

# İslami İş Etiği ve Para Sevgisinin Kaçakçılık Algısı Üzerindeki Etkileri: Alanya Esnafı Örneği

Faruk Kerem Şentürk<sup>1</sup>  
Düzce Üniversitesi

Mehmet Bayırlı<sup>2</sup>  
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

Caner Güçlü<sup>3</sup>  
Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

## Öz

Bu araştırma toplumda gün geçtikçe normal kabul edilen ancak 21 Mart 2007 tarih ve 5607 sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu'na göre suç teşkil eden kaçakçılığa yönelik ticari yaşamda aktif rol alan esnafın düşüncelerini tespit etmeyi ve bu algının İslami iş etiği ve para sevgisi değişkenleri ile ilişkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda araştırma evreni olarak önemli bir turizm destinasyonu olan ve ticari işletmelerin yoğunlukta olduğu Alanya ilçe merkezi belirlenmiştir. Araştırma evreninin tamamına ulaşamayacağı için örneklem belirleme yoluna gidilmiş ve ulaşılması gereken miktarın 384 olduğu tespit edilmiştir. Kolayda örnekleme tercih edilmiş, nicel bir veri toplama tekniği olan 510 anket muhataplara dağıtılmış ve bunların arasından kullanılabilir nitelikteki 498 anket araştırma kapsamında incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar birçok ticari üründe kaçakçılık yapıldığına yönelik yüksek bir algı düzeyine sahiptirler. Bununla birlikte katılımcılar, kaçakçılığın özellikle dışarıdan Alanya'ya çalışmaya gelenler tarafından yapıldığı, kaçakçılığın karayolu aracılığı ile gerçekleştiği, ekonomik çıkar sağlama ve cezaların caydırıcı olmaması gibi nedenlerle kaçakçılık yapıldığı algılarını dile getirmektedirler. Değişkenler arasındaki ilişkilere bakıldığında ise İslami iş etiği algısı kaçakçılığın kötü bir tutum olduğuna yönelik algıdaki değişimi etkilemektedir. Ayrıca para sevgisinin iyi ve bütçe boyutları da kaçakçılık algısındaki değişimi açıklar nitelikteki değişkenler olarak tespit edilmiştir.

## Anahtar Kelimeler

Kaçakçılık • İslami iş etiği • Para sevgisi

1 Yetkilendirilmiş yazar: Yrd. Doç. Dr. Faruk Kerem Şentürk, Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, 81010 Düzce. Eposta: benfks@gmail.com

2 Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, Alanya 07490 Antalya. Eposta: mbayirli@akdeniz.edu.tr

3 Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Alanya 07490 Antalya. Eposta: gucluener@gmail.com

Atf: Şentürk, F. K., Bayırlı, M. & Güçlü, C. (2016). İslami iş etiği ve para sevgisinin kaçakçılık algısı üzerindeki etkileri: Alanya esnafı örneği. *İş Ahlakı Dergisi*, 9, 183–220. <http://dx.doi.org/10.12711/tjbe.2016.9.0005>

Farklı çalışmalarda üzerinde tekrarlar durulan “değişim” kavramının sadece ekonomik ve sosyal hayata değil insanların zihinsel algılama süreçlerine dahi etki etmiş olduğu görülmektedir. Türk Dil Kurumu (TDK, 2016) tarafından maddecilik olarak tanımlanan materyalizm kavramı, değişimin bu yönünden de güç alarak insanları ortak yaşam düşüncesinden soyutlamakta ve bireyciliği ön plana çıkarmaktadır. Aydın (2009) çalışmasında toplum içindeki materyalist eğilimlerin bireycilik ile pozitif, toplumcu düşünce yapısı ile ise negatif yönde bir ilişki içinde olduğunu belirtmektedir. Hofstede (2006) ise araştırmasında ülke içindeki kişi başına düşen gelir artışına bağlı olarak toplumdaki bireycilik düzeyinde de artış olduğunu belirtmektedir. Bireycilik kavramı ile paraya verilen anlam arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmada Özbek (2010), bireyci eğilime sahip olanların parayı başarının sembolü olarak gördüklerini belirtmektedir.

Materyalist düşünce bireyciliği desteklerken, toplum dinamiklerinin temellerinden biri olan din kapsamında İslam dini ise toplumun refahını yükseltmeyi, toplumda kardeşlik olgusunun geliştirilmesini ve sosyoekonomik adaletin sağlanmasını hedeflemiştir (Chapra, 1992). Bu noktadan bakıldığında bireyciliği vurgulayan materyalizm karşısında İslam’ın kolektivist bir toplum yapısını savunduğu görülmektedir.

Birey endeksli bir yaşam insanları hep daha fazlasına sahip olmaya yönlendirmekle birlikte bu arzunun kısa zamanda tatmin edilmesinin zor olduğu görülmektedir. Bu durumun da dolaylı olarak insanları gayrimeşru yollardan kazanım sağlamaya yönlendirdiği düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle araştırmamızda, “bir devletin yasalarına karşı gelerek yapılan ticaret” olarak tanımlanan kaçakçılık kavramına yönelik algının, toplumsalcı yapıyı savunan İslami iş etiği ve bireyci yapıyı savunan para sevgisi kavramları ile etkileşimi üzerinden incelenmesi hedeflenmiştir. Bu kapsamda yapılan çalışmalarda para sevgisi genelde tek bir boyut olarak ele alınırken araştırmamızda paraya yönelik tutumlar iyi, şeytani, bütçe ve güç-başarı boyutları altında değerlendirilmektedir. Bu noktadan hareketle esnafların paraya karşı tutumlarının olumlu yönde olacağı ve bu tutumun kaçakçılık faaliyetlerini negatif algılamalarına etki edeceği düşünülmektedir.

Araştırma evrenini turistik bir destinasyon olan Alanya ilçe merkezinde faaliyet gösteren esnaflar oluşturmaktadır. Araştırmamızın temel amacı kaçakçılık kavramına yönelik algının, İslami iş etiği ve para sevgisi kavramları ile etkileşimini incelemektir. Bununla birlikte kaçakçılığın sebepleri, kaçakçılık kavramının turizm faaliyetleri üzerindeki etkileri, gerçekleştirilen kaçakçılık türleri ve kaçakçılığın kimler tarafından hangi yollardan yapıldığı üzerine katılımcıların düşüncelerinin ortaya konması da amaçlanmaktadır.

Belirtilen amaçlara bağlı olarak araştırmanın ilk bölümünde İslami iş etiği konusu ele alınmış, daha sonrasında para sevgisi değişkeni üzerine literatür taraması ortaya

konulmuş ve literatürün son bölümünde kaçakçılık kavramı açıklanmış, Türkiye’deki kaçakçılık faaliyetlerine yönelik bilgiler paylaşılmış ve kaçakçılık faaliyetlerinin turizm sektörü üzerindeki etkilerine dair literatür bulguları değerlendirilmiştir.

### İslami İş Etiği

İslami yaşam anlayışı maddeciliği hayatın özü olarak görmemektedir. İslamiyet, birlik-beraberliğin ve kardeşliğin toplumu bir arada tutan en önemli unsur olduğunu vurgulayarak “iyi insan olarak yaşamayı”, “sosyal ve ekonomik adaleti” ve son olarak “bu dünya ve öteki dünya arasındaki dengeyi” insanlara öğütlemiştir (Rice, 1999, s. 346). Batı dünyasında iş kavramının tanımı ve iş etiğinin gelişimi bu ülkelerin değerlerine ve inançlarına uygun bir şekilde gelişirken, dünyanın diğer bölgelerindeki toplumların da kendi inanç ve değerlerine özgü bir iş etiği geliştirmeleri normal bir durumdur (Ali & Al-Qwaihan, 2008, s. 6).

İslami bakış açısına göre çalışmak bir erdem olarak görülmekte ve insanın ancak çalışarak kişisel ve sosyal ihtiyaçlarını dengeleyebileceği vurgulanmaktadır. Çalışmak insanın ekonomik olarak bağımsız bir birey haline dönüşmesini sağlamakta, öz güvenin ve kişisel tatminin oluşmasına olanak vermektedir (Ali, 1988). İslami iş etiği kişinin işinde başarılı olmasını işine olan bağlılığıyla ilişkilendirirken, toplumun ve özelde bireylerin yakın çevresinin refah seviyesinin arttırılmasını da bireylerin işine olan bağlılıklarının bir sonucu olarak görmektedir. Her birey işine bağlı olarak ve ahlak dışı yöntemler kullanmadan işini yaparsa toplum olarak daha az sorun yaşanacağı ve toplumun mutluluk düzeyinin artacağı belirtilmektedir (Ali, 1988). Bu noktada kişinin işine karşı sorumluluğu önemle vurgulanmaktadır. İslam, insanlara materyalist dünya anlayışından uzaklaşmayı öğütlemektedir (Rice, 1999).

İslami etik temel olarak toplumun refahını yükseltmeyi, insanlar arasındaki kardeşlik olgusunun geliştirilmesini ve her bir bireyin dünyevi ve uhrevi ihtiyaçlarını dengeli bir şekilde giderebileceği sosyoekonomik adaletin sağlanmasını hedeflemiştir (Chapra, 1992). Dünyada bulunan kaynaklar tüm insanlar içindir ve bu kaynakların toplumun tamamına kimse aç kalmayacak şekilde adil biçimde dağıtılması gerekmektedir. Yaygın inanışın aksine İslam, insanın dünyevi hayata tamamıyla sırt çevirmesini kötölemekte ve iş hayatını teşvik edici hükümler içermektedir (Ahmad, 1976). İslam, insanın çalışmaya gücü olduğu halde diğer insanlardan dilenmesine kati bir dille karşı çıkmaktadır (Abeng, 1997).

İslami iş etiği kavramını oluştururken kaynak olarak Kuran-ı Kerim ve Hz. Muhammed (sav)’in sözleri ve fiilleri temel kabul edilmiştir. Kuran-ı Kerim’de birçok ayette ticarete dürüstlük ve adaletten; zenginliğin toplumda adil biçimde dağıtılmasından; insanların geçimlerini sağlamak adına kendini geliştirmesi ve beceriler edinmesinden ve zamanın boşa harcanmasının hoş görülmediğinden bahsedilmektedir (Yousef,

2000). İslami iş etiği, Kuran-ı Kerim’de geçen niyet, itkan (hakikate yakından vakıf olmak ve delilleriyle bilmek), ihsan (karşılık beklemeden yapma), ihlas (samimiyet), felah (mükemmel olanı talep etme), takva (kendini devamlı şekilde yanlışlardan koruma), adil olma, emanet (sorumluluk sahibi olma), sabırlı olma, ölçülü davranma, sözünde durma, hesap verme sorumluluğu olma, tutarlı olma, disiplinli olma, temiz olma, kendini adama ve dayanışma gibi kavramların üzerine inşa edilmiş bir olgudur (Alhabshi & Ghazali, 1994, s. 40). İslami iş etiği iş hayatında eşitliği, dürüstlüğü, fikir birliğini ve samimiyeti ön plana çıkarmaktadır (Mansor & Ali, 1998).

Kuran-ı Kerimin Nisa suresinin 135. ayetinde mealen “*Ey iman edenler! Kendiniz, ana babanız ve en yakınlarınızın aleyhine de olsa, Allah için şahitlik yaparak adaleti titizlikle ayakta tutan kimseler olun. (Şahitlik ettikleriniz) zengin veya fakir de olsalar (adaletten ayrılmayın). Çünkü Allah ikisine de daha yakındır (Onları sizden çok kayırır). Öyle ise adaleti yerine getirmede nefsinize uymayın. Eğer (şahitlik ederken gerçeği) çarpıtırmanız veya (şahitlikten) çekinirseniz (bilin ki) şüphesiz Allah, yaptıklarınızdan hakkıyla haberdardır,*” (Meal: Altuntaş & Şahin, 2012) buyrulmakta ve adalet kavramına önemle vurgu yapılmaktadır. Kuran-ı Kerim incelendiğinde İslami etik anlayışına aykırı davranışların kaynağı olarak genellikle “daha fazlasını kazanma hırsı” ve “kazanamama korkusu” gösterilmektedir (Bulut, 2011, s. 30).

Hz. Peygamber bir hadisinde (Tirmizi, Buyü, 4) alış-verişinde doğru davranan, dürüst, güvenilir (emin) Müslüman tacirlerin ahiret yurdunda peygamberler, siddıklar ve şehitlerle birlikte bulunacağını bildirerek, dürüst tacirleri ahirette yüksek makamlarla müjdelemiştir. Ebu Hureyre’den rivayet olunan bir diğer hadis-i şerifte Hz. Peygamber “İşçiye hak ettiği ücreti alın teri kurumadan verin. İş esnasında da o iş için alacağı ücreti bildirin” (Beyhaki, c.6: 120) buyurmaktadır. Bu hadisten işçinin işin hakkını alın teri ile vermesi, işverenin ise çalışana hak edişini önceden bildirip onun rızasını alarak işe başlatması ve iş bitiminde geciktirmeden hak edişini vermesi gerektiği anlaşılmaktadır. Hz Peygamberin iş hayatı ve ticaret ile alakalı sözlerini ve uygulamalarını başlıklar altına topladığımızda şu hususlar ortaya çıkmaktadır (Ali, 2005, s. 53–55):

- İslam, topluma faydalı meşru işlerde çalışılmasını öğütlemektedir.
- İslam’a göre insanlar farklı özellik ve yeteneklerle yaratılmıştır. Bundan dolayı her birey kendi kapasitesine uygun bir şekilde çalışarak helal yoldan kazancını sağlamalıdır.
- Her Müslüman birey yaptığı işe bağlılık duygusuyla sarılmalı, yaptığı işin hakkını vermeli ve disiplinli bir şekilde çalışmalıdır.
- İşverenler çalışanların maaşlarını adil biçimde belirlemeli ve zamanında vermelidir.

