



GUMUSHANE UNIVERSITY - FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

ISSN : 2147 - 415X

GLOBAL

JOURNAL
OF
ECONOMICS & BUSINESS
STUDIES

2018

YIL (Vol) 7

SAYI (Issue)14





GJEBS

Global Journal of Economics and Business Studies
Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi
<http://dergipark.gov.tr/gumusgjebs> - ISSN: 2147-415X



**GLOBAL JOURNAL OF ECONOMICS
AND
BUSINESS STUDIES**

(Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi)

**Cilt: 7 Sayı: 14
Kış 2018**

DERGİ SAHİBİ

(Owner of the Journal)

Prof. Dr. Halil İbrahim ZEYBEK

Gümüşhane Üniversitesi Rektörü *(Rector of Gumushane University)*

İDARİ İŞLER MÜDÜRÜ

(Director of Administrative Services)

Doç. Dr. Alper Veli ÇAM

BAŞ EDITÖRLER

(Editors in Chief)

Doç. Dr. İskender PEKER

Doç. Dr. Ahmet Mutlu AKYÜZ

Posta Adresi (Postal Address)

Global Journal of Economics and Business Studies (Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi)

Gümüşhane Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Bağlarbaşı / 29100 – Gümüşhane, Türkiye

İletişim ve Teknik Destek (Communication and Technical Support)

Eposta (email): info@gjebs.com

GJEBS Dergisi Gümüşhane Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinin çıkardığı hakemli akademik bir dergidir. Yılda iki kez yayınlanmaktadır. GJEBS Dergisi, Index Copernicus, International Citation Index, CiteFactor, DRJI, SOBİAD, Google Scholar ve EBSCO HOST Business Source Ultimate List veri tabanlarında taranmaktadır.

ISSN: 2147-415X



YAYIN VE EDITÖRLER KURULU (Editorial Board)

2018 Kış (Winter) – Yıl (Vol): 7 Sayı (Issue): 14

Prof. Dr. Coşkun TOPAL
Gümüşhane Üniversitesi İİBF Dekanı
coskuntopal@gmail.com

Robert W. McGEE, Ph.D.
Fayetteville State University, USA
bob414@hotmail.com

Nor Raihana MOHD ALI, Ph.D.
UTM Razak School, UTM Kuala Lumpur, Malaysia
raihana.kl@utm.my

Ilya GARBER, Ph.D.
Professor of Psychology
National Research Saratov State University, Russia
ilya.garber@gmail.com

Nurkhodzha AKBULAEV, Ph.D.
Azerbaijan State University of Economics-UNEC, Baku, Azerbaijan.
nurhoca@gmail.com

Davran YULDASHEV, Ph.D.
Faculty of Management, University of Economy and Enterprise, Celalabad, Kyrgyzstan
davronline@hotmail.com

Gasimov Ragif KHANBALA, Ph.D.
Azerbaijan State University of Economics-UNEC, Baku, Azerbaijan.
raqif.qasimov@gmail.com

Südabe SALIHOVA, Ph.D.
Azerbaijan State University of Economics-UNEC, Baku, Azerbaijan.

Oqtay QULIYEV, Ph.D.
Azerbaijan State University of Economics-UNEC, Baku, Azerbaijan.
oqtay1982@gmail.com

ALAN EDITÖRLERİ (Field Editors)

2018 Kış (Winter) – Yıl (Vol): 7 Sayı (Issue): 14

Doç. Dr. Mehmet Hanefi TOPAL (*Gümüşhane Üniversitesi*)

Dr. Murat BERBEROĞLU (*Artvin Çoruh Üniversitesi*)

Dr. Hasan Mahmut KALKIŞIM (*Gümüşhane Üniversitesi*)

Dr. Emel YILDIZ (*Gümüşhane Üniversitesi*)

Dr. Büşra TOSUNOĞLU (*Gümüşhane Üniversitesi*)

Arş. Gör. Şerife DEMİRELLİ (*Gümüşhane Üniversitesi*)

**2018 KIŞ - YIL: 7 SAYI: 14 HAKEM KURULU (Ünvan ve İsim Sıralaması)**

(2018 Winter – Volume: 7 Issue: 14 Review Board) (By Title and Name)

- Prof. Dr. Birol KARAKURT *Karadeniz Teknik Üniversitesi*
Prof. Dr. Hasan AYYILDIZ *Karadeniz Teknik Üniversitesi*
Doç. Dr. İlknur KUMKALE *Trakya Üniversitesi*
Doç. Dr. Raif CERGİBOZAN *Kırklareli Üniversitesi*
Doç. Dr. Selim CENGİZ *Çankırı Karatekin Üniversitesi*
Doç. Dr. Suat Hayri ŞENTÜRK *Gümüşhane Üniversitesi*
Dr. Abdülkadir ÖZTÜRK *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi*
Dr. Cantürk CANER *Dumlupınar Üniversitesi*
Dr. Ebru ONURLUBAŞ *Trakya Üniversitesi*
Dr. Emrah KOPARAN *Amasya Üniversitesi*
Dr. Erol TEKİN *Kastamonu Üniversitesi*
Dr. Ersin BURNAZ *Trabzon Üniversitesi*
Dr. Gizem YILDIZ *Gümüşhane Üniversitesi*
Dr. Gülçin BİLGİN TURNA *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi*
Dr. H. Senem GÖL BEŞER *Yeditepe Üniversitesi*
Dr. Hüseyin Serdar YALÇINKAYA *Necmettin Erbakan Üniversitesi*
Dr. Mehmet AKYOL *Gümüşhane Üniversitesi*
Dr. Muhammed ARDIÇ *Artvin Çoruh Üniversitesi*
Dr. Münevver KATKAT ÖZÇELİK *Artvin Çoruh Üniversitesi*
Dr. Murat BERBEROĞLU *Artvin Çoruh Üniversitesi*
Dr. Murat SERÇEMELİ *Giresun Üniversitesi*
Dr. Mustafa KIRCA *Düzce Üniversitesi*
Dr. Mustafa UYSAL *Artvin Çoruh Üniversitesi*
Dr. Özgür TÜFEKÇİ *Karadeniz Teknik Üniversitesi*
Dr. Selcen SARI AYTEKİN *Trabzon Üniversitesi*
Dr. Uğur UZUN *Artvin Çoruh Üniversitesi*



İÇİNDEKİLER
(Table of Contents)

| Makale ve Yazar/ları (Article and Author/s) | Sayfa No (Page No) |
|--|------------------------------|
| Euro Bölgesinde Ticari Açıklık, Finansal Açıklık ve Finansal Gelişme: Dinamik Panel Veriden Kanıt (Trade Openness, Financial Openness, and Financial Development in Eurozone: Evidence from Dynamic Panel Data) Hasan AYAYDIN, Aykut KARAKAYA, Fahrettin PALA | 01-17 |
| Muhasebe Eğitimi Konusunda Ulusal ve Uluslararası Dergiler Üzerine Bibliyometrik Bir Araştırma (A Bibliometric Research on National and International Journals on Accounting Education) Büşra TOSUNOĞLU, Selim CENGİZ, Zafer ANADOLU | 18-24 |
| Türkiye’de İthalatın, İktisadi Büyümenin ve Elektrik Tüketiminin İhracat Üzerindeki Etkilerinin Analizi (The Analysis of Effects of Economic Growth, Import and Electricity Consumption on Export in Turkey) Ali Rıza SANDALCILAR, Kezban AYRAN CİHAN | 25-37 |
| Özel Sermayeli Mevduat Bankalarının Finansal Performanslarının İncelenmesi: Türkiye Örneği (Investigation of Financial Performance of Deposit Banks with Private Capital: Turkey Sample) M. Esra ATUKALP | 38-52 |
| Bilgi Uçurma Davranışının Öncülleri ve Sonuçları (Antecedents and Consequences of Whistleblowing) Harun YILDIZ, Esra TANİ | 53-67 |
| Ürün İnovasyonu ve Ürün Kalitesinin Marka Sadakati Üzerindeki Etkileri: Akıllı Cep Telefonları Üzerinde Ampirik Bir Çalışma (Effects of Product Innovation and Product Quality on Brand Loyalty: An Empirical Study on Smart Mobile Phones) Emel YILDIZ, Mahmut KOÇAN | 68-79 |



İÇİNDEKİLER
(Table of Contents)

| Makale ve Yazar/ları (Article and Author/s) | Sayfa No (Page No) |
|--|-----------------------|
| Almanya Dış Politikasının Avrupa Birliği Dış Politikasına Uyum Süreci: Ukrayna Krizi Örneği (The Adaptation Process of Germany's Foreign Policy to European Union Foreign Policy: The Case of the Ukraine Crisis) Ömer UĞUR | 80-101 |
| Uluslararası İşletmecilikte Kültürel Endoktrinasyon ve Açık Yenilik (Cultural Indoctrination and Open Innovation in International Business) Bryan CHRISTIANSEN | 102-116 |
| Üniversite Öğrencilerinin Dijital Pazarlamaya Yatknlık Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma (A Research on Determining the University Students' Proclivity Level to Digital Marketing) Hatice Dilara KESKİN, Hüseyin Sabri KURTULDU | 117-128 |
| Döngüsel Ekonomi: Almanya'daki Durumun Bir Özeti (Circular Economy: Summary of Germany Case) Tufan ÖZSOY | 129-143 |
| Türk Kamu Mali Yönetiminde Mali Saydamlık: Avrupa Birliği İlerleme Raporları Çerçevesinde Bir Değerlendirme (Fiscal Transparency in Turkish Public Financial Management: An Evaluation within the European Union Progress Reports) Mehmet ARIKAN, Serkan BENK | 144-157 |
| Bankaların Likiditesini Etkileyen Makroekonomik ve Bankaya Özgü Faktörlerin Ampirik Analizi: Türkiye Örneği (An Empirical Analysis of Macroeconomic and Bank-Specific Factors Affecting Liquidity of Banks: The Case of Turkey) Ersan ERSOY, Yüksel AYDIN | 158-169 |
| Elektronik Hizmet Marka Değerini Etkileyen Faktörler: Elektronik Hizmet Müşterileri Üzerine Bir Uygulama (Factors That Effecting Electronic Service Brand Equity: An Application on Electronic Service Customers) Salih YILDIZ | 170-185 |

**TRADE OPENNESS, FINANCIAL OPENNESS, AND FINANCIAL DEVELOPMENT IN EUROZONE: EVIDENCE FROM DYNAMIC PANEL DATA¹****Hasan AYAYDIN² Aykut KARAKAYA³ Fahrettin PALA⁴****ABSTRACT**

This paper investigates the impact of trade and financial openness on financial development, sampling 19 Eurozone countries with data spanning from 2000 to 2015. We use two of the most important indicators of financial development-private credit and stock market capitalization. The empirical results, using dynamic panel estimation techniques (GMM), suggest that both trade and financial openness are statistically significant determinants of financial development. Our results also suggest that the marginal effects of trade (financial) openness are negatively related to the degree of financial (trade) openness, indicating that relatively closed economies stand to benefit most from opening up their trade and/or capital accounts. Our findings provide partial support to the well known Rajan and Zingales hypothesis, which stipulates that both types of openness are necessary for financial development to take place.

Keywords: Financial development, Trade openness, Financial openness, Dynamic Panel Data Analysis, Eurozone.

Jel Codes: F19, G29, G32.

EURO BÖLGESİNDE TİCARİ AÇIKLIK, FİNANSAL AÇIKLIK VE FİNANSAL GELİŞME: DİNAMİK PANEL VERİDEN KANIT**ÖZET**

Bu çalışma, ticaret ve finansal açıklığın finansal kalkınma üzerindeki etkisini 19 Avro Bölgesi ülkesini örnekleyerek 2000'den 2015'e kadar olan verileri incelemektedir. Finansal kalkınmanın en önemli iki göstergesi olan özel kredi ve borsa büyüklüğü kullanıyoruz. Dinamik panel tahmin teknikleri (GMM) kullanıyoruz ve ampirik sonuçlar, hem ticari hem de finansal açıklığın finansal gelişmenin istatistiksel olarak önemli belirleyicileri olduğunu göstermektedir. Sonuçlarımız, ticari (finansal) açıklığın marjinal etkilerinin finansal (ticari) açıklık derecesi ile negatif ilişkili olduğunu ve göreceli olarak kapalı ekonomilerin ticaret ve / veya sermaye hesaplarının açılmasından en fazla yarar sağladığını göstermektedir. Bulgularımız, finansal gelişim için her iki açıklığın gerekli olduğunu belirten iyi bilinen Rajan ve Zingales hipotezine kısmi destek sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Gelişme, Ticari Açıklık, Finansal Açıklık, Dinamik Panel Veri Analizi, Euro Bölgesi.

Jel Kodları: F19, G29, G32.

1. INTRODUCTION

The growing consensus emerging from the vast amount of empirical and theoretical research is that financial sector development of a country greatly facilitates its economic growth (e.g., King and Levine, 1993a, b;

¹ This paper is an improved version of the paper presented at the 4th International Symposium on Social Humanities and Administrative Sciences (ASOS) organized by Alanya Alaaddin Keykubat University at 3-5 May 2018.

² Assoc. Prof., Gumushane University, FEAS, hayaydin61@gumushane.edu.tr

³ Assist. Prof., Recep Tayyip Erdoğan University, FEAS, aykut.karakaya@erdogan.edu.tr

⁴ Lecturer, Gumushane University, Kelkit Aydın Doğan Vocational School, fahrettinpala@gumushane.edu.tr



Jayarathe and Strahan,1996; Demirgüç-Kunt and Maksimovic,1998; Rajan and Zingales,1998; Beck et al., 2000; Carlin and Meyer, 2003; Levine, 2005; Menyah et al., 2014; Henderson et al., 2012 and Kendall, 2012).

In the studies carried out, financial development is seen as required and beneficial for increasing the economic growth and creating a rich nation (Levine, 1997; King and Levine, 1993a; Rajan and Zingales, 1998; Rajan and Zingales, 2003). Also in the studies, a well working stock market is seen as a basic component of the finance sector and the fact that development of well working financial institutions as well as of the stock market plays a critical role in realizing the economic growth (Arestis and Demetriades, 1997; Lawrence, 2006; Kar, 2001; Shan and Jianhong, 2006).

Financial development that expresses the existence of the financial depth and the stability of the credit markets is a positive thing for economic growth (Levine, 2004:1). The development of an economy without credits is not possible (Levine et al., 2000; Levine, 1997; Levine and Zervos, 1998; Rajan and Zingales, 1998). From a wider perspective, credit is a mechanism that makes it possible to carry out projects, which are the basis of the capital of the firms. However, credit does not make it possible for the economy to grow through investment only, also it reinforces the development of efficiency in many ways. Namely, credit helps the development process to continue when firms develop new technologies (Aghion et al., 2005). On the other hand, they help provide efficiency in source distribution between firms and economic sector (Bencivenga, Smith and Starr, 1995; Buera and Shin, 2009; Jeong and Townsend, 2007; Arizala et al., 2009).

Those who defend market based financial systems express that a strong banking system provides investment funding and source transfers to the investments that have return capacity and that have high speed during the credit supply process (Hellwing, 1991). Although these two views are thought to be their substitutions, according to the third view, market and banking based financial systems are supplementary to each other and what is crucial at this point is whether financial markets are efficient rather than the market structure. Well-functioning and efficient financial markets have the power to influence economic growth (Levine, 2004; La Porta et al. 1998). Bencivenga and Smith (1993) indicate that financial intermediates will decrease control costs and credit designation and therefore will have a positive effect on growth by increasing source distribution and production (Greenwood and Jovanovic, 1990). In financial markets, financial arrangements that decrease expertise and process costs increase efficiency by leading to goods and services exchange. Moreover, new investment tools in the financial systems make it easy to exchange goods and services by meeting the requirements of fast developing economies (Greenwood and Smith, 1997; Levine, 1997). Finally, access to financing allows firms to better cope with macroeconomic variables (Cavallo et al., 2009).

The frontier of the literature on the effect of trade and financial openness on financial development is shifting toward an examination of the sources of financial development from the perspectives of financial liberalization (McKinnon, 1973), legal systems (La Porta et al., 1998), government ownership of banks (Andrianova et al., 2008), and political stability (Girma and Shortland, 2008; Roe ve Siegel, 2011; Campos et al., 2012).

In the literature as well as in studies that were carried out over the effect of financial development in one country on political and organizational development, it was put forward that democracy (Huang, 2009), role of the output groups (Becerra et al., 2012; Rajan and Zingales, 2003), change of democracy and regime (Girma and Shartland, 2008), regulatory and institutional factors (Baltagi et al., 2007; Pagano, 1993), supremacy of justice, anti-administrative rights (La Porta et al., 1997), efficiency of judicial systems (Demirguc-Kunt and Maksimovic, 1998; Beck et al., 2003), development of proprietary rights (Hodler, 2007), development of organizational quality for banking sector (Law and Habibullah, 2009), and government policies (Cooray, 2011) are basic determiners of financial development.

In the studies carried out on the economic factors determining the financial development (Boyd et al., 2001; Zoli, 2007; Calderon and Rossell, 1990; El-Wassal, 2005; Garcia and Liu, 1999; Yartey, 2010; Demirguc-Kunt and Levine, 1996; Ben Naceur et al., 2007), it is seen that the variables of inflation, the liquidity of stock prices, economic growth, national income, local investments, development of financial intermediary sectors, financial liberalization policies, savings rate, and stock process volume were used.

Another important source of financial development is openness. The literature has focused mainly on two-variable relation between trade openness and financial development (Beck, 2002; Braun and Raddatz, 2005; Do and Levchenko, 2004; Mishkin, 2009; Law, 2009; Baltagi et al., 2009; Kim et al. 2010; Zhang et al., 2015; Hanh, 2010), financial openness and financial development (Chinn and Ito, 2006; Levine, 2001; Law, 2009; Baltagi et al., 2009; Zhang et al., 2015; Hanh, 2010), and financial openness and trade openness (Aizenman



and Noy, 2009). These studies generally find positive relationship between openness and financial development and between trade and financial openness across developed and developing economies.

Rajan ve Zingales (2003), in their studies, found a three-variable relationship among trade gap, financial gap and financial development. Rajan and Zingales (2003) determined the fact that it is not possible for trade gap only to influence financial development without financial gap in 24 developed economies for the period between 1913-1999 period. Rajan and Zingales (2003) puts forward the interest group theory in order to summarize the research results. They argue that interest groups, in particular industrial and financial incumbents, frequently stand to lose from financial development. This is because financial development creates opportunities for new firms to be established, which breeds competition and erodes incumbents' interests. They suggest that those who are in power will have a weaker opposition reaction towards financial development when an economy is open both to trade and finance (capital flows). Baltagi et al. (2009) address Rajan and Zingales's (2003) hypothesis, using data for both developing and industrialized countries. Baltagi et al. (2009) emphasizes the interactive effects of trade gap and financial gap on financial development in the assessment of the simultaneous openness hypothesis. The interaction between trade and financial openness can be used to assess the marginal effect of rising trade (financial) openness on financial development conditional on financial (trade) openness. Because the hypothesis indicates that an economy opens up to trade when its capital account is closed, there will be calls for additional financial repression to protect industrial incumbents, which would prevent financial development from taking off. Thus, the marginal effect of trade openness should be non-positive when the capital account is relatively closed.

This paper represents provide evidence on the openness hypothesis using dynamic panel data techniques in recent samples. The paper addresses the empirical question of whether trade and financial openness can help explain the recent pace in financial development. In order to provide evidence on the simultaneous openness hypothesis, we interact the two openness terms, which allows us to examine whether the impact of one type of openness depends on the degree of the other type of openness.

The remainder of this paper is organized as follows: Section 2 presents the model specification and estimation methods; Section 3 describes the data used in the empirical work and some stylized facts about openness and financial development in Eurozone; Section 4 provides the estimation results and discusses their direct implications; and Section 5 concludes the paper.

2. MODEL AND ESTIMATION METHOD

2.1. Dynamic Empirical Model

The aim of our empirical model specification is to investigate the effects of trade openness and financial openness on different indicators of financial development in Eurozone. Since financial development indicators are likely to display considerable persistence, we specify a dynamic linear equation for financial development that includes a lagged dependent variable, following the prior studies (Baltagi et al., 2009; Zhang et al., 2015):

$$FD_{it} = \beta_0 + \gamma FD_{it-1} + \beta_1 TO_{it} + \beta_2 FO_{it} + \beta_3 \{TO_{it} \times FO_{it}\} + \beta_4 GDP_{it} + \beta_5 DCrisis_{it} + \mu_{it} \quad (1)$$

Where FD is an indicator of financial development, TO is trade openness, FO is financial openness, and $TO_{it} \times FO_{it}$ is interaction term. In addition, GDP , $DCrisis$ is control variables that denote the GDP per capita gross domestic product, and financial crises dummy, respectively. The specification error term μ_{it} contains cross-sectional and time-specific fixed effects.

$$\mu_{it} = \mu_i + \varepsilon_t + v_{it} \quad (2)$$

Where v_{it} is assumed to be independent and identically distributed.



In order to assess the simultaneous openness hypothesis that sets the basis of Rajan and Zingales's (2003) interest group theory, the interaction term between the trade gap and financial gap is included in our study. The marginal effect of the rising trade gap and/or financial gap on financial development can be observed by calculating the partial variations of the financial development in terms of openness variables. This calculation is as follows, when compared to the ones carried out before (Baltagi et al., 2009; Zhang et al., 2015).

$$\frac{\partial FDi_t}{\partial TOit} = \beta_1 + \beta_3 FO \quad (3)$$

$$\frac{\partial FDi_t}{\partial FOit} = \beta_2 + \beta_3 TO \quad (4)$$

2.2. Estimation Method

Explanation regarding the estimation methods of the research was provided under two titles.

2.2.1. Dynamic Panel Estimation

Although the basic estimation for panel data analysis is Pooled Ordinary Least Squares (POLS), consistent estimations cannot be obtained with POLS when there is a relationship among the error term and independent variables. Moreover, POLS does not take the consecutive dependency of the error term into account in time (Wooldridge, 2002: 256). In order to handle these issues mentioned, special estimators were developed for panel data analysis that is classified into two groups; static and dynamic. In the static panel data model, the lagged value of the dependent and the independent variable are not included in explaining the dependent variable. In Static Panel Data method, there lies the idea that economic and commercial behaviour that basically occur in the current period are free from experiences and behaviour forms in the previous periods (Tatoğlu, 2012). However, in economic and commercial behaviour, the effect of previous experience and behaviour is important. When these previous experience and behaviour are considered, a dynamism is provided for the analysis. The panel data methods that take these into account are the ones called dynamic panel data models. In other panel data models, among the factors that may influence the dependent variable, there may be the lagged values of the dependent and independent variables as well as lagged values of the dependent values. From this respect, dynamic panel data analysis can reveal micro and macro dynamics that methods of cross-section or time-series cannot do (Bond, 2002:1).

In the literature of econometrics, dynamic panel data analysis is based on Generalized Method of Moments (GMM), first developed by Hansen (1982). Anderson and Hsiao (1981 and 1982) adapted GMM into panel data. Although Nickell (1981) defended the fact that dynamic models in the panel data analysis were derivative, the method was developed by Arellano and Bond (1991), Aralleno and Bover (1995) and Blundell and Bond (1998) and in the literature of panel data, it is known as System Generalized Method of Moments (SGMM), derived from the names of the authors.

In the GMM estimation method, initially, the first difference of the model is taken, and the difference is converted into a instrumental variable matrix. Then, the converted model is estimated through Generalized Least Squares (GLS). In panel data that does not have a stable data set or panel data in which the number of units is less than the time, first conversion cycle is weak. In this condition, SGMM that uses orthogonal derivations are used. Thanks to this, an efficient instrumental variable estimator can be obtained through SGMM (Baltagi, 2005:148). In SGMM, instead of taking the first difference of a period prior to the current period, the difference of all variables' mean of all future values are taken. Thus, the data loss originating from the first differences method is minimized (Blundell and Bond, 2000).

First Differences GMM estimation method should be preferred in the estimation of relationships among the variables in the panel data where time is more than the number of units. Therefore, in the data sets where the unit are more than the time, SGMM estimation method is preferred in explaining the linear relationship among the variables. GMM and SGMM also have two-step estimators. Under conditions when the independent variables are endogenous variables, the findings obtained from two-step estimators are more consistent and non-derivative. Due to the fact that the number of units is larger than time in this data set, the estimations were



carried out through the two-step SGMM estimation method proposed by Arellano and Bover (1995) and Blundell and Bond (1998). Also, robust standard errors suggested by Windmeijer (2005) were used so that the standard errors in the estimation of small samples can be non-deviated. In the calculation of the robust standard errors aforementioned, the code written by Roodman (2009) was used.

2.2.2. Panel Stationary Test

Another topic to consider in the analysis of regression is that the series used in the model must be stationary. If a model built up with non-stationary data set can be estimated through LS method, relationships that do not really exist among variables can be obtained following a shock. This leads to a problem called spurious regression (Sims, 1980:1). Therefore, it is a must to test whether each variable is stationary for the analysis. In order to provide stationarity, unit root tests are carried out. In panel data analysis, stationarity can be tested through panel unit root tests.

Most of the panel unit root tests suggest approaches derived from Dickey and Fuller (1979) unit root test. Traditional unit root tests are weak in terms of rejecting the H_0 hypothesis explaining the existence of unit root. Panel unit root tests are stronger than traditional unit root tests. This is another advantage of panel data analysis. In the panel stationarity analysis, panel unit root tests are classified into two groups; first generation and second generation. First generation tests are used when there is no correlation among the units; and second generation tests are used when there is correlation among the units. First generation tests are subdivided into two groups, too; common and individual unit root. Among these, Harris and Tzavalis (1999), Breitung (2000), Hadri (2000) and Levin, Lin, Chu (LLC) (2002) tests are common unit root tests. On the other hand, Im, Peseran and Shin (IPS) (2003), Fisher ADF and Fisher PP are individual are root tests with individual unit roots (Choi, 2001).

In the study, Fisher PP panel unit root test, which allows for the unstable panel data set and which allows each unit to have its own auto-correlation coefficient, was preferred. Additionally, Fisher PP is a panel unit root test that becomes stronger when there is correlation between small samplings and units (Levin, Lin and Chu, 2002; Choi, 2001). In testing the unit root of Fisher PP, that the units include root is tested in the H_0 hypothesis. If the coefficient is different from null significantly, it is concluded that the series do not include unit root and that they are stationary.

3. DATA, MEASUREMENT AND SOURCES

The study data comprises a 15-year period starting from 2000 until 2014 from 19 countries in the Euro Zone. Since the data of 19 Eurozone country⁵, which also makes the sampling of the research are not available for each year, the data set is in an unstable panel data format. The data set was compiled from the data obtained from the web site of the World Bank (WDI-World Development Indicators). The dependent and independent variables of the research are shown in Table-1, below.

The ratio of credits to GDP (Levine et al., 2000), the ratio of deposit to GDP (Rajan and Zingales, 2003), the ratio of private sectors credits to GDP (Levine et al., 2000), and the ratio of capital market's capitalization (Rajan and Zingales, 2003; Baltagi et al., 2009) are considered as financial development indicators. The dependent variables of this study embrace both the development of banking and the development of capital market. Thus, financial development could be studied in detail in terms of banking and capital market.

In the literature, financial openness (FL) is measured from two perspectives widely; actual and legal. The former, actual financial openness, was developed by Lane and Milesi-Ferretti (2007). Actual financial openness is calculated by the proportion of a country's total responsibilities and foreign assets to GDP. The latter, legal financial openness, was suggested by Chinn and Ito (2006). Legal financial openness is determined by coding the limitations of a country's financial processes beyond its border through puppet variables. In the study, the actual measurement that can access the financial openness data was adopted. Trade Openness (TO), which is one of the independent variables of the study, shows a country's or economy's level of trade relationships with other economies and countries. In the study, trade openness was calculated by proportioning total of a country's

⁵ The eurozone consists of Austria, Belgium, Cyprus, Estonia, Finland, France, Germany, Greece, Ireland, Italy, Latvia, Lithuania, Luxembourg, Malta, the Netherlands, Portugal, Slovakia, Slovenia, and Spain.

import and export to GDP, just like in the studies carried out by Baltagi et al. (2009), Kim et al. (2010), Menyah et al. (2014) and Zhang et al. (2015). Thus, the effect of actual financial openness and trade openness on the financial development of Euro zone was studied in the study.

Table 1. Variables and Explanations

| Variables | | Explanations | |
|---|--|----------------|--|
| Dependent variables: financial development (FD) | The banking development indicators (BDI) | BDI1 | Domestic credit to private sector by banks (% of GDP) |
| | | BDI2 | Domestic credit provided by financial sector (% of GDP) |
| | | BDI3 | Domestic credit to private sector (% of GDP) |
| | The stock market development indicators (SMDI) | SMDI1 | Market capitalization of listed domestic companies (% of GDP) |
| | | SMDI2 | Stocks traded, total value (% of GDP) |
| | | SMDI3 | Stocks traded, turnover ratio of domestic shares (%) |
| Independent variables: | Economic, Openness and Financial Crisis | GDP | GDP per capita growth (annual %) |
| | | FO | Financial Openness |
| | | TO | Trade Openness |
| | | $TO \times FO$ | Interaction term of Trade Openness x Trade Openness |
| | | DCrisis | The financial global crisis puppet changer is 0 in 2008 and before and 1 after 2008. |

The role of economic growth on financial development is still among the highly-debated topics in the literature both theoretically and practically. As was in the study carried out by Rajan and Zingales (2003), in the study, economic growth is included in the financial development model by being proportioned to the growth rate of real GDP, so that this role could be revealed. Finally, to determine the effect of global financial crisis on financial development, a global financial crisis puppet variable was included in the financial development model, just like in the studies of Hanh (2010) and Rashti et al. (2014). Thus, with the study, it was attempted to reveal the effect of economic growth, trade openness, financial freedom and global financial crisis on the financial development of Euro zone countries.

4. EMPIRICAL RESULTS

The findings of the research were presented under three titles; yearly tendency of variables in the model, correlations between variables, and panel data analysis results.

