma kriterlerinin, organik satın alma sürecinde tutum ve katılım üzerindeki etkisinde beslenme kalıplarının aracılık rolü incelenmek üzere Model 4 kurulmuştur.

Model 4’de ana hipotez de bağımsız değişken olan; gıda satın alma kriterlerinin ve aracı değişken olan beslenme kalıplarının, organik satın alma sürecinde tutum ve katılıma olan etkisi birlikte araştırılmıştır. Bu model ile organik satın alma sürecinde tutum ve katılımını; gıda satın alma kriterleri % 19.3 ve beslenme kalıpları ise % 68.8 oranında artırdığı tespit edilmiştir. Model ile organik satın alma sürecinde tutum ve katılım toplam varyasyonunun % 39.3’ünün, gıda satın alma kriterleri ve beslenme kalıpları parametreleri ve sabit terim etkisi ile açıklanabildiği belirlenmiştir. Kurulan son modelde yine istatistiksel olarak anlamlı düzeydedir ($F=81.965$, $p=0.0001$).

Model 4’de, gıda satın alma kriterlerinin, organik satın alma sürecinde tutum ve katılımı üzerindeki etkisi, beslenme kalıpları parametresi modele dâhil olunca % 77.4’den % 19.3’e gerilemiştir. Ayrıca gıda satın alma kriterleri parametresi istatistik anlam değeri de ortadan kalkmıştır ($t=1.763$, $p=0.138$).

Sonuç olarak araştırma kapsamında, gıda satın alma kriterlerinin, organik satın alma sürecinde tutum ve katılımı ilişkisinde modele beslenme kalıpları parametresinin dâhil edilmesiyle, pozitif ve anlamlı olan gıda satın alma kriterleri etkisinin, istatistiksel anlam taşımayan bir etkiye dönüştüğü tespit edilmiştir. Buradan hareketle de gıda satın alma kriterlerinin, organik satın alma sürecinde tutum ve katılımı ilişkisinde beslenme kalıplarının tam aracılık etkisine sahip olduğu belirlenmiştir (Baron ve Kenney, 1986: 1173-1182; Turunç ve Çelik, 2010: 197; Seçgin, 2014: 103).

Bu bağlamda kurulan;

“H3: Gıda satın alma kriterlerinin, Organik satın alma sürecinde tutum ve katılımı üzerindeki etkisinde Beslenme kalıplarının aracılık rolü vardır.” hipotezi reddedilememiştir.

5. SONUÇ

İlgili yazın incelenerek yapılan çalışmada organik gıdaların pazarlanmasında keşfedici satın alma davranışı eğilimi ile organik satın alma sürecinde tutum ve katılım arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Aynı zamanda organik satın alma sürecinde tutum ve katılımına ile sağlık bilinci arasında da pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Sağlık bilincinin, organik gıda satın alma sürecinde tutum ve katılımına etkisinde cinsiyet faktörünün düzenleyici rolü vardır. Sağlık bilincinin organik gıda satın alma sürecinde tutum ve katılımına etkisinde kadınların sağlık bilincinin artmasına bağlı olarak organik ürünleri satın alma tutum ve katılımı erkeklerinkine oranla neredeyse üç katı kadar artmaktadır.

Elbette bu tüketicilerin sağlıklarına gösterdikleri özende daha önceki beslenme kalıplarının ve bu sağlıklı beslenmeyi uzun yıllar sürdürmek istemeleri ile de ilişkilidir. Bu bağlamda tüketicilerin keşfedici satın alma davranışı eğiliminin, sağlık bilinci üzerindeki etkisinde beslenme kalıplarının aracılık rolü vardır. Ayrıca gıda satın alma kriterlerinin, organik satın alma sürecinde tutum ve katılımı üzerindeki etkisinde yine beslenme kalıplarının aracılık rolü bulunmuştur.

Bu sonuçların ışığında organik gıdaların satın alma sürecinde önceki alışkanlıkların, beslenme kalıplarının etkisi oldukça büyüktür. Geleneksel usullerle yetiştirilen ürünler ve üretilen gıdalar organik ürünler kadar sağlıklı olmayacaktır. Sağlık bilinci konusunda her geçen gün daha da büyük farkındalık edinen tüketiciler; hem gelir seviyeleri düzleminde hem de organik tüketim düzleminde keşfedici satın alma eğilimine girebilmekte böylece daha fazla organik gıda talep eder hale gelmektedir.

Bu çalışmanın en büyük kısıtı yüksek enflasyon nedeniyle artan gıda fiyatlarının yanı sıra özellikle organik ürünleri satın alma davranışında bulunacak bireylerin geleneksel ürünlere tekrar dönme ihtimallerinin olmasıdır. Dolayısıyla böyle bir ihtimal organik gıda pazarlamasını ne şekilde etkileyecektir. Organik gıda pazarlamasının geleceğine dair ne gibi gelişmeler olacaktır, hangi konular üzerinde ağırlıklı olarak çalışmak gerekecektir? İleride yapılacak çalışmalarda; bu konuların araştırılmasıyla akademik düzlemde belirleyici olacaktır.

KAYNAKÇA

1. Baker R. (1991). The reliability and criterion validity of a measure of patients' satisfaction with their general practice. *Fam Pract* 1991;8:171-7).
2. Basha, M. B., Mason, C., Shamsudin, M. F., Hussain, H. I., & Salem, M. A. (2015). Consumers attitude towards organic food. *Procedia Economics and Finance*, 31, 444-452.
3. Baourakis, G. (2004). *Marketing trends for organic food in the 21st century* (Vol. 3). World Scientific.
4. Baron, R.M. & Kenny, D.A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology* 1986; 51 (6), 1173-1182
5. Baumgartner, H., & Steenkamp, J. B. E. (1996). Exploratory consumer buying behavior: Conceptualization and measurement. *International journal of Research in marketing*, 13(2), 121-137.
6. Burns, A. C., & Bush, R. F. (2015). Marketing reseach-Pazarlama araştırması (7. Baskı). *Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık*.
7. Canavari, M., Centonze, R., & Nigro, G. (2007). *Organic food marketing and distribution in the European Union* (No. 368-2016-18863).
8. Chen, J., & Lobo, A. (2012). Organic food products in China: determinants of consumers' purchase intentions. *The international review of retail, Distribution and Consumer Research*, 22(3), 293-314.
9. Chryssochoidis, G. (2000). Repercussions of consumer confusion for late introduced differentiated products. *European Journal of Marketing*.
10. Chryssochoidis, G. M., & Krystallis, A. (2005). Organic consumers' personal values research: Testing and validating the list of values (LOV) scale and implementing a value-based segmentation task. *Food Quality and preference*, 16(7), 585-599.
11. Cronbach L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*. 1951;16:297-334. 10.1007/BF02310555
12. Dutta-Bergman, M. J. (2004). An alternative approach to social capital: Exploring the linkage between health consciousness and community participation. *Health Communication*, 16(4), 393-409.
13. Fotopoulos, C., & Krystallis, A. (2002). Purchasing motives and profile of the Greek organic consumer: a countrywide survey. *British food journal*.
14. Hayes, A. F. (2013). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis. New York: The Guilford Press.
15. Hemmerling, S., Hamm, U., & Spiller, A. (2015). Consumption behaviour regarding organic food from a marketing perspective—a literature review. *Organic Agriculture*, 5(4), 277-313.
16. Hinton PR. (2007). *Statistics explained*. Taylor & Francis; 2 edition, NY, USA, 2007
17. Hyland, M. E., Masters, K. S., Wheeler, P., & Kamble, S. (2010). A sense of 'special connection', self-transcendent values and a common factor for religious and non-religious spirituality. *Archive for the Psychology of Religion*, 32(3), 293-326.
18. Lairon, D. (2010). Nutritional quality and safety of organic food. A review. *Agronomy for sustainable development*, 30(1), 33-41.
19. Lang, T., & Heasman, M. (2004). Diet and Nutrition Policy: A clash of ideas or investment?. *Development*, 47(2), 64-74.
20. Legohérel, P., Daucé, B., Hsu, C. H., & Ranchhold, A. (2009). Culture, time orientation, and exploratory buying behavior. *Journal of International Consumer Marketing*, 21(2), 93-107.

21. Magkos, F., Arvaniti, F., & Zampelas, A. (2003). Organic food: nutritious food or food for thought? A review of the evidence. *International journal of food sciences and nutrition*, 54(5), 357-371.
22. Magnusson, M. K., Arvola, A., Hursti, U. K. K., Åberg, L., & Sjöden, P. O. (2003). Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. *Appetite*, 40(2), 109-117.
23. Michelsen, J., Hamm, U., Wynen, E., & Roth, E. (1999). *The European market for organic products: Growth and development*. Universität Hohenheim-Stuttgart Hohenheim.
24. Mie, A., Andersen, H. R., Gunnarsson, S., Kahl, J., Kesse-Guyot, E., Rembiałkowska, E., ... & Grandjean, P. (2017). Human health implications of organic food and organic agriculture: a comprehensive review. *Environmental Health*, 16(1), 1-22.
25. Parashar, S., Mungra, Y., & Sood, G. (2019). Health consciousness as an enabler for exploratory buying behavior among consumers. *SCMS Journal of Indian Management*, 16(2), 87-102.
26. Prentice, C., Chen, J., & Wang, X. (2019). The influence of product and personal attributes on organic food marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 70-78
27. Raju, P. S., & Venkatesan, M. (1980). Exploratory behavior in the consumer context: a state of the art review. *ACR North American Advances*.
28. Sadiq, M. A., Rajeswari, B., Ansari, L., & Kirmani, M. D. (2021). The role of food eating values and exploratory behaviour traits in predicting intention to consume organic foods: An extended planned behaviour approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102352.
29. Schösler, H., De Boer, J., & Boersema, J. J. (2013). The organic food philosophy: A qualitative exploration of the practices, values, and beliefs of Dutch organic consumers within a cultural–historical frame. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 26(2), 439-460.
30. Shafie, F. A., & Rennie, D. (2012). Consumer perceptions towards organic food. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 49, 360-367.
31. Tsakiridou, E., Boutsouki, C., Zotos, Y., & Mattas, K. (2008). Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
32. Voon, J. P., Ngui, K. S., & Agrawal, A. (2011). Determinants of willingness to purchase organic food: An exploratory study using structural equation modeling. *International Food and Agribusiness Management Review*, 14(2), 103-120.
33. Żakowska-Biemans, S. (2011). Polish consumer food choices and beliefs about organic food. *British Food Journal*.

EXTENDED SUMMARY

The aim of the study; The aim of this study is to investigate the role of health awareness on the exploratory purchasing behavior tendency (ebbt) of consumers in the marketing of organic foods, and the moderator effect of the gender factor in the relationship between attitude and participation in the organic food purchasing process. For this purpose, the attitudes of the participants with different age groups, different occupations and education levels regarding the role of health awareness in purchasing attitudes and whether consumers perform exploratory buying behavior in the marketing of organic foods were determined by the survey method.

Literature Review; Sadiq et al. (2021) investigated food eating values and individual exploratory buying behaviors as an extension of the theory of planned behavior in determining attitudes and intentions towards the consumption of organic foods. Parashar et al. (2019), in their study on Indian consumers, aimed to measure the extent to which health awareness is related to exploratory buying behavior such as information seeking and information acquisition, with a survey method. Fotopoulos & Krystallis (2002), in their study conducted in Greece; They aimed to measure the perceptions of consumers towards organic products by dividing them into three different groups as unaware, non-conscious buyers and organic product buyers. Tsakiridou et al. (2008) in their study; They stated that environmental and health concerns, perceptions and attitudes towards organics are

strong motivating factors in organic product consumption. Michelsen et al. (1999) stated that the demand for organic foods in Europe is unpredictably large, and they mentioned that great efforts should be made to develop an internationally transparent market regulation and marketing strategies in organic food marketing in order to meet this great potential.

Research Methodology: This study is a descriptive study; In descriptive research, it is a research design used to interpret the emotions, thoughts, perceptions, expectations, satisfaction or dissatisfaction of the target market, as well as what the researchers want to learn about who their customers are, their shopping attitudes, where they access information about the products (Burns & Bush, 2015). In the research, it was aimed to measure the health awareness on the exploratory buying behavior tendency of consumers in the marketing of organic foods. In this context, due to time constraints, survey questions were sent to the participants via 'Google forms' by sending a link.

Research Findings: As a result of the correlation analysis of organic food marketing sub-factors;

It was determined that there was a positive relationship with a coefficient of 0.459 between Nutrition Patterns and food purchasing scales. While a positive 0.501-unit relationship was observed between nutritional patterns and exploratory purchasing behavior tendency, there was a correlation of 0.536 with Attitude and Participation in the Organic Purchasing Process and with a coefficient of 0.657 with health awareness.

There is a positive correlation of 0.516 coefficient between food purchasing and exploratory buying behavior tendency, a positive correlation of 0.563 coefficient between attitude and participation in organic purchasing process, and 0.456 coefficient with health awareness. In line with the results, as food purchase increases, exploratory buying behavior tendency, attitude and participation in the organic purchasing process and health awareness also increase.

A strong positive correlation with a coefficient of 0.709 was observed between exploratory buying behavior tendency and attitude and participation in the organic purchasing process. A positive correlation with a coefficient of 0.643 was observed between exploratory buying behavior tendency and health awareness. The increase in the tendency of exploratory buying behavior also increases health awareness.

The average score of the attitude and participation scale in the organic purchasing process was determined as 3.927 ± 0.700 , and the Health Awareness scale as 4.128 ± 0.648 .

A positive correlation with a coefficient of 0.726 was observed between the attitudes and participation of the participants in the organic purchasing process and health awareness.

The moderator effect of the gender factor on the relationship between health awareness and attitude and participation in the organic food purchasing process was examined by Hayes' moderator variable regression analysis. According to the findings;

Attitude and participation of women in organic food purchasing process is 47.8% higher than men. The gender factor plays a moderator role in the relationship between health awareness and attitude and participation in the organic food purchasing process. In addition, as health awareness increases; It was determined that while women's attitude and participation in the organic food purchasing process increased by 69.6%, it increased by 27.8% in men.

In the research, hierarchical regression analysis was conducted to analyze the mediating role of dietary patterns in the effect of exploratory buying behavior tendency on health awareness. In the analysis performed with the established models; It has been determined that nutritional patterns have a full mediating effect in the relationship between exploratory buying behavior tendency and health awareness.

In the research, hierarchical regression analysis was conducted to analyze the mediating role of dietary patterns in the effect of food purchasing criteria on attitude and participation in the organic purchasing process. In the analysis performed with the established models; It has been determined that food purchasing criteria have a full mediating effect of dietary patterns in the relationship between attitude and participation in the organic purchasing process.

Conclusion: There is a positive relationship between exploratory buying behavior in the marketing of organic foods and attitude and participation in the organic purchasing process. At the same time, a positive relationship was detected between organic purchasing health and consciousness. The gender factor has a moderator role in the effect of health awareness on attitudes and participation in the organic food purchasing process. In the effect of health awareness on attitudes and participation in the organic food purchasing process, women's attitudes and participation in purchasing organic products increases almost three times compared to men's, depending on the increase in women's health awareness. Nutritional patterns have a mediating role in the effect of consumers' exploratory buying behavior tendency on health awareness. In addition, dietary patterns have a mediating role in the effect of food purchasing criteria on attitudes and participation in the organic purchasing process. In the light of these results, the effect of previous habits and dietary patterns in the purchasing process of organic foods is quite large. Products grown by traditional methods and produced foods will not be as healthy as organic products. Consumers who are becoming more and more aware of health awareness; they can tend to buy exploratory both at the level of income and at the level of organic consumption, thus demanding more organic food.

e-ISSN:2587-2168



Year: 2022

Vol: 8 Issue: 44

pp 551-563

Article ID

63852

Arrival

02 July 2022

Published

31 AUGUST 2022

DOI NUMBER<http://dx.doi.org/10.29228/ideas.63852>

9228/ideas.63852

How to Cite This**Article**

Arslan, H. (2022).

"Türkiye'nin Yeni

Güvenlik Konseptinin

Terörizmle Mücadele

Üzerindeki Etkisi",

International Journal of

Disciplines Economics

& Administrative

Sciences Studies, (e-

ISSN:2587-2168), Vol:8,

Issue:44; pp: 551-563



International Journal of

Disciplines Economics

& Administrative

Sciences Studies is

licensed under a

Creative Commons

Attribution-

NonCommercial 4.0

International License.

Türkiye'nin Yeni Güvenlik Konseptinin Terörizmle Mücadele Üzerindeki Etkisi

Turkey's New Security Concept and It's Impact on Combating Terrorism

Hüseyin Arslan¹ ¹ Doç. Dr., Polis Akademisi, Güvenlik Bilimleri Enstitüsü, Güvenlik Stratejileri ve Yönetimi, Ankara, Türkiye**ÖZET**

Güvenlik olgusu insanlık tarihi kadar eskidir ve insanlığın yeryüzündeki serüveniyle birlikte gelişmiş ve pek çok değişim geçirmiştir. Güvenliğin temel amacı bireylerin, toplumların ve devletlerin hayatlarını güvenlik içinde sürdürmelerini sağlamaktır, buna karşın terör, güvenliğin en büyük tehditlerinden birisidir. Terörün başlıca hedefleri arasında insanları öldürmek ve korkutmak vardır. Kısaca ifade etmek gerekirse terör insanlık için bir zehir ise güvenlik onun panzehiridir. 11 Eylül 2001 terör saldırıları bu iki aktörü tartışmaların merkezine tekrar yerleştirmiştir. Dünyada sansasyonel bir etki yaratan saldırıdan sonra ABD, küresel çapta adına terörle savaş dediği bir dönemi başlatmış ve bunun için güvenlik konseptini, paradigmasını ve algılarını değiştirmiştir. ABD'nin bu tutumu müttefiki olan pek çok ülkeyi etkilemiştir ki bu ülkelerden birisi de Türkiye'dir. Türkiye jeopolitik konumuyla Asya ve Avrupa'ya bağlayan köprü bir ülke olmanın yanı sıra Ortadoğu ülkeleriyle de komşudur. Bu nedenle küresel ve bölgesel mücadelelerin yol açtığı sorunlar, iç savaşlar, terör ve bunlardan kaynaklanan yoğun göçler Türkiye'yi fazlasıyla etkilemektedir. 11 Eylül'den kısa süre sonra ABD'nin Irak'ı işgal etmesi, Arap Baharı'nın etkisiyle 2011 yılında Suriye'de patlak veren iç savaş Türkiye'nin güney sınırında kaotik bir ortam yaratmıştır. Bu durumdan beslenen DEAŞ ile PKK'nın Suriye uzantısı PYD/YPG, Türkiye'nin güvenliğine yönelik yeni ve ciddi tehditler ortaya çıkarmıştır. Bu arada Türkiye'nin sınır içinde mücadele ettiği PKK ve diğer terör örgütlerine FETÖ de eklenmiştir. Tüm bu gelişmeler Türkiye'yi iç ve dış güvenlik konularında yeni konseptler geliştirmeye itmiştir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin güvenliğini sağlamak ve terörle daha etkin bir şekilde mücadele etmek için takip etmeye başladığı yeni güvenlik konseptini ve onun felsefesini analiz etmektir. Bu analizde, Türkiye'nin, iç ya da dış kaynaklı olduğuna bakmaksızın, tehditlerin gelip kendisini vurmasını beklemeden, kaynağında kurutmak ve terörün ekosistemini yok etmek için nasıl mücadele ettiği ve bu mücadelenin temel yöntemi olan "ara-bul-yoket" stratejisini nasıl uyguladığı yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Güvenlik, Terör, DEAŞ, PKK, Ara-Bul-Yoket**ABSTRACT**

The phenomenon of security is as old as the history of humanity and has developed along with the adventure of humanity on earth and has undergone many changes. While the main purpose of security is to ensure that individuals, societies and states continue their lives in safety, terrorism is one of the biggest threats to security. The main targets of terrorism are to kill and intimidate people. For this reason, if terrorism is a poison for humanity, security is its antidote. To put it briefly, if terrorism is a poison for humanity, security is its antidote. The terrorist attacks of September 11, 2001 placed these two actors at the center of the discussions again. After the attack, which had a sensational impact on the world, the USA started a period called the war on terror on a global scale and changed the security concept, paradigm and perceptions for this. This attitude of the USA has affected many countries that are allies, one of these countries is Turkey. Turkey, with its geopolitical position, is not only a bridge country connecting Asia and Europe, but also neighbors with Middle Eastern countries. For this reason, the problems caused by global and regional struggles, civil wars, terrorism and the intense migrations caused by them greatly affect Turkey. The US invasion of Iraq shortly after 9/11 and the civil war that broke out in Syria in 2011 with the effect of the Arab Spring created a chaotic environment on Turkey's southern border. Fed by this situation, DAESH and the PKK's Syrian extension PYD/YPG have created new and serious threats to Turkey's security. In the meantime, FETO has also joined the PKK and other terrorist organizations that Turkey is fighting within its borders. All these developments have pushed Turkey to develop new concepts in internal and external security issues. The aim of this study is to analyze the new security concept and its philosophy that Turkey has begun to follow in order to ensure its security and to fight terrorism more effectively. In this analysis, how Turkey struggles to dry it at the source and destroy the ecosystem of terrorism, without waiting for threats to come and hit it, regardless of whether they are internal or external, and how it applies the "search-find-destroy" strategy, which is the main method of this struggle.

Keywords: Security, Terror, DAESH, PKK, Search-Find-Destroy**1. GİRİŞ**

Güvenlik konusu tarihin her evresinde insanlığın varoluşsal bir olgusu olarak yaşamın her evresinde ve düzeyinde, insanoğlunun sosyal bir varlık olarak gelişimine paralel bir şekilde içine evrildiği sistematik tüm yapılarda hayatini sürdüren en temel etmenlerden biri olagelmıştır. Başka bir ifadeyle güvenlik, insanın ister birey, ister adına aile, aşiret, kabile, klan ya da toplum şeklinde hayatini bulduğu küçük yapılanmalar, isterse adına krallıklar, imparatorluklar, devletler, ulus-devletler, uluslararası ve küresel dönemler şeklinde daha büyük oluşumlar dahilinde olsun, farklı şekillerde tezahür eden ancak her zaman ihtiyaç duyulan bir gerçeklik olmuştur.

Bu açıdan güvenlik düşünürlerin bir kavram olarak üzerinde en çok tartıştıkları konuların başında gelmektedir. Kavramın etimolojik olarak Antik Yunan'dan başlayan tarihi yolculuğu, Ortaçağ düşüncesinin, Rönesans'ın,

Reform hareketlerinin, aydınlanma döneminin, modern, postmodern ve küresel dönemlerin şartlarına göre pozisyon almış, değişip gelişerek günümüze kadar ulaşmıştır. Ancak unutmamak gerekir ki güvenlik kavramı bu tarihi seyirde önemini hiç kaybetmemiş, bireyden devlete uzanan toplumsal, ekonomik, sosyal, siyasal vb. yapılanmaların ve tartışmaların odak noktalarından biri olmayı hep başarmıştır.

Değişen paradigmlar ve konseptler ise güvenliğin ihtiyaçlara göre şekillenmesini ve pozisyon almasını sağlamış, bireylerin ve devletlerin varlıklarını korumasında ve sürdürmesinde sığındıkları bir liman olma görevini her zaman üstlenmiştir. Dolayısıyla her devletin sahip olduğu bir güvenlik konsepti bulunmaktadır. Bu konsept iç güvenlik ve dış güvenlik bağlamında ulusal, bölgesel ve küresel çaptaki gelişmelere göre pozisyon almakta ve değişimler geçirebilmektedir.

Devletlerin güvenlik konseptlerinde yaşadıkları değişimlerin çeşitli sebepleri olabilmektedir. Bu açıdan yaşanan değişimlerin en önemli sebeplerinin başında muhtemel tehditler ve riskler gelmektedir. Çünkü küresel çağın güvenlik bağlamındaki tehditleri ve riskleri artık klasik olmanın çok ötesine geçmiş, tek boyutlu, devletten devlete var olma boyutunu çoktan aşmış, asimetrik, çok boyutlu ve heterojen bir evreye ulaşmıştır. Böylesine önemli ve hassas bir konu olan güvenliğin en büyük tehditlerinden ve düşmanlarının başında ise terör gelmektedir. Terörün başlıca hedefleri arasında insanları öldürmek ve korkutmak vardır. Bu yalın gerçek tarihin kaydettiği ilk terör örgütlerinden başlayıp günümüzdeki terör örgütlerine kadar uzanan bir durumdur. Bu nedenle ifade etmek gerekirse terör insanlık için bir zehir ise güvenlik onun panzehiridir.

Aralarında böylesine bir etkileşim olan bu iki aktörü, yakın zamanda meydana gelen bir saldırı tartışmaların merkezine yerleşmiştir. Bu da daha milenyumun ilk yılı bitmeden dünyanın süper gücü ABD'ye yönelik gerçekleştirilen 11 Eylül 2001 terör saldırısıdır. Dünyada sansasyonel bir etki yaratan saldırıdan sonra ABD küresel çapta terörle savaş adı altında yeni bir dönemin kapılarını aralamış ve bu minvalde güvenlik konseptini, paradigmasını ve algını değiştirmiştir. Dolayısıyla ABD'nin bu tutumu müttefiki olan pek çok ülkeyi etkilemiştir ki bu ülkelerden birisi de Türkiye'dir.

Türkiye sahip olduğu jeopolitik konumu dolayısıyla hem Asya'yı Avrupa'ya bağlayan köprü bir ülkedir hem de Ortadoğu ülkeleriyle komşudur. Bu nedenle küresel mücadelelerin yol açtığı sorunlar, iç savaşlar, terör ve bunlardan kaynaklanan yoğun göçler Türkiye'yi fazlasıyla etkilemektedir. 11 Eylül'den kısa süre sonra ABD'nin Irak'ı işgaliyle başlayan, Arap Baharı'nın etkisiyle 2011 yılında Suriye'de patlak veren iç savaşın kaotik ortamından beslenen DEAŞ ile PKK'nın Suriye uzantısı PYD/YPG'nin Türkiye'nin güney sınırında yuvalanmasına müsaade edilmesi Türkiye'nin güvenliğine yönelik yeni ve ciddi tehditleri ortaya çıkarmıştır. Sınır içinde var olan ve yıllardır mücadele edilen PKK ve diğer terör örgütlerine ilave olarak din istismarı üzerinden palazlanan FETÖ'nün de eklenmesi Türkiye'yi iç ve dış güvenlik konularında yeni konseptler geliştirmeye itmiştir. Dolayısıyla Türkiye kendi milli çıkarlarını önceleyen dış politikası gereği güvenlik açısından kendisine yönelen tehditlere ve risklere karşı yakın zamanda aktif ve proaktif politikalar geliştirmiş ve tedavüle soktuğu yeni güvenlik konsepti üzerinden iç ve dış güvenliğini sağlamak için harekete geçmiştir. Yeni güvenlik konsepti sadece asayiş ve sınırların korunmasını değil aynı zamanda savunmadan emniyete, adaletten sağlığa, ekonomiden ulaşım, enerjiden eğitime, bilişimden şehirleşmeye kadar hemen hemen her konuyu kapsamaktadır. Böylesine geniş yelpazedeki politikaların getirisiyle şekillenen yeni güvenlik konseptinde korunacak değerlerin ve amaçların doğrudan tanımlanabilmesi ve aralarında bir bağlantı kurulabilmesi ise yeni konseptin muhtemel iç ve dış tehditlere ve risklere karşı motivasyon ve başarı sağlanmasında ne derecede kanıksandığı ile doğru orantılıdır.

Türkiye'nin yıllardır terör örgütlerine karşı verdiği mücadelenin değişen yeni güvenlik konseptiyle farklı bir boyut kazandığı ve izlenen yeni paradigmal değişiklikler ve stratejiler sayesinde daha etkin ve başarılı bir evreye girdiği de müşahade edilmektedir. Özellikle 2015 yılında kabul edilen iç güvenlik yasasından sonra terörle mücadelede farklı, kalıcı sonuç odaklı ve başarılı bir döneme geçilmiştir. Bu çerçevedeki değişimler ve yeni güvenlik anlayışıyla devreye sokulan stratejiler ve mekanizmalar Türkiye'nin terörle mücadelesinin yeni rotasına yön vermekte ve bu rotayı yeniden dizayn etmektedir.

Bu çalışmanın amacı da Türkiye'nin 2015'te kabul ettiği iç güvenlik yasasından sonra takip etmeye başladığı yeni güvenlik konsepti gereği, terörü ister sınır içinde ya da sınır ötesinde olsun daha kapıya dayanmadan, kendisini gelip vurmasını beklemeden üzerine giderek bizzat sorunu kaynağında yoketme, ekosistemini kurutma felsefesine dayanarak Türkiye'nin terör örgütleriyle nasıl mücadele ettiğini ve bunun temel yöntemi olan "ara-bul-

yoket" stratejisini nasıl uyguladığını ve bu bağlamda terör örgütlerine karşı sınır içinde ve ötesinde düzenlediği hareketlerle beraber yeni güvenlik konseptinin terörle mücadele üzerindeki sonuçlarını analiz etmektir.

2. GÜVENLİK KONSEPTLERİNİ DEĞİŞTİREN MİLAT: 11 EYLÜL 2001 SALDIRILARI

Soğuk Savaş olarak isimlendirilen dönemin yarattığı iki kutuplu düzen ve bu sistemde yaşanan nükleer silahlanma yarışı dünya için her zaman küresel bir tehdit olmuştur. Soğuk Savaş sonrası dönem ise ortaya yeni çıkan bölgesel aktörler ve sorunlar kaynaklı, tarihi dostluk ya da düşmanlık algısından beslenen yeni aktörlerin ve meselelerin çeşitlendirdiği bir zamanı, yeni bir düzeni ifade etmektedir. Soğuk Savaş sonrasında ortaya çıkan devlet dışı aktörlerin uluslararası arenada artan etkinlikleri ve rolleri güvenliği daha zor anlaşılabilir bir hale sokmuş ve bu karmaşa dünyadaki tehdit ve riskler ile birlikte çatışmaları artırmıştır (Ed. Şahin, 2021, s. V). Bir başka ifadeyle belirtmek gerekirse Soğuk savaşın sona ermesi uluslararası sistemin dengelerini hızla altüst etmiştir. Artık ABD ve Batı için SSCB dağılmış, Varşova Paktı sona ermiş ve Sovyet tehdidi bitmişti. Dolayısıyla yeni açılımlara ve yeni bir sisteme geçiş şarttı. Soğuk savaşın kutuplaştırdığı ülkelerin mevcut statükolarını korumak, geliştirdikleri politikaların, ulusal güvenlik stratejilerinin ve peşinden koştukları çıkarların devamı için yeni fırsatlara, tehditlere ve düşmanlara ihtiyaç vardı.

Dünya milenyuma, düşünsel anlamda liberal demokrasinin ve kapitalist sistemin kesin zaferi, tarihin sonu geldi ve medeniyetler çatışması tezleri, ekonomik anlamda kendi çıkarının peşinden giden, mevcut enerji ve doğal kaynaklara sahip olmak için sömürü düzenini bu minvalde kuran, tetikledikleri iç savaşlar, vekalet ve hibrit savaşlar vb. üzerinden ürettikleri silahları satan tüccar ve hegemonik devletlerin kurmaya çalıştıkları yeni düzenle girmiştir.

Bu yeni düzeni korumak için de güvenlik konusunda bir konsept değişikliğine ihtiyaç vardı ki yeni sistemin güvenlik konseptinin değişimi ve kavramsallaştırmasında da temel iki itici güç başrolü oynamıştır. Birincisi, mutlak zaferini ilan eden liberalizmin dizginlenmesi mümkün olmayan rekabet ve ikincisi ise paylaşımı reddeden ve yeniden sıfır toplamlı oyun kuralına indirgenen çıkar yarışıdır (Akdeniz, 2017, s. 77).

Sunduğu fırsatlar ve içerdiği risklerle küreselleşme, ABD ve Batı'ya soğuk savaştan sonra istedikleri fırsatı ve bahaneyi vermiştir. Bu fırsat ve bahanenin adı: 11 Eylül 2001 terörist saldırılarıydı. Milenyumun hemen başında yaşanan bu trajik terör saldırılarının bugün hala tüm dünyada devam eden artçı şokları ve dramatik sonuçları vardır. Saldırlardan sonra tetiklenen bölgesel çatışmaların, asimetrik savaşların ve ülkeler arasında yaşanan kaotik çatışmaların güvenlik paradigmalarında derin değişimler yaşatmaya devam ettiği bir gerçekliktir (Ünder, 2020, s. 13). Bir milat olarak değerlendirilebilecek bu saldırıyla ABD ve Batı'nın yeni tehdit algısıyla yüzleşmesi, pek çok alanda kendisini hissettirmiş ve beklenen değişim ve dönüşümü tetiklemiştir. Yeni sistem gereği pek çok devlet güvenlik alanı başta olmak üzere geniş kapsamlı yeni düzenlemeler yapmak zorunda kalmıştır. Böylece küresel ve bölgesel ölçekte yeni ilişki ağları ve kalıpları ortaya çıkmıştır. Dünya yeni bir döneme girmiş ve özellikle terör başta olmak üzere yeni tehditlerle yüzleşilmeye başlanmıştır (Arslan, 2021, s. 7).

Yeni dönemin kapılarını aralayan saldırı 11 Eylül 2001'de teröristlerce kaçırılan sivil uçakların rotalarının değiştirilerek Dünya Ticaret Merkezi'ne ve Pentagon'a çarptırılmasıyla gerçekleştirilmiştir. Saldırı sonucu yaklaşık 3000 insan ölmüş ya da kaybolmuştur (Yılmaz, 2011, s. 362). Bu terör saldırısı küresel çapta güvenlik açısından yeni bir meseleyi tartışılır hale getirmiş ve hemen akabinde başta ABD olmak üzere küresel güçlerin teröre bakışını önemli ölçüde değiştirmiştir. Batılı değerlere ve Batı medeniyetine topyekun bir saldırı olarak nitelendirilen bu eylemi El-Kaide'nin üstlenmesi ise Müslüman kimliği üzerinden İslam'ın ötekileştirilmesini ve "İslami terör" yaftalamasını beraberinde getirmiştir.

Bu bakımdan 11 Eylül 2001 saldırıları, güvenlik konusunda kavramsal açıdan sıradan bir değişikliğin çok ötesine geçerek ciddi bir paradigmat dönüşümün önünü açmış ve başta ABD olmak üzere pek çok ülkenin terör olgusuna ve algısına yaklaşımını değiştirmiş ve bu algı sonucunda değişen yeni güvenlik konseptlerini tedavüle sokmuştur. Dolayısıyla dünya bu tarihten itibaren sadece güvenlik açısından değil terörizm, insan hakları, özgürlük, savaş, siyaset, hukuk, ekonomi vb. pek çok alanda değişim ve dönüşümlerle de yüzleşmeye başlamış ve geri dönülmez yeni bir sürece evrilmiştir. Aslında 11 Eylül 2001 saldırıları, eski düzenin enkazından doğan yeni sorunları öngörmenin ve çözmenin zorluklarını da açıkça gösteren bir olgu olarak tarihe geçmiştir (Ifantis, 2002, s. 1).

11 Eylül'den sonra küresel çapta söz sahibi olan ülkelerin politika yapımcıları mevcut sorunları çözmek için harekete geçmiştir. Bu konudaki lider ülke terör saldırısını bizzat yaşayan ABD olmuştur. Kongrenin ve Amerikan halkının tam desteğini alan Bush yönetimi için terörizm en önemli tehdit ve öncelik haline gelmiştir (Byman, 2005, s. 166). Bu meyanda ABD Başkanı George Bush, Temsilciler Meclisi ve Senato'nun 20 Eylül 2001'deki müşterek toplantısında "teröre karşı savaş" (war on terror) içerikli tarihi bir konuşma yapmış ve "haçlı seferi" (crusade) benzetmesinde bulunmuştur. Bush'un bu konuşması, ABD ve pek çok müttefikinin özellikle güvenlik başta olmak üzere diğer alanlardaki konseptlerini ve paradigmalarını değiştirmesine sebebiyet vermiştir. Bu değişimler küresel çapta adına terörizmle savaş denilen ve eşi benzeri görülmemiş yeni bir döneme geçişin kapılarını sonuna kadar aralamıştır (Arslan, 2019, s. 339).