- Her Müslüman bireyin özgüveni olmalı ve kendi emeği ile kazanmalıdır.
- İslami iş etiğine göre ticarete tekelleşme yasaklanmış, tekelleşimin topluma ve bireye zararları olan bir sistem olduğu vurgulanmıştır.
- İslam’da rüşvet kesin bir dille yasaklanmıştır.
- İslam bireyin fiillerini değerlendirirken önceliği niyete vermektedir, sonuçlar ise niyete göre değerlendirilir.
- Ticarete dürüst olmanın önemli unsurlarından biri de yapılan işte şeffaf olup o konuda hakkında paydaşlara doğru bilgi aktarımı yapılmasıdır.
- Hz Peygamber açgözlülüğü kesin bir dille yasaklamış ve bunun sosyal ve ekonomik adalet duygusuna karşı büyük bir tehlike olduğunu söylemiştir.
- İslam cömertliği övmekte ve tavsiye etmektedir.

Sosyoloji biliminin öncülerinden biri olarak kabul edilen Müslüman düşünür İbn-i Haldun yaptığı araştırmalarda, çalışmanın topluma kazandırdığı faydaları şu dört başlık halinde sıralamıştır: (i) Bireyler arasındaki karşılıklı anlayış ve işbirliğini tesis eder, (ii) bireylerin ihtiyaçlarını giderir, (iii) zenginliği artırır, (iv) şehirlerin gelişmesine olanak sağlar (Ali & Al-Qwaihan, 2008, s. 6).

İslam, materyalizm odaklı bir dünya yaklaşımını kötüleyerek sosyoekonomik adaleti ve toplumsal kardeşliği sağlayacak ve maddi ve manevi ihtiyaçlarını karşılayacak bir denge düzeni kurulmasını öğütlemektedir (Chapra, 1992). İslami iş etiği çalışanlara ve iş arkadaşlarımıza karşı adaleti ve cömertliği öğütlemektedir (Yousef, 2000). Abu-Saad (2003) yapmış olduğu çalışmada Protestan iş etiğinin aksine, toplum yararına çalışmanın İslami iş etiğinin ayrılmaz bir parçası olduğunu belirtmiştir.

### Para Sevgisi

TDK (2016) parayı “Devletçe bastırılan, üzerinde değeri yazılı kâğıt veya metalden ödeme aracı, nakit” olarak tanımlamaktadır. Dolayısıyla para söz konusu olduğunda karşılıklı bir alışveriş, değiş-tokuş karşımıza çıkmaktadır. Günümüzün kişisel çıkarı dayalı ekonomik yapısında para seçkin bir rol oynamakta, insanların ekonomik ihtiyaçlarını karşılamasının yanında kendi kimliklerini geliştirmelerinde de pay sahibi olarak görülmektedir (Burggraave, 1995, s. 11). Para konusunda yapılan çalışmalarda paranın anlamı ve paraya verilen önemin kişiden kişiye farklılık gösterdiği ve insanların para hakkındaki tutumlarının geçmiş tecrübelerinin bir yansıması olarak görülebileceği belirtilmektedir (Tang & Gilbert, 1995). Yapılan araştırmalarda bireyin birincil ve ikincil sosyalleşme süreçlerinin, ebeveynlerinin gelirlerinin, eğitim düzeyinin, sosyal sınıfının, değerlerinin, çocukluk tecrübelerinin

ve para alışkanlıklarının paraya karşı tutumunu direkt olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Furnham, 1984).

Para ürün ve servislerin satın alınması için bir araç olarak kullanılabilirken aynı zamanda bir hesabın ölçüm birimi olarak da görülmektedir (Furnham & Argyle, 1998). Günümüzde işçi işveren ilişkisinde para çalışanların emeğine karşılık ödenen miktar olarak tanımlanmaktadır (Mitchell & Mickel, 1999). İnsanların paraya yönelik tutumları iş ve iş yerindeki ödül sistemine dair algılarını ve çalışma motivasyonlarını etkilemektedir (Lawler, 1971; Tang & Baumeister, 1984). Milkovich ve Newman (1999) paranın işverenler tarafından yetenekli çalışanları çekme, muhafaza ve motive etme; başka bir deyişle ödüllendirme, kabullenme ve ceza verme aracı olarak kullanıldığını belirtmiştir.

Yapılan araştırmalar sonucunda para ile ilişkili en sık karşımıza çıkan kavramların güvenlik, güç, sevgi ve özgürlük olduğu ortaya çıkmıştır (Furnham, Trickey & Hyde, 2012). Para sahibi kimse, gelecek kaygılarını azaltarak kendini güven altına almış olur, başkalarına olan bağımlılığı azalır ve kendisini özgür hisseder. Para tüm bu sayılanları yapabilmeyi olanaklı kıldığı için kişiyi güçlü kılar. Para, insanın başarısının farkına varılmasını sağladığı gibi kişinin statü sahibi olmasına ve bireye saygı duyulmasına da yol açmaktadır (Goldberg & Lewis, 1978).

Diğertaraftan, yaygıncanın aksine para her durumda mutluluğu sağlayamamaktadır (Nicholson & Waal-Andrew, 2005). Para çalışanlar için bir motivasyon aracı olarak görülmesine rağmen birçok çalışan daha fazla kazanmaktansa daha fazla boş vakti olmasını tercih edebilmektedir (Furnham, 2005). Çoğu insan paranın aşk ve mutluluk gibi psikolojik ihtiyaçları tatmin edebileceği yanılgısına düşmektedir. Hâlbuki para insanın temel maddi gereksinimlerinin tatmininde bir araç olarak kullanılmaktadır (Furnham & Argyle, 1998). Yapılan çalışmalarda paraya değer vermeyen kimselerin parayı şeytaniliğin (kötülüğün) kökeni olarak gördüğü belirtilmektedir (Tang & Chiu, 2003). Tang ve Chiu'nun (2003) yapmış olduğu araştırmada para sevgisi düzeyi düşük olan kimselerin yüksek seviyede ücret tatminine sahip oldukları görülmüştür. Yüksek para kazanma arzusu kimi zaman kişinin sağlığını ve psikolojisini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Tang, 2007; Tatzel, 2002). Başka bir çalışmada ise insanın paraya karşı tutumunun kişisel gelirinden bağımsız fakat sosyal değerleriyle ve politik görüşüyle alakalı olduğu ortaya konulmuştur (Belk & Wallendorf, 1990).

Bireylerin paraya yönelik tutumlarını değerlendirmek için birçok ölçek geliştirilmiştir (Fank, 1994; Furnham, 1984; Tang, 1992; Yamauchi & Templer, 1982). Tang (1992) para konusunda yapılmış önceki çalışmaları inceleyerek geliştirdiği para etiği ölçeğinde 30 ifadeye ve 6 boyuta yer vermiştir. Tang (1992, s. 197) ölçek geliştirilirken başvurulan geçmiş çalışmaların odak noktalarını şu şekilde örneklendirmektedir: insanın farklı ihtiyaçlarının para ile ilişkisi (ör. Maslow, 1954), para hakkındaki olumlu

ve olumsuz tutumlar (ör. [Wernimont & Fitzpatrick, 1972](#)), paranın kontrolü veya yönetimi ([Furnham, 1984](#)), saplantı ve güç ([Furnham, 1984](#); [Yamauchi & Tessler, 1982](#)). Araştırmalar sonucu bireyin paraya yönelik tutumlarının ortaya çıkan boyutları ve bu boyutların tanımları aşağıdaki şekildedir ([Tang, 1993, s. 93–94](#)):

**Faktör 1 - İyi (9 İfade):** Para hakkındaki olumlu tutumlar bu başlık altında toplanmıştır. Bu faktörde paranın iyi, önemli, değerli ve çekici olduğu fikri temsil edilmektedir.

**Faktör 2 - Şeytani (6 İfade):** Bu faktörde para hakkındaki olumsuz tutumlar toplanmıştır. Paranın şeytani, gereksiz ve utanç verici bir şey olduğu düşüncesi bu olumsuz düşüncelere örnek olarak verilebilir.

**Faktör 3 – Başarı (4 İfade):** Bu faktörde paranın toplumda başarı ile özdeş görülmesi durumu ifade edilmektedir. Paranın bazı insanlar tarafından başarılı olmanın sembolü olarak görülmesi başarı faktörü ile temsil edilmiştir.

**Faktör 4 – Saygı (4 İfade):** Bu faktörde para ile insanların saygısının kazanılması durumu ifade edilmektedir. Çok para sahibi olmanın insanlar içinde saygınlığı artırabileceği yargısına dayanmaktadır.

**Faktör 5 – Bütçe (3 İfade):** Bu faktörde insanların parasını nasıl kullandığı özetlenmiştir. Gerek kısa vadeli ödeme hesaplarında gerek uzun vadeli yatırımlarda paranın kullanımına ne kadar dikkat edildiği düşüncesine dayanmaktadır.

**Faktör 6 – Özgürlük ve güç (4 İfade):** Paranın insana mali özerklik ve özgürlük sağlayarak kişiyi güçlü kılma durumu ifade edilmiştir.

Yukarıda bahsi geçen boyutlar, yani insanların paraya karşı tutumları duygusal (iyi ve şeytani), bilişsel (başarı, saygı ve özgürlük/güç) ve davranışsal unsurlar (bütçe) olmak üzere üç ana grupta toplanmıştır ([Tang, 1993, s. 94](#)). Tang'ın para etiği ölçeği bazı araştırmacılar tarafından para tutumlarının sistematik değerlendirilmesi için en iyi hazırlanmış ölçek olarak görülmektedir ([Mitchell & Mickel, 1999, s. 571](#)). Daha sonra yapılan çalışmalarda [Tang'ın \(1992\)](#) para etiği ölçeği temel alınarak 15 ifadeli para sevgisi ölçeği geliştirilmiştir. Bu ölçek ise duygusal unsurlar (iyi ve şeytani), bilişsel unsurlar (başarı ve güç) ve davranışsal unsurlar (bütçe) olmak üzere beş boyuttan oluşmaktadır ([Lemrova, Relterovai, Fatenova, Lemr & Tang, 2013](#)).

## Kaçakçılık

Son yıllarda kültürler arası etkileşim düzeyi ulaşım ve iletişim teknolojilerinin gelişimine paralel olarak artış göstermektedir. Buna bağlı olarak sınırların önemi bazı ülkeler arasında ortadan kalmakta, bazı ülkeler arasında ise gelişmişlik düzeyi ve gelir dağılımındaki eşitsizliklere bağlı olarak artmaktadır.

Bazı gelişmemiş ülkelerde var olan temel ekonomik sorunlardan biri “kaçakçılık” faaliyetleridir. Kaçakçılık kavramı, ahlaki veya yasal bir perspektifin ötesinde salt ekonomik bir olgu olarak da ele alınmalıdır (Bhagwati & Hansen, 1973). Bir ürünün ülkenin farklı yerlerinde farklı ücretlendirmelere tabi olmasında kaçakçılık faaliyetlerinin önemli bir etkisi olduğu belirtilmektedir (Saba, Beard, Ekelund & Ressler, 1995). Gelişmemiş ülkelerin yanı sıra gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerde de kaçakçılık faaliyetlerinin artış gösterdiği ve hükümetlerin bu konu üzerinde daha dikkatli olması gerektiği vurgulanmaktadır (Joossens & Raw, 1995).

Kaçakçılık kelimesi dilimizde a) “bir devletin yasalarına karşı gelerek yapılan ticaret”, b) “bir ülkeye gümrüğü ödenmemiş, yasaklanmış malı gizli olarak sokma”, c) “gizli olarak sezdirmeden kaçırma işi” gibi anlamlara gelmektedir (Türkçe Sözlük, 2009, s. 1023). Hukuk açısından ise kaçakçılık “Devlete vermekle yükümlü olduğu vergi ve resmi vermemek için hile ile alım satımı yasaklanmış maddeleri gizlice alıp satmak ve böylece yarar sağlamak, yurda gümrüksüz mal sokmak,” şeklinde tanımlanmaktadır (Alpdündar, 1977, s. 174).

Genel olarak kaçakçılık fiillerini şu şekilde sıralayabiliriz (KOM, 2013):

- İthal mümkün eşyada gerçekleştirilen ithal kaçakçılığı,
- Transit rejimi hükümlerine aykırılık suretiyle yapılan kaçakçılık,
- İthal yasak eşyanın ithal veya ihraç kaçakçılığı; ithali izne, lisansa, şarta, kısıntıya, uygunluk belgesine tabi eşyada yanıltıcı işlem yoluyla kaçakçılık,
- Vergiden muaf ithal olunan eşyayı ithal amacı dışında kullanmak suretiyle yapılan kaçakçılık,
- Dâhilde işleme rejimine aykırılık suretiyle gerçekleştirilen kaçakçılık,
- Gümrük kontrolü altında işleme rejimi çerçevesinde ithal edilen eşyada yapılan kaçakçılık,
- Antrepo veya geçici depolardan eşya çıkarma yoluyla yapılan kaçakçılık,
- Yolcu beraberinde getirilen eşyada gerçekleştirilen kaçakçılık,
- Gümrük kapıları haricinde yurda sokulan eşya kaçakçılığı.

Yasal olmayan yollar aracılığı ile ülkemize sokulan vergisiz ürünler ile ilgili istatistiki bilgiler ve hangi şehirlerin kaçakçılık faaliyetlerinde ön plana çıktığı bir sonraki bölümde detaylıca paylaşılacaktır.



## Türkiye’de Kaçakçılık Faaliyetleri

Serbest pazar ekonomisinin temel dinamikleri olan; rekabet, kişisel girişim, fiyatların oluşması, mal ve hizmetlerin sunulmasında arz talep dengesinin sağlanması gibi unsurları tahrip eden kaçakçılık faaliyetleri, ülke ekonomisini, yerli sanayiye ve kamu düzenini olumsuz yönde etkilemekte ve terör örgütleri de dâhil olmak üzere, farklı suç organizasyonları için önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır (Karatay & Kapusuzoğlu, 2011, s. 119).

Öztürk (2006, s. 107) Türkiye’deki kaçakçılık faaliyetlerinin ilk kez “1978 yılında artan petrol talebini ucuz yolla karşılamak üzere İran’la sınır ticaretine” başlanması ile gerçekleştiğini belirtmektedir. Başlangıçta “karşılıklılık” ilkesi benimsenirken sonraları bu kural unutulmuş sınır ticareti sınırsız ticarete dönüşmüş ve Türkiye’ye her türden tarım ürünü ve motorin getirilip sadece sınır illerinde değil ülkenin her yerinde bunların satılmasına dayanan bir mekanizma oluşmuştur. Bunun üzerine 1999’da tarım ürünleri, 2000 yılı sonunda ise petrol ürünlerine önemli kısıtlamalar getirilmiş, 2002’de ise motorin ticareti tamamen yasaklanmıştır. 2005 yılında dünya petrol fiyatlarının varil başına 60 Amerikan Dolarını geçmesi üzerine, temel petrol ihracatçısı komşu ülkelerden yeniden daha ekonomik fiyattan sınır ticareti kapsamında petrol ithal etmenin mümkün olabileceği dillendirilmeye başlanmıştır (Öztürk, 2006, s. 107).