4.1. Tendencies of the Variables

The tendencies of the dependent and independent variables in the study during the period of study period are shown in Fig. 1-4 below.

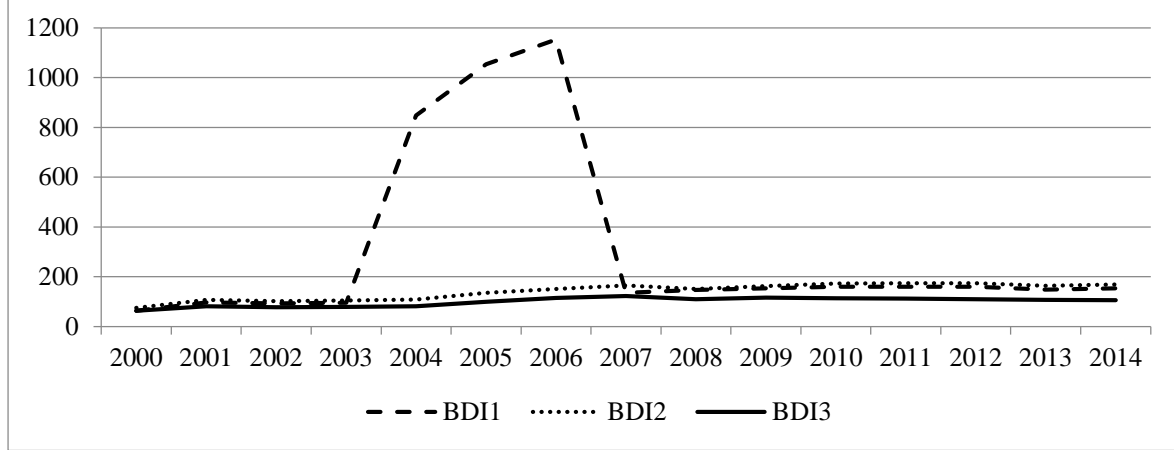


Figure 1. The Banking Development Indicators

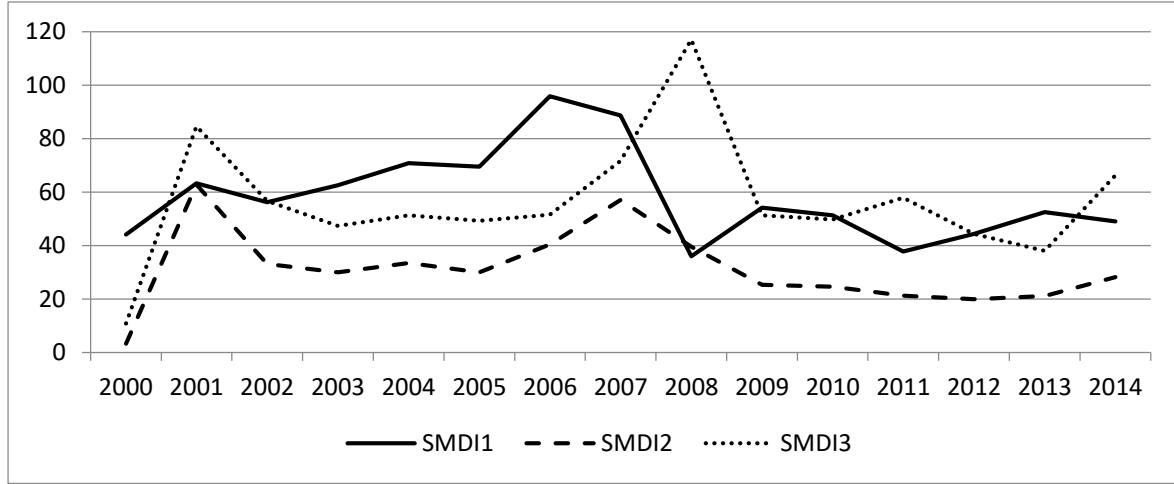


Figure 2. The Stock Market Development Indicators

In Graphic 1 above, a slight rising tendency for BDI2 and BDI3 – indicators of banking – was experienced during the period of the study. For BDI1 variable, there is a similar slight rising tendency in all years except for the years between 2003-2007. After all, there is a dramatic jump for BDI1 between 2003-2007 and afterwards it goes back to old values. These findings may mean that banking indicators are not significantly affected by the global crisis or even if they are affected, they go back to their old conditions fast. Graphic 2 shows the development indicators of the capital market. From the graphic, it can be seen that the variables of the capital market fluctuate and that, especially, there experienced excessive changes in the global crisis period. From here, it can be concluded that the indicators of the capital market do not have a routine trend. The indicators of the capital market are more prone to change when compared to the indicators of the banking in the Euro zone.

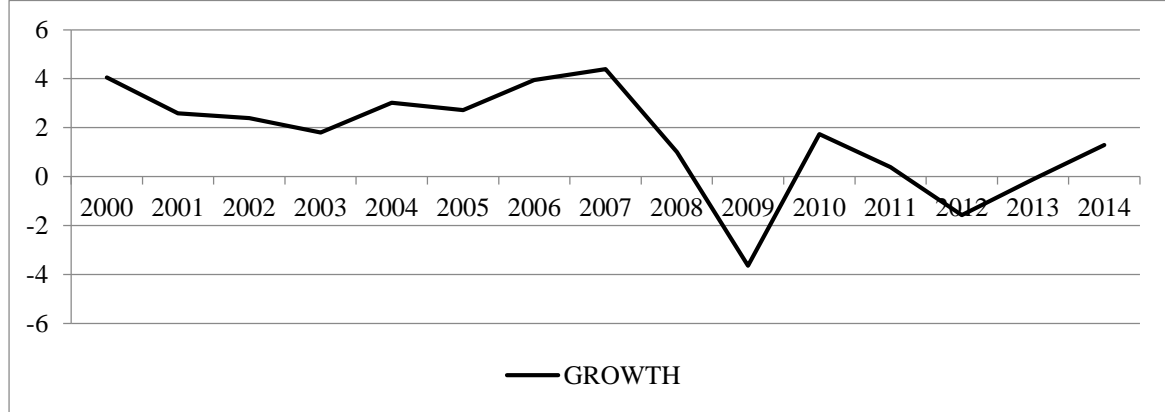


Figure 3. GDP Per Capita Growth (%)

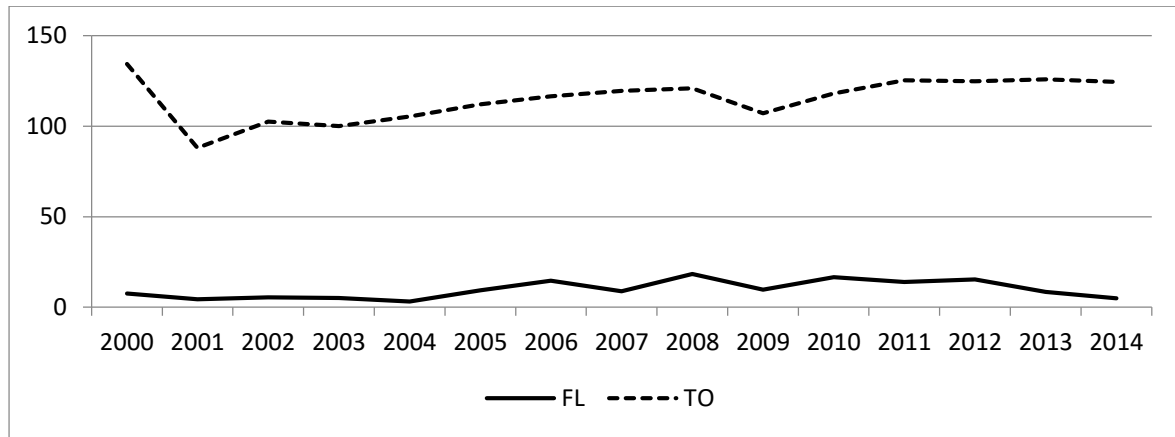


Figure 4. Financial Openness and Trade Openness

The graphic 3 above reveals the development of growth rate in the income per capita in Euro countries. The growth rate decreased until 2003 and then it increased until the advent of the global crisis. Following the crisis, the growth became unstable and showed a fluctuating scheme. Graphic 4 shows the tendency of financial and trade openness indicators. In the financial liberation indicator, there is an increasing curve during the period of the study. In trade openness, there is a steep decline in 2001 and then there is a slight increase following that. It can be uttered that the growth of income per capita following the global crisis in the Euro zone was negative and that the trade openness and financial liberation were partially negatively affected.

4.2. Correlations of the Variables

Correlations among the variables are presented in Table 2. The correlations among the variables of financial development are found statistically significant. Thus, variables of development of banking and development of capital market, which also show the financial development, have an important bound both within themselves and mutually. A significant relationship was detected between the indicators of financial development and growth rate – one of the independent variables. This finding proves that there is a strong bound between the growth rate of national income per capita and the indicators of financial development in Euro zone countries. There is a partial relationship between financial development indicators and financial independence. With financial independence, the relationship among the indicators of capital market development comes to the fore more. There is a partial relationship between trade openness and financial development indicators. It was seen that trade openness has a more evident relationship with the capital market indicators. Therefore, it is more



related to the development of the capital market in the Euro zone rather than the financial independence and the development of trade openness.

Table 2. Correlations Among the Variables

| | BDI1 | BDI2 | BDI3 | SMDI1 | SMDI2 | SMDI3 | GROWTH | FO |
|--------|---------|----------|----------|----------|-----------|-----------|---------|----------|
| BDI1 | 1 | | | | | | | |
| BDI2 | -0.118* | 1 | | | | | | |
| BDI3 | -0.092* | 0.917*** | 1 | | | | | |
| SMDI1 | -0.078 | 0.030 | -0.100* | 1 | | | | |
| SMDI2 | -0.093* | 0.044 | 0.038 | 0.202** | 1 | | | |
| SMDI3 | -0.098* | 0.036 | 0.008 | -0.081 | 0.791*** | 1 | | |
| GROWTH | 0.120* | -0.285** | -0.288** | 0.346*** | 0.006 | -0.135* | 1 | |
| FO | -0.036 | 0.169* | 0.078 | 0.154* | -0.054 | -0.153* | 0.076 | 1 |
| TO | 0.015 | 0.032 | -0.159* | 0.450*** | -0.403*** | -0.481*** | 0.246** | 0.423*** |

Note: *, **, and *** shows the statistical significance of 0.10, 0.05 and 0.01 levels, respectively.

In the Euro zone countries, it emerged that the relationship between all the financial development indicators and growth rate of the national income per capita as well as between development indicators of capital market and financial and trade openness is crucial. These findings show that the development of the capital market is related to the increase in welfare level and increase both in financial development and commercial and financial processes.

4.3. Dynamic Panel Data Estimation

Panel data analysis findings are presented below as stationarity test of the variables in the first place, and dynamic panel data estimation of the models, in the second place.

4.3.1. Panel Data Stationary Analysis

With the PP Panel unit root test, unit root findings of the study were presented in Table 3 below. Since all the P, Z, L*, and P_m statistics of Fisher P-P test return the same result, only the Adjusted Reverse X² value showing the P_m statistics were reported in Table 3.

Table 3. Stationarity Test of the Variables

| Dependent variables | Adjusted Reverse X ² |
|---|---------------------------------|
| The banking development indicators | |
| Domestic credit to private sector by banks (% of GDP) (BDI1) | 1.6789** |
| Domestic credit provided by financial sector (% of GDP) (BDI2) | 1.4987* |
| Domestic credit to private sector (% of GDP) (BDI3) | 1.465* |
| The stock market development indicators | |
| Market capitalization of listed domestic companies (% of GDP) (SMDI1) | 1.7568** |
| Stocks traded, total value (% of GDP) (SMDI2) | 2.9177*** |
| Stocks traded, turnover ratio of domestic shares (%) (SMDI3) | 18.7337*** |
| Independent variables | |
| GDP per capita growth (annual %) (GROWTH) | 7.7811*** |
| Financial Openness (FO) | 10.3965*** |
| Trade Openness (TO) | 10.5120*** |

Note: *, **, and *** shows the statistical significance of 0.10, 0.05 and 0.01 levels.



It can be seen that all the variables in Table-3 do not include unit root, namely, they are stationary. According to this, the variables are stationary at first order. Since all the variables are stationary at their levels, panel data analysis estimation will be performed for variables at their levels. Thus, the probability of spurious regression will be eliminated in the analysis. It will be tried to reveal the effects of the growth of national income per capita, trade openness, financial independence and global crisis on estimated panel data analysis models as well as the financial development indicators of countries in the sample.

4.3.2. Dynamic Panel Data Estimation

In the findings obtained from the two-step SGMM estimator and presented in Table 4-5, all the models are significant when the results of the Wald test – carried out to test the general significance of the models – were studied. Additionally, for the efficiency of the estimated models, instrumental variables must be carefully selected. There are tests specifically developed for this. These are auto-correlation tests, the Sargan Test, and the Hansen Test. As far as the models are concerned, according to Arellano and Bond's (1991) first order (AR1) and second order (AR2) auto-correlation tests, the models meet the requirement of being non-autocorrelation during the testing of first order auto-correlation existence. Finally, the robust Hansen Test that was performed to test the validity of instrumental variables in the models was found insignificant. According to this test, the instrumental variables are valid in the estimation performed by SGMM method and the model is appropriate. Therefore, dynamic panel models' requirements related to general significance, autocorrelation and instrument variables were met.

Table 4. The Banking Development Indicators

| | BDI1 _t | BDI2 _t | BDI3 _t |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|
| BDI1 _{t-1} | 0.648*** | | |
| BDI2 _{t-1} | | 1.015*** | |
| BDI3 _{t-1} | | | 0.960*** |
| GROWTH _t | 6.260*** | -0.002 | 0.588 |
| Openness Variables | | | |
| Financial Liberalization (FO _{t-1}) | -0.006 | 0.097*** | 0.234 |
| Trade Openness (TO _{t-1}) | 0.503*** | 0.031*** | 0.062 |
| İnteraction (FO _{t-1} *TO _{t-1}) | -0.003*** | -0.001*** | -0.001* |
| Global Financial Crisis Variable | | | |
| DCrisis _t | -2.075 | -2.228*** | -3.524* |
| Wald Test | 13700*** | 45409*** | 11000*** |
| Hansen Test (p-value) | 17.37 (0.98) | 14.52 (0.96) | 15.41 (0.97) |
| AR1 test (p-value) | -1.00 (0.317) | -1.60 (0.11) | -1.41 (0.157) |
| AR2 test (p-value) | 1.00 (0.317) | 1.21 (0.225) | 1.24 (0.213) |
| Sample period | 2000-2014 | 2000-2014 | 2000-2014 |
| Number of time periods (T) | 15 | 15 | 15 |
| Number of countries (i) | 19 | 19 | 19 |

Note: *, **, and *** shows the statistical significance of 0.10, 0.05 and 0.01 levels.

Table 4 shows the findings of the development model. The effect of a period delay, growth rate, trade openness, and the variable of trade openness-financial independence interaction was found to be statistically significant on the Domestic credit to private sector by banks (BDI1), the dependent variable of the first equation. The effect of financial independence and global crisis is not statistically significant on Domestic credit to private sector by banks (BDI1). In the second equation, the effect of a period of delay, financial independence (as a variable of openness), trade openness and the variable of trade openness-financial independence interaction was statistically significant on Domestic credit to private sector by financial sector (BDI2). Also, the effect of



the global financial crisis puppet variable is also significant. The only insignificant variable is the growth rate. In the third equation, the Domestic credit to private sector by private sector (BDI3) is statistically found to be significant by the effect of a period of delay, by the trade openness and the variable of trade openness-financial independence interaction, and by the global financial crisis puppet variable. It was determined that Domestic credit to private sector (BDI3) is not significantly influenced by the growth rate, financial independence, and trade openness.

Going straight to the hypothesis of interest, we note that in the private credit regressions utilizing the measure of financial openness in Table 4, financial openness and trade openness enter with positive and statistically significant coefficients at the 1% level, while the interaction term enters with a negative coefficient that is also significant at the 1% level. Moreover, the estimated coefficients suggest that the impact of trade and financial openness is economically meaningful.

The finding that trade openness has a positive impact on the banking development indicators of financial development is in consistent with several studies (e.g. Baltagi et al. 2009; Aizenman, 2008; Beck, 2002; Ginebri et al., 2001; Mishkin, 2009; Hanh, 2010; Kim et al. 2010) that find a positive link between trade openness and financial development. The positive impact of trade openness on the banking development indicators might be due to a balanced development between trade and the financial sector.

The finding that financial openness has a positive impact on the banking development indicators of financial development is in consistent with several studies (e.g. Baltagi et al. 2009; Zhang et al. 2015; Hanh, 2010) that find a positive link between financial openness and financial development. The positive relationship between financial openness and banking development indicators might be related to the positive spillover effect of the foreign investment movements. Levine (2001) finds that liberalizing restrictions on international portfolio flows tends to enhance stock market liquidity and allowing greater foreign bank presence tends to enhance the efficiency of the domestic banking system. Financial openness efficiently advances the competition as well as the financial activities among the financial institutions in the Euro zone. Trade openness-financial independence interaction variable was determined to affect the banking development indicators negatively. Our findings point to the fact that the negative relationship of the marginal effects of trade (financial) openness with financial (trade) openness degree may provide a benefit for relatively close economies opening trade and/or capital accounts. Importantly, the treatment of the interaction term as endogenous does not change the qualitative nature of the results. In particular, the coefficient of the interaction term $-0,003$ and $-0,001$. Therefore, as a result of the study, it can be suggested that the interaction of openness with the development of banking in Euro zone is valid. The finding that interaction term has a negative impact on the banking development indicators of financial development is in consistent with several studies (e.g. Baltagi et al. 2009; Zhang et al. 2015). Also in the study, it was obtained that the growth rate and global financial crisis have a relative effect on the indicators of capital market development.

In Table 5, the findings related to the development model of the capital market. The effect of a period delay, financial independence, trade openness, the variable of trade openness-financial independence interaction, and puppet variable for global financial crisis was found to be statistically significant on the Market capitalization of listed domestic companies (SMDI1), the dependent variable of the first equation. Contrary to this, the effect of the growth rate is statistically insignificant. The effect of a period delay, growth rate, financial openness (as a variable of openness), trade openness, and the variable of trade openness-financial independence interaction was found to be statistically significant on the Stocks traded, total value (SMDI2), the dependent variable of the second equation. The effect of the puppet variable for the global financial crisis is not significant. In the third equation, stocks traded, turnover ratio of domestic shares (SMI3) are statistically and significantly influenced by a period delay, growth rate, openness variables and puppet variable for global financial crisis. Examining now the regressions relating to capital market development in Table 5 that utilise the financial openness, we first note that the effects of openness terms appear to be qualitatively similar to those obtained the banking development indicators for private credit, although they are now more sensitive to the treatment of the openness terms. It was determined that the trade openness (as an indicator of openness), financial independence, and the interaction variable of trade openness-financial independence influence all the development indicators of capital market. For the regressions relating to capital market development, both trade openness and financial liberalization (openness) are positive and significant at the 5% level or higher, irrespective of how they are treated. The interaction term is negative but its level of significance at the 5% level or higher when the openness terms are treated as endogenous.

Table 5. The Stock Market Development Indicators

| | SMDI1 _t | SMDI2 _t | SMDI3 _t |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| SMDI1 _{t-1} | 0.599 ^{***} | | |
| SMDI2 _{t-1} | | 0.802 ^{***} | |
| SMDI3 _{t-1} | | | 0.815 ^{***} |
| GROWTH _t | 0.458 | 0.887 ^{***} | 4.508 ^{***} |
| Openness Variables | | | |
| Financial Liberalization (FO _{t-1}) | -0.358 ^{***} | 0.181 ^{***} | 0.446 [*] |
| Trade Openness (TO _{t-1}) | 0.193 ^{***} | 0.005 ^{**} | -0.101 ^{***} |
| Interaction (FO _{t-1} *TO _{t-1}) | 0.002 ^{***} | -0.001 ^{***} | -0.002 ^{**} |
| Global Financial Crisis Variable | | | |
| DCrisis _t | -1.235 ^{***} | 0.330 | 2.187 ^{***} |
| Wald Test | 19667 ^{***} | 56800 ^{***} | 35025 ^{***} |
| Hansen Test (p-value) | 13.54 (0.96) | 16.30 (1.00) | 13.24 (0.95) |
| AR1 test (p-value) | -1.57 (0.116) | -1.58 (0.115) | -2.00 (0.046) |
| AR2 test (p-value) | 0.75 (0.454) | -0.73 (0.448) | -1.50 (0.134) |
| Sample period | 2000-2014 | 2000-2014 | 2000-2014 |
| Number of time periods (T) | 15 | 15 | 15 |
| Number of countries (i) | 19 | 19 | 19 |

Note: *, **, and *** shows the statistical significance of 0.10, 0.05 and 0.01 levels

The findings from both data sets suggest that trade and financial openness are statistically significant determinants of banking sector development. It is seen that the marginal effects of trade (financial) openness on private sector credits have a negative relationship with the financial (trade) openness degree. This finding points to the fact that the effect of this openness more related to the relatively closed economies, rather than the open economies. This finding also shows that openness has a similar effect on capital market. Therefore, as a result of this study, it can be suggested that openness indicators are valid for the development of capital markets in the countries within Euro zone. Here, it was revealed that the trade openness and financial independence variables – both separately and together as an interaction variable – are determiners for the development of capital markets in the countries within Euro zone. The growth rate and global financial crisis were found to be relatively influential in the indicators of capital market development indicators.

5. CONCLUSION

The findings obtained from this study emerges that the variables of trade openness and financial independence – both separately and together as an interaction variable – are determiners for the development of capital markets in the countries within Euro zone. From the findings of the study, it is seen that the marginal effects of trade (financial) openness on private sector credits have a negative relationship with the financial (trade) openness degree. This finding points to the fact that the effect of this openness more related to the relatively closed economies, rather than the open economies. This finding also has a similar effect on capital market. Therefore, as a result of this study, it can be suggested that openness indicators are valid for the development of capital markets in the countries within Euro zone. From here, it was concluded that the trade openness and financial independence variables – both separately and together as an interaction variable – are determiners for the development of capital markets in the countries within Euro zone. Thus, our findings provide partial support to the Rajan and Zingales hypothesis, which stipulates that both types of openness are necessary for financial development to take place.

The results of our study are in line with the idea that the development of the financial sector of a country resulting from extensive empirical and theoretical research greatly facilitates the economic growth of that country. In other words, the results of many studies in the literature support the results of our study. Our results offer for policy makers in low income countries aspiring to develop their economies by developing their



financial systems. There may be good news for policy makers in low income countries that are relatively closed, since opening up their capital accounts may provide an effective stimulus to financial development.

REFERENCES

- AGHION, Philippe; George-Marios Angeletos ANGELETOS; Abhijit BANERJEE; Kalina MANOVA (2005), Volatility and growth: credit constraints and productivity-enhancing investment. Working paper, National Bureau of Economic Research.
- AIZENMAN, Joshua (2008), "On the hidden links between financial and trade opening", *J. Int. Money Finance*, 27 (3), 372–386.
- AIZENMAN, Joshua & Ilan NOY (2009), "Endogenous financial and trade openness", *Review of Development Economics*, 13 (2), 175–189.
- ANDERSON, T. W. & Hsiao, CHENG (1981) "Estimation of Dynamic Models with Error Components", *Journal of the American Statistical Association*, 76(375), 598-606.
- ANDERSON, T. W.; Hsiao, CHENG (1982), "Formulation and Estimation of Dynamic Models Using Panel Data", *Journal of Econometrics*, 18, 47-82.
- ANDRIANOVA, Svetlana; Panicos DEMETRIADES; Anja SHORTLAND (2008), "Government ownership of banks, institutions, and financial development", *Journal of Development Economics*, 52(1-2), 218-252.
- ARELLANO, Manuel; Stephen BOND (1991), "Some Tests of Specification for Panel: Monte Carlo Evidence and an Application to Employment Equations", *Review of Economic Studies*, 58 (2), 277-297.
- ARELLANO, Manuel; Olympia BOVER (1995), "Another Look at the Instrumental Variable Estimation of Error-Components Models", *Journal of Econometrics*, 68(1), 29-51.
- ARESTIS, Philip; Panicos DEMETRIADES (1997), "Financial Development and Economic Growth: Assessing the Evidence", *Economic Journal*, 107(442), 783-799.
- ARIZALA, Francisco; Eduardo CAVALLO; Arturo GALINDO (2009), Financial development and TFP growth: cross-country and industry-level evidence. Working paper, Inter-American Development Bank.
- BALTAGI. Badi H (2005), *Econometric Analysis of Panel Data*, Third Edition, John Wiley&Sons, Ltd., England.
- BALTAGI. Badi H; Panicos DEMETRIADES; Siong Hook LAWaw (2007), *Financial Development, Openness and Institutions: Evidence From Panel Data*, Center for Policy Research Working Papers No.7, [Erişim Adresi: http://www.worldeconomyandfinance.org/working_papers_publications/working_paper_PDFs/WEF0022.pdf, Erişim: 24.01.2013].
- BALTAGI. Badi H; Panicos DEMETRIADES; Siong Hook LAWaw (2009), "Financial development and openness: Evidence from panel data", *Journal of Development Economics*, 89(2), 285–296.
- BECERRA, O; Eduardo CAVALLO; C. SCARTASCINI (2012), "The politics of financial development: The role of interest groups and government capabilities", *Journal of Banking & Finance*, 36, 626–643.
- BECK, Thorsten (2002), "Financial development and international trade: is there a link?", *Journal of International Economics*, 57 (1), 107–131.
- BECK, Thorsten; DEMİRĞÜÇ-KUNT Aslı; Ross LEVINE (2003), "Law, Endowments, and Finance", *Journal of Financial Economic*, 70(2), 137-181.
- BECK, Thorsten; Ross LEVINE, Norman LOAYZA (2000), "Finance and the sources of growth", *Journal of Financial Economic*, 58 (1-2), 261–300.
- NACEUR, Sami Ben; Mohammed OMRAN (2007), "The Determinants of Stock Market Development in the MENA Region", *Forthcoming in Managerial Finance*, 33(7), 477-489.



BENCIVENGA, Valeria R.; Bruce D. SMITH; Ross M. STARR (1995), "Transactions costs, technological choice, and endogenous growth", *Journal of Economic Theory*, 67, 1995, 153–177.

BENCIVENGA, Valeria R.; Bruce D. SMITH (1993), "Some Consequences of Credit Rationing in an Endogenous Growth Model", *Journal of Economic Dynamics and Control*, 17(1-2), 97-122.

BLUNDELL, Richard; Stephen BOND (1998), "Initial Conditions and Moment Restrictions in Dynamic Panel Data Models", *Journal of Econometrics*, 87(1), 115-143.

BLUNDELL, Richard; Stephen BOND (2000), "GMM Estimation with Persistent Panel Data: An Application to Production Functions", *Econometric Reviews*, 19, 321–340.

BOND, Stephen (2002), "Dynamic Panel Data Models: A Guide to Micro Data Methods and Practice", *Portuguese Economic Journal*, 1(2), 141-162.

BOYND, Jhon H.; Ross LEVINE; Bruce D. SMITH (2001), "The Impact of Inflation on Financial Sector Performance", *Journal of Monetary Economics*, 47(2), 221-248.

BRAUN, Matias; Claudio RADDATZ (2005), Trade liberalization and the politics of financial development. World Bank working paper 3517.

BREITUNG, Jörg (2000), "The local power of some unit root tests for panel data", *Advances in Econometrics*, 15; Nonstationary Panels, Panel Cointegration, and Dynamic Panels, ed. B. H. Baltagi, 161–178. Amsterdam: JAY Press.

BUERA, Francisco; Yongseok SHIN (2009), Productivity growth and capital flows: the dynamics of reforms. Working paper, National Bureau of Economic Research.

CALDERON-ROSSELL, R. J. (1998), The Structure and Evolution of World Stock Markets, in *Pacific Basin Capital Markets*, Research Proceeding of the First Annual Pacific Basin Finance Conference (Eds) S. G. Rhee and P. C. Rosita, Taipei, China, 13–15 March 1989, North-Holland, Amsterdam. 1990.

CAMPOS, Nauro F; Menelaos G. KARANASOS; Bin TAN (2012), "Two to tangle: Financial development, political instability and economic growth in Argentina", *Journal of Banking & Finance*, 36 (1), 290–304.

CARLIN, Wendy; Colin MAYER (2003), "Finance, investment and growth", *Journal of Financial Economics*, 69(1), 191–226.

CAVALLO, Eduardo; Izquierdo ALEJANDRO, John Jairo LEON (2009), The role of relative price volatility in the efficiency of investment allocation. Working paper, Inter-American Development Bank.

CHIN, Menzie D. Hiro ITO (2006) "What matters for financial development? Capital controls, institutions and interactions", *Journal of Development Economics*, 81 (1), 163–192.

CHOI, In (2001), "Unit root tests for panel data", *Journal of International Money and Finance*, 20(2), 249–272.

COORAY, Arusha (2011), "The role of the government in financial sector development", *Economic Modelling*, 28(3), 928-938.

DEMİRĞÜÇ-KUNT Aslı; Ross LEVINE (1996), "Stock Markets, Corporate Finance and Economic Growth: An Overview", *The World Bank Economic Review*, 10, 223–39.

DEMİRĞÜÇ-KUNT Aslı; Vojislav MAKSIMOVIC (1998), "Law, Finance, and Firm Growth", *Journal of Finance*, 53 (6), 2107–2137.

DICKEY, David A. & Wayne A. FULLER (1979), "Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root," *Journal of the American Statistical Association*, 74(366), 427–431.

DO, Quy-Toan; Andrei A. LEVCHENKO (2004), Trade and financial development. World Bank working paper 3347.

EL-WASSAL, Kamal A. (2005), "Understanding The Growth in Emerging Stock Markets", *Journal of Emerging Market Finance*, 4,227–61.



GARCIA, Valeriano F. & Lin LIU (1999), "Macroeconomic Determinants of Stock Market Development", *Journal of Applied Economics*, 2(1), 29–59.