Netice olarak dünyanın gidişatına yön veren küresel güçler, kendilerinin dizayn ettiği yeni bir düzeni inşa etmenin peşine düşmüşlerdir. Bu düzen, içinde yükselen ideolojik yapılanmaların yanı sıra her türlü illegal oluşumu meşrulaştırmaya çalışan, vekalet, hibrit vb. savaş türlerini, asimetrik tehditleri, küresel terör örgütlerini ve çeşitli güç odaklarını barındırmaktadır. Küresel güçler kendi çıkarları doğrultusunda yeni düzenin pastasından en büyük payı kapmak için güvenlik konseptlerini bu yönde değiştirmeye başlamışlardır.

3. TÜRKİYE'NİN YENİ GÜVENLİK KONSEPTİNİ TETİKLEYEN GELİŞMELER

Türkiye, cumhuriyetin ilanından günümüze kadar geçen süreçte kendi güvenliğini sağlamak için jeopolitik düzeydeki gelişmelere göre pozisyon almış, iç ve dış kaynaklı isyan, terör, savaş vb. tehditlere ve risklere karşı her zaman teyakkuza olmuştur. Bu da Türkiye'nin, daha genel olarak toplumun, tarihsel bağlamda kendine özgü bir güvenlik tanımlamasına sahip olduğunu ve bu çerçevede güvenliğini inşa etmeye çalıştığını ortaya koymaktadır (Aydın ve Ereker, 2013, s. 2). Bu nedenle Türkiye değişen konjonktürel şartlara göre yeni güvenlik konseptlerini, tedbirlerini ve politikalarını şekillendirmiştir. Bunun ilk izlerini Cumhuriyetimizin kurucusu Atatürk döneminde görmek mümkündür. Türkiye, cumhuriyetin erken döneminde bizzat Atatürk'ün yurttan sulh, cihanda sulh ilkesi doğrultusunda verdiği talimatlarla açtığı yolda, güvenlik konseptini şekillendirmiş ve bu bağlamda pek çok politikayı yürürlüğe sokmuş ve sonrasında da dönemin şartlarına göre oluşturduğu kurumsal yapılarda zaman zaman tadilat, tasfiye ve yeni oluşumlara gitmiştir (Arslan, 2020, ss. 62-75). Türkiye'nin gerek iç ve gerekse de dış güvenliğini sağlamak için attığı bu adımlar, içinde bulunulan dönemin şartlarına göre de facto uygulamalar olarak tezahür etmiştir. Dolayısıyla küresel ölçekte gelişen olaylara göre artan tehditler ve riskler elbette ki Türkiye'nin gözünden kaçmamış ve Türkiye güvenlik konseptini aldığı tedbirlerle bu minvalde şekillendirmeye çalışmıştır.

İkinci Dünya Savaşı ve sonrasındaki Soğuk Savaş yılları Türkiye'nin güvenliğini sağlamak için teyakkuza olduğu bir başka dönemi kapsamaktadır. Bu dönemde Türkiye'nin pozisyonuna bakıldığında, kendi güvenliğini sağlamak için alınan tedbirlerin ve takip edilen politikaların izlerini görmek mümkündür. Buna göre savaş yıllarında tarafsızlık üzerine bir politika takip edilmiş ve güvenlik konsepti bu duruma göre inşa edilmiştir. Savaş sonrasındaysa oluşan yeni dünya düzenine göre pozisyon değişikliğine gidilerek NATO'ya üye olunmuş ve Soğuk Savaş döneminde kuzey komşusundan gelmesi muhtemel güvenlik riskine karşı bir önlem alınmıştır. SSCB'nin dağılması Soğuk Savaş dönemini bitirmiştir. Ancak aslına bakmak gerekirse Soğuk Savaşın sona ermesi ve SSCB'nin dağılması Türkiye'nin iç ve dış güvenlik konularındaki kaygılarını hafifletmemiştir. Aksine SSCB'nin dağılması uluslararası dengeler açısından bir boşluk yaratmış ve bu durum güvenlik açısından yeni ve başka sorunlara neden olmuştur. Türkiye, bu sorunlardan fazla etkilenmemek adına stratejik konumu gereği tarihsel, kültürel ve dinsel yönlerden de aralarında bir bağ bulunan Balkanlar, Kafkasya ve Ortadoğu'daki gelişmelere göre pozisyon almaya ve politikalar geliştirmeye devam etmiştir. Bu nedenlerle Türkiye, oluşturulan yeni sistemin sorunlu hale getirdiği bölgelerle ve komşularıyla geçiş güzergahı olmasını bir avantaja dönüştürmek ve Soğuk Savaş sonrası kaybettiği düşünülen prestijine hanel getirmemek için yeniden şekillenen dünya düzenine göre geliştirdiği yeni politikalarla ve konseptlerle güvenliğini sağlamaya çalışmıştır (Aydın ve Ereker, 2014, s. 134).

Dünya haritasına bakıldığında Türkiye'nin jeopolitik konumunun önemi ve içinde yer aldığı coğrafyanın zorluğu ortaya çıkmaktadır. Türkiye bu gerçekliğin yanı sıra 2000'li yıllara içteki siyasi istikrarsızlık ve ekonomik krizlerin yanı sıra küresel ve bölgesel gelişmelerin getirisi olan çeşitli güvenlik kaygılarıyla girmiştir. Bunlara ilaveten 11 Eylül 2001 saldırılarının gerçekleşmesi güvenlik açısından dünyayı geri dönülmez bir sarmalın içine sokmuştur. Bu gerekçeyle terörle mücadele bağlamında ABD öncülüğünde şekillendirilmeye çalışılan yeni

dünya düzenine göre başlatılan bölgesel savaşlar, işgaller ve artan terör olayları yoğunluklu olarak Türkiye'nin nüfuz sahasına yakın yerlerdeydi ve elbette bunlardan Türkiye'nin etkilenmemesi düşünülemezdi.

11 Eylül'den kısa süre sonra ABD'nin Irak'ı işgaliyle başlayan süreçle birlikte Arap Baharı'nın tetiklemesiyle 2011 yılında Suriye'de başlayan iç savaş Türkiye'nin güvenliğine yönelik yeni tehditleri ortaya çıkarmıştır. Türkiye'nin Suriye ile 911 kilometrelik bir sınırı paylaşmasının ve Suriye'de yaşanan iç huzursuzlukların, terör olaylarının ve savaştan kaçan milyonlarca insanın Türkiye sınırına akın etmesinin doğrudan Türkiye'yi negatif yönden etkilememesi düşünülemezdi (Bekar, 2019, s. 196). Dolayısıyla tüm bu gelişmeler Türkiye'yi iç ve dış güvenlik konularında yeni konseptler geliştirmeye ve pozisyon almaya itmiştir.

Türkiye'nin yeni güvenlik konseptleri ve politikalar geliştirmesinin önemini ve bir o kadar da zorunluluğu ortaya koyan başka gelişmeler de vardı. Türkiye'nin içeride ve dışarıda yıllardır mücadele ettiği PKK terör örgütüne FETÖ ve DEAŞ gibi yeni terör örgütleri eklenmişti. Üstelik uluslararası anlaşmalara göre müttefikimiz olan ancak özde değil sözde müttefiklik yapan devletler, Türkiye'nin mücadele ettiği terör örgütlerine, elebaşlarına ve militanlarına barınma, istihbarat, mali, silah yardımı vb. yapmakta ve bunların yuva (landırıl)ması için gerek kendi ülkelerini ve gerekse de sınırlarımıza yakın toprakları mümbit hale getirmek için yarışmaktaydılar.

4. MİLLİ GÜVENLİK KONSEPTİNDE ASKERİ İRADEDEN SİVİL İRADEYE GEÇİŞ

Türkiye 2000'li yıllara siyasi ve ekonomik sıkıntılarla boğuşarak girmiştir. Bu yıllarda Türkiye sık sık değişen koalisyon hükümetlerinin yarattığı siyasi istikrarsızlıklarla, patlak veren ekonomik krizlerle, 1984 yılında silahlı saldırılarını başlatan PKK terör örgütünün iç güvenliği tehdit eden terör eylemleriyle beraber farklı sorunların yarattığı kaotik sarmallarla mücadele etmek zorunda kalmıştır. Güvenlik konusunda MGK bu dönemin önemli bir enstrümanı olarak ön plana çıkmaktaydı. MGK'dan çıkan askeri ağırlıklı kararlar kamuoyunda günlerce tartışılmakta, toplumsal kutuplaşmalar artmakta ve askeri kanat sivil bürokratlara brifingler vermekte ve siyasi irade mevcut sorunların çözümünde yetersiz kalmaktaydı. PKK'nın başını çektiği anarşi ve terör ortamını bitirmek, siyasi ve ekonomik istikrarı sağlamak için takip edilen politikalarda askeri önlemlerin ağırlığı ön plana çıkmaktaydı. Türkiye'nin bu dönemde yaşadığı tecrübeye bakıldığında, milli güvenliği tehdit eden her türlü unsura karşı topyekün mücadele etmek yerine sadece askeri tedbirlere başvurmak tercih edilmekteydi ve bu yöntem de terör ve şiddet faaliyetlerini önlemede yetersiz kalıyordu.

Ak Parti'nin 3 Kasım 2002 seçimlerinden sonra tek başına iktidara gelmesi Türkiye'de koalisyon hükümetleri dönemini sonlandırmıştır. İktidarın AB uyum süreci kapsamında yürüttüğü kararlı politikalar, beraberinde MGK'nın yapısında değişiklikler getirmiş ve Türkiye'de demokratikleşmenin ve sivil siyasetin etkin olduğu bir dönemin kapılarını aralamıştır. Bu meyanda MGK, 2001-2003 yılları arasında kapsamlı reformlar ve değişiklikler yaşamıştır. Gerçekleştirilen reformlarla MGK içindeki askeri ağırlık sonlanmaya ve alınan kararlarda sivil iradenin ağırlığı hissedilmeye başlamıştır. Bu da beraberinde askerin siyasete müdahalesinin sonlandığı ve gerçek kimliğine geri çekildiği iddialarını gündeme getirmiştir. Ayrıca gerçekleştirilen reformlar, siyasetin demokratikleştiğinin ve sivilleştiğinin, milli güvenlik politikasının belirlenmesinde tüm sorumluluğun ve yetkinin o dönem için Başbakan'a geçtiğinin ve MGK'nın Türk siyasetindeki rolünün artık tamamen bir danışma organı hüviyetine indirildiğini tarihe kaydetmiştir (Kaynar, 2017, s. 539-540).

Türkiye'nin 2000'li yılların başında güvenlik politikaları ve konseptleri bağlamında yaşadığı bu değişimler sıklıkla vurgulandığı gibi 11 Eylül 2001'den sonrasına denk gelmektedir. Bunlar ABD'ye yönelik saldırılardan sonra NATO'nun Afganistan'a müdahalesi ve ABD'nin yapay bahanelerle Irak'ı işgali sürecinde ortaya çıkmıştır. Türkiye'nin stratejik konumunun önemi 11 Eylül saldırılarından sonra yeniden gündeme gelmiş ve Türkiye de bu pozisyonunu kullanarak yerini sağlamlaştırmaya çalışmıştır. Türkiye, NATO operasyonu kapsamında Afganistan'a asker göndermiş ve zamanı gelince ISAF (International Security Assistance Force) gücünün komutasını da üstlenmiştir. Türkiye, güvenlik politikalarında ve konseptlerinde yeni stratejiler takip ederek taktiksel açılımlar geliştirmiş, bölgesel ve ikili ilişkiler kapsamında proaktif bir dış politika yaklaşımını benimsediğini çeşitli platformlarda müttefiklerine sıklıkla hatırlatmıştır. Kısacası yeni konjoktürel gelişmeler bağlamında Türkiye güvenlik politikalarının ve konseptlerinin ana çerçevesini, küresel, bölgesel ve ikili ilişkilere bağlı olmak üzere ayrı ayrı ve ancak birbirini tamamlayan düzeylerde oluşturmanın peşine düşmüştür (Ayдын ve Ereker, 2014, s. 147).

Yaşanan bu tür gelişmelere, değişim ve dönüşümlere bakıldığında Türkiye'nin yeni güvenlik konseptinin ve diğer alanlardaki politikalarının belirlenmesinde sivil siyasetin etkinliğinin arttığı müşahede edilmektedir. Türkiye içine evrildiği yeni güvenlik konseptine uygun olarak önceki durağan iç ve dış politikardan vaz geçmiş ve daha katmanlı reaktif ve proaktif iç ve dış politikalar takip etmeye başlamıştır.

5. İÇ GÜVENLİK YASASI'NIN KABULÜ VE TERÖRLE MÜCADELEDE YENİ DÖNEME GEÇİŞ

Türkiye kamuoyunda "İç Güvenlik Paketi" olarak bilinen yasa değişikliğini, artan terör olaylarının, 2013'teki Gezi Parkı eylemlerinin ve emniyet, yargı ve TSK başta olmak üzere devletin kılcal damarlarına kadar bütün kurumlarına sözde legal yöntemleri kullanma kılıfıyla illegal yollarla çok gizli bir şekilde sızan "paralel devlet yapılanması"nın 17-25 Aralık bürokratik sivil darbe teşebbüsünün güvenlik konusunda yarattığı sorunlar sebebiyle gerçekleştirmiştir. Belirtilen gelişmeler üzerine Ak Parti iktidarı, devletin iç ve dış güvenliğini daha sağlam temeller üzerine tesis etmek ve mevcut sisteme güvenlik açısından işlerlik kazandırmak için 2015 yılında yeni bir "İç Güvenlik Yasası" çıkarmıştır. Yasa, yoğun tartışmaların gölgesinde şekillenmiş, "6638 sayılı Polis Vazife ve Salâhiyet Kanunu, Jandarma Teşkilat, Görev ve Yetkileri Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" teklifi ile TBMM'de kabul edilmiş ve Resmi Gazete'nin 4 Nisan 2015 tarihli 29316 sayısında yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (<https://www.resmigazete.gov.tr>).

Aslına bakmak gerekirse iç güvenlik yasasının kabulü sonucu 6638 sayılı kanunda yapılan değişiklikler yeni bir güvenlik reformu kabilindeydi. Yenilenmiş yasayla Polis Akademisi Başkanlığı, Emniyet Genel Müdürlüğü ve Jandarma Genel Komutanlığı'nda sınırları kanunla çizilen değişiklikler gerçekleştirilmiş ve belirlenen amaç doğrultusunda devletin mevcut iç güvenlik sistemi ve stratejisi yeniden şekillendirilmeye ve daha aktif bir hale getirilmeye çalışılmıştır. Nitekim güvenlik reformu kapsamında alınan yeni tedbirler ve dönüşüm FETÖ'nün 15 Temmuz 2016'daki hain darbe teşebbüsünde kendisini göstermiştir. FETÖ denilen hain örgüt, yıllarca gizli bir şekilde ışık evlerinde eğiterek radikalleştirdiği ve altın nesil ismini verdiği militanları eliyle devletin kılcal damarlarına kadar sızmış ve en önemli güç odaklarını ele geçirmişti (Arslan, 2016: 86). İç Güvenlik Yasasından sonra bu sefer devlet FETÖ'ye belirli oranda sızmayı başarmıştır. Dolayısıyla kabul edilen yasayla devletin iki güvenlik kurumu olan Emniyet Teşkilatı ile Jandarma Genel Komutanlığı'nda kısmen de olsa sağlanan denetim ve gözetim işe yaramıştır. Bunun bir getirisi olarak 15 Temmuz hain darbe girişimi sırasında jandarma aktif olarak darbecilerin yanında yer almamış, aksine içindeki hainlerden temizlendiği nispette darbe teşebbüsüne karşı direnmeye çalışmıştır (Aslan, 2016, s. 16).

Yeni güvenlik konsepti kapsamında FETÖ ile daha etkin mücadele için 20 Temmuz 2016'da Cumhurbaşkanı Erdoğan başkanlığında bir MGK toplantısı yapılmıştır. Toplantı sonunda bir tavsiye kararı alınmış ve Bakanlar Kurulu'na olağanüstü hal ilan etme yetkisi verilmiştir. Alınan tavsiye kararı yapılan yazılı bir açıklamayla kamuoyuna duyurulmuştur (Kaynar, 2017, s. 542). MGK'da alınan karar gereği 21 Temmuz 2016'da olağanüstü hal ilan edilmiştir. Ayrıca iç güvenlik sisteminin yeniden revize etmek ve iç güvenliği sağlayan hizmet birimlerini aynı çatı altında toplamak, aralarında iş birliği ve koordinasyon sağlamak, istihbarat vb. sorunların yaşanmaması için de belirlenen iç güvenlik politikaları çerçevesinde yeni düzenlemelere gidilmiştir. Bu bağlamda 668 sayılı olağanüstü hal kararnamesi kabul edilmiş ve Resmi Gazete'nin 27 Temmuz 2016 Çarşamba günü 29783 sayılı 2. mükerrer sayısında yayımlanarak Jandarma Genel Komutanlığı ile Sahil Güvenlik Komutanlığı'nın İçişleri Bakanlığı'na bağlandığı duyurulmuştur (Tekiner ve Gemici, 2019, s. 34).

Türkiye'nin güvenlik konsepti bağlamındaki başka bir uygulaması ise "6771 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"un 21 Ocak 2017 tarihinde kabul edilmesidir. Anayasa'da yapılan değişiklikle milli güvenlikle ilgili yetki tamamen cumhurbaşkanının uhdesine verilmiştir. Bu durum Resmi Gazete'nin 11 Şubat 2017 tarih ve 29976 sayısında yayımlanmıştır (<https://www.resmigazete.gov.tr>). Böylece 6771 sayılı kanunda yapılan değişiklik ile 1982 Anayasası'na göre Bakanlar Kurulu'nun TBMM adına yerine getirdiği milli güvenlikle ilgili tüm politikaların belirlenmesi ve kararların alınması konusunda tek yetkili merci cumhurbaşkanı olmuştur (Taşçıoğlu, 2018, s. 297).

Bu arada Türkiye parlamenter sistemden cumhurbaşkanlığı hükümet sistemine geçiş için 16 Nisan 2017'de anayasa değişikliği için referanduma gitmiştir. Referandum sonucunda anayasa değişikliğinin halk tarafından %51.41'le kabul edilmesiyle Türkiye'de rejim değişikliği yaşanmıştır. Yeni sistem için 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel Seçimleri sonucunda parlamenter sistem sona ermiş, yasal ve fiili olarak Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmiştir (Turan, 2018, s. 43).

Türkiye'nin yeni geçtiği cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminin tam olarak oturması, işlevsel hale gelmesi ve kanıksanması zamanla gerçekleşecek bir olgudur. Ancak özellikle 2001 saldırılarından sonra şekillenen yeni dünya düzenindeki siyasal, sosyal ve ekonomik alanlardaki hızlı değişim ve dönüşümler, küreselleşmenin güvenlik üzerinde yarattığı riskler ve yeni tehdit algılamaları (Ağır, 2015, s. 110), güvenlik alanında değişen konseptler ve politikalar, bu yöndeki kararların hızlı alınmasını ve hemen uygulanmasını zorunlu kılmaktadır. Dolayısıyla aynı zorunluluk Türkiye için de fazlasıyla geçerlidir. Özellikle Türkiye'nin sahip olduğu jeopolitik ve stratejik önemin yarattığı muhtemel riskler ve tehditler, içinde yer alınan zorlu coğrafya, istikrarlı ve güçlü güvenlik tedbirlerini almayı gerektirmektedir.

6. YENİ GÜVENLİK KONSEPTİNİN TEMEL FELSEFESİ

Atalarımızın "Bir musibet bin nasihatten evladır" sözünün bir yansıması kabilinden sayılabilecek bir şekilde Türkiye 17-25 Aralık ile 15 Temmuz'u yaşadktan sonra güvenlik politikalarında köklü değişimlere gitmiş ve "yeni güvenlik konsepti"ne geçmiştir. Türkiye'nin yeni güvenlik konseptinin temel felsefesini ve hangi gerekçelerle oluşturulduğunu ise Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan 22 Kasım 2016'da Polis Akademisi'ne yönelik olarak düzenlediği "Türkiye'nin Yeni Güvenlik Konsepti" konferansında detaylı bir şekilde açıklamıştır. Cumhurbaşkanı Erdoğan yaptığı konuşmanın satır aralarında yeni güvenlik konseptinin felsefesini şu şekilde ortaya koymuştur: *"Artık tehditlerin kapımıza dayanmasını, canımızı acıtmasını beklemeyeceğiz. İçeride ve dışarıda hangi tehdit söz konusu olursa olsun biz üzerine gidecek, sorunları bizzat kaynağında çözeceğiz, kapıya geldikten sonra değil. Buradaki güvenlik kavramı sadece asayiş, sadece sınırların korunmasını kapsamıyor. Savunmadan emniyete, adaletten sağlığa, ekonomiden ulaşıma, enerjiden eğitime, bilişimden şehirleşmeye her konu yeni güvenlik konseptimizin içindedir. Biliyoruz ki günümüzde tüm hızıyla süren küresel mücadele her alana sirayet etmiştir. Biz sınır güvenliğinizi istediğiniz kadar iyi sağlayın, ekonominizi güvenceye alamamışsanız o sınırlar kendi kendini bir defa tehdit ederek çöker. Siz istediğiniz kadar en modern teknolojileri kullanarak mükemmel bir asayiş düzeni kurun, enerji güvenliğinizi sağlayamamışsanız hiçbiri işe yaramaz. Bu örnekleri olabildiğince çoğaltmak mümkündür. Ülkemizin yeni güvenlik konsepti tüm alanları kapsamakla birlikte, mutlaka önceliklerimiz olacaktır ve vardır."* (<https://www.tccb.gov.tr>).

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın temel çerçevesini çizdiği gibi güvenlik konusunda yeni bir konsept oluştururken mutlaka güvenliğin değişen parametrelerini göz önüne almak gerekmektedir. Bu sebeple sorgulanması gereken hususlar bulunmaktadır. Bunlar arasında özellikle güvenliğin tüm boyutları ve alanlarıyla tamamen oturtulması, iç ve dış güvenliği tehdit eden aktörel kaynakların tespiti, bu kaynaklardan gelmesi muhtemel tehditlerin, risklerin ve meydan okumaların iyi analiz edilmesi, sağlam bir istihbarat ağının kurulması ve sahadaki birimler arasında koordinasyonun sağlanması elzemdir. İlaveten güvenliğin sağlanmasında işe koşulacak personelin teçhizat, araç ve gereç bakımından donatılması ve bunların yeni savaş ve çatışma şartlarına göre her ortamda görev alabilecek kapasitede eğitime tabi tutulmasını gerekmektedir.

Yıllardır terörle başarılı bir şekilde mücadele eden Türkiye'nin özellikle son yıllarda savunma sanayisinde yaptığı atılımlar ve geliştirdiği teknolojiyle karada, havada ve denizde kullanılmak üzere çeşitli tarzlarda ürettiği silahlar dışa bağımlı olmayı belli ölçülerde azaltmıştır. Bu şekilde güvenlik güçlerini genelde milli silah sistemleriyle donatmaya ve onlara her türlü şartta mücadele etmeyi strateji olarak benimsetmeye başlayan Türkiye, geliştirdiği yeni güvenlik politikaları doğrultusundaki konsept ve paradigma değişikliklerinin sonuçlarını sahada toplamaya başlamıştır. Bir başka ifadeyle Türkiye yeni güvenlik konseptinin felsefesine uygun olarak iç ve dış güvenliğini tehdit eden FETÖ, DEAŞ, PKK ve onun Irak ve Suriye'deki uzantısı PYD/YPG'ye karşı tehdidin nereden kaynaklandığına ve geldiğine bakmaksızın sınır içinde ve ötesinde başarılı operasyonlar yapmaya başlamıştır (Arslan, 2021, s. 83).

Bu arada terörle mücadele konusunda bir gerçekliğe dikkat çekilmelidir. O da PKK, DEAŞ ya da benzeri terör örgütü militanlarının güvenlik güçlerinin karşısına eli silahlı çıkmalarının aksine FETÖ militanlarının ellerinde silahla güvenlik güçlerinin karşısına çıkmadığıdır. FETÖ'cülerin en büyük silahı takiyye yani gizliliklerdir. Hangi örgüt militanı olursa olsun güvenlik güçleri ve MİT elemanları sınır içinde ya da dışında yaptıkları başarılı operasyonlarla derdest ettikleri teröristleri adalete teslim etmeye, karşılıklarını silahla çıkanları da etkisiz hale getirmeye devam etmektedir.

7. "ARA-BUL-YOKET" STRATEJİSİ VE TERÖRLE MÜCADELEYE ETKİSİ (2015-2021 ARASI)

Yapılan çalışmalar terörizmin artık küreselleştiğini ve dolayısıyla sınırları aşan bir özelliğe ulaştığını ortaya koymaktadır. Bu nedenle terörle mücadelede başarıya ulaşmanın önemli faktörlerinden birisi de terörün ve

teröristlerin beslendiği ekosistemi yok etmekten geçmektedir. Türkiye bu gerçeklikten hareket ederek, yeni güvenlik konseptinin temel felsefesi gereği terörle mücadelesini sadece kendi toprakları içinde değil aynı zamanda terörün beslendiği Irak ve Suriye gibi komşularının topraklarında da dikkatli bir şekilde sürdürmektedir. Ancak Türkiye operasyonları yaparken asıl amacının komşu ülkelerin toprak bütünlüğüne göz dikmek değil, sadece bu ülkelerden Türkiye'ye yönelen terör tehdidinin kaynağını kurutmak olduğunu sık sık muhataplarına hatırlatmakta, Suriye ve Irak'ta askeri varlık bulundurmasının gerekçesini bu şekilde izah etmektedir.

Türkiye'nin bu minvaldeki yeni güvenlik konseptinde terörle mücadele konusunda gerek sınır içinde ve gerekse de sınır dışında takip ettiği yeni stratejisinin adı: "Ara-bul-yoket" yöntemidir. Bu yöntemle teröristlerin sahadaki mevcut tüm barınma alanlarının ve inlerinin yok edilmesi amaçlanmaktadır. Güvenlik güçleri istihbarata dayalı olarak belirli bir stratejiyle planladığı "ara-bul-yoket" sistemine göre nokta operasyonlar düzenlemekte ve terörü kaynağında yoketmektedir. Böylelikle de terör örgütleri üzerindeki baskı sürdürülmekte, tabir caizse kafalarını kaldırmalarına fırsat verilmeden bölge terör örgütlerine ve teröristlere "dar" edilmektedir (<https://www.milliyet.com.tr>).

7.1. "Ara-Bul-Yoket" Stratejisinin Sınır İçindeki Yansımaları

İç güvenlik yasasının 2015 yılında çıkmasından itibaren kendi bünyesine habis bir ur gibi yerleşmiş vatan hainlerinden temizlenmeye başlayan ve 15 Temmuz 2016 darbe teşebbüsünde bunun meyvesini devşiren Türkiye, 15 Temmuz'dan sonra da akıllarını ve ruhlarını vatan haini bir beşere teslim etmiş FETÖ militanlarından hızlıca temizlenmeye devam etmiştir. Hiç de azımsanmayacak sayıda yapılan tasfiyeler üzerinden TSK'nın ve güvenlik güçlerinin zayıfladığına dair negatif değerlendirmelere muhatap kılınan Türkiye, tüm bu iddiaları çürüten bir mahiyette, geriye kalan ve hizmetini devlete, millete ve vatana yapan yerli ve milli güvenlik unsurlarıyla sınır içinde ve sınır dışında terör örgütlerine karşı başarılı operasyonlara imza atmış, gerekli cevabı sahada vermiş ve vermeye devam etmektedir. Öyleki aşağıda rakamlarla detaylandıracağımız üzere Türkiye 2015-2021 yıllarını kapsayan kısa bir dönemde yeni konseptin felsefesine göre uyguladığı "ara-bul-yoket" sisteminin getirisiyle sınır içinde ve sınır dışında mücadele ettiği terör örgütlerinin belini kırmış ve inlerine girmiştir.

Bu süreçte PKK'ya karşı yürütülen mücadele kapsamında, yıldırım, pençe, Şehit Eren Bülbül anısını yaşatmak için Eren vb. isimler verilerek sürdürülen operasyonların ilk etabında, yurt içindeki terör örgütünün faaliyet alanlarını, insan, lojistik ve finansal kaynaklarını önemli ölçüde pasifize etmek ve sınır güvenliğini sağlamak vardı. Bu nedenle Türkiye'nin 2015 yılında PKK terör örgütüyle mücadelesi iç güvenlik hareketi çerçevesinde önce kırsal ve kent merkezlerinde yoğunlukla karşılık vermek şeklindeki operasyonlarla başlamıştır. Akabinde bu hareketler şekil değiştirmiş 2016 ve 2017 yıllarında Suriye, Irak ve İran sınır hattında önleyici operasyonlar formatına evrilmiştir (Özçelik ve Acun, 2018, s. 9).

Türkiye bu dönemdeki terörle mücadele konusundaki kararlılığıyla ve gerçekleştirdiği başarılı operasyonlarla, ilk silahlı eylemlerine 1984'te başlayan PKK'nın belini kırmış ve örgütü kırsalda en fazla minimize olduğu ve lojistik sağlayamaz hale düşürmüştür. Güçlü ve sağlam istihbarat ağı, teknolojik donanım ve iyi eğitilmiş personel sayesinde güvenlik güçleri kırsal alanda PKK'ya karşı kontrolü tamamen sağlamış durumdadır. Bu konudaki kararlılık öylesine konsantre bir halde yürütülmektedir ki sahada ayak basılmamış yer bırakılmamakta ve operasyonlar hız kesmeden kesintisiz bir şekilde devam ettirilmektedir. Bunun bir getirisi olarak PKK terör örgütü yıllardır bir taktik olarak uyguladığı kış ve yaz üslenmesini artık eskisi gibi rahat yapamaz hale gelmiştir (Gökçe, 2022, Yıl: 6, S. 64, <https://kriterdergi.com>).

Ara-bul-yoket stratejisiyle yurt içinde PKK'ya karşı yapılan operasyonların başarısı rakamlara yansımış durumdadır. İç güvenlik yasasından sonra gerçekleştirilen operasyonlarla yurt içindeki terörist sayısı son 5 yılda büyük oranda geriletilmiştir. Yıllara göre bakılacak olursa; yurtiçindeki terörist sayısı 2016 yılında 2800 civarındayken, bu rakam sonraki yıllarda hep düşüş göstermiş, 2017 yılında 1995'e, 2018 yılında 1200'e, 2019 yılında 875'e, 2020'de 320'ye ve 2021 yılında ise 180'in altına düşmüştür. Benzer bir durum PKK'ya katılım için söz konusu olmuş ve yine rakamlar dibe vurmuştur. Örgüte 2016 yılında 706 kişi katılmışken, bu sayılar 2017 yılında 161'e, 2018 yılında 136'ya, 2019 yılında 130'a, 2020'de 53'e ve 2021 yılında da 48'e kadar düşmüştür (Gökçe, 2022, Yıl: 6, S. 64, <https://kriterdergi.com>).

2016 yılından bu yana takip edilen "ara-bul-yoket" stratejisinin istatistiksel olarak iç güvenliğe etkisi babından bir başka yansıması da PKK terör örgütünün eylem sayılarındaki düşüşte ve nasıl eylem yapamaz hale getirildiğinin

rakamsal olarak ifadesinde görülmektedir. Bu bağlamda 2015 yılında irili ufaklı 2817 eylem ya da saldırı düzenleyen PKK terör örgütü, 2016 yılında 2495, 2017 yılında 1321, 2018'de 917, 2019 yılında 722, 2020'de 331 ve 2021 yılında ise 133 eylem yapabirmiştir (Gökçe, 2022, Yıl: 6, S. 64, <https://kriterdergi.com>). Eylem bazında yıllara göre düşüş gösteren bu rakamlar, Türkiye'nin yeni güvenlik konsepti değişikliğinden sonra takip ettiği stratejinin PKK terör örgütüyle yürütülen mücadeledeki başarısının açık bir göstergesidir.

Yine bu bağlamda İçişleri Bakan Yardımcısı ve Bakanlık sözcüsü olan İsmail Çataklı da 4 Ocak 2022 tarihinde yaptığı açıklamayla Türkiye'nin mücadele ettiği tüm terör örgütleriyle ilgili 2021 yılı istatistiklerini kamuoyuyla paylaşmıştır. Çataklı'nın aktardığı bilgilere göre Türkiye terörle mücadele kapsamında tüm terör örgütlerine yönelik 2021 yılında kırsal alanda 504'ü büyük ve orta çaplı olmak üzere 124.159, şehirlerde ise 19.162 olmak üzere toplamda 143.321 operasyon yapmıştır. Çataklı, 2021 yılında kırsal alanda ve şehirlerde terör örgütlerine yönelik icra edilen operasyonların bilançosunu ise şu şekilde aktarmıştır: *"Yılın tamamında tüm terör örgütlerden 1140 terörist etkisiz hale getirilmiştir. Bu yıl etkisiz hale getirilen teröristlerden toplam 84'ü sözde üst düzey terörist olup, bunların 11'i kırmızı, 2'si mavi, 5'i yeşil, 24'ü turuncu, 35'i de gri listedeki teröristlerdir. Etkisiz hale getirilen teröristlerden 809'u PKK/KCK, 320'si DEAŞ, 11'i sol terör örgütü mensubudur. Bu yıl 200 terör örgütü elemanı, ikna edilerek dağdan indirilmiş ve teslim olmuştur. Bu sayı şunun için önemli. 2021'de örgüte 51 kişi katılmıştır. Yani örgüte katılımın 4 katını ikna ederek arkadaşlarımız dağdan indirdiler. Yıl sonu itibarıyla yurt içindeki terörist sayısı 156'nın altına inmiş durumdadır. Yapılan operasyonlar neticesinde, 2020'de 1232 sığınak, barınak, mağara ele geçirilmişken, 2021'de 1548 mağara, barınak, sığınak kullanılmaz hale getirilmiştir. 1005 silah ki bunların 574'ü ağır, 4'ü füze, 5 uçaksavar, 3 havan, 46 roketatar/lav, 23 makineli tüfek, 29 keskin nişancı tüfeği, 68 M16, 363 kalaşnikof/piyade tüfeği, 924 el bombası, 6,3 ton patlayıcı madde ki 244 kilogramı plastik, 312 mayın/EYP imha edildi, 145 bin 540 de muhtelif çapta mühimmat ele geçirilmiştir."* (<https://www.aa.com.tr>). Terörle mücadelede konusunda İçişleri Bakanlığı'nca paylaşılan bu verilerden hareketle Çataklı'nın sadece 2021 yılı için aktardığı rakamlara bakıldığında, Türkiye'nin yeni güvenlik konsepti bağlamında hız kesmeden devam eden terör operasyonlarının başarıyla nasıl ve hangi şartlarda sürdürüldüğünün izlerini görmek mümkündür. Ayrıca ele geçirilen mühimmatların sayısı, gücü ve çeşitliliği herhangi bir terör örgütünün kendi imkanlarıyla tedarik edebileceğinin çok ötesindedir. Dolayısıyla her anlamda donatılarak Türkiye'nin üzerine salınan bu örgütlerin, küresel ve bölgesel güçler için birer aparat ve maşa terör örgütleri olduğu ve varlıklarını bu minvalde kendilerini kullanan sahiplerinin desteğiyle sürdürebildikleri ortadadır.

7.2. "Ara-Bul-Yoket" Stratejisinin Sınır Dışındaki Yansımaları

Türkiye rakamsal değerleri yukarıda aktarıldığı şekilde bir taraftan içeride FETÖ, PKK, DEAŞ gibi pek çok terör örgütüyle mücadelesini sürdürürken diğer taraftan da sınırlarında bir terör koridoru oluşturulmasının önüne geçmek için sınır ötesinde de DEAŞ ile PKK ve uzantılarına karşı "Fırat Kalkanı Harekatı", "Zeytin Dalı Harekatı", "Barış Pınarı Harekatı" ve "Barış Kalkanı Harekatı" isimleriyle dört başarılı operasyon yapmıştır. Bu operasyonlarda, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın ifadeleriyle vücut bulan ve Türkiye'nin yeni güvenlik konseptinin temel felsefesinin dayanağı olan yeni güvenlik doktrinine göre şekillenen ve terör tehdidini kaynağında bütünüyle bertaraf edilmesini içeren strateji devreye sokulmuştur.