Aslan ve Öcal (2012) birçok suç türü geçici nitelikteyken kaçakçılık suçlarının ise kalıcı bir niteliğe sahip olduğunu belirtmektedir. Özdemir ve Pekgözlü (2012) kaçakçılık faaliyetlerinin PKK ve diğer terör örgütleri için önemli bir finans kaynağı olduğuna vurgu yapmaktadır. Uyuşturucu, silah ve sigara kaçakçılığının yanı sıra göçmenler de dâhil olmak üzere kaçakçılık konusu olabilecek her türlü malın üretim ve satış bölgeleri arasındaki yollar, terörizmi besleyen atardamarlar olmuştur (Çakır, 2010, s. 71). Eker (2015) terör örgütlerinin uyuşturucu, insan ve tarihi eser kaçakçılığı aracılığı ile ciddi finansal kaynak elde ettiklerini belirtmektedir. Bu noktada bireyin (örgütlerin) yer altı ekonomisinden beklediği çıkar yasal faaliyetlerden beklediği çıkardan fazla ise, yer altı ekonomisi faaliyetlerinin (hırsızlık, kaçakçılık, tefecilik, rüşvet) gerçekleşmesinin önüne geçilemeyecektir (Gökpinar, 2005, s. 222).

Tablo 1

*Kaçakçılık Suçlarından Yakalanan Ürünlerin Yıllara Göre Dağılımı*

Kaçak Ürünler	YILLAR					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Akaryakıt (litre)	14.388.204	7.652.838	10.345.692	16.411.404	17.422.557	13.701.101
Alkollü İçki (şişe)	1.215.108	362.731	291.577	244.158	135.191	143.628
Hap (tane)	382.677	1.277.896	6.986.821	2.049.865	9.260.002	7.266.715
Klonlanmış Cep Tel. (ad.)	29.275	39.809	119.938	241.749	397.490	264.433
Et (Kg)	4.585	74.947	82.503	56.638	88.630	290.285
Çay (Kg)	782.570	862.156	2.352.769	1.378.029	361.102	521.878
Sigara (Paket)	10.149.605	43.545.267	69.730.125	99.100.151	108.243.473	106.431.665

*Kaynak.* KOM Daire Başkanlığı (2010; 2011; 2012; 2013; 2014). Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı Raporlarından derlenmiştir.

Türkiye, ucuz akaryakıt satışının yapıldığı üretici ülkelere komşu olması ve bu ülkelerdeki akaryakıt fiyatlarının ülkemize göre düşük olması nedeniyle akaryakıt kaçakçılığına maruz kalmaktadır. Ayrıca bazı komşu ülkelerimizdeki otorite boşlukları ve iç karışıklıklar sınırlarımızda akaryakıt kaçakçılığının meydana gelmesine neden olmaktadır (KOM Daire Başkanlığı, 2014). Akaryakıt kaçakçılığının yörede tarım ve hayvancılığın gerilemesi, haksız kazanç elde edilmesi, devletin vergi kaybına uğraması, kaçak yakıtın araçların motorlarına zarar vermesi, çevre kirliliğinin oluşması, karayollarında gereksiz trafik yoğunluğunun oluşması, sınırdaki insan ölümlerinin artması ve terör örgütlerinin finansman sağlaması (Deniz, 2010, s. 114) gibi olumsuz etkileri göz önünde bulundurulduğunda, oranlardaki artış tehlike sinyali vermektedir.

Diğer kaçakçılığı yapılan ürünlerin son bir yıldaki değişimlerine bakıldığında, alkollü içki kaçakçılığında ciddi bir düşüş yaşanmaktadır. İmalathanelere yapılan düzenli baskınlar ve kaçak ürünlerin piyasaya sürülmesinin engellenmesi bu düşüşün ardındaki sebepler olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte kaçak ilaç ve hap, kaçak telefon ve sigara oranlarında da önceki yıla göre düşüş olduğu görülmektedir. Kaçak et, kaçak çay ve alkollü içki oranlarında ise dikkate değer nitelikte artışlar tespit edilmiştir.

Sigara kaçakçılığının artış göstermesi, et fiyatlarındaki dalgalanmaya paralel olarak et kaçakçılığı faaliyetlerinin birden bire artması, turizm sezonu öncesi ve sezon içerisinde içki kaçakçılığındaki yükseliş, sınır komşularımızla geliştirilen iyi ilişkilerin yük ve yolcu taşımacılığına yansması sonrasında bir kısım bireysel kaçakçılık faaliyetlerinde görülen artış ise tespit edilen diğer olgulardır (KOM Daire Başkanlığı, 2012).

Bölgelerarası ekonomik farklılıklar da kaçakçılık kapsamında incelenmesi gereken konulardandır. Özellikle Marmara bölgesinin uluslararası piyasalara yakın olması, yerli ve yabancı yatırımcılar tarafından tercih edilmesi, batı bölgelerinde devletin ulaşım yatırımlarının görece fazla olması ve istihdamın bu bölgelerde yoğunlaşması gibi nedenler ile doğudan batıya göç olmakta ve doğu bölgelerinde ekonomik anlamda zorluklar yaşanmaktadır (Suğur, 2008). TÜİK'in (2013) iller itibariyle kişi başına düşen gayri safi yurtiçi hâsıla verilerine bakıldığında bölgesel gelir eşitsizliği daha belirgin bir şekilde gözler önüne serilmektedir. Marmara bölgesi şehri olan Kocaeli'nin kişi başına düşen milli geliri 6.165\$ iken bir Doğu Anadolu şehri olan Hakkari'de kişi başına düşen milli gelir 836\$'dır.

Son yıllarda Türkiye-İran sınır köylerinin en önemli geçim kaynaklarından birisini de kaçakçılık oluşturmaktadır. Sınırın büyük bir kısmında gerçekleştirilen kaçakçılık faaliyetleri, yöre insanı tarafından artık normal bir ticaret olarak algılanmaya başlanmıştır (Deniz & Doğu, 2008, s. 63-64). Ülke genelinde bu algının

yaygınlaşması, suçun normalleşmesi noktasında devlet ve emniyet güçleri tarafından dikkate alınması gereken bir konudur.

### **Turizm ve Kaçakçılık Algısı**

Turistleri bir ülkeye çekebilmek için öncelikle onların ülkeyi nasıl algıladıkları saptanmalıdır. Turist bir ülke hakkında olumsuz bir düşünceye sahipse, yöneticiler tarafından ülke imajını düzeltici ve turisti bilgilendirmeye yönelik faaliyetler yapılmalıdır (Seçilmiş & Ünlüönen, 2009, s. 66). Turistler gittikleri ülkelerde iletişime geçtikleri yeni insanlarla farklı sosyal ilişkiler kurmakta; bir yandan ziyaret ettikleri yerleri sosyal açıdan etkilemekte, diğer taraftan da bu yerlerden kendileri de fazlasıyla etkilenmektedir (Gürbüz, 2002, s. 53).

Diğer taraftan turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgedeki yerel halkın turizm faaliyetlerine yönelik tutumları da önem arz etmektedir. Alaeeddinoğlu (2008) ile Farahani ve Musa'nın (2008) çalışmalarına göre yerel halk turizmin bulunduğu bölgeye hem ekonomik hem sosyal hem de kültürel açıdan faydalar sağlamaktadır. Wang ve Pfister (2006) ise yerel halka turizmin potansiyel faydaları hakkında eğitim verildiği takdirde o bölge halkının turizm algılamasının daha olumlu olacağını belirtmişlerdir.

Turistlerin ziyaret etmek istedikleri destinasyona yönelik algılamaları ile o bölgedeki yerel halkın turizme ve turistik faaliyetlere yönelik tutumu bir arada ele alındığında, kaçakçılık faaliyetlerinin destinasyon imajı ve turizm faaliyetleri üzerindeki etkileri daha belirgin bir şekilde ortaya çıkacaktır.

Bazı araştırmacılar kaçakçılık faaliyetlerinin yerel halka fayda sağlayabileceğini, ancak bunun yasal yollardan yapılan ticaret ile dengelenmesi ve devlet tarafından kontrol altında tutulması gerektiğini söylemektedir (Bhagwati, 1981; Sheikh, 1989). Belisle ve Hoy (1980) yerel halk üzerinde yaptıkları çalışmada yerel halkın kaçakçılık ve turizm ilişkisine olumlu baktığını, turistlerin bu şekilde kaçak ürünleri alarak yerel halka ekstra gelir kazandırdıklarını ve istihdama katkı sağladıklarını belirtmektedir. Segal (2008) kaçakçılık konusunu “Farmatik Turizm” ile ilişkili olarak ele aldığı çalışmada, hasta olan insanların yüksek vergilerden kaçınmak için yurt dışından kaçak yollarla ilaç getirdiklerine işaret etmekte, bu nedenle tutuklanmalarının ise yanlış olabileceği üzerinde durmakta ve alternatif çözüm yolları bulunması gerektiğini eklemektedir.

Genel olarak literatürde kaçakçılığın turizm faaliyetleri üzerindeki olumsuz etkilerine değinilmektedir. Sharma (2008) turizmin olumsuz etkileri üzerinde durduğu çalışmada, turistlerin uyuşturucu madde kaçakçılığı faaliyetlerinde rol aldığını ve seks ticaretinin yapıldığı bölgelerde uyuşturucu madde kaçakçılığının

yaygın olduğunu belirtmektedir. [Toprak ve arkadaşları \(2010, s. 19\)](#) ise uyuşturucu madde suçu işleyenlerin büyük çoğunluğunu erkeklerin oluşturduğunu, bu suç nedeniyle yargılanan sanık sayısının sürekli artış gösterdiğini, uyuşturucu madde satma suçunun ticaretin yoğun olduğu sınır bölgelerde, liman şehirlerinde ve büyük şehirlerde, kullanma suçunun ise genellikle turizm bölgelerinde ve büyük şehirlerde daha sık olarak gözlemlendiğini ifade etmektedir.

[Leman ve Janssens \(2007\)](#) bazı seyahat acentelerinin turistik hizmetler dışında insan kaçakçılığı gibi illegal faaliyetlere karıştığını, turizm endüstrisini kullanarak faaliyetlerini yasal temele oturtmaya çalıştıklarını söylemekte ve bu gibi faaliyetlere bulaşan acentelere hükümetler tarafından katı cezalar verilmesi gerektiğini belirtmektedir.

[Bozkurt ve Özbey \(2015\)](#) turizm ve bağlantılı sektörler açısından konaklama ve yeme-içme başta olmak üzere, gayrimenkul, kiralama, eğlence, masaj, fuhuş, ev hizmetleri ile ulaştırma, depolama ve haberleşme alanlarında 2010 yılı rakamları ile 85,163 milyar Euro'luk bir kayıt dışı gelirin oluştuğunu belirtmektedir. Buna göre bağlantılı sektörler ile birlikte turizm sektöründe ortalama %25'i bulan bir kayıt dışı ekonomi oluşmuştur.

Yapılan çalışmalar, kaçakçılığa ne turistlerin ne de yerel halkın net bir tavır sergilediğini göstermektedir. Buna bağlı olarak çıkarıcı bir düşünce yapısının bireyleri yönlendirdiği düşünülebilir. Bu bağlamda Alanya'da faaliyet gösteren esnafın kaçakçılık faaliyetlerine yönelik algısını ortaya koymak, yerel yönetime ve emniyet kuvvetlerine yol göstermesi açısından önem teşkil etmektedir.

### **Değişkenlere Yönelik Gerçekleştirilen Çalışmalar**

Farklı araştırmalar incelendiğinde, yüksek İslami iş etiği algısının örgütsel adalet algısı ve iş memnuniyetini artırdığı ([Khan, Abbas, Gul & Raja, 2015](#)), inovasyon becerilerini geliştirdiği ([Farrukh, Butt & Mansori, 2015](#)), kariyer gelişimine etki ettiği ([Khan, Nazeer & Naqvi, 2015](#)), örgütsel bağlılık algısını artırdığı ([Farsi, Rodgarnezhad & Anbardan, 2015](#)) ve işgören performansı üzerinde pozitif etkilere sahip olduğu ([Imam, Abbasi & Muneer, 2015](#)) görülmektedir. [Mursaleen, Saqib, Roberts ve Asif \(2015\)](#) ise İslami iş etiği algısındaki artışın örgüt içindeki güven ortamını desteklediğini ve bilgi paylaşımı için etik bir iklim oluşturduğunu belirtmektedir. İslami iş etiği kavramı ile ilişkili olarak yapılan ampirik çalışmalar, yüksek İslami iş etiği algısının pozitif örgütsel sonuçlar meydana getireceği iddiasını destekler niteliktedir.

Paraya yönelik tutumlara ilişkin çalışmalar incelendiğinde; [Luna-Arocas ve Tang \(2015\)](#) bireylerin maaşlarından duydukları memnuniyetin sadece gelirleri ile değil

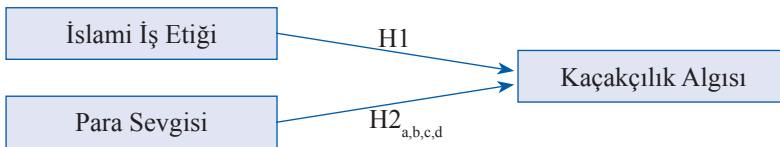
paraya yönelik algıları ile de ilişkili olduğunu belirtmektedir. Monteiro, Peñaloza, Pinto, Coria ve Calderón'a (2015) göre para dışsal bir motivasyon kaynağıdır ve iş motivasyonuna etki eden önemli bir değişken olarak ele alınması gerekir. Para sevgisine yönelik tutumu tek boyutlu şekilde ele alan Singhapakdi, Vitell, Lee, Nisius ve Grace (2013) araştırmaları sonucunda yüksek para sevgisi algısının etik karar alma niyeti ile ters orantılı olacağı sonucuna ulaşmışlardır. Elias (2013) para sevgisi yüksek olan bireylerin bireyci, para sevgisi düşük olan bireylerin ise daha kolektivist davranışlar sergilediklerini belirtmektedir. Yapılan çalışmalarda, yüksek para sevgisi algısının etik dışı davranışlara yönelmede etkili olduğuna dair bir kanaat baskındır. Ancak bu çalışmalarda para sevgisi kavramının tek boyutlu şekilde ele alındığı, görülmektedir.