GINEBRI, Sergio; Giacomo PETRIOLI; G. Laura SABANI (2000), Financial deepening, trade openness and growth: a multivariate cointegrated analysis of the complementary effects. CIDEI working paper 62.

GIRMA, Sourafel; Anja SHORTLAND (2008), "The political economy of financial development", *Oxford Economic Papers*, 60 (4), 567–596.

GREENWOOD, Jeremy; Bruce D. SMITH (1997). "Financial Markets in Development, and the Development of Financial Markets", *Journal of Economic Dynamics and Control*, 21(1), 145-181.

GREENWOOD, Jeremy; Boyan JOVANIC (1990), "Financial Development, Growth and the Distribution of Income", *Journal of Political Economy*, 98(5), 1076-1107.

HADRI, Kaddour (2000), "Testing for Stationarity in Heterogenous Panel Data", *Econometrics Journal*, 3, 148-161.

HANH, Pham Thi Hong (2010). Financial Development, Financial Openness and Trade Openness: New evidence, FIW Working Paper No. 60.

HANSEN, Lars Peter (2002), "Large Sample Properties of Generalized Method of Moments Estimators", *Econometrica*, 50, 1029-1054.

HARIS Richard D.; Elias TZAVALIS (1999), "Inference for Unit Roots in Dynamic Panels Where the Time Dimension is Fixed", *Journal of Economics*, 91(2), 201-226.

Hellwig, Martin (1991), Banking, Financial Intermediation, and Corporate Finance, In: *European Financial Integration*, Alberto Giovannini, Colin Mayer (Ed.), Cambridge University Press: Cambridge, England.

HENDERSON, Daniel J.; Chris PAPAGEORGIOU; Christopher F, PARMETER (2012), "Who benefits from financial development? new methods, new evidence", *European Economic Review*, 63, 47-67.

HODLER, Roland (2007), Institutions, Trade and the Political Economy of Financial Development, NCCR Trade Regulation, Swiss National Centre of Competence in Research, Working paper No. 2007/27, [Erişim Adresi: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1092106, (Erişim: 17.01.2013)].

HUANG, Yongfu (2009), "The political economy of financial reform: Are Abiad and Mody right?" *Journal of Applied Econometrics*, 24(7), 1207–1213.

IM, Kyung Solm; M. Hashem PESARAN; Yongcheoo SHIN (2003) "Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels," *Journal of Econometrics*, 115(1), 53-74.

JAYARATHE, Jith; Philip E. STRAHAN (1996), "The finance-growth nexus: evidence from bank branch deregulation", *Quarterly Journal of Economics*, 111, 639–670.

JEONG, Hyeok; Robert M. TOWNSEND (2007), "Sources of TFP growth: occupational choice and financial deepening", *Economic Theory*, 32(1), 179–221.

KAR, Muhsin (2001), "Finansal Kalkınma ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik ilişkisi: Türkiye Örneği", *Dokuz Eylül Üniversitesi, işletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 150-169. "Between Financial Development and Economic Growth of causality: The Case of Turkey", *Dokuz Eylül University, Faculty of Business Administration Journal*, 2(2), 150-169.

Kendall, Jake (2012), "Local financial development and growth", *Journal of Banking & Finance*, 36(5), 1548–1562.

KIM, Dong Hyeon; Shu-Chin LIN; Yu-BU SUEN (2010), "Dynamic effects of trade openness on financial development", *Economic Modelling*, 27 (1), 254–261.

KING, Robert G; Ross LEVINE (1993a), "Finance and growth: Schumpeter might be right", *Quarterly Journal of Economics*, 108, 717–738.

KING, Robert G; Ross LEVINE (1993b), "Finance, entrepreneurship, and growth: theory and evidence", *Journal of Monetary Economics*, 32, 513–542.



LA PORTA, Rafael; Florencio LOPEZ-DE-SILANE; Andrei SHLEIFER; Robert W. VISHNY (1997), “Legal determinants of external finance”, *Journal of Finance*, 52(3),1131–1150.

LA PORTA, Rafael; Florencio LOPEZ-DE-SILANE; Andrei SHLEIFER; Robert W. VISHNY (1998). “Law and Finance”, *Journal of Political Economy*, 106(6), 1113-1155.

LANE, Philip R.; Gian M MILESI-FERETTI (2007), “The external wealth of nations mark II: Revised and extended estimates of foreign assets and liabilities, 1970–2004”, *Journal of International Economics*, 73 (2), 223–250.

LAW, Siong Hook; Muzafar Shah HABİBULLAH (2009), “The Determinants of Financial Development: Institutions, Openness and Financial Liberalization”, *South African Journal of Economics*, 77(1), 45-58.

LAW, Siong Hook (2009), “Trade openness, capital flows and financial development in developing economies”, *Int. Econ. J.* 23 (3), 409–426.

LAWRENCE, Peter (2006), “Finance and Development: Why Should Causation Matter?”, *Journal of International Development*, 18, 997-1016.

LEVIN, Andrew; Chien-Fu LIN; Chia-Shang James CHU (2002) “Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite-Sample Properties”, *Journal of Econometrics*,108(1), 1-24.

LEVINE, Ross; Sara ZERVOS (1998), “Stock market, banks, and economic growth”, *American Economic Review*, 88(3), 1998, 537–558.

LEVINE, Ross (1997), “Financial Development and Economic Growth: Views and Agenda” *Journal of Economic Literature*, 35, 687-726.

LEVINE, Ross (2004), *Finance and Growth: Theory and Evidence*, NBER Working Paper Series.

LEVINE, Ross (2001), “International financial liberalization and economic growth”, *Review of International Economics*, 9(4), 688–702.

LEVINE, Ross (2005). *Finance and growth: Theory and evidence*. In: Aghion, P., Durlauf, S. (Eds.), *Handbook of Economic Growth*. Elsevier, Amsterdam.

LEVINE, Ross; Norman LOAYZA; Thorsten BECK (2000), “Financial intermediation and growth: Causality and causes”, *Journal of Monetary Economics*, 46 (1), 31–77.

MCKINON, Ronald I., (1973), *Money and Capital in Economic Development*. Brookings Institution Press, Washington, DC.

MENYAH, Kojo; Şaban NAZLIOĞLU; Yemane WOLDE-RUFANEL (2014), “Financial development, trade openness and economic growth in African countries: New insights from a panel causality approach”, *Economic Modelling*, 37, 386–394.

MISHKIN, Frederic S. (2009), “Globalization and financial development”, *Journal of Development Economics*, 89 (2), 164–169.

NICKELL, Stephen. (1981), “Biases in dynamic models with fixed effects”, *Econometrica*, 49(6), 1417–1426.

PAGANO, Marco (1993), “The Flootation of Companies on The Stock Market: A Coordination Failure”, *European Economic Review*, 37, 1101–1125.

RAJAN, Raghuram G; Luigi ZINGALES (2003), “The great reversals: The politics of financial development in the twentieth century”, *Journal of Financial Economics*, 69(1), 5–50.

RAJAN, Raghuram G; Luigi ZINGALES (1998), “Financial development and growth”, *American Economic Review*, 88, 559–586.

RASTHI, Narcise Amin; Ebrahim Siami ARAGHI; Mahdi SHAYESTE (2014) “Relationship Between Financial Development and Economic Growth, Evidence from Financial Crisis”, *Asian Economic and Financial Review*, 4(7), 930-940.



ROE, Mark J.; Jordan I. SIGEL (2011), "Political instability: Effects on financial development, roots in the severity of economic inequality", *Journal of Comparative Economics*, Cilt: 39(3), 279–309.

ROODMAN, David, (2009), "How to Do xtabond2: An Introduction to "Difference" and "System" GMM in Stata", *The Stata Journal*, 9(1), 86–136.

SHAN, Jordan; Qi JIANHONG (2006), "Does Financial Development 'lead' Economic Growth? The Case of China", *Annals of Economics and Finance*, 1, 197-216.

SIMS, Christopher A. (1980), "Macroeconomics and Reality", *Econometrica*, 48(1),1–48.

TATOĞLU YERDELEN, Ferda, (2012), *İleri Panel Veri Analizi STATA Uygulamalı*, Beta Yayınları, İstanbul. *Advanced Panel Data Analysis*, Beta Publications, Istanbul.

WINDMEIJER, Frank, (2005), "A Finite Sample Correction for The Variance of Linear Efficient Two-Step GMM Estimator", *Journal of Econometrics*, 126(1), 25-51.

WOOLDRIDGE, Jeffrey M (2002), *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*, The MIT Press, England.

YARTEY, Charles Amo (2010), "The Institutional and Macroeconomic Determinants of Stock Market Development in Emerging Economies", *Applied Financial Economics*, 20, 1615–1625.

ZHANG, Chengsi; Yueteng ZHU; Zhe LU (2015), "Trade openness, financial openness, and financial development in China", *Journal of International Money and Finance*, 59, 287–309.

ZOLI, Edda (2007), *Financial Development in Emerging Europa: The Unfinished Agenda*, IMF Working Paper No 07245, Washington D.C. IMF. 2007, [Erişim Adresi: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2007/wp07245.pdf> (Erişim Tarihi: 17.01.2013)].

**MUHASEBE EĞİTİMİ KONUSUNDA ULUSAL VE ULUSLARARASI DERGİLER ÜZERİNE
BİBLİYOMETRİK BİR ARAŞTIRMA¹**Büşra TOSUNOĞLU²Selim CENGİZ³Zafer ANADOLU⁴**ÖZET**

Son yıllarda yaşanan gelişmeler sonucunda gerek akademisyenler gerekse uygulayıcılar açısından muhasebe eğitime verilen önem giderek artmaktadır. Bu kapsamda çalışmanın amacı ulusal ve uluslararası dergilerde yayınlanan muhasebe eğitime yönelik yapılan çalışmaların genel profilinin değerlendirilmesini içermektedir. Çalışmanın amacı bağlamında 2017 yılına ilişkin muhasebe alanında en fazla makalenin yer aldığı Journal of Accounting Education, Accounting Education, Advances in Accounting Education, Global Perspectives on Accounting Education, Issues in Accounting Education ve The Accounting Educator's Journal ile Muhasebe ve Finansman (MUFAD), Muhasebe Bilim Dünyası (MÖDAV), Mali Çözüm ve Muhasebe ve Denetime Bakış gibi dergilerde yayınlanan muhasebe eğitimiyle ilgili toplam 79 makale incelenmiştir. Söz konusu dergilerdeki makaleler ampirik ve örnek olay çalışmaları çerçevesinde sınıflandırılmıştır. Ayrıca ampirik makaleler örneklem, veri kaynağı ve analiz yöntemi açısından da ele alınmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, muhasebe eğitimi konusunda yayımlanan makalelerin büyük çoğunluğunun yurtdışındaki dergilerde yer aldığı, ampirik çalışmaları içerdiği, örneklem olarak öğrencilere yönelik olduğu, birincil veri kaynağı olarak anket yönteminin kullanıldığı ve analiz yöntemi olarak regresyon analizinin kullanıldığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Eğitimi, İçerik Analizi, Makale, Literatür.

Jel Kodları: M40, M41, M42.

**A BIBLIOMETRIC RESEARCH ON NATIONAL AND INTERNATIONAL JOURNALS ON
ACCOUNTING EDUCATION****ABSTRACT**

The importance given to accounting education is increasing gradually in consequence of recent developments according to academicians and implementers. In this context, this study aims to evaluate the general profile of studies published in national and international journals. Within this scope, 79 articles on accounting education have been examined which were published by 2017 in the journals with the most articles such as Journal of Accounting Education, Accounting Education, Advances in Accounting Education, Global Perspectives on Accounting Education, Issues in Accounting Education and The Accounting Educator's Journal with Muhasebe and Finansman (MUFAD), Muhasebe Bilim Dünyası (MÖDAV), Mali Çözüm and Muhasebe & Denetime Bakış. The articles in the journals are categorized within the framework of empirical and case studies. In addition, empirical articles have been evaluated also by the methods of sampling, data source and analysis. According to the results of the study, it is seen that the majority of the articles published in the accounting education are included in journals abroad, include empirical studies, are directed to the students as a sample, the questionnaire method is used as the primary data source and regression analysis is used as the analysis method.

Keywords: Accounting Education, Content Analysis, Article, Literature.

Jel Codes: M40, M41, M42.

¹ Bu çalışma, 3-5 Mayıs 2018 tarihleri arası Çorum'da gerçekleşen "III. Uluslararası Stratejik Araştırmalar" kongresinde sunulan bildirinin yeniden gözden geçirilmiş halidir.

² Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, busra.tosunoglu@gumushane.edu.tr

³ Doç. Dr., Çankırı Karatekin Üniversitesi, İ.İ.B.F., Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, scengiz@karatekin.edu.tr

⁴ Serbest Muhasebeci Mali Müşavir, zaferanadolu@msn.com



1. GİRİŞ

Belirli bir alana yönelik gerçekleştirilen makalelerin ilgili dönemler bazında incelenmesi hem konuyla alakalı bilim dalının gelişimine katkı sağlamakta hem de ağırlıklı olarak çalışılan konuların tespitinin yapılması açısından önemli olmaktadır (Kozak, 2000, s. 16). Bu doğrultuda dergilerde yayınlanan makalelerin niteliklerini belirlemek için pek çok teknik geliştirilmiş olup en sık kullanılan teknik bibliyometrik analizdir (Al ve Tonta, 2004: s. 19, Quinlan, 2008, s. 68). Bu analiz tekniğiyle birlikte dergilerde yayınlanan makalelerin hangilerinin nitelik açısından daha iyi veya değerli olduğuna ilişkin bir takım değerlendirmeler yapılmaktadır (Al, 2008, s. 264).

İlgili literatürden hareketle bu çalışmanın amacı muhasebe alanında en fazla makalenin yer aldığı ulusal ve uluslararası dergilerde yayınlanan muhasebe eğitimiyle alakalı makalelerin genel değerlendirmesini yapmaktır. Bu doğrultuda öncelikle, muhasebe alanında yayın adedi açısından üst sıralarda yer alan yurtdışında 6, yurtiçinde ise 4 adet dergi tespit edilmiştir. Bu dergilere ilişkin bilgilere çalışmanın bulgular kısmında yer verilmiştir. Söz konusu dergilerde 2017 yılında yayınlanan ilişkin toplam 79 makale incelemeye tabi tutulmuştur. İlgili makalelerin dergilere göre dağılımı, ampirik ve örnek olay çalışmaları çerçevesinde sınıflandırılmış olup ayrıca ampirik makaleler örneklem, veri kaynağı ve analiz yöntemi açısından da ele alınmıştır.

Çalışmada ilk olarak gerek yurtdışında gerekse yurtiçinde çeşitli disiplinlere ait gerçekleştirilen bibliyometrik analizin yapıldığı çalışmalara yer verilmiş olup ardından bu analize yönelik bilgi verilmiştir. Son olarak elde edilen bulgular tablolar halinde sunularak sonuç ve değerlendirmelerde bulunulmuştur. Yukarıda ifade edilen dergilerin bibliyometrik açıdan incelenmesinin ilgili alana yönelik yapılan makalelerin yönünü belirleme adına literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. BİBLİYOMETRİK ÇALIŞMALARA İLİŞKİN LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Cole ve Eales tarafından 1917 yılında gerçekleştirilen, 1550-1860 yıllarını kapsayan anatomi alanındaki çalışma bibliyometrik analizlere ilişkin ilk çalışma olarak literatürde yerini almıştır (Şen vd., 2017, s. 249). İlgili literatür incelendiğinde söz konusu analize yönelik gerek ulusal gerekse uluslararası pek çok çalışmanın varlığından bahsetmek mümkündür. Bu çalışmalar uluslararası ve ulusal olarak iki kısımda ele alınmıştır. Tablo 1’de uluslararası araştırmaların incelenmesine ilişkin literatür özeti sunulmaktadır.

Tablo 1. Uluslararası Araştırmaların İncelenmesine İlişkin Literatür Özeti

| Yazarlar/Çalışma Yılı | Temel Bulgular |
|------------------------------|--|
| Hoffman ve Holbrook (1993) | Journal of Consumer Reserach’de yayınlanan makalelere ilişkin bibliyometrik analiz gerçekleştirerek en fazla çalışmaya sahip 42 yazarın yayımlarını incelemiştir. |
| Phene ve Guisinger (1998) | Journal of International Business Studies ‘de yayınlanan 1981-1991 yıllarını kapsayan yayınlara ilişkin bibliyometik analiz yapmışlardır. |
| Humphreys ve Stauffer (2000) | The Journal of Research in Music Education (JRME) dergisinin ilk 40 yılına ilişkin 112 editörünün cinsiyet, kurum ve eğitimine yönelik incelemesini yapmışlardır. |
| Jacobs ve Ingwersen (2000) | Güney Afrika’da ki on üniversitenin fizik, kimya, bitki ve hayvan bilimlerine alanlarına yönelik çalışmaları incelemiştir. |
| McElwee ve Atherton (2005) | International Journal of Entrepreneurship and Innovation Dergisinin 1999-2003 yıllarına ilişkin toplam 70 makaleyi kullanılan model, metodoloji ve veriler bazında incelemiştir. |
| Nebelong ve Frandsen (2006) | The Journal of Documentation dergisinin özelliklerini, kalitesini ve durumunu ortaya çıkarabilmek için bibliyometrik analiz yapmıştır |
| Damrosch (2006) | Amerikan Uluslararası Hukuk Dergisi’nin editör kurulunun mevcut yapısını incelemiştir. |
| Wang ve Hu (2011) | 1990-2009 yıllarına ilişkin SSCI’da taranan pazarlama alanındaki 39 makaleye ilişkin 1801 adet atfın incelemesini yapmışlardır. |



| | |
|----------------------------|---|
| Samiee ve Chabowski (2012) | 1990-2008 yıllarına ilişkin uluslararası pazarlama alanında yayınlanan 34 dergiye ilişkin makalelerin bibliyometrik analizini gerçekleştirmişlerdir. |
| Morant ve Soriano (2016) | Web of Science veri tabanında 1985-2015 tarihlerini kapsayan iş gelişimine yönelik 445 yayını yazar, yayım yılı ve dili ile dergilerin ülkelere göre incelemesini yapmışlardır. |
| Heradio vd. (2016) | Web of Science, Scopus ve GRC2014 veri tabanlarında yayınlanan makaleleri bibliyometrik analizin yöntemlerini kullanarak yayınların temel kaynaklarını ve yazarların üretkenliklerini incelemiştir. |
| Apostolou vd. (2018) | Muhasebe alanında en fazla çalışmanın yer aldığı 6 dergide yayınlanan 2017 yılına ilişkin 103 makaleyi incelemiştir. |

Tablo 2. Ulusal Araştırmaların İncelenmesine İlişkin Literatür Özeti

| Yazarlar/Çalışma Yılı | Temel Bulgular |
|------------------------------|--|
| Al ve Tonta (2004) | 1974-2002 yılları arasında yapılan 100 adet yüksek lisans ve doktora tezini sayfa sayısı ve atıf gibi bibliyometrik özellikleri açısından incelemiştir. |
| Al ve Coştur (2007) | 1995-2005 yılları arasında Türk Psikoloji Dergisi'nde yayınlanan 118 makale yazar, çalıştığı kurum ve atıf açısından incelenmiştir. |
| Sadioğlu ve Yıldız (2007) | TODAİE tarafından yayımlanan 14 ulusal hakemli derginin 1992-2006 yılları arasındaki 15 yılda yayımlanan sayıları taranarak bu makalelere içerik analizi yapılmıştır. |
| Birinci (2008) | 1995-2007 yıllarını kapsayan Turkish Journal of Chemistry'de yayınlanan 861 makaleyi bibliyometrik açıdan incelemiştir. |
| Barca ve Hızıroğlu (2009) | 2000-2008 yılları arasında Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresine sunulan bildirimlerin bibliyometrik analizi yapılmıştır. Araştırmada Türkiye'deki stratejik yönetim alanında en büyük etkiye sahip çalışmalar, en çok çalışılan alt alanlar, en fazla atıf alan yazarlar tespit edilmiştir. |
| Armutlu ve Arı (2010) | 1986-2008 yılları arasında işletme bilim dalına yönelik 520 tezin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. |
| Özel ve Kozak (2012) | 2000-2010 yılları arasında turizm pazarlaması alanında yayımlanan Türkçe makalelerin bibliyometrik özelliklerinin saptanması ve bu çalışmalarda yer alan makalelere yapılan atıfları incelemiştir. |
| Polat vd. (2013) | 2005-2012 yılları arasında yayınlanan 434 makale yazar, atıf, kaynakça ve konu dağılımına göre incelenmiştir. |
| Alparslan ve Oktar (2015) | Lider-üye etkileşimi kuramına dair yerli literatürde yayınlanan akademik makalelerin bibliyometrik bir içerik analizini gerçekleştirmek amacıyla 2014 yılına kadar yerli literatürde yayınlanmış ve ulaşılabilen 20 ampirik makale incelenmiştir. |

Tablo 1 ve 2'de özetlenen çalışmaların büyük çoğunluğunun yayınlanan makaleler üzerine yoğunlaştığı birkaç çalışmanın kongre ve sempozyumlarda sunulan bildirimlere yönelik olduğu görülmektedir. Ayrıca çalışmaların büyük çoğunluğu ilgili makalelere ilişkin konu, yazar, kaynakça ve atıf sayısına yönelik olduğu görülmektedir.

3. YÖNTEM

Nitel araştırma yöntemlerinden birisi olarak belirtilen bibliyometrik analiz tekniği, kitap ve diğer kaynakların özelliklerinin tespitine yönelik kullanılan bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Lawani, 1981, s. 294). Bu teknik geçmişten günümüze kadar gelişim göstererek yapılan çalışmaların bilimsel anlamda sağlamış olduğu katkının ortaya çıkarılmasında oldukça etkin bir rol oynamaktadır. Bibliyometrik analizler, tarih, sosyal bilimler, dokümantasyon ve bilimsel politika gibi birçok disiplinde kullanılmaktadır (Okuba, 1997, s. 9). Bilimsel çalışmaların geniş bir bakış açısıyla değerlendirilmesine imkân tanıyan bu analiz tekniği, ülkelerin, üniversitelerin, araştırma kurumlarının, dergilerin özelliklerini tespit edebilmektedir.

**4. BULGULAR**

Bu çalışmada muhasebe alanında en fazla çalışmanın yer aldığı yurtiçi ve yurtdışında yayınlanan dergilerde yer alan yayın adedi olarak en fazla çalışmanın yer aldığı ve Tablo 3'te sıralanan dergilerde, muhasebe eğitimiyle ilgili 2017 yılında yayınlanan makaleler çeşitli kriterler ışığında incelenmiştir. Çalışma kapsamında alınan dergilerdeki makalelerin toplam sayısı 228 olup bu makalelerin 79 adedinin muhasebe eğitimiyle ilgili olduğu görülmektedir. Makalelerin yayımlandığı dergilere göre dağılımı Tablo 3'te belirtilmektedir.

Tablo 3. Makalelerin Yayımlandığı Dergilere Göre Dağılımı

| Dergi İsmi | Toplam Makale Sayısı (2017) | Seçilen Makale Sayısı (2017) |
|---|-----------------------------|------------------------------|
| Journal of Accounting Education | 22 | 10 |
| Accounting Education | 25 | 25 |
| Advances in Accounting Education | 13 | 12 |
| Global Perspectives on Accounting Education | 5 | 1 |
| Issues in Accounting Education | 34 | 12 |
| The Accounting Educator's Journal | 4 | 1 |
| Muhasebe ve Finansman (MUFAD) | 39 | 6 |
| Muhasebe Bilim Dünyası (MÖDAV) | 42 | 5 |
| Mali Çözüm | 29 | 1 |
| Muhasebe ve Denetime Bakış | 15 | 6 |
| TOPLAM | 228 | 79 |

Tablo 3'e bakıldığında muhasebe eğitimiyle alakalı en fazla makalenin yer aldığı dergi "Accounting Education (25)"dir. Türkiye'de yayınlanan dergilere bakıldığında ise Muhasebe ve Finansman Dergisi ile Muhasebe ve Bilim Dünyası Dergisi'nde en fazla yayına sahip dergiler olmasına rağmen muhasebe eğitimiyle ilgili makale sayısının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu durumu muhasebe eğitimiyle ilgili spesifik bir derginin olmayışı ile ilişkilendirmek mümkün görülmektedir.

Söz konusu dergilerde ele alınan makalelerin içeriğine bakıldığında 53'ünün ampirik, 26'sının ise teorik olduğu tespit edilmiş olup, bu makalelerin yer aldığı dergilere ilişkin sayılar Tablo 4'te belirtilmiştir.

Tablo 4. Makalelerin İçeriği

| Dergi İsmi | Ampirik | Teorik |
|---|-----------|-----------|
| Journal of Accounting Education | 5 | 5 |
| Accounting Education | 16 | 9 |
| Advances in Accounting Education | 7 | 5 |
| Global Perspectives on Accounting Education | 1 | 0 |
| Issues in Accounting Education | 10 | 2 |
| The Accounting Educator's Journal | 1 | 0 |
| Muhasebe ve Finansman (MUFAD) | 6 | 0 |
| Muhasebe Bilim Dünyası (MÖDAV) | 4 | 1 |
| Mali Çözüm | 1 | 0 |
| Muhasebe ve Denetime Bakış | 2 | 4 |
| TOPLAM | 53 | 26 |



İlgili dergilerde yayınlanan muhasebe eğitimiyle ilgili teorik çalışmaların, başlık, anahtar kelime, özet ve sonuç bölümleri incelendiğinde genel olarak aşağıda belirtilen 4 konu başlığına odaklandığı görülmektedir.

- ✓ Öğrencilerin sınıf içindeki performanslarının ölçümü ve değerlendirilmesi ile müfredat ve ders içerikleri,
- ✓ Muhasebe öğrencilerinin muhasebe eğitiminde karşılaştıkları Lisans ve Yüksek Lisans programları ve müfredat değişimleri,
- ✓ Öğretim üyelerinin başarımları, terfileri, yazdıkları ders kitapları, kullandıkları öğretim teknikleri
- ✓ Öğrencilerin branş ve kariyer tercihleri, becerileri, öğrenme biçimleri gibi konular incelenmiştir.

İncelenen ampirik çalışmalar ise çeşitli kriterler dikkate alınarak incelenmiş olup Tablo 5'te belirtilmiştir.

Tablo 5. Dergilerde Yayınlanan Ampirik Makalelerin Genel Özellikleri

| | | |
|-----------------------------|----------------------------|----|
| Örneklem | Öğrenciler | 26 |
| | Akademisyenler | 14 |
| | Muhasebe Meslek Mensupları | 13 |
| Veri Toplama Yöntemi | Birincil | 37 |
| | İkincil | 14 |
| | Röportaj | 2 |
| Analiz Yöntemi | t-Testi | 9 |
| | Ki-kare Analizi | 4 |
| | Frekans Analizi | 4 |
| | Faktör Analizi | 1 |
| | Varyans Analizi | 6 |
| | Regresyon Analizi | 17 |
| | Farklılık Analizi | 12 |

Tablo 5'e bakıldığında çalışmaların büyük çoğunluğunun öğrencilere yönelik olduğu, birincil veri kaynağı olarak anket yönteminin kullanıldığı ve analiz yöntemi olarak regresyon analizinin yapıldığı görülmektedir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Güncel muhasebe eğitimi literatürünün takip edilmesi, bu alanda çalışmalarını yürüten bilim insanları için büyük önem arz etmektedir. Bu önemden hareketle bu çalışmada 2017 yılına ilişkin muhasebe alanında en fazla yayını içeren ulusal ve uluslararası dergilere ilişkin bibliyometrik bir analiz gerçekleştirilmiştir. Yayınlanan 61 makale yurtdışındaki muhasebe dergilerine, 18 makale ise Türkiye'de yayınlanan muhasebe dergilerine aittir. Yayınlanan makaleler türü bakımından teorik ve ampirik olarak ikiye ayrılarak incelenmiştir. Belirlenen dönem içerisinde tüm dergiler bazında ampirik çalışmaların 53 ve teorik çalışmaların ise 26 adet olduğu gözlenmiştir. Buna göre incelenen dönem itibarıyla ampirik çalışmaların teorik çalışmalara göre daha fazla sayıda yer aldığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca ampirik çalışmalar örneklem, veri kaynağı ve analiz yöntemi açısından da değerlendirilmiş ve genellikle örneklem olarak öğrencileri tercih edildiği, birincil veri kaynağı olarak anket uygulamasının kullanıldığı belirlenmiştir. Parametrik ve parametrik olmayan testlerin kullanımına bakıldığında ise regresyon analizinin kullanıldığı görülmektedir.



Muhasebe eğitimiyle ilgili teorik çalışmalara bakıldığında; çalışmaların büyük çoğunluğunun müfredat gelişimine, muhasebe kitaplarının güncellenmesi gerekliliğine, etik kavramına ve muhasebe derslerinde öğrencilerin uygulamaları bizzat yapmalarını sağlayacak bilgisayar kullanımının artırılması gibi konulara ağırlık verildiği görülmektedir.