Türkiye sınırları içinde pek çok kanlı eyleme imza atan terör örgütü DEAŞ ile mücadele bağlamında 215'te 187, 2016'da 367, 2017'de 500 ve 2018'de da 1130 operasyon gerçekleştirmiştir (<https://www.iletisim.gov.tr>). Ancak Türkiye'nin DEAŞ'a yönelik en büyük operasyonu "Fırat Kalkanı Harekatı" olmuştur. Türkiye, Suriye topraklarında başarılı bir şekilde icra ettiği "Fırat Kalkanı Harekatı" ile terör örgütü DEAŞ'a en büyük darbeyi vurmuş ve ağır bir yenilgi yaşatmıştır. Türkiye "Fırat Kalkanı Harekatı"nı sınır güvenliğini sağlamak ve DEAŞ'ın Türkiye'ye yönelik tehdit ve saldırılarını önlemek, ayrıca Türkiye'deki Suriyeli mültecilerin ülkelerine dönmelerinin önünü açmak için gerçekleştirmiştir (Ozan, 2017, s. 48). Bu sebeplerle 24 Ağustos 2016'da başlatılan Fırat Kalkanı Harekatı 216 gün sürmüş ve 29 Mart 2017'de başarıyla bitirilmiştir. DEAŞ'a karşı yedi ayı aşkın bir süre devam eden harekatın sona erdiği MGK tarafından gerçekleştirilen bir toplantıda alınan karar gereği 29 Mart 2017'de kamuoyuna duyurulmuştur. Fırat Kalkanı Harekatıyla DEAŞ, Suriye'deki Cerablus, Rai, Dabık, Kabasin, El Bab gibi yerleşim yerlerinden sökülüp atılmış ve Suriyelilerin topraklarına dönebilmesi için bu yerler terörden temizlenmiştir. Harekat sonucunda, 2.647'si ölü olmak üzere toplamda 3.060 DEAŞ militanı etkisiz hale getirilmiştir. Buna karşın 71 şehit de verilmiştir (icisleri.gov.tr, deas%20en.pdf, 2017, s. 63).

TSK tarafından icra edilen Fırat Kalkanı Harekatı konjonktürel gelişmeler sebebiyle büyük ölçüde DEAŞ ile sınırlı kalmış, PKK'ya uzanmamıştır. Dolayısıyla bu hareket PKK terör örgütünün kontrolündeki kantonlar arasındaki toprak bütünlüğünün oluşmasını engellemiş olsa da terör örgütü üzerinde beklenen etkiyi tam olarak yaratamamıştır. Bu nedenle TSK, 20 Ocak 2018 tarihinde PKK'nın Suriye'deki uzantısı YPG/PYD'nin Afrin kantonuna yönelik olarak Zeytin Dalı Harekatını başlatmıştır (Polat, 2020, s. 70). Zeytin Dalı Harekatı tam anlamıyla Türkiye'nin yeni güvenlik konseptinin temel felsefesini yansıtır bir şekilde teröre kaynağında müdahale edilmesini içermektedir. Bu nedenle bu hareketin Türkiye'nin terörle mücadelesi bağlamında bütünlüyci bir özellik taşıdığı söylemek mümkündür (Özçelik ve Acun, 2018, s. 9).

Harekata katılan birlikler fazla bir direnişle karşılaşmadan 18 Mart 2018'de sabah saat 08.30'da Afrin kent merkezini kontrol altına almış ve PKK/PYD'nin sözde yönetim binasına Türk bayrağını çekmiştir (Özçelik, Acun, 2018, s. 29). 24 Mart 2018'de Afrin'in tamamının ele geçirilmesiyle başarıyla tamamlanan Zeytin Dalı Harekatı'nda 4.608 terörist etkisiz hale getirilmiştir (<https://www.msb.gov.tr>).

Türkiye'nin Suriye topraklarında gerçekleştirdiği bir başka hareket, "Barış Pınarı Harekatı"dır. Bu hareket, Fırat Kalkanı ve Zeytin Dalı hareketlerinin bir devamı niteliğindedir. Daha önceki hareketlerde olduğu gibi Barış Pınarı Harekatı'nın da asıl amacı Türkiye'nin ulusal ve sınır güvenliğini tehdit eden tüm terör unsurlarını sınır hattından temizlemektir. Bununla birlikte, Kuzey Suriye'de yaşayan bölge sakinlerinin de güvenliğini sağlamak ve onlar için bu bölgede güvenli bir yaşam alanı oluşturmak, PKK/YPG'nin ikmal hattı olarak kullandığı M4 karayolunu kontrol ederek örgütün illegal faaliyetlerini kesmek ve her zaman deklare edildiği gibi Suriye'nin toprak bütünlüğünü sağlayarak Suriye'nin bölünmesini engellemek ve terörden arınan bölgelere Türkiye'ye sığınan Suriyeli mültecilerin ülkelerine dönmesinin sağlamak amaçlanmıştır (Erol, 2019, s. 8).

TSK tarafından 9 Ekim 2019 çarşamba günü başlatılan Barış Pınarı Harekatı 25 Kasım 2019 Pazartesi günü sonlandırılmıştır. 12 Ekim'de Rasulayn, 13 Ekim'de Tel Abyad ve meskun mahalleri kısa sürede kontrol altına alınarak terörden arındırılmıştır. Harekatta Fırat'ın doğusundaki toplam 605 meskûn mahal, 4.219 km2 alan kontrol altına alınmıştır. Terör örgütünden arındırılan topraklar hem Suriyeli mültecilerin geri dönebileceği hem de bölgede mukim olan insanların huzur ve güvenle yaşayabileceği bir alan haline getirilmiştir (<https://www.kkk.tsk.tr/baris-pinari.aspx>).

Türkiye'nin Suriye topraklarında icra ettiği dördüncü hareket ise "Barış Kalkanı Harekatı"dır. Barış Kalkanı Harekatı'nın diğer üç harekate göre bir farkı bulunmaktadır. Bu fark diğer üç hareketin DEAŞ, PKK/PYD/YPG terör örgütlerini hedef almasına karşın Barış Kalkanı Harekatı'nın direk hedefinin Suriye'deki mevcut Esed rejimi güçlerini hedef almasıdır. Suriye rejimi varolan mevcut mutabakatlara rağmen 06 Mayıs 2019'da İdlib bölgesinde saldırıya geçmiş ve çok sayıda masum sivil katletmiş ve yaralamıştır. Ayrıca 1,5 milyona yakın kişinin de göç etmesine sebep olarak yine büyük bir insanlık dramı yaşanmasına neden olmuştur (<https://www.kkk.tsk.tr/bahar-kalkani.aspx>). Türkiye bölgede ateşkesin sağlanması, sivil ölümlerin, yaralanmaların ve göçlerin önüne geçmek için büyük çaba gösterirken Suriye'deki Esed rejimi, Astana anlaşmaları gereği ateşkes gözlem misyonu için İdlib'de bulunan Türk askerlerine karşı 27 Şubat 2020'de bir hava saldırısı düzenlemiş ve 33 askerimizi şehit etmiştir (<https://www.aa.com.tr>). Türkiye Suriye rejiminin İdlib'deki bu saldırısından sonra uluslararası hukuk ve BM Sözleşmesi 51. maddesinde düzenlenen meşru müdafaa hakkı çerçevesine göre karşı bir operasyon başlatmıştır (<https://www.msb.gov.tr/tr-TR/BaharKalkani>). Milli Savunma Bakanı Hulusi Akar 1 Mart 2020'de yaptığı açıklamayla başlatılan hareketin adının "Bahar Kalkanı" olduğunu ifade etmiştir. TSK hareket kapsamında İHA ve SİHA'ları etkin bir şekilde kullanmış ve kısa süre içerisinde Suriye rejimi unsurlarına ağır kayıplar verdirmiştir. MSB tarafından yapılan açıklamaya göre hareketi başarıyla sürdüren TSK, 4 Mart 2020'de Esed rejimine ait 3 uçağı, 8 helikopteri, 3 İHA'yı, 151 tankı, 47 top/obüsü, 52 ÇNRA'yı ve 8 hava savunma füze sistemini imha etmiştir. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'in Kremlin Sarayı'nda 5 Mart 2020'de İdlib müzakereleri konusunda yaptıkları görüşmelerin sonucunda İdlib'de ateşkes kararı alınmıştır (<https://www.aa.com.tr>). Harekat boyunca TSK tarafından 370 meskûn mahal ve 3394 km2'lik alan kontrol altına alınmıştır. Yürütülen askeri ve diplomatik girişimler sonucunda gerçekleştirilen heyetler arası toplantı neticesinde 5 Mart 2020'de "İdlib Gerginliği Azaltma Bölgesindeki Durumun İstikrara Kavuşturulmasına İlişkin Muhtıraya Ek Protokol", 13 Mart 2020 tarihinde ise güvenli koridorun işleyişine dair uygulama esasları imza altına alınmıştır (<https://www.kkk.tsk.tr/bahar-kalkani.aspx>).

Böylece İdlil'de hızlı ve kolay bir zafer beklentisiyle sivil insanları katleden ya da yaralayan, evlerinden ve köylerinden süren Suriye rejimi, TSK'nın başarıyla icra ettiği Bahar Kalkanı Harekatı'yla durdurulmuştur. Türkiye'nin bu hareketle elde ettiği başarı karşısında Esed Rejimi çok yönlü bir gerileme girdabına girmiş, özgüvenini kaybetmiş, destekçileri tarafından sorgulanmaya başlanmış ve uluslararası alanda da yoğun bir baskı altına alınmıştır (Bayraktar, 2020, s. 97).

Türkiye, yeni güvenlik konseptinin felsefesine uygun bir şekilde icra ettiği Fırat Kalkanı, Zeytin Dalı, Barış Pınarı ve Barış Kalkanı hareketleri ile Suriye'deki askeri dengeleri değiştirmiş ve güney sınırında açılması planlanan terör koridoru projesini bertaraf etmiştir. Ayrıca Türkiye jeostratejik anlamda bölgesel bir avantaj elde etmiş ve bu bölgede içinde Türkiye'nin olmadığı bir çözümün olmayacağını ve işe yaramayacağını tüm dünyaya göstermiştir. Türkiye, bu hareketler sonucunda güneyinde 220 kilometre uzunluğunda bir güvenlik koridoru oluşturduğu gibi Suriye ile varolan deniz sınırı noktasında kendi Doğu Akdeniz sınırının güvenliğini de garanti altına almıştır (Polat, 2020, s. 87-88).

Türkiye'nin yeni güvenlik konseptine göre takip ettiği dış politika gereği icra edilen bu dört hareket, sebepleri, amaçları, planlanması, meydana geliş süreçleri, stratejileri, icraları ve sonuçları itibarıyla, askeri, idari, sosyolojik, coğrafi ve demografik açılardan kapsamlı birer sınır ötesi hareket olarak değerlidir ve bu şekilde tarihteki yerlerini almışlardır. Türkiye, Suriye topraklarında icra ettiği bu hareketlerden sonra terörden arındırdığı bölgelerde varlığını sürdürmekte ve teröristlerce yapılan sızma girişimlerini anında bertaraf etmeye devam etmektedir. Ayrıca gerekmesi durumunda yeni hareketlerin yapılabileceğini "bir gece ansızın gelebiliriz" mesajıyla muhataplarına net bir şekilde deklare etmektedir.

8. SONUÇ

11 Eylül 2001 saldırıları, güvenlik uygulamaları kapsamında küresel çapta yeni konseptlere geçilmesine neden olan dünya siyasi tarihindeki mihenk taşlarından biridir. 11 Eylül 2001'den sonra başta ABD olmak üzere Batılı pek çok ülke güvenlik konseptlerini değiştirmiştir. ABD güvenlik alanındaki konsept ve paradigmal yenilenmelerin yön vermesiyle yeni bir düzen tesis etmenin peşine düşmüş ve bunu terörle savaş adı altında yakıştırma bir isimle tedavüle sokmuş ve dünyada terörle topyekun mücadele dönemini başlatmıştır.

11 Eylül'den sonraki yeni dünya düzenine göre değişen güvenlik konsepti uygulamalarının tetiklediği gelişmeler kısa sürede Türkiye'yi de etkisi altına almıştır. ABD'nin Irak'ı işgal etmesi ve bu bölgede silah ve para yardımı yaparak vekalet verdiği terör örgütleriyle bir terör koridoru açmayı planlaması, Arap Baharı'nın getirisiyle bölgede başlayan huzursuzluklara 2011 yılında Suriye'de patlak veren iç savaşın eklenmesiyle artan terör olayları ve göçler Türkiye'yi güvenliğini derinden etkilemiştir. Bunlara ilaveten dünün Hizmet Hareketi olarak bilinen ve din istismarıyla palazlanarak bugünün FETÖ'süne dönüşen hain terör örgütünün 15 Temmuz 2016'da bir darbe teşebbüsünde bulunması Türkiye'nin terörle mücadele konusunda hızlı adımlar atmasını zorunlu kılmıştır. Bu nedenle Türkiye sınırları içinde PKK, FETÖ, DEAŞ ve diğer terör örgütleri üzerinden artan terör olaylarına ve güney sınırındaki gelişmelere karşı tedbir almak için kısa sürede dış politika, güvenlik, siyaset, hukuk, ekonomi vb. pek çok alanda değişim ve dönüşümler gerçekleştirmiştir. Bu değişimlerle Türkiye küresel, bölgesel ve tam bağımsız bir güç olduğunun tescili mahiyetinde yeni milli bir güvenlik politikası ve konsepti benimsemiştir. Yeni konsept, Türkiye'nin güvenliğini tehdit eden unsurların gelip kendisini vurmasını beklemeden, tehdidin kaynağını ve yuvalandığı yeri bulup yok etme felsefesi üzerine inşa edilmiştir. Bunun için terörün ekosistemini yok etmek üzere "ara-bul-yoket" stratejini devreye sokmuştur.

Türkiye dünya çapında değişen güvenlik konseptlerine paralel bir şekilde geliştirdiği bu politikaların meyvelerini terörle mücadelede toplamaya başlamıştır. Bu bağlamda gerçekleştirilen operasyonlarla yurt içinde ve sınır ötesinde kısa sürede büyük bir başarı sağlanmıştır. Türkiye, güvenlik güçleriyle, ordusuyla, jandarmasıyla, istihbaratıyla ve güvenlik koruyucularıyla sınır içinde ülkenin huzurunu bozmaya ve vatandaşlarının can ve mal güvenliğini tehlikeye atan PKK, FETÖ, DEAŞ başta olmak üzere diğer tüm terör örgütleriyle topyekun mücadele etmekte ve bu örgütlere karşı amansız takibini kararlı bir şekilde sürdürmektedir. Bu mücadelenin rakamsal değerleri istatistiklere yansımaktadır.

Türkiye terörle mücadeledeki hassasiyetini sınır ötesinde de göstermiş ve göstermeye devam etmektedir. Özellikle güney sınırının dibinde açılması planlanan terör koridoru, sınır ötesinde başarılı bir şekilde icra edilen Fırat Kalkanı, Zeytin Dalı, Barış Pınarı ve Barış Kalkanı Harekatlarıyla engellenmiş ve bu konuda sağlam bir duruş sergilenmiştir. Türkiye sınır dışında düzenlediği başarılı hareketlerle, iç güvenliğin sağlanmasının sadece

sınır içi güvenliği garantiye almaktan değil aynı zamanda dışarıdan gelmesi muhtemel tüm tehditlerin bertaraf edilmesinden geçtiğini de gözler önüne sermiştir.

Türkiye artık, yeni güvenlik konseptinin temeli olan "ara-bul-yoket" stratejisi gereği, geliştirdiği savunma sanayisinin sunduğu yeni imkanlarla, sağlam istihbarat ağıyla ve her ortamda koordineli hareket etme kapasitesine sahip güvenlik güçleriyle, sınır içinden mi yoksa sınır dışından mı geldiğine bakmaksızın terörü kaynağında aramakta, bulmakta, yok etmekte ve buna devam etmektedir. Bu anlayış son teröriste kadar, son terörist etkisiz hale getirilene kadar sürdürülme felsefesi üzerine inşa edilmiştir. Terörle mücadelenin herhangi bir bahaneye sığınmadan, akamete uğratılmadan kararlılıkla ve kesintisiz bir şekilde devam ettirilmesi, şu ana kadar kazanılan edimlerin kaybedilmemesi adına hayati öneme haizdir. Bu gerçeklik terörle mücadelede şehit düşenlere ve gazi olanlara bir vefa borcu olduğu kadar Türkiye için de bir beka meselesidir.

KAYNAKÇA

1. Ağır, B. S. (2015). "Güvenlik Kavramını Yeniden Düşünmek: Küreselleşme, Kimlik ve Değişen Güvenlik Anlayışı", Güvenlik Stratejileri Dergisi, Y. 11, S. 22, ss. 97-130.
2. Akdeniz, H. (2017). "Değişen Güvenlik Konsepti ve Güvenliğin Yeniden Kavramsallaştırılması", ss. 63-80, Devlet Doğasının Değişimi: Güvenliğin Sınırları, Ed. Tolga Sakman, İstanbul: TASAM Yayınları.
3. Arslan, H. (2019). "Evanjelist Teolojinin Ortadoğu'daki Krizlere Etkisi". Sixth International Mediterranean Social Sciences Congress (MECAS VI), C. 3, S. 5, Milano, 333-344.
4. Arslan, H. (2020). Osmanlı'da ve Türkiye'de İç Güvenlik Politikaları, *İç Güvenlik Yönetimi ve Polislik*, Der.: İbrahim İrdem, Polis Akademisi Yayınları, Ankara, ss. 47-87.
5. Arslan, H. (2021). "Tarihsel ve Teorik Perspektiften Güvenlik: Asfalia, Securitas ve Modern Dönem Bağlamında Kavramsal Bir Çerçeve", *Idea Studies Journal*, Volume: 7 / Issue: 25, Ocak, ss. 1-11.
6. Arslan, H. (2016). Dini Gruplar ve Siyaset - 2 FETÖ/PDY, Ankara: Ankara Okulu Yayınları.
7. Aslan, Ö. (2016). 15 Temmuz Darbe Girişimine Dair İlk İzlenimler ve Mukayeseli Bir Analiz, *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, C. 4, S. 3, ss. 5-38.
8. Aydın, M. ve Ereker, F. (2013). Türkiye'de Güvenlik: Algı, Politika, Yapı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
9. Aydın, M. ve Ereker, F. (2014). "Türkiye'de Güvenlik: Algı, Politika, Yapı", *Uluslararası İlişkiler*, C. 11, S. 43, s. 127 - 156.
10. Bayraktar, B. (2020). Suriye'de Türkiye'nin Dengeleme Hamleleri, *Kriter Dergisi*, Temmuz-Ağustos, Yıl: 5, S. 48, ss. 96-97, <https://kriterdergi.com/file/297/suriyede-turkiyenin-dengeleme-hamleleri>, Erişim Tarihi: 13.04.2022.
11. Bekar, N. (2019). "Güvenlik Kavramının Değişimi ve Türkiye'nin Barışı Koruma Faaliyetlerine Katkısı", *Avrasya Etüdları*, S. 56, 179-202.
12. Byman, D. (2005), "Strategic Surprise And The September 11 Attacks", *Annual Review Of Political Science*, Vol.: 8, pp.: 145-170.
13. Erol, M. (2019). Batı Basımında Barış Pınarı Harekatı, İstanbul: SETA Yayınları.
14. Gökçe, G. (2022). "Türkiye'nin Artan İstihbarat Kapasitesi ve Terör Örgütü PKK ile Mücadele", *Kriter Dergisi*, Ocak, Yıl: 6, S. 64, <https://kriterdergi.com/dosya-turkiyede-ve-dunyada-istihbarat-turkiyenin-artan-istihbarat-kapasitesi-ve-teror-orgutu-pkk-ile-mucadele>. Erişim Tarihi: 10.04.2022.
15. Güvenlik Teorileri ve Bölgesel Tehdit Analizi (2021). Ed.: Şahin, G. , İstanbul: Milli Savunma Üniversitesi Yayınları.
16. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2015/04/20150404.pdf>, Erişim Tarihi: 10.04.2022.
17. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/02/20170211.pdf>, Erişim Tarihi: 10.04.2022.

18. <https://www.tccb.gov.tr/konusmalar/353/61114/turkiyenin-yeni-guvenlik-konsepti-konferan-sinda-yaptiklari-konusma>, Erişim Tarihi: 10.04.2022.
19. <https://www.milliyet.com.tr/gundem/son-dakika-icisleri-bakanligi-duyurdu-ilkbahar-yaz-operasyonlari-basladi-6488151>, Erişim Tarihi: 12.04.2022.
20. https://www.iletisim.gov.tr/turkce/stratejik_iletisim_calismalari/detaylar/terorizmle-mucadele, Erişim Tarihi: 12.04.2022.
21. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/icisleri-bakanligi-sozcusu-catakli-2021de-1140-terorist-etkisiz-hale-getirildi/2464934>. Erişim Tarihi: 12.04.2022.
22. <https://www.msb.gov.tr/SlaytHaber/2012019-61451>, Erişim Tarihi: 13.04.2022.
23. <https://www.kkk.tsk.tr/baris-pinari.aspx>, Erişim Tarihi: 13.04.2022.
24. <https://www.kkk.tsk.tr/bahar-kalkani.aspx>, Erişim Tarihi: 13.04.2022.
25. <https://www.aa.com.tr/tr/bahar-kalkani-harekati/suriyede-2020ye-bahar-kalkani-harekati-damgasini-vurdu/2092130>, Erişim Tarihi: 13.04.2022.
26. <https://www.msb.gov.tr/tr-TR/BaharKalkani>, Erişim Tarihi: 13.04.2022.
27. Ifantis, K. (2002), "Understanding International Politics After The 11 September Terrorist Attacks: A Note On The New Security Paradigm", Journal Of International Affairs, Vol.: 7 I.: 1, pp: 1-9.
28. Kars Kaynar, A. (2017). "Milli Güvenlik Kurulu: Yarım Asırlık Askeri Vesayet". Uluslararası Ekonomi, Siyaset ve Yönetim Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Ankara: Ekin Kitabevi, 534-544.
29. Ozan, E. (2017). Suriye İç Savaşı ve Türkiye'nin Değişen Güvenlik Gündemi, Ankara: ANKASAM Yayınları.
30. Özçelik, N, Acun, C. (2018). Terörle Mücadelede Yeni Safha Zeytin Dalı Harekatı, İstanbul: SETA Yayınları.
31. Polat, D. Ş. (2020). Türkiye'nin Suriye'nin Kuzeyindeki Askerî Harekâtının Amaçları ve Sonuçları, Güvenlik Stratejileri Dergisi, C. 16, S. 33, s. 53-96.
32. Taşçıoğlu, Ö. L. (2018). "Milli Güvenlik Konsepti ve Milli Güvenliğin Türkiye ve Diğer Devletler Açısından Önemi". Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 6, S. 67, Mart, 286-299.
33. Tekiner, M. A. ve Gemici, E. (2019). "Türkiye'nin Mevcut İç Güvenlik Yapısı ve 15 Temmuz Sonrası Yeni Bir Yapılanma Modeli". Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, C. 19, Özel Sayı, 15-40.
34. Turan, M. (2018). "Türkiye'nin Yeni Yönetim Düzeni: Cumhurbaşkanlığı Hükûmet Sistemi". Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, C. 7, S. 3, 42-91.
35. Türkiye'nin DEAŞ'la Mücadelesi, <https://www.icisleri.gov.tr/kurumlar/icisleri.gov.tr/IcSite/strateji/deneme/YAYINLAR/%C4%B0%C3%87ER%C4%B0K/deas%20en.pdf>, Erişim Tarihi: 18.04.2022.
36. Ünder, M. (2020). Türkiye'nin Bütünsel Güvenlik Yaklaşımı, İstanbul: Optimist Yayın Grubu.
37. Yılmaz, S. (2011). "11 Eylül Sonrasında ABD ve Türkiye'deki İç Güvenlik Yeniden Yapılanmalarının Karşılaştırması". Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C. 20, S. 3, 361-380.

e-ISSN:2587-2168



Year: 2022

Vol: 8 Issue: 44

pp 564-574

Article ID

63881

Arrival

02 July 2022

Published

31 AUGUST 2022

DOI NUMBER<http://dx.doi.org/10.29228/ideas.63881>**How to Cite This Article**

Özdemir, F. (2022). "Örgütsel Davranış Alanında 2020-2022 Yılları Arası Yazılan Doktora Tezlerine Yönelik Bir İnceleme", International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, (e-ISSN:2587-2168), Vol:8, Issue:44; pp: 564-574



International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Örgütsel Davranış Alanında 2020-2022 Yılları Arası Yazılan Doktora Tezlerine Yönelik Bir İnceleme

A Review of Doctoral Theses Between the Years 2020-2022 in the Field of Organizational Behaviour

Fulya Özdemir¹ ¹ Dr.**ÖZET**

İnsan ve insana yönelik tutum ve davranışlar birçok alanda olduğu gibi işletme alanında da çok önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte özellikle işletmelerde faaliyet gösteren çalışanların davranış ve tutumları hem işletmeler hem de çalışan psikolojisi açısından önemlidir. Bu bağlamda işletmelerde insan davranışını ele alan örgütsel davranış çalışmaları da her zaman büyük önem arz etmektedir. Bu araştırma Türkiye’de 2020-2022 yılları arasında örgütsel davranış alanında yayınlanan doktora tezlerini incelemektedir. Bu amaçla doktora tezleri konu, içerik ve yöntem açısından ele alınmaktadır. Bu amaç doğrultusunda 288 adet doktora tezi incelenmiş ve analiz edilmiştir. Tezler Ulusal Tez Merkezi’nden ulaşılmıştır. Tarama yapılırken işletme anabilim dalında yazılan tezler olarak filtrelenmiştir. Ulaşılan tezler başlık, anahtar kelime ve yöntem açısından ele alınmıştır. Araştırma sonuçları 2020-2022 yılları arasında, örgütsel davranış alanında yayınlanan doktora tezlerinin en fazla hangi konu üzerinde durduğunu ve hangi analiz yönteminden (nicel, nitel, karma) yararlandığını ortaya koymaktadır. Araştırma sonucuna göre örgütsel davranış işletme alanında yazılan doktora tezlerinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bununla birlikte nicel araştırma yöntemleri en sık başvurulan analiz yöntemi olarak görülmektedir. Son 3 yıldır örgütsel davranış alanında yazılan tezlerin büyük bir bölümünü liderlik, performans, örgütsel bağlılık ve örgüt kültürü konuları oluşturmaktadır. Bu sonuçlar Türkiye’de yapılan benzer çalışmaları destekler niteliktedir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen kavram ve konulara yönelik değerlendirmeler yapılarak araştırma sonlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Davranış, İçerik Analizi, Alan Araştırması, Araştırma Trendleri

ABSTRACT

Human and human-oriented attitudes and behaviors have a very important place in the field of business as well as in many other fields. At the same time, the behavior and attitudes of employees operating in businesses are important for both businesses and employee psychology. In this context, organizational behavior studies that focus on human behavior in businesses are always of great importance. This research examines the doctoral dissertations published in the field of organizational behavior in Turkey between the years 2020-2022. For this purpose, doctoral theses are discussed in terms of subject, content and method. In line with this purpose, 288 doctoral theses were examined and analyzed. Theses were obtained from the National Thesis Center. While scanning, theses were filtered as the theses written in the department of business administration. The theses reached are discussed in terms of title, keyword and method. The results of the research reveal that the doctoral dissertations published in the field of organizational behavior between the years 2020-2022 focus on the most and which analysis method (quantitative, qualitative, mixed) is used. According to the results of the research, organizational behavior constitutes an important part of the doctoral theses written in the field of business administration. Also, quantitative research methods are seen as the most frequently used analysis method. Leadership, performance, organizational commitment and organizational culture are the subjects of most of the theses written in the field of organizational behavior in the last 3 years. These results support similar studies conducted in Turkey. The research was concluded by making evaluations on the concepts and topics obtained as a result of the analysis.

Keywords: Organizational Behaviour, Content Analysis, Area Research, Research Trends

1. GİRİŞ

Bilimsel anlamda 1900’lü yıllara dayanan işletme literatüründe 100 yılı aşkın sürede birçok şey değişmiş, yeni yaklaşımlar, teoriler ve yöntemler ortaya konmuştur. Fakat yönetim biliminde özellikle neo-klasik dönem itibari ile “insan” unsuru her gün daha büyük bir değer haline gelmiştir. Esasen bilimsel anlamda yönetim literatüründe neo-klasik dönem itibari ile kendine yer bulmuş olsa da ihtiyacı doğuran, üreten ve tüketen, işletmeyi oluşturan ve sürdürülebilir hale getiren en önemli unsur yaşamın var oluşundan bu yana insandır. Sanayi devriminden bu yana teknolojik anlamda birçok gelişme meydana gelmiştir. Bu gelişmelerin en sonuncusu olarak değerlendirilen 4. Sanayi Devrimi ile teknoloji üretimdeki son ve en gelişmiş halini almış, üretimde insan kaynağının yerini büyük ölçüde makineler almıştır. Bununla birlikte bu gelişmeler 5. Sanayi devrimi ve dijitalleşme ile de seyrine devam etmekte ve insan gücü ve emeği farklı alanlara kaymaktadır. Teknoloji ve dijital dönüşüm fiili üretimde ve bazı alanlarda insan emeğinin yerini almış olsa da bu büyük gelişmeler insan kaynağına yeni sorumluluklar, yeni bilgi ve beceriler, yeni roller yüklemektedir. Teknolojiyi ve değişimi yönetebilecek, yeni yazılım ve teknolojileri kullanabilecek bilgi ve beceriye sahip insan kaynağı bugün çok önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Sonuç olarak yaşanan bu değişim ve gelişmeler işletmelerde insanın önemini daha da hayati hale getirmektedir. Bu bağlamda bugün örgütlerde çalışanı anlamak, onların davranışlarının altında yatan sebepleri bilmek ve motive etmek en az 100 yıl önce olduğu kadar önem arz

etmektedir. Bununla birlikte teknoloji ve üretimdeki bu büyük gelişmelerin örgüt çalışanları üzerinde yarattığı değişimler, örgütsel davranış alanında yeni konuların önem kazanmasına yol açmıştır. Bu araştırma Türkiye’de 2020-2022 arasında yayınlanmış olan örgütsel davranış alanındaki doktora tezlerini yöntem ve içerik bakımından ele almaktadır. Araştırma örgütsel davranış alanında yazılan doktora tezlerinin hangi konular üzerinde durduğunu detaylı olarak analiz etmektedir. Bununla birlikte Türkiye’de yapılmış olan benzer araştırmalar ile sonuçlar karşılaştırılmakta ve tartışılmaktadır.

2. GEÇMİŞ ARAŞTIRMALAR

Güncel uluslararası araştırmalara bakıldığında, örgütsel davranış alanında çalışılmış konuları ele alan çok fazla araştırmaya rastlanmamıştır. Yabancı literatürde örgütsel davranış konusunda yapılan çalışmaları inceleyen araştırmalar daha çok örgütsel davranışın sınırlı alanları üzerine yapıldığı görülmektedir (örn. Üretkenlik karşıtı iş davranışları ile ilgili yapılan çalışmaların analizi).

Uluslararası literatürde güncel olarak örgütsel davranış çalışmalarını bir bütün olarak ele alan kapsamlı araştırmalardan birini Kalwani ve Mahesh (2020) gerçekleştirmiştir. Kalwani ve Mahesh (2020) araştırmalarında örgütsel davranış alanında 1990-2019 yılları arasında oluşan örgütsel davranış literatürünü incelemektedir. Literatüre ilişkin yapılan değerlendirmede bireysel düzeydeki araştırmalarda trendlerin kişilik özellikleri, motivasyon ve iş yerinde duygular olduğunu belirtmektedir. Grup düzeyindeki trendlerin iletişim, liderlik ve değişim olduğunu belirtmektedir. Örgütsel düzeyde trendlerin örgütsel vatandaşlık, örgütsel özdeşleşme ve kurumsal sosyal sorumluluk olduğunu belirtmektedir.

Tablo 1. Türkiye’de Yapılan Araştırmalar

Araştırmacılar	Örneklem (Tarama Yapılan Çalışma Grubu)	Sonuç (En Fazla Çalışılan Konular)
Mücevher vd. (2020)	2013-2019 yılları arasında düzenlenen kongrelerde yayınlanan bildiriler	Liderlik-yöneticilik, işe yönelik olumlu davranışlar, örgütsel bağlılık, üretkenlik karşıtı davranışlar, pozitif örgütsel davranış.
Bellek vd. (2020)	2013-2017 arasında örgütsel davranış kongresinde sunulan bildiriler	Örgütsel, liderlik, bağlılık, güven, vatandaşlık, sessizlik, performans, özdeşleşme, tatmin ve uyum.
Okutan ve Turdi (2020)	2008-2018 yılları arasında Web of Science da yayınlanan örgütsel davranış makaleleri	Örgütsel vatandaşlık, örgütsel bağlılık, iş tatmini, örgütsel davranış, örgütsel adalet, örgütsel özdeşleşme...
Gümüş ve Yeksan (2019)	2010-2018 yılları arasında ulusal turizm kongrelerinde sunulan bildiriler	İş tatmini, örgütsel bağlılık, örgütsel sessizlik, tükenmişlik, işten ayrılma niyeti, liderlik, örgütsel adalet.
Şahin ve Yangil (2018)	2012-2016 yılları arası üniversite sosyal bilimler dergilerinde yayınlanan örgütsel davranış makaleleri	İş tatmini, tükenmişlik, kişilik, liderlik, çatışma, iletişim, İK politikaları, örgüt kültürü, örgütsel adalet, örgütsel bağlılık, mobbing.
Coşkun ve Tabak (2017)	1995-2015 arası örgütsel davranış alanında yazılan lisansüstü tezler	Örgütsel davranış, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel adalet, iş doyum, örgüt kültürü ve liderlik.
Kızıldağ ve Özkara (2016)	1993-2014 yılları arasında yapılan ulusal örgütsel davranış kongresinde yer alan bildiriler	Örgütsel bağlılık, liderlik, olumsuz davranışlar, iş tatmini, Örgüt kültürü ve iklimi, örgütsel performans...
Duygulu ve Sezgin (2015)	1984-2015 arasında örgütsel davranış alanında yazılan doktora tezleri	Liderlik, örgütsel bağlılık, örgüt kültürü, doyum.