## Yöntem

Araştırmamız benimsenen yöntem bakımından pozitivist olarak ifade edilebilir. Ankete dayalı bir veri toplama tekniği kullanılmıştır. Kapsadığı süre bazında anlık ve amacına göre ise keşifselidir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu & Yıldırım, 2007). Bu bölümde araştırmanın modeli, evreni ve örneklemini ile veri toplama araçlarına yönelik bilgiler paylaşılacaktır.

### Araştırmanın Modeli

Bağımlı ve bağımsız değişkenlere yönelik ilişkiyi ortaya koyan araştırma modeli ve hipotezler ile araştırmanın temel amaçlarını destekleyici nitelikteki alt amaçlar aşağıda paylaşılmıştır.



Şekil 1. Araştırma modeli.

Şekil 1'deki model dikkate alınarak araştırmanın hipotezleri oluşturulmuştur. İlk olarak İslami iş etiği ile kaçakçılık algısı arasındaki ilişki kurgulanmıştır. İslami iş etiği algısındaki artışın birçok pozitif örgütsel çıktıyı artırdığı düşüncesinden yola çıkılmış ve bu durumun kaçakçılığın negatif sonuçlarına yönelik algıyı pekiştireceği düşünülmüştür. Bu bilgiler doğrultusunda;

H1: İslami iş etiğinin kaçakçılık algısı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Daha sonra para sevgisinin iyi, bütçe, şeytani ve güç-başarı alt boyutları ile kaçakçılık algısı arasındaki ilişkiler kurgulanmıştır. Parayı önemli, değerli ve çekici

olarak algılayan, paralarının nasıl kullanılacağı konusuna önem veren, paranın insana güç ve başarı getireceğine inanan bireylerin kaçakçılığın negatif etkileri konusundaki farkındalığının yüksek olacağı, parayı gereksiz ve şeytani olarak gören bireylerin ise bu konudaki farkındalığının düşük olacağı düşünülmüştür. Bu düşünceler doğrultusunda;

H<sub>2</sub><sub>a,b,c,d</sub>: a) Para sevgisinin iyi boyutunun kaçakçılık algısı üzerinde pozitif, b) para sevgisinin bütçe boyutunun kaçakçılık algısı üzerinde pozitif, c) para sevgisinin şeytani boyutunun kaçakçılık algısı üzerinde negatif, d) para sevgisinin güç-başarı boyutunun kaçakçılık algısı üzerinde pozitif yönde etkisi vardır.

Kaçakçılık algısının demografik faktörlere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için belirlenen alt amaçlar şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Kaçakçılık algısı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
2. Kaçakçılık algısı medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
3. Kaçakçılık algısı yaş düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
4. Kaçakçılık algısı eğitim düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
5. Kaçakçılık algısı gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
6. Kaçakçılık algısı sektöre göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Demografik farklılıklara yönelik alt amaçların yanı sıra ulaşılmaya çalışılan diğer alt amaçlar aşağıda sıralanmaktadır:

1. Katılımcıların ticari eşya kaçakçılığı konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?
2. Katılımcıların gıda maddesi kaçakçılığı konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?
3. Katılımcıların tütün maddesi kaçakçılığı konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?
4. Katılımcıların akaryakıt maddesi kaçakçılığı konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?
5. Katılımcıların tarihi eser kaçakçılığı konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?
6. Katılımcıların silah maddesi kaçakçılığı konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?
7. Katılımcıların uyuşturucu kaçakçılığı konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?

8. Katılımcıların içki kaçakçılığı konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?
9. Katılımcıların canlı hayvan kaçakçılığı konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?
10. Katılımcıların kaçakçılık yapan kişiler konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?
11. Katılımcıların kaçak ürünlerin getirilme yolları konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?
12. Katılımcıların kaçakçılığın nedenleri konusundaki görüşlerinin dağılımı nasıldır?

### Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye'nin Akdeniz bölgesindeki esnafları temsilen Antalya ili Alanya ilçe merkezinde faaliyet gösteren esnaflar oluşturmaktadır. Önemli bir turistik destinasyon olması, verilerin bu bölgede hızlı ve etkin toplanabilmesi, turizm sektörüne etki edebilecek nitelikteki kaçakçılık hareketlerine yönelik öngörülerin ortaya çıkmasına uygun bir yer olması Alanya'nın araştırma evreni olarak seçilmesinde etkili faktörlerdir. Araştırma evreninin tamamına ulaşılması zor olduğundan örnekleme yolu tercih edilmiştir. Örneklem büyüklüğü evren büyüklüğünün tam olarak bilinmediği durumlarda kullanılan  $n = t^2 * p * q / d^2$  (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2007) formülü üzerinden 384 olarak tespit edilmiştir. Örneklem tekniği olarak ise kolayda örnekleme yoluna gidilmiştir. Bu örnekleme esas, ankete cevap veren herkesin örneğe dâhil edilmesidir. Denek bulma işlemi arzu edilen örnek büyüklüğüne ulaşınca kadar devam eder (Altunışık ve ark., 2007, s. 132). 525 esnafa araştırmaya katılma teklifinde bulunulmuş ve bunlardan 510 tanesi anketi doldurmayı kabul etmiştir. Elde edilen 510 anketten 12 tanesi çıkarılmış ve geriye kalan 498 anket üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

Katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, gelir düzeyi, çalıştığı sektör, iş durumu ve işletmenin hizmet verdiği müşteri tipi bilgilerini içeren demografik yapısı Tablo 2'de belirtilmektedir.

Tablo 2  
Demografik Bilgiler

Cinsiyet	N	%	Medeni Durum	n	%
Erkek	380	77,4	Evli	288	58,1
Kadın	111	22,6	Bekâr	208	41,9
Toplam	491	100	Toplam	496	100
Yaş	N	%	Eğitim Düzeyi	n	%
25 yaş ve altı	120	24,2	İlkokul	59	11,9
26-30	101	20,4	Ortaokul	87	17,6
31-35	102	20,6	Lise	195	39,4
36-40	70	14,1	Ön Lisans	50	10,1
41 yaş ve üzeri	103	20,8	Lisans ve Lisansüstü	104	21,0
Toplam	496	100	Toplam	495	100
Gelir Düzeyi	N	%	Sektör	n	%
501-1000 TL	100	20,5	Emlak	23	4,9
1001-1500 TL	159	32,6	Turizm	77	16,5
1501-2000 TL	110	22,5	Market	63	13,5
2001-2500 TL	42	8,6	Mağaza	190	40,7
2501 ve üzeri	77	15,8	Diğer	114	24,4
Toplam	488	100	Toplam	467	100
İş Durumu	N	%	Müşteri	n	%
Patron	187	38,3	Yerli/Yabancı	207	53,5
Çalışan	290	59,4	Yerli	158	40,8
Emekli	11	2,3	Yabancı	22	5,7
Toplam	488	100	Toplam	387	100

Araştırmaya katılan Alanya esnafının önemli bir çoğunluğunun (%77) erkeklerden oluştuğu ve yarısından fazlasının evli olduğu görülmektedir. Katılımcıların önemli bir kısmı (%59) işletme çalışanıdır ve buna bağlı olarak yaş ortalamaları da birbirine paralel nitelikte dağılım göstermektedir. Katılımcıların eğitim düzeylerinde dikkat çeken nokta ise, önemli bir kısmının (%40) lise mezunlarından oluşması ve bunları dört senelik üniversite mezunlarının (%21) takip etmesidir. Gelir düzeyine bakıldığında ise katılımcıların çalıştıkları konuma ve pozisyona göre farklı düzeylerde gelire sahip oldukları görülmektedir. Perakende sektöründe faaliyet gösteren mağazalar (%41) araştırmamızda ön plana çıkarken katılımcıların önemli bir kısmının hem yerli hem de yabancı turistlere (%54) hizmet verdiği görülmektedir.

### Kullanılan Ölçekler

Araştırma kapsamında kaçakçılık algısını ölçmeye yönelik Şentürk ve Güçlü'nün (2014) ölçeği kullanılmıştır. Ölçek kaçakçılığı niteleyen 7 negatif ve 3 pozitif ifadeden oluşmaktadır. Bahsi geçen 3 ifade recode işlemine tabi tutulmuştur. Orijinal ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.63 iken araştırmacılar tarafından bulunan katsayı ise 0.76'dır.

Katılımcıların İslami iş etiği algısını ölçmeye yönelik kullanılan ölçek Ali (1992) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek 17 ifadeden oluşmakta ve tek boyutlu bir yapıda ifade



edilmektedir. Orijinal ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.89 iken araştırmacılar tarafından bulunan katsayı ise 0.90'dır. Bayırlı ve Şentürk (2015) tarafından Türkçeye uyarlanan İİE ölçeğinin tek boyutlu yapısı araştırmacılar tarafından da desteklenmiştir.

Lemrova ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen para sevgisi ölçeği 15 ifadeden ve 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Orijinal ölçeğin güvenilirlik katsayısı boyutlara göre 0.81 ile 0.61 arasında değişirken araştırmacılar tarafından bulunan katsayılar ise 0.82 ile 0.56 arasında değişmektedir. Ölçek Türkçeye Bayırlı ve Şentürk (2015) tarafından uyarlanmış ve orijinal ölçekteki güç ve başarı boyutları birleşerek 4 boyutlu bir yapı halinde para sevgisi ölçeğinin geçerliliği ortaya konmuştur.

## Bulgular

Bulgular kısmı kaçakçılık algısına, değişkenler arasındaki ilişkilere ve farklılıklara yönelik bulgular olmak üzere üç şekilde değerlendirilecektir. Elde edilen veriler multiple response, ANOVA, *t*-Testi, basit ve çoklu doğrusal regresyon analizleri aracılığı ile analiz edilmiştir.

### Kaçakçılık Algısına Yönelik Bulgular

Bu kısımda katılımcılara Alanya'da ticari eşya, gıda maddesi, tütün, akaryakıt, tarihi eser, silah ve mühimmat, uyuşturucu, içki ve canlı hayvan türlerine yönelik kaçakçılık yapıp yapılmadığı, kaçakçılığın kimler tarafından yapıldığı, hangi yollarla gerçekleştirildiği ve neden yapıldığına yönelik düşünceleri sorulmuş ve cevapları çoklu yanıt analizleri (multiple response analysis) aracılığı ile paylaşılmıştır. Kullanılan çoklu yanıt analizleri, bir katılımcının bir soruya birden fazla cevap verdiği durumlarda, katılımcıların yoğunlaştıkları tercihleri görme noktasında faydalı bir analiz türüdür.

Tablo 3

*Çoklu Yanıt Analizi Sonuçlarına Göre Ticari Eşya ve Gıda Maddesi Kaçakçılığı*

Ticari Eşya Kaçakçılığı	Cevaplar		Durum Yüzdesi	Gıda Maddesi Kaçakçılığı	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	N	%			N	%	
Cep Telefonu	387	28,0%	89,2%	Çay	263	31,6%	70,7%
Bilgisayar	214	15,5%	49,3%	Et	176	21,2%	47,3%
Tekstil Ürünü	155	11,2%	35,7%	Hazır Gıda	100	12,0%	26,9%
CD	149	10,8%	34,3%	Bal	97	11,7%	26,1%
Çanta	128	9,3%	29,5%	Kahve	86	10,3%	23,1%
Saat	123	8,9%	28,3%	Şeker	47	5,7%	12,6%
Oto Parçası	113	8,2%	26,0%	Sebze/Meyve	36	4,3%	9,7%
Ayakkabı	113	8,2%	26,0%	Un	26	3,1%	7,0%
Toplam	1382	100,0%	318,4%	Toplam	831	100,0%	223,4%

Ticari eşya kaçakçılığı algısına yönelik 498 katılımcı toplam 1382 işaretleme yapmıştır. Katılımcılara göre en çok kaçakçılığı yapılan üç ürün; cep telefonu (%89,2),

bilgisayar (%49,3), tekstil ürünü (%35,7) şeklinde sıralanmaktadır. Gıda maddesi kaçakçılığı algısına yönelik 831 işaretleme yapılmıştır. Bu alanda en çok kaçakçılığı yapıldığı düşünülen ürünler; çay (%70,7), et (%47,3) ve hazır gıda (%26,9) şeklinde sıralanmaktadır.

Tablo 4  
*Çoklu Yanıt Analizi Sonuçlarına Göre Tütün ve Akaryakıt Kaçakçılığı*

Tütün Kaçakçılığı	Cevaplar		Durum Yüzdesi	Akaryakıt Kaçakçılığı	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	N	%			N	%	
Sigara	429	50,0%	93,1%	Mazot	273	47,5%	83,0%
Tütün	303	35,3%	65,7%	Benzin	223	38,8%	67,8%
Puro	126	14,7%	27,3%	Madeni Yağ	79	13,7%	24,0%
Toplam	858	100,0%	186,1%	Toplam	575	100,0%	174,8%

Tütün kaçakçılığı algısına yönelik 498 katılımcı toplam 858 işaretleme yapmıştır. En çok kaçakçılığı yapılan tütün ürününün sigara (%93,1) olduğu düşünülürken, saf tütün (%65,7) onu takip etmektedir. Katılımcıların akaryakıt kaçakçılığına yönelik algılarında ise mazot (%83) ve benzin (%67,8) en çok göze çarpan ürünlerdir.