Yapılan analiz sonuçlarına bakıldığında Türkiye’de 2017 yılına ilişkin muhasebe alanında önemli dergilerde muhasebe eğitimiyle alakalı yayınların sayıca az olduğu ve bu durumun gelecek yıllar itibarıyla dikkate alınması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada ulusal ve uluslararası muhasebe dergilerinde yayınlanan muhasebe eğitimiyle ilgili makalelerin genel değerlendirmesini içermektedir. Söz konusu çalışmada yurtdışında ve yurtiçinde yayınlanan dergiler bir bütün olarak değerlendirilmiştir. Gelecek çalışmalar da bu dergiler yurtdışı ve yurtiçi olarak karşılaştırılarak farklılıklar tespit edilebilir. Ayrıca bu çalışmada sadece 2017 yılı dikkat alınmış olup için taramanın kapsamı genişletilerek konuyla alakalı tez, bildiri ve araştırma raporlarının incelenmesi öneri niteliği taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- AL, Umut (2008), “Türkiye’nin Bilimsel Yayın Politikası: Atf Dizinlerine Dayalı Bibliyometrik Bir Yaklaşım”, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- AL, Umut ve Recai COŞTUR (2007), “Türk Psikoloji Dergisi’nin Bibliyometrik Profili”, **Türk Kütüphaneciliği**, 21 (2), 142-163.
- AL, Umut ve Yaşar TONTA (2004), “Atf Analizi: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü Tezlerinde Atı Yapılan Kaynaklar”, **Bilgi Dünyası**, 5 (1), 19-47.
- ALPARSLAN, Ali Murat ve Ömer Faruk OKTAR (2015), “Türkiye’de Lider-Üye Etkileşim Kuramına Dair Makale Kapsamındaki Araştırmalar: Bibliyometrik Bir İçerik Analizi”, **Business and Economics Research Journal**, 6 (1), 107-123.
- APOSTOLOU, Barbara, Jack W. DORMINEY, John M. HASSELL ve James E. REBELE (2018), “Accounting Education Literature Review (2017)”, **Journal of Accounting Education**, 43, 1-23.
- ARMUTLU, Can ve Güler SAĞLAM ARI (2010), “Yönetim Modalarının Yüksek Lisans ve Doktora Tezlerine Yansımaları: Bibliyometrik Bir Analiz”, **ODTÜ Gelişme Dergisi**, 37, 1-23.
- BARCA, Mehmet ve Mahmut HIZIROĞLU (2009), “2000’li Yıllarda Türkiye’de Stratejik Yönetim Alanının Entellektüel Yapısı”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi**, 4 (1), 113-148.
- BİRİNCİ, Hatice Gülşen (2008), “Turkish Journal of Chemistry’nin Bibliyometrik Analizi”, **Bilgi Dünyası**, 9 (2), 348-369.
- DAMROSCH, Lori Fisler (2006), “The American” and the “International in the American Journal of International Law”, **The American Journal of International Law**, 100 (1), 2-19.
- HERADIO, Ruben, Luis de la TORRE, Daniel GALAN, Francisco Javier CABRERIZO, Enrique Herrera VIEDMA ve Sebastian DORMÍDO (2016), “Virtual and Remote Labs in Education: A Bibliometric Analysis”, **Computers & Education**, 98, 14-38.
- HOFFMAN, Donna L. ve Morris B. HOLBROKK (1993), “The Intellectual Structure of Consumer Research: A Bibliometric Study of Author Cocitations in the First 15 Years of the Journal of Consumer Research”, **Journal of Consumer Research**, 19 (4), 505-517.
- HUMPHREYS Jere T. ve Sandra L. STAUFFER (2000), “An Analysis of the Editorial Committee of the Journal of Research in Music Education 1953-1992”, **Journal of Research in Music Education**, 48 (1), 65-77.
- JACOBS, Daisy ve Peter INGVERSEN (2000), “A Bibliometric Study of the Publication Patterns in The Sciences of South African Scholars 1981-96”, 8th International Conference on Scientometrics and Informetrics, Sydney, Australia: 275-285.



KOZAK, Nazmi (2000), “Türkiye’ de Akademik Turizm Literatürünün Gelişim Süreci Üzerine Bir İnceleme”, **DAÜ: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 1, (1), 15-55.

KOZAK, Nazmi (2003), “Türkiye’de Yayınlanan Akademik Dergilerin Niteliklerindeki Zaman İçerisindeki Değişim Nedenleri: Sağlık, Sosyal ve Teknik Bilim Alanlarında Yayınlanan Dergiler Üzerine Bir İnceleme”, **Bilgi Dünyası**, 4 (2), 146-174.

LAWANI, Steven (1981), “Bibliometrics: Its Theoretical Foundations, Methods and Applications”, **International Journal of Libraries and Information Services**, 31, (4), 294-315.

MCELWEE, Gerard ve Andrew AHERTON (2005), “Publication Trends and Patterns in Entrepreneurship: The Case of the International Journal of Entrepreneurship and Innovation”, **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 12 (1), 92-103.

MORANT, Gema Albort ve Domingo Ribeiro SORIANO (2016), “A Bibliometric Analysis of International Impact of Business Incubators”, **Journal of Business Research**, 69, 1775-1779.

NEBELONG, Ellen ve Tove Faber FRANDBSEN (2006), “Journal Citation Identity and Journal Citation Image: A Portrait of the Journal of Documentation”, **Journal of Documentation**, 62 (1), 30-57.

OKUBA, Yoshiko (1997), “Bibliometric Indicators and Analysis of Research Systems: Methods and Examples”, **OECD Science, Technology and Industry Working Papers**, 1997/01, OECD Publishing, (<http://dx.doi.org/10.1787/208277770603>).

ÖZEL, Çağıl Hale ve Nazmi KOZAK (2012), “Turizm Pazarlaması Alanının Bibliyometrik Profili (2000-2010) ve Bir Atf Analizi Çalışması”, **Türk Kütüphaneciliği**, 26 (4), 715-733.

PHENE, Anupama ve Stephen GUISSINGER (1998), “The Stature of the Journal of International Business Studies”, **Journal of International Business Studies**, 29 (3), 621-632.

POLAT, Coşkun, Mukaddes SAĞLAM ve Tuba Sarı (2013), “Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi’nin Bibliyometrik Analizi”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 27 (2), 273-288.

QUINLAN, Kathleen, Mary KANE, William M. K. TROCHIM (2008), “Evaluation of Large Research Initiatives: Outcomes, Challenges, and Methodological Considerations. Reforming the evaluation of research”, **New Directions for Evaluation**, 118, 61-72.

SADİOĞLU, Uğur ve Mete YILDIZ (2007), “Kamu Yönetimi İle Bilgi ve İletişim Teknolojileri: Bir Bibliyografik Analiz”, **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 25 (2), 323-365.

SAMIEE, Saeed ve Brian R. CHABOWSKI (2012), “Knowledge Structure in International Marketing: A Multi-Method Bibliometric Analysis”, **Journal of the Academy of Marketing Science**, 40 (2), 364-386.

ŞEN KIYMETLİ, İlker, Zeynep HATUNOĞLU ve Serkan TERZİ (2017), “Muhasebe Araştırmalarında Muhasebe Eğitiminin Yeri ve Önemi: Muhasebe Dergileri Üzerinde Bibliyometrik Bir Araştırma”, **Muhasebe ve Bilim Dünyası Dergisi**, 19 (1), 247-291.



TÜRKİYE'DE İTHALATIN, İKTİSADİ BÜYÜMENİN VE ELEKTRİK TÜKETİMİNİN İHRACAT ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN ANALİZİ

Ali Rıza SANDALCILAR¹

Kezban AYRAN CİHAN²

ÖZET

Ülkeler refah seviyelerini arttırmak için dışa açık politikalar uygulamakta; ihracat yoluyla dış ticaret kazançlarını maksimuma çıkarmaya çalışmaktadır. Ancak ithal girdiler ve üretim süreçlerinde enerji kullanımı ihracat üzerinde önemli etkilerde bulunmaktadır. Bu açıdan birçok ülkede ve Türkiye'de ihracat, ithalat, elektrik kullanımı ve iktisadi büyüme arasında güçlü ilişkiler ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda çalışmada, Türkiye için 1997M01-2017M12 dönemine ait aylık ihracat, ithalat, iktisadi büyüme ve elektrik tüketimi değişkenleri arasındaki ilişkilerin araştırılması amaçlanmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler zaman serisi analizleri içinde yer alan eşbütünleşme ve nedensellik testleri ile incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Ayrıca ithalat ve ihracat arasında çift yönlü, ithalattan iktisadi büyümeye doğru tek yönlü ve iktisadi büyümeden elektrik tüketimine doğru tek yönlü nedensellik ilişkilerinin varlığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İhracat, İthalat, Ekonomik Büyüme, Elektrik Tüketimi, Nedensellik.

JEL Kodları: F11, F14, F43.

THE ANALYSIS OF EFFECTS OF ECONOMIC GROWTH, IMPORT AND ELECTRICITY CONSUMPTION ON EXPORT IN TURKEY

ABSTRACT

Countries are implementing open policies to increase their level of welfare; tries to maximize foreign trade earnings through export. However, imported inputs and energy use in production processes have a significant impact on exports. In this respect, strong relationships are emerging between exports, imports, use of electricity and economic growth in many countries and in Turkey. In this regard the study, monthly exports of 1997M01-2017M12 period for Turkey, we aimed to investigate the relationship between the import, export, economic growth and electricity consumption variables. The relationships between variables were examined by cointegration and causality tests included in time series analysis. According to the results of the analysis, a long-term relationship was found between the variables. Furthermore, the existence of bilateral causality relations between imports and exports, one-way causality relations from imports to economic growth and one-way causality relations from economic growth to electricity consumption was determined.

Keywords: Exports, Imports, Electricity Consumption, Economic Growth, Causality.

JEL Codes: F11, F14, F43.

1. GİRİŞ

Ekonomik faaliyetlerin temel amacı bireylerin ihtiyaçlarının karşılanması ve bunun sonucunda toplumsal refahının artırılmasıdır. "Dışa kapalı ekonomilerde mi yoksa dışa açık ekonomilerde mi toplumsal refah daha fazla artmaktadır?" ikileminde dışa açık ekonomilerde bireylerin ihtiyaçlarının daha fazla karşılanabileceği ve toplumsal refahın daha yüksek seviyelere ulaşabileceği bilinmektedir. Gelişmiş ülkelerin gösterdiği büyüme performansları başta olmak üzere, küreselleşmenin de etkisiyle ülkelerin dışa açılmaları hızlanmıştır. Zaman içerisinde karşılaşılan bir diğer durum ise ithalata dayalı ihracat olgusudur. Yani ülkeler dış ticaret kazançlarını

¹ Doç. Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü, aliriza.sandalcilar@erdogan.edu.tr

² Arş. Gör., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fındıklı Uyg. Bil. Yüksekokulu, kezban.cihan@erdogan.edu.tr

arttırabilmek için ithalat, özellikle hammadde ve aramalı ithalatı, yapma zorunda kalmışlardır. Aynı şekilde ihracat malı üretiminde kullanılan girdilerin başında da enerji gelmektedir. Gerekli enerji ihtiyacı ya iç kaynaklardan ya da ithalat yoluyla temin edilmeye çalışılmaktadır.

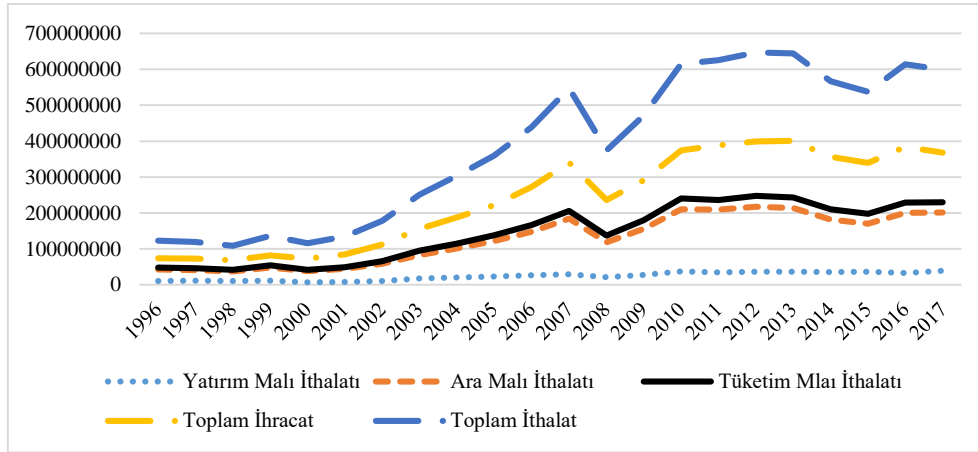
İleriki bölümde daha ayrıntılı olarak sunulacak literatür özetine bakıldığında ihracat, ithalat, ekonomik büyüme ve enerji arasındaki ilişki farklı çalışmalarda ele alındığı ve farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Enerji değişkeni olarak elektrik enerjisinin kullanıldığı çalışmalarda “ihracat-ithalat”; “ihracat-GSYİH”; “ihracat-ithalat-GSYİH”; “ihracat-elektrik tüketimi”; “ihracat-yerli enerji tüketimi” gibi farklı modellemelerle karşılanabilmektedir (Awokuse 2007, Narayan ve Symth 2009, Nnaji vd. 2013, Lan 2010, Bakari ve Mabrouki 2016).

Türkiye'nin ihracat yapısı büyük oranda ithalat dayalı gelişmektedir. Özellikle enerji ithalatı, bu doğrultuda önemli bir paya sahiptir. Bu çalışmada da Türkiye'nin ihracat yapısının ithalatın, iktisadi büyümenin ve elektrik tüketiminin fonksiyonu olarak ele alınıp incelenmiştir. İhraç malı üretim sürecinin bir faktörü olan elektrik tüketimi, Türkiye'nin ihracat fonksiyonu içerisinde aşağıdaki şekilde yer aldığı ifade edilebilir. Fonksiyonda EX, ihracatı; G, ekonomik büyümeyi; IM, ithalatı ve EC, elektrik tüketimini ifade etmektedir.

$$EX = f(G, IM, EC)$$

Ekonomik büyüme, bir ülkede yaşayan bireylerin refah düzeylerini göstermesinin yanında hükümetler için gerçekleştirilmesi gereken temel bir makroekonomik gösterge özelliği taşımaktadır (Yaşar, 2017). Bu açıdan Türkiye'nin ticari dışa açılma süreci ile beraber ekonomi politikalarında ihracat kaynaklı büyümeye yer vermesi ihracatı önemli bir hale getirirken aynı zamanda ithalat konusu da önem kazanmıştır. Şöyle ki, ihracatını arttırmak isteyen ancak yeterli finansal kaynağa, ara malı birikimine ve teknoloji bilgisine sahip olmayan ülkeler için ihracat yoluyla döviz girişi elde ederek ekonomik kalkınmayı sağlamak ithalata bağlı duruma gelebilmektedir. Esfahani (1991)'ye göre bir ülke ihracatını artırarak sağladığı döviz gelirleri ile döviz kısıtlamalarını azaltabilmekte bu sayede ithalata kaynak sağlanırken ithalat ve ihracat arasındaki açığın da azalması söz konusu olmaktadır.

Grafik 1. Türkiye’de İthalat ve İhracat (Bin ABD Doları)



Kaynak: TÜİK Veri Tabanı (2018).

Grafik 1 incelendiğinde söz konusu dönemde Türkiye'nin ithalatının ihracatından daha fazla olduğu açık bir şekilde görülmektedir. İthal ürün grupları içinde ise en fazla ithal edilen ürünler üretime girdi olarak kullanılan ara malları olurken ithalat ve ihracat zaman içinde benzer eğilimler göstermişlerdir.

Türkiye’de ana sektörlerin gelişim ile artışların yaşandığı elektrik tüketim değerleri, ulaştırma ve altyapının geliştirilmesinde, teknolojik ilerlemenin sağlanmasında ve imalat sanayinde üretim süreci için temel bir girdi kaynağı oluşturmaktadır. Türkiye’de imalat sanayinde yaşanan olumlu gelişmelerle beraber elektrik tüketimi ve ihracat arasındaki ilişkileri kuvvetlendirmektedir (Altıntaş ve Koşbulut, 2014:55-56).



Çalışmanın amacı Türkiye’de ihracatın belirleyicileri olarak, ithalatın, ekonomik büyümenin ve elektrik tüketimi test edilmesidir. Bu bağlamda giriş kısmından sonra geniş bir literatür taraması yapılmaktadır. Sonrasında çalışmada kullanılan veri seti ve yöntem açıklanmaktadır. Son bölümde ise elde edilen bulgular ve politika önerileri yer almaktadır.

2. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Ulusal ve uluslararası literatürde konu ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde genel olarak ihracat, ithalat ve iktisadi büyüme arasındaki ilişkiler ile iktisadi büyüme ve enerji tüketimi arasındaki ilişkiler olarak ele alındığı görülmüştür. Ayrıca daha önce yapılan bu çalışmalarda analiz sonuçları eşbütünleşme, hata düzeltme modeli ve nedensellik testleri ile ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Aşağıda konu ile ilgili bazı çalışmalara yer verilmiştir.

Thornton (1996), Meksika ekonomisi için 1895-1992 dönemi verileri ile ihracatın GDP üzerindeki etkilerini belirlemeye çalışmıştır. Çalışmanın analiz kısmında eşbütünleşme testi ile değişkenler arasında uzun dönemli ilişkiler tespit edilerek Granger nedensellik testi ile ihracattan GDP yönünde tek taraflı bir ilişki varlığı ortaya konulmuştur.

1980–2000 dönemine ait üçer aylık verileri ele alarak ihracat ve ithalat ilişkisini inceleyen Tuncer (2002), Vektör Otoregressif (VAR) modeli ile Toda-Yamamoto nedensellik testini kullanarak analizini gerçekleştirmiştir. Çalışma sonucunda ithalattan ihracata tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin varlığı ortaya koyulmuştur.

Malezya’nın ithalat ve ihracat verilerini analiz eden Cheong (2005), 1959-2000 döneminde eşbütünleşme olup olmadığını araştırmıştır. Analiz sonucunda Johansen eşbütünleşme testi doğrultusunda ihracat ve ithalat arasında eşbütünleşme ilişkisine rastlanılmamıştır.

İhracat ve ithalat arasındaki ilişkiyi 1923-2004 ve 1980-2004 dönemleri itibarıyla ayrı ayrı ele alarak inceleyen Erdoğan (2006), Johansen Eşbütünleşme testi ve Vektör Hata Düzeltme modeli uygulamıştır. Analizler sonucunda her iki dönemde de ihracattan ithalata tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu ortaya koyulmuştur.

Türkiye’nin de içinde olduğu 8 ülke için araştırmalarını gerçekleştiren Kösekahyaoglu ve Şentürk (2006), Granger Nedensellik testi kullanılarak ülkelerde ihracat ve ithalat ilişkilerini ele almışlardır. Türkiye’de 1980-2005 dönemi için ihracattan ithalata tek yönlü, Çek Cumhuriyeti’nde 1992-2005 dönemi için ihracattan ithalata tek yönlü, Polonya’da 1992-2005, Hindistan’da 1980-2004 ve Çin’de 1984-2004 dönemi için ithalattan ihracata tek yönlü nedensellik ilişkileri saptanmıştır.

Türkiye verileri ile 1996-2006 dönemi ihracat ve ithalat değerlerini ele alan Aktaş (2009), çalışmanın analiz kısmında ilk olarak serilerin birinci farklarında durağan olduklarını saptamış ve bunun üzerine Johansen Eşbütünleşme testi uygulayarak serilerin uzun dönemde eşbütünleşik olduklarını ortaya koymuştur. Daha sonra hata düzeltme modeli ile ihracat ve ithalat arasında çift yönlü bir ilişkinin söz konusu olduğunu belirtmiştir.

Bilgin ve Şahbaz (2009), Türkiye’de ihracat, ithalat ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkileri 1987-2007 dönemi aylık verileri ile ele almışlardır. Aylık ekonomik büyüme değerlerini temsilen sanayi üretim endeksi değerlerini çalışmaya dâhil eden yazarlar hata düzeltme modeline dayalı Granger nedensellik testini uygulamışlardır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre ihracat ve sanayi üretim endeksi arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi saptanmıştır.

Sadorsky (2011), 8 Orta Doğu ülkesi için 1980-2007 verileri ile enerji tüketimi, ihracat ve ithalat ilişkilerini araştırmıştır. Panel Granger nedensellik testi sonucunda ihracattan enerji tüketimine tek yönlü, ithalat ve enerji tüketimi arasında çift yönlü bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca FMOLS modeli ile uzun dönem esnekliklerin tahmin edilmesi ile kişi başı ihracattaki %1 birimlik artışın kişi başı enerji tüketimini %0,11 oranında artıracağı ortaya koyulmuştur.

Sandalcılar (2012), BRIC olarak adlandırılan Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin’de ihracat ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Analizde panel birim kök, panel eşbütünleşme ve panel nedensellik testleri kullanılmış ve analiz sonuçlarına göre kısa dönemli ve uzun dönemli nedensellik ilişkisi ihracattan ekonomik büyümeye doğru olduğu; tersi durumun anlamlı bulunmadığı sonucuna varılmıştır.



Kaya ve Dinçer (2013), 25 OECD ülkesinin 1980-2005 dönemi verilerinden hareketle enerji tüketimi ihracat ve ithalat arasındaki ilişkileri incelemek üzere CIPS birim kök testi, panel eşbütünlük ve Granger nedensellik testlerini uygulamışlardır. Sonuçlara göre enerji tüketimi ile ihracat arasında Avusturya, Şili ve İrlanda hariç çift yönlü ilişkiler tespit edilmiştir. Ayrıca enerji tüketimi ve ithalat arasında da İrlanda hariç çift yönlü bir ilişkinin olduğu ifade edilmiştir.

1990-2011 dönemine ilişkin 8 farklı bölgeden 189 ülkenin enerji tüketimi, ihracat ve ithalat verilerini ele alan Al-Mulali ve Sheau-Ting (2014), ilk olarak panel veri setinde yatay kesit bağımlılığına karşı IPS birim kök testi ile durağanlıkları araştırmıştır. Daha sonra FMOLS tahmini ile değişkenler arasındaki ilişkiler tahmin edilmiştir. Buna göre 33 Asya Pasifik ülkesinde ve Cibuti hariç MENA ülkelerinde enerji tüketimi, ihracat ve ithalat arasında pozitif, Doğu Avrupa ülkelerinden Bulgaristan, Makedonya, Romanya, Polonya ve Ukrayna'da ise negatif yönlü ilişkilerin varlığı ortaya koyulmuştur.

Erdoğan ve Gürbüz (2014), Türkiye'nin 1970-2009 dönemi yıllık verilerini analiz ederek ihracat ve enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Analizlerini Zivot-Andrews yapısal kırılmalı birim kök testi, Gregory-Hansen eşbütünlük testi ve Granger nedensellik testi kapsamında gerçekleştirmişlerdir. Eşbütünlük testi sonucunda seriler arasında uzun dönemli bir ilişki saptanırken nedensellik testi ile ihracattan enerji tüketimine tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu ifade edilmiştir.

Nijerya ekonomisi için 1960-2014 dönemi ihracat ve ithalat verilerini kullanarak çalışmasını gerçekleştiren Babatunde (2014), Johansen eşbütünlük testi ile değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğunu ortaya koyduktan sonra Toda Yamamoto testi sonucunda ise ihracat ve ithalat arasındaki ilişkinin çift yönlü olduğunu ifade etmiştir.

Altıntaş ve Koçbulut (2014), Türkiye'de elektrik tüketimi ve ihracat değerleri arasındaki ilişkileri araştırdıkları çalışmalarında değişkenlerin durağanlıklarını Zivot Andrews yapısal kırılmalı birim kök testi araştırmışlardır. Eşbütünlük ilişkilerini belirleyebilmek için ise ARLD testini kullanmışlardır ve ihracatın bağımlı değişken olduğu modelde eşbütünlük ilişkisi tespit etmişlerdir. Daha sonra VECM Granger nedensellik testi ile kısa dönemde ihracattan elektrik tüketimine tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Güney Afrika ekonomisinde GSYİH ve ihracat ilişkilerini doğrusal ve doğrusal olmayan nedensellik testleri ile araştıran Ajmi vd. (2015), 1911-2011 dönemi verileri ile analizlerini gerçekleştirmişlerdir. Doğrusal Granger nedensellik testinde değişkenler arasında ilişki bulunamazken doğrusal olmayan Diks and Panchenko (2006) testinde değişkenler arasında çift yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür.

Ali vd. (2018), 1970-1991 dönemini kapsayan veriler ile Somali ekonomisinde ithalat, ihracat ve GSYİH değişkenleri arasındaki ilişkileri araştırmışlardır. Çalışmada Johansen eşbütünlük ve Granger nedensellik testleri uygulanmıştır. Nedensellik testi sonucunda ihracattan ithalata tek yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Literatür araştırmasında yer alan bilgiler, araştırılan konunun birçok ülke için farklı analiz dönemlerinde farklı yöntemlerle ele alındığı göstermektedir. Analizlerin çoğunda ise ihracat ve ithalat arasındaki ilişkiye vurgu yapılmıştır. Çalışmalarda yer alan ihracatın ithalat, iktisadi büyüme ve enerji tüketimi ile olan ilişkilerinde tek ve çift yönlü nedensellik ilişkileri ortaya koyulmuştur.

3. VERİ SETİ

Türkiye'nin ihracatının ithalat, iktisadi büyüme ve elektrik tüketimi ile ilişkisinin araştırıldığı bu çalışmada 1997M1-2017M2 dönemi aylık verileri kullanılmıştır. İhracat (EX), ithalat (IM) verileri ABD Doları cinsinden TÜİK veri tabanından elde edilmiştir. Elektrik tüketimi (EC) ise GWh cinsinden TEİAŞ veri tabanından alınmıştır. İktisadi büyüme değişkeninin aylık verilerine ulaşılmasından dolayı GSYH ve sanayi üretim endeksi arasındaki yüksek korelasyon ve literatürdeki çalışmalar dikkate alınarak aylık iktisadi büyüme değişkenini temsilen Sanayi Üretim Endeksi (SÜE) değişkeni modele eklenmiştir. 2010 yılı baz yılı olarak kabul edilmiş SÜE değerleri TÜİK veri tabanından alınmıştır. Değişkenlere ait temel bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır.

**Tablo 1.** Çalışmada Kullanılan Değişkenler ve Açıklamaları

| | |
|------------------------------------|--|
| İhracat (EX) | Mevsim ve Takvim Etkilerinden Arındırılmış, Bin ABD Doları |
| İthalat (IM) | Mevsim ve Takvim Etkilerinden Arındırılmış, Bin ABD Doları |
| Sanayi Üretim Endeksi (SÜE) | Mevsim ve Takvim Etkilerinden Arındırılmış (2010=100) |
| Elektrik Tüketimi (EC) | Toplam Elektrik Enerjisi Talebi, GWh |

Tablo 2’de değişkenlere ait tamamlayıcı istatistik bilgileri yer almaktadır. Tablodaki değerleri incelendiğinde Türkiye’de en yüksek ihracat geliri 14 milyar ABD doları, en düşük 1 milyar 900 milyon ABD doları civarında olduğu görülmektedir. Aynı şekilde ithalatın yaklaşık olarak en yüksek değeri 22 milyar ABD doları, en düşük 3 milyar ABD doları iken elektrik tüketiminin ise 24 bin GWh ile 6 bin 700 GWh arasında seyrettiği görülmektedir. İktisadi büyüme değişkenini temsilen modele katılan sanayi üretim endeksinin (SÜE) ise en yüksek 129 en düşük 56 değerlerine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

| Değişkenler | Gözlem Sayısı | Ortalama | St. Hata | Minimum | Maksimum |
|-------------|---------------|------------|-----------|-----------|------------|
| EX | 242 | 7.462.823 | 4.131.272 | 1.919.809 | 14.326.095 |
| IM | 242 | 11.608.629 | 6.425.921 | 3.065.381 | 22.425.831 |
| SÜE | 242 | 89,799 | 23,842 | 56,140 | 129,980 |
| EC | 242 | 13.225,95 | 4.779,964 | 6.706,400 | 24.620 |

4. YÖNTEM VE BULGULAR

Regresyon analizinde durağan olmayan serilerin sahte sonuçlar verebilmesi nedeniyle değişkenlerin birim kök içerip içermedikleri önem taşımaktadır (Uğurlu,2009). Geleneksel eşbütünleşme testleri de serilerin durağanlık derecelerinin aynı olması/olmaması durumlarına karşı duyarlıdır. Bu durumda da yine durağanlık sınamaları önemli hale gelmektedir. ARDL eşbütünleşme ve Toda-Yamamoto nedensellik testlerinde ise serilerin durağan olmalarından ziyade durağanlık derecesinin bilinmesi öne çıkmaktadır.

Birim kök içermeyen yani durağan olan bir serinin özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Gujarati, 2004);

$$E(Y_t) = \mu \quad (1)$$

$$\text{Var}(Y_t) = \gamma_0 \quad (2)$$

$$\text{Cov}(Y_t; Y_{t+k}) = \gamma_k \quad (3)$$

Yukarıdaki eşitlikler Y_t serisinin ortalamasının, varyansının ve kovaryansının zamana bağlı olarak değişmediğini bu sayede durağan bir zaman serisi olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmada durağanlık araştırması için ADF, PP ve KPSS testleri kullanılmıştır.

$$\Delta Y_t = \mu + \delta Y_t - 1 \sum_{j=1}^p \delta_j \Delta Y_{t-j} + \varepsilon_t \quad (4)$$

Yukarıdaki eşitlik Dikey Fuller (DF) testinin genişletilmesi ile elde edilen Augmented Dickey Fuller (ADF) test istatistiğinin sabitli modelini göstermektedir. Bu model ile $\delta(\rho - 1)$ parametresinin istatistiksel olarak sıfırdan farklı olup olmadığı test edilmektedir ve eğer sıfırdan farklı olduğu kabul ediliyorsa bu durum serinin düzey değerinde durağan olduğu anlamına gelmektedir (Dickey ve Fuller, 1981). Bu eşitlikte " μ " parametresi sabit terimi, "trend" deterministik trendi, "p" gecikme uzunluğunu ve " ε_t " ise stokastik hata terimini ifade etmektedir.