3. YÖNTEM

Araştırmada kullanılmak üzere incelenen doktora tezlerine YÖK Ulusal Tez Merkezi aracılığı ile ulaşılmıştır. Tezler İşletme Anabilim Dalında, doktora tezi olarak aratılmıştır. Araştırma 24.05.2022-06.05.2022 tarihleri arasında yapılmıştır. 288 adet doktora tezine ulaşılmış, erişim izni olmayan tezlerden bazı bilgiler elde edilememiş fakat elde edilen bilgiler analizde kullanılmıştır. Ulaşılan 288 adet doktora tezi başlık, özet, anahtar kelime ve kullanılan yöntem kapsamında incelemeye tabi tutulmuştur. Başlık ve anahtar kelimeleri analiz etmek amacı ile nitel analiz yöntemi olan betimsel içerik analizinden yararlanılmıştır. Betimsel içerik analizi, araştırmacı tarafından sınırları çizilen belli bir konu üzerine yapılan ve bu amaç ile belirlenen konuda yapılan araştırmaların detaylı olarak incelenip, seçilen konu ile ilgili genel eğilimin belirlenmesine yönelik bir yöntemdir ve bu yöntem gelecek araştırmalara konu ile ilgili genel eğilim hakkında bilgi vermektedir (Ültay vd. 2021: 190). Bu amaçla ikincil verilerden yararlanılmış olup, belge tarama yöntemi kullanılmıştır. Ulusal Tez Merkezi’nden elde edilen veriler sistematik olarak incelenmiş ve belirli başlıklar altında toplanmıştır. Tez başlıklarında kullanılan ifadelerin birçoğu aynı şekilde aktarılmaya çalışılmış fakat benzer anlamı ifade eden kavramlar tek bir ifade altında toplanmıştır. Anahtar kelimelerde kullanılan ifadeler ise araştırmaların eğilimini detaylı olarak belirleyebilmek adına olduğu gibi tabloya aktarılmıştır. Bu şekilde tasarlanan araştırmada, yazılan doktora tezlerinde genel konu hatları ile birlikte tezlerin detaylı olarak hangi kavram ve ifadeler üzerine yoğunlaştığının da ortaya konması hedeflenmiştir. Bu bağlamda bu araştırma aşağıdaki sorulara cevap aramaktadır;

- ✓ Yıllara göre örgütsel davranış tez sayısı
- ✓ Örgütsel davranışta çalışılan konuların sıklık analizi (Tezlerin başlıklarına göre)
- ✓ Anahtar kelimelerin sıklık analizi
- ✓ Veri toplama yöntemi (Nicel, nitel, karma)

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında Ulusal Tez Veri Tabanında İşletme alanında 1.204 Doktora tezine ulaşılmıştır. Bu doktora tezlerinden 288'inin örgütsel davranış kapsamında olduğu belirlenmiştir. İşletme alanında ve örgütsel davranış kapsamında yer alan tezlerin dağılımı aşağıda Tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2. Örgütsel Davranış Alanında Yazılan Tez Sayıları

Tez Tarihi	İşletme Anabilim Dalı Doktora Tez Sayısı	Örgütsel Davranış Alanında Yazılan Tez Sayısı	(%)
2022	102	26	%25,49
2021	540	133	%24,62
2020	562	129	%22,95

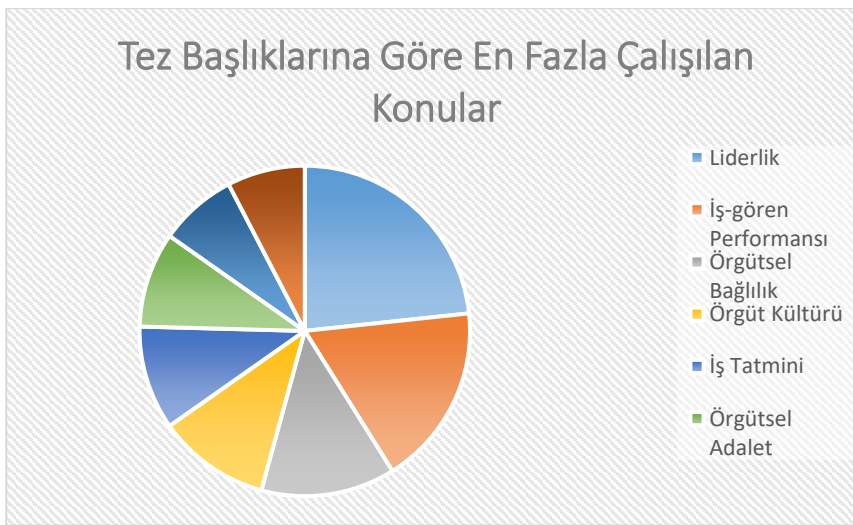
İncelenen doktora tezlerine bakıldığında 2020 yılında işletme anabilim dalında 562 adet doktora tezi yazıldığı görülmektedir. Bu tezlerin yaklaşık %23'üne tekabül eden 129 tanesini örgütsel davranış alanında yazılmıştır. 2021 yılında ise işletme alanında yazılan doktora tezi sayısı 540 olarak görülmektedir. Bu tezlerin yaklaşık %25'ini örgütsel davranış tezleri oluşturmaktadır. 2022 yılında işletme anabilim dalında Mayıs itibarı ile 102 teze ulaşılmaktadır. Bu tezlerin %25'i örgütsel davranış alanında yazılmıştır. Görüldüğü gibi örgütsel davranış son 3 yıla bakıldığında işletme alanında yazılan tezlerin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Bununla birlikte tezlerde kullanılan yöntem açısından değerlendirme yapıldığında, tezlerin büyük bir kısmında nicel yöntemlere başvurulduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında incelenen 288 doktora tezinde kullanılan yöntemlere ilişkin bilgiler aşağıda Tablo 3'te sunulmaktadır.

Tablo 3. Yazılan Tezlerde Kullanılan Yöntem

Kullanılan Yöntem	Sayısı	(%)
Nicel	259	%89,93
Nitel	14	%4,86
Karma (Nicel ve Nitel)	15	%5,20

4.1 Tez Başlıkları ve Kullanılan Anahtar Kelimelere Göre En Fazla Üzerinde Durulan Konular

Araştırma kapsamında ulaşılan 288 doktora tezi betimsel içerik analizi aracılığıyla incelenmiştir. İncelenen 288 doktora tezi içerisinde en fazla odaklanılan konular sırasıyla Liderlik, iş-gören performansı, örgütsel bağlılık, örgüt kültürü, iş tatmini, örgütsel adalet olarak belirtilebilir. Dağılım payları aşağıda Şekil 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1. Tezlerde Kullanılan Başlıklara Göre En Fazla Araştırma Yapılan Konular

Betimsel içerik analizi aracılığıyla araştırma kapsamında incelenen doktora tezlerinin konularının ve anahtar kelimelerinin sıklıkları da belirlenmiştir. Tezlerin konuları belirlenirken ve sınıflandırılırken başlıkları dikkate alınmıştır. Doktora tezlerinin konuları sınıflandırıldığında örgütsel davranış kapsamında yer alan 260 farklı

konu ve 319 farklı anahtar kelime gözlemlenmektedir. Konuların ve anahtar kelimelerin sıklıkları sırasıyla Tablo 4 ve 5'te sunulmaktadır.

Tablo 4. Tez Konuları¹

Konular	N	(%)	Konular	N	(%)	Konular	N	(%)
Liderlik	55	%19,09	İş Biçimlendirme	2	%0,69	İstismarcı Davranışlar	1	%0,35
İş-gören Performansı	42	%14,58	Erteleme	2	%0,69	İş arkadaşlığı	1	%0,35
Örgütsel Bağlılık	31	%10,73	Rol Belirsizliği	2	%0,69	Örgüt içi Dinamikler	1	%0,35
Örgüt Kültürü	26	%9,02	Aile İşletmeleri	2	%0,69	Örgütsel Sosyal Uyum	1	%0,35
İş Tatmini	24	%8,33	Makyavelizm	2	%0,69	Teknoloji Kullanımı Öz-yeterliliği	1	%0,35
Örgütsel Adalet	22	%7,64	Zaman Yönetimi	2	%0,69	Çeviklik	1	%0,35
İşten Ayrılma Niyeti	20	%6,94	Şiddet ve Vakaları	2	%0,69	Kültürel Uyum	1	%0,35
Kişilik	18	%6,25	Teknostres	2	%0,69	Yönetimsel Patoloji	1	%0,35
Örgütsel Vatandaşlık	18	%6,25	İş Güvencesi	2	%0,69	Bireysel İş Yapılandırması	1	%0,35
Yenilik ve Yenilikçilik	17	%5,9	Endüstri 4.0	2	%0,69	Düşünme Tarzları	1	%0,35
Motivasyon	15	%5,21	Sosyal Destek	2	%0,69	Kurumsallaşma	1	%0,35
Psikolojik Sermaye	13	%4,51	Kadın Çalışanlar	2	%0,69	Çalışma Koşulları	1	%0,35
Duygusal Zeka	11	%3,82	İş Yaşamında Yalnızlık	2	%0,69	Enerji	1	%0,35
Örgütsel Destek	11	%3,82	Bilgi Teknolojileri	2	%0,69	Esnek Çalışma	1	%0,35
Örgütsel Performans	10	%3,47	Takımlarda Öğrenme	2	%0,69	Karmaşık Devamlılık	1	%0,35
Tükenmişlik	10	%3,47	Kariyer Tatmini	2	%0,69	Kendini Doğrulama Çabası	1	%0,35
Örgütsel Sinizm	9	%3,12	Örgütsel Yabancılaşma	2	%0,69	İşe Gömülmüslük	1	%0,35
Lider Üye Etkileşimi	9	%3,12	Örgütsel Sosyalleşme	2	%0,69	Kalıp Yargılar	1	%0,35
Örgütsel Özdeşleşme	8	%2,78	Örgütsel Prestij	2	%0,69	Yapışkan Zemin	1	%0,35
İş Yaşam Dengesi	8	%2,78	Temel Benlik Değerlendirmesi	2	%0,69	Sosyal Ağ Kurma	1	%0,35
İnovasyon	8	%2,78	Kurumsal Sosyal Sorumluluk	2	%0,69	Psikolojik Sahiplenme	1	%0,35
Karar ve Karar Verme Tarzları	8	%2,78	Ahlak	2	%0,69	Çevre Dostu Davranışlar	1	%0,35
Ulusal Kültür	7	%2,43	Zorunlu Vatandaşlık Davranışı	2	%0,69	Kariyer Bağlılığı	1	%0,35
Etik	7	%2,43	Etik dışı müzakere Tercihi	2	%0,69	Örgütsel Zeka	1	%0,35
Çalışan Sessizliği	7	%2,43	Davranışsal İktisat	2	%0,69	Başarma İhtiyacı	1	%0,35
Yaratıcılık (Bireysel ve Örgütsel)	7	%2,43	Sosyal Sermaye	2	%0,69	Sosyal Değer	1	%0,35
İletişim	6	%2,08	Örgüt Yapısı	2	%0,69	Anksiyete	1	%0,35
İş Stresi	6	%2,08	Kişi-İş Uyumu	2	%0,69	Kazanç Kayıp Çerçeveleme	1	%0,35
Duygusal Emek	6	%2,08	Sezgi ve Sezgisellik	2	%0,69	Metanet	1	%0,35
Yetenek Yönetimi	6	%2,08	Kişisel Gelişim	2	%0,69	Sürdürülebilir Rekabet	1	%0,35
Kültürel Zeka	6	%2,08	Sosyal Kaytarma	2	%0,69	Rekabet Stratejileri	1	%0,35
Etik İklim	5	%1,74	Entelektüel Yetkinlikler	2	%0,69	Kariyer Gelişimi	1	%0,35
Örgütsel Öğrenme	5	%1,74	Yönetimsel Değer	1	%0,35	Örgütsel İmaj	1	%0,35
İKY Uygulamaları	5	%1,74	Örgütsel Değer	1	%0,35	Yaşam Tatmini	1	%0,35
Çatışmalar (Çatışma ve Çatışma Yönetimi)	5	%1,74	Fedakarlık	1	%0,35	Dünya Görüşü	1	%0,35
İşe Bağlılık	5	%1,74	Formalleşme	1	%0,35	Aktivist Kimlik	1	%0,35
İş Aile Yaşam Çatışmaları	5	%1,74	Özsaygı	1	%0,35	Takım Uyum	1	%0,35
Farklılıkların Yönetimi	5	%1,74	Proaktif Kişilik	1	%0,35	Tersine Mentorluk	1	%0,35
İç Girişimcilik	5	%1,74	Örgütsel Maneviyat	1	%0,35	Örgüt Yanlısı Yaklaşımlar	1	%0,35
Pozitif Psikolojik Sermaye	5	%1,74	Zaman Perspektifi	1	%0,35	Yaşam Kalitesi	1	%0,35
Örgütsel Güven	5	%1,74	İnançlar	1	%0,35	Nomofobi	1	%0,35
Öz Yeterlilik	5	%1,74	TKY	1	%0,35	Yüksek Performanslı Çalışma Sistemleri	1	%0,35

¹ Tez konuları, başlıklarına göre belirlenmiştir. Spesifik konular tek bir kavram altında toplanmıştır.

İşe Adanmışlık	5	%1,74	Rol Çatışması	1	%0,35	Sosyal Etkileşim	1	%0,35
İş Yükü	5	%1,74	İKY Sistem Gücü	1	%0,35	Eylem Koordinasyonu	1	%0,35
İşe Yabancılaşma	4	%1,39	İnsan Teknoloji Etkileşimi	1	%0,35	Davranış Odaklı Yaklaşım	1	%0,35
Sosyal Medya Kullanımı	4	%1,39	Estetik Emek	1	%0,35	Örgütsel Kronizm	1	%0,35
Bilgi Paylaşımı	4	%1,39	Tokenizm	1	%0,35	İş yerine Gidiş Dönüşte Geçen Süre	1	%0,35
Sosyal Zeka	4	%1,39	İş yeri Ergonomisi	1	%0,35	Narsistik Kişilik Özelliği	1	%0,35
Çalışan Sessizliği	4	%1,39	Kurumsal Sürdürülebilirlik	1	%0,35	Kurumsal Kimlik	1	%0,35
Presenteizm	4	%1,39	Bilgi İşması	1	%0,35	Eleştirel Düşünme	1	%0,35
Kişi Örgüt Uyumu	4	%1,39	Örgütsel Mutluluk	1	%0,35	Öğrenilmiş Çaresizlik	1	%0,35
Örgütsel Muhalefet	4	%1,39	Kıskançlık	1	%0,35	Stres Yönetimi	1	%0,35
Psikolojik Güçlendirme	4	%1,39	Akademik Başarı	1	%0,35	Organizasyon Taahhüdü	1	%0,35
İş Doyumu	4	%1,39	Duygular	1	%0,35	Örgüt Yönetimi	1	%0,35
Politik Davranış	4	%1,39	Kurumsal Mantıklar	1	%0,35	Kadını Değerler	1	%0,35
İş İle Bütünleşme	4	%1,39	Vekilharçlık	1	%0,35	Çalışma Yeterliliği	1	%0,35
Psikolojik Güvenlik	4	%1,39	Bilgi Yönetimi	1	%0,35	İş Davranışları	1	%0,35
Psikolojik Sözleşme	4	%1,39	Müşteri Memnuniyeti	1	%0,35	Sanal Kaytarma	1	%0,35
Kuşaklar	4	%1,39	Davranışsal Stratejiler	1	%0,35	Yıkıcı Yönetim	1	%0,35
Örgütsel Sessizlik	4	%1,39	Siyasal Başarı	1	%0,35	Üretkenlik	1	%0,35
Ekstra Rol Davranışı	3	%1,04	Bireysel Kültür	1	%0,35	Mutluluk	1	%0,35
Ağ Kurma Davranışları	3	%1,04	Benlik Kurgusu	1	%0,35	İlişkisel Sermaye	1	%0,35
Kariyer Başarısı	3	%1,04	Gelecek Zaman Beklentisi (Mesleki)	1	%0,35	Örgütsel Değişim	1	%0,35
İş Sağlığı ve Güvenliği	3	%1,04	Kriz Yönetimi	1	%0,35	Gelişime Açıklık (Bireysel)	1	%0,35
İş Tutkunluğu	3	%1,04	Nörogirişimcilik	1	%0,35	Müzakere Başarısı	1	%0,35
İş güvencesizliği	3	%1,04	İş Becerikliliği	1	%0,35	Yüz İfadelerinden Duyguları Anlama Yeteneği	1	%0,35
Psikolojik Esenlik (iyi oluş)	3	%1,04	Düşünme Stili	1	%0,35	İş veren Markası	1	%0,35
Takım Performansı	3	%1,04	Aşırı Özgüven Yanlılığı	1	%0,35	Yılmazlık	1	%0,35
Kurum İtibarı	3	%1,04	Ahlaki Zeka	1	%0,35	Dijital Örgütler	1	%0,35
Bireysel Çıktılar	3	%1,04	Duygusal Manipülasyon	1	%0,35	Bireysel Hesap Verebilirlik	1	%0,35
Üretkenlik Dışı İş Davranışı	3	%1,04	Stratejik Karar	1	%0,35	Duygusal Sermaye	1	%0,35
Mobbing	3	%1,04	Cam tavan Algısı	1	%0,35	Akış Deneyimi	1	%0,35
Kültürel Çeşitlilik	3	%1,04	Farkındalık	1	%0,35	İşe Tutulma	1	%0,35
Yaşam Doyumu	3	%1,04	Çalışma Yaşamı Kalitesi	1	%0,35	Çalışan Memnuniyeti	1	%0,35
Örgüt İklimi	3	%1,04	Aldatma	1	%0,35	Örgütsel Sağlık	1	%0,35
Güven	3	%1,04	Hizmet İnovasyonu Performansı	1	%0,35	Çalışan Cesareti	1	%0,35
Teknoloji Kabul	3	%1,04	Mizah Tarzı	1	%0,35	Beyaz Yakalı Suçlar	1	%0,35
İhbarcılık (Whistleblowing)	3	%1,04	İlişkisel Enerji	1	%0,35	Yönetim Kurulu Yapısı	1	%0,35
İzlenim Yönetimi	3	%1,04	Kişi Yetenek Olgunluk Modeli	1	%0,35	Duygusal Bulaşıcılık	1	%0,35
İş yerinde Mutluluk	3	%1,04	İşkoliklik	1	%0,35	Güç Kaynakları (Liderin kullandığı Gücün kaynağı)	1	%0,35
Çalışma İlişkileri	3	%1,04	Kurumsal Girişimcilik	1	%0,35	Teknoloji Direnci	1	%0,35
Entelektüel Sermaye	3	%1,04	Girişimsel Fırsatlar	1	%0,35	Bireysel Öğrenme Yeteneği	1	%0,35
Örgütsel Demokrasi	3	%1,04	Düzenleme Odağı	1	%0,35	Dalkavukluk Olgusu	1	%0,35
Psikolojik Dayanıklılık	3	%1,04	İş Özellikleri	1	%0,35	Örgütsel Siyaset	1	%0,35
Personel Güçlendirme	3	%1,04	Deneyime Açıklık	1	%0,35	Kariyer Planlama	1	%0,35
Duygusal Bağlılık	3	%1,04	Pozitif Ses Çıkarma Davranışı	1	%0,35	Örgütsel Aidiyet	1	%0,35
Yönetim Tarzları	3	%1,04	Yönetici Desteği	1	%0,35			

Tablo 5. Tezlerde Kullanılan Anahtar Kelimeler

Anahtar Kelime	N	%	Anahtar Kelime	N	%	Anahtar Kelime	N	%
İş-Gören Performansı	33	%11,46	Makyavelizm	2	%0,69	İnsan	1	%0,35
İş Tatmini	32	%11,11	Yönetim Tarzı	2	%0,69	İşkoliklik	1	%0,35
Örgütsel Bağlılık	30	%10,42	Öz Liderlik	2	%0,69	Kurumsal Girişimcilik	1	%0,35
İşten Ayrılma Niyeti	24	%8,33	Stratejik Liderlik	2	%0,69	Girişimci Liderlik	1	%0,35
Örgüt Kültürü	22	%7,64	Yaratıcılık	2	%0,69	Yaratıcı Liderlik	1	%0,35
Örgütsel Vatandaşlık	19	%6,66	Bireysel Yaratıcılık	2	%0,69	Düzenleme Odağı	1	%0,35
Örgütsel adalet	18	%6,55	Proaktif Çalışma Davranışı	2	%0,69	İş Özellikleri	1	%0,35
Örgütsel Performans	14	%4,86	Sağlıkta Şiddet	2	%0,69	Deneyime Açıklık	1	%0,35
Örgütsel Destek	13	%4,51	Güven	2	%0,69	İş Arkadaşları	1	%0,35
Dönüştürücü Liderlik	13	%4,51	Teknostres	2	%0,69	Sosyal Medya Bağlılığı	1	%0,35
Duygusal Zeka	12	%4,17	Teknoloji Kabul Modeli	2	%0,69	Çalışma Hayatında Kadın	1	%0,35
Örgütsel Özdeşleşme	11	%3,82	İhbarcılık	2	%0,69	Kadınlara Yönelik Kalıp Yargılar	1	%0,35
Liderlik Davranışları	11	%3,82	Yönetici Desteği	2	%0,69	Örgütsel Sosyal Uyum	1	%0,35
Kişilik Özellikleri	10	%3,47	İstismarcı Yönetim	2	%0,69	Teknoloji Kullanımı Öz-yeterliliği	1	%0,35
Psikolojik Sermaye	10	%3,47	Çerçeveleme	2	%0,69	Bilgisayar Öz-yeterliliği	1	%0,35
Lider-üye Etkileşimi	10	%3,47	Davranışsal Ekonomi	2	%0,69	Yapay Zeka	1	%0,35
Motivasyon	10	%3,47	Örgütsel Yenilikçilik	2	%0,69	Başarı Faktörleri	1	%0,35
Örgütsel Sinizm	9	%3,12	İş Yaşamında Yalnızlık	2	%0,69	Yönetim Bilişim Sistemi	1	%0,35
Pozitif Psikolojik Sermaye	9	%3,12	Bilgi Teknolojilerinde Bireysel Yenilik	2	%0,69	Çeviklik	1	%0,35
Tükenmişlik	9	%3,12	Takım Çalışması	2	%0,69	Küresel Liderlik	1	%0,35
Etik	8	%2,78	Kariyer Tatmini	2	%0,69	İş yerinde Mutluluk	1	%0,35
Öz Yeterlilik	8	%2,78	Örgütsel Yabancılaşma	2	%0,69	Psikolojik Sahiplenme	1	%0,35
Beş Faktör Kişilik Özelliği	8	%2,78	Açık İnovasyon	2	%0,69	Prososyal Sessizlik	1	%0,35
Yenilikçi İş Davranışı	7	%2,43	Örgütsel Sosyalleşme	2	%0,69	Yönetmel Patoloji	1	%0,35
İş Stresi	7	%2,43	Örgütsel Prestij	2	%0,69	Psikodinamik Liderlik	1	%0,35
Ses Çıkarma Davranışı	7	%2,43	Girişimcilik Niyeti	2	%0,69	Düşünme Becerileri	1	%0,35
Karar Verme ve Tarzları	6	%2,08	Temel Benlik Değerlendirme	2	%0,69	Kurumsallaşma	1	%0,35
İş yaşam Dengesi	6	%2,08	İş Ahlakı	2	%0,69	Çalışma Koşulları	1	%0,35
Yetenek Yönetimi	6	%2,08	Görev Performansı	2	%0,69	Karmaşık Devamlılık	1	%0,35
Duygusal Bağlılık	6	%2,08	Kurumsal Sosyal Sorumluluk	2	%0,69	Kendini Doğrulama Çabası	1	%0,35
Kişİ Örgüt Uyumu	6	%2,08	Ahlak	2	%0,69	İşe Gömülmüşlük	1	%0,35
Örgütsel Muhalefet	6	%2,08	Zorunlu Örgütsel Vatandaşlık	2	%0,69	Yönetim İnovasyonu	1	%0,35
İşe Adanmışlık	6	%2,08	Müzakere	2	%0,69	Çevre Dostu Davranışlar	1	%0,35
Çatışma	6	%2,08	Takım Uyumu	2	%0,69	Kariyer Bağlılığı	1	%0,35
Bilgi Paylaşımı	5	%1,74	Toplumsal Cinsiyet	2	%0,69	Örgütsel Zeka	1	%0,35
İş Yüğü	5	%1,74	Sosyal sermaye	2	%0,69	Anksiyete	1	%0,35
Örgütsel Öğrenme	5	%1,74	Örgüt Yapısı	2	%0,69	Sürdürülebilir Rekabet	1	%0,35
Duygusal Emek	5	%1,74	Sosyal Etkileşim	2	%0,69	Kariyer Yönetimi	1	%0,35
İş Aile Yaşam Çatışması	5	%1,74	Sosyal Medya Kullanımı	2	%0,69	Aidiyet	1	%0,35
İletişim	5	%1,74	Otokratik Lider	2	%0,69	Dünya Görüşü	1	%0,35
Örgütsel Güven	5	%1,74	Kişisel Gelişim	2	%0,69	Aktivist Kimlik	1	%0,35
Psikolojik Güven	5	%1,74	Sosyal Kaytarma	2	%0,69	Ruhsal Liderlik	1	%0,35

İşle Bütünleşme	5	%1,74	Mesleki Yeterlilik	2	%0,69	Tersine Mentorluk	1	%0,35
Kültürel Zeka	5	%1,74	Verimlilik	2	%0,69	Örgüt Yanlısı Yaklaşımlar	1	%0,35
Yaşam Doyumu	5	%1,74	Personel Güçlendirme	2	%0,69	Yaşam Kalitesi	1	%0,35
Etik İklim	4	%1,39	Örgütsel Değişim Karşısındaki Tutumlar	2	%0,69	Nomofobi	1	%0,35
Hofstede'in Kültürel Boyutları	4	%1,39	Strateji İletişimi	1	%0,35	Yüksek Performanslı Çalışma Sistemleri	1	%0,35
Politik Davranış	4	%1,39	Strateji Yayılımı	1	%0,35	Davranış Odaklı Yaklaşım	1	%0,35
Mutluluk	4	%1,39	Paydaş Güveni	1	%0,35	Örgütsel Kronizm	1	%0,35
Üretim Karşılı İş Davranışları	4	%1,39	Örgütsel Değerler	1	%0,35	Örtük Lider	1	%0,35
İşe Yabancılaşma	4	%1,39	Yönetimsel Değerler	1	%0,35	İşe Gidiş Dönüşte Harcanan Süre	1	%0,35
Kurumsal İtibar	4	%1,39	Bireysel kültür	1	%0,35	Takım Öğrenmesi	1	%0,35
Hizmetkar Lider	4	%1,39	Fedakarlık	1	%0,35	Bireysel Kariyer Çıktıları	1	%0,35
İç Girişimcilik	4	%1,39	Fedakar lider	1	%0,35	Farklılık İklimi	1	%0,35
Zeka	4	%1,39	Formalleşme	1	%0,35	Örgütsel Etkinlik	1	%0,35
Farklılık Algısı (Farklılık Yönetimi)	4	%1,39	Zamansal Motivasyon Teorisi	1	%0,35	İş yeri İlişkileri	1	%0,35
Yenilik	4	%1,39	Hiperbolik İndirgeme	1	%0,35	Narsizm	1	%0,35
Kişilik	4	%1,39	Gecikmeye Hassasiyet	1	%0,35	İKY Uygulamaları	1	%0,35
İnovasyon	4	%1,39	Yönetici Erdemleri	1	%0,35	Eleştirel Düşünme	1	%0,35
Psikolojik Güçlendirme	4	%1,39	Erdemli Liderlik	1	%0,35	Kurumsal Kimlik	1	%0,35
İş Doyumu	4	%1,39	Bireysel Değerler	1	%0,35	Öğrenilmiş Çaresizlik	1	%0,35
Psikolojik Sözleşme	4	%1,39	Durumsal Liderlik	1	%0,35	Matriyarkal Düzen	1	%0,35
Kuşaklar	4	%1,39	Zaman Yönelimi	1	%0,35	Sosyal Yapı	1	%0,35
Etkileşimci Lider	4	%1,39	İnanç	1	%0,35	Sanal Kaytarma	1	%0,35
Örgütsel Sessizlik	4	%1,39	TKY	1	%0,35	Teknoloji Liderliği	1	%0,35
Stratejik Yönetim	3	%1,04	Rol Çatışması	1	%0,35	Olumlu Duygulanım	1	%0,35
Ulusal Kültür Değerleri	3	%1,04	İKY Sistem Gücü	1	%0,35	Olumsuz Duygulanım	1	%0,35
Babacan Liderlik	3	%1,04	İş'te Gelişim	1	%0,35	Sosyal Ağlar	1	%0,35
Ağ kurma davranışı	3	%1,04	Ergonomi	1	%0,35	İlişkisel Sermaye	1	%0,35
Proaktif Kişilik	3	%1,04	Yönetici Algısı	1	%0,35	Örgütsel Esneklik	1	%0,35
Toksik Liderlik	3	%1,04	Paydaş	1	%0,35	Kültürel Sıkılık	1	%0,35
Rol Belirsizliği	3	%1,04	Sosyotropik-otonom Kişilik	1	%0,35	Örgütsel Değişim	1	%0,35
İşe Tutkunluk	3	%1,04	Bilgi İşşası	1	%0,35	Gelişime Açıklık(Bireysel)	1	%0,35
Mobbing	3	%1,04	Dengeli Kurumsal Karne	1	%0,35	İş yeri Memnuniyeti	1	%0,35
Psikolojik Esenlik (iyi oluş)	3	%1,04	Kaleydeskop Kariyer	1	%0,35	Yılmazlık	1	%0,35
Takım Performansı	3	%1,04	Aile Destekleyici Örgüt Algısı	1	%0,35	Kariyer Uyumu	1	%0,35
İş Sağlığı ve Güvenliği	3	%1,04	Akademik Başarı	1	%0,35	Dijitalleşme	1	%0,35
Etik Liderlik	3	%1,04	Kıskançlık	1	%0,35	Rekabet Kültürü	1	%0,35
İşe Bağlılık	3	%1,04	Duygular	1	%0,35	Bireysel Hesap Verebilirlik	1	%0,35
Çalışan Sessizliği	3	%1,04	Kurumsal Mantık	1	%0,35	Duygusal Sermaye	1	%0,35
Rasyonel Karar alma	3	%1,04	Vekilharçlık Kuramı	1	%0,35	Akış Deneyimi	1	%0,35
Örgüt İklimi	3	%1,04	Bilgi Teknolojileri	1	%0,35	Karizmatik Lider	1	%0,35
İş Güvencesi	3	%1,04	Hizmet Kalitesi	1	%0,35	Örgütsel Sağlık	1	%0,35
Endüstri 4.0	3	%1,04	Müşteri Memnuniyeti	1	%0,35	Üstün Niteliklilik	1	%0,35
Sosyal Destek	3	%1,04	Davranışsal Strateji	1	%0,35	Beyaz Yakalı	1	%0,35
Bireysel Yenilikçilik	3	%1,04	Benlik Kurguları	1	%0,35	Suç	1	%0,35
İzlenim Yönetimi	3	%1,04	Mesleki Gelecek	1	%0,35	Yönetim Kurulu	1	%0,35

			Zaman Beklentisi					
Otantik Liderlik	3	%1,04	Zaman Yönetimi	1	%0,35	Sanal Takım	1	%0,35
Sosyal Zeka	3	%1,04	Kriz Yönetimi	1	%0,35	Hedef Belirleme	1	%0,35
Entelektüel Sermaye	3	%1,04	Girişimcilik	1	%0,35	Allosentrizm	1	%0,35
Örgütsel Demokrasi	3	%1,04	Nörobilim	1	%0,35	İdiosentrizm	1	%0,35
Psikolojik Dayanıklılık	3	%1,04	Sapkın Davranışlar	1	%0,35	Duygusal Bulaşıcılık	1	%0,35
Kültürel Çeşitlilik	3	%1,04	Bilgi Yönetimi	1	%0,35	Sosyal Değişim Teorisi	1	%0,35
Paternalistik Liderlik	3	%1,04	Niyet Davranış Bozukluğu	1	%0,35	Taylorizm	1	%0,35
Değerler	2	%1,04	Düşünme Stili	1	%0,35	Sosyal Güç	1	%0,35
Kültür	2	%0,69	Aşırı Özgüven	1	%0,35	Örgütsel Yaratıcılık	1	%0,35
Kariyer Başarısı	2	%0,69	Ahlaki Zeka	1	%0,35	Değişim Yönetimi	1	%0,35
İş Biçimlendirme (çalışanın işini kendisinin biçimlendirmesi)	2	%0,69	Manipülasyon	1	%0,35	Bireysel Öğrenme Yeteneği	1	%0,35
Öz-Saygı	2	%0,69	Karlılık	1	%0,35	Hakiki Liderlik	1	%0,35
Erteleme	2	%0,69	Cam Tavan Algısı	1	%0,35	Dalkavukluk Davranışı	1	%0,35
Maneviyat	2	%0,69	Farkındalık	1	%0,35	Karanlık kişilik Özellikleri	1	%0,35
Presenteizm	2	%0,69	Çalışma Yaşamı Kalitesi	1	%0,35	Kariyer Planlama	1	%0,35
Kurumsal Sürdürülebilirlik	2	%0,69	Kandıрма	1	%0,35	Örgütsel Politika	1	%0,35
Rekabet Stratejileri	2	%0,69	Sosyal Kimlik Kuramı	1	%0,35	Örgütsel Aidiyet	1	%0,35
Örgütsel Mutluluk	2	%0,69	İlişkisel Enerji	1	%0,35	Cinsiyet Roller	1	%0,35
Ekstra Rol Davranışı	2	%0,69	Mizah	1	%0,35			
Aile İşletmeleri	2	%0,69	Kişi Yetenek Olgunluk Modeli	1	%0,35			

Tez başlıkları incelendiğinde üzerine en fazla araştırma yapılan konunun “Liderlik” olduğu görülmektedir. Liderlik örgütsel davranış alanında hem liderin tarzına ve davranış biçimine göre lider bağlamında hem de liderlik ettiği grup ve bu gruba olan olumlu-olumsuz etkileri açısından çalışanlar bağlamında büyük önem arz etmektedir. Liderlik tanımlanırken birçok literatürde üzerine söylenmiş birbirinden farklı düşünceler olsa da tüm bu kaynakların nerede ise hepsinin en büyük ortak noktası liderliğin önemidir. Çünkü liderin başarısız olduğu her yer bu durumdan yıkıcı bir şekilde etkilenmektedir (Gandolfi ve Stone 2018: 262). Bu bağlamda lider, çalışanlara onların bir işi ne kadar iyi yapabileceklerini göstererek ilham veren ve onları motive ederek yapabileceği en iyi şeyleri ortaya çıkarabilen kişidir (O’toole 2000: 23). Eğer lider olan kişi takipçilerini etkileyemez, motive edemez ve harekete geçiremezse örgüt hedeflerine hiçbir zaman ulaşamayacaktır. Dolayısı ile liderlik örgütün ve örgütsel davranış alanının en önemli ve en çok üzerinde durulan araştırma konularından biridir. Doktora tezleri incelendiğinde liderlik konusunda yapılan çalışmaların önemli bir kısmını dönüştürücü liderlik ve lider-üye etkileşimi oluşturmaktadır. Yoğun değişimlerin oldukça hızlı bir şekilde yaşandığı dinamik bir çağda örgütlerin de bu hızlı değişimlere ayak uydurması bir zorunluluktur. Bu bağlamda dönüştürücü liderler değişim ihtiyacını tanımlayarak örgütteki çalışanları değişim için ikna ederek değişimin öncüsü olurlar (Karcioğlu ve Kaygın 2013: 105). Her dönem için önemi tartışılmaz olan değişim özellikle içinde bulunduğumuz dönem için büyük öneme sahiptir. Örgütlerde bu değişimi yöneten ve yönlendiren liderler literatürde de çokça üzerinde durulan önemli bir yere sahiptir. İncelenen doktora tezlerinde liderlik üzerine yapılan çalışmaların yine büyük bir çoğunluğu lider-üye etkileşimi üzerine yapılmıştır. Bu teori liderin izleyicileri ile karşılıklı etkileşiminin bireysel ve örgütsel sonuçlarını kapsamaktadır (Özutku vd. 2008: 193). Lider-üye etkileşimi tek başına örgütsel davranış literatüründe çok önemli bir yere sahip olmakla birlikte bu etkileşimin çalışanlar üzerinde yarattığı etki de örgütsel davranış literatürüne katkı sağlamaktadır. Yapılan araştırmalarda lider-üye etkileşiminin örgütlerde çalışanlar üzerinde tükenmişlik, işten ayrılma niyeti, iş tatmini, örgütsel bağlılık açısından belirleyici rol oynadığını ortaya koymaktadır (Bolat 2011; Şahin 2011; Çekmelioglu ve Ülker 2014).

İş-gören performansı örgütsel davranış alanında yazılan doktora tezlerinin önemli bir kısmını kapsayan bir diğer konu olarak ortaya konmaktadır. Yine tek başına örgütsel davranış alanında önemli bir konu olan iş-gören performansı, performansı etkileyen faktörler açısından da örgütsel davranış alanında önemli araştırmaların yapıldığı bir konudur. Örgütlerin varlığının temel sebeplerinden biri olan kar etme amacı çalışan performansı ile

yakından ilişkilidir. Dolayısı ile performansı olumlu ve olumsuz anlamda etkileyen bütün faktörler hem işletme hem de örgütsel davranış alanının en önemli araştırma konusunu oluşturmaktadır.