Tablo 5  
*Çoklu Yanıt Analizi Sonuçlarına Göre Tarihi Eser ve Silah Kaçakçılığı*

Tarihi Eser Kaçakçılığı	Cevaplar		Durum Yüzdesi	Silah Kaçakçılığı	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	N	%			N	%	
Heykel	221	37,8%	80,1%	Silah	302	59,3%	92,4%
Madeni Para	151	25,8%	54,7%	Mermi	134	26,3%	41,0%
Seramik	120	20,5%	43,5%	Bıçak	73	14,3%	22,3%
Kitaplar	93	15,9%	33,7%				
Total	585	100,0%	212,0%	Total	509	100,0%	155,7%

Tarihi eser kaçakçılığı algısına yönelik 498 katılımcı toplam 585 işaretleme yapmıştır. Analiz sonuçlarına göre heykellerin (%80,1) en çok kaçakçılığı yapılan tarihi eser olduğu düşünülmekte, madeni para (%54,7), seramik (%43,5) ve kitaplar (%33,7) diğer kaçakçılığı yapılan tarihi eserler olarak karşımıza çıkmaktadır. Katılımcılara göre silah kaçakçılığı (%92,4) bölgede oldukça yaygın bir şekilde gerçekleştirilmektedir.

Tablo 6  
*Çoklu Yanıt Analizi Sonuçlarına Göre Uyuşturucu Madde ve İçki Kaçakçılığı*

Uyuşturucu Kaçakçılığı	Cevaplar		Durum Yüzdesi	İçki Kaçakçılığı	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	N	%			N	%	
Esrar	392	21,2%	89,7%	Viski	354	20,1%	78,7%
Haplar	313	16,9%	71,6%	Rakı	326	18,5%	72,4%
Eroin	283	15,3%	64,8%	Votka	294	16,7%	65,3%
Kokain	232	12,6%	53,1%	Tekila	204	11,6%	45,3%
Hint Kenevir	230	12,5%	52,6%	Şarap	133	7,5%	29,6%
Ecstasy	230	12,5%	52,6%	Bira	119	6,8%	26,4%
Afyon	167	9,0%	38,2%	Konyak	118	6,7%	26,2%
				Likör	114	6,5%	25,3%
				Brendi	100	5,7%	22,2%
Toplam	1847	100,0%	422,7%	Toplam	1762	100,0%	391,6%

498 katılımcı uyuşturucu kaçakçılığı algısına yönelik toplam 1847 işaretleme, içki kaçakçılığına yönelik ise 1762 işaretleme yapmıştır. Rakamın bu derece yüksek olması Alanya genelinde uyuşturucu ve içki kaçakçılığı yapıldığına yönelik algının da yüksek olduğunu işaret etmektedir. Katılımcılar birçok uyuşturucu türüne işaret ederken ilk üç sırayı esrar (%89,7), haplar (%71,6) ve eroin (%64,8) almaktadır. İçki kaçakçılığında en çok kaçakçılığı yapıldığı düşünülen ilk üç içki türü ise viski (%78,7), rakı (%72,4) ve votka (%65,3) şeklinde sıralanmaktadır.

Tablo 7  
*Çoklu Yanıt Analizi Sonuçlarına Göre Canlı Hayvan Kaçakçılığı*

Canlı Hayvan Kaçakçılığı	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	N	%	
Küçükbaş	152	52,6%	72,4%
Büyükbaş	137	47,4%	65,2%
Total	289	100,0%	137,6%

Yapılan işaretleme sayısına (289) göre canlı hayvan kaçakçılığı yapıldığına yönelik algı düşük olmakla birlikte düşük seviyede küçükbaş (%72,4) ve büyükbaş (%65,2) kaçakçılığı yapıldığını bildirenler de bulunmaktadır.

Tablo 8  
*Kaçak Ürünler Hangi Yollardan ve Kimler Tarafından Gerçekleştiriliyor?*

Kimler kaçakçılık yapıyor?	Cevaplar		Durum Yüzdesi	Nasıl geliyor?	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	N	%			N	%	
Dışarıdan Gelen	423	58,1%	88,7%	Karayolu	470	65,9%	95,3%
Yerel Halk	190	26,1%	39,8%	Denizyolu	169	23,7%	34,3%
Turistler	76	10,4%	15,9%	Havayolu	74	10,4%	15,0%
Öğrenciler	39	5,4%	8,2%				
Toplam	728	100,0%	152,6%	Toplam	713	100,0%	144,6%

Kaçakçılığın kimler tarafından gerçekleştirildiğine yönelik soruya katılımcılar özellikle Alanya'ya dışarıdan çalışmaya gelenler (%88,7) cevabı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bununla birlikte bazı katılımcılar yerel halkın (%39,8) ve turistlerin de (%15,9) kaçakçılık faaliyetlerinde bulunduğunu düşünmektedir. Ayrıca katılımcılar kaçakçılık faaliyetlerinin özellikle karayolu (%95,3) üzerinden gerçekleştirildiğini düşünmektedir.

Tablo 9  
*Kaçakçılık Nedenleri*

Kaçakçılık Nedenleri	Cevaplar		Durum Yüzdesi
	N	%	
Ekonomik Kazanç Sağlama	393	21,0%	79,6%
Cezaların Caydırıcı Olmaması	320	17,1%	64,8%
Yasaların Yetersizliği	266	14,2%	53,8%
Eğitimsizlik	228	12,2%	46,2%
İşsizlik	208	11,1%	42,1%
Ekonomik Zorluklar	206	11,0%	41,7%
Sınır Kuvvetlerinin Etkisizliği	153	8,2%	31,0%
Çevrenin Etkisi/Baskısı	98	5,2%	19,8%
Toplam	1872	100,0%	378,9%

Katılımcılar kaçakçılık yapılmasındaki en önemli nedenleri kişisel ekonomik kazanç sağlama (%79,6), cezaların caydırıcı olmaması (%64,8), yasaların yetersizliği (%53,8), eğitimsizlik (%46,2), işsizlik (%42,1), kaçakçılık yapan kişilerin yaşadığı ekonomik zorluklar (%41,7), sınırlarda görev yapan görevlilerin etkisiz kalması (%31) ve çevrenin o kişi üzerindeki etkisi (%19,8) şeklinde sıralamaktadır.

## İlişkilere Yönelik Bulgular

Bu kısımda araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkilere yönelik hipotezleri test etmek için basit ve çoklu doğrusal regresyon analizi bulguları paylaşılmaktadır.

Tablo 10

*Kaçakçılık Algısı ile İslami İş Etiği Algısı Arasındaki Regresyon Analizi Bulguları*

Bağımsız Değişkenler	Beta	t Değerinin Anlamlılık Düzeyi
İslami İş Etiği	0.387	0.000
R <sup>2</sup>	F	F Değerinin Anlamlılık Düzeyi
0.149	70.607	0.000

Tablodaki bulgulara göre bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama düzeyi istatistiki açıdan anlamlıdır ( $R^2 = 0.149$ ,  $F = 70.607$ ,  $p = .000$ ). Bağımsız değişken olarak İslami iş etiğinin ( $\beta = 0.387$ ,  $p = .000$ ) bağımlı değişken olan kaçakçılık algısını açıklama düzeyi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Söz konusu bağımsız değişkenin bağımlı değişken olan kaçakçılık algısı üzerinde %15 gibi pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Buna göre H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11

*Kaçakçılık Algısı ile Para Sevgisi Arasındaki Regresyon Analizi Bulguları*

Değişkenler	B	Std Hata <sub>s</sub>	$\beta$	t	p	İkili r	Kısmi r	Tol.	VIF
(Sabit)	2,881	,214		13,463	.000				
İyi	,154	,042	,199	3,698	.000	,215	,178	,772	1,296
Bütçe	,099	,032	,148	3,108	.002	,170	,150	,985	1,015
Şeytani	-,037	,033	-,053	-1,126	.261	-,062	-,055	,996	1,004
Güç-Başarı	,004	,039	,006	,111	.911	,116	,005	,771	1,297

Bağımlı Değişken: Kaçakçılık Algısı

R: ,268 R<sup>2</sup>: ,072 F: 8,076 p: .000 Durbin Watson: 1,933

Tablo 11 incelendiğinde para sevgisinin iyi, bütçe ve güç-başarı boyutu ile kaçakçılık algısı arasında düşük düzeyde pozitif yönlü bir ikili korelasyon (sırasıyla; ,215; ,170 ve ,116) ve şeytani boyutu ile kaçakçılık algısı arasında düşük düzeyde negatif yönlü bir ikili korelasyon (-,062) olduğu, diğer değişkenler dikkate alındığında bu ilişki düzeylerinin kısmen de olsa azaldığı görülmektedir. Yine VIF değerleri arasında 10'dan yüksek bir değer ve tolerans değerleri arasında 0.20'den daha düşük bir değer olmadığı için bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantılılığın olmadığı söylenebilir. Ayrıca Durbin-Watson katsayısı (1,933) bağımsız değişkenler ile hata terimleri arasında sorunlu bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Model bütün olarak değerlendirildiğinde; para sevgisi boyutlarının hepsi birlikte ele

alındığında, kaçakçılık algısı ile düşük düzeyde ve anlamlı bir ilişki verdiği ( $R = ,268$ ,  $R^2 = ,072$ ,  $p = .000$ ) ve kaçakçılık algısındaki toplam varyansın %7'sini açıkladığı görülmektedir. Standardize edilmiş regresyon katsayılarına ( $\beta$ ) göre, para sevgisi boyutlarının kaçakçılık algısı üzerindeki göreceli önem sırası; iyi, bütçe, şeytani ve güç-başarı şeklindedir. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde ise, iyi ve bütçe değişkenlerinin kaçakçılık algısı üzerinde pozitif yönde bir etkisi söz konusuken şeytani ve güç-başarı değişkenlerinin ise kaçakçılık algısı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir.

Bu bulgular ışığında; “ $H_{2a}$ : Para sevgisinin iyi boyutunun kaçakçılık algısı üzerinde pozitif etkisi vardır” ve “ $H_{2b}$ : Para sevgisinin bütçe boyutunun kaçakçılık algısı üzerinde pozitif etkisi vardır” hipotezleri kabul edilirken, “ $H_{2c}$ : Para sevgisinin şeytani boyutunun kaçakçılık algısı üzerinde negatif etkisi vardır” ve “ $H_{2d}$ : Para sevgisinin güç-başarı boyutunun kaçakçılık algısı üzerinde pozitif yönde etkisi vardır” hipotezleri reddedilmektedir.

### Farklılığa Yönelik Bulgular

Bu kısımda kaçakçılık algısının aşağıda belirtilen demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik t-Testi ve Anova analizi sonuçları paylaşılmaktadır.

Tablo 12  
*Kaçakçılık Algısına Yönelik t-testi Analizi Bulguları*

Cinsiyet	A.O.	S.S.	t	p
Erkek	3.78	0.65	-0.584	.560
Kadın	3.73	0.65		
Medeni Durum	A.O.	S.S.	T	p
Evli	3.77	0.65	0.004	.997
Bekâr	3.77	0.65		

Kaçakçılık algısının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğinin test edildiği analizde erkek katılımcılar ile (A.O. = 3.78) kadın katılımcılar (A.O. = 3.73) arasında %95 anlamlılık düzeyine göre önemli bir farklılık bulunmamaktadır ( $t = -0.584$  ve  $p = .560 > .05$ ). Kaçakçılık algısının medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğinin test edildiği analizde evli katılımcılar ile (A.O. = 3.77) bekâr katılımcılar (A.O. = 4.39) arasında %95 anlamlılık düzeyine göre önemli bir farklılık bulunmamaktadır ( $t = 0.869$  ve  $p = .386 > .05$ ).

Tablo 13  
Kaçakçılık Algısına Yönelik Anova Analizi Bulguları

Yaş Düzeyi	n	A.O.	S.S.	ANOVA		Eğitim Düzeyi	n	A.O.	S.S.	ANOVA	
				F	p					F	p
25 yaş altı	109	3.67	0.69	1.134	.340	İlkokul	55	3.83	0.53	1.220	.301
26-30	90	3.81	0.66			Ortaokul	81	3.67	0.73		
31-35	95	3.85	0.61			Lise	173	3.75	0.66		
36-40	64	3.77	0.51			Önlisans	42	3.79	0.67		
41 ve üzeri	92	3.79	0.66			Lisans ve üstü	98	3.87	0.56		
Toplam	450	3.78	0.64	Toplam	449	3.77	0.64				
Gelir Düzeyi	n	A.O.	S.S.	ANOVA		Sektör	n	A.O.	S.S.	ANOVA	
				F	p					F	p
501-1000 TL	86	3.71	0.62	5.913	.000	İnşaat	19	4.03	0.48	1.965	.099
1001-1500 TL	145	3.78	0.64			Turizm	69	3.71	0.63		
1501-2000 TL	100	3.60	0.71			Market	58	3.80	0.58		
2001-2500 TL	37	3.84	0.56			Mağaza	174	3.71	0.72		
2501 TL ve üzeri	74	4.06	0.48			Diğer	105	3.87	0.56		
Toplam	442	3.78	0.64	Toplam	425	3.77	0.64				

Analiz bulgularına bakıldığında, katılımcıların kaçakçılık algıları yaş düzeylerine göre ( $F = 1.134, p = .340 > .05$ ), eğitim düzeylerine göre ( $F = 1.220, p = .301 > .05$ ) ve faaliyet gösterdikleri sektöre göre ( $F = 1.965, p = .099 > .05$ ) anlamlı farklılıklar göstermemektedir. Bununla birlikte katılımcıların kaçakçılık algıları gelir düzeylerine göre ( $F = 5.913, p = .000 < .05$ ) anlamlı farklılıklar göstermektedir. Post Hoc testi sonuçlarına göre bu farklılık 2501 TL ve üzeri gelire sahip olan katılımcılar (A.O. = 4.06) ile 501-1000 TL (A.O. = 3.71), 1001-1500 TL (A.O. = 3.78) ve 1501-2000 TL (A.O. = 3.60) arasında gelire sahip olan katılımcılar arasında ortaya çıkmaktadır. Bu farklılıktan gelir düzeyi yüksek olan katılımcıların gelir düzeyi düşük olan katılımcılara kıyasla kaçakçılığın negatif etkileri konusunda daha duyarlı oldukları sonucunu çıkarabiliriz.