Phillips-Perron (PP) testini ele aldığımızda $\delta=0$ olması durumunda serinin durağan olmadığı, $\delta<0$ olması durumunda serinin durağan olduğu anlaşılmaktadır. Denklemden gözlem sayısını, ε_t hata terimini ifade etmektedir. PP testine ait denklem aşağıdaki gibidir (Phillips ve Perron, 1988);



$$\Delta Y_t = \mu + \delta Y_{t-1} + \beta \left(t - \frac{T}{2}\right) + \varepsilon_t \quad (5)$$

Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin (KPSS) testinde bir seri deterministik trend, rassal yürüyüş ve durağan kalıntılar toplamından oluşmaktadır. Aşağıdaki gibi ifade edilen modelde w_t modelin rassal yürüyüşü, t deterministik trendi ve e_t ise durağan hata terimini göstermektedir. Sıfır hipotezi $\beta = 0$ olması durumunda serini durağan olduğunu bildirir. LM testi aşağıda gösterildiği gibidir (Sevüktekin ve Nargeleçkenler, 2007);

$$Y_t = \beta_t + w_t + e_t \quad (W_t = w_{t-1} + u_t) \quad (6)$$

ADF ve PP testleri için sıfır hipotezi seride birim kök olduğunu yani serilerin durağan olmadığını ifade ederken KPSS testi için sıfır hipotezi serinin durağan olduğunu ifade etmektedir. ADF ve PP testleri sonucunda sıfır hipotezinin reddedilmesi, KPSS testi sonucunda ise sıfır hipotezinin kabul edilmesi serinin durağan olduğunu göstermektedir.

Çalışmada kullanılan değişkenlerin (LEX, LIM, LG, LEC) doğal logaritması alınmış ve değişkenlere ait durağanlık test sonuçları Tablo 3’de gösterilmiştir. Durağanlık testlerinde ADF birim kök testi, PP birim kök testi ve KPSS birim kök testi kullanılmıştır.

Durağanlık testleri ile ilk olarak serilerin düzey değerlerinde durağanlıkları araştırılmıştır. Buna göre büyüme serisi KPSS testine göre, elektrik tüketimi serisi ise PP ve KPSS testine göre seviyesinde durağan çıkmıştır. Diğer taraftan ihracat ve ithalat serilerinin birinci farklarında durağan oldukları görülmüştür.

Tablo 3. ADF, PP ve KPSS Test Sonuçları

| | | | LEX | LIM | LG | LEC |
|-----------------------|--------------|-----|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| ADF Test İstatistiği | Düzyey | S | -1.257 (0.649) | -1.217 (0.667) | -0.653 (0.854) | 0.04 (0.960) |
| | | S-T | -0.716 (0.970) | -1.948 (0.625) | -2.183 (0.496) | -2.42 (0.365) |
| (t İst.) | Birinci Fark | S | -13.975 (0.000)* | -6.309 (0.000)* | -18.422 (0.000)* | -12.668 (0.000)* |
| | | S-T | -14.022 (0.000)* | -6.321 (0.000)* | -18.383 (0.000)* | -12.647 (0.000)* |
| PP Test İstatistiği | Düzyey | S | -1.170 (0.687) | -1.037 (0.740) | -0.748 (0.831) | -0.069 (0.950) |
| | | S-T | -1.160 (0.915) | -1.606 (0.787) | -2.439 (0.358) | -3.635 (0.028)** |
| (t İst.) | Birinci Fark | S | -21.675 (0.000)* | -15.908 (0.000)* | -18.421 (0.000)* | -30.044 (0.000)* |
| | | S-T | -21.405 (0.000)* | -15.896 (0.000)* | -18.382 (0.000)* | -29.971 (0.000)* |
| KPSS Test İstatistiği | Düzyey | S | 1.844 | 1.780 | 1.879 | 1.954 |
| | | S-T | 0.365 | 0.285 | 0.147*** | 0.202** |
| (LM ist.) | Birinci Fark | S | 0.200* | 0.124* | 0.055* | 0.080* |
| | | S-T | 0.104* | 0.094* | 0.052* | 0.069* |

Not: *, ** ve *** sırası ile %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyinde ADF ve PP testlerinde sıfır hipotezinin reddedildiğini, KPSS testinde ise sıfır hipotezinin kabul edildiğini ifade etmektedir. Parantez içindeki değerler olasılık değerleridir. Gecikme uzunlukları ADF testinde AIC (max=14), PP ve KPSS testlerinde Newey-West Bandwith (max=4) olarak belirlenmiştir. ADF ve PP Testleri için H_0 : Seri birim kök içermektedir, KPSS Testi için H_0 : Seri birim kök içermemektedir. S, sabitli; S-T, sabitli ve trendli ifade etmektedir.

Uygulanan birim kök testlerine göre tüm değişkenlerin aynı dereceden durağan olmamaları Johansen eşbütünlük gibi geleneksel testlerin uygulanmasını engellemektedir. Bu durumda Pesaran vd (1997) geliştirdiği ARDL modeli kullanılabilir. ARDL (Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif) yaklaşımı, farklı dereceden durağan seriler için eşbütünlük ilişkisinin araştırılmasına izin vermesinin yanında her bir değişken için farklı gecikme uzunluklarının seçilebilmesi, küçük gözlemlerde de etkili sonuçlar verebilmesi ve tek denklem temeline dayandığı için yorumlanmasının kolay olması gibi özellikleri yönünden tercih edilmektedir (Harris and Sollis, 2005). Buna karşın ikinci ya da daha yüksek bir dereceden durağan olan serilere uygulanmaması modelin olumsuz yanını oluşturmaktadır. Bu durumda ARDL modelinin uygulanabilmesi için serilerin I(0) ve I(1) olmaları koşulunun sağlanması gerekmektedir (Çağlayan, 2006).

$$\Delta LX_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{m1} \beta_1 \Delta LX_{t-i} + \sum_{i=0}^{m2} \beta_2 \Delta LM_{t-i} + \sum_{i=0}^{m3} \beta_3 \Delta LG_{t-i} + \sum_{i=0}^{m4} \beta_4 \Delta LEC_{t-i} + \phi_1 LX_{t-1} + \phi_2 LM_{t-1} + \phi_3 G_{t-1} + \phi_4 LEC_{t-1} + \varepsilon_t \quad (7)$$

Değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkileri tespit etmek amacıyla 7 numaralı denklem ile ifade edilen ARDL modeli kurulmuştur. Modelde Δ birinci farkı, β_0 , sabit terimi, β_1 , β_2 , β_3 , ve β_4 kısa dönem katsayıları, ϕ_1 , ϕ_2 , ϕ_3 , ϕ_4 uzun dönem katsayıları, ε_t ise beyaz gürültü hata terimini temsil etmektedir. Ayrıca modelinin sıfır hipotezi seriler arasında eşbütünlük ilişkisinin olmadığını ifade etmektedir.

$$H_0: \phi_1 = \phi_2 = \phi_3 = \phi_4 = 0 \text{ (Eşbütünlük yok)}$$

$$H_1: \phi_1 \neq \phi_2 \neq \phi_3 \neq \phi_4 \neq 0 \text{ (Eşbütünlük var)}$$

ARDL modelinin diğer geleneksel eşbütünlük testlerine göre diğer bir avantajı da hem kısa dönem hem de uzun dönem parametrelerine ait tahminlerin birlikte elde edilebilmesidir. Uzun dönem ilişkisi için OLS yöntemi ile model tahmin edilerek F testi sonuçları değerlendirilir. F test değeri Pesaran vd. (2001) belirlediği alt ve üst sınırlarla karşılaştırılır. Eğer F istatistik değeri üst sınır değerini aşıyorsa sıfır hipotezi reddedilerek eşbütünlük olduğu sonucuna varılır (Esen ve Özata, 2015).

Tablo 4. Sınır Testi Sonuçları

| k | F İstatistiği | Anlamlılık Düzeyleri | Alt sınır | Üst sınır |
|---|---------------|----------------------|-----------|-----------|
| 3 | 3.598 | %10 | 2.01 | 3.1 |
| | | %5 | 2.45 | 3.63 |
| | | %1 | 3.42 | 4.84 |

Not: k bağımsız değişken sayısını göstermektedir.

Tablo 4, değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkileri belirlemek için uygulanan sınır testine ait bilgileri içermektedir. Pesaran vd. (2001) tarafından hesaplanan alt ve üst sınır değerleri ile F istatistik değeri karşılaştırıldığında F istatistik değerinin %10 önem seviyesinde üst sınırı aştığı görülmektedir. Bu sonuca göre değişkenler arasında %10 önem seviyesinde eşbütünlük ilişkisinin olduğu söylenebilir. Değişkenler arasında uzun dönemli ilişkilerin saptanmasından sonra bu uzun dönemli ilişkilerin katsayıları ve kısa dönem katsayıları ARDL yöntemi ile tespit edilmektedir.

ARDL modelinin kurulabilmesi için yapılması gereken işlemlerden biri de uygun gecikme uzunluklarını belirlemektir. Bu çalışmada Akaike Bilgi Kriteri (AIC) dikkate alınarak ihracat (EX), iktisadi büyüme (G), ithalat (IM) ve elektrik tüketimi (EC) için ARDL (3,1,2,1) modeli belirlenmiştir. Uzun dönem ilişkileri veren ARDL modelinin genel ifadesi 8 numaralı eşitlikte görüldüğü gibidir.

$$X_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{m1} \beta_1 \Delta LX_{t-i} + \sum_{i=0}^{m2} \beta_2 \Delta LM_{t-i} + \sum_{i=0}^{m3} \beta_3 \Delta LG_{t-i} + \sum_{i=0}^{m4} \beta_4 \Delta LEC_{t-i} + \varepsilon_t \quad (8)$$

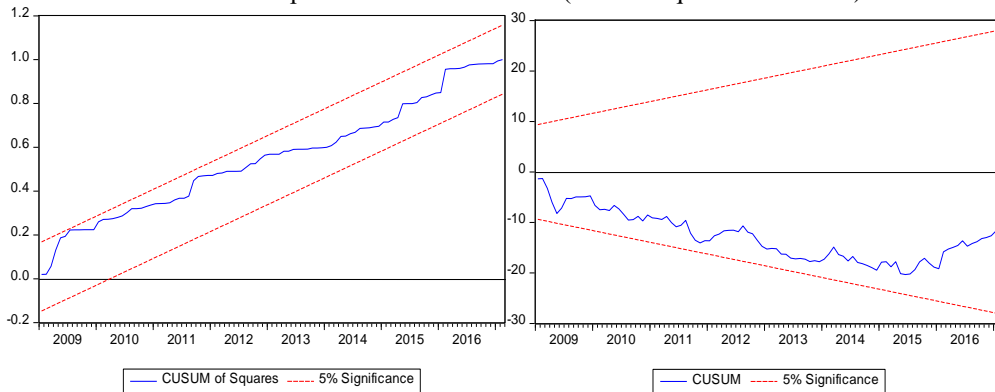
Tablo 5. ARDL (3,1,2,1) Modeli Tahmin Sonuçları

| Değişkenler | Katsayılar | t-istatistik Değerleri | Olasılık Değerleri |
|-----------------------------|------------|------------------------|--------------------|
| LX(-1) | 0.529* | 8.148 | 0.000 |
| LX(-2) | 0.152** | 2.097 | 0.037 |
| LX(-3) | 0.172* | 2.799 | 0.005 |
| LG | 0.383* | 2.632 | 0.009 |
| LG(-1) | -0.382* | -2.591 | 0.010 |
| LM | 0.200* | 2.878 | 0.004 |
| LM(-1) | 0.108 | 1.162 | 0.246 |
| LM(-2) | -0.178** | -2.544 | 0.011 |
| LEC | 0.082 | 0.733 | 0.463 |
| LEC(-1) | -0.205*** | -1.843 | 0.066 |
| DUMMY2008M9 | -0.098*** | 1.925 | 0.055 |
| C | 1.255** | 2.197 | 0.029 |
| @TREND | 0.0007** | 2.193 | 0.029 |
| R ² | | 0.994 | |
| F İstatistik | | 3644.521 | |
| LM Testi | | 1.387 (0.251) | |
| Breusch-Pagan-Godfrey Testi | | 0.755 (0.706) | |

Not: *, ** ve *** sırası ile %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir

Tablo 5'e göre kukla değişken ile tahmin edilen ARDL (3,1,2,1) modelinde kukla değişkene ait katsayımın anlamlı ve negatif işaretli olduğu görülmektedir. Bu durum 2008 krizinin olumsuz etkisini ortaya koymaktadır. Modelde ihracat ve ekonomik büyüme serileri cari dönemde ve gecikmeli değerlerinde genel olarak %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı iken elektrik tüketimi serisi cari dönemde anlamsız ancak bir gecikmeli değerinde anlamlı hale gelmiştir. Ayrıca model otokorelasyon ve değişen varyans sorunu içermemektedir.

Grafik 2. Yapısal İstikrarlık Testleri (Cusum-Squares ve Cusum)



Grafik 2'de yapısal istikrarlık test sonuçları gösterilmektedir. ARDL (3,1,2,1) modeli için yapısal kırılma testleri uygulandığında yapısal kırılmanın söz konusu olmadığı görülmektedir. Bunun üzerine otokorelasyon ve değişen varyans sorunu da içermeyen bu model ile uzun dönem katsayılar tahmin edilmiştir.

Tablo 6. ARDL (3,1,2,1) Modeli Uzun Dönem Katsayıları

| Uzun Dönem Katsayıları | | | |
|------------------------|---------------|------------------------|--------------------|
| Bağımlı Değişken: LX | | | |
| Bağımsız Değişkenler | Katsayılar | t-istatistik değerleri | Olasılık değerleri |
| LG | 0.008 | 0.014 | 0.988 |
| LM | 0.889* | 5.878 | 0.000 |
| LEC | -0.154 | -1.504 | 0.133 |
| DUMMY2008M9 | -0.675*** | 1.759 | 0.079 |
| @TREND | 0.005* | 2.620 | 0.009 |
| LM (Otokorelasyon) | 2.786 (0.096) | | |
| Breusch-Pagan-Godfrey | 1.766 (0.058) | | |
| (Değişens Varyans) | | | |

Not: * ve *** sırası ile %1 ve %10 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir

Hesaplanan uzun dönem katsayılarının işaretine ve istatistiksel anlamlılığına bakılarak, modelde kullanılan değişkenler için uzun dönem ilişkisi hakkında tahminler yapılabilmektedir. Buna göre, Tablo 6'da yer alan ARDL modeli ile tahmin edilen uzun dönem katsayıları incelendiğinde ithalatta meydana gelen %1 oranındaki bir değişimin ihracatı %0.8 oranında pozitif etkilediği anlaşılmaktadır. Buna karşın iktisadi büyüme ve elektrik tüketimi değişkenlerine ait katsayılar istatistiksel olarak anlamlı çıkmamıştır. Kriz yılını dikkate alarak modele eklenen kukla değişkenin ise %1 önem düzeyinde anlamlı çıkması uzun dönemde ekonomik krizin olumsuz etkilerinin devam ettiğini göstermektedir. Sonuç olarak uzun dönem katsayıları ile ihracat üzerinde ithalatın beklentilere uygun bir biçimde pozitif (%0.8) etkili olduğu iktisadi krizlerin ise yine beklentilere uygun biçimde negatif (%-0.675) etkili olduğu ancak ithalattaki etkinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişkiler ise ARDL modeli temelinde kurulan kısıtsız hata düzeltme modeli ile ortaya koyulmaktadır. 9 numaralı eşitlik ile ifade edilen hata düzeltme modelinde yer alan ECM terimi hata düzeltme terimidir. Hata düzeltme teriminin katsayısının negatif ve istatistiksel açıdan anlamlı olması durumunda kısa dönemde ortaya çıkan sapmaların kaç dönem sonra ortadan kalkacağı belirlenmektedir.

$$\Delta LX_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{m1} \beta_1 \Delta LX_{t-i} + \sum_{i=0}^{m2} \beta_2 \Delta LM_{t-i} + \sum_{i=0}^{m3} \beta_3 \Delta LG_{t-i} + \sum_{i=0}^{m4} \beta_4 \Delta LET_{t-i} + \delta ECM_{t-i} + \varepsilon_t \quad (9)$$

Tablo 7. ARDL (3,1,2,1) Modeli Hata Düzeltme Modeli

| Hata Düzeltme Modeli | | | |
|----------------------|------------|------------------------|--------------------|
| Bağımlı Değişken: LX | | | |
| Bağımsız Değişkenler | Katsayılar | t-istatistik değerleri | Olasılık değerleri |
| D(LX(-1)) | -0.326* | -5.278 | 0.000 |
| D(LX(-2)) | -0.180* | -3.075 | 0.002 |
| D(LG) | 0.368* | 2.716 | 0.007 |
| D(LM) | 0.174* | 2.614 | 0.009 |
| D(LM(-1)) | 0.188* | 2.800 | 0.005 |
| D(LEC) | 0.098 | 0.954 | 0.340 |
| D(DUMMY2008M9) | -0.191* | 5.295 | 0.000 |
| C | 0.880* | 2.822 | 0.005 |
| ECM(-1) | -0.101* | -2.798 | 0.005 |

Not: *, %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tablo 7'de kısa dönemde değişkenler arasındaki ilişkileri araştırmak üzere ARDL yaklaşımı temelinde kurulan hata düzeltme modeli sonuçları yer almaktadır. Hata düzeltme modelinde ECM (-1) değişkeni, uzun dönemli

ilişkiden elde edilen hata teriminin bir gecikmeli değeri olarak yer almaktadır ve kısa dönemde meydana gelecek sapmaların uzun dönemde ne kadarının düzeltileceğini göstermektedir. ECM (-1) değişkenin bu şekilde yorumlanabilmesi için negatif katsayılı ve istatistiksel olarak anlamlı olması gerekmektedir. Tablo 7’de ARDL (3,1,2,1) modeli ile tahmin edilen hata düzeltme katsayısı -0.101 olduğu görülmektedir. Bu durum kısa dönemdeki bir şokun yaklaşık %10’unun bir sonraki dönem düzeldiğini ifade etmektedir. Diğer bir ifade ile bu sonuç kısa dönemde meydana gelen şokların etkisinin yaklaşık 10 ayda düzeltilebildiği anlamına gelmektedir. Ayrıca modelde ithalat değişkenine ait katsayının pozitif anlamlı olması, elektrik tüketimine ait katsayının anlamsız olması uzun dönem bilgisi ile uyusmaktadır. Uzun dönemden farklı olarak kısa dönemde iktisadi büyüme değişkeninin de ihracat üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir.

Son dönemlerde, nedensellik testleri uygulanırken çalışmada yer alan değişkenlerin aynı dereceden durağan olmamaları üzerine Toda Yamamoto nedensellik testinin tercih edildiği görülmektedir (Ayla ve Küçükkale, 2018). Bu çalışmada da Granger nedensellik testine dayanan Toda Yamamoto testi ile nedensellik ilişkileri tespit edilmeye çalışılmıştır.

$$Y_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^{p+d_{\max}} \beta_{1(i+d)} Y_{t-(i+d)} + \sum_{i=1}^{p+d_{\max}} \beta_{2(i+d)} X_{t-(i+d)} + \varepsilon_{1t} \quad (10)$$

$$X_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^{p+d_{\max}} \alpha_{1(i+d)} Y_{t-(i+d)} + \sum_{i=1}^{p+d_{\max}} \alpha_{2(i+d)} X_{t-(i+d)} + \varepsilon_{2t} \quad (11)$$

Toda-Yamamoto testinin genel ifadesi 10 ve 11 numaralı eşitliklerde görüldüğü gibidir. 10 numaralı birinci modelin sıfır hipotezi $\beta_{2i} = 0$ şeklinde kurulan X değişkeninin Y değişkenine neden olmadığı durumu ifade etmektedir. 11 numaralı ikinci modelde ise sıfır hipotezi $\alpha_{1i} = 0$ şeklinde kurulmakta ve Y değişkenin X değişkenine neden olmadığını ifade etmektedir (Yılancı ve Özcan, 2010).

İlk olarak VAR modeli ile uygun gecikme uzunluğu AIC değeri dikkate alınarak her bir model için ayrı ayrı belirlenmiştir. Daha sonra değişkenlerin sahip oldukları en yüksek durağanlık düzeyinin (d_{\max}) 1 olması üzerine (VAR modeli ile belirlenen uygun gecikme uzunluğu + d_{\max}) olacak şekilde yeni gecikme değerleri tespit edilmiştir. Bunun yeni gecikme değerleri ile tekrar VAR modeli kurulmuş ve Wald testi ile nedensellikler incelenmiştir.

Tablo 8. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

| Sıfır Hipotezi | Gecikme Uzunluğu | Kikare İstatistik Değeri | Olasılık Değeri |
|---|------------------|--------------------------|-----------------|
| İktisadi büyüme ihracatın nedeni değildir | 3 | 1.662 | 0.435 |
| İhracat iktisadi büyümenin nedeni değildir | 3 | 4.039 | 0.132 |
| İthalat ihracatın nedeni değildir | 5 | 25.595* | 0.000 |
| İhracat ithalatın nedeni değildir | 5 | 10.558** | 0.032 |
| Elektrik tüketimi ihracatın nedeni değildir | 5 | 2.208 | 0.697 |
| İhracat elektrik tüketiminin nedeni değildir | 5 | 5.345 | 0.253 |
| İthalat iktisadi büyümenin nedeni değildir | 6 | 34.458* | 0.000 |
| İktisadi büyüme ithalatın nedeni değildir | 6 | 8.431 | 0.134 |
| Elektrik tüketimi iktisadi büyümenin nedeni değildir | 4 | 0.786 | 0.852 |
| İktisadi büyüme elektrik tüketiminin nedeni değildir | 4 | 14.509* | 0.002 |
| Elektrik tüketimi ithalatın nedeni değildir | 5 | 3.137 | 0.535 |
| İthalat elektrik tüketiminin nedeni değildir | 5 | 8.157 | 0.860 |

Not: * ve ** sırası ile %1 ve %5 anlamlılık düzeylerini ifade etmektedir

Tablo 8’de değişkenler arasındaki nedensellik ilişkilerine ait bilgiler yer almaktadır. Analiz sonucunda ihracat ve ithalat arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu saptanmıştır. Bunu yanında ithalattan iktisadi büyüme doğru ve iktisadi büyümeden elektrik tüketimine doğru tek yönlü nedensellik ilişkilerinin varlığı



ortaya koyulmuştur. Ayrıca ARDL modeli ile uzun dönem ve kısa dönem bilgileri sonucunda ulaşılan ithalatın ihracat üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi nedensellik testiyle de desteklenmiştir.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Türkiye'nin iktisadi dışa açılma sürecinde liberal dış ticaret politikalarını benimsemesi ile birlikte iktisadi büyümenin kaynaklarından biri olarak ihracat önemli bir hale gelmiştir. Ancak dış ticarete etki eden döviz kurları, coğrafi konum ve çeşitli anlaşmalar gibi dış ülkelerle bağlantılı faktörlerin yanında sahip olunan mevcut kaynak miktarı ve kalitesi, üretim bilgisi ve teknolojik altyapı gibi ülkeye özgü faktörlerin etkileri de söz konusudur. Bu içsel faktörlerde oluşan bir yetersizlik halinde üretim yapısı doğrudan etkilenebilmektedir. Ülke için de üretimin gerçekleştirilebilmesi için gerekli sermaye, hammadde veya teknoloji yetersiz kalıyorsa ithalat zorunlu hale gelmektedir.

Bu çalışma Türkiye'de ithalatın, iktisadi büyümenin ve elektrik tüketiminin ihracat ile olan ilişkilerini araştırmak üzere hazırlanmıştır. İthalat kalemleri arasında sermaye malı ve özellikle ara malı ithalatının yüksek düzeylerde olması üretimde kullanılan ithal girdilerin arttığını göstermektedir. Bu durum üretimin ve ihracatın ithalat ile olan bağımlı artırmaktadır. Çalışmanın analiz kısmında uygulanan nedensellik testi sonucuna göre ithalat ve ihracat arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bu sonuç, Türkiye'de ihracat miktarının ithalattaki değişimlerden etkilendiğini benzer şekilde ithalat miktarının da ihracattan etkilendiğini ortaya koymaktadır. Bunun yanında nedensellik testi sonucunda ithalatın iktisadi büyümeye neden olduğu, iktisadi büyümenin ise elektrik tüketimine neden olduğu görülmektedir. Analizlerde ihracat ile elektrik tüketimi arasında nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

Bir ülkenin uluslararası siyasette güçlü bir ülke olabilmesi, ekonomik açıdan yabancı ülkelere bağımlılığın azaltılması gibi amaçları gerçekleştirmenin en önemli yollarından biri ekonomik büyüme ve gelişmeyi sağlamak ve devam ettirmektir. Ancak dışa açık ekonomi politikaları ile bir taraftan ihracat gelirleri artırılırken diğer taraftan da ithalat giderleri yüksek oranda artış göstermektedir. Artan ithalat içinde üretimin devamlılığını sağlayıcı sermaye malı ve ara malı gibi mal gruplarının daha fazla artış göstermesi üretimi ve ihracatı ithalata bağımlı hale getirmektedir. Bu yönüyle ihracata dayalı büyüme modeli ithalata bağımlı hale gelmektedir. Uygulanan nedensellik testi bu durumu desteklemektedir. Diğer taraftan çalışma sonucunda iktisadi büyümenin elektrik tüketimine neden oluyor olması gelişmekte olan ülkelerde iktisadi büyüme ile birlikte üretim alanlarında, konutlarda ve birçok yerde elektrik tüketiminin de artması ile açıklanabilmektedir.

KAYNAKÇA

AJMI, Ahdi N.; AYE, Goodness C.; BALCILAR, Mehmet and GUPTA, Rangan (2015), "Causality between Exports and Economic Growth in South Africa: Evidence from Linear and Nonlinear Tests", **The Journal of Developing Areas**, 49(2), 163-181.

AKTAŞ, Cengiz (2009), "Türkiye'nin İhracat, İthalat ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik Analizi", **Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 18(2), 35-47.

ALI, Abdulkadir Ali; ALI, Yassin Sheikh Ali and DALMAR, Mohamed Saney (2018), "The Impact of Imports and Exports Performance on the Economic Growth of Somalia", **International Journal of Economics and Finance**, 10(1), 1916-9728.

AL-MULALI, Usama and SHEAU-TİNG, Low (2014), "Econometric Analysis of Trade, Exports, Imports, Energy Consumption and CO2 Emission in Six Regions", **Renewable and Sustainable Energy Reviews**, 33, 484-498.

ALTINTAŞ, Halil ve KOÇBULUT, Özgür (2014), "Türkiye'de Elektrik Tüketiminin Dinamikleri Ve Ekonomik Büyüme: Sınır Testi Ve Nedensellik Analizi", **Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 43, 37-65.

AWOKUSE, Titus O. (2007), "Causality between Exports, Imports, and Economic Growth: Evidence from Transition Economies", **Economics Letters**, 94, 389-395.



AYLA, Dilara ve KÜÇÜKKALE, Yakup (2018). “Cari Açık ve Tasarruf İlişkisi: Calderon Argümanı Bağlamında Türkiye Örneği”, **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 32(2), 315-334.

BABATUNDE, Musibau Adetunji (2014), “Are Exports and Imports Cointegrated? Evidence from Nigeria”, **Journal of International and Global Economic Studies**, 7(2), 45-67.

BAKARI, Sayef and MABROUKI, Mohamed (2016), “The Relationship among Exports, Imports and Economic Growth in Turkey”, **Munich Personal RePEc Archive**, MPRA Paper No: 76044

BİLGİN, Cevat ve ŞAHBAZ, Ahmet (2009). “Türkiye’de Büyüme ve İhracat Arasındaki Nedensellik İlişkileri”, **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 8(1), 177-198.

ÇAĞLAYAN, E. (2006). Enflasyon, Faiz Oranı ve Büyümenin Yurtiçi Tasarruflar Üzerindeki Etkileri, **Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, 11(1)

CHEONG, Tang Tuck (2005), “Are Malaysian Exports and Imports Cointegrated? A Comment”, **Sunway Academic Journal**, 2, 101–107.

DEDEOĞLU, Dinçer ve KAYA, Hüseyin (2013), “Energy Use, Exports, Imports and GDP: New Evidence from the OECD Countries”, **Energy Policy**, 57, 469–476.

DICKEY, D. Fuller (1981), “The Likelihood Ratio Statics for Autoregressive Time Series with a Unit Root”, **Econometrica**, 49.

ERDOĞAN, Savaş (2006), “Türkiye’nin İhracat Yapısındaki Değişme ve Büyüme İlişkisi: Koentegrasyon ve Nedensellik Testi Uygulaması”, **Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi**, 9(10), 30–39.

ERDOĞAN, Savaş ve GÜRBÜZ, Süleyman (2014), “Türkiye’de Enerji Tüketimi ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Yapısal Kırımlı Zaman Serisi Analizi”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 32, 79-87.

ESEN, Ethem ve ÖZATA, Erken (2015). “Turizmin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Turizme Dayalı Büyüme Hipotezinin Türkiye İçin Geçerliliğinin ARDL Modeli ile Analizi”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 43-58.

ESFAHANI, H.S. (1991), “Exports, Imports, and Economic Growth in Semi Industrialized Countries”, **Journal of Development Economics**, 35, 93-116.

GUJARATI, D., (2004), “Basic Econometrics” Fourth Edition, McGraw Hill Companies

HARRIS, Richard and SOLLİS, Robert (2005). “Applied Time Series. Modelling and Forecasting.” John Wiley & Sons, Chichester, England.

KÖSEKAHYAOĞLU, Levent ve ŞENTÜRK, Canan (2006). “İhracata Dayalı Büyüme Hipotezinin Testi: Türkiye ve Yeni Gelişen Ekonomiler Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2(4), 23-45.

LAN, Li (2010), “An Empirical Analysis of Relationship between Export and Energy Consumption in Shandong Province”, **International Journal of Business Management**, 5 (3), 214-216.

NARAYAN, Paresh Kumar and SMYTH, Russell (2009), “Multivariate Granger Causality Between Electricity Consumption, Exports and GDP: Evidence from A Panel of Middle Eastern Countries”, **Energy Policy**, 37, 229–236.

NAZLIOĞLU, Şaban (2010), Makro İktisat Politikalarının Tarım Sektörü Üzerindeki Etkileri: Gelişmiş Ve Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Bir Karşılaştırma. Doktora Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

NNAJI, Chibueze, E.; CHUKWU, Jude, O. and MOSES, Nnaji (2013), “Does Domestic Energy Consumption Contribute to Exports? Empirical Evidence from Nigeria”, **International Journal of Energy Economics and Policy**, 3(3), 297-306.