Örgütsel davranış alanında yazılan doktora tezlerinin önemli kısmını oluşturan bir diğer konu örgütsel bağlılıktır. Örgütsel bağlılık örgütlerin devamlılığı için gerekli olan birçok faktörü olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir. Örgütsel bağlılığı düşük çalışanların işten ayrılma, düşük performans gösterme, devamsızlık, gecikme ve benzer geri çekilme davranışlarını gerçekleştirme olasılığı daha yüksektir (Reichers 1985: 467). Bununla birlikte örgütsel bağlılığın etkilediği birçok önemli faktör bulunmaktadır. Bu bağlamda örgütsel bağlılık hem ülkemizde hem de uluslararası literatürde 1960'lı yıllardan bu yana üzerine en fazla araştırma yapılan örgütsel davranış konularından biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Örgüt kültürü örgütsel davranış alanında yazılan tezlerin önemli bir kısmını oluşturan bir diğer konu olarak görülmektedir. Örgütlerdeki yönetim politikası ve stratejiler, çalışma ilkeleri, tutum ve davranışlar, roller, değer ve normlar, semboller, gelenekler ve alışkanlıkların tümü ile birlikte insana dair geri kalan her şey o örgütün kültürünü oluşturmaktadır (Berberoğlu 1990: 155). Dolayısı ile örgüt kültürü etki alanının genişliği nedeni ile örgütsel davranış literatüründe çok önemli bir yere sahiptir. Çünkü bir örgütün kültürünü oluşturan tüm etmenler o örgütün insan kaynağına bakış açısının da göstergesidir. Dolayısı ile bir örgütün sahip olduğu kültür yapısı örgütte çalışanların davranışları ile karşılıklı ve ayrılmaz bir etkileşim halindedir. Bu bağlamda örgüt kültürü, bugün olduğu gibi örgütsel davranış alanında her dönem önemini koruyacak konulardan biri olacaktır.

İş tatmini örgütsel psikoloji alanında en kapsamlı olarak araştırılan konu olmasının yanında bireysel tutum ve davranışların çoğu teori ve modelinde çok önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte bireysel anlamda kişinin özel hayatı ile de etkileşim halinde olması açısından iş tatmini çok önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Timothy ve Ryan 2008: 393). Yaptığı iş ve mesleği bireyin hayatında çok önemli bir yere sahiptir. Kişinin yaptığı işe olan tatmin duygusu hem örgütteki performansına hem de özel hayatındaki refaha büyük ölçüde yansımaktadır. Bu bağlamda iş tatmini konusu hem ülkemizde hem de uluslararası literatürdeki yoğunluğunun yanında, son 3 yılda yazılmış olan doktora tezlerinde de üzerinde çok durulan ve önem verilen konuların başında geldiği görülmektedir.

Örgütsel adalet, örgütsel davranış alanında son 3 yılda yazılan doktora tezlerinde en çok üzerinde durulan bir diğer konudur. Bireyler özel hayatında olduğu gibi profesyonel hayatta da kendilerini dahil oldukları grubun diğer üyeleri ile karşılaştırma eğilimindedir. Bu karşılaştırma sonucunda aynı ya da benzer işleri yaptığı grup üyesi ile farklı şekilde ödüllendirildiğini ya da farklı haklara sahip olduğunu düşünen çalışanların örgütte üretkenlik karşıtı davranışlarda bulunması olası olarak görülmektedir. Nitekim Colquitt (2012: 1) yapılan birçok araştırmada çalışanların adalet algılarının örgütsel bağlılık, yönetime olan güven, vatandaşlık davranışı, üretken olmayan davranış ve görev performansı ve bunlar dışında temel tutum ve davranışlardaki farklılıkları da açıkladığını belirtmektedir. Bu bağlamda örgütsel adalet literatürde önemini hiçbir zaman kaybetmeyecek en önemli konulardan biri olacaktır.

Kişilik birçok alanda olduğu gibi örgütsel davranış alanında da üzerinde durulan konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütsel davranış alanında yazılan doktora tezlerinin önemli bir kısmını kişilik konusu oluşturmaktadır. Kişilik konusu örgütler için çalışan davranışlarını anlama, işe alımlarda değerlendirme, örgütsel çıktılardaki etkisi açısından son derece önem arz etmektedir (Özsoy ve Yıldız, 2013).

Örgütsel vatandaşlık doktora tezlerinde üzerinde durulan bir diğer önemli konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Örgütsel vatandaşlık tek başına bir değişken olarak örgütsel davranış alanında çok önemli bir konu olmakla birlikte bu davranışa etki eden faktörler ve bu davranışın sonuçları açısından da alana katkısı çok fazla olan konulardan biridir.

Tezlerde en fazla kullanılan anahtar kelimelere bakıldığında başlıklarda kullanılan ifadelerin dışında işten ayrılma niyetinin de sıkça vurgulandığı görülmektedir. Bireyin işten ayrılma niyeti ve sonuç olarak bunu gerçekleştirmesi hem işletmenin uğrayacağı kayıplar açısından hem de çalışanın psikolojik durumu açısından önem arz etmektedir. İşten ayrılma niyeti bir süreçtir ve bu süreç çalışmanı motivasyonel anlamda çöküntüye uğrattığı gibi, çalışanın performansında da olumsuz etkiler yaratması olasıdır. Bu süreç sonunda işten ayrılma niyetini gerçekleştiren çalışanlar ise örgütün personel devir oranını hızlandıracaktır. Personel devir hızının yüksek olması örgütler için birçok açıdan olumsuz bir durumdur. Bununla birlikte işten ayrılma niyeti bireyin işinde mutlu olmadığı anlamına gelmektedir. Dolayısı ile birey için olumsuz bir durumu ifade eden bu niyet sebepleri ve sonuçları açısından birey için bir mutsuzluk durumu oluşturmaktadır. Çalışan psikolojisi açısından da işten ayrılma niyeti özellikle sebepleri açısından önemli bir araştırma konusudur.

5. SONUÇ

Yapılan araştırma ve literatür de göz önüne alındığında örgütsel davranış çalışmalarının ülkemizdeki genel seyrinin uzun yıllardır çok değişmediği görülmektedir. Özellikle liderlik, performans, örgütsel bağlılık, örgüt kültürü, iş tatmini, örgütsel adalet, kişilik, örgütsel vatandaşlık konuları örgütsel davranış alanında uzun yıllardır üzerine en fazla çalışma yapılan konuların başında gelmektedir. Bununla birlikte işten ayrılma niyeti, motivasyon, psikolojik sermaye, duygusal zeka, örgütsel destek, tükenmişlik, sinizm, örgütsel özdeşleşme, iş yaşam dengesi, inovasyon konularında örgütsel davranış alanında yazılan doktora tezlerine büyük oranda konu olmaktadır. Dikkat çeken bir diğer konu ise dijitalleşen örgütlerde yaşanan önemli sorunlardan biri olan çalışanların teknoloji karşısındaki tutumlarının örgütsel davranış alanındaki tezlerde çok fazla çalışılmamış olmasıdır. Teknoloji karşısında değişen çalışan tutumları örgütler için son derece önem arz etmektedir. Gelişen teknolojinin örgütlerde çalışanlar üzerinde yarattığı psikolojik etkiler, teknolojinin yarattığı örgütsel değişime çalışanların ne şekilde ve ne hızda ayak uydurabildiği, değişen örgüt kültürü ve iş yapma biçimlerine çalışanın ne ölçüde uyum sağlayabildiği ve bu konulardaki çalışan tutumu örgütsel davranışın önemli bir çalışma alanını oluşturmaktadır. Bununla birlikte yine özellikle günümüzde büyük önem arz eden zamanı yönetebilmek ve erteleme alışkanlığı örgütsel davranış alanındaki tezlerde üzerine daha fazla çalışma yapılması gereken önemli konulardandır. Geçmişten bugüne zaman yönetimi konusunda yapılan çalışmaların bugün de hız kesmeden devam etmesi gerekliliği, günümüzde zamanı yönetmenin geçmişten daha zorunlu bir hal almasının bir sonucudur. Gerek gelişen teknolojinin insan hayatında kapladığı zaman ve sanal caydırıcılar gerekse gün geçtikçe yoğun bir şekilde artan rekabet bugün zamanı verimli kullanmayı çok daha zorunlu hale getirmektedir. Yapılan bu araştırma örgütsel davranış alanında lisansüstü tez çalışmalarının geleceğine ışık tutmak ve fikir vermek açısından önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

1. Berberoğlu, G. (1990). Örgüt Kültürü ve Yönetimsel Etkinliğe Katkısı. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 153-161.
2. Bellek M., Aykan E. & Koparan E. (2020). Örgütsel Davranış Çalışmaları Türkiye’de ve Dünyada Ne Şekilde İlerlemektedir? Örgütsel Davranış Kongresi ve Academy Of Management Bildirilerinin Karşılaştırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (2), 569-587.
3. Bolat, O. İ. (2011). Lider Üye Etkileşimi ve Tükenmişlik İlişkisi. *İşgüç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 13(2), 63-80.
4. Çekmecelioğlu, H. G., & Ülker, F. (2014). Lider-üye etkileşimi ve çalışan tutumları üzerindeki etkisi: eğitim sektöründe bir araştırma. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (28), 35-58.
5. Colquitt, J. A. (2012). Organizational justice. In S. W. J. Kozlowski (Ed.) *The Oxford Handbook of Organizational Psychology Vol.1* 526-547 New York.
6. Coşkun, H. E., & Tabak, A. (2017). Örgütsel Davranış Çalıştığımızda Aslında Ne Çalışıyoruz? Türkiye’de Yapılan Lisansüstü Tezler Üzerinden Bir Değerlendirme. *İş ve İnsan Dergisi*, 4(2), 101-111.
7. Duygulu, E., & Sezgin, O. B. (2015). Türkiye’de örgütsel davranış yazını doktora tezlerine yönelik bir inceleme. *İş ve İnsan Dergisi*, 2(1), 13-25.
8. Gandolfi, F., & Stone, S. (2018). Leadership, leadership styles, and servant leadership. *Journal of Management Research*, 18(4), 261-269.
9. Gümüş, A., & Yeksan, Ö. Ulusal Turizm Kongrelerinde Örgütsel Davranış Alanında Yapılan Bildirilerin Bibliyometrik Analizi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 153-175.
10. Kalwani, S., & Mahesh, J. (2020). Trends in Organizational Behavior: A Systematic Review and Research Directions. *Journal of Business & Management*, 26(1).
11. Karcioğlu F., Kaygın E. (2013). Dönüştürücü Liderlik Anlayışının Yaratıcılığa ve Yeniliğe Etkisi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(5), 99-111.
12. KIZILDAĞ, D., & Özkara, B. (2014). Türkiye’de örgütsel davranış araştırmalarındaki yönelimler: Ulusal yönetim ve organizasyon kongresi örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28), 611-631.
13. Mücevher, M. H., Demirgil, Z., Çetinceli, K., & Özdemir, K. (2020). Örgütsel Davranış Alanındaki Yönelimler: Örgütsel Davranış Kongrelerinde Sunulan Bildirilerin Bibliyometrik Analizi. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 24-36

14. Okutan, E., & Turdı, M. Örgütsel Davranış Alanında Yapılan Çalışmaların Değerlendirmesi: Web Of Science Örneği. Seçme Yazılar-Iv, 95
15. O'toole, J. (2000). Leadership a to z. ESENSI.
16. Özutku, H., Veysel, A., & Cevrioğlu, E. (2008). Lider-üye etkileşim teorisi çerçevesinde, yönetici-ast etkileşimi ile örgütsel bağlılık boyutları ve iş performansı arasındaki ilişki: Ampirik bir inceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(2), 193-210.
17. Özsoy, E., & Yıldız, G. (2013). Kişilik Kavramının Örgütler Açısından Önemi: Bir Literatür Taraması. *İşletme Bilimi Dergisi*, 1(2), 1-12.
18. Reichers, A. E. (1985). A review and reconceptualization of organizational commitment. *Academy Of Management Review*, 10(3), 465-476.
19. Şahin, F. (2011). Lider-üye etkileşimi ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki üzerinde cinsiyetin etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(2), 277-288.
20. Şahin, M. D., & Yangıl, F. M. (2018). Türkiyede örgütsel davranış yazınına bir bakış: 2012-2016 yılları arasında yayımlanmış üniversite sosyal bilimler dergileri üzerine içerik analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 371-383
- Timothy, A. J., & Ryan, K. (2008). Job Satisfaction: Subjective well-being at work. In *The science of subjective well-being* (pp. 393-413). New York: The Guilford Press
21. Ültay, E., Akyurt, H., & Ültay, N. (2021). Sosyal Bilimlerde Betimsel İçerik Analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 188-201.

e-ISSN:2587-2168



Year: 2022

Vol: 8 Issue: 44

pp 575-586

Article ID

63952

Arrival

07 July 2022

Published

31 AUGUST 2022

DOI NUMBER<http://dx.doi.org/10.29228/ideas.63952>**How to Cite This Article**

Samırkaş, M. C. & Samırkaş Komşu, M.

(2022). "Emtia

Piyasalarında Fiyat

Balonları: Covid-19

Dönemi İçin Bir

İnceleme",

International Journal of

Disciplines Economics

& Administrative

Sciences Studies, (e-

ISSN:2587-2168), Vol:8,

Issue:44; pp: 575-586



International Journal of
Disciplines Economics &
Administrative Sciences
Studies is licensed under a
Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License.

Emtia Piyasalarında Fiyat Balonları: Covid-19 Dönemi İçin Bir İnceleme

Price Bubbles in Commodity Markets: A Review for the Covid 19 Period

Mustafa Can Samırkaş¹ Meryem Samırkaş Komşu² ¹ Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Erdemli Meslek Yüksekokulu, Finans-Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Mersin, Türkiye² Doç. Dr., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Mersin, Türkiye**ÖZET**

Çalışma kapsamında emtia fiyatlarındaki fiyat balonları SADF ve GASDF testleriyle sınanmıştır. Çalışmanın periyodu olarak da fiyat dalgalanmalarının yoğun olduğu pandemi dönemi ele alınmış, pandeminin başladığı ilk tarih olan 17.11.2019 ile 26.06.2022 tarih aralığı seçilmiştir. Ayrıca dünyada enerji ve tarımsal ürün üretiminde önemli bir yere sahip iki ülke arasında olan, 24 Şubat 2022 tarihinde başlayan ve halen devam eden Rusya ve Ukrayna savaşının (Rusya'nın Ukrayna'yı işgali) da çalışma periyodu içinde olması önem arz etmektedir. Çünkü savaşın başlaması ve akabinde Rusya'ya uygulanan yoğun yaptırımların da küresel anlamda oluşan fiyat dalgalanmalarında önemli bir rolü olduğu şüphesizdir.

Çalışma kapsamında Altın, Gümüş, Petrol, Doğalgaz, DJ-Tahıl Endeksi, DJ-Metal Endeksi ve DJ-Tüm Emtia endeksi serilerindeki fiyat hareketleri hem SADF hem de GSADF testi ile sınanmıştır. Her iki testte de gümüş, petrol, DJ-Tahıl ve DJ-Tüm Emtia endeksinde fiyat balonlarına rastlanırken, GSADF testinde SADF testinden farklı olarak DJ-Metal endeksinde de çoklu fiyat balonları tespit edilmiştir. Yine her iki testte de altın fiyatlarında balon tespit edilememiş olup, GSADF testinde SADF testinden farklı olarak doğal gaz serisinde de fiyat balonu tespit edilememiştir. Araştırmanın bulguları göstermiştir ki, ele alınan pandemi döneminde bir çok emtia da fiyat balonları oluşmuştur, yani fiyatların temel değerinden saptığı tespit edilmiş olup, bu durum piyasa aksaklığının bir göstergesi olarak kabul edilebilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Emtia Piyasaları, Fiyat Balonları, Covid 19 Salgını**ABSTRACT**

Within the scope of the study, price bubbles in commodity prices were tested with SADF and GASDF tests. The period of the study was also considered as the pandemic period when price fluctuations were intense, and the date range of December 17, 11, 2019 and 26, 06, 2022, the first date when the pandemic began, was selected. In addition, it is important that the war between Russia and Ukraine (Russia's occupation of Ukraine), which started on February 24, 2022 and still continues, between two countries that have an important place in the production of energy and agricultural products in the world, is also in the working period. Because it is no doubt that the beginning of the war and the intense sanctions imposed on Russia after the war also played an important role in the price fluctuations of the global situation.

Within the scope of the study, price movements in the Gold, Silver, Oil, Natural gas, DJ-Grain Index, DJ-Metal Index and DJ-All Commodity index series were tested with both SADF and GSADF tests. While price bubbles were found in the silver, oil, DJ-Grain and DJ-All Commodity indexes in both tests, multiple price bubbles were detected in the DJ-Metal index in the GSADF test, unlike the SADF test. Again, no bubble was detected in gold prices in both tests, and unlike the SADF test, no price bubble was detected in the natural gas series in the GSADF test. The findings of the study showed that price bubbles occurred in many commodities during the pandemic period, that is, it was determined that the prices deviated from their fundamental value, which can be considered as an indicator of market failure.

Keywords: Commodity Markets, Price Bubbles, Covid 19 Pandemic**1. GİRİŞ**

2019 yılının Kasım ayında Çin'in Hubei Eyaletinin Wuhan şehrinde ortaya çıkan ve kısa sürede pek çok ülkeyi etkisi altına alan COVID-19, 11 Mart 2020 tarihinde 110 ülkeye yayılmış olması ve tespit edilen toplam vaka sayısının 118.000 olması nedeniyle Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) tarafından bir pandemi olarak ilan edilmiştir (Eren vd 2021:70). Tüm dünyaya yayılan Covid-19 salgını insan hayatını olumsuz etkileyerek hükümetlerin hastalığın yayılmasını önlemek için çeşitli tedbirler almasını zorunlu kılmıştır. Bu kısıtlamalar uluslararası seyahatlerin durdurulması, gümrük kapılarının kapatılması, sokağa çıkma yasağı gibi geniş kapsamlı olmakla birlikte ekonomik açıdan bir takım olumsuzlukları da beraberinde getirmiştir (Korkmaz,2021). Salgının yayıldığı tüm ekonomilerde ulaşım, turizm ve ticaret başta olmak üzere önemli hizmet sektörlerinde yaşanan talep daralması arz şoklarına da yol açarak üretimin azalmasına neden olmuştur (Bahar ve Çelik İlal,2020:128). Talep ve arz şoklarının yaşanması ile birlikte reel sektör olumsuz etkilenirken bu süreç finansal piyasalarla birlikte emtia piyasalarını da etkilemiştir. Pandemi başta petrol, altın ve gümüş olmak üzere emtia piyasalarında ciddi dalgalanmalara neden olmuştur. Örneğin petrol fiyatlarındaki en sert düşüşe neden olan seyahat kısıtlamaları nedeniyle talepteki aşırı düşüş petrol piyasasını ciddi şekilde etkilenmiştir (Rajput vd,2021:6564).

2022 yılına gelindiğinde COVID-19 pandemisinin etkilerinin azalarak devam etmesi ve bununla birlikte uluslararası alanda yaşanan siyasi (Rusya-Ukrayna savaşı) ve ekonomik gelişmeler (gelişmiş ve gelişmekte olan

ülkelerde görülen yüksek enflasyon) emtia piyasalarında hareketliliğe neden olmaktadır. Bu çalışmanın amacı alan yazınında önemli bir yeri olan ve bir ekonomik varlığın fiyatında meydana gelen hızlı artışlar olarak ifade edilen fiyat balonlarını COVID-19 pandemisi sonrası emtia piyasaları için incelemektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde farklı şekillerde tanımlanan fiyat balonları ekonomik bir varlığın fiyatında meydana gelen hızlı artışlar olarak tanımlanmaktadır (Garber, 2000:4; Korkmaz vd. 2016:30). Brunnermeier (2008), ciddi fiyat yükselişleri ve onları takip eden çöküşler olarak fiyat balonlarını ifade etmektedir (Akt. Oran, 2011:152). Başka bir tanımda ise fiyat balonları, bir ekonomik varlığın değerinin sürekli bir biçimde temel değerinden sistematik olarak sapması şeklinde ifade edilmiştir (Samırkaş, 2021:318). Literatürde hisse senedi piyasası başta olmak üzere, konut piyasası, değerli madenler piyasası, döviz piyasası ve kripto para piyasası gibi alanlarda fiyat balonları üzerine yapılmış çalışmalar mevcuttur. Çalışmanın konusunu oluşturan emtia piyasalarında fiyat balonları ile ilgili çalışmalar mevcut olmakla birlikte COVID 19 pandemisinden sonra yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Aşağıda çalışmamız açısından önemli olan COVID 19 öncesi ve sonrası yapılan bazı çalışmalar kısaca özetlenmeye çalışılmıştır.

Balcılar vd (2014), West Texas Intermediate'in (WTI) 1986:01:02–2013:07:09 kapsayan günlük ABD doları kapanış ham petrol fiyatlarını kullanarak petrol fiyatlarındaki balonları ve çöküşleri belirlemeyi amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda ham petrol fiyatlarında ikisi 2000 öncesi, ikisi 2000 sonrası olmak üzere dört farklı kalıcı balon ve çöküş dönemleri bulmuşlardır. Yazarlar petrol fiyatlarındaki artışların spekülasyondan ziyade piyasanın etkinliğinin her türlü bilgiye yansımaları olarak değerlendirmektedirler. Petrol fiyatlarının oluşumunda vadeli işlem piyasalarının rolünü daha iyi anlamak için daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu da çalışma da belirtilmiştir.

Assenmcher ve Czudaj (2014), çalışmalarında Ocak 1991 ile Ekim 2011 dönemi için endüstriyel metal olan alüminyum, bakır, çinko ve nikeldeki fiyat balon oluşumlarını birim kök testlerinden SADF yöntemini kullanarak incelemişlerdir. Araştırmanın sonucunda, bakır ve nikel fiyatlarında balonların oluşumuna ilişkin bulgular elde edilmişken diğer madenler için böyle bir durumun olmadığı belirtilmiştir.

Zhang ve Yao (2016), Kasım 2001-Aralık 2015 döneminde ham petrol, dizel ve benzin piyasalarında LPPL (Log-periyodik güç yasası) modelini kullanarak belirtilen dönemlerde dinamik fiyat balonlarının varlığını araştırmışlardır. Elde edilen bulgulara göre petrol fiyat balonları sadece Kasım 2001-Temmuz 2008 döneminde görülmüştür. Ayrıca, ham petrol ve motorin fiyatlarının çoğunlukla balonlardan kaynaklandığı, ancak benzin fiyatlarının ağırlıklı olarak piyasa kaynaklı olduğu ifade edilmiştir.

Korkmaz vd (2016), 2002:1-2016:5 dönemini kapsayan çalışmalarında, alternatif yatırım araçlarında ortaya çıkan balonların Borsa İstanbul 100 (BIST 100) endeks getirisi oynaklığı üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Belirtilen dönem için veri olarak, aylık altın fiyatı, TL/ABD Doları, TL/Euro döviz kuru, mevduat faiz oranı ve BIST 100 endeks değerleri kullanılmıştır. Fiyat balonlarının tespiti için SADF ve GSADF testleri kullanılırken, BIST 100 endeksindeki oynaklığı belirlemek amacıyla TGARCH modeli kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; altın ve dolar kurunda meydana gelen artışların BIST 100 endeksi oynaklığını arttırdığı, bununla birlikte altın fiyatlarında balonların oluştuğu ve balonların BIST 100 endeks oynaklığını azalttığı bulgusu tespit edilmiştir.

Su vd (2017), GSADF birim kök testini kullanarak demir cevheri fiyatlarında birden fazla balon olup olmadığını araştırmışlardır. Ampirik sonuçlar, Ocak 1980'den Aralık 2016'ya kadar dört balonun var olduğunu tespit etmiştir. İlk üç balon Çin'den gelen aşırı talep, sınırlı arz, yüksek düzeyde endüstriyel yoğunluk ve yıllık referans fiyatlandırma mekanizması ile açıklanırken, son balon 2008 küresel finans krizinin olumsuz etkisiyle açıklanmıştır. Bu bulgular, baloncukların nedenlerinin araştırılmasından elde edilen önemli ekonomik ve politik çıkarımlara sahiptir ve demir cevheri fiyatındaki dalgalanma nedeniyle reel ekonomi üzerindeki etkiyi azaltmak için gereken önlemlerin alınması gerektiği ifade edilmiştir.

Pan (2018), SADF ve GSADF birim kök testleri ile Ocak 1990'dan Ekim 2017'ye kadar olan dönemde değerli metallerdeki (spot altın, spot gümüş, altın vadeli işlemler ve gümüş vadeli işlemler) fiyat balonlarını ve ayrıca balonlar ve piyasa duyarlılığı (VIX) arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmaya kontrol değişkenleri olarak; enflasyon oranı, 10 yıllık ABD devlet tahvili getirileri ve ABD doları endeksi olarak dahil edilmiştir. Çalışmanın sonucunda spot altın, spot gümüş, altın vadeli işlemleri ve gümüş vadeli işlem piyasalarında fiyat balonlarının varlığı tespit edilmekle birlikte özellikle finansal kriz ile Avrupa borç krizine karşılık gelen 2008 ve 2011 yıllarında altın ve gümüş fiyatlarında balonların oluşumu ile ilgili güçlü kanıtlar elde edildiği tespit edilmiştir.

Koy (2018), Eylül 2010'dan Şubat 2011'e kadar olan dönemde Hindistan emtia piyasasında (MCX), SADF ve GSADF testlerini kullanarak bazı metal vadeli işlem fiyatlarında (bakır, kurşun, nikel, çinko ve alüminyum) balonların varlığını incelemiş ve bu varlıklarda aşırı fiyat hareketleri oluştuğunu tespit etmiştir. Ayrıca Hindistan'da bakır vadeli işlem piyasasında da balon olduğu tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında türev enstrümanlardaki fiyat dalgalanmaları ABD ve Avrupa piyasalarıyla kıyaslanmış olup, benzer dalgalanmalar olduğu tespit edilmiş ve bu fiyat dalgalanmalarının Hindistan'a özgü olmadığı sonucuna varılmıştır.

Çelik vd. (2019), değerli metallere altın, gümüş, platin ve paladyum fiyatlarının oluşumunda fiyat balonlarının varlığını 01.01.2010- 19.02.2019 dönemi için incelemişlerdir. Günlük frekanslı verileri dikkate alındığı çalışmada fiyat balonunun oluşum ve sona erme dönemlerini ortaya koyabilmesi için RtADF, SADF ve GSADF yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, incelenen dönemde fiyat balonları altın, gümüş ve platin için geçerli iken pladyum için geçerli değildir.

Akdağ ve Koçbulut (2019), Ocak 2011 ile Haziran 2019 arasında günlük verileri kullanarak, birim kök testi GSADF ile altın, gümüş, platin fiyatlarında balonların var olup olmadığını test etmişlerdir. Pladyum için ise Ocak 2014 ile Haziran 2019 tarihleri arasındaki günlük veriler alınmıştır. Analiz sonucunda incelenen dönemlerde kıymetli madenlerin fiyatlarında balonların var olduğu tespit edilmiştir.

Floros ve Galylianakis (2020), çalışmalarında hem Brent hem de ham petrol fiyatları ile emtia enerji endeksinde (CEI) oluşan olası balonları incelemişlerdir. Petrol fiyatları için 1987-2020, CEI için 1990-2020 dönemi ele alınmıştır. Çalışmanın sonucunda Brent ham petrol fiyatı için dört balon dönemi belirlenirken (1990:09–1990:10, 2005:03–2006:08, 2007:04–2008:09, 2011:03–2012:04), ham petrol fiyatı için üç balon dönemi (1990:09–1990:10, 2005:03–2006:09, 2007:06–2008:09) belirlenmiştir. Ayrıca petrol fiyatlarında oluşan balonların CEI'da balon oluşmasına neden olduğu ifade edilmiştir.

COVID-19 döneminden sonra emtia piyasası üzerine yapılan çalışmalar incelediğinde başta petrol ve altın olmak üzere diğer madenlerin fiyatlarında yaşanan değişimler ele alınmıştır. Albuiescu (2020), COVID-19 rakamlarının ham petrol fiyatları üzerindeki etkisini araştırmıştır. Bu amaçla, petrol fiyatı, finansal oynaklık, ABD'de deki ekonomik politika belirsizliği ve COVID-19 arasındaki ilişkinin uzun vadeli bir dengeye doğru yakınsayıp yakınsamadığını Otoregresif Dağıtılmış Gecikme (ARDL) yöntemi ile analiz etmiştir. Çalışmanın örnekleme 21 Ocak 2020 – 09 Mart 2020 (49 gözlem) dönemini kapsamaktadır. Çalışmanın sonucunda, günlük olarak bildirilen COVID-19 yeni enfeksiyon vakalarının uzun vadede ham petrol fiyatları üzerinde marjinal bir olumsuz etkisi olduğunu göstermektedir. Ancak finansal oynaklık ve ekonomik politika belirsizliğinin petrol fiyatları üzerindeki etkisinin Corona Virüsün yaratmış olduğu etkiden daha da etkili olduğu vurgulanmıştır.

Sarı ve Kartal (2020), Covid-19'un finansal piyasalar ve emtia piyasaları üzerinde etkisini araştırdıkları çalışmada, 22 Ocak 2020 ve 20 Nisan 2020 dönemi dikkate alınmış ve günlük veriler kullanılarak analiz yapılmıştır. COVID-19 günlük vaka sayılarının, ARDL Sınır Testi kullanılarak altın fiyatları, petrol fiyatları ve VIX Endeksi üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda, vaka sayıları ve altın fiyatları arasında ve vaka sayıları ve VIX Endeksi arasında aynı yönlü bir ilişki tespit edilmiş olmakla birlikte vaka sayıları ve petrol fiyatları arasında herhangi bir eş bütünleşme ilişkisi olmadığı görülmüştür. Çalışmanın diğer önemli bir sonucu ise, COVID-19 vaka sayılarının altın fiyatları ve VIX Endeksinin önemli derecede etkilediğidir.

Korkmaz (2021), çalışmasında petrol, altın, gümüş, platin ve paladyumun olmak üzere salgının emtia piyasalarına etkisini incelemiştir. Derleme niteliğindeki çalışmada, pandemiden kaynaklı özellikle enerji talebinin azalması ile birlikte üretimin düştüğü ve bu nedenle petrol fiyatlarının aşağı yönlü hareket ettiği vurgulanmıştır. Altın fiyatları incelendiğinde, salgının dünyaya yayılmaya başladığı ilk dönem olan Ocak ayından itibaren fiyatların yukarı yönlü hareket ettiği tespit edilmiştir. Bunun nedeni olarak da, pandeminin yarattığı ekonomik belirsizlikler yatırımcıları daha güvenli gördükleri altına yöneltmiştir. Altın talebinin artması ile fiyatlar yukarı yönlü hareket etmiştir. Çalışmada diğer kıymetli madenler gümüş, platin ve paladyumun fiyatları da pandemiden sonra düşmüştür. Benzer bir derleme çalışmayı Rajput vd. (2021) yapmıştır. Covid-19'un emtia piyasalarına etkisini inceledikleri çalışmada, salgının yayılmasının, ekonomik faaliyetleri aniden durması nedeniyle petrol fiyatlarında ve talebinde ani düşüşe neden olduğu belirtilmiştir. Petrol dışındaki emtiaların da arz ve talepte ani bir düşüşle karşı karşıya kalabileceği belirtilmiştir. Ayrıca, pandemi durumu kısa sürede ortadan kalkmazsa ve derinleşirse, ciddi ekonomik daralmalar endüstriyel emtia talebinde ve fiyatlarında daha fazla düşüşe neden olabileceği vurgulanmıştır.

Umar vd (2021), Covid pandemisinin çeşitli emtia sınıflarını kapsayan emtia fiyatlarındaki oynaklığı nasıl etkilediğini 2020'nin ilk yedi ayı için incelemişlerdir. Covid-19 Dünya Çapında Panik Endeksi (PI) ve emtia fiyatlarının günlük verilerini kullanarak panik endeksi ile emtia fiyatlarındaki hareketler arasındaki düşük, orta

ve yüksek tutarlılık aralıklarını belirlemeye çalışmışlardır. Çalışmanın sonucunda ,Covid-19 pandemisi gibi sistemik bir olay ile emtia piyasası oynaklığı arasında yüksek korelasyon olduğunu belirtilmiş ve riskten korunmak için alternatif varlıkların önemi vurgulanmıştır.

3. YÖNTEM

Çalışma kapsamında Covid-19 döneminde emtia piyasalarında fiyat balonlarının varlığının tespit etmek amacıyla alan yazınında sıklıkla kullanılan Phillips, Wu, ve Yu (2011) tarafından geliştirilen ve sağ kuyruklu birim kök testine dayanan Supremum ADF ya da Eküs ADF (SADF) (PWY) modeli ile Phillips, Shi ve Yu (2015) tarafından geliştirilen genelleştirilmiş SADF (Generalized Supremum ADF - Genelleştirilmiş Eküs ADF) (GSADF) (PSY) testleri kullanılmıştır.

SADF testi ADF testinin sürekli olarak tekrarlayan tahminlemesine dayanmaktadır. Karşılık gelen ADF istatistik dizisinin alt değeri olarak elde edilir ve otoregresif süreç EKK ile tahmin edilmektedir (Gökçe ve Güler, 2020:106). SADF testinde incelenen dönem içerisinde birden fazla balonun var olması durumunda istatistiksel olarak testin gücü zayıflarken, GSADF testinde ise boş hipotez; P_t fiyatının asimtotik olarak ihmal edilebilir bir kayma ile rassal yürüyüş sürecini izlediği kabul edilmektedir (Ceylan vd., 2018:209). GSADF testi hesaplanırken standart basit regresyon denklemi, özyinelemeli esnek tahminleme pencerelerini kullanarak çalıştırılmaktadır. Bu sayede dönem içindeki çoklu spekülative balonların olduğu durumda lineer olmama ve yapısal kırılmaların var olduğu durumlar da dikkate alınarak daha doğru ve tutarlı sonuçlara ulaşılabilmektedir. GSADF test istatistiği hesaplanırken aşağıdaki yineleme denkleminden yararlanılmaktadır (Evrin Mandacı ve Çağlı, 2018:96) .

$$\Delta y_t = \alpha_{r_1, r_2} + \beta_{r_1, r_2} y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \psi_{r_1, r_2}^i \Delta y_{t-1} + \epsilon_t,$$

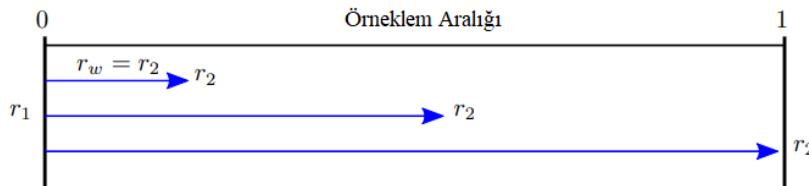
k : gecikme uzunluğu,

r_1, r_2 : yineleme regresyonunun tahmininde kullanılan alt örneklemin başlangıç noktasını ve bitiş noktasını ifade etmektedir.

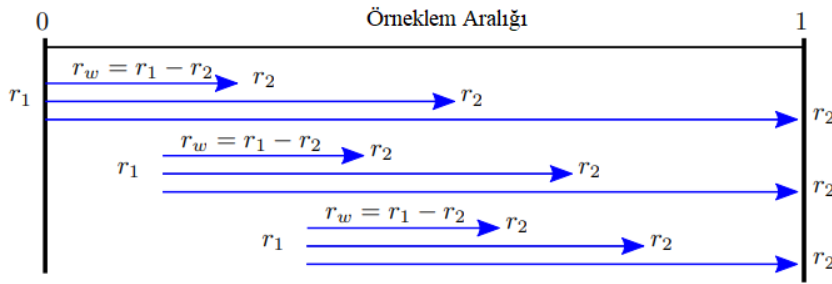
Bu denklemden standart ADF test istatistiği y_{t-1} 'in katsayısı yani β katsayısının standart hatasına bölünmesiyle bulunmaktadır.

$$ADF_{r_1, r_2} = \frac{\beta_{r_1, r_2}}{se(\beta_{r_1, r_2})}$$

GSADF testinin hesaplanmasındaysa yukarıdaki bahsedilen denklem birden çok alt örneklem için ileriye doğru çalıştırılarak her tekrarda sağ kuyruklu AFD testleri elde edilmektedir. SADF testinde de farklı alt örneklem için sağ kuyruklu ADF testleri elde edilmektedir. Fakat SADF testinde farklı alt örneklem için başlama noktaları sabit kalmakta bitiş noktaları ise ileriye doğru taşınmaktadır. GSADF testinde ise her bir tekrar da örneklem için hem başlangıç noktaları hem de bitiş noktaları değişerek dinamik bir yapı oluşmaktadır. SADF ve GSADF'nin süreçlerini Şekil 1 ve 2'deki gibi göstermek mümkündür.