## Tartışma

Sınır ticareti faaliyetleri, ilk çıktığı dönemlerde her ne kadar ülke vatandaşlarına ve ekonomisine hizmet etmeyi amaçlayan bir uygulama olsa da, ilerleyen dönemlerde suiistimal edilerek ekonomiye ciddi anlamda zarar veren kaçakçılık faaliyetleri halini almıştır. Kaçakçılığın yasal çerçevede tanımlanarak cezai yaptırımları olan bir kavram halini almasına rağmen toplumdaki bireylerin zihinlerinde normal bir olay olarak algılanması, bu konuya neden dikkat edilmesi gerektiğini açıkça ortaya koymaktadır. Kahya (2015) da çalışmasında kaçakçılığın toplum tarafından meşrulaştırılmasının, kaçakçılık suçlarında temel motivasyonlardan biri olduğunu belirtmektedir.

Araştırmamız kapsamında insanların paraya yönelik tutumları ile İslami iş etiği algısının olumsuz bir fiil olan kaçakçılık üzerindeki etkileri incelenmiştir. Öncelikle katılımcıların yaşadıkları ve ticari faaliyetlerini gerçekleştirdikleri bölgedeki kaçakçılık faaliyetlerine yönelik algıları değerlendirilmiş ve sekiz başlık altında

sınıflandırılan birçok ürünle ilgili önemli ölçüde kaçakçılık yapıldığı düşüncesinin hâkim olduğu tespit edilmiştir. [KOM Daire Başkanlığı \(2011; 2012; 2013; 2014\)](#) raporlarında da belirtildiği üzere kaçakçılık faaliyetleri çok boyutlu olarak ele alınmadığı müddetçe yapılan değerlendirmeler bizleri yanlış yönlendirecektir. Dolayısıyla katılımcıların algısının yüksek çıkması sadece bölgesel bir algının sonucu değildir. Tam bir değerlendirme yapmak için toplumun kaçakçılığın gerçekleştiği sınır bölgeleri, o bölgelerde yaşayan yerel halk ve sınır ötesindeki ülkeye yönelik algılarını da hesaba katmak gerekmektedir.

Özellikle komşu ülkelerimizdeki otorite boşlukları ve iç karışıklıklar sonucu gerçekleşen soygun, talan ve haraçların getirileri, buralarda yasadışı güçlerin ele geçirdiği yeraltı kaynakları ve diğer kıymetli mallar ciddi bir finans kaynağı oluşturmaktadır. Uluslararası kaçakçılık şebekelerinde işletilip silah ve paraya dönüştürülen bu kaynaklar aynı zamanda savaşların ana motivasyonu haline gelmektedir ([Eker, 2015, s. 42](#)). [Çetin ve Duru \(2015\)](#) araştırmalarında terör olayları ile uyuşturucu kaçakçılığı arasında önemli bir ilişkinin olduğu ve terör örgütlerinin kaçakçılık faaliyetleri üzerinden ciddi şekilde nemalandığı sonucuna ulaşmışlardır.

Dolayısıyla kaçakçılık faaliyetlerini destekleyici fiiller ortaya koymak ya da kaçakçılığı normal bir olgu olarak benimsemek bir bakıma komşu ülkelerde var olan karışıklıkları desteklemek ve terör örgütlerini finanse etmek anlamına gelmektedir. Bu nedenle öncelikle devlet kurumlarının, emniyet teşkilatının, Milli Eğitim Bakanlığının, sivil toplum kuruluşlarının toplumda kaçakçılığa yönelik oluşan pozitif algının yok edilmesi için koordineli bir şekilde ve kaçakçılığın zararlarını vurgulayan eğitimler, seminerler, konferanslar düzenlemesi gerekmektedir.

İslami iş etiğinin kaçakçılık algısına yönelik etkilerinin değerlendirildiği çalışmamızda regresyon analizi sonuçları %15'lik bir etkinin olduğu sonucunu ortaya koymuştur. [Ahmad ve Owoyemi \(2012\)](#) İslami iş etiğini Peygamber efendimizin sünnetleri aracılığıyla açıklamaya çalıştıkları araştırmalarında, İslam'da çalışmanın bir nevi ibadet olduğunu, güçlü bir milli ekonomiyi sağlama noktasında kutsal olduğunu, insana sorumluluk duygusu aşıladığını ve yapılan her fiilde olduğu gibi çalışmanın özünde de Allah'ın rızasını aramanın temel unsur olduğunu belirtmektedir. [Çöğgün \(2012\)](#) ise kaçakçılığın başta ülke ekonomisine zarar vermekle birlikte haksız rekabet yarattığını ve halk sağlığını tehdit ettiğini belirtmektedir. Ayrıca, kaçakçılığın emek yoğun sektörler üzerindeki rağbete de darbe vurarak insanları bir nevi tembelliğe ittiğini de eklemektedir. Dolayısıyla araştırmamız sonucunda kaçakçılığın belirtilen negatif etkilerinin azaltılmasının İslami iş etiği ışığında düzenlenmiş bir çalışma hayatında daha etkin bir şekilde gerçekleştirilebileceğini belirtebiliriz. İslami iş etiği sadece bireysel yaşamın zenginleştirilmesine değil, milli ekonomik gelişime de vurgu yaparak kaçakçılığın toplumsal düzendeki olumsuz etkilerini kaldırmayı amaçlamaktadır.

Kaçakçılığın negatif etkilerini ve topluma zararlarını anlamak, İslami perspektif ile zıtlıklarını ortaya koymak için İslami iş etiğinin tarihsel gelişim sürecini ve özellikle toplumumuzdaki yansımalarını irdelemek faydalı olacaktır. Bu bağlamda uzun yıllar boyunca Türk ve Arap kültürlerinin iş dünyasındaki fiil ve hareketlerine yön vermiş “Fütüvvet” ve “Ahilik” teşkilatlarının yapısı ve faaliyetleri günümüz iş dünyasına ışık tutacak nitelikleri bünyesinde barındırmaktadır. Fütüvvet teşkilatı, tasavvufi bir hareket olan fütüvvet hareketinin sistematik bir şekilde örgütlenmesi sonucu hayat bulmuş bir yapıdır. Fütüvvet hareketi tasavvuf ehlinin dürüstlük, eli açıklık, özverili olmak, kendine yapılan hatalara karşı affedicili olmak ve özellikle Allah’tan korkmak gibi ilkeleri kabullenerek, bu ilkeleri mensubu oldukları topluluklarda ve toplumun tümünde yaygınlaştırmayı kendisine destur edinmiş bir harekettir (Akça, 2004, s. 210). Fütüvvet teşkilatının Anadolu topraklarına ulaşması Anadolu Selçuklu döneminde “Ahi” teşkilatı şeklinde olmuştur. Fütüvvet teşkilatının Anadolu topraklarındaki yansıması olan Ahi teşkilatı, esnaf ve zanaatkârların örgütlenmesi şeklinde oluşmuş ve özellikle Türk kültürü ve medeniyetinin gelişmesinde, Türk sanat ve ticaret ahlakının oluşmasında ve yaygınlaşmasında, ayrıca gelenek ve törelerin yerleşmesinde çok önemli bir görev üstlenmiştir (Karaso, 2003, s. 2). Bu teşkilatların kurumsal yapılarını ve faaliyetlerini günümüz iş dünyasına birebir yansıtmak zordur. Fakat “Fütüvvet” ve “Ahilik” teşkilatlarını içinde bulunduğumuz çağa uyarlayarak sistematik bir şekilde içsel kontrol mekanizmalarını etkin hale getirmenin, hem kaçakçılık faaliyetlerini hem de diğer yasadışı yollardan elde edilen gelir kapılarını azaltmada etkili olabileceği düşünülmektedir.

Diğer bir değişken olan para sevgisinin de kaçakçılık algısı üzerinde iyi ve kötü değişkenleri ile %7’lik bir etkiye sahip olduğu regresyon analizi sonuçlarına bağlı olarak ortaya koyulmuştur. Paraya yönelik duygusal bir tutum olan “iyi” boyutu paranın önemli, değerli ve çekici olarak algılanması anlamına gelmektedir. Davranışsal bir tutum olan “kötü” boyutu ise paranın gerek kısa gerek uzun vadede doğru bir şekilde planlanması demektir. Bu bulguya dayanarak elindeki paranın değerini bilen, önem veren ve buna göre bütçesini uygun bir şekilde ayarlayan katılımcıların kaçakçılığın negatif etkilerini daha belirgin bir şekilde algıladığını söyleyebiliriz. Ticari piyasada vergiye tabi olarak faaliyetlerine devam eden bir işletme sahibi ya da çalışanın vergiden muaf olarak piyasaya sürülen kaçak ürünlere negatif bakması ve kendi kazandığı paranın değerini düşürücü bir unsur olarak görmesi gayet doğal karşılanmalıdır. Türkiye ekonomisinin dinamikleri hükümdeki KOBİ’lerde işletmelerin kazançlarını önemsemeleri, soyut ve somut varlıklarına değer vermeleri ve piyasadaki varlıklarını sürdürülebilmek adına uzun ve kısa vadeli finansal planlar yapmaları piyasadaki kaçakçılık gibi negatif faaliyetlerden sakınmak açısından önemli ve etkili unsurlardır.



Sonuç olarak belirtmek gerekir ki, kaçakçılık gibi çok boyutlu, sosyolojik ve psikolojik birçok etmeni bünyesinde barındıran karmaşık bir kavramı iki değişken ekseninde tüm yönleriyle açıklamak mümkün gözükmemektedir. Ancak araştırma sonucunda ortaya çıkan etki düzeyleri kaçakçılığın toplumda doğru bir şekilde algılanması açısından kullanılabilir iki değişkeni doğrulamıştır. İlerleyen araştırmalarda kapsamın genişletilerek sosyolojik (din, kültür, roller vb.) ve psikolojik (kişilik, algı, tutumlar vb.) değişkenlerin de ele alınması konunun çözümü noktasındaki bu küçük adımı daha da sağlamlaştıracaktır.

Received: February 22, 2016

Revision received: May 3, 2016

Accepted: August 23, 2016

Online First: October 30, 2016

Copyright © 2016 • Turkish Journal of Business Ethics

[www.isahlakidergisi.com/en](http://www.isahlakidergisi.com/en)

DOI 10.12711/tjbe.2016.9.0005 • November 2016 • 9(2) • 208–220

Extended Abstract

# The Effects of Islamic Work Ethics and the Ethics of Love of Money over the Perception of Smuggling: The Example of the Alanya Tradesmen

Faruk Kerem Şentürk<sup>1</sup>  
Düzce University

Mehmet Bayırlı<sup>2</sup>  
Alanya Alaaddin Keykubat University

Caner Güçlü<sup>3</sup>  
Alanya Alaaddin Keykubat University

## Abstract

This study intends to identify the thoughts of tradesmen active in commerce directed towards smuggling, which constitutes a crime in accordance with the Anti-Smuggling Act No. 5607 and was passed on March 21, 2007, as well as to reveal the relationship between their perception of the variables of Islamic work ethics and love of money. In this context, the provincial center in Alanya was identified as an important tourist destination in the universe of the research, as well as having an intensity of trade operations. Because the whole of the research's universe could not be reached, 384 samples were determined to be necessary for them to go and arrive at the path of specification. Easy sampling was preferred; 510 questionnaires were distributed as a quantitative data collection technique, and 498 usable questionnaires were investigated in the context of the research. According to the research results, the participants had high levels of perceptions related to the smuggling of many commercial products. However, the participants had perceptions in the direction that smuggling was done by those who came to Alanya to work, especially from outside; smuggling took place overland; and smuggling is done because of the economic benefits it provides and the fines are not a deterrent. When looking at the relationship between the variables, the perception of Islamic work ethics affected the change in perception towards smuggling being a bad behavior. Additionally, the dimensions of love of money (*good* and *budget*) were determined as variables that also significantly explained changes in the perception of smuggling.

## Keywords

Smuggling • Islamic work ethics • Love of money

1 **Correspondence to:** Faruk Şentürk (PhD), Department of Business Administration, Faculty of Business, Düzce University Düzce 81010 Turkey. Email: [keremsenturk@duzce.edu.tr](mailto:keremsenturk@duzce.edu.tr)

2 Department of International Trade, Faculty of Business, Alanya Alaaddin Keykubat University, Alanya, Antalya 07490 Turkey. Email: [mbayirli@akdeniz.edu.tr](mailto:mbayirli@akdeniz.edu.tr)

3 Department of Tourism Management, Faculty of Business, Alanya Alaaddin Keykubat University, Alanya, Antalya 07490 Turkey. Email: [canerguclu@akdeniz.edu.tr](mailto:canerguclu@akdeniz.edu.tr)

**Citation:** Şentürk, F. K., Bayırlı, M., & Güçlü, C. (2016). The effects of Islamic work ethics and the ethics of love of money over the perception of smuggling: The example of the Alanya tradesmen. *Turkish Journal of Business Ethics*, 9, 208–220. <http://dx.doi.org/10.12711/tjbe.2016.9.0005>

The religion of Islam, which is one of the most important factors that affects the structure of community, aims to improve welfare, develop the brotherhood phenomenon, and ensure socio-economic justice in society, while materialist thinking supports individualism (Chapra, 1992). From this viewpoint, religion stands behind a collectivist society structure and materialist thinking emphasizes individualism. It is considered that a life focused on self-interests leads person to desire for more and because this desire is difficult to satisfy in a short time, this directs them to fulfill them by unlawful means. In our research, we aimed to examine the perception of smuggling, which is defined as “trade acting against the state of law” and the relationship between Islamic work ethic and the love of money. In general, research approaches the love of money as a single dimension; however, in our research, it is considered to have sub-dimensions such as good, evil, budget, and power-success. Attitudes of tradesmen toward money are considered positive, and these attitudes effect the perception of smuggling in a negative way. The research population consists of tradesmen who operate in the district center of Alanya, Turkey, which is a tourist destination. This study mainly aims to examine the effects of the Islamic work ethic and love of money on the perception of smuggling. In addition, we aimed to investigate the perception of the effects of smuggling on tourism activities, types of smuggling, those perceived as smugglers, smuggling routes, and the reasons for performing smuggling activities.