PESERAN, M. Hashem., SHIN, Yongcheol and Smith, Richard (2001). “Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships”, **Journal of Applied Econometrics**, 16(3), 289-326.



PHILLIPS, Peter C. B. and PERRON, Pierre (1988), "Testing for a Unit Root in Time Series Regression", **Biometrika**, 75(2), 335-346.

PHILLIPS, Peter C.B. and HANSEN, Bruce E. (1990), "Statistical Inference in Instrumental Variables Regression with I (1) Processes", **The Review of Economic Studies**, 57, 99-125.

SADORSKY, Perry (2011), "Trade and Energy Consumption in the Middle East", **Energy Economics**, 33, 739-749.

SANDALCILAR, Ali Rıza (2012), "BRIC Ülkelerinde Ekonomik Büyüme ve İhracat Arasındaki İlişki: Panel Eşbütünleşme ve Panel Nedensellik", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 17(1):161-179.

SEVÜKTEKİN, Mustafa ve NARGELEÇEKENLER, Mehmet (2007), "Ekonometrik Zaman Serileri Analiz, Eviews Uygulamalı", Geliştirilmiş 2. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım

TARI, Recep (2015), "Ekonometri, Geleneksel Yöntemler, Zaman Serileri Analizi ve Panel Veri Analizleri", Umuttepe Yayınları, 11. Baskı, Kocaeli.

TEİAŞ (2018), Türkiye Elektrik İletim A.Ş., <https://www.teias.gov.tr/>

THORNTON, Jhon (1996), "Cointegration, Causality and Export-Led Growth in Mexico", **Economics Letters**, 50(3), 413-416.

TÜİK (2018), TÜİK Veri Tabanı, www.tuik.gov.tr.

TUNCER, İsmail (2002), "Türkiye'de ihracat, ithalat ve Büyüme: Toda-Yamamoto Yöntemiyle Granger Nedensellik Analizleri (1980-2000)", **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Enstitü Dergisi**, 9(9), 90-106.

UĞURLU, Erginbay (2009). "Durağanlık ve Birim kök Sınamaları", Ders Notları, Kitapçık 1

YILANCI, Veli ve ÖZCAN, Burcu (2010), "Yapısal Kırılmalar Altında Türkiye için Savunma Harcamaları ile GSMH Arasındaki İlişkinin Analizi", **C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 11(1), 21-33.



ÖZEL SERMAYELİ MEVDUAT BANKALARININ FİNANSAL PERFORMANSLARININ İNCELENMESİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

M. Esra ATUKALP¹

ÖZET

İşletmelere ve bireylere sundukları finansman imkânları, şubelerinin ülke genelinde yaygınlığı ve ayrıca tasarruf sahiplerinin alışkanlıkların da bir sonucu olarak tasarrufları toplama noktasında sahip olduğu tercih edilme durumu, mevduat bankalarını diğer finansal kurumlar arasında daha aktif duruma getirmiştir.

Mevduat bankalarının performanslarının incelenmesi banka yönetimi, banka paydaşları ve analizciler tarafından önem verilen bir konudur. Bu çalışmanın amacı, Türk bankacılık sisteminde faaliyet gösteren özel sermayeli mevduat bankalarının finansal performanslarını incelemektir. İnceleme yöntemi olarak çok kriterli karar verme tekniklerinden olan Multi-MOORA kullanılmış olup, inceleme 2015, 2016 ve 2017 yılları esas alınarak gerçekleştirilmiştir. Performans değerlendirmesinde kârlılık, likidite, aktif kalitesi, sermaye yeterliliği, gelir-gider yapısı oranlarının bir kısmından yararlanılmıştır. Analiz sonucuna göre, seçilen kriterler doğrultusunda, ele alınan yılların tamamında Akbank en iyi finansal performansa sahip özel sermayeli mevduat bankasıdır. 2015 yılında Anadolubank, 2016 ve 2017 yılında ise Türkiye İş Bankası performans sıralamasında ikinci sırada yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Performans, Mevduat Bankası, Türkiye, Multi-MOORA.

Jel Kodları: G21, L25.

INVESTIGATION OF FINANCIAL PERFORMANCE OF DEPOSIT BANKS WITH PRIVATE CAPITAL: TURKEY SAMPLE

ABSTRACT

The availability of financing to businesses and individuals, the prevalence of branches throughout the country as well as the preference status at the collection point as a result of the habits of savings holders, have made deposit banks more active among other financial institutions.

Investigation of the performance of deposit banks is a matter of importance by bank management, bank stakeholders and analysts. The aim of this study is to examine the financial performance of private capital deposit banks operating in Turkish banking system. Multi-MOORA, one of the multi-criteria decision making technique, was used as the method of examination and the study was conducted based on 2015, 2016 and 2017. In the performance evaluation, profitability, liquidity, asset quality, capital adequacy, income-expenditure structure ratios were used. According to the results of the analysis, Akbank is the private deposit bank with the best financial performance in all of the years in line with the selected criteria. Anadolubank ranked second in 2015 and Turkey İşbank ranked second in 2016 and 2017, respectively.

Keywords: Financial Performance, Deposit Banks, Turkey, Multi-MOORA.

Jel Codes: G21, L25.

1. GİRİŞ

Mevduat bankaları özellikle reel sektörle ilişkilerinin de belirleyici olması nedeniyle Türkiye ekonomisinde öneme sahip finansal kurumlardır. Sundukları finansman imkânları ve tasarrufları toplama noktasında sahip

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi, Bulancak K.K. Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, esra.atukalp@gmail.com



oldukları tercih edilme durumu, mevduat bankalarını diğer finansal kurumlar arasında daha aktif duruma getirmiştir.

Söz konusu öneminden yola çıkılarak, finansal sistem üzerine yapılan çalışmalarda mevduat bankaları fazlaca ele alınmaktadır. Çalışmalarda ele alınan hususlar,

- mevduat bankalarının performansları,
- mevduat bankalarının performansları üzerine etkili olan faktörler,
- mevduat bankalarının ülke ekonomisinde sahip olduğu etkiler,
- söz konusu etkiler üzerine banka yapısında belirleyici olan faktörler

şeklinde sıralanabilir.

Mevduat bankalarının performanslarının incelenmesi hususunda çok kriterli karar verme tekniklerinden yararlanılabilir. AHP, TOPSİS, VİKOR, ELECTRE, PROMETHEE, MOORA çok kriterli karar verme teknikleri olarak sıralanabilir. Türk bankacılık sistemine ilişkin yapılan incelemelerde MOORA metoduyla yapılan çalışmalar diğerlerine göre daha az sayıdadır. Bu çalışmada Türk bankacılık sisteminde faaliyet gösteren mevduat bankaları, performansta etkili olan mülkiyet yapılarına göre ayrıma tabi tutulmuş ve özel sermayeli mevduat bankalarının seçilen finansal oranlar doğrultusunda performansı incelenmiştir.

Çalışmada giriş bölümünden sonra üç bölüm yer almaktadır. Girişten sonraki ilk bölümde Türk bankacılık sisteminde yer alan mevduat bankaları incelenmiştir. Sonraki bölümde çalışmanın amacı doğrultusunda özel sermayeli mevduat bankalarının finansal performansının analizi gerçekleştirilmiştir. Bu bölümde ilk önce analiz yöntemi ile yapılmış çalışmalardan bir kısmı incelenmiştir. Daha sonra analizin gerçekleştirileceği yöntem ve ele alınan veri seti açıklanmıştır. Bu bölümde ayrıca analiz bulguları açıklanmış ve incelenmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde ise analizin genel değerlendirmesine yer verilmiştir. Çalışmada ayrıca analiz bulgularının oluşturulması sürecinde ortaya çıkan sonuçlar, detaylı olarak ekler bölümünde verilmiştir.

2. TÜRK BANKACILIK SİSTEMİNDE MEVDUAT BANKALARI

Mevduat bankalarının ekonomide finansal aracılık, kaynaklara akıcılık sağlama, kaynak kullanımında etkinlik, kaynaklarda süre ve tutar uyumu sağlama, kaydı para veya banka parası yaratma, para politikasının uygulanmasında etkinlik sağlama ve uluslararası ticareti geliştirme gibi fonksiyonları bulunmaktadır (Akgüç, 2011: 2-4).

Söz konusu fonksiyonlara sahip mevduat bankalarını çeşitli açılardan sınıflandırarak incelemek mümkündür. Bankalar mülkiyet yapılarına göre sınıflandırıldığında kamusal sermayeli, özel sermayeli ve yabancı sermayeli bankalar olarak sınıflandırılabilir. Sermayesinin % 50'sinden fazlasına (Delikanlı, 2015: 40-41);

- devlet ya da devlete ait kurumların sahip olduğu ve yönetimleri ile denetimi de ilgili kurumlar tarafından kontrol edilen bankalara kamu bankaları,
- bankanın merkezinin bulunduğu ülkedeki gerçek kişilerin ve devlet kontrolünde olmayan tüzel kişilerin sahip olduğu bankalara özel bankalar,
- yabancı kişi veya kuruluşlara ait olan bankalara yabancı bankalar denilmektedir.

Söz konusu mülkiyet gruplarında bulunan bankaların sayı, şube sayısı ve aktif payı itibarıyla sistemdeki durumları Tablo 1 ve Şekil 1'de gösterilmektedir. Tablo 1'de mevduat bankalarının 2010-2017 dönemi itibarıyla mülkiyet yapılarına göre banka ve şube sayısı verilmektedir.

**Tablo 1.** Mevduat Bankası ve Şube Sayısı

| | 2010 | | 2011 | | 2012 | | 2013 | | 2014 | | 2015 | | 2016 | | 2017 | |
|----------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|-----------|---------------|
| | B | Şube | B | Şube | B | Şube | B | Şube | B | Şube | B | Şube | B | Şube | B | Şube |
| K | 3 | 2.744 | 3 | 2.909 | 3 | 3.079 | 3 | 3.397 | 3 | 3.500 | 3 | 3.681 | 3 | 3.702 | 3 | 3.677 |
| Ö | 11 | 4.582 | 11 | 4.944 | 12 | 5.100 | 11 | 5.339 | 11 | 5.455 | 9 | 4.299 | 9 | 4.132 | 9 | 4.013 |
| Y | 17 | 2.096 | 16 | 1.938 | 16 | 2.012 | 17 | 2.244 | 19 | 2.226 | 21 | 3.170 | 21 | 2.905 | 21 | 2.809 |
| T | 32 | 9.422 | 31 | 9.791 | 32 | 10.191 | 32 | 10.980 | 34 | 11.181 | 34 | 11.150 | 34 | 10.739 | 34 | 10.499 |

Kaynak: Türkiye Bankalar Birliği (TBB) Banka, Şube ve Personel Bilgileri verilerinden derlenmiştir.

B: Banka Sayısı, K: Kamu, Ö: Özel, Y: Yabancı, T: Toplam

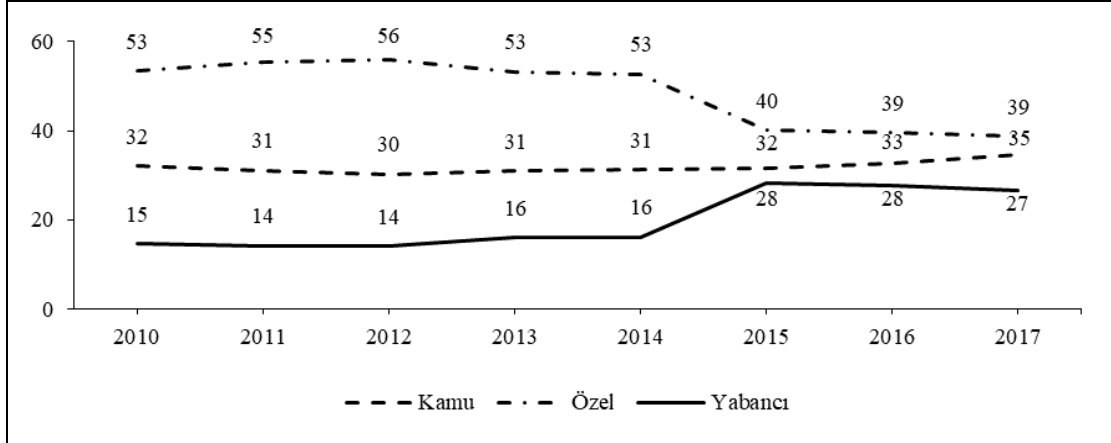
Bankacılık sisteminin verileri incelendiğinde 2006 yılına kadar banka sayısı en yüksek olan banka grubunun özel sermayeli bankalar olduğu bilgisi elde edilmektedir. 2006 yılında gerek banka sayısı gerekse şube sayısı yabancı mülkiyetindeki bankalarda önemli ölçüde artmıştır. Şubeleşme düzeyi yerel bankalar kadar çok olmasa dahi, yabancı bankaların sayısı 2006 yılından sonra özel bankalardan önemli ölçüde fazladır. Bu durum, yabancı bankaların özellikle 2006 ve sonrasında gerek şube açarak gerekse yeni banka kurarak ve hisse devri ile özel bankaların mülkiyet yapısını değiştirerek Türkiye'deki faaliyetini artırdıklarını göstermektedir.

Yerel bankalar² ele alındığında ise özel sermayeli bankaların banka sayısı ve şube sayısının kamu bankalarından fazla olduğu görülmektedir. Ancak özel bankaların şube sayısı, kamu bankalarına göre banka sayısı nispetinde fazla değildir. Örneğin, 2010-2014 döneminde kamu bankası sayısının yaklaşık 4 katı kadar özel banka bulunmasına karşın özel bankaların şube sayısı kamu bankalarının şube sayısından bu ölçüde fazla değildir. Özel bankaların şube açmadığı ve az şube ile faaliyet gösterdiği yerlerde kamu bankalarının şubesinin bulunması veya daha fazla şube ile faaliyet göstermesi buna sebep olmaktadır. Ayrıca 2015 yılı ve sonrasında özel bankaların şubeleşme oranının azaldığı, 2017 yılında kamu bankalarının üç katı sayıya sahip olan özel bankaların şube sayısının, daha çok azalarak kamu bankası şube sayısına çok yaklaştığı gözlenmektedir. Tüm banka gruplarında söz konusu olan bu azalışın maliyet azaltma amacı ile gerçekleştirildiği söylenebilir.

Mevduat bankacılığı toplamında banka gruplarının sahip oldukları aktiflerin yüzde payı Şekil 1'de verilmiştir. Özel bankaların sayısı yabancı bankalardan az olsa dahi özel bankaların aracılık faaliyetlerinde daha fazla yer alması aktif payının fazlalığında etkilidir.

Mevduat bankaları aktif toplamının 2015 yılına kadar yarısından fazlası özel bankalara aittir. 2015 yılı ve sonrasında bankaların mülkiyet yapısı değişikliklerinin de etkisi ile özel bankaların aktif payı azalmıştır. Ancak bu azalışa rağmen bankacılık piyasasında en fazla aktif payına sahip olan bankalar özel bankalardır. 2010-2017 döneminde % 11-13 aktif payına sahip olan Garanti Bankası'nın 2015 yılında hisse devri ile yabancı sermaye mülkiyetine geçmesi, özel sermayeli bankaların aktif payındaki azalışta öneme sahiptir.

² Yerel bankalar, kamusal sermayeli ve özel sermayeli bankalardan oluşmaktadır.



Kaynak: TBB verilerinden yararlanarak hazırlanmıştır.

Şekil 1. Aktif Grup Payı (%)

3. ÖZEL SERMAYELİ MEVDUAT BANKALARIN FİNANSAL PERFORMANS ANALİZİ

Türk bankacılık sisteminde faaliyet gösteren özel sermayeli bankaların ele alınan kriterlere göre performansının değerlendirildiği çalışmanın bu bölümünde, analiz yöntemine ilişkin literatür taraması yapılacak, analiz yöntemi ve ele alınan veri seti açıklanacaktır.

3.1. Literatür İncelemesi

Reel ve finansal sektöre ilişkin performans değerlendirme çalışmalarında çok kriterli karar verme tekniklerinin kullanımı oldukça önemli yer tutmaktadır. İncelenen çalışmalarda çok kriterli karar verme tekniklerinden olan MOORA (Multi-Objective Optimization on the basis of Ratio Analysis) tekniği yöntem olarak ele alınmaktadır. Yapılmış olan çalışmalar, ele alınan sektör, incelenen dönem ve seçilen kriterler bakımından farklılaşmaktadır.

Görener vd. (2013) çalışmalarında, seçilecek kriterlerin AHP ile ağırlıklandırılmasını yaparak ve bu kriterlerle MOORA yöntemlerini kullanarak, yeni oluşturulacak banka şubeleri için yer seçimine etkili olacak kriterleri belirlemişlerdir.

Stanujkic vd. (2013), Sırbistan bankalarını ele aldıkları çalışmalarında, çok kriterli karar verme yöntemlerinden SAW, ARAS, COPRAS, MOORA, Gri İlişkisel Analiz, VİKOR ve TOPSİS'i kullanmışlardır. Çalışmada farklı yöntemlerin farklı alternatifleri uygun alternatif olarak belirlediğine, yöntemlerin farklı özelliklere ve avantajlara sahip olduğuna, söz konusu karar verme yöntemlerinin seçiminin karmaşıklığına vurgu yapılmıştır.

Brauers vd. (2014) Litvanya'da kayıtlı bankaları, 2007-2009 dönemi ele alarak sıralamışlardır. Multi-MOORA metodunun kullanıldığı çalışmada, sıralama için kriterleri CAMELS baz alarak seçmişlerdir. 2007 yılının normal dönem, 2008-2009 yıllarının ise durgunluk dönemi olduğunun belirtildiği çalışmada, performansı 2008-2009 döneminde azalan bankanın performansında düşüşe neden olan kriterler de belirtilmiştir (Brauers vd., 2014: 18).

Uygurtürk'ün (2015) bulanık MOORA yöntemi ile yürüttüğü çalışmasında, müşteriler açısından en uygun internet şubesinin belirlenmesi amacıyla, bankaların internet şubelerini belirlenen kriterlere göre değerlendirilmiştir.

Özbek (2015) çalışmasında 2005-2014 döneminde OCRA ve MOORA yöntemi ile Türk bankacılık sektöründeki yabancı sermayeli mevduat bankalarına ilişkin olarak performans değerlendirmesi yapmıştır. Dokuz yabancı sermayeli bankanın performansının ele alındığı çalışmada, en iyi performansa sahip bankalar Finansbank ve Denizbank olarak belirlenmiştir.



Şişman ve Doğan (2016), Altunöz (2017) ve Atukalp (2018) tarafından yapılan çalışmalarda Borsa İstanbul (BİST)'de işlem gören bankaların finansal performansının değerlendirilmesi söz konusudur. Şişman ve Doğan (2016) çalışmalarında söz konusu bankaların 2008-2014 yılları arasındaki finansal performanslarına ilişkin bulanık AHP ve MOORA yöntemleri ile Altunöz (2017) ise 2007-2016 dönemini kapsama alarak bulanık MOORA ve bulanık AHP yöntemleri ile Atukalp (2018) ise 2010-2016 dönemini ele alarak Multi-MOORA metodu ile değerlendirme yapmıştır.

Şişman ve Doğan'ın çalışmalarında Akbank'ın finansal performansı en iyi; TEB'in ise finansal performansı son sırada yer alan banka olduğu tespit edilmiştir. Altunöz'ün çalışmasının sonuçlarına göre, en iyi performansa sahip bankanın İş Bankası, en kötü performansa sahip bankanın ise ICBC Turkey Bank olduğu belirlenmiştir. Atukalp'in çalışmasında Borsa İstanbul Banka Endeksi'nde yer alan bankalardan, Akbank'ın finansal performans bakımından ilk sırada yer aldığı belirlenmiştir.

Adıgüzel ve Bal (2017) çalışmalarında çok kriterli karar verme yöntemlerinden, MULTİMOORA ve veri zarflama analizini kullanarak, 2008-2013 dönemlerinde Türk Bankacılık sektörünün etkinlik analizini gerçekleştirmişlerdir. Yapılan değerlendirmeler sonucunda her iki metotta sonuçların benzer çıkmasının, veri zarflama analizi kadar yaygın bir kullanıma sahip olmayan MULTİMOORA'nın da etkinlik sıralaması hesaplamalarında kullanılabileceğini gösterdiği ortaya konulmuştur.

Finans sektöründe yapılan diğer çalışmalara ise Ömürbek ve Özcan (2016), Ceyhan ve Demirci (2017) ve Özbek (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmalar örnek olarak verilebilir. Ömürbek ve Özcan (2016) tarafından Multi-MOORA yöntemiyle BİST'te işlem gören sigorta şirketlerinin; Ceyhan ve Demirci (2017) tarafından ise BİST'te işlem gören leasing şirketlerinin performans ölçümü yapılmıştır. Özbek (2018) çalışmasında SWARA, ARAS, MOORA ve TOPSİS çok kriterli karar verme yöntemlerini bütünlük olarak kullanarak BİST'te işlem gören faktoring şirketlerinin mali yapılarının değerlendirmesini yapmıştır.

Finans sektörü dışında da MOORA metodunun kullanıldığı çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalara, Ömürbek ve Eren (2016), Genç vd. (2017) ile Ege ve Yaman (2018) tarafından yapılan çalışmalar örnek olarak verilebilir.

Ömürbek ve Eren (2016) çalışmalarında gıda sektöründe önemli yer tutan bir firmanın 2005-2014 yılları arasındaki performansını PROMETHEE, MOORA ve COPRAS yöntemleri ile değerlendirmişlerdir. Genç vd. (2017) çalışmalarında çok kriterli karar verme yöntemlerinden ARAS, TOPSİS ve MOORA yöntemleri vasıtasıyla Karadeniz Ekonomik İşbirliği'ne üye olan ülkelerin makroekonomik değişkenlerini kullanarak etkinliklerini analiz etmişlerdir. Ege ve Yaman (2018), BİST çimento-beton işletmeleri üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında, TOPSİS ve MOORA yöntemleri vasıtasıyla ölçülen performans ile firmaların pay getirileri arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir.

3.2. Yöntem

Finansal sektörde yer alan kurumların performansının değerlendirmesi noktasında çok kriterli karar verme teknikleri yaygın kullanıma sahiptir. Bu çalışmada Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren özel sermayeli mevduat bankalarının finansal performansları, çok kriterli karar verme tekniklerinden olan MOORA yönteminin tekniklerinin ortak sonucunu ele alan Multi-MOORA ile analiz edilecektir.

MOORA yöntemi oran analizine dayalı çok amaçlı optimizasyon ifadesinin kısaltmasıdır. Yöntem ayrık alternatiflerle çok amaçlı optimizasyon için önerilmiş bir yöntemdir (Brauers ve Zavadskas, 2006: 445). Çok kriterli karar verme tekniklerinin karşılaştırılmasının yer aldığı çalışmaya göre MOORA tekniği, matematiksel hesaplamaların asgari ve hesaplama zamanı çok az olan, güvenilirliği iyi bir tekniktir (Brauers ve Zavadskas, 2012: 5).

MOORA yönteminin, oran metodu, referans noktası yaklaşımı, önem katsayısı, tam çarpım formu Multi-Moora olarak sıralanan metotları bulunmaktadır (Ersöz ve Atav, 2011: 2). Multi-MOORA tekniğinin diyagramında da yer aldığı üzere (Brauers ve Zavadskas, 2012: 8) ilgili yöntem, MOORA yönteminin oran metodu, referans noktası yaklaşımı ve tam çarpım formu metotlarına ait sonuçların birlikte değerlendirilmesi ile uygulanmakta ve bu metotların sonuçlarının ortak değerlendirmesini ifade etmektedir.

MOORA yönteminde ilk önce Şekil 2'de gösterilen karar matrisi oluşturulmaktadır. Bu karar matrisinde her bir alternatifin ele alınan farklı kriterlere karşılık gelen değerleri yer almaktadır. Örneğin çalışmadaki verilere

ilişkin olarak, alternatif olan her özel banka için seçilen oranlar kriter olarak yazılmakta ve kriterlerin hedeflerinin maksimum ya da minimum olduğu belirlenmektedir ³.

| | Kriter 1 | Kriter 2 | Kriter i | Kriter n |
|--------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Alternatif 1 | X ₁₁ | X ₂₁ | X _{i1} | X _{n1} |
| Alternatif 2 | X ₁₂ | X ₂₂ | X _{i2} | X _{n2} |
| Alternatif j | X _{1j} | X _{2j} | X _{ij} | X _{nj} |
| Alternatif m | X _{1m} | X _{2m} | X _{im} | X _{nm} |

Kaynak: Brauers ve Zavadskas, 2012: 7.

Şekil 2. Karar Matrisi

Oran metodunda, karar matrisindeki değerler 1 no'lu formül uygulanarak normalize edilmektedir. Elde edilen değerler 2 no'lu formül ile hesaplandığında ortaya çıkan sonuçlardan en yüksek değere sahip alternatif, analiz sonucunda seçilen alternatif olacaktır (Brauers ve Zavadskas, 2006: 447).

$$x_{ij}^* = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^m x_{ij}^2}} \quad (1)$$

x_{ij}^* : alternatif j'nin kriter i üzerindeki normalleştirilmiş değeri

x_{ij} : alternatif j'nin kriter i üzerindeki yanıtı j: alternatif sayısı (m adet) i: kriter sayısı (n adet)

$$y_j^* = \sum_{i=1}^{i=g} x_{ij}^* - \sum_{i=g+1}^{i=n} x_{ij}^* \quad (2)$$

y_j^* : alternatif j'nin tüm kriterlere göre normalize edilmiş değerlendirmesi.

i: 1,2,..., g maksimum olması beklenen kriterler i: g+1,...,n minimum olması beklenen kriterler

Referans noktası yaklaşımı için, 3 no'lu formülden yararlanılmaktadır. Formüle görüldüğü gibi yapılan işlem sonucunda, en küçük değere sahip olan alternatif, seçilen alternatif olmaktadır (Brauers ve Zavadskas, 2006: 447-448).

$$\min_{(j)} \left\{ \max_{(i)} \left| r_i - x_{ij}^* \right| \right\} \quad (3)$$

r_i : her bir kriter için maksimum ve minimum olması beklentisi yönünde belirlenen referans.

Tam çarpım formunda 4 no'lu formül uygulanmaktadır. Formül sonucunda elde edilen değerlerin (U_j) en yüksekği, uygulama sonucunda seçilen alternatife aittir (Baležentis vd., 2010: 586).

$$U_j = \frac{A_j}{B_j} \quad A_j = \prod_{i=1}^g x_{ij} \quad B_j = \prod_{i=g+1}^n x_{ij} \quad (4)$$

³ EK 3'te verilen matris, metot için hazırlanan ilk değerleri (karar matrisini) içermektedir.



U_j: j'inci alternatifin genel faydası

Multi-MOORA tekniğinde açıklanan üç metodun ortak değerlendirmesine yer verilmektedir. Her üç metotta ya da en az ikisinde ortak çıkan sonuç değerlendirmeye alınmaktadır.

Ele alınan kriterlerin belirlenmesinde ve sonuçların yorumlanmasında dikkat edilmesi gereken, yönteme ilişkin kısıt kabul edilebilecek hususlar bulunmaktadır. Örneğin değerlendirme yapılırken minimum (maksimum) olması beklenen bazı kriterlerin, çok düşük (yüksek) olmasının da bazı maliyetleri ve dezavantajları bulunmaktadır. İncelemelerde, kriterlere ilişkin söz konusu beklentiler ele alınan sektörün yapısı doğrultusunda oluşturulabilir. Ayrıca her bir kriterin diğerine göre sahip olduğu önem de farklı analiz yöntemleri ile belirlenebilir.

Metotların açıklamasında verilen formüller doğrultusunda, incelenecek olan özel sermayeli mevduat bankalarının finansal performanslarına ilişkin oran metodu, referans noktası yaklaşımı ve tam çarpım formunun sonuçlarının elde edilmesi için yapılması gereken uygulamalar şu şekilde açıklanabilir:

a) *Oran metodu*: Çalışmada ele alınan her oran⁴ (x_{ij}) için, her bir özel bankanın⁵ finansal oranlarının kareleri toplamının karekökü alınmalıdır. Bankaların her biri için, bankanın finansal oranı bu sonuca bölünerek normalize edilmelidir. Bulunan bu değer, bankanın ilgili oran için normalize edilmiş değerini (x^*_{ij}) vermektedir. Bu normalize edilmiş değerlerden oluşan yeni matriste, bir banka için finansal oranlardan maksimum olması beklenenler toplanmalı, minimum olması beklenenlerin⁶ toplamı da bu toplamdan çıkarılmalıdır. Belirlenen bu değer her bir bankanın performans kriterini vermektedir. Çıkan değerlere uygulanan büyüklük sıralaması sonucunda, en büyük değere sahip banka, ele alınan oranlar itibarıyla performansı en yüksek bankayı göstermektedir.

b) *Referans noktası yaklaşımı*: Maksimum olması beklenen her bir oran için en büyük değer, minimum olması beklenen oranlar için ise en küçük değer, ilgili finansal oranın referansı (r_i) olarak belirlenmektedir. Oran metodunda belirlenen normalize edilmiş değerler ele alınarak her bir oran ile, ilgili orana ait belirlenen referans arasındaki farkın mutlak değeri alınmalı $|r_i - x^*_{ij}|$ ve bu verilerle bir matris hazırlanmalıdır. Bu matriste her banka için maksimum olan oran belirlenmeli ve bankaların her biri için bulunan bu oranlardan değeri en küçük olan, performansı en yüksek olan bankayı göstermektedir.

c) *Tam çarpım formu*: Bu metotta normalize edilmemiş oranlar (x_{ij}) kullanılmaktadır. Her banka için, maksimum olması beklenen oranların çarpımı (A_j), minimum olması beklenen oranların çarpımına (B_j) bölünmeli ve bir değer (U_j) hesaplanmalıdır. Elde edilen sonuçlar arasında en büyük değer, performansı yüksek olan bankayı göstermektedir.