Şekil 1. SADF Testini İşleyişi
Kayak: Itamar, 2013:6



Şekil 2. GSADF testinin İşleyişi
Kaynak: Itamar, 2013:6

Tüm örneklem aralığının $[0, 1]$ olduğu düşünülürse alt örneklemelerin başlangıç noktaları $[0, r_2, r_0]$ aralında; bitiş noktalar $[r_0, 1]$ aralığında değişen değerler alacaktır. r_0 minimum tahminleme penceresi uzunluğudur. Bu tanımlamalar istinaden GSADF istatistiği aşağıda belirtilen denklemdeki gibi hesaplanmaktadır.

$$GSADF(r_0) = \sup_{\substack{r_2 \in [0, 1] \\ r_1 \in [0, r_2 - r_0]}} \{ADF_{r_1}^{r_2}\}$$

SADF ve GSADF analiz edilen dönemde balonların varlığının tespitinde kullanılırken, analize konu dönemde zaman serisindeki balon dönemlerini tespit etmek amacıyla örnekleminin son gözleminden ilk gözlemine doğru geriye dönük SADF(BSDAF) istatistik dizisi oluşturulmaktadır. Bu istatistik dizisi, geriye doğru genişleyen örneklem üzerine uygulanan sağ kuyruklu ADF testleriyle elde edilebilmektedir ve dönem genişlikleri BSDAF istatistiğine dayanılarak tahmin edilmektedir (Çağlı ve Evrim Mandacı, 2017:67).

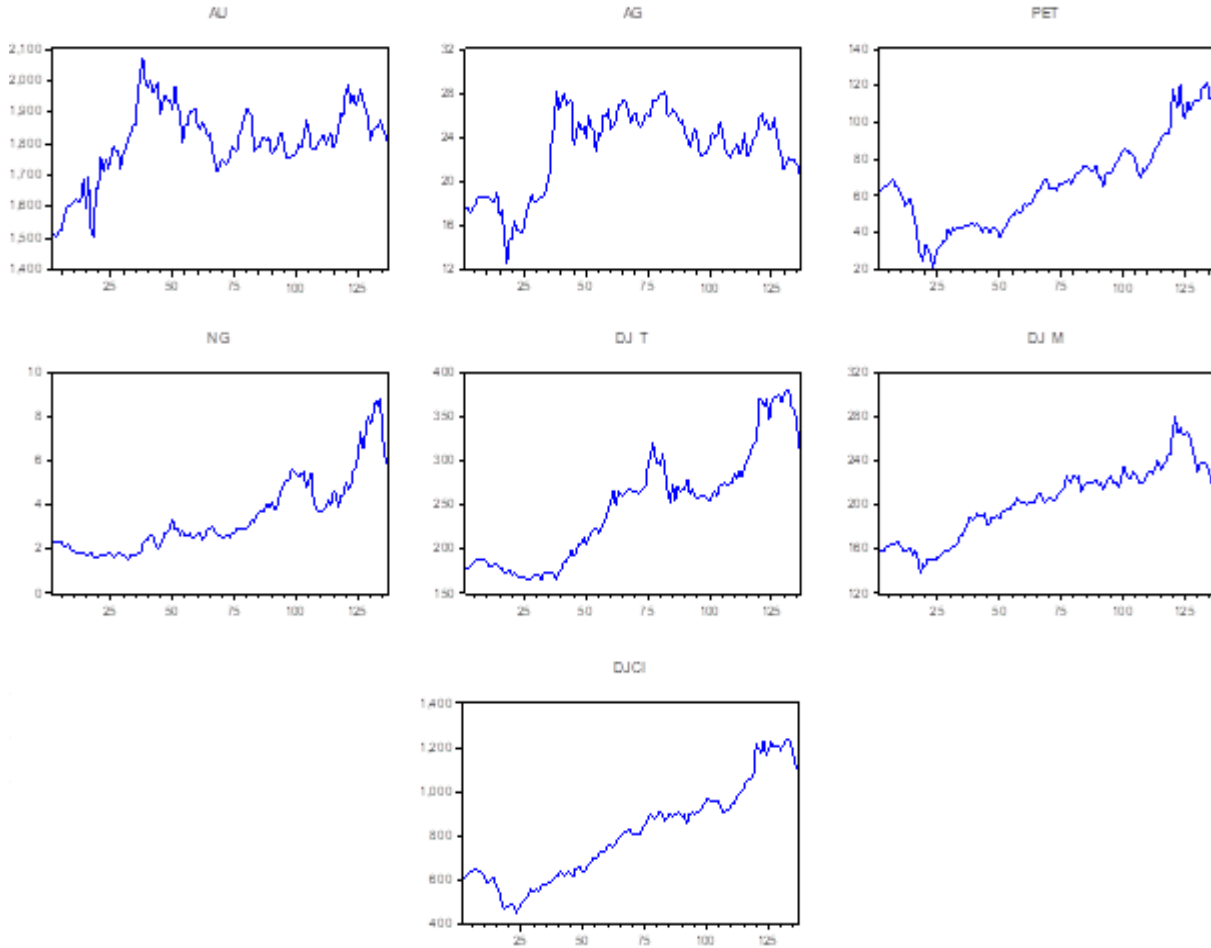
4. VERİ SETİ VE ANALİZ BULGULARI

Emtia fiyatlarındaki balonun olup olmadığını test etmeyi amaçlayan bu çalışma kapsamında literatüre paralel olarak altın, gümüş, petrol ve doğal gaz seçilmiştir. Bununla birlikte vadeli işlem sözleşmeleri yoluyla tahıl sektörünü izlemek için oluşturulan Dow Jones Emtia Endeksi Tahıllar (DJCIGR), yine vadeli işlem sözleşmeleri yoluyla metal sektörünü izlemek için oluşturulan Dow Jones Emtia Endeksi Tüm Metaller (DJCIAMC) ve metaller, tarım ürünleri, petrol, gaz gibi enerji emtiaları dahil olmak üzere çok çeşitli 28 farklı emtia vadeli işlem sözleşmesini izleyen ağırlıklı bir endeks olan Dow Jones Emtia Endeksindeki (DJCI) fiyat balonları test edilmiştir. Çalışma görel olarak fiyat dalgalanmalarının yoğun yaşandığı pandemi dönemini ele almakta olup, balon sayılamayacak düzeyde oluşan kısa süreli ve hemen dengeye gelen fiyat hareketlerini göz ardı etmek için haftalık veriler tercih edilmiştir. Bu kapsamda çalışmanın periyodu Çin'de vakanın görüldüğü ilk tarih olan 17.11.2019 ile 26.06.2022 tarihini kapsayan 137 haftadan oluşmaktadır.

Tablo 1. Veri Seti

Değişkenler	Kısaltmalar	Periyot	Gözlem
Altın	AU	17.11.2019-26.06.2022	137
Gümüş	AG	17.11.2019-26.06.2022	137
Petrol	PET	17.11.2019-26.06.2022	137
Doğal Gaz	NG	17.11.2019-26.06.2022	137
Dow Jones Emtia Endeksi Tahıllar	DJ T	17.11.2019-26.06.2022	137
Dow Jones Emtia Endeksi Tüm Metaller	DJ M	17.11.2019-26.06.2022	137
Dow Jones Emtia Endeksi	DJCI	17.11.2019-26.06.2022	137

Tablo 1'de veri seti kısaltmaları ve çalışmanın periyodu verilmiş olup, çalışmaya konu değişkenlerin zaman yolu grafikleri Şekil 3'deki gibidir.



Şekil 3. Serilerin Zaman Yolu Grafiği (17.11.2019-26.06.2022)

Balonların tespiti amacıyla öncelikle SADF testi yapılmış olup, SADF test sonuçları Tablo 2'deki gibidir.

Tablo 2. SADF Test İstatistiği

Değişken	Test İstatistiği	Kritik Değer	Gözlem	Pencere Uzunluğu	Gecikme	Sonuç
AU	0.281088 (0.4750)	%99→1.908258 %95→1.408251 %90→1.191746	137	13	0	Balon Yoktur
AG	1.624551 (0.0260)	%99→1.908258 %95→1.408251 %90→1.191746	137	13	0	Balon Vardır
PET	2.778327 (0.0020)	%99→1.908258 %95→1.408251 %90→1.191746	137	13	0	Balon Vardır
NG	1.840921 (0.0120)	%99→1.908258 %95→1.408251 %90→1.191746	137	13	0	Balon Vardır
DJ_T	3.053753 (0.0000)	%99→1.908258 %95→1.408251 %90→1.191746	137	13	0	Balon Vardır
DJ_M	0.953821 (0.1690)	%99→1.908258 %95→1.408251 %90→1.191746	137	13	0	Balon Yoktur
DJCI	2.233518 (0.0040)	%99→1.908258 %95→1.408251 %90→1.191746	137	13	0	Balon Vardır

* Parantez içindeki değerler olasılığı göstermektedir. Hesaplanan kritik değerler 137 gözlemlik örneklem için 1.000 tekrarlı Monte Carlo simülasyonu ile elde edilmiştir.

SADF test sonuçlarına göre AG, PET, NG, DJ_T ve DJCI serilerinde ele alınan dönem içerisinde %5 düzeyde anlamlılıkta fiyat balonlarının olduğu tespit edilmiştir. AU ve DJ_M serilerinde ise %5 düzeyde anlamlılıkta fiyat balonu tespit edilememiştir.

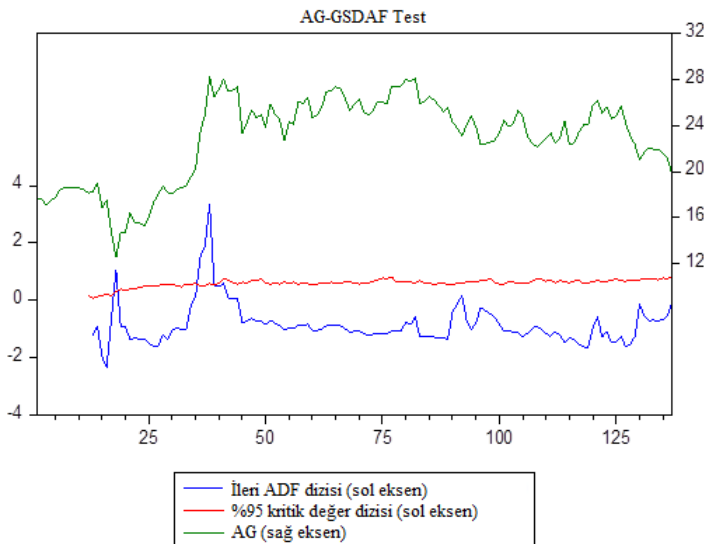
SDAF testi serilerde fiyat balonlarının varlığını tespit etmekte kullanılmış olup, SADF testi yapıldıktan sonra her tekrarda örneklemin başlangıç ve bitiş noktasını değiştirerek modeli dinamikleştirilen ve çoklu balonun var olması durumunda daha güçlü tahmin sonuçları veren GSADF testi uygulanmıştır. GSADF test sonuçları Tablo 3'deki gibidir.

Tablo 3. GSADF Test İstatistiği

Değişken	Test İstatistiği	Kritik Değer	Gözlem	Pencere Uzunluğu	Gecikme	Sonuç
AU	1.448681 (0.3870)	%99→ 3.388248 %95→2.449990 %90→2.158375	137	13	0	Balon Yoktur
AG	3.349257 (0.0100)	%99→ 3.388248 %95→2.449990 %90→2.158375	137	13	0	Balon Vardır
PET	2.778327 (0.0260)	%99→ 3.388248 %95→2.449990 %90→2.158375	137	13	0	Balon Vardır
NG	2.113668 (0.1090)	%99→ 3.388248 %95→2.449990 %90→2.158375	137	13	0	Balon Yoktur
DJ_T	3.053753 (0.0130)	%99→ 3.388248 %95→2.449990 %90→2.158375	137	13	0	Balon Vardır
DJ_M	2.999763 (0.0160)	%99→ 3.388248 %95→2.449990 %90→2.158375	137	13	0	Balon Vardır
DJCI	2.382311 (0.0570)	%99→ 3.388248 %95→2.449990 %90→2.158375	137	13	0	Balon Yoktur

* Parantez içindeki değerler olasılığı göstermektedir. Hesaplanan kritik değerler 137 gözlemlik örneklem için 1.000 tekrarlı Monte Carlo simülasyonu ile elde edilmiştir.

GSADF test sonuçlarına göre ise SADF test sonuçlarına paralel olarak AG, PET, DJ_T, DJCI değişkenlerinde, SADF'den farklı olarak DJ_M serisinde serilerinde ele alınan dönem içerisinde %5 (DJCI serisinde %10) düzeyde anlamlılıkta fiyat balonlarının olduğu tespit edilmiştir. Yine SADF test sonuçlarına paralel olarak AU serisinde, SADF'den farklı olarak NG ve DJCI serilerinde %5 düzeyde anlamlılıkta fiyat balonu tespit edilememiştir. GSADF istatistikleri hesaplandıktan sonra %95 güven aralığında BSADF dizileri elde edilen kritik değer dizileriyle karşılaştırılmış olup, fiyat balonu çıkan serilerin grafikleri aşağıda verilmiştir.

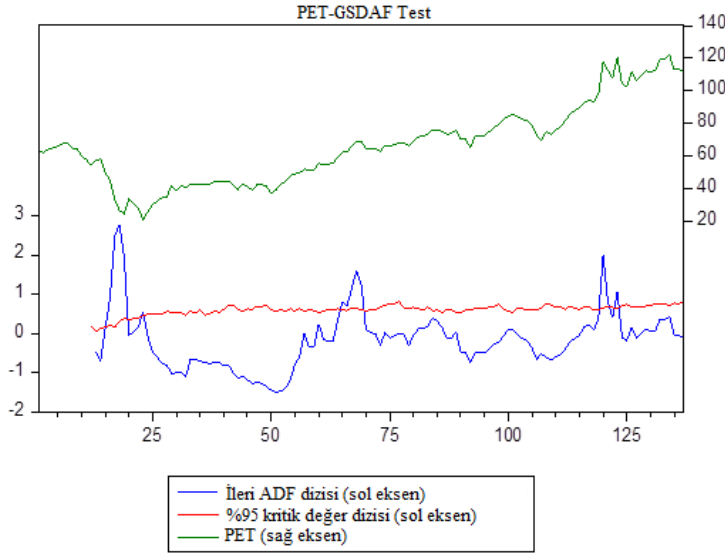


Şekil 4. AG-GSADF Grafiği

Tablo 4. GSADF Test Sonucuna Göre Gümüşteki Fiyat Balonları ve Tarihleri

Sayısı	Balon Dönemi	Süresi
1. Balon	08.03.2020-22.03.2020 (17-19. Haftalar)	2 hafta
2. Balon	12.07.2020-09.08.2020 (35-39. Haftalar)	4 hafta

Şekil 4'te görüldüğü üzere ele alınan dönemde gümüş fiyatlarında 2 adet fiyat balonu oluşmuştur. Bu iki balonun tarihlerini ve bunların sürelerini Tablo 4'deki gibi özetlemek mümkündür. Birinci balon 2 hafta sürerken, ikinci balon ise 4 hafta sürmüştür.

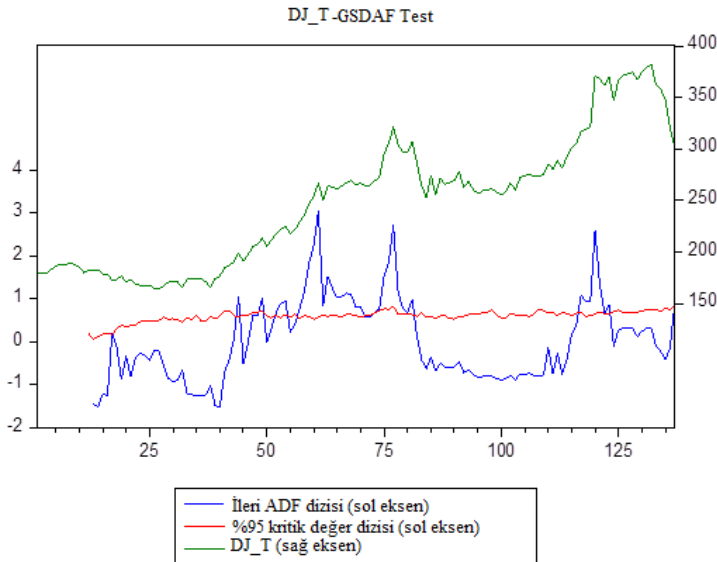


Şekil 5. PET-GSDAF Grafiği

Tablo 5. GSADF Test Sonucuna Göre Petroldeki Fiyat Balonları ve Tarihleri

Sayı	Balon Dönemi	Süresi
1. Balon	23.02.2020-22.03.2020 (15-19. Haftalar)	4 hafta
2. Balon	07.02.2021-14.03.2021 (65-70. Haftalar)	5 hafta
3. Balon	20.02.2022-06.03.2022 (119-121. Haftalar)	2 hafta
4. Balon	13.03.2022-20.03.2022 (122-123. Haftalar)	1 hafta

Şekil 5'te görüldüğü üzere ele alınan dönemde petrol fiyatlarında 4 adet fiyat balonu oluşmuştur. Bu dört balonun tarihlerini ve bunların sürelerini Tablo 5'deki gibi özetlemek mümkündür. Oluşan dört fiyat balonlarından en kısası 1 hafta süren dördüncü balonken, en uzun olanı 5 hafta süren ikinci balondur.

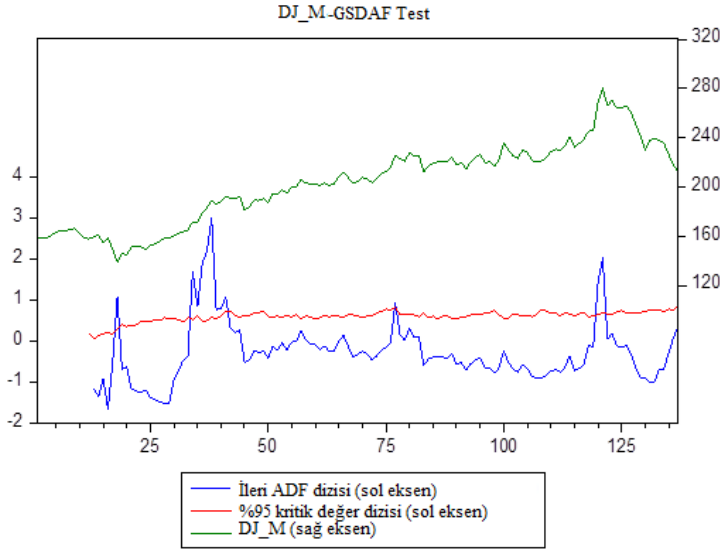


Şekil 6. DJ_T-GSDAF Grafiği

Tablo 6. GSADF Test Sonucuna Göre DJ T'deki Fiyat Balonları ve Tarihleri

Sayı	Balon Dönemi	Süresi
1. Balon	13.09.2020-20.09.2020 (44-45. Haftalar)	1 hafta
2. Balon	11.10.2020-18.10.2021 (48-49. Haftalar)	1 hafta
3. Balon	08.11.2020-22.11.2020 (52-54. Haftalar)	2 hafta
4. Balon	06.12.2020-21.03.2021 (56-71. Haftalar)	15 hafta
5. Balon	11.04.2021-30.05.2021 (74-81. Haftalar)	7 hafta
6. Balon	30.01.2022-20.03.2022 (116-123. Haftalar)	7 hafta

Şekil 6'da görüldüğü üzere ele alınan dönemde DJ_T fiyatlarında 6 adet fiyat balonu oluşmuştur. Bu altı balonun tarihlerini ve bunların sürelerini Tablo 6'daki gibi özetlemek mümkündür. Oluşan yedi fiyat balonundan en kısası 1 hafta süren bir ve ikinci balonken, en uzun olanı 15 hafta süren dördüncü balondur.

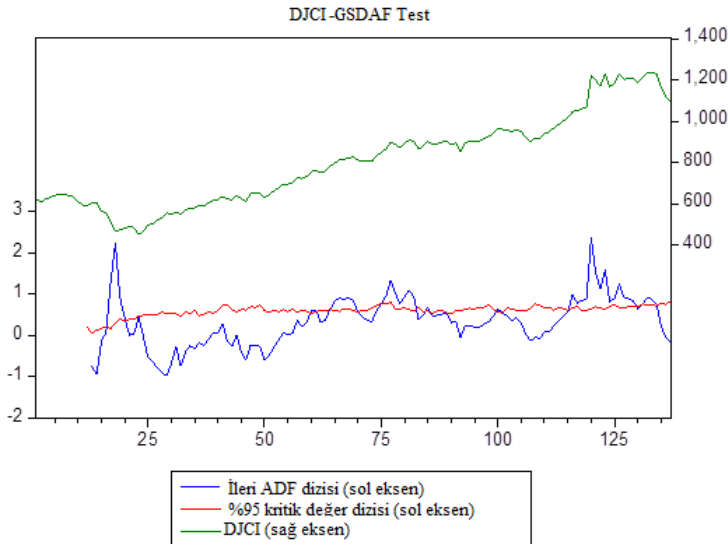


Şekil 7. DJ_M-GSADF Grafiği

Tablo 7. GSADF Test Sonucuna Göre DJ_M'deki Fiyat Balonları ve Tarihleri

Sayısı	Balon Dönemi	Süresi
1. Balon	08.03.2020-15.03.2020 (17-18. Haftalar)	1 hafta
2. Balon	28.06.2020-23.08.2020 (33-41. Haftalar)	8 hafta
3. Balon	20.02.2022-13.03.2022 (119-122. Haftalar)	3 hafta

Şekil 7'de görüldüğü üzere ele alınan dönemde DJ_M fiyatlarında 3 adet fiyat balonu oluşmuştur. Bu üç balonun tarihlerini ve bunların sürelerini Tablo 7'deki gibi özetlemek mümkündür. Oluşan üç fiyat balonundan en kısası 1 hafta süren birinci balonken, en uzun olanı 8 hafta süren ikinci balondur.



Şekil 8. DJCI-GSADF Grafiği

Tablo 8. GSADF Test Sonucuna Göre DJCI'daki Fiyat Balonları ve Tarihleri

Sayısı	Balon Dönemi	Süresi
1. Balon	01.03.2020-29.03.2020 (16-20. Haftalar)	4 hafta
2. Balon	31.01.2021-14.03.2021 (64-70. Haftalar)	6 hafta
3. Balon	18.04.2021-13.06.2021 (75-83. Haftalar)	8 hafta
4. Balon	30.01.2022-08.05.2022 (116-130. Haftalar)	14 hafta
5. Balon	15.05.2022-05.06.2022 (131-134. Haftalar)	3 hafta

Şekil 8’da görüldüğü üzere ele alınan dönemde DJCI fiyatlarında 5 adet fiyat balonu oluşmuştur. Bu beş balonun tarihlerini ve bunların sürelerini Tablo 8’deki gibi özetlemek mümkündür. Oluşan beş fiyat balonundan en kısası 3 hafta süren beşinci balonken, en uzun olanı 14 hafta süren dördüncü balondur.

5. SONUÇ

Covid-19 pandemisiyle birlikte dünya beklenmeyen bir sürece girmiş olup, birçok ülkenin başta sağlık sistemi olmak üzere neredeyse tüm sektörleri pandemiden etkilenmiştir. Bunla birlikte pandemi gerek küresel gerekse ulusal açıdan birçok ülkenin ekonomisini etkilemiştir. Seyahat kısıtlamaları, tedarik zincirindeki aksamalar, bazı sektörlerdeki talep daralmalarına karşın bazı sektörlerdeki aşırı talep, arz daralmaları gibi birçok faktör ekonomileri oldukça derinden etkilemiştir. Piyasadaki bu dengesizliklerin ürünlerin fiyatlarının temel değerinden sapmasına yani ürünlerin adil piyasa fiyatından saparak fiyat balonu oluşturmasına neden olması muhtemel bir durum haline gelmiştir. Bununla birlikte bu fiyat dalgalanmalarının; pandeminin yarattığı oynaklığın yanında piyasadaki bilgi asimetrisinden, eksik rekabetten, konjonktürden, ekonomilerin ve sektörlerin kırılğan yapılarından, iklim değişikliğinden, politik ve askeri birçok faktörden etkilenmesi mümkündür.

Çalışma kapsamında emtia fiyatlarındaki fiyat balonları SADF ve GASDF testleriyle sınanmıştır. Çalışmanın periyodu olarak da fiyat dalgalanmalarının yoğun olduğu pandemi dönemi ele alınmış, pandeminin başladığı ilk tarih olan 17.11.2019 ile 26.06.2022 tarih aralığı seçilmiştir. Ayrıca dünyada enerji ve tarımsal ürün üretiminde önemli bir yere sahip iki ülke arasında olan, 24 Şubat 2022 tarihinde başlayan ve halen devam eden Rusya ve Ukrayna savaşının (Rusya’nın Ukrayna’yı işgali) da çalışma periyodu içinde olması önem arz etmektedir. Çünkü savaşın başlaması ve akabinde Rusya’ya uygulanan yoğun yaptırımların da küresel anlamda oluşun fiyat dalgalanmalarında önemli bir rolü olduğu şüphesizdir.

Çalışma kapsamında Altın, Gümüş, Petrol, Doğal gaz, DJ-Tahıl Endeksi, DJ-Metal Endeksi ve DJ-Tüm Emtia endeksi serilerindeki fiyat hareketleri hem SADF hem de GSADF testi ile sınanmıştır. Her iki testte de gümüş, petrol, DJ-Tahıl ve DJ-Tüm Emtia endeksinde fiyat balonlarına rastlanırken, GSADF testinde SADF testinden farklı olarak DJ-Metal endeksinde de çoklu fiyat balonları tespit edilmiştir. Yine her iki testte de altın fiyatlarında balon tespit edilememiş olup, GSADF testinde SADF testinden farklı olarak doğal gaz serisinde de fiyat balonu tespit edilememiştir.

Gümüş fiyatlarında iki adet balon oluşmuş olup bu balonlardan ilki Covid-19’un Dünya Sağlık Örgütünce pandemi olarak ilan edildiği haftaya denk gelmiş ve iki hafta sürmüştür. İkinci balon ise 2020 yılının Temmuz ayının ortalarından Ağustos ayının ortalarına kadar sürmüş olan dört haftalık bir balondur.

Petrol fiyatlarında ise ele alınan dönemde dört kez fiyat balonu oluşmuştur. Bu balonlardan en uzununu 07.02.2021-14.03.2021 tarihlerinde oluşan ve beş hafta süren fiyat balonudur. Her ne kadar ekonomilerde yavaşlama olması, seyahat kısıtlamaları vb. durumlardan dolayı petrol talebinde azalmalar yaşanmış olsa da ilgili dönemde başta ABD olmak üzere birçok ülkenin ekonomisinin tekrar canlanması için ardı ardına teşvik paketleri açıklaması ile oluşan aşırı iyimser beklentilerin fiyat balonu oluşmasına neden olmasını muhtemel kılmıştır.

DJ-Tahıl Endeksinde ilgili dönemde altı adet fiyat balonunun oluştuğu tespit edilmiş olup, en uzun süren balonun 06.12.2020-21.03.2021 tarihleri arasında 15 haftalık bir sürede oluştuğu görülmektedir. Bu fiyat balonunu birkaç hafta sonra oluşan 7 haftalık ikinci bir balon takip etmiştir. 2020 yılı içinde tahıl üreticisi olan ülkelerin karantina önlemleri almaya başlamaları ya da var olan önlemleri sıkılaştırmalarıyla birlikte pandeminin yarattığı endişe birçok ülkeyi tahıl konusundaki rezervlerini arttırmaya itmiş ve stratejik rezerv oluşturmak amacıyla ithalatlarını arttırmalarına neden olmuştur. Bununla birlikte 2020 yılındaki su sorunları ve kuraklık endişeleri özellikle tahıl fiyatında önemli dalgalanmalara neden olmuştur. Şüphesiz bu durum 2020 yılı sonundan 2021 yılı ortalarına kadar süren uzun süreli fiyat balonlarının oluşmasındaki temel faktörlerin başında gelmektedir. Yine 30.01.2022-20.03.2022 tarihleri arasında yaşanan yedi haftalık fiyat balonunun ise küresel ölçekte önemli iki tahıl ihracatçısı olan Rusya-Ukrayna arasında yaşanan savaş dönemine denk gelmesi, savaşın tahıl fiyatlarında küresel dalgalanmalara neden olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilebilmektedir.

DJ-Metal endeksinde ise ele alınan dönemde 3 adet fiyat balonu tespit edilmiş olup, bu balonlardan en uzununu 28.06.2020-23.08.2020 tarihleri arasında oluşan 8 haftalık fiyat balonudur. Aslında pandeminin başlamasıyla birlikte hayata geçirilen kısıtlamalar birçok ekonominin yavaşlamasına neden olurken başlarda endüstriyel birçok emtianın fiyatlarında düşüşler meydana gelmiştir. Fakat 2020 yılı ortalarına doğru gelindiğinde açıklanan ya da açıklanması beklenen yardım ve teşvik paketleri ekonomilerde iyimser beklentilere neden olmuş ve

fiyatlarda tersine hareketler meydana gelebilmiştir. Bu durum da özellikle endüstriyel emtia fiyatlarında dalgalanmalara neden olmuştur.

Metaller, tarım ürünleri, petrol, gaz gibi enerji emtiaları dahil olmak üzere çok çeşitli 28 farklı emtia vadeli işlem sözleşmesini izleyen ağırlıklı bir endeks olan Dow Jones Emtia Endeksinde 5 adet fiyat balonu tespit edilmiş olup, bu balonların en uzun süreni 14 hafta süren ve 30.01.2022-08.05.2022 arasında oluşan 4. fiyat balonudur bu fiyat balonunu hemen 15.05.2022-05.06.2022 tarihleri arasında oluşan 3 haftalık bir fiyat balonu takip etmektedir. Şüphesiz 2022 yılı ile birlikte küresel anlamda yaşanan tedarik sıkıntılarının derinleşmesi, gelişmekte olan ülkelerin yanı sıra gelişmiş ülkelerdeki enflasyonist baskılar, resesyon endişesi ve devam eden Rusya-Ukrayna savaşı gibi birçok faktör emtia fiyatlarında istikrarsızlık yaratmış olup, fiyatlarda önemli dalgalanmalara neden olmuştur.

Genel olarak birçok ülkenin hazırlıksız yakalandığı pandemi döneminde hem küresel anlamda hem de ulusal anlamda birçok ekonomi önemli sınavlar vermiştir. Bu dönemde birçok finansal varlık gibi emtia fiyatlarında da istikrarsızlıklar meydana gelmiştir. Bununla birlikte ilgili dönem içinde oluşan politik, siyasi ve askeri gerilimler de bu istikrarsızlığı derinleştirmiştir. Her ne kadar kısıtlamalar azaltılmış olsa da pandeminin etkileri hala devam etmekle birlikte artarak devam eden politik, siyasi ve askeri gerilimler ile küresel anlamda enflasyon baskısı, resesyon endişesi bu istikrarsızlığın devam edeceğinin bir göstergesi olarak kabul edilebilmektedir. Nitekim çalışma kapsamında ele alınan pandemi döneminde bir çok emtia da fiyat balonları olduğu, yani fiyatların temel değerinden saptığı tespit edilmiş olup, bu durum piyasa aksaklığının bir göstergesi olarak kabul edilebilmektedir.

KAYNAKÇA

1. Akdağ, S. ve Koçbulut, Ö.(2019). Kıymetli madenlerin fiyatlarında balonların varlığı üzerine bir uygulama: Borsa İstanbul kıymetli madenler piyasası örneği, 6th International Congress on Accounting and Finance Research (ICAFR'19)23-25 October 2019, Niğde,280-288.
2. Albulescu, C.T.(2020). Coronavirus and oil price crash., <https://ssrn.com/abstract=3553452> (E.T. 20.05.2020).
3. Assenmacher, W. and R. Czudaj (2014). Do industrial metals prices exhibit bubble behavior? In J. Beran, Y. Feng, and H. Hebbel (Eds.), *Empirical Economic and Financial Research: Theory, Methods and Practice*, Volume 48 of *Advanced Studies in Theoretical and Applied Econometrics*, pp. 275–286. Springer International Publishing, Cham.
4. Balcılar, M., Özdemir, Z. A. and Yetkiner, H. (2014), Are there really bubbles in oil prices?, *Physica A*, 416: 631-638.
5. Bahar, O ve Çelik İlal, N. (2020). The economic effects of Coronavirus (COVID-19) in the tourism industry. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 6(1), 125-139.
6. Ceylan, F., Tüzün, O., Ekinci, R. ve Kahyaoğlu, H. (2018, Nisan). Kripto Para Piyasalarında Finansal Balonlar (Bubbles): Bitcoin ve Ethereum, Y. Bayar (Ed.), 4th SCF International Conference on “Economics and Social Impacts of Globalization” and “Future Turkey-European Union Relations” bildiriler Kitabı içinde (s. 207-215) 4th SCF International Conference on “Economics and Social Impacts of Globalization” and “Future Turkey-European Union Relations” kongresinde sunulan bildiri, Nevşehir
7. Çağlı, E.Ç ve Evrim Mandacı, P. (2017). Borsa İstanbul’da Rasyonel Balon Varlığı: Sektör Endeksleri Üzerine Bir Analiz. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 54, (629), 63-76
8. Çelik, İ., Akkuş H.T. ve Gülcan, N.(2019). Investigation of rational bubbles and volatility spillovers in commodity markets: evidences from precious metals. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(3):936-951.
9. Eren, B.S., Kandil Göker, İ.E. ve Karaca, S.S.(2021). Covid-19 pandemisinin finansal piyasalara etkisi: gelişmiş ülkeler üzerine bir analiz, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39 (Covid 19 Özel Sayısı), 69-90.
9. Evrim Mandacı, P. ve Çağlı, E. Ç. (2018). Türkiye Konut Piyasasında Balon Var mı? İstatistik Bölge Birimleri Üzerine Bir Analiz. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*. (646), 85-113
10. Floros, C. and Galyfianakis, G.(2020). Bubbles in crude oil and commodity energy index:new evidence, *Energies*,13:1-11.
11. Garber, P.M. (2000). *Famous first bubbles: the fundamentals of early manias*, MIT Press, Cambridge, MA.