## Literature Review

### Islamic Work Ethic

The Islamic understanding does not consider materialism as the basis of life, rather Islam emphasizes that unity, togetherness, and fraternity are the most important elements keeping society together and advises people “to live well as a good person,” recognize “social and economic justice,” and maintain “the balance between this world and the other world” (Rice, 1999, p. 346). It is natural that the definition of work and the development of work ethics in each society, whether Western or Eastern, are developed in accordance with the values and beliefs specific to each society. In this regard, every community creates its own work ethic depending on the values and beliefs of their society (Ali & Al-Qwaihán, 2008, p. 6).

The Islamic work ethic (IWE) concept was created based on the remarks and acts in the Qur’an by the Prophet Mohammad. In an examination of the Qur’an, honesty and justice in trade, fair distribution of wealth in society, self-development and gaining abilities to make one’s living, and disapproval of laziness and wasting one’s time are topics that are mentioned in several verses (Yousef, 2000).

The IWE helps introduce equality, honesty, consensus, and “sincerity in one’s working life” (Mansor & Ali, 1998). Furthermore, it suggests a lifestyle where there

is no hierarchy in the society or workplace; where decisions are taken as a result of negotiations made with the participation of the relevant parties; and where employees work with sincerity and honesty, thereby not only being responsible to the employer but also to Allah (Mansor & Ali, 1998). Beekun and Badawi (2004) emphasize the importance in the IWE of commitment and obedience to the leader which, rather than being in a blind state of obedience to seniors or employers, is a state of commitment where decisions are taken mutually by seniors and juniors. In this way, the seniors motivate the juniors in terms of working and obeying their commands.

### **Love of Money**

While money can be used as a tool for purchasing products and services, it can also be a unit of measuring an account (Furnham & Argyle, 1998). Money is defined as the amount paid in return for the labor of employees in today's employee–employer relationship (Mitchell & Mickel, 1999). The attitude of people toward money affects their perception of the reward system in the workplace and their personal motivation, and consequently, their behavior related to work, performance, job satisfaction, motivation, and the effectiveness in the work (Lawler, 1971; Tang & Baumeister, 1984). Milkovich and Newman (1999) suggest that money is used by employers as a means of attracting talented employees and retaining and motivating them, in other words, they use it as a means of reward.

Many scales have been developed to measure people's attitude toward money (Fank, 1994; Furnham, 1984; Tang, 1992; Yamauchi & Templer, 1982). Tang's (1992) Money Ethic Scale was developed through an investigation of previous studies and comprises 30 expressions and six dimensions. Tang (1992, p. 197) lists the past scale studies used as follows: the relationship of different needs of people with money (e.g., Maslow, 1954), negative and positive attitudes toward money (e.g., Wernimont & Fitzpatrick, 1972), control and management of money (Furnham, 1984), and obsession and power (Furnham, 1984; Yamauchi & Templer, 1982). The factors revealed in the scale and the findings related to them are as follows (Tang, 1993, pp. 93–94):

Factor 1– Good (nine expressions): Positive attitudes about money; the idea that money is good, important, valuable, and attractive.

Factor 2– Evil (six expressions): Negative attitudes toward money; the thought that money is something evil, unnecessary, and shameful can be given as an example of such negative thoughts.

Factor 3– Success (four expressions): Money is seen as equal to success in society.

Factor 4– Respect (four expressions): Gaining people’s respect through having money; this factor is based on the prejudice that having a lot of money can increase respectfulness among people.

Factor 5– Budget (three expressions): How money is used by people; this is based on how much consideration people pay to the use of money, with regards to both the short-term payment of accounts and long-term investments.

Factor 6– Freedom and power (four expressions): The attribute of money that renders people powerful by giving them financial autonomy and freedom.

In subsequent studies, a love of money scale, consisting of 15 expressions, was generated with five aspects based on [Tang’s \(1992\)](#) Money Ethics Scale: emotional elements (good and evil), cognitive elements (success and power), and behavioral elements (budget) ([Lemrova et al., 2013](#)).

## **Smuggling**

“Smuggling activities” are one of the main economic problems existing in some undeveloped countries. We need to consider the concept of smuggling not only from moral and legal perspectives but also as an economic phenomenon ([Bhagwati & Hansen, 1973](#)). It has been stated that smuggling activities have a strong effect on price differences in different regions of a country ([Saba, Beard, Ekelund, & Ressler, 1995](#)). It has also been emphasized that all governments should be careful about an increase in smuggling activities ([Joosens & Raw, 1995](#)).

Smuggling activities in Turkey started in 1978 with border trade with Iran to meet the increasing oil demands ([Öztürk, 2006, p. 107](#)). In the beginning, the principle of “reciprocity” is embraced and this rule is then forgotten and border trade develops into unlimited trade. This process turned into a mechanism that brought all kinds of agricultural products and diesel into Turkey for sale not only in the border provinces but anywhere in the country. Because of this, important restrictions were imposed on agricultural products in 1999 and petroleum products toward the end of 2000; moreover, diesel trade was completely banned.

Many researchers have emphasized that smuggling activities cause serious damage to the economies of countries and also aid in providing financial resources to terror organizations ([Aslan & Öcal, 2012](#); [Çakır, 2010, p. 71](#); [Özdemir & Pekgözlü, 2012](#)). When we examine the reports of the [Smuggling and Organized Crime Department of Police Headquarters \(2010; 2011; 2012; 2013; 2014\)](#), significant levels of a number of smuggling activities, such as liquid fuel, alcohol, pills, cell phones, meat, tea and cigarettes, were observed.

Smuggling activities are also specific to tourism destinations. The interactions between tourists, local people, and tradesmen provide economic and cultural benefits to the tourism destination (Alaeddinoğlu, 2008; Farahani & Musa, 2008). Smuggling activities in tourism destinations prevents tradesmen from earning income through official channels and cause unfair competition between enterprises.

### **Methodology**

In this research, a quantitative research method was used and data were obtained through questionnaires. The participants in this study were tradesmen operating in Alanya town center. The sampling method was preferred because it was difficult to contact the entire study population. First, research sample has been identified by formula (384) which is used for the cases that total population is unknown. Then, convenience sampling method is used on determined sample. A total of 525 tradesmen offered to participate in the research and fulfill the survey, and from these, 510 completed surveys were accepted. Twelve questionnaires were discounted because of errors in completion and analyses were thus performed on 498 questionnaires. Multiple response analysis was used to determine the perceptions of smuggling; *t*-Test and analysis of variance (ANOVA) were used to detect differences in the perceptions of smuggling; and regression and correlation analysis were used to determine the effects of independent variables on dependent variable.

### **Findings**

The results of multiple response analysis revealed that cell phones (89%) and computers (49%) are the most smuggled commercial goods, while tea (71%) and meat (47%) are the most smuggled foodstuffs. Cigarettes (93%), diesel (83%), historic statues (80%) and guns (92%) are the most smuggled items in other categories. It is also a striking finding that perceptions on drug smuggling and bootlegging of certain items, such as marijuana (90%) and pills (72%), whiskey (79%), and raki (72%) are at high levels. Participants also stated that livestock smuggling is carried out in Alanya.

Participants believe that smuggling activities are carried out mostly by people from outside of Alanya (89%) and smuggled goods mostly come via the highways. When we examined the reasons for engaging in smuggling activities, economic benefits (80%), lack of deterrent penalties (65%), and inadequacy of law (54%) are seen as the most three important factors.

Table 1

*Perception of Smuggling and Islamic Work Ethic Regression Analysis Results*

Independent variable	$\beta$	Significance level of t-value
Islamic Work Ethic	0.387	0.000
R <sup>2</sup>	F	Significance level F-value
0.149	70.607	0.000

According to the results of regression analysis, the IWE is an important variable and explains 15% of the total variance of smuggling activities. The table 1 shows that dependent variable explains independent variable statistically significant.

Table 2

*Perception of Smuggling and Love of Money Regression Analysis Results*

Model	B	Std Err.	$\beta$	t	Sig.	Partial	Part	Tol.	VIF
(Constant)	2.881	.214		13.463	.000				
Good	.154	.042	.199	3.698	.000	.215	.178	.772	1.296
Budget	.099	.032	.148	3.108	.002	.170	.150	.985	1.015
Evil	-.037	.033	-.053	-1.126	.261	-.062	-.055	.996	1.004
Power-Success	.004	.039	.006	.111	.911	.116	.005	.771	1.297

Dependent variable: perception of smuggling

R = .268; R<sup>2</sup> = .072; F = 8.076; p = .000; Durbin Watson: 1.933.

According to the standardized regression coefficient ( $\beta$ ), the relative order of importance of the love of money dimensions on the perception of smuggling is good, budget, evil, and power-success. An analysis of t-test results showed that the good dimension has a positive significant effect on smuggling activities, the budget dimension has a positive significant effect on smuggling activities, and the other dimensions do not have a significant effect. Also, the sub-dimension of love of money explains 7% of the total variance in smuggling activities.

According to the t-tests, the perceptions of smuggling do not differ with respect to gender ( $t = -0.584$ ;  $p = .560$ ), and marital status ( $t = 0.004$ ;  $p = .997$ ). ANOVA analysis revealed that the perception of smuggling differs significantly with respect to level of income ( $F = 5.193$ ;  $p = .000$ ), and other categorical variables (age, education, and the sector in which participants work) do not differ significantly. Post Hoc tests show that income differences occur: 2501 TL and above (A.M. = 4.06); 501 - 1000 TL (A.M. = 3.71); 1001 - 1500 TL (A.M. = 3.78); and 1501 - 2000 TL (A.M. = 3.60). Based on these results we can indicate that participants who have high levels of income feel more negative effects of smuggling compared to other income groups.

## Discussion

Border trade activity begins with the aim of serving the citizens and economy of a country; however, over time this purpose gets violated and develops into smuggling activities that cause serious damage to the economy. Furthermore, despite its definition as a legal concept that includes penal sanctions, smuggling is still perceived as a normal

activity by people and this is why this subject needs to be emphasized on. [Kahya \(2015\)](#) emphasizes that a basic motivation of smugglers is to legitimize the perception of smuggling in society. Reports from the [Smuggling and Organized Crime Department of Police Headquarters \(2011; 2012; 2013; 2014\)](#) stated that while we do not consider smuggling as a multi-dimensional concept, evaluations of the subject will guide us in the wrong direction. Thereby, participants' higher perception about smuggling activities cannot be explained as a regional perception; however, it leads us to consider the effects of smuggling on the border areas where it occurs, on the local people living in the region, and the perception of the country across the border.

In particular, the results of gaps in authority and internal disturbances in the neighboring countries of Turkey, such as robbery, extortion, profits of tribute, and seized underground resources and other precious goods, comprise serious sources of finance. These resources, which are converted into money and guns by international smuggling networks, become the basic motivation for wars ([Eker, 2015, p. 42](#)). Therefore, we need to track the perception of smuggling in the society so that we can aid in preventing some of the resources that flow to the terrorist organizations.

[Ahmad and Owoyemi \(2012\)](#) point out in their research, which is based on Sunnahs of Prophet Muhammad, that working is a kind of prayer and is considered as sacred for providing a strong national economy, that it inculcates a sense of responsibility, and reminds people that working should be done in search of Allah's sake. [Çöğgün \(2012\)](#) emphasize that smuggling activities cause serious damage to the economy of a country, cause unfair competition, threaten public health, effect labor-intensive sectors in a negative way and push people toward idleness. The findings of our research reveal that the IWE in work life is an important factor that affects society's perception of smuggling. IWE rules not only aim to enrich the life of individuals but also emphasize the national economic development and focus on removing negative effects of smuggling in the social order.

Another finding that reveals the relationship between love of money and the perception of smuggling shows that people who see money as valuable and important and set budgets properly, clearly perceive the negative effects of smuggling compared to those who see money as evil and bad. It is very important for small and middle enterprises (SMEs), which are the dynamics of Turkey's economy, to pay attention to earnings, value tangible and intangible assets, and make long- and short-term financial plans to sustain their presence to avoid negative activities in the market such as smuggling.

As stated above, smuggling should be considered as a multi-dimensional concept related to its complex structure; however, two variables may not be strong enough to explain such a concept. Consequently, we can suggest that for future research



the scope can be expanded with sociological (religion, culture, and roles) and psychological (personality, perceptions, and attitudes) variables to aid in finding a solution.

### Kaynakça/References

- Abeng, T. (1997). Business ethics in Islamic context: Perspectives of a Muslim business leader. *Business Ethics Quarterly*, 7(3), 47–54.
- Abu-Saad, I. (2003). The work values of Arab teachers in Israel in a multicultural context. *Journal of Beliefs & Values*, 24(1), 39–51.
- Ahmad, K. (1976). *Islam: Its meaning and message*. London, UK: Islamic Council of Europe.
- Ahmad, S., & Owoyemi, M. Y. (2011). The concept of Islamic work ethic: An analysis of some salient points in the prophetic tradition. *International Journal of Business and Social Science*, 3(20), 116–123.
- Akça, G. (2004). Ahilik geleneği ve günümüz Fethiye esnafı. *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 14, 210–219.
- Alaeddinoğlu, F. (2008). Sivas kentinde halkın turiste ve turizme bakışı. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(2), 1–23.
- Alhabshi, S. O., & Ghazali A. H. (1994). *Islamic values and management*. Malaysia: Institute of Islamic Understanding Malaysia.
- Ali, A. J., & Al-Owaihian, A. (2008). Islamic work ethic: A critical review. *Cross Cultural Management: An International Journal*, 15(1), 5–19.
- Ali, A. J. (1988). Scaling an Islamic work ethic. *Journal of Social Psychology*, 128(5), 575–583.
- Ali, A. J. (1992). Islamic Work Ethic in Arabia. *Journal of Psychology*, 126(5), 507–20.
- Ali, A. J. (2005). *Islamic perspectives on management and organization*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Alpdündar, R. (1977). *İlgili kanun ve tevhidi içtihad kararlarıyla yeni büyük sözlük*. İstanbul: Arpaz Matbaacılık.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. & Yıldırım, E. (2007). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Altuntaş, H. & Şahin, M. (2012). *Kur'an-ı Kerim meali*. İstanbul: Diyanet İşleri Başkanlığı Basımevi.
- Aslan, A. & Öcal, O. (2012). Türkiye’de suç oranlarının sürekliliği. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 85–92.
- Aydın, S. (2009). *Bireyci-toplumcu, idealist-relativist ve materyalist eğilimler ile hedonik alışveriş arasındaki ilişkiler* (Doktora tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon). <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/> adresinden edinilmiştir.
- Bayırlı, M., & Şentürk, F. K. (2015, May). *Relationship between the Islamic work ethic and the love of money*. Paper presented at the 6th Global Islamic Marketing Conference, İstanbul, Turkey.
- Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa Marta, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83–101.