3.3. Veri Seti

Özel sermayeli mevduat bankalarının finansal performanslarının karşılaştırılması, çok kriterli karar verme tekniklerinden Multi-MOORA ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Türk bankacılık sisteminde faaliyet gösteren özel sermayeli mevduat bankalarının finansal performansı 2015-2017 dönemi itibarıyla incelenmiştir. İlgili dönem, özel bankalara ilişkin yakın dönemin incelenmesini sağlaması sebebiyle tercih edilmiştir.

Çalışmada yer alan alternatifler, inceleme yapılacak döneminin tamamında özel banka olarak faaliyet göstermektedir. Ayrıca özel sermayeli banka olan Adabank çalışma kapsamında yer almamaktadır. Buna göre 2015, 2016 ve 2017 yıllarının tamamında endekte yer alan 8 mevduat bankası incelemeye dâhil edilmiş olup, söz konusu bankalar Tablo 2'de gösterilmektedir.

Çalışmada özel sermayeli mevduat bankalarının finansal performanslarının değerlendirilmesinde Tablo 3'te gösterilen finansal oranlardan yararlanılmıştır. Analizde, kârlılık, likidite, aktif kalitesi, sermaye yeterliliği, gelir-gider yapısı oranlarından bazıları ele alınmıştır.

⁴ Bu çalışmada bankaların ele alınan finansal oranları, yöntem açıklamasındaki kriteri temsil etmektedir.

⁵ Bu çalışmada özel sermayeli bankalar, yöntem açıklamasındaki alternatifini temsil etmektedir.

⁶ Çalışmada minimum olması beklenen oran (kriter) takipteki kredilerin kredi toplamına oranı (K5)'dir.



Tablo 2. Analiz Kapsamına Alınan Bankalar

| Banka Unvanı | Kod | Banka Unvanı | Kod |
|------------------|-----|----------------------------|-----|
| Akbank T.A.Ş. | A1 | Turkish Bank A.Ş. | A5 |
| Anadolubank A.Ş. | A2 | Türk Ekonomi Bankası A.Ş. | A6 |
| Fibabanka A.Ş. | A3 | Türkiye İş Bankası A.Ş. | A7 |
| Şekerbank T.A.Ş. | A4 | Yapı ve Kredi Bankası A.Ş. | A8 |

Oranların performans değerlendirilmesi esnasında sahip olması beklenen hedef değerleri (maksimum ve minimum olması yönünde) Tablo 3'te verilmektedir. Söz konusu veriler Türkiye Bankalar Birliği (TBB) internet sitesinde yer alan seçilmiş rasyolardan alınmıştır.

Tablo 3. Analizde Kullanılan Finansal Oranlar

| Finansal Gösterge | Oranın Hesaplanması | Hedef | Kod |
|---------------------|---|----------|-----|
| Kârlılık | Ortalama Aktif Kârlılığı | Maksimum | K1 |
| Kârlılık | Ortalama Özkaynak Kârlılığı | Maksimum | K2 |
| Likidite | Likit Aktifler / Toplam Aktifler | Maksimum | K3 |
| Likidite | Likit Aktifler / Kısa Vadeli Yükümlülükler | Maksimum | K4 |
| Aktif Kalitesi | Takipteki Krediler / Toplam Krediler | Minimum | K5 |
| Aktif Kalitesi | Toplam Krediler ve Alacaklar / Toplam Mevduat | Maksimum | K6 |
| Sermaye Yeterliliği | Özkaynaklar / Toplam Aktifler | Maksimum | K7 |
| Sermaye Yeterliliği | Özkaynaklar /Mevduat+Mevduat Dışı Kaynaklar | Maksimum | K8 |
| Gelir-Gider Yapısı | Faiz Gelirleri / Toplam Aktifler | Maksimum | K9 |
| Gelir-Gider Yapısı | Faiz Gelirleri / Faiz Giderleri | Maksimum | K10 |

3.4. Bulgular

Türk bankacılık sisteminde faaliyet gösteren özel sermayeli bankaların 2015-2017 dönemine ait performans analizi için kullanılan Multi-MOORA tekniği, MOORA oran metodu, referans noktası yaklaşımı ve tam çarpım formuna ilişkin değerlendirmelerin ortak sonucunu ifade etmektedir.

Oran metodu, referans noktası yaklaşımı ve tam çarpım formunun sonuçlarının elde edilmesi için yapılması gereken uygulamalar bu çalışmanın “yöntem” başlığı altında izah edilmiştir. Oran metodu ile yapılan hesaplamalar ve sonuç tablosu Ek 1. Oran Metodu Normalize Edilmiş Karar Matrisi olarak verilmiştir. Ek 2’de



verilen Referans Noktası Yaklaşımı Matrisine göre her banka için maksimum olan oran⁷ belirlenmiş ve bankaların her biri için bulunan bu oranlardan değeri en küçük olan, finansal performansı en yüksek olan bankayı göstermektedir. Ek 3. Tam Çarpım Formu Matrisi'nde sonuçları görülmekte olan en büyük değer, finansal performansı yüksek olan bankayı göstermektedir.

Ekler kısmında bulunan ilgili tablolara göre her bir yıl için banka performans sonuçları belirlenmiş ve nihai sonuçlar 2015, 2016 ve 2017 yılı için sırasıyla Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 4. MOORA Metotlarına Göre 2015 Yılı Banka Performans Sonuçları*

| | | <i>Oran metodu</i> | | <i>Referans noktası yaklaşımı</i> | | <i>Tam çarpım formu</i> |
|---|----|-----------------------|----|-----------------------------------|----|-------------------------|
| 1 | A1 | Akbank | A7 | Türkiye İş Bankası | A1 | Akbank |
| 2 | A2 | Anadolubank | A1 | Akbank | A2 | Anadolubank |
| 3 | A7 | Türkiye İş Bankası | A6 | Türk Ekonomi Bankası | A7 | Türkiye İş Bankası |
| 4 | A6 | Türk Ekonomi Bankası | A3 | Fibabanka | A6 | Türk Ekonomi Bankası |
| 5 | A5 | Turkish Bank | A2 | Anadolubank | A3 | Fibabanka |
| 6 | A3 | Fibabanka | A8 | Yapı ve Kredi Bankası | A8 | Yapı ve Kredi Bankası |
| 7 | A8 | Yapı ve Kredi Bankası | A5 | Turkish Bank | A5 | Turkish Bank |
| 8 | A4 | Şekerbank | A4 | Şekerbank | A4 | Şekerbank |

* Metotlara ilişkin hesaplamalar ekler kısmında yer almaktadır.

Tablo 4'te verilen 2015 yılı banka performans sonuçlarına göre, oran metodu ve tam çarpım formuna göre Akbank, referans noktası yaklaşımına göre ise Türkiye İş Bankası en yüksek performansa sahip bankadır. Performans sıralamasında 2015 yılında ikinci olan özel banka ise oran metodu ve tam çarpım formuna göre Anadolubank, referans noktası yaklaşımına göre ise Akbank'tır.

Tablo 5. MOORA Metotlarına Göre 2016 Yılı Banka Performans Sonuçları*

| | | <i>Oran metodu</i> | | <i>Referans noktası yaklaşımı</i> | | <i>Tam çarpım formu</i> |
|---|----|-----------------------|----|-----------------------------------|----|-------------------------|
| 1 | A1 | Akbank | A7 | Türkiye İş Bankası | A1 | Akbank |
| 2 | A7 | Türkiye İş Bankası | A6 | Türk Ekonomi Bankası | A7 | Türkiye İş Bankası |
| 3 | A2 | Anadolubank | A1 | Akbank | A2 | Anadolubank |
| 4 | A6 | Türk Ekonomi Bankası | A2 | Anadolubank | A6 | Türk Ekonomi Bankası |
| 5 | A3 | Fibabanka | A3 | Fibabanka | A3 | Fibabanka |
| 6 | A5 | Turkish Bank | A8 | Yapı ve Kredi Bankası | A8 | Yapı ve Kredi Bankası |
| 7 | A8 | Yapı ve Kredi Bankası | A5 | Turkish Bank | A5 | Turkish Bank |
| 8 | A4 | Şekerbank | A4 | Şekerbank | A4 | Şekerbank |

* Metotlara ilişkin hesaplamalar ekler kısmında yer almaktadır.

2016 yılı banka performans sonuçları ise Tablo 5'te görülmektedir. En yüksek performansa sahip banka 2015 yılı ile aynıdır. Buna göre oran metodu ve tam çarpım formuna göre Akbank, referans noktası yaklaşımına göre ise Türkiye İş Bankası en yüksek performansa sahiptir. İkinci sırada ise oran metodu ve tam çarpım formuna göre Türkiye İş Bankası, referans noktası yaklaşımına göre ise Türkiye Ekonomi Bankası yer almaktadır.

⁷ $|r_i - x^*_{ij}|$ formülü ile hesaplanan (Bkz. 3 no'lu formül)

Tablo 6. MOORA Metotlarına Göre 2017 Yılı Banka Performans Sonuçları*

| | | <i>Oran metodu</i> | | <i>Referans noktası yaklaşımı</i> | | <i>Tam çarpım formu</i> |
|---|----|-----------------------|----|-----------------------------------|----|-------------------------|
| 1 | A1 | Akbank | A1 | Akbank | A1 | Akbank |
| 2 | A7 | Türkiye İş Bankası | A7 | Türkiye İş Bankası | A7 | Türkiye İş Bankası |
| 3 | A6 | Türk Ekonomi Bankası | A6 | Türk Ekonomi Bankası | A6 | Türk Ekonomi Bankası |
| 4 | A8 | Yapı ve Kredi Bankası | A8 | Yapı ve Kredi Bankası | A8 | Yapı ve Kredi Bankası |
| 5 | A2 | Anadolubank | A2 | Anadolubank | A2 | Anadolubank |
| 6 | A3 | Fibabanka | A3 | Fibabanka | A3 | Fibabanka |
| 7 | A5 | Turkish Bank | A4 | Şekerbank | A4 | Şekerbank |
| 8 | A4 | Şekerbank | A5 | Turkish Bank | A5 | Turkish Bank |

* Metotlara ilişkin hesaplamalar ekler kısmında yer almaktadır.

2017 yılına ait sonuçların yer aldığı Tablo 6 incelendiğinde ilk altı sıradaki bankanın her üç metotta da aynı olduğu görülmektedir. Hem oran metodu hem referans noktası yaklaşımı hem de tam çarpım formuna göre Akbank seçilen oranlar itibarıyla 2017 yılında en yüksek performansa sahip özel sermayeli mevduat bankasıdır. Benzer şekilde söz konusu oranlara göre performans sıralamasında Akbank'tan sonra her üç metotta Türkiye İş Bankası yer almaktadır.

Tablo 7. Multi-MOORA Sonucuna Göre Banka Performans Sonuçları

| | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | Akbank | Akbank | Akbank |
| 2 | Anadolubank | Türkiye İş Bankası | Türkiye İş Bankası |
| 3 | Türkiye İş Bankası | Anadolubank | Türk Ekonomi Bankası |
| 4 | Türk Ekonomi Bankası | Türk Ekonomi Bankası | Yapı ve Kredi Bankası |
| 5 | Fibabanka | Fibabanka | Anadolubank |
| 6 | Yapı ve Kredi Bankası | Yapı ve Kredi Bankası | Fibabanka |
| 7 | Turkish Bank | Turkish Bank | Şekerbank |
| 8 | Şekerbank | Şekerbank | Turkish Bank |

MOORA metotlarının çoğunluğunda (en az ikisinde) çıkan sonuç Multi-MOORA metoduna göre en iyi performansa sahip bankayı vermektedir. Buna göre Multi-MOORA sonuçlarının yer aldığı Tablo 7'de verildiği gibi, ele alınan yılların tamamında seçilen kriterlere göre Akbank en iyi performansa sahip özel sermayeli mevduat bankasıdır. 2015 yılında Anadolu Bankası, 2016 ve 2017 yılında ise Türkiye İş Bankası performans sıralamasında ikinci sırada yer almaktadır.

Tablo 7'deki sonuçlar incelendiğinde 2015, 2016 ve 2017 yıllarında Türk bankacılık sisteminde faaliyet gösteren özel sermayeli bankalardan ele alınanların, çalışmada seçilen kriterler doğrultusunda ve Multi-MOORA metoduna göre performans sıralaması gözlemlenmektedir.

4. SONUÇ

Mevduat bankalarının ülke ekonomisi açısından sahip olduğu önem, finansal sistemde çeşitli finansal büyüklükler ele alındığında net bir biçimde gözlemlenebilmektedir. Bu önemi nedeniyle mevduat bankaları



araştırmalara konu olmaktadır. Mevduat bankalarının farklı kriterler ele alınarak performanslarının analizinde, çok kriterli karar verme teknikleri yaygın olarak kullanılmaktadır. Çok kriterli karar verme tekniklerinden olan MOORA tekniği, diğer tekniklerle kıyaslandığında işlem sadeliği ve güvenilirlik olarak sıralanabilen avantajlar sebebiyle tercih edilmektedir. Bu çalışmada Türk bankacılık sisteminde yer alan özel bankaların finansal performansları 2015, 2016 ve 2017 yıllarında Multi-MOORA tekniği ile incelenmiştir.

Çalışmada özel sermayeli bankaların finansal performansları, analize dâhil edilen finansal oranlar çerçevesinde değerlendirilmiştir. Bankaları finansal performans bakımından değerlendirilmek üzere ele alınan finansal oranlar; kârlılık, likidite, aktif kalitesi, sermaye yeterliliği ve gelir-gider yapısı oranlarıdır.

MOORA tekniğinin oran metodu, referans noktası yaklaşımı ve tam çarpım formu ile elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, ele alınan finansal oranlar kapsamında yılların tamamında, her üç metotta ve böylece Multi-MOORA metoduna göre Akbank en iyi finansal performansa sahip bankadır. 2015 yılında Anadolubank, 2016 ve 2017 yılında Türkiye İş Bankası finansal performans sıralamasında ikinci sırada yer almaktadır.

Akbank, kârlılık, likidite, aktif kalitesi, sermaye yeterliliği ve faiz gelirlerinin faiz giderlerine oranı kriterlerinin tamamında diğer özel bankalara kıyasla olumlu performansa sahiptir. Akbank'ın performansının yüksek olmasında doğrudan faiz gelirlerinin etkisinin olmadığını söylemek doğru olacaktır. Çünkü ilgili bankada faiz gelirlerinin aktiflere oranının nispi olarak az olduğu söylenebilir. 2015-2016 yılında Şekerbank'ın performansını olumsuz etkileyen faktör, maksimum olması beklenen oranlarının diğer bankalara kıyasla düşük olmasının yanı sıra, özellikle takibe dönüşen kredi oranının diğer bankalardan oldukça fazla olmasıdır. 2017 yılında ise Turkish Bank'ın performansını olumsuz etkileyen faktör ise kârlılığının ve likiditesinin diğer özel bankalara kıyasla düşük olmasıdır.

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda bankaların, kriterlerin tamamında beklenen performansın gerçekleştirilmesini sağlamak doğrultusunda çaba göstermelerinin önemli olduğu ve özellikle kredilerin tahsili hususunun performansa etkisine önem vermeleri gerektiği söylenebilir.

Bu performans değerlendirme sonuçlarının farklı analiz yöntemi ve farklı finansal oranlar ele alındığında değişiklik gösterip göstermeyeceğinin ve yöntemler arası uygunluğun değerlendirilmesi başka bir çalışmada ele alınabilir. Bankacılık sistemine ilişkin olarak finansal performans değerlendirme konusunda bu doğrultuda yapılacak çalışmalarda farklı analiz dönemi, farklı mülkiyet grupları ele alınarak ve performansa etkili olan faktörlerin değerlendirilmesi konusunda analizler de yapılabilir.

KAYNAKÇA

ADIGÜZEL, Meryem Bekar ve Hasan, BAL (2017), “2008-2013 Döneminde Türk Bankacılık Sektörünün Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi ve Multimora Yöntemi İle İncelenmesi”, **Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 9(3), 37-48.

AKGÜÇ, Öztin (2011), **Ticaret Bankalarının Yönetimi**, İstanbul: Arayış Basım Yayıncılık.

ATUKALP, M. Esra (2018), Bankaların Finansal Performansının Multi-Moora Yöntemi ile Analizi, 1. Uluslararası Bankacılık Kongresi, 04-05 Mayıs 2018, Ankara.

ALTUNÖZ, Utku (2017), “Bankaların Finansal Performanslarının Bulanık MOORA ve Bulanık AHP Yöntemleri ile Analizi: Türk Bankaları Deneyimi”, **Route Educational and Social Science Journal**, 4(4), 116-132.

BALEŽENTIS, Alvyda; Tomas BALEŽENTIS ve Romualdas VALKAUSKAS (2010), “Evaluating Situation of Lithuania in the European Union: Structural Indicators and MULTIMOORA Method”, **Technological and Economic Development of Economy**, 16(4), 578-602.

BRAUERS, Willem Karel M. ve Edmundas Kazimieras ZAVADSKAS (2006), “The MOORA Method and Its Application to Privatization in a Transition Economy”, **Control and Cybernetics**, 35(2), 445-469.

BRAUERS, Willem Karel M. ve Edmundas Kazimieras ZAVADSKAS (2012), “Robustness of MULTIMOORA: A Method for Multi-Objective Optimization”, **Informatica**, 23(1), 1-25.



BRAUERS, Willem K.M., Romualdas, GINEVIČIUS ve Askoldas, PODVIEZKO (2014), “Ranking of the Lithuanian Banks During the Recession of 2008-2009 by the MULTIMOORA Method”, **Annals of Management Science**, 3(1), 1-28.

CEYHAN, İsmail Fatih ve Ferhat DEMİRCİ (2017), “MULTIMOORA Yöntemiyle Finansal Performans Ölçümü: Leasing Şirketlerinde Bir Uygulama”, **Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 8(15), 277-296.

DELİKANLI, İhsan Uğur (2015), “Bankacılık İşlemleri ve Banka Türleri”, Metin Toprak ve Metin Coşkun (Ed.), Bankacılık ve Sigortacılığa Giriş, T.C. Anadolu Üniversitesi Yayın No: 2478, 24-51.

EGE, İlhan ve Serdar, YAMAN (2018), “TOPSIS ve MOORA Yöntemleri ile Ölçülen Finansal Performansın Pay Getirilerine Etkisi: BİST Çimento-Beton İşletmeleri Üzerine Bir Panel Veri Uygulaması”, **Al-Farabi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi**, 2(1), 75-96.

ERSÖZ, Filiz ve Ali ATAV (2011), Çok Kriterli Karar Verme Problemlerinde MOORA Yöntemi, Yöneylem Araştırması ve Endüstri Mühendisliği 31. Ulusal Kongresi, 5-7 Temmuz 2011, Sakarya.

GENÇ, Ayşe; Tahsin AVCI ve Hakan SEVGİN (2017), “Karadeniz Ekonomik İşbirliği Üye Ülkelerine İlişkin Etkinlik Analizi: TOPSIS, ARAS ve MOORA Yöntemleriyle Bir Uygulama”, **Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies**, 4(2), 15-40.

GÖRENER, Ali; Hasan DİNÇER ve Ümit HACIOĞLU (2013), “Application of Multi-Objective Optimization on the Basis of Ratio Analysis (MOORA) Method for Bank Branch Location Selection”, **International Journal of Finance & Banking Studies**, 2(2), 41-52.

ÖMÜRBEK, Nuri ve Hande EREN (2016), “PROMETHEE, MOORA VE COPRAS Yöntemleri ile Oran Analizi Sonuçlarının Değerlendirilmesi: Bir Uygulama”, **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 8(16), 174-187.

ÖMÜRBEK, Nuri ve Aslı ÖZCAN (2016), “BİST’de İşlem Gören Sigorta Şirketlerinin MULTIMOORA Yöntemiyle Performans Ölçümü”, **Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi**, 1(2), 64-75.

ÖZBEK, Aşır (2015), “Efficiency Analysis of Foreign-Capital Banks in Turkey by OCRA and MOORA”, **Research Journal of Finance and Accounting**, 6(13), 21-30.

ÖZBEK, Aşır (2018), “BİST’te İşlem Gören Faktoring Şirketlerinin Mali Yapılarının Çok Ölçütlü Karar Verme Yöntemleri ile Değerlendirilmesi”, **Yönetim ve Ekonomi**, 25(1), 29-53.

STANUJKIC, Dragisa; Bojan ĐORĐEVIĆ ve Mira ĐORĐEVIĆ (2013), “Comparative Analysis of Some Prominent MCDM Methods: A Case of Ranking Serbian Banks”, **Serbian Journal of Management**, 8(2), 213-241.

ŞİŞMAN, Bilal ve Mesut DOĞAN (2016), “Türk Bankalarının Finansal Performanslarının Bulanık AHP ve Bulanık MOORA Yöntemleri ile Değerlendirilmesi”, **Yönetim ve Ekonomi**, 23(2), 353-371.

UYGURTÜRK, Hasan (2015), “Bankaların İnternet Şubelerinin Bulanık MOORA Yöntemi ile Değerlendirilmesi”, **Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi**, 11(25), 115-128.

**EKLER****Ek 1. Oran Metodu Normalize Edilmiş Karar Matrisi**

| | | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 | K7 | K8 | K9 | K10 | Σmak- Σmin | S |
|------|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|---|
| | | mak | mak | mak | mak | min | mak | mak | mak | mak | mak | | |
| 2015 | A1 | 0,457 | 0,423 | 0,447 | 0,415 | 0,254 | 0,327 | 0,350 | 0,342 | 0,288 | 0,362 | 3,1571 | 1 |
| | A2 | 0,473 | 0,407 | 0,450 | 0,423 | 0,398 | 0,298 | 0,381 | 0,376 | 0,389 | 0,334 | 3,1336 | 2 |
| | A3 | 0,285 | 0,368 | 0,275 | 0,303 | 0,183 | 0,370 | 0,285 | 0,275 | 0,354 | 0,339 | 2,6714 | 6 |
| | A4 | 0,151 | 0,153 | 0,263 | 0,237 | 0,645 | 0,360 | 0,318 | 0,314 | 0,415 | 0,350 | 1,9174 | 8 |
| | A5 | 0,098 | 0,074 | 0,343 | 0,455 | 0,161 | 0,336 | 0,479 | 0,482 | 0,360 | 0,375 | 2,8408 | 5 |
| | A6 | 0,440 | 0,502 | 0,302 | 0,255 | 0,248 | 0,384 | 0,298 | 0,299 | 0,384 | 0,372 | 2,9879 | 4 |
| | A7 | 0,404 | 0,368 | 0,371 | 0,359 | 0,216 | 0,370 | 0,357 | 0,364 | 0,309 | 0,353 | 3,0396 | 3 |
| | A8 | 0,312 | 0,323 | 0,326 | 0,315 | 0,440 | 0,375 | 0,322 | 0,337 | 0,308 | 0,340 | 2,5185 | 7 |
| 2016 | A1 | 0,512 | 0,494 | 0,449 | 0,492 | 0,262 | 0,334 | 0,365 | 0,362 | 0,288 | 0,344 | 3,3760 | 1 |
| | A2 | 0,428 | 0,381 | 0,348 | 0,324 | 0,304 | 0,314 | 0,393 | 0,389 | 0,391 | 0,332 | 2,9947 | 3 |
| | A3 | 0,247 | 0,309 | 0,339 | 0,382 | 0,185 | 0,390 | 0,270 | 0,267 | 0,363 | 0,318 | 2,6997 | 5 |
| | A4 | 0,148 | 0,155 | 0,191 | 0,198 | 0,610 | 0,358 | 0,343 | 0,335 | 0,455 | 0,339 | 1,9116 | 8 |
| | A5 | 0,110 | 0,085 | 0,387 | 0,341 | 0,155 | 0,308 | 0,416 | 0,406 | 0,286 | 0,409 | 2,5919 | 6 |
| | A6 | 0,355 | 0,399 | 0,369 | 0,337 | 0,313 | 0,371 | 0,315 | 0,319 | 0,392 | 0,368 | 2,9113 | 4 |
| | A7 | 0,457 | 0,432 | 0,378 | 0,375 | 0,241 | 0,378 | 0,372 | 0,380 | 0,310 | 0,374 | 3,2158 | 2 |
| | A8 | 0,354 | 0,373 | 0,311 | 0,314 | 0,502 | 0,367 | 0,333 | 0,351 | 0,306 | 0,336 | 2,5432 | 7 |
| 2017 | A1 | 0,581 | 0,522 | 0,435 | 0,460 | 0,241 | 0,334 | 0,416 | 0,421 | 0,304 | 0,361 | 3,5934 | 1 |
| | A2 | 0,320 | 0,292 | 0,321 | 0,298 | 0,295 | 0,302 | 0,382 | 0,373 | 0,410 | 0,299 | 2,7008 | 5 |
| | A3 | 0,266 | 0,373 | 0,384 | 0,454 | 0,328 | 0,383 | 0,237 | 0,242 | 0,382 | 0,301 | 2,6932 | 6 |
| | A4 | 0,118 | 0,135 | 0,344 | 0,308 | 0,499 | 0,340 | 0,281 | 0,267 | 0,374 | 0,354 | 2,0230 | 8 |
| | A5 | 0,086 | 0,073 | 0,258 | 0,222 | 0,359 | 0,336 | 0,414 | 0,398 | 0,342 | 0,392 | 2,1619 | 7 |
| | A6 | 0,365 | 0,391 | 0,334 | 0,298 | 0,312 | 0,369 | 0,342 | 0,344 | 0,384 | 0,388 | 2,9022 | 3 |
| | A7 | 0,445 | 0,413 | 0,364 | 0,360 | 0,228 | 0,382 | 0,387 | 0,399 | 0,317 | 0,376 | 3,2142 | 2 |
| | A8 | 0,371 | 0,395 | 0,363 | 0,362 | 0,469 | 0,373 | 0,329 | 0,343 | 0,299 | 0,345 | 2,7098 | 4 |

S: Sıralama

**Ek 2. Referans Noktası Yaklaşımı Matrisi**

| | | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 | K7 | K8 | K9 | K10 | Maks $ r_i - x_{ij}^* $ | S |
|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|----------------------------|---|
| | | mak | mak | mak | mak | min | mak | mak | mak | mak | mak | | |
| 2015 | r_i | 0,473 | 0,502 | 0,450 | 0,455 | 0,161 | 0,384 | 0,479 | 0,482 | 0,415 | 0,375 | | |
| | A1 | 0,016 | 0,079 | 0,004 | 0,040 | 0,093 | 0,057 | 0,129 | 0,140 | 0,127 | 0,012 | 0,1399 | 2 |
| | A2 | 0,000 | 0,095 | 0,000 | 0,032 | 0,237 | 0,086 | 0,098 | 0,106 | 0,027 | 0,040 | 0,2367 | 5 |
| | A3 | 0,188 | 0,134 | 0,176 | 0,152 | 0,022 | 0,014 | 0,194 | 0,206 | 0,062 | 0,036 | 0,2064 | 4 |
| | A4 | 0,322 | 0,349 | 0,187 | 0,218 | 0,484 | 0,024 | 0,161 | 0,168 | 0,000 | 0,025 | 0,4839 | 8 |
| | A5 | 0,375 | 0,428 | 0,108 | 0,000 | 0,000 | 0,048 | 0,000 | 0,000 | 0,055 | 0,000 | 0,4277 | 7 |
| | A6 | 0,033 | 0,000 | 0,148 | 0,199 | 0,087 | 0,000 | 0,181 | 0,183 | 0,031 | 0,003 | 0,1995 | 3 |
| | A7 | 0,069 | 0,134 | 0,079 | 0,095 | 0,055 | 0,013 | 0,122 | 0,118 | 0,106 | 0,021 | 0,1343 | 1 |
| | A8 | 0,161 | 0,179 | 0,124 | 0,140 | 0,279 | 0,008 | 0,157 | 0,144 | 0,107 | 0,035 | 0,2794 | 6 |
| 2016 | r_i | 0,512 | 0,494 | 0,449 | 0,492 | 0,155 | 0,390 | 0,416 | 0,406 | 0,455 | 0,409 | | |
| | A1 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,107 | 0,056 | 0,052 | 0,044 | 0,168 | 0,065 | 0,1675 | 3 |
| | A2 | 0,084 | 0,113 | 0,101 | 0,168 | 0,149 | 0,077 | 0,023 | 0,017 | 0,064 | 0,077 | 0,1679 | 4 |
| | A3 | 0,265 | 0,185 | 0,110 | 0,110 | 0,030 | 0,000 | 0,146 | 0,139 | 0,093 | 0,091 | 0,2646 | 5 |
| | A4 | 0,363 | 0,339 | 0,258 | 0,294 | 0,455 | 0,032 | 0,074 | 0,071 | 0,000 | 0,070 | 0,4550 | 8 |
| | A5 | 0,402 | 0,409 | 0,062 | 0,151 | 0,000 | 0,082 | 0,000 | 0,000 | 0,169 | 0,000 | 0,4087 | 7 |
| | A6 | 0,157 | 0,095 | 0,080 | 0,155 | 0,158 | 0,019 | 0,101 | 0,086 | 0,064 | 0,041 | 0,1578 | 2 |
| | A7 | 0,054 | 0,061 | 0,071 | 0,116 | 0,086 | 0,012 | 0,044 | 0,026 | 0,145 | 0,035 | 0,1452 | 1 |
| | A8 | 0,157 | 0,121 | 0,138 | 0,178 | 0,347 | 0,023 | 0,083 | 0,054 | 0,150 | 0,073 | 0,3469 | 6 |
| 2017 | r_i | 0,581 | 0,522 | 0,435 | 0,460 | 0,228 | 0,383 | 0,416 | 0,421 | 0,410 | 0,392 | | |
| | A1 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,013 | 0,049 | 0,000 | 0,000 | 0,106 | 0,031 | 0,1059 | 1 |
| | A2 | 0,261 | 0,231 | 0,114 | 0,162 | 0,067 | 0,081 | 0,034 | 0,048 | 0,000 | 0,093 | 0,2608 | 5 |
| | A3 | 0,315 | 0,150 | 0,051 | 0,007 | 0,100 | 0,000 | 0,179 | 0,179 | 0,028 | 0,091 | 0,3154 | 6 |
| | A4 | 0,463 | 0,388 | 0,090 | 0,152 | 0,271 | 0,043 | 0,135 | 0,154 | 0,035 | 0,039 | 0,4633 | 7 |
| | A5 | 0,495 | 0,449 | 0,176 | 0,238 | 0,131 | 0,047 | 0,002 | 0,023 | 0,068 | 0,000 | 0,4950 | 8 |
| | A6 | 0,216 | 0,132 | 0,101 | 0,162 | 0,084 | 0,014 | 0,074 | 0,077 | 0,026 | 0,005 | 0,2162 | 3 |
| | A7 | 0,136 | 0,110 | 0,071 | 0,100 | 0,000 | 0,001 | 0,029 | 0,022 | 0,092 | 0,017 | 0,1362 | 2 |
| | A8 | 0,210 | 0,127 | 0,072 | 0,098 | 0,241 | 0,009 | 0,087 | 0,078 | 0,111 | 0,048 | 0,2412 | 4 |

 r_i : referans noktası

S: Sıralama

**Ek 3. Tam Çarpım Formu Matrisi**

| | | K1 | K2 | K3 | K4 | K5 | K6 | K7 | K8 | K9 | K10 | $U_j = A_j/B_j$ | S |
|------|----|-----|------|------|------|-----|-------|------|------|------|-------|-------------------|---|
| | | mak | mak | mak | mak | min | mak | mak | mak | mak | mak | | |
| 2015 | A1 | 1,4 | 11,6 | 33,0 | 61,3 | 2,4 | 102,0 | 11,4 | 13,6 | 6,5 | 192,8 | 263.472.009.403,8 | 1 |
| | A2 | 1,4 | 11,1 | 33,3 | 62,4 | 3,7 | 93,1 | 12,4 | 14,9 | 8,7 | 177,9 | 233.877.360.868,2 | 2 |
| | A3 | 0,8 | 10,1 | 20,3 | 44,8 | 1,7 | 115,5 | 9,3 | 10,9 | 8,0 | 180,4 | 76.196.024.539,7 | 5 |
| | A4 | 0,5 | 4,2 | 19,5 | 35,0 | 6,0 | 112,5 | 10,3 | 12,5 | 9,4 | 186,1 | 5.353.947.563,0 | 8 |
| | A5 | 0,3 | 2,0 | 25,3 | 67,2 | 1,5 | 105,0 | 15,6 | 19,1 | 8,1 | 199,4 | 33.794.538.314,2 | 7 |
| | A6 | 1,3 | 13,7 | 22,3 | 37,7 | 2,3 | 119,9 | 9,7 | 11,9 | 8,6 | 197,7 | 153.457.507.825,6 | 4 |
| | A7 | 1,2 | 10,1 | 27,4 | 53,1 | 2,0 | 115,7 | 11,6 | 14,4 | 7,0 | 188,0 | 220.151.289.316,5 | 3 |
| | A8 | 0,9 | 8,8 | 24,1 | 46,5 | 4,1 | 117,2 | 10,5 | 13,4 | 6,9 | 181,0 | 45.908.796.058,5 | 6 |
| 2016 | A1 | 1,8 | 15,8 | 31,4 | 62,1 | 2,6 | 101,9 | 11,3 | 13,6 | 6,6 | 178,9 | 391.422.753.711,6 | 1 |
| | A2 | 1,5 | 12,2 | 24,3 | 40,9 | 3,1 | 95,6 | 12,2 | 14,6 | 9,0 | 172,5 | 158.350.041.031,5 | 3 |
| | A3 | 0,9 | 9,9 | 23,7 | 48,3 | 1,9 | 118,9 | 8,4 | 10,1 | 8,4 | 165,4 | 73.084.960.676,0 | 5 |
| | A4 | 0,5 | 4,9 | 13,4 | 25,0 | 6,1 | 109,1 | 10,6 | 12,6 | 10,5 | 176,4 | 3.798.866.114,2 | 8 |
| | A5 | 0,4 | 2,7 | 27,1 | 43,1 | 1,6 | 93,8 | 12,9 | 15,3 | 6,6 | 212,6 | 20.310.068.155,0 | 7 |
| | A6 | 1,2 | 12,8 | 25,9 | 42,5 | 3,1 | 113,1 | 9,8 | 12,0 | 9,0 | 191,2 | 127.473.124.244,0 | 4 |
| | A7 | 1,6 | 13,8 | 26,5 | 47,4 | 2,4 | 115,2 | 11,5 | 14,3 | 7,2 | 194,3 | 304.204.143.304,0 | 2 |
| | A8 | 1,2 | 11,9 | 21,8 | 39,7 | 5,0 | 111,9 | 10,3 | 13,2 | 7,1 | 174,8 | 47.827.601.833,7 | 6 |
| 2017 | A1 | 2,1 | 17,0 | 29,8 | 56,5 | 2,4 | 103,0 | 12,8 | 15,8 | 7,3 | 184,0 | 693.076.529.189,7 | 1 |
| | A2 | 1,1 | 9,5 | 22,0 | 36,6 | 2,9 | 93,0 | 11,7 | 14,0 | 9,9 | 152,4 | 68.236.493.399,1 | 5 |
| | A3 | 0,9 | 12,1 | 26,3 | 55,7 | 3,2 | 118,1 | 7,3 | 9,1 | 9,2 | 153,3 | 56.961.293.089,7 | 6 |
| | A4 | 0,4 | 4,4 | 23,6 | 37,9 | 4,9 | 104,8 | 8,7 | 10,0 | 9,0 | 180,1 | 4.894.964.097,2 | 7 |
| | A5 | 0,3 | 2,4 | 17,7 | 27,2 | 3,5 | 103,6 | 12,7 | 14,9 | 8,2 | 199,9 | 3.185.212.577,8 | 8 |
| | A6 | 1,3 | 12,7 | 22,8 | 36,6 | 3,1 | 113,9 | 10,5 | 12,9 | 9,2 | 197,5 | 125.914.908.396,5 | 3 |
| | A7 | 1,6 | 13,4 | 24,9 | 44,3 | 2,2 | 117,9 | 11,9 | 15,0 | 7,6 | 191,4 | 317.684.776.222,3 | 2 |
| | A8 | 1,3 | 12,9 | 24,8 | 44,5 | 4,6 | 115,1 | 10,1 | 12,9 | 7,2 | 175,7 | 76.136.078.905,8 | 4 |

S: Sıralama

 U_j : j'inci alternatifin genel faydası



Kış-2018

Cilt: 7 Sayı: 14 (53-67)

GJEBS

Global Journal of Economics and Business Studies

Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi

http://dergipark.gov.tr/gumusgjebs - ISSN: 2147-415X



Winter-2018

Volume: 7 Issue: 14 (53-67)

BİLGİ UÇURMA DAVRANIŞININ ÖNCÜLLERİ VE SONUÇLARI¹

Harun YILDIZ²

Esra TANI³

ÖZET

Bilgi uçurma, örgütsel iletişim ve örgütsel davranış alanlarında önemi artan bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Bilgi uçurma kavramı, en basit şekilde bir çalışanın işyerindeki etik ve yasa dışı eylemleri gün yüzüne çıkarması olarak ifade edilebilmektedir. Özellikle iletişim teknolojilerinde yaşanan ileriye dönük gelişmeler, bilgi uçurma davranışlarını çok daha görünür kılmaya başlamıştır. Ancak bu konunun, Türkiye’de ekonomik, hukuksal ve sosyal boyutlarıyla çok sınırlı bir şekilde ele alındığı görülmektedir. Türkiye’nin dünyadaki pek çok ülkenin aksine bir bilgi uçurma programı, stratejisi ve yasal düzenlemeleri bulunmamaktadır. Ayrıca bu konuda resmi organlarca yapılmış bir çalışmaya veya veriye de ulaşılamamıştır. Bu kapsamda yapılan çalışmanın amacı, bilgi uçurma davranışlarının öncüllerini ve sonuçlarını ortaya koymaktır. Bu amaçla mevcut Türkçe yazını genişletecek kavramsal değerlendirmelerde bulunulmuştur. Araştırma sonucunda Türkiye’de bu alanda yapılacak hukuksal düzenlemelere ve akademik çalışmalara da katkı sunulması beklenmektedir. Bu çerçevede ayrıca bilgi uçurma süreçlerini yönetmeye ve kontrol etmeye yönelik çözüm önerileri ileri sürülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Bilgi Uçurma, Etik, Ahlak, Olumlu Sapkın Davranışlar, Örgütsel İletişim, Örgütsel Davranış.

Jel Kodları: M10, D23, D83.

ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES OF WHISTLEBLOWING

ABSTRACT

Whistleblowing is an essential scientific subject in the fields of organizational communication and organizational behaviour. The concept of whistleblowing can be expressed simply as an employee exposes unethical and illegal actions in a workplace. Especially forward-looking developments in communication technologies have begun to make the whistleblowing behaviours much more visible. However, this subject is discussed in a very limited way with its economic, social and legal dimensions in Turkey. In contrast to many other countries, there is no whistleblowing program, strategy and legal arrangements in Turkey. Besides, a study or data conducted by Turkish official organs could not be reached. With this context, this study aims to reveal the antecedents and consequences of whistleblowing behaviour. Therefore, conceptual evaluations were made to expand the existing Turkish literature. In the result of the study, making contributions to the legal regulations and academic work to be done in this area in Turkey is expected. In addition, solutions for management and controlling whistleblowing have been asserted.

Keywords: Whistleblowing, Ethic, Moral, Positive Deviance Behaviours, Organizational Communication, Organizational Behaviour.

Jel Codes: M10, D23, D83.

¹ Bu çalışma I. Uluslararası EMI Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi’nde sözlü bildiri olarak sunulmuş ve Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje Numarası: BAP-18-ÖSUBF-1009-015.

² Doç. Dr., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, harunyildiz@bandirma.edu.tr

³ Arş. Gör., Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Medya ve İletişim Bölümü, etani@bandirma.edu.tr

**1. GİRİŞ**

Bilgi uçurma davranışının temel amacı, yasalara uygun olarak gerçekleşmeyen eylemlerin ve kamuyu maddi zarara uğratarak kendisine çıkar sağlayan kişi veya kişilerin açığa çıkartılmasını sağlamaktır. Bu nedenle de bilgi uçurma, çok hassas bir konudur. Bilgi uçurma davranışı yaşanması durumunda, bir tarafta işletmelere ve devlete fayda sağlanırken, diğer tarafta bilgi uçuran kişi işinden kovulma, dışlanma ve hayati tehlikelere varan tepkilerle karşı kaşıya kalabilmektedir (Summerfield, 2014). Bu sürecin vicdani, ahlaki, hukuksal ve sosyal çevre olmak üzere pek çok boyutu bulunmaktadır. Bilgi uçurma eylemleri, bazen bir şirketin tamamen ortadan kalkması ve bazen de bireylerin aile hayatlarının ve yaşam şekillerinin değişmesi gibi önemli durumlarla sonuçlanabilmektedir.

Bilgi uçurmanın özellikle Batılı ülkelerde çok önemsenen bir konu olmasında, bu davranışın sağlık, hasta bakım, gıda ve ilaç gibi insan yaşamını doğrudan etkileyen sektörlerde yapılan yanlışların ilgililere aktarılmasının yarattığı kazanım vardır. Aynı zamanda bu konudaki aksaklıkların engellenmesine yönelik girişimlerin başlatılması gibi bir boyutu olmasının da önemli ölçüde payı vardır (Hassink vd., 2007; Mansbach ve Bachner, 2010). Aynı zamanda bilgi uçurma, siyasi arenada yapılabildiği zaman, hükümetlerin iktidarları sürecinde yolsuzluk ve hileli kararlar almalarının da önüne de geçilebilmektedir (Kohn, 2016). Bir kurumun iç işlerinde yaşanan gelişmelerin dışarıdan takip edilmesi, her zaman çok kolay olamamaktadır. Ancak kurum çalışanlarının içeriden aktardıkları bilgiler, kurumların denetlenmesi noktasında faydalı bir kaynak oluşturmaktadır. Bu nedenle de bilgi uçurma eylemleri, kurumsal kötü yönetimlerin önlenmesi için bir nevi iç denetim görevi görmektedirken, bilgi uçuranlar da gizli birer denetçi olmaktadır. Amerika, İngiltere, Kanada, Almanya gibi ekonomik gelişmişlik seviyesi iyi olan pek çok ülke, kurumsal yozlaşma ve yolsuzlukla mücadele eden en iyi yöntemlerinden birinin bilgi uçurma olduğunu fark etmişlerdir. Bilgi uçurma sonucu açığa çıkartılan vakalarla, devletler her yıl milyarlarca dolar maddi zarardan kurtulmaktadır. Bu nedenle de özellikle 2000'li yıllardan sonra, çalışanların işyerindeki haksız ve yasal olmayan işleri ihbar etmelerini teşvik etmek için her yıl resmi organlarca bilgi uçurma ödülleri verilmeye başlanmıştır. Bu çerçevede verilen para miktarı da açığa çıkartılan yolsuzluğun büyüklüğüne göre belirlenmektedir (Givati, 2016: 44).

Öncüllerle ilgili yazın genel olarak incelendiğinde, bilgi uçurma alanında yapılan çalışmaların, Amerika Birleşik Devletleri'nde yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bu durumun nedenlerinden biri olarak, Amerika'da önemli boyutlara ulaşan bilgi uçurma vakalarının sayısı gösterilebilmektedir. Örneğin, Amerikan Menkul Kıymetler ve Borsalar Komisyonu 2011 yılında Bilgi Uçurma Programı (U.S. Whistleblowing Program) adında, ihbarları alan bir alt komisyon oluşturmuştur. Bu komisyonun verilerine göre 2011 yılında 384, 2012 yılında 3001, 2013 yılında 3238, 2014 yılında 3620, 2015 yılında 3923, 2016 yılında 4218 ve 2017 yılında 4484 ihbar gerçekleşmiştir (U.S. Securities and Exchange Commission, 2017: 23). Bu veriler incelendiğinde, ihbar sayılarının her yıl arttığı dikkat çekmektedir. Diğer bir ifade ile Amerika'nın sosyo-politik ve ekonomik yapısı içerisinde kurumsal yozlaşma, yolsuzluk, hırsızlık ve kötü yönetim gibi durumların açığa çıkarılma eğilimi yüksektir. Aynı zamanda Amerikalı siyasilerin bilgi uçurmayı gündemde tutması ve devlet başkanlarının bilgi uçurma üzerine kitaplar yazması, bu kavramın Amerikan toplumunda daha fazla görünür olmasını sağlamaktadır (Boucer, 2014). Amerika'da bilgi uçurma eylemlerinin tarihi, 1700'lü yıllara kadar dayanmakta olup 2000'li yıllardan sonra sıkı hukuksal düzenlemeler yapılarak, çalışanlar bu konuda özendirilip cesaretlendirilmeye çalışılmıştır (Whistleblowers International Attorneys, 2016).

Öte yandan bilgi uçurma (whistleblowing) artık Avrupa ülkeleri başta olmak üzere, ABD dışındaki pek çok ülkede de farklı boyutlarıyla ele alınan ve oldukça önemsenen bir konu olmaya başlamıştır (Worth, 2013). Türkiye'de ise bir süredir bilgi uçurma üzerine çalışmaların yapıldığı bilinmesine rağmen, özellikle bu alanda uygulamaya dönük araştırmaların çok sınırlı kaldığı görülmektedir. (Başol ve Karatuna, 2015; Arslan ve Kayalar, 2017). Aynı zamanda ulusal yazında bilgi uçurmanın öncülleri ve sonuçları üzerine yapılan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Uluslararası yazında ise tek bir veya birkaç öncülün üzerine odaklanılan çalışmalar yapılmış olup, bütün neden ve sonuçları ortaya koyan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, araştırmada bu davranışın genel bir perspektifle öncülleri ve sonuçlarının belirlenmesi amacı benimsenmiştir. Bu amaçla yürütülen çalışmada, bilgi uçurma davranışının örgütsel davranış yazınında hangi davranışlar içerisinde sınıflandırıldığı, kavramın tanımı, öncülleri ve yarattığı sonuçlar detaylı bir şekilde açıklanacaktır. Ek olarak politika yapıcılara, bu davranışı kontrol etmeye ve yönetmeye yönelik çeşitli öneriler sunulacaktır.



2. BİLGİ UÇURMA (WHISTLEBLOWING) KAVRAMI

Bilgi uçurma bir işyeri davranışıdır. Ancak bu davranış, bir kuruma veya kurumun çalışanlarına karşı yapıldığından ve kurumun istemediği yönde bir davranış türü olduğundan, sapkın işyeri davranışı olarak kategorize edilebilmektedir. Malisetty'e (2016: 1) göre sapkın işyeri davranışı, bir kurumdaki hiyerarşik kuralları hiçe sayan ve işyerinin huzurunu tehdit eden kasıtlı davranışlardır. Bu kapsamda sapkın işyeri davranışları, olumlu ve olumsuz niyetli olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Olumsuz sapkın işyeri davranışları temelde para kaçırma, işe gelmeme, yıkıcı eylemlerde bulunma ve yöneticilerin verdikleri işleri yapmama gibi kuruma doğrudan zarar getirecek her türlü tavır ve davranışları içermektedir. Diğer yandan olumlu sapkın işyeri davranışları ise kişisel mesleki ahlak anlayışı ve toplumsal sorumluluk bilinciyle, iyi bir amaç uğruna ve çoğulcu kazanım yaratmak için yapılan davranışlardır (Vadera vd., 2013; Narayanan ve Murphy, 2017). Bu tür davranışlar, genel olarak kurum içinde eleştirel mekanizmaları harekete geçirmeye çalışmak, sorun ve riskleri gündeme taşımak ve ekstra sorumluluklar üstlenmeye çalışmak şeklinde kendini göstermektedir. Olumlu işyeri sapkın davranışlarının "sapkınlığı", davranışın kurumun isteği ile değil, çalışanın inisiyatifi ile gerçekleşmesinden kaynaklanmaktadır.

Spreitzer ve Sonenshein (2003) olumlu işyeri sapkın davranışlarını; önem atfetmek, başkaları için hareket etmek, özgür irade, kişisel etki gücü ve cesaret olmak üzere beş farklı kriter ile açıklamaktadırlar. Buna göre olumlu işyeri sapkın davranışı çerçevesinde bir çalışan gerçekten önem verdiği ve kişisel anlamda kendisi için bir anlam ifade eden durumlar ve olaylar için davranış sergilemektedir. Bu davranışlarını da kendisi için değil, başkalarını düşünerek özgür iradesi, kendi sahip olduğu etki gücü ve cesaretle gerçekleştirmektedir. Bu doğrultuda bilgi uçurma davranışı, bir çalışanın kendi rızasıyla kurumun ya da kurumdaki bazı çalışanların yanlış, kötü ve haksız eylemlerine karşı yapıldığından ve bu eylemlerin yaratabileceği zararların önlenmesi niyetini taşıdığından, olumlu işyeri sapkın davranış olarak sınıflandırılabilir. Bu durumda Güney Afrika'da büyük bir hastanede çalışan Johan Beurain isimli bir teknisyenin hastanedeki kötü hijyen koşullarını ve hastaların sağlığını tehlikeye sokan uygulamaları internet üzerinden topluma ifşa etmesi, örnek olarak verilebilmektedir. Bu bilgi uçurma olayı sonucunda hastane ve yöneticileri için soruşturmalar başlatılmıştır. Ancak diğer taraftan, hastanenin ıslahı ve hastaların korunması için de çalışmalar yürütülmeye başlanmıştır (Majavu, 2010; Tani, 2018). Bu bilgi uçurma olayı, kurumun itibarına ve bazı çalışanlarına zarar vermesine ve yöneticilerin rızası olmadan yapılmasına rağmen, diğer vatandaşların çıkarlarını koruma amacı güttüğünden, olumlu işyeri sapkın davranışına bir örnek teşkil etmektedir.

Bilgi uçurma davranışının kategorize edilmesi kadar, kavramının anlam ve kapsamının doğru bir şekilde ifade edilmesi de bir o kadar önem taşımaktadır. Bu doğrultuda whistleblowing kavramının İngilizceden Türkçeye çevrilirken pek çok farklı şekilde kullanımının (ihbarcılık, bilgi ifşası ve açık etme gibi) tercih edildiği gözlenmektedir (Candan ve Kaya, 2015; Başol ve Karatuna, 2015; Ayar ve Özmen, 2017; Aydın, 2003; Baltacı ve Balcı, 2017). Ancak bu çalışmada en yaygın kullanım olan ve anlam açısından da kavramı doğru ifade ettiği düşünülen, "bilgi uçurma" kavramının kullanımına karar verilmiştir.

Dünya çapında kurumsal yolsuzluk (corruption) ile mücadele eden ve bilgi uçurma alanında önemli çalışmalara imza atan bir sivil toplum kuruluşu Uluslararası Şeffaflık Örgütü'ne (Transparency International) göre bilgi uçurma; çevreye, halk sağlığına ve güvenliğine zarar veren, otoriteyi kötüye kullanan, kamu mallarını yetkisiz kullanan, çıkar çatışmasına giren, yasaları yok sayan ve tüm bu eylemlerini saklayan kişilerin rapor edilmesi veya ifşa edilmesidir (Worth, 2013: 6). Aktan' a (2006: 1) göre bilgi uçurma; bir kurumda hem yasalara hem de ahlaki değerlere uymayan ve insanlara zararı dokunabilecek uygulamalara son vermek için bu uygulamaları yetkili otoritelere bildirmektir. Bilgi uçurma üzerine ulusal yazında yapılmış tanımları ortak bir noktada buluşturarak kapsamlı bir tanım oluşturan Tani'ye (2018: 285) göre ise bilgi uçurma; "Bir örgüt çalışanın zorlama ile değil, kendi rızasıyla ve mesleki ve toplumsal sorumluluklarını ön planda tutarak, işyerindeki yöneticilerinin, iş arkadaşlarının veya işletme sahiplerinin gerçekleştirdikleri, göz yumdukları veya onların izinleri dâhilinde gerçekleşen her türlü ahlaki ve yasal yanlış uygulamaları çeşitli kanallar aracılığı ile diğer insanlara duyurmasıdır".

Bilgi uçurmanın kavramsallaştırılması üzerine yapılan pek çok çalışma olması nedeniyle bu çalışmada özellikle bilgi uçurmanın öncülleri ve sonuçlarına odaklanılmıştır. Böylece daha holistik bir bakış açısının elde edilmesi sağlanacaktır.⁴

⁴ Bilgi uçurma davranışının ulusal yazında kavramsallaştırılması üzerine farklı türde çalışmalar ortaya konulmuş olup davranışın neden ortaya çıktığı ve bu davranışın işletmeler, çalışanlar ve toplumsal boyutuyla ne gibi sonuçlar ortaya



Kış-2018

Cilt: 7 Sayı: 14 (53-67)

GJEBS

Global Journal of Economics and Business Studies

Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi

http://dergipark.gov.tr/gumusgjebs - ISSN: 2147-415X



Winter-2018

Volume: 7 Issue: 14 (53-67)

3. BİLGİ UÇURMA DAVRANIŞININ ÖNCÜLLERİ

Bir kurumsal vatandaş olarak işletmelerin topluma karşı çeşitli sorumlulukları bulunmaktadır. Yaşanılan yolsuzluk, hırsızlık ve suiistimaller birer iç mesele gibi görünseler de işletmelerin hizmet verdikleri insanları, paydaşları ve diğer örgütleri de doğrudan etkilemektedir (Ertürk, 2017: 644). Bu noktada, işletmelerde yanlış uygulamalara rastlanabilir. Ancak bu durumun sadece o işletme içerisindeki kişileri değil, kamuoyunu da ilgilendirdiği göz ardı edilmemelidir. İşletmelerin ve kurumların maddi kazanımlarının yanı sıra, imaj ve itibar gibi manevi kazanımlarını elde ederken, halkı yanıltmadan ve kendi içlerinde doğruluk ve adalet ilkesine bağlı kalarak hareket etmeleri esas olmalıdır.

Kurumları meydana getiren çalışanların da iş ahlakı gereği duyarlı, şeffaf ve hesap verebilir olmaları beklenmektedir. İş ahlakı ise çalışan, işveren ve yöneticilerin birbirlerine, kurumlarına, içinde yaşadıkları toplumun değerlerine ve devletin yasalarına karşı sorumluluklarını ifade eden çok boyutlu kurallar bütünü olarak tanımlanabilmektedir (Kurtuluş, 2010: 741). İş ahlakı aynı zamanda çalışanın örgüte karşı sadakatle bağlı olmasını ve örgütün çıkarlarını zedeleyebilecek tutum ve davranışlardan uzak kalmasını da gerektirmektedir. Bu kapsamda Lindblom (2007: 424), her ne kadar çalışılan kurumlara karşı sadakat ile bağlı bulunmak gerekse de bilgi uçurmayı gerektirecek bir takım yanlışlar ile yüzleşildiğinde, bu sadakatin bir öneminin kalmayacağını belirtmektedir. Öte yandan Lindblom (2007), bilgi uçurmayı kuruma karşı bir sadakatsizlik olarak değerlendirmemekte ve fikir özgürlüğü kurum sadakatinden daha önce geldiği için çalışanların gerektiği durumlarda yapılan haksızlıkları dile getirmelerinin ahlaki bir sakıncasının olmadığını ifade etmektedir.

Davis (1996) kanunlara saygılı olan ve sadece kârını değil, toplumsal faydayı da gözetken bir kurumun, sadakati hak edeceğini, bu sebeple bilgi uçurma eyleminin çalışan açısından sadakatsizlik olarak nitelendirilmemesi gerektiğini vurgulamaktadır. Aynı zamanda bilgi uçurmanın ortaya çıkabilecek kötü sonuçları önlemek niyetiyle yapıldığı için ahlaki açıdan herhangi sorun teşkil etmediğini, aksine bir çalışanın kurum içerisinde doğru olmayan bir şeyleri fark ettiğinde, ahlaki olarak bunu yetkililere bildirmesi gerektiğini belirtmektedir. Qusqas ve Kleiner (2001: 97) söz konusu kamu zararı olduğu zaman, işçinin işverene karşı örgütsel sadakatinin son bulabileceğini, bazen kendi yöneticilerini rapor etmenin çalışanlara zor geldiğini, ancak yüksek mesleki ve toplumsal sorumluluğa sahip bir bireyin, yanlış yapan kim olursa olsun gereğini yapmak durumunda olduğunu savunmaktadırlar. Türk Hukukunda çalışanın işverene ve işverene karşı sadakat borcu olduğunu ve bu borcun, şirketin iç işleri ve yönetim süreçleri ile ilgili gizli kalması gereken ticari, kişisel ve mali bilgileri kapsadığını belirten Aydın (2003), diğer taraftan kanuna ve hukuka açıkça aykırı olan bilgilerin öğrenildiğinde yetkililere bildirilmesinin, tartışmaya açık olduğunu da vurgulamaktadır.

Vandekerckhove ve Commers'a (2004) göre bilgi uçurma ile örgütsel sadakat arasında bir ikilem yoktur, çünkü bilgi uçurma gerçekte örgütün çıkarına olup ilerlemesini sağlayacak ve sorunlarını ortadan kaldıracak bir çözüm yoludur. Ray'a (2006) göre de bilgi uçurmanın nedeni, haklı ahlaki gerekçelendirmelere dayanmalıdır. Mesleki bir gereklilik olarak kabul edilen bilgi uçurma, bu şartlar altında hem kuruma, hem de hizmet verdiği gruplara fayda sağlayacak ve dolayısıyla toplumsal bir fayda da yaratacaktır. Benzer şekilde Jubb (1999) da hukuki, mesleki ve kişisel sorumluluğa dayanan bir bilgi uçurma davranışında, bilgi uçurmanın (whistleblower) hem kendi çıkarlarını, hem de diğerlerinin çıkarlarını korumaya çalıştığını belirtmektedir. Özler ve diğerleri (2010: 182) de iş ahlakına sahip bir bireyin, iş yerinde karşılaştığı yanlış uygulamaları gerek iş arkadaşları veya yöneticilerine, gerekse kurum dışından yetkililere aktarmasını olağan bir sonuç olarak kabul etmektedir.

Bilgi uçurmanın, halkın menfaatlerini koruyan cesurca bir hareket olduğunu savunan Mansbach (2011: 17-18) ise özellikle elinde güç bulunduran ve bilgi uçurmanı daha sonrasında konumu ile bertaraf etme olanağına sahip olan kişilerin yaptıkları yanlış ve etik dışı eylemlerin açığa çıkartılmasını, demokrasinin hayata geçirilmesi olarak kabul etmektedir. Bu bakış açısı günümüzün liberal demokrasi ile yönetilen toplumlarında, bireylerin özgürce şüphe duydukları konuları kamusal alanda dile getirebilme haklarına dayanmaktadır. Bu kapsamda çoğunluğun çıkarını korumak için yapılan bilgi uçurma davranışları, oldukça etik görünmektedir. Öte yandan Jensen (1987: 322) bilgi uçurmanın iletildiği bilgilerin ne kadarının gerçekten doğru olduğu, bu bilgileri nasıl elde ettiği, konunun ne kadarına hâkim olduğu, önyargılarını aktardığı bilgilere karıştırıp karıştırmadığı, gerçekten bir sorun varsa bunun çözümünü önce iç mekanizmalarda arayıp aramadığı, bilgiyi aktarmadan önce

çıkardığına yönelik yapılan çalışmaların ise çok kısıtlı kaldığı gözlenmiştir. Bu anlamda bilgi uçurma davranışının öncül ve sonuçlarını saptayarak, ulusal yazının zenginleştirilmesi, holistik bir bakış açısının gelişmesine katkı sunabilecektir.



gerçekliğini kontrol edip etmediği ve birilerinin gizli kalması gereken bilgilerinin öylece kamuya açılıp açılmadığı gibi pek çok sorunun önemine dikkat çekmektedir. Diğer bir deyişle, bilgi uçurmanın ne şekilde ve hangi amaçlarla yapıldığı gibi