12. Gökçe, A. & Güler, İ. (2020). Sağ-Yönlü ADF Sınamaları ile Ankara İlinde Konut Balonu Araştırması, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Özel Sayı, 94-116
13. Itamar, C. (2013). Rtdaf: Testing for Bubbles with EViews. Munich Personal RePEc Archive, MPRA Paper No. 58791
14. Koy, A. (2018). Testing multi bubbles for commodity derivative markets: a study on MCX, *Business and Economics Research Journal (BERJ)*, 9(2), 291-299.
15. Korkmaz, T. Z.(2021). Koronavirüs pandemisinin emtia piyasalarına etkisi, <http://ticaret.edu.tr › spkm › uploads › sites › 2021/01.pdf>. (E.T. 29.05.2022).
16. Korkmaz, Ö., Erer, D., ve Erer, E. (2016). Alternatif yatırım araçlarında ortaya çıkan balonlar Türkiye hisse senedi piyasasını etkiliyor mu? BİST 100 üzerine bir uygulama. BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar,10(2), 29-61.
17. Oran, A.(2011). Balonları daha iyi tanımaya çalışmak: balon tanımları, modelleri ve lale çılgınlığı örneği, *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,26(1):151-161.
18. Rajput, H., Changotra, R., Rajput, P., Gautam, S., Gollakota, A.R.K. and Arora, A.S (2021). A shock like no other: coronavirus rattles commodity markets, *Environment, Development and Sustainability*, 23:6564–6575.
19. Pan, W. F. (2018), Sentiment and asset price bubble in the precious metals markets, *Finance Research Letters*, 26:106-111.
20. Samırkaş, M.C.(2021). Kripto para piyasasında fiyat balonları: bitcoin ve ethereum üzerine bir inceleme, 4. Uluslararası İzmir İktisat Kongresi, 11-12 Eylül, 2021,317-326.
21. Sarı, S.S ve Kartal, T.(2020). COVID-19 salgınının altın fiyatları, petrol fiyatları ve vıx endeksi ile arasındaki ilişki, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*,13(1):93-109.
22. Su, C. W., Wang, K. H., Chang, H. L. and Peculea, A. D. (2017), Do iron ore price bubbles occur?,*Resources Policy*, 53: 340-346.
23. Umar, Z., Gubareva, M. and Teplova, T.(2021). The impact of Covid-19 on commodity markets volatility: Analyzing time-frequency relations between commodity prices and coronavirus panic levels, *Resources Policy*, 73:1-11.
24. www.investing.com
25. Zhang, Y. J. and Yao, T. (2016), Interpreting the movement of oil prices: driven by fundamentals or bubbles?, *Economic Modelling*, 55:226-240.

e-ISSN:2587-2168

Year: 2022
Vol: 8 Issue: 44
pp 587-598Article ID
64045
Arrival
11 July 2022
Published
31 AUGUST 2022**DOI NUMBER**
<http://dx.doi.org/10.29228/8/ideas.64045>**How to Cite This Article**
Kutluay Tutar, F. & Musayeva, S. (2022). "Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Şehir Turizmi: Türk Dünyasının Medeniyet Başkenti Şeki Uygulaması", International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, (e-ISSN:2587-2168), Vol:8, Issue:44; pp: 587-598

International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Şehir Turizmi: Türk Dünyasının Medeniyet Başkenti Şeki Uygulaması

Urban Tourism within the Scope of Sustainable Tourism: The 'Shaki' Implementation, the Civilization Capital of the Turkish World

Filiz Kutluay Tutar ¹ Sayyara Musayeva ²

¹ Doç. Dr., Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Niğde, Türkiye
² Yüksek Lisans Öğrencisi., Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, SBE, İktisat ABD, Niğde, Türkiye

ÖZET

Turizm, dünyanın en kazançlı endüstrilerinden biridir. Bir ülkede turizmin gelişmesi için iç bölgelerin ve çeşitli turizm bölgelerinin modern zamanların gereksinimlerini karşılaması önemlidir. Makale, kentsel turizme temel teorik yaklaşımları sunuyor, "şehir turizmi" ve "şehir turizminin çekicilik unsurları" gibi tanımlarını, dünya turizm merkezlerini gezginler tarafından ziyaret etmek için ana nedenlerini, sürdürülebilir turizm yaklaşımını analiz ediyor. Çalışma boyunca günümüze kadar süren araştırmalar ışığında elde edilen bulgular, Şeki destinasyonunun Azerbaycan turizmindeki yeri, gelişme yönleri, potansiyeli ve Şeki'de turizmin gelişmesini teşvik edecek araştırmalar incelenmiştir.

Çalışmanın temel amacı; Şeki destinasyonunda turizmin gelişimi ile ilgili mevcut sorunların ana yönlerini analiz ederek, bölgede sürdürülebilir turizmin gelecekteki gelişimini sağlayacak öneriler geliştirmesinde ve bu değerli tarihi mekanın tanıtımına küçük de olsa bir katkıda bulunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Turizm, Şehir Turizmi, Şeki

ABSTRACT

Tourism is one of the most lucrative industries in the world. For the development of tourism in a country, it is important that the interior regions and various tourism regions meet the requirements of modern times. The article presents the main theoretical approaches to urban tourism, analyzes its definitions such as "urban tourism" and "city attractiveness", the main reasons for visiting world tourism centers by travelers, and the sustainable tourism approach. Following this purpose the findings obtained in the light of the research carried out until today, the place of Sheki destination in Azerbaijan tourism, its development aspects, potential, and researches that will encourage the development of tourism in Sheki have been examined.

The basic purpose of the study; by analyzing the main aspects of the current problems related to the development of tourism in the destination of Sheki, it is to make a small contribution to the development of proposals for the future development of sustainable tourism in the region and the promotion of this valuable historical place.

Keywords: Sheki, City Tourism, The Attractiveness of City Tourism

1. GİRİŞ

Şehir turizminin önemli ölçüde büyümesi, mekansal, sosyal, ekonomik ve teknolojik güçler tarafından yönlendirilmektedir. Dünya çapındaki kentleşme süreçleri, şehirlerde yaşayan insan sayısının artmasına, şehirlere ve kentsel yaşam tarzına daha bağlı hissetmesine yol açmakta, bu da daha fazla insanın başka şehirleri ziyaret etme arayışına girmesi anlamına gelmektedir. Turizmin büyümesi ve giderek daha fazla yerleşim alanına turist akını, örneğin özellikle kentsel alanlarda, vatandaşların mekansal kalitesi ve yaşam kalitesi üzerinde etkiler. Tarihi şehir merkezleri en yoğun turist yoğunluğunu gösteren alanlardır. Şehirlerde turizme kaynaklık eden birçok çekicilik merkezleri bulunmaktadır. Bunlar bir turist için şehri ziyaret etmesinin ana nedenidir. Şehirde turizmin gelişmesinde turist çekmek büyük önem taşımaktadır. Günümüzde şehir pazarlaması sayesinde şehirler, mobil kaynakları ve şirket yatırımlarını ziyaretçilerin ve sakinlerin yararlanabileceği unsurlara dönüştürerek cazibesini hızla artırmaktadır.

Tüm bunların yanı sıra değişen dünya trendlerine göre sürdürülebilir kentsel turizm kavramını gerçekleştirmek ve bu konudaki tartışmayı sürdürmek ve dünyanın farklı yerlerindeki şehirlerin karşılaştığı zorluklara odaklanmak da gerekmektedir. Şeki şehri, "İpek Yolu" olarak bilinen tarihi yol üzerindedir ve zengin turizm olanaklarına, bölgeye daha fazla turist akışını sağlayacak fauna ve flora, Azerbaycan'ın turizm imajına olumlu etki yapacak alternatif turizm türlerinin gelişmesi için yeteri kadar imkanlara sahiptir.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE ŞEHİR TURİZMİ

2.1. Sürdürülebilir Şehir Turizmi

Sürdürülebilir turizm geniş bir kavramdır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC) tanımına göre, "sürdürülebilir turizm, hem turizm merkezlerini ziyaret eden turistlerin hem de bu merkezlerin nüfusunun ihtiyaçlarını karşılar; ek olarak, gelecekteki gelişme beklentilerinin güvence altına alınmasını ve optimize edilmesini içerir. Kaynaklar, kültürel benzersizliği, kritik ekolojik özellikleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşamsal sistemleri korurken ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçları karşılayacak şekilde kullanılır (Ажаев,2016: 22). Kelime olarak sürdürülebilirlik İngilizce "sustainability" kelimesinin karşılığı olarak kullanılmaktadır. Devamlılık, süreklilik arz etme kabiliyeti, daimi olma kapasitesi anlamına gelmektedir. Sürdürülebilirlik doğal kaynakların kullanımı, çevre ve hava kirliliği, turizm, ekonomi, kalkınma gibi kavramlarla birlikte kullanılmakta ve genel olarak kaynakları bugünkü neslin ihtiyaçları için kullanırken sonraki nesillerin aleyhine sonuçlara sebep olmadan kullanmak olarak tanımlanmaktadır (UN, 1987, *Aktaran Tüleykan, 2017: 964-980*).

Büyük ve bütün bir sistemin ayrı ayrı ve önemli parçaları olması nedeniyle, sürdürülebilir turizm kavramı içinde sadece doğal ortamın sürdürülebilirliği değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve ekonomik süreçlerin tamamı eşzamanlı olarak dikkate alınmak ve değerlendirilmek durumundadır. Ancak sürdürülebilir turizm genellikle ekolojik temel üzerine tasarlandığından doğa, alternatif, kırsal, yeşil turizm gibi kavramlarla birlikte veya ayrı ayrı, fakat aynı anlamda kullanıldıkları da bilinmektedir. Oysa sürdürülebilir turizm, hangi turizm çeşidi olursa olsun, çevresel değerlerin turizmin temel ögesi olarak korunmasını, turizm faaliyetlerinin çevreyle sorumlu bir şekilde yürütülmesini ve turizmin ekonomik gelişmesi ile çevresel değerlerin korunmasının eş güdümlü yürütülmesi gerekliliğini ifade etmektedir (Uçkun ve Türkay, 2003, *Akt. Günay,2018:107*). Sürdürülebilir turizmde maç doğal çevreyi hiçbir değişikliğe uğratmaksızın korumak değil, aksine doğal çevreden yararlanarak korumanın yollarının geliştirilmesidir (Günay,2018:107). Sürdürülebilir turizm, sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik uyumluluk kriterlerini karşılamalıdır. Sürdürülebilir turizm, uzun vadede turizmdir, yani mevcut ve gelecek nesillere yönelik projeksiyonda, belirli etnik ve kültürel özelliklere uyum sağlayabilen, sosyal adaletin gereklerini karşılayan, çevreyle uyumlu, ekonomik açıdan da amaca uygun ve faydalıdır. (Ажаев, 2016: 22)

Sürdürülebilir turizmin hedefleri şu şekildedir:

- ✓ Ekonomik açıdan, turizm destinasyonları ve işletmelerinin uzun vadede fayda sağlamaya ve büyümeye devam etmesi için sürekliliğini ve rekabetçiliğini sağlamak.
- ✓ Yerel refah açısından, turizmin yerel destinasyona katkısını maksimize etmek ziyaretçilerin harcama oranlarını artırmak
- ✓ İstihdam kalitesi açısından Irk, cinsiyet, engellik gibi konularda ayrımcılığa mahal vermeden turizmin ortaya çıkardığı istihdamın sayısını ve kalitesini artırmak.
- ✓ Sosyal eşitlik açısından, turizmden elde edilen fayda ve gelirin etkin dağılımını sağlamak, fırsatların, hizmetlerin ve gelir imkanlarının yoksul kesimler tarafından ulaşılabilirliğini artırmak.
- ✓ Ziyaretçi memnuniyeti açısından, ırk, cinsiyet vb. ayırım gözetmeksizin ziyaretçilere güvenli, tatmin edici deneyim sunmak.
- ✓ Yerel Kontrol açısında, bölgesel turizmin gelişimi konusunda süreçlere dahil olmada, planlamada yerel aktörleri cesaretlendirmek ve yetkilerini artırmak,
- ✓ Toplumsal refah açısından, sosyal bozulma ve istismara yol açmadan, sosyal yapı ve kaynaklar, imkanlara ve yaşam destek sistemlerine erişim dahil yerel halkın hayat kalitesini muhafaza etmek ve iyileştirmek.
- ✓ Kültürel zenginlik açısından, ev sahibi topluluklara ait kültür, gelenek, tarihi miras ve ayrıcalıklara saygı duymak.
- ✓ Fiziki bütünlük, kentsel ve kırsal alanların kalitesini muhafaza etmek, güçlendirmek ve çevrenin fiziki bakımdan bozulmasını engellemek.
- ✓ Biyolojik çeşitlilik açısından, doğal alanların, habitatın ve yaban hayatın korunmasını desteklemek ve onlara zararı minimize etmek.
- ✓ Kaynak etkinliğinde, turizm tesislerinde ve hizmetlerinde sınırlı ve yenilenemeyen kaynakların kullanımını asgariye indirmek.

- ✓ Çevrenin saf olarak muhafazası açısından, turizm tesislerinden ve ziyaretçilerinden kaynaklanan hava, su ve kara kirliliğini ve atık üretimini asgariye indirmek. (Tüleykan, 2017 : 964-980)

Sürdürülebilir kentsel turizm kavramını gerçekleştirmek veya sürdürmek için bu konudaki tartışmaları sürdürmek ve dünyanın farklı yerlerinde şehirlerin karşılaştığı sorunlara odaklanmak gerekmektedir. Aşağıdaki gibi bazı soruları yanıtlamak, sorunun çözülmesine yardımcı olabilir.

- ✓ Şehirlere turist akışının büyümesini sorumlu ve sürdürülebilir bir şekilde nasıl yönetebilirim?
- ✓ Kent turizmi yerel nüfusun yaşam kalitesini iyileştirmek için nasıl kullanılabilir?
- ✓ Turizm ve şehir geliştirme eylem planlarının karar verme sürecinin bir parçası olduğundan nasıl emin olabiliriz?
- ✓ Daha rekabetçi, sürdürülebilir, erişilebilir ve insani şehirler geliştirmek için mevcut bilgi ve iletişim teknolojilerini nasıl kullanabiliriz?
- ✓ Turizmin şehirler üzerindeki ekonomik etkisi nasıl ölçülür?
- ✓ Turizmin olumsuz çevresel etkilerini azaltmak ve daha yeşil turizmin faydalarını artırmak için şehirler hangi pratik adımları atabilir? (UNWTO, 2012, Aktaran Mustafa ve Özkan 2021:120).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından 2012 yılında İstanbul toplantısında hazırlanan Küresel Turizm Etik Kuralları ve kent turizmi ile ilgili diğer tavsiye ve kararlar kapsamında hazırlanan Küresel Kentsel Turizm Raporunda yayınlanan bildirgedir.

- ✓ Turizm, şehirler ve sakinleri için önemli bir kaynaktır.
- ✓ Şehirlerin gelecekteki gelişimi, ekonomik, sosyal ve çevresel istikrarı ve bunun getireceği fırsatları ve zorlukları dikkate alan politikaların geliştirilmesini gerektirir. turistler için en iyi deneyimi sağlamak.
- ✓ Turizm, kent ekonomisine önemli katkılarda bulunarak, gelir getirici, kentsel altyapı ve kamu hizmetlerinin sürdürülmesinde önemli bir rol oynamaya ve hayati öneme sahip olmaya devam edecektir. Dünya ekonomisinin ve özellikle şehirlerin ayrılmaz bir parçasıdır. Şehirlerinde milyonlarca insana iş sağlıyor. Çalışanlar seyahat deneyiminde önemli bir rol oynar ve bu nedenle rakip destinasyonlardan farklı olabilir.
- ✓ Turizm insanları bir araya getirir ve kültürlerarası anlayışı teşvik eder.
- ✓ Turizm, şehrin sunduğu çeşitli ve esnek ürünlere ihtiyaç duyar. Şehirler, sosyal ve ekonomik hedeflerine ulaşmak için turizme ihtiyaç duyarlar.
- ✓ Kent turizmi, destinasyonları tanıtmak için daha rekabetçi bir yaklaşımı teşvik edebilir.
- ✓ Kent turizmi yeniliği teşvik edebilir.
- ✓ Şehir turizmi tüm şehirlerdir. teklif etmelidir. hizmetler ve faaliyetler için tutarlı bir marka imajı uygulama ve tasarlama potansiyeline sahiptir. Böylelikle şehrin nüfusuna, turizm işletmelerine, diğer paydaşlara ve ülkenin turizm markasına ek gelir ve katma değer sağlamaktadır.

Şehirler, sosyal ve ekonomik hedeflerine ulaşmak için turizme ihtiyaç duyarlar.

- ✓ Kent turizmi, destinasyonları tanıtmak için daha rekabetçi bir yaklaşımı teşvik edebilir.
- ✓ Kent turizmi yeniliği teşvik edebilir.
- ✓ Şehir turizmi tüm şehirlerdir. teklif etmelidir. hizmetler ve faaliyetler için tutarlı bir marka imajı uygulama ve tasarlama potansiyeline sahiptir. Böylelikle şehrin nüfusuna, turizm işletmelerine, diğer paydaşlara ve ülkenin turizm markasına ek gelir ve katma değer sağlamaktadır.

Şehirler, sosyal ve ekonomik hedeflerine ulaşmak için turizme ihtiyaç duyarlar.

- ✓ Kent turizmi, destinasyonları tanıtmak için daha rekabetçi bir yaklaşımı teşvik edebilir.
- ✓ Kent turizmi yeniliği teşvik edebilir.
- ✓ Şehir turizmi tüm şehirlerdir. teklif etmelidir. hizmetler ve faaliyetler için tutarlı bir marka imajı uygulama ve tasarlama potansiyeline sahiptir. Böylelikle şehrin nüfusuna, turizm işletmelerine, diğer paydaşlara ve ülkenin turizm markasına ek gelir ve katma değer sağlamaktadır.

Şehirlerin sunduğu tüm hizmetler ve faaliyetler için tutarlı bir marka imajı uygulama ve tasarlama potansiyeline sahiptir. Böylelikle şehrin nüfusuna, turizm işletmelerine, diğer paydaşlara ve ülkenin turizm markasına ek gelir ve katma değer sağlamaktadır.

Şehirlerin sunduğu tüm hizmetler ve faaliyetler için tutarlı bir marka imajı uygulama ve tasarlama potansiyeline sahiptir. Böylelikle şehrin nüfusuna, turizm işletmelerine, diğer paydaşlara ve ülkenin turizm markasına ek gelir ve katma değer sağlamaktadır.

- ✓ Yukarıdaki varsayımlara dayanarak, aşağıdaki adımlar atılmalıdır:
- ✓ Kentsel turizmin ulusal ve yerel ekonomi üzerindeki ekonomik ve sosyal etkileri konusunda farkındalık yaratmak.
- ✓ Yönetimin önemli bir unsuru olarak kentsel turizmin entegrasyonu. Politikalar her düzeyde
- ✓ Destinasyona, turistlere ve şehir sakinlerine fayda sağlayacak girişim ve bilgi alışverişi de dahil olmak üzere turizmle ilgili tüm paydaşlar arasında işbirliği için etkili ve güncel araçlar oluşturun.
- ✓ Önemi vurgulayın. İnsan sermayesinde artış, dolayısıyla mesleki eğitime yatırım.
- ✓ Uluslararası turizmin tüm aktörleri için model ve referans noktası olabilecek sürdürülebilir yerel politika ve girişimleri teşvik etmek, teşvik etmek ve teşvik etmek için gerekli önlemleri almak.
- ✓ Şehre yeni ve daha özel katma değerli ürünler sunmak, niş pazarları hedeflemek ve ziyaretçi deneyimini geliştirmek için yenilikçi stratejiler uygulamak.
- ✓ Sürdürülebilir politikaları ve yenilikçi teknolojik gelişmeleri bütünleşik unsurlar olarak içeren strateji ve faaliyetlere öncelik veren "akıllı şehirler" kavramına doğru. (Mustafa ve Özkan 2021:120-121).

Şehirlerin turistik bir destinasyon olarak pazarlanması, temel olarak bazı konular üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu yoğunlaşma daha çok şehirlerin turizm açısından bir destinasyon olarak geliştirilmesi ve pazarlanması temeline dayanır. Birbirine bağlı bu konular şehirlerin sahip olduğu potansiyellere göre şekillenmiştir. Ürün geliştirme ve çeşitlendirme, imaj ve marka oluşturma, destinasyon pazarlama organizasyonlarının rolü konulan bu kapsamda düşünülebilir (Tosun, 2004: 127).

2.2. Şehir Turizminin Çekicilik Unsurları

Topluluğun mevcut aşamadaki yaşamı, her şeyden önce küreselleşme, kentleşme ve sanallaştırma gibi tezahürlerde yansıyan önemli değişkenlik ile karakterizedir. Şehirlerin büyümesi, kolay ve hızlı iletişimin yanı sıra mevcut devlet sınırlarının kademeli olarak silinmesi, değişen insan dünyasında yeni bir benlik algısına yol açmaktadır. Devletler arasında diyalog arzusu, geniş açıklık ve çeşitli bilgilerin mevcudiyeti, bir kişiyi sürekli olarak kendini geliştirmeye, entelektüel ve duygusal alanları geliştirmeye ve ayrıca diğer sosyo-kültürel dünyalara ilgi duymaya teşvik eder. Seyahat, bireyin yukarıdaki motivasyonlarının ve arzularının somutlaşması için bir fırsat olabilir. Bu nedenle, bugün turizmin hayatın normu ve aynı zamanda ekonominin en dinamik olarak gelişen sektörlerinden biri olması şaşırtıcı değildir. Modern turizm, bir turizm destinasyonu olarak şehrin bir tür sahne olduğu ve turistlerin bitenlerin aktif bir katılımcısı ve kahramanı olduğu, öngörülemeyen, yaratıcı bir süreçtir. Aynı zamanda turizm sürecinde, bireyin dünyası ile çevresindeki alan arasındaki sınırlar silindiğinde, bir kişi ile dış dünya arasında özel bir iletişim biçimi kurulmalıdır. Yani, bugün turizm sadece evden çıkma veya sanat eserlerine bakma arzusu değil - farklı bir dünyayı, farklı bir atmosferi keşfetme arzusu, farklı bir çevreye aktif olarak girme arzusu, yeni izlenimler, katkıda bulunan yeni izlenimler. yolcunun kişiliğinin gelişimine, dönüşümüne. Yukarıdan, deneyim ekonomisi bağlamında turist alan destinasyonun da farklı algılandığı açıktır. Turistlerin ilgisini çeken genellikle destinasyonun kendisidir (Мутовчи 2017: 4).

Kent turizminin tarihi, Mezopotamya ve Sümer kentleşmesinin yükselişinden bu yana gündemde. Yerel ve ulusal kültür, sanat, müzik, edebiyat, özgün kentsel mimari ve tasarım öğelerinin olduğu şehir ve kasabalar, yeni yerler görme ve yeni şeyler yapma tutkusu olan insanlar için farklı yerlere seyahat etmek ve yeni şeyler öğrenmek için çekicidir. Ulaşım, iletişim ve barınmanın gelişmesiyle birlikte seyahat, başka şehirleri ziyaret etmek ve yaşamak isteyen insanların hayatlarının önemli bir parçası haline geldi. Özellikle yirminci yüzyılın ortalarından itibaren şehirler kendilerini turistik yerler olarak görmeye başladılar. Kitle turizminin gelişmeye başladığı 1960'lı yıllardan itibaren kent turizmi, sürekli gelişen ekonomilerde turizm olgusunun en hızlı büyüyen segmentlerinden biri haline gelmiştir. Düşük maliyetli havayollarının ortaya çıkmasıyla birlikte turizm sektörü ivme kazanmış ve 1980'lerden itibaren şehir turizmi dünya çapında artan bir ilgi alanı haline gelmiştir. Şehirler geniş ve çeşitli bir turizm pazarı için caziptir, kolay erişilebilirdir, eğlence, rekreasyon, kültür, spor, alışveriş, yeme ve içme gibi birçok turizm ürünü ve cazip konaklama seçenekleri sunar ve keşfeder. Her bütçeye uygun

pansiyonlardan beş yıldızlı otellere, kenti turizmi ön plana çıkaran birçok nedene bağlayabiliriz. 1980'lerden bu yana, kentsel turizm dünya çapında artan bir ilgi konusu haline gelmiştir. Şehirler geniş ve çeşitli bir turizm pazarı için caziptir, kolay erişilebilirdir, eğlence, rekreasyon, kültür, spor, alışveriş, yeme ve içme gibi birçok turizm ürünü ve cazip konaklama seçenekleri sunar ve keşfeder. Her bütçeye uygun pansiyonlardan beş yıldızlı otellere, kenti turizmi ön plana çıkaran birçok nedene bağlayabiliriz. 1980'lerden bu yana, kentsel turizm dünya çapında artan bir ilgi konusu haline gelmiştir. Şehirler geniş ve çeşitli bir turizm pazarı için caziptir, kolay erişilebilirdir, eğlence, rekreasyon, kültür, spor, alışveriş, yeme ve içme gibi birçok turizm ürünü ve cazip konaklama seçenekleri sunar ve keşfeder. Her bütçeye uygun pansiyonlardan beş yıldızlı otellere, kenti turizmi ön plana çıkaran birçok nedene bağlayabiliriz. (Karski 1990; Maitland ve Ritchie, 2009; Selby, 2004; UNWTO, 2012; İçellioglu, 2014:341, *Aktaran Mustafa ve Özkan 2021:110-129*).

Kent, bir yandan içinde yaşayan insanların maddi ve manevi çalışmalarının sonucu olan karmaşık bir etkileşim güçler bütünü olarak tanımlanabilir. Öte yandan kent, dinamik olarak gelişen bir kavram, sürekli değişen, kentsel sistemin çeşitli unsurlarının sürekli etkileşim süreci nedeniyle dönüşüm geçiren canlı bir organizmadır. Kentin özünün bu tanımından hareketle, kent turizmi sadece belirli bir yeri ziyaret etmekten farklı şekilde yorumlanabilir. İnsanlar, şehrin eşsiz atmosferini hissetmek, dünyayı keşfetmek, kendileri için yeni, kendi başlarına veya benzer düşünen bir grup insan içinde, ona katılmak, duygusal ve entelektüel alanlarını zenginleştirmek, kişisel olarak önemli olan herhangi bir şeyi çözmek için çabalarlar (Мутавчи 2017: 6).

Turizme yön veren motiflerin başında dinlenme ve eğlenme isteği gelmektedir. Yoğun çalışma temposu, betonlaşma, doğadan uzaklık, kısıacası kalabalık şehirlerdeki kentsel yaşamın sıkıcılığı nedeniyle rekreasyon ve eğlence turizmine olan talep esas olarak kent nüfusundan gelmektedir. Öte yandan eğitim seviyesinin yüksek olması, şehirlere turistik gezi yaparken etkili bir faktördür. Toplumun eğitilmiş kesimi şehirlerde, özellikle büyük şehirlerde toplandı. Sonuç olarak, şehirler insanların boş zaman seyahatlerini etkileyen nedenlerden dolayı en iyi turistik yerlerdir. Şehirler turistler için sadece bir çıkış yeri olmakla kalmayıp, çekicilikleri ve turizm altyapısına bağlı olarak turizmde önemli bir çekim gücü oluşturmaktadır. Özellikle büyük şehirler insanların en sık tatile gittikleri yerler arasında yer almaktadır. Şehirlerde eğlence, alışveriş, sağlık, spor, kültür, tarih, kongre, iş turizmi gibi birçok cazibe merkezi bulunmaktadır. Öte yandan, şehirler, kural olarak, ulaşım yollarının kavşak ve değişim noktalarında buldukları için ulaşım ve konut altyapısı ile daha donanımlıdır. Bu nedenle, büyük şehirler yüksek bir turizm çekiciliğine sahiptir (Günay,2018: 63).

Şehirlerde turizme kaynaklık eden çok sayıda çekicilik bulunmaktadır. Kentin turizm kaynaklarını birincil, ikincil ve ek unsurlar olarak üç gruba ayırır. Bunlardan ana unsurlar, ana çekicilik merkezleri ve bir turistin şehri ziyaret etmesinin ana nedenidir. Turist çekmenin asıl nedeni olmasa da küçük unsurlar ve ek unsurlar kentte turizmin gelişmesinde büyük önem taşımaktadır.

Birincil unsurlar: Kültürel çekicilikler (müzeler ve sanat galerileri, tiyatrolar ve sinemalar, konser salonları, kongre merkezleri ve diğer kültürel tesisler), Spor faaliyetleri (kapalı ve açık hava spor alanları), Boş zaman faaliyetleri (gece kulüpleri, kumarhaneler, planlanmış etkinlikler, festivaller) , Fiziksel özellikler (tarihi sokaklar ve mahalleler, ilginç binalar, eski anıtlar ve heykeller, parklar ve yeşil alanlar, barajlar), sosyo-kültürel özellikler (şehrin rengi, dili, yerel adet ve giyimi, kültürel miras, dostluk, iyi ilişkiler, güvenlik), rekreasyon alanları vb.)

İkincil Unsurlar: Konaklama, yeme-içme, mağazalar ve marketler. Ek unsurlar; Erişilebilirlik, kentsel ulaşım ve otopark, turistik bilgiler (haritalar, işaretler, rehber). Bu AVM'lerde sinema, spor tesisleri, yeme-içme mekanları, eğlence gibi çeşitli olanaklar bulunmaktadır. Alışverişin yanı sıra çeşitli rekreasyon olanakları sunan alışveriş merkezleri, yakın ve uzak ülkelerden birçok turisti çekebilmektedir. Büyük alışveriş merkezleri başlı başına önemli bir turizm merkezi haline geldi. Öte yandan, dünyanın birçok bölgesi belirli ürünlerle ünlü olmuş ve alışveriş turizmi için cazibe merkezleri haline gelmiştir. Örneğin, Venedik el yapımı çanak çömlek; Hong Kong elektronik ürünleri; Paris kıyafetleriyle ünlüdür. Benzer şekilde, Dubai uzun zamandır Orta Doğu'daki en popüler alışveriş merkezi olmuştur. Dünyaca ünlü markaların satış noktalarında düzenlenen turlara katılanların sayısı artıyor. Avrupa'daki ve dünyanın diğer yerlerindeki birçok şehir (Dubai, New York, Milano, Paris, Barselona ve Madrid gibi) alışveriş turizminden önemli gelirler elde etmekte ve düzenli olarak düzenlenen festivaller ve fuarlar da önemli turistik çekimler yaratmaktadır. Uluslararası bir üne sahip eski filmler (Cannes Film Festivali ve Rio Karnavalı gibi) dünyanın her yerinden çok sayıda turist çekmektedir. Ayrıca birçok büyük şehir uluslararası fuar ve festivallere ev sahipliği yapmaktadır. Şehirlerin turizm pazarındaki imajının oluşmasına festival ve fuar organizasyonları büyük katkı sağlamaktadır (Günay,2018: 63-65).

Büyük yerleşim etkinliklerinin dünyanın her yerinde yapılması şart değildir, bölgenin özelliklerine göre daha küçük ölçekli etkinlikler (kiraz festivali, kayısı festivali, sarımsak festivali, çilek festivali, deve güreşi, boğa güreşi vb.) gelişmek için düzenlenmektedir. Bunlar turizm endüstrileridir. (Özgüç, 2007, *Aktaran, Günay,2018:*

65). Ashworth (1992) şehir turizmi ile ilgili olarak birbiriyle ilişkili şehir ortamı ve bu ortamdaki faaliyetler olmak üzere iki faktöre dikkat çekmektedir: Başka bir ifadeyle, şehir turizminin belirleyicisi şehre özgü faaliyetlerdir. Şehir turizminde iki ekonomik modelden söz edilebilir; bunlar; beklenmedik kazanç modeli ve turnike modelidir. Beklenmedik kazanç modeline göre turistler, hiçbir ek ücret ödemediği turist olmayanlara aynı hizmetlerden yararlanabilir. Turnike modelinde ise turist ve turist olmayanlar arasındaki fark dikkate alınır. Buna karşın her iki modelde de kullanıcıların ürünleri aynı amaçlarla tükettiği varsayılmaktadır (Asworth ve Page, 2011, *Aktaran Mutlu ve Keleş, 2022 :810-822*). Şehirlerin turizm pazarlaması, şehirde ekonomik, politik ve sosyal değişimlere ve şehirlerin çalışma ortamında değişikliklere yol açan bir faaliyettir. Günümüzde şehir pazarlaması sayesinde şehirler, mobil kaynakları ve kurumsal yatırımları ziyaretçilerin ve sakinlerin yararlanabileceği unsurlara dönüştürürken cazibesini hızla artırmaktadır. Bu kavram ve yöntemler sayesinde şehirler bir marka haline gelmekte ve bu şehrin ürettiği tüm ürün ve hizmetler hedef kitle tarafından daha fazla talep görmektedir. (Kavaratzis and Ashworth, 2007: 16, *Aktaran Giritlioğlu, 2010:74-89*).

Şehir pazarlaması kavramı, bazı gelişmiş ülkelerde uzun süredir kullanılmasına rağmen, son zamanlarda birçok gelişmekte olan ülkede popülerlik kazanmıştır. Kent pazarlamasının, kentin potansiyelinin farkına varılması ve yerel halkın ve kentin bu potansiyeli etkin bir şekilde kullanması açısından önemli faydaları bulunmaktadır. (Deffner ve Liouris, 2005: 3 *Akt. Giritlioğlu, 2010:77*). Tabii ki şehir hizmetlerinin kalitesi de bu konuda önemli bir faktör. İyi hizmet altyapısının (ulaşım, konaklama, telekomünikasyon vb.) yanı sıra kentin doğası, manzarası, kültürü, eğlence, yeme-içme ve alışveriş imkanlarının turistleri tatmin edecek düzeyde olması gerekmektedir. (Sohn ve Park, 1999: 71, *Akt. Giritlioğlu, 2010:74*). Yine, bir şehrin etkin bir şekilde pazarlanabilmesi için bazı performans ölçütlerinin şehrin lehine olması gerekir. (Giritlioğlu, 2010:74-89).

3. RENKLERİ SEVEN AZERİ ŞEHİRİ ŞEKİ (SHEKİ) İLİNİN TURİZM POTANSİYELİ

Azerbaycan'ın en güzel köşelerinden biri olan Şeki şehri, belki de eşsiz mimari mücevherleri yansıtan başlıca yerlerden biridir. İnsanların 2700 yıl önce bu bölgede yaşamaya başlamış olması, bölgenin kadim bir tarihe sahip olduğunun en büyük kanıtı. Şeki'nin ana turizm potansiyeli coğrafi konumu ile gösterilmektedir. Böylece, Büyük Kafkasya'nın güney kesiminde, Azerbaycan'ın kuzeybatısında, dünyaca ünlü Büyük İpek Yolu üzerinde bulunması, bu bölgeyi diğer bölgelerden ayıran en önemli özelliğidir. Eldeki belgelere göre Şeki'nin MÖ 1. binyılda inşa edildiğine dair spekülasyonlar var. Bölgenin adı birçok yabancı dilde yazılı kaynaklarda geçmektedir. Şeki'nin, Hristiyanlığın nispeten yaygın olduğu bir dönemde Kafkas Arnavutluk'taki ana dini merkezlerden biri olduğuna dair haberler var. Arap-Hazar savaşları sırasında (yani VII-XIX yüzyıllar) Şeki, muharebeler sırasında askeri çatışmalara sahne oldu. Arap Hilafeti gibi güçlü bir halifeliğin zayıfladığı bir dönemde bu bölgede kurulan beylik, dönemin ünlü ve güçlü devleti olarak bilinen Şirvan Şah devletine dahil edilmiştir. Şeki, tüm Kafkasya'da ana ipek üretim merkezi olarak da bilinir. Eldeki belgelere göre Şeki'nin MÖ 1. binyılda inşa edildiğine dair spekülasyonlar var. Bölgenin adı birçok yabancı dilde yazılı kaynaklarda geçmektedir. Şeki'nin, Hristiyanlığın nispeten yaygın olduğu bir dönemde Kafkas Arnavutluk'taki ana dini merkezlerden biri olduğuna dair haberler var. Arap-Hazar savaşları sırasında (yani VII-XIX yüzyıllar) Şeki, muharebeler sırasında askeri çatışmalara sahne oldu. Arap Hilafeti gibi güçlü bir halifeliğin zayıfladığı bir dönemde bu bölgede kurulan beylik, dönemin ünlü ve güçlü devleti olarak bilinen Şirvan Şah devletine dahil edilmiştir. Şeki, tüm Kafkasya'da ana ipek üretim merkezi olarak da bilinir (Abadov, 2014: 101). Azerbaycan Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu kararının 19 Ocak 2016 tarih ve 1718 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 3.3. Maddesi ile Şeki'nin "Yukarıbaş" tarafını Tarihi ve Mimari Rezerv olarak ilan edildi. Bu mimari rezerv ve Şeki'deki en ünlü tarihi eser olarak kabul edilen saray, tarihi ve kültürel anıtlar listesinde dünyanın önemli bir gayrimenkulü olarak listelenmiştir. Söz konusu rezerv ayrıca uygulamalı sanat, yerel çalışmalar, S. Rahman vb. ülkenin ulusal hazinesi olarak kabul edilir. Ayrıca yazarların ve şairlerin ev müzelerini ve Devlet Resim Galerisini de içerir (<https://e-qanun.az/framework/44294>). Şeki, antik çağlardan beri, özellikle Orta Çağ'da önemli bir ticaret bölgesi olmuştur. 18. yüzyılda inşa edilen Aşağı Kervansaray ve Yukarı Kervansaray bunu kanıtlamaktadır. Görünüşe göre burası eski tüccarların Şeki'ye geldiği yerd. Şeki'de özellikle çekici olan birçok kültürel tesis de vardır: Dekoratif ve Uygulamalı Sanatlar Müzesi, Sanat Galerisi ve Sabit Rahman Drama Tiyatrosu. Şeki'nin eşsiz gelenekleri ve antik sanat bilgisi, yerel halk tarafından neredeyse antik çağlardan günümüze kadar devam ettirilmiştir. "Kalagayi" olarak bilinen ipek başlıklar, eski çağlardan beri Orta Asya ülkelerine ihraç edilmekte ve yerel ustalar tarafından ipek üzerine çeşitli dekoratif desenler yapmak için kullanılmaktadır. Takelduz olarak da bilinen işleme sanatı Şeki'de oldukça gelişmiştir. Bütün bunlara ek olarak, Han Sarayı'nda olduğu gibi Şeki'de şapka yapımı, müzik aleti yapımı ve ağ sanatı devam ediyor (Abadov, 2014: 101-102). Şeki bölgesini de içine alan Şeki-Zagatala ekonomik-coğrafi bölgesi, Kafkasya'da nadir görülen Filizçay adı verilen polimetallik yataklar açısından oldukça zengindir. Ayrıca, büyük miktarda inşaat malzemesinin toplandığı birkaç kaya ve çakıl tortusu, çay dağıtım konisi not etmek de önemlidir. Kükürtün

%90'ı ve çinkonun %97'si dahil olmak üzere bakır rezervlerinin çoğu burada depolanır. Bu ekonomik-coğrafi bölgede 2 adet tatlı su sahası Şeki bölgesinde olmak üzere toplam 9 adet yeraltı suyu yatağı bulunmaktadır (Asgerov, 2011: 239-240).

2006 yılından bu yana Şeki'deki Binicilik Turizm Merkezi'nde Ulusal At Oyunları Festivali ve Milli Lider Haydar Aliyev'in anısına adanan "Cumhurbaşkanı Kupası" düzenlenmektedir. 2000 yılından bu yana, Şeki'yi bir turizm merkezine dönüştürmek için devlet başkanı tarafından girişimlerde bulunuldu. İlham Aliyev, "Şeki bir turizm merkezidir. Şeki sadece Azerbaycan'ın değil, bölgenin ve dünyanın da turizm merkezi haline gelmelidir." Devlet olarak Şeki'nin potansiyeline ne kadar önem verdiklerini ifade ettiler (Ertürk, 2020:262). Şeki'nin turizm kenti olarak kabul edilmesinin ardından ilgili uluslararası kuruluşların kente olan ilgisini artırmaya başladılar. Uluslararası Anıtlar ve Sitler Konseyi (ICOMOS) Başkanı Gustavo Araoz, 19-20 Nisan 2013 tarihlerinde Şeki'yi ziyaret ederek, tarihi mirasın korunması ile ilgili projeleri yerinde görerek olumlu değerlendirmelerde bulundu. Dünya Bankası'nın desteğiyle kaledeki Şeki Han Sarayı ve Şeki Esnaf Evi onarılarak restore edilmiştir. Devlet projesi IX-XI, Şeki'de turizmi canlandıracak. Derslerin de yer aldığı "Ülkemizi Tanıyalım" turuna Şeki de dahil oldu. Bu proje ülke genelinde kabul gördü ve bu kapsamda ülkenin dört bir yanından öğrenci gruplarının Şeki'yi ziyaret etmesine izin verildi (Ertürk, 2020:262). Şeki, dünyada uluslararası festivallere ve törenlere ev sahipliği yapmayı hak eden bir bölge olarak biliniyor. Burada farklı zamanlarda tiyatro, müzik ve şekerleme festivalleri düzenlenmektedir. 2016 yılında TÜRKSOY tarafından kadim bir tarihe sahip bu bölgenin Türk kültür başkenti ilan edilmesi bölge tarihine özel olarak geçmiştir.

Türkmenistan'ın Merv şehrinde 26-28 Kasım 2015 tarihlerinde düzenlenen TÜRKSOY Daimî Konseyi 33. Toplantısında alınan kararlar Şeki şehrinin 2016 yılında Türk Dünyası Kültür Başkenti ilan edildiğini söyledi. Azerbaycan Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın tavsiyesi üzerine yapılması planlanan etkinliklerin programını paylaşarak, Şeki'nin 2016 yılında Türk dünyasının buluşma noktası olacağını duyurdu. Kaseinov, karar verilen projeleri şöyle sıraladı: halk sanatı ustaları ve sanatçıları sergisi, Nevruz bayramı ve TÜRKSOY resim sergisi, şehir folkloru ve müzik kolektifleri konseri; Bahtiyar Vahapzade'nin anısına adanmış "101 Türk Şairi" şiir yarışması ve Türk milli tarihinin güncel konularını içeren bir konferans (Ertürk, 2020:264). Ayrıca cumhurbaşkanlığı kararnameleri sonucunda Şeki'de önemli sosyal ve altyapı projeleri hayata geçirilmiştir. Böylece Olimpik Spor Kompleksi, Merkez İlçe Hastanesi, Şeki Mahkemeleri, engelliler için rehabilitasyon merkezi ve 3.500 kişilik şehir stadyumu yeniden inşa edildi. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesi için devlet bütçesinden yaklaşık 5 milyon manat ayrılmıştır. Şeki'nin eski el sanatları hala destekleniyor. Şeki'de birçok çömlekçi, kuyumcu, helvacı vb. yaşamaktadır. Şeki ağızda eriyen helvasıyla ünlüdür. Bu arada Şeki'de şehir merkezindeki birçok aile dükkânında elden ele satılan ünlü helvanın turistlerin en sevdiği yemeklerden biri olduğunu da belirtmek gerekir (Haydarov,2011: 40-62). Azerbaycan'ın en güzel bölgelerinden biri olan Şeki bölgesi, doğal kaynakları, sosyo-kültürel değerleri, coğrafi konumu, endüstriyel ve ticari üretimi ile ilgi odağındadır. Hanlık döneminde ortaya çıkan ve zamanla kendi tarihini koruyan eski adı Nukha olan Şeki, doğal güzelliği, kültürü ve tarihi nedeniyle Azerbaycan'ın turizm potansiyeli olan en güçlü bölgelerinden biri olarak gelişmeye devam ediyor. Şeki'nin kendi tarihi anıtları, kültürü, şehrin eski ve büyüleyici görünümü, eğlence turizmi, mutfağı, spor turizmi- örneğin binicilik, festival turizmi vb. alternatif turizm düzeyi yüksek bir turizm bölgesidir. Şeki sadece iç turizmde değil, dış turizmde de turizm açısından önemli bir yer olarak değerlendirilebilir. Coğrafi konumu nedeniyle yeşilliklerle kaplı, temiz havası, sayısız tarihi eser, dini tapınaklar, camiler, dinlenme alanları, mutfaklar vb. ile kaplı dağlık bir bölgede yer almaktadır. Turistler tarafından tanınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Araştırmalara göre Şeki'nin turizm tarihi 16. yüzyıla kadar uzanıyor. Şeki, alternatif bir turizm türü olan tarih turizmi için dünya, ulusal ve yerel öneme sahip tarihi objelere sahiptir. Yukhari-Baş Tarihi-Mimari Koruma Alanı ve Şeki Han Sarayı dünyaca ünlü turistik yerlerdir. 18. yüzyılın (1762) bir örneği olan Şeki Han Sarayı, güzelliği, dekoratif unsurları ve farklı anlamlar taşıyan arsaları ile her zaman turistleri cezbetmektedir. Büyük Türk şairi Nazım Hikmet, Azerbaycan'ın hiçbir şeyi olmasa bile Şeki Han Sarayı'nı tüm dünyaya göstermenin yeterli olduğunu söylemiştir (Mammadov, 2017 :203). Son yıllarda, Şeki'de turizm alanında, örneğin, "Marxal" rekreasyon kompleksinde bir otel inşaatı, Şeki mutfağını dünyaya daha iyi tanıtmak için düzenlenen etkinlikler, bir dizi festival ve tören, ünlü at yarışları Şeki'nin bölgeye turist akışını arttırmış, bölgenin sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağlamıştır. Şeki-Zagatala bölgesindeki 2016-2020 yıllarında otel ve otel tipi (konuk evleri) işletmelerin göstergeleri Tablo 1-de sunulmuştur.

Tablo 1. Şeki Bölgesinin Turizm Göstergeleri

Şeki bölgesinin turizm göstergeleri	2016	2017	2018	2019	2020
Otel ve otel tipi işletmelerdeki oda sayısı (birim)	320	242	262	283	283
Otel ve otel tipi işletmelerde tek seferlik kapasite (yer)	808	511	546	582	582
Otel ve otel tipi işletmelerde geceleme sayısı (birim)	10883	11822	15942	21127	4122
Otel ve otel tipi işletmelerin gelirleri (bin manat)	715,8	1043,5	1289,4	1621,2	662,6
Otel ve otel türü işletmelerin giderleri (bin manat)	790,1	1134,6	1337,0	1577,9	714,0
Otel ve otel tipi işletmelerde konaklayan kişi sayısı (kişi)	9265	10544	12312	15598	3324

Kaynak: Yazarlar tarafından Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi'nin 2022 verilerine dayanılarak hazırlanmıştır (<https://www.stat.gov.az/source/tourism/>).

Azerbaycan'ın eskiden hanlık merkezi şehirlerinden biri olan Şeki (eskiden bilinen adı Nukha), Azerbaycan'ın kuzey batısında, Büyük Kafkasların güneyinde ve deniz seviyesinden yaklaşık 632 m yükseklikte karlı dağların yamaçlarında yer almaktadır. Azerbaycan'ın ağırlıklı olarak dağlık alanlardan oluşan bu eski bölgesi, sadece iç turizm için değil, aynı zamanda dış turizm için de önemli bir yerdir. Dağların doğal güzelliği, temiz havası, tarihi eserleri, tapınakları, dinlenme alanları, zengin mutfacı turistlerin bu bölgeyi seçmesinde büyük rol oynuyor. Şeki'nin toplam alanı 2.430 kilometrekare, 1 Ocak 2020 itibariyle Şeki'nin nüfusu 187.900 kişidir. Araştırmalara göre Şeki'nin turizm faaliyetleri 16. yüzyıla kadar uzanıyor. Genel olarak, Azerbaycan'ın kuzeybatı bölgesindeki yönler, tarihi, eskiliği ve zengin kültürü bakımından diğer bölgelerden farklıdır. İnsanların Şeki'ye gelme sebeplerinin başında ticaret, inançlar, turizm, ipek yolu, tarih turizmi, rekreasyon, zengin mutfak, kültür turizmi, şehrin güzelliği, sanat ve zanaatlar gelse de şehri çekici kılan diğer önemli unsurlardır. (İsmayilova, 2018: 15, Aktaran Mammadov, 2020 : 46).

3.1. Turizm Açısından Şeki İlinin Güçlü ve Zayıf Yönleri

Azerbaycan'ın ekonomik potansiyelinin neredeyse yarısı bölgelere aittir. Örneğin bölgelerde, turizmin mevsimlik doğası, turizm alanında çalışan nüfus için özellikle elverişsizdir. Turizmin yılın sadece 3-4 ayında aktif olması hem turizm şirketleri hem de bu alanda çalışan kişiler için zorluk yaratmaktadır. Bu nedenle turizmi mevsimlik değil kalıcı hale getirecek önlemler alınmalıdır. Bölgelerde, sağlıklı nüfusun %47'si tarımla uğraşmaktadır. Bu dikkate alınarak kırsal turizme daha fazla önem verilmeli ve kalkınma sağlanmalıdır. Bunun için bir takım önlemler planlanmalıdır. Bölgelerde yeni altyapılar oluşturulmalı, zanaatkarların el sanatlarını turistlere sergileyip satabilecekleri özel mekanlar yapılmalı, ulaşım hizmetlerinin seviyesi yükseltilmeli ve bu alana ilgi duyanlara özel yabancı dil kursları düzenlenmelidir. Köylüler potansiyel alana göre gruplandırılmalıdır. Örneğin, mutfacı, kültürel ve tarihi eserleri ile ünlü bölgelerden biri, tıp bölgelerinden biri vb. şeklinde gruplandırılmalıdır. Tüm bu alanların gelişimi, 2013-2020 turizm planında belirlenen hedeflerdir. Genel olarak, son zamanlarda bölgelerde turizmin gelişmesine özel önem verilmiştir. Bu amaçla, turizm geliştirme stratejisi aşağıdaki alanları kapsamaktadır:

- ✓ Turizmin gelişmesi sonucu bu gelişmenin ekonomik büyümedeki rolünü artırmak
- ✓ Sosyo-ekonomik fayda sağlamak için çalışmak ve bölgeleri bu alana dahil etmek

Bölgelere gösterilen özenin bir sonucu olarak, önceki yıllara kıyasla Şeki, son yıllarda turizm alanında önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Şeki, tarihi eserlerin ve kültürün yanı sıra onu diğer bölgelerden ayıran birçok özelliğe sahiptir. Yerlilerin samimiyeti ve onların lehçesi ve nazik tavrı turistler tarafından çok iyi karşılanmaktadır. Bugün Şeki öyle bir coğrafi konumda bulunuyor ki, hem Gürcistan'dan hem de Bakü'den gelen turistlerin bu bölgeden geçmesi gerekiyor (Qafarov, 2012: 100-123).

Şeki'nin turizm potansiyeli çok büyük. İç turizm potansiyeli, tarihi, dini, gastronomi, spor ve yumurta turizmi bölgenin ana turizm potansiyelini temsil etmektedir. Tarihi bir rota olarak görülen ve tüm dünyaya yayılmış olan Şeki'nin Büyük İpek Yolu'nun kültür turizminde önemli bir yer tutmaktadır. Bugün Azerbaycan'da turistler için özel ve önemli kabul edilen turizm anıtlarının ve anıtlarının tarihi üzerine araştırmalar yapılmaktadır. (Haşimova ve Sadıgov, 2019: 150-154 Aktaran Mammadov, 2020 : 59).

Şeki'de ekoturizm de gelişiyor. Bu turizm türünün gelişmesinin nedeni bölgenin eşsiz doğası, doğal güzellikleri ve dağlardaki yerleşimdir. Şeki'nin tarihi turizminin yanı sıra kültür ve inanç turizmi de turizm potansiyelinde önemli rol oynamaktadır. Tarihi ve kültürel turizm müzeleri, tarihi anıtlar vb. Bunların arasında dünyaca ünlü Şeki Hanlar Sarayı öne çıkıyor. Bu tarihi ve kültürel anıt, Azerbaycan Hanlığı döneminin bir kalıntısıdır. Ayrıca Şeki'de müzeler vardır, genellikle müzeler, ait oldukları bölgenin imajı olan tarih ve kültür turizminin yaygınlaşmasında önemli rol oynarlar. Ziyaretçilerin zamanda yolculuk yapıp hediye alabilecekleri merkez haline gelen müzelerin buldukları konumla çok ilgisi var. Şeki'deki müzeler, Şekikhanov'un evi, Şeki devlet

sanat galerileri, vb. Şeki-Tarihi yerel tarih müzesi, tarihe ilgi duyan herkes için ilginç bir nesne haline gelebilir. (İbrahimhalilov, 2008: 4, *Aktaran Mammadov, 2020 : 62*)

Şeki turizminin gelişmesine rağmen, burayı ziyaret eden turist sayısını artırmak için önemli önlemler alınabilir. Örneğin bugün birçok büyükelçilik temsilcisi Şeki'nin Fazıl köyündeki labirenti andıran yeraltı müzesini ziyaret etti. Ayrıca, diğer anıt ve müzelerin bulunduğu alanlara turist akışını artırmak için Binicilik Merkezi'ne turist rotaları yapılması daha uygun olacaktır. Ayrıca Şeki'nin tarihi eserleri açısından zengin olmasına rağmen, bazı eserlerin hala onarılması ve restore edilmesi gerekmektedir. Örneğin Zayzit, Bash Kungut, Bideyiz köylerinde tarihi Arnavut tapınakları duruyor ve bu tapınakların onarımı kaçınılmaz. Ayrıca, bu anıtlara giden asfalt yolların sağlanması veya mevcut yolların yeniden yapılması, burayı ziyaret eden turist sayısının artması için önemli bir koşul olabilir. Elbette bu tür önlemler alınırsa Şeki'ye gelen herhangi bir turist kısa süre değil uzun süre kalacak. Köylerde de kırsal turizmi geliştirmek mümkündür. Yeşil turizm olarak bilinen kırsal turizmin gelişimi için yeterli potansiyel bulunmaktadır. Örneğin Kiş köyündeki Arnavut tapınağının yakınındaki bölgede turistlerin konaklaması için yerler ayarlandı. Çünkü buraya gelen turistler daha çok burada kalmak, çevre köylere gitmek ve kırsal yaşamı tanımakla ilgileniyorlar. Çünkü gelen turistler için hayvancılık, tarım, günübirlik tarım tamamen yeni bir sahne. Böyle bir alanla daha çok ilgileniyorlar. Genel olarak bölgede turist sayısının artması bölgenin ekonomik kalkınması için büyük önem taşımaktadır.

Bölgelerde temel öncelik, petrol ve gaz gelirlerinin verimli kullanılması, uluslararası standartlara uygun ürünler üretecek işletmelerin kurulması ve turizmi geliştirmeye yönelik tedbirler yoluyla bölgesel dengenin sağlanmasıdır. Potansiyel bölgelerde turizmin gelişmesini sağlamanın iki yolu vardır:

- ✓ Doğrudan devlet fonları pahasına turizm kompleksleri düzenleyerek bölgelerde turizmin gelişimini desteklemek ve teşvik etmek;
- ✓ Girişimcilere gerekli desteği sağlayarak sektörün gelişimini sağlamak

Her şeyden önce devletin gelirinin olması önemlidir. Ancak bu gelir, girişimcilere düşük faizli krediler sağlayarak gelişme koşulları yaratmak için daha uygundur. Bu aynı zamanda işsizliği en aza indirmede de faydalı olabilir. Aynı zamanda, rekabet yoğunlaşabilir. Bölgelerde turizmin gelişmesi için temel hedefler, bölgelerdeki turizm faaliyetlerinin iyileştirilmesi, çeşitli turizm türlerinin geliştirilmesi, yeni turist rotalarının oluşturulması, turizm personelinin mesleki gelişimi, yerli ve yabancı yatırımların çekilmesi vb. Bu hedeflerin uygulanması sonucunda bölgelerde turizm petrol dışı bir sektör olarak gelişmeye devam edecektir. Bölgelerde turizmin gelişmesi, devletin bu alandaki rolünün artması ekonominin diğer sektörlerini de olumlu etkileyecektir. Bu bağlamda turizmin bölgelere yapabileceği temel katkı, işsizliği azaltmak, girişimciliği geliştirmek, bölgelerdeki genel durumu iyileştirmek, altyapıyı geliştirmek vb. olabilir. Bölgelerde alınan tedbirler sonucunda sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması hem ekonomide gelirlerin artmasında hem de ülkenin uluslararası arenada turizm profiline sahip bir ülke olarak tanınmasında önemli rol oynamaktadır. (Dərgahov, 2008 : 125)

Şeki'nin elverişli coğrafi konumu ve en önemlisi tarihi İpek Yolu üzerindeki konumu bu bölgeyi diğer bölgelerden ayıran başlıca özelliklerdir. Bu aynı zamanda Şeki'nin uluslararası tanınırlığında da bir avantajdır.

Şeki'nin turistik otelleri ve kurumları da çok sayıda turist için çekilmesinde ve turizm potansiyelinin gerçekleştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. (Örneğin F Garden Otel Şeki, Şeki Park Otel, Şeki Saray Otel, Şeki Kervansaray Otel, Şeki Palace Otel 5*, Şeki İssam Otel, Şeki Marhal Otel, Şeki FM Butik Otel vb. gösterebiliriz. Şeki Palace Otel misafir kabul etmektedir. Otel ayrıca spa hizmetleri de sunmaktadır. Otel müşterilerine ücretsiz otopark ve ücretsiz internet sunmaktadır. Otel binası mermer ve taştan yapılmıştır. Şeki Marhal Hotel beş yıldızlı bir otel kompleksidir. Kiş köyünde yer almaktadır. Şeki şehri. Otelden manzara çok güzel. 2016 yılında açılan bu otel, otel odalarının yanı sıra misafirhaneler de sunmaktadır. Otel ayrıca havaalanlarına yakındır. Kabala Havalimanı'na 14 km, Bakü Uluslararası Havalimanı'na 300 km ve 14 km uzaklıktadır. Şeki Tren Garı. Şeki'de misafirler için bir tanesi Şeki FM butik otel olan butik oteller de bulunuyor. Haydar Aliyev parkı. Otel ayrıca Kabala Havalimanı'na 80 km, Bakü Uluslararası Havalimanı'na 300 km ve Şeki Tren İstasyonu'na 14 km gibi havaalanlarına yakındır. Şeki'nin misafirleri için bir tanesi Şeki FM butik oteli olan butik otelleri de bulunmaktadır. Şehir merkezine ve Haydar Aliyev Parkı'na yakındır. Otel ayrıca Kabala Havalimanı'na 80 km, Bakü Uluslararası Havalimanı'na 300 km ve Şeki Tren İstasyonu'na 14 km gibi havaalanlarına yakındır. Şeki'nin misafirleri için bir tanesi Şeki FM butik oteli olan butik otelleri de bulunmaktadır. Şehir merkezine ve Haydar Aliyev Parkı'na yakındır. (Mammadov, 2020 : 59-60)

Şeki ilinin söz konusu doğal rekreasyon ve turizm potansiyeli aşağıdaki gibi gruplandırılabilir:

- ✓ Doğal rekreasyon kaynakları (dağ sistemleri, dağlık masifler, orman masifleri, dağ mağaraları, fauna ve flora, su kaynakları, nehirler, göller, mineral ve kaplıcalar, buzullar, farklı fiziksel ve kimyasal özelliklere sahip arıtma suları;)
- ✓ Doğal koşulların kaynakları (estetik çeşitliliğe sahip manzaralar, deniz seviyesinden farklı yüksekliklerde bulunan doğal bölgeler, balneolojik iklim kaynakları, doğa rezervleri, yıllık güneşli gün sayısı, kar örtüsü, yerdeki kar örtüsünün süresi vb.);
- ✓ Turizm kaynakları (tarihi, etnografik anıtlar, müzeler, kaleler, mezarlar, camiler vb).

Rekreasyon-turizm potansiyelinin etkin ve tam olarak kullanılması, bölgenin yabancı ve yerli tüketiciler için rekabet gücünü artırarak, istihdam sorunu başta olmak üzere sosyal sorunların çözümü ve beşeri sermayenin etkin gelişimi için uygun koşulları ve nakit girişi sağlar (İsmayılova,2017: 15).

Genel olarak, Şeki'de turizm her yönden gelişmektedir. Tarih turizmi, inanç turizmi, binicilik turizmi, eğlence turizmi vb. bu tür turizm türleri gelişmiştir. Tarihi ile tanınan Şeki'de tarihi yapıların bulunması, şehrin görünümünde antikitenin korunması, onu Azerbaycan'ın diğer bölgelerinden ayıran başlıca özelliklerden biridir. Azerbaycan'ın kuzey batısında, Büyük Kafkas Dağları'nın güney yamaçlarında yer alan Şeki kabartması, ağırlıklı olarak yaylalardan ve eteklerinden oluşmaktadır. Ilıman bir iklime sahiptir. Buradaki büyük boy farkı, doğal koşullarda çeşitliliğe yol açmıştır. Şeki nüfusu çoğunlukla eteklerinde yaşıyor. Bir bölgenin iklimi o bölgenin turizmi için çok önemlidir. Şeki bu konuda elverişli koşullara sahiptir. Azerbaycanın baş kenti Bakü'ye 305 km uzaklıkta bulunan Şeki, ülkenin kuzey batısında, Büyük Kafkasya'nın güney bölgesinde yer almaktadır. Dağlık bölgelerden oluşur. Bu alan bol su kaynağı, normal nem, zengin ve yeşil orman örtüsü ile ayırt edilir ve deniz seviyesinden yaklaşık 700 m yükseklikte bulunur. Büyüleyici doğası ve ender tarihi ve mimari anıtları nedeniyle bölge önemli bir turizm merkezi olarak kabul edilebilir. Şeki'nin tarihi ve mimari anıtları, sürdürülebilir turizm örneği olarak tarihlerini korumuştur. Bölge, Şeki-Zakatala ekonomik bölgesinin bir parçası olan diğer bölgelere göre daha eskidir, tarihi ve kültürel anıtların zenginliği, coğrafyası ve iklimi ile ayırt edilir. Bu doğrultuda kültürel ve tarihi yapıların korunmasına yönelik altyapı projeleri hayata geçirilmiş, yatırımlar için devlet bütçesinden kaynak tahsis edilmiştir. Şeki'deki tarihi eserlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması turizmin sürdürülebilirliğine bir katkıdır. (Mammadov, 2020 : 68).

Şeki şehrinde turizmin çok yönlü gelişmesi sonucunda yerel nüfus için de yeni iş olanakları yaratılmıştır. Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi'nden alınan istatistiki göstergeler bunu bir kez daha teyit etmektedir.

Tablo 2. Şeki ilinin İş Gücü Piyasası

İŞ GÜCÜ PİYASASI	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Yeni iş yerleri	1569	2978	2985	2135	1258	277
Ekonomik olarak aktif nüfus sayısı, bin kişi	90,3	92,0	93,2	94,2	94,6	95,7
İstihdam edilen nüfus sayısı, bin kişi	86,4	88,0	89,3	90,6	91,1	90,5
Çalışan sayısı, bin kişi	21,8	21,3	21,6	21,7	21,1	21,0
Ortalama aylık nominal maaş, manat	255,6	247,6	251,5	276,7	353,9	441,1

Kaynak: Yazarlar tarafından Azerbaycan Devlet İstatistik Komitesi'nin 2022 verilerine dayanılarak hazırlanmıştır (<https://www.stat.gov.az/source/regions/>).

Görüldüğü gibi, her yıl açılan yeni iş sayısı artmaya devam ediyor. Pandemi nedeniyle 2019-2020 yılları arasında rakamlarda bir duraklama yaşandı. Buna neden bu büyümede turizmin özel bir rolünün olmasıdır. Ekonomik bölgenin dağlık kabartması, iklimi, rekreasyon-turizm potansiyeli, ekonomik kalkınmasını ve nüfusun istihdam seviyesini etkileyebilecek bir dizi karakteristik özelliğin oluşmasına temel oluşturmuştur:

- ✓ Dağlık bölge, kabartmanın keskin parçalanma derecesi, yaşam standardını etkileyen iklimin sertliği ve uygun yüzey örtüsünün kıtlığı ile açıklanan ovalara geçiş sınırına kadar nispeten zayıf yerleşimiyle ayırt edilir. ;
- ✓ Dağlık bölgelerde, her türlü emek faaliyeti daha yüksek maliyet temelinde oluşturulur ve bazı durumlarda bu ekonomik faktör, her türlü faaliyet, hatta tarım için geciktirici bir faktör haline gelir;
- ✓ Dağlık bölgelerdeki insan faaliyeti, bitişik ovalar ve etekler için çevresel etki riskini artırır, çünkü dağ sistemleri, yükseklik potansiyellerine bağlı olarak çevresel şekillendirme işlevlerine sahiptir, bu da bazı durumlarda zıt etkilere yol açar (İsmayılova,2017: 17)

Bölgenin diğer zayıf yönlerinden biri de çoğu turistik tesiste hizmetin uluslararası standartlara uygun olarak organize edilmemesi, personelin mesleki eğitiminin zayıf olması, pratik çalışma alışkanlıklarının oluşturulmamış olması ve bölgenin tanınmış turistik tesisleri ile deneyim alışverişinin olmamasıdır. dünya yapılmaz. Turizm şirketleri, organizasyon mekanizmaları zayıf, hizmetler modern ihtiyaçlara uygun ve aynı

zamanda bu alanda kırsal turizm ve ekoturizmin oluşumu hızlanmamıştır. Ekonomik kalkınma ve rekreasyon-turizm potansiyelinin kullanılması yönünde son yıllarda bazı olumlu büyüme dinamikleri yakalanmış olsa da, ekonomik bölgenin doğal-ekonomik kaynak potansiyeli henüz tam ve verimli bir şekilde dolaşıma girmemiştir. Bölgede ilgili ekonomik tedbirlerin sürdürülmesi, özellikle rekreasyon iyileştirme ve turizm altyapısının geliştirilmesi, işleyen işletmelerin sayısının artırılması, bölgenin coğrafi koşullarına ve kaynaklarına uygun tedavi-sanatoryum tipi ve turizm işletmelerinin oluşturulması, daha verimli istihdam göstergeleri elde etmeyi mümkün kılar. Bu amaçla ekonomik bölge için öncelikli yönlerin belirlenmesi ve bu yönlerde girişimcilik faaliyetlerinin teşvik edilmesi uygun görülmektedir (İsmayılova,2017: 17-18).

4. SONUÇ

Günümüzdeki en çok önem taşıyan ve karlı sektörlerden biri olarak kabul edilen turizm, ülkelerin refahının artmasında ve olumlu tanınırlığında çok önemli bir rol oynamaktadır. Turistik destinasyonun bulunduğu bölgede turizm çeşitlerinin ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi ile ülke ekonomisinin gelişimine olumlu etki yapmak ve gelirleri artırmak mümkündür.

Son yıllarda sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda alternatif turizme ilgi uyanmış ve doğal kaynaklara sahip bölgelere turist akışı daha da artmıştır. Gelen turistler sadece şehir merkezlerini değil, özellikle turizm açısından önde gelen bölgeleri ziyaret ederler. Bunun sonucu olarak da son zamanlarda doğal kaynaklara ait bölgelerde turizm daha hızlı gelişmeye başlamıştır.

Azerbaycan'ın kuzeybatı kesiminde yer alan Şeki tarihi, dini, kırsal turizmi ile Azerbaycanda önde gelen turizm bölgelerinden biridir. Şeki'nin gelişimini gösteren en önemli etkenlerden biri de 2016 yılında Türk dünyasının kültür başkenti ilan edilmesiydi. Bu seçim tesadüfi değildi. Kültürü, tarihi ve mutfağı ile ünlü olan ve Azerbaycan'ın en eski ve tarihi bölgesi olarak kabul edilen Şeki turizmi, son yıllardaki gelişimi ile diğer bölgelerden önemli ölçüde ayrılmaktadır. Araştırma ve analizler sonucunda Şeki'de turizmin gelişmesi için bir takım önemli faktörlerin olduğunu ortaya çıkıyor. Bu faktörler şunları içerir:

- ✓ Doğal potansiyelin yanı sıra Şeki destinasyonunda turizm potansiyelinin elverişli ekonomik durumu;
- ✓ Şeki destinasyonunda turizmin gelişmesi için gerekli hedefleri ve ilgili kaynakları sınıflandırarak sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak;;
- ✓ Şeki destinasyonunda turizmi geliştirmek için yabancı yatırımı teşvik etmek ve yerel halk ve zanaatkarların özel kaynaklarının bu alana çekilmesi.

KAYNAKÇA

1. Abadov M.K. (2014). “Azərbaycan turizmi və onun inkişaf problemləri” Bakı.
2. Ashworth, G. ve Page, S.J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32, 1–15
3. Asgerov, Ə.T., Bilalov, B.Ə., Güllahyev, Ç.G. (2011). “Ekoloji Turizm” . Adiloğlu. Bakı
4. Ажаев, Г. С. (2016). Экологический туризм. Павлодар: Керекү.
5. Dergahov V.S. (2008). “Rekreasiya-turizm ehtiyatları” «MBM» mətbəəsi. Bakı.
6. Deffner, A ve C. Liouris(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, pp: 1-21
7. Ertürk, M. (2020). Türk Dünyası Kültür Başkentleri, *Türkiyat Mecmuası*, 30:(1)
8. Haydarov, Ş.E. (2011). Turizmdə nəqliyyat xitmətlərinin təşkili. Dərs vəsaiti. Mingəçevir Poliqrafiya Müəssisəsi MMC.
9. İsmayılova, Ü. T. (2017). Şeki—Zagatala iqtisadi rayonunda rekreasiya-turizm potensialından istifadənin əhali məşqulluğu problemlərinin həllinə təsiri istiqamətləri. *Міжнародний науковий журнал Інтернаука*, (14):15-19.
10. İsmayılova N., Azerbaycan'da Medikal Turizmin Organizasyonu Ve Gelişimi, (Azerbaycan Devlet Ekonomi Üniversitesi, Yükek Lisans Tezi), Bakü, 2018, s. 57-59
11. İbrahimhalilov A. “Təbii imkanlarla yanaşı, tarix və mədəniyyət abidələri də Şekin turizm bölgəsinə çevrilməsini asanlaşdırır”, *Halk Gazetesi*, 2008, 21 Ağustos, s.4

12. Giritlioğlu, İ., & Avcıkurt, C. (2010). Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye’deki Şehirler Üzerine Öneriler (Derlemeden Oluşmuş Bir Uygulama). Adıyaman üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü dergisi, (4), 74-89.
13. Günay Aktaş, Semra. (2018) Turizm Coğrafyası, Eskişehir : Anadolu Üniversitesi, , 1.
14. Haşimova K., Sadigova M.,Modern İpek Yolunun Turizm Fırsatları, Bakü,2019, 150-154.
15. Karavatsız, M. Ve G.J. Ashworth(2007),” Partners İn Coffeeshops, Canals, And Commerce: Marketing The City Of Amsterdam”, Cities, vol:24, no:1, pp:16-25
16. Karski , A. (1990) . Urban tourism: a key to urban regeneration?, The Planner, 76(13):15 –17.
17. Mammadov E.Q. (2017). “Şəki destinasiyasının marketing planlaşması” KOMPAS CO MMC, Bakı.
18. Mammadov, A., & Çiftci, G. (2020). Azerbaycan’ın kuzeybatı bölgesi’nin (şeki bölgesi) turizm arz olanakları ve yerel halkın turizme bakışı (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü)
19. Mustafa, B. O. Z., & Özkan, Ç. (2021) Sürdürülebilir Şehir Turizmi: Barselona örneği. Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1), 110-129.
20. Mutlu, K. A. Y. A., & Keleş, Y. (2022). Şehir Turizmi Kavramından Ne Anlıyoruz? Kuramsal Bir Çözümleme. Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24(2), 810-822.
21. Мутавчи, Е. П., & Семенова, Л. В. (2017). Городской туризм-драйвер экономики впечатлений. Наука и туризм: стратегии взаимодействия, (6 (4)), 4-12.
22. Özgüç, N. (2007). Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler.İstanbul: Çantay Kitabevi.
23. Qafarov N. (2012). “Turizmin iqtisadiyyatı”. Bakı.
24. Sohn, H.S. ve C. Park(1999),” International Visitors’ Satisfaction With Pusan City And Its Implications For City Marketing”, Asia Pacific Journal Of Tourism Research, Vol: 4, no:1, pp:71-76
25. Tosun, C., & Bilim, Y. (2004). Şehirlerin Turistik Açından Pazarlanması: Hatay Örneği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 15(2), 125-138
26. Tüleykan, H. (2017). Turizm Ekonomisi ve Sürdürülebilirlik. 3. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, Bişkek/Kırgızistan, 964-980.
27. Uçkun, C.G., Türkay, O. (2003). Alternatif Turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği. Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı. Çankırı.
28. UN Documents, (1987), Gathering a body of global agreements, Our Common Future, Chapter 2: Towards Sustainable Development
29. World Tourism Organization (UNWTO) (2012). Global Report on City Tourism - Cities 2012 Project.
30. <https://www.stat.gov.az/source/tourism/> adresinden 22.06.2022 tarihinde erişilmiştir.
31. <https://e-qanun.az/framework/44294> adresinden 10.07.2022 tarihinde erişilmiştir.
32. <https://www.stat.gov.az/source/regions/> adresinden 10.07.2022 tarihinde erişilmiştir.