- Belk, R. W., & Wallendorf, M. (1990). The sacred meanings of money. *Journal of Economic Psychology*, 11(1), 35–67.
- Beyhaki. (1994). *es-Sünenü 'l-Kübra ve fi Zeylihi el-Cevherü 'n-Nakiy*. Beirut: Daru'l-Marife.
- Bhagwati, J. N. (1981). Alternative theories of illegal trade: Economic consequences and statistical detection. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 117(3), 409–427.
- Bhagwati, J., & Hansen, B. (1973). A theoretical analysis of smuggling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(2), 172–187.
- Bozkurt, K. & Özbey, Ö. (2015). Kayıtdışı ekonomi: Türkiye ekonomisi ve Türk turizm sektörü için genel bir değerlendirme. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 75–86.
- Bulut, H. İ. (2011). Peygamberlerin başarısında mucizenin yeri ve önemi. *Dini Bilimler Akademik Araştırma Dergisi*, 11(1), 66–78.
- Burggraeve, R. (1995). The ethical meaning of money in the thought of Emmanuel Levinas. *Ethical Perspectives*, 2(1), 11–16.
- Çakır, A. (2010). Suç gelirlerinin aklanması ve terörizmin finansmanının engellenmesi: Banka riskleri ve uyum programının oluşturulması. *Bankacılar Dergisi*, 74, 69–73.
- Çetin, H. C. & Duru, H. (2015). Bitmeyen savaş: Diyarbakır'da terör-uyuşturucu ilişkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), 33–44.
- Chapra, M. U. (1992). *Islam and the economic challenge*. Herndon, VA: International Institute of Islamic Thought.
- Çöğün, M. (2012). Şırnak-Uludere kaçakçılıkla mücadele. *İdarecinin Sesi Dergisi*, 149(Ocak-Şubat), 33–38.
- Deniz, O. & Doğu, A. F. (2008). Türkiye-İran sınırı: Sınırın coğrafi durumu ve sınır köylerimizden sosyo-ekonomik yapıları. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13(19), 49–72.
- Deniz, O. (2010, Aralık). *Türkiye-İran sınırında akaryakıt kaçakçılığı ve etkileri*. II. Uluslararası Terörizm ve Sınırtaşın Suçlar Sempozyumu'nda sunulan bildiri, Antalya.
- Eker, S. (2015). Savaş olgusunun dönüşümü: Yeni savaşlar ve Suriye krizi örneği. *Turkish Journal of Middle Eastern Studies*, 2(1), 31–66.
- Elias, R. Z. (2013). Business students' love of money and some psychological determinants. *International Journal of Business & Public Administration*, 10(2), 80–89.
- Fank, M. (1994). The development of a Money-Handling Inventory. *Personality and Individual Differences*, 17(1), 147–151.
- Farahani, H. Z., & Musa, G. (2008). Residents' attitudes and perception towards tourism development: A case study of Masooleh, Iran. *Tourism Management*, 29, 1233–1236.
- Farrukh, M., Butt, S., & Mansori, S. (2015). Innovation capability: The role of Islamic work ethics. *Journal of Asian Business Strategy*, 5(7), 125–131.
- Farsî, J. Y., Rodgarnezhad, F., & Anbardan, Y. Z. (2015). Investigating the relationship between Islamic work ethics and organizational commitment and its components: A case study of Gilan province police employees. *Journal UMP Social Sciences and Technology Management*, 3(2), 238–244.
- Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and Individual Difference*, 5, 501–509.

- Furnham, A. (2005). *The psychology of behaviour at work: The individual in the organization*. London, UK: Psychology Press.
- Furnham, A., & Argyle, M. (1998). *The psychology of money*. London, UK: Routledge.
- Furnham, A., Trickey, G., & Hyde, G. (2012). Bright aspects to dark side traits: Dark side traits associated with work success. *Personality and Individual Differences*, 52(8), 908–913.
- Gökpınar, M. (2005). Sosyal ve kriminal boyutlarıyla organize suç. *TBB Dergisi*, 60, 214–234.
- Goldberg, H., & Lewis, R. T. (1978). *Money madness: The psychology of saving, spending, loving, and hating money*. New York, NY: William Morrow and Co.
- Gürbüz, A. (2002). Turizmin sosyal çevreye etkisi üzerine bir araştırma. *Teknoloji Dergisi*, 1-2, 49–59.
- Hofstede, G. (2006). What did GLOBE really measure? Researchers' minds versus respondents' minds. *Journal of International Business Studies*, 37(6), 882–896.
- Imam, A., Abbasi, A. S., & Muneer, S. (2015). Employee performance from the lens of Islamic work ethics: Mediating role of personality X and Y. *Science International*, 27(1), 415–422.
- Joossens, L., & Raw, M. (1995). Smuggling and cross border shopping of tobacco in Europe. *BMJ: British Medical Journal*, 310(6991), 1393–1397.
- Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığı. (2013). *Kaçakçılık-genel bilgiler*. [http://www.kom.pol.tr/Sayfalar/Kacakcilik\\_Genel\\_Bilgi.aspx](http://www.kom.pol.tr/Sayfalar/Kacakcilik_Genel_Bilgi.aspx) adresinden 23.05.2013 tarihinde edinilmiştir.
- Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu. (2007). *T.C. Resmi Gazete*, 26479, 31.03.2007.
- Kahya, Y. (2015). Suç teorileri ışığında Türkiye’de kaçakçılık olgusu: Toplumsal nedenleri, boyutları ve algısı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(3), 159–178.
- Karasoş, Y. (2003). Ahi kelimesi ve Türk kültüründe ahilik. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 14, 1–15.
- Karatay, Ö., & Kapusuzoğlu, M. (2011). Mali ve ekonomik suçların terörün finansmanı bağlamında değerlendirilmesi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 3(1), 115–121.
- Khan, A. M., Nazeer, S. U., & Naqvi, S. M. I. H. (2015). Personality mediated career development under Islamic work ethics in Pakistani religious schools. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 4(4), 691–703.
- Khan, K., Abbas, M., Gul, A., & Raja, U. (2015). Organizational justice and job outcomes: Moderating role of Islamic work ethic. *Journal of Business Ethics*, 126(2), 235–246.
- KOM Daire Başkanlığı. (2011). *Kaçakçılık ve organize suçlarla mücadele 2010 raporu*. Ankara: Yazar.
- KOM Daire Başkanlığı. (2012). *Kaçakçılık ve organize suçlarla mücadele 2011 raporu*. Ankara: Yazar.
- KOM Daire Başkanlığı. (2012). *Kaçakçılık ve organize suçlarla mücadele 2012 raporu*. Ankara: Yazar.
- KOM Daire Başkanlığı. (2013). *Kaçakçılık ve organize suçlarla mücadele 2013 raporu*. Ankara: Yazar.
- KOM Daire Başkanlığı (2014). *Kaçakçılık ve organize suçlarla mücadele 2014 raporu*. Ankara: Yazar.

- Lawler, E. E. (1971). *Pay and organizational effectiveness: A psychological view*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Leman, J., & Janssens, S. (2007). Travel agencies as a linking element for human smuggling and trafficking from Eastern Europe. *The Center for Migration Studies in Rome, in Studi Emigrazione/migration studies, XLIV*, 443–459.
- Lemrova, S., Relterovai E., Fatenova, R., Lemr, K., & Tang, T. L. P. (2013). Money is power: Monetary intelligence—love of money and temptation of materialism among Czech university students. *Journal of Business Ethics, 117*(2), 1–20.
- Luna-Arocas, R., & Tang, T. L. P. (2015). Are you satisfied with your pay when you compare? It depends on your love of money, pay comparison standards, and culture. *Journal of Business Ethics, 128*(2), 279–289.
- Mansor, N., & Ali, M. A. M. (1998). An exploratory study of organisational flexibility in Malaysia: A research note. *International Journal of Human Resource Management, 9*(9), 506–515.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. New York, NY: Harper.
- Milkovich, G. T., & Newman, J. M. (1999). *Compensation* (6th ed.). Boston, MA: Irwin/McGraw-Hill.
- Mitchell, T. R., & Mickel, A. E. (1999). The meaning of money: An individual-difference perspective. *Academy of Management Review, 24*(3), 568–578.
- Monteiro, D. L. C., Peñaloza, V., Pinto, F. R., Coria, M. D. C. D., & Calderón, L. M. O. (2015). Attitudes towards money and motivational orientation to work in Brazilian young workers. *Contaduría y Administración, 60*(1), 11–30.
- Mursaleen, M., Saqib, L., Roberts, K. W., & Asif, M. (2015). Islamic work ethics as mediator between trust and knowledge sharing relationship. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, 9*(2), 614–640.
- Nicholson, N., & de Waal-Andrews, W. (2005). Playing to win: Biological imperatives, self-regulation, and trade-offs in the game of career success. *Journal of Organizational Behavior, 26*(2), 137–154.
- Özbek, M. F. (2010). Yatay ve dikey bireycilik & kolektivism ile para etiği ilişkisi: Türk ve Kırgız üniversite öğrencileri üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10*(3), 23–42.
- Özdemir, H., & Pekgözlü, İ. (2012). Where do terror organizations get their money? A case study: Financial resources of the PKK. *Uluslararası Güvenlik ve Terörizm Dergisi, 3*(2), 85–102.
- Öztürk, N. (2006). Türkiye’de sınır ticaretinin gelişimi, ekonomik etkileri, karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2*(3), 107–127.
- Rice, G. (1999). Islamic ethics and the implication for business. *Journal of Business Ethics, 18*(4), 345–358.
- Saba, R. P., Beard, T. R., Ekelund, R. B., Jr., & Ressler, R. W. (1995). The demand for cigarette smuggling. *Economic Inquiry, 33*(2), 189–202.
- Seçilmiş, C. & Ünlüönen, K. (2009). İstanbul’u ziyaret eden turistlerin güvenlik algılamaları üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 1*(1), 65–84.
- Segal, J. (2008). Is “pharmaceutical tourism” just around the corner? *General Surgery News, October*. Retrieved from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.694.6382&rep=rep1&type=pdf>

- Şentürk, F. K. & Güçlü, C. (2014). Kaçakçılığın turizm faaliyetlerine etkisi: Alanya örneği. 2. *Uluslararası Davraz Kongresi* içinde (s. 2585–2605). Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Sharma, R. (2008). Tourism and the value system: An impact assessment from socio-cultural perspective. *Himalayan Journal of Sociology & Anthropology*, 3, 106–125.
- Sheikh, M. A. (1989). A theory of risk, smuggling and welfare. *World Development*, 17(12), 1931–1944.
- Singhapakdi, A., Vitell, S. J., Lee, D. J., Nisius, A. M., & Grace, B. Y. (2013). The influence of love of money and religiosity on ethical decision-making in marketing. *Journal of Business Ethics*, 114(1), 183–191.
- Suğur, S. (2009). Türkiye’de tabakalaşma ve toplumsal eşitsizlik. Z. Sungur (Ed.), *Türkiye’nin toplumsal yapısı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tang, T. L. P. (1993). The meaning of money: Extension and exploration of the Money Ethic Scale in a sample of university students in Taiwan. *Journal of Organizational Behavior*, 14, 93–99.
- Tang, T. L. P. (1992). The meaning of money revisited. *Journal of Organizational Behavior*, 13, 197–202.
- Tang, T. L. P. (2007). Income and quality of life: Does the love of money make a difference? *Journal of Business Ethics*, 72(4), 375–393.
- Tang, T. L. P., & Baumeister, R. F. (1984). Effects of personal values, perceived surveillance, and task labels on task preference: The ideology of turning play into work. *Journal of Applied Psychology*, 69, 99–105.
- Tang, T. L. P., & Chiu, R. K. (2003). Income, money ethic, pay satisfaction, commitment, and unethical behavior: Is the love of money the root of evil for Hong Kong employees? *Journal of Business Ethics*, 46, 13–30.
- Tang, T. L. P., & Gilbert, P. R. (1995). Attitudes toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress, and work-related attitudes. *Personality and Individual Differences*, 19, 327–332.
- Tatzel, M. (2002). “Money worlds” and well-being: An integration of money dispositions, materialism and price-related behavior. *Journal of Economic Psychology*, 23(1), 103–126.
- Tirmizi. (2007). *Sünen- i Tirmizi tercemesi* (A. Parlıyan, çev.). Konya: Konya Kitapçılık.
- Toprak, S., Doğru, A. Ö. & Gümüş, B. (2010). Türkiye’de uyuşturucu madde suçları ve sosyodemografik özellikleri. *Cumhuriyet Tıp Dergisi*, 32, 19–25.
- Türk Dil Kurumu. (2016). Değişim. *Büyük Türkçe sözlük* içinde. [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr) adresinden 25.01.2016 tarihinde edinilmiştir.
- Türkçe Sözlük. (2009). *Kaçakçılık* (10. basım). Ankara: TDK Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2013). *İller itibariyle kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla; 1987-2001*. [www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab\\_id=532](http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=532) adresinden 26.06.2013 tarihinde edinilmiştir.
- Wang, Y., & Pfister, R. E. (2006). Residents’ attitudes toward tourism development: A case study of Washington, NC. *Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium*. Retrieved from [http://www.nrs.fs.fed.us/pubs/gtr/gtr\\_nrs-p-14/54-wang-p-14.pdf](http://www.nrs.fs.fed.us/pubs/gtr/gtr_nrs-p-14/54-wang-p-14.pdf)
- Wernimont, P. F., & Fitzpatrick, S. (1972). The meaning of money. *Journal of Applied Psychology*, 56(3), 218–226.

- Yamauchi, K. T., & Templer, D. I. (1982). The development of a Money Attitude Scale. *Journal of Personality Assessment*, 46, 522–528.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2007). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yousef, D. A. (2000). Organisational commitment as a mediator of the relationship between Islamic work ethic and attitudes toward organizational change. *Human Relations*, 53(4), 513–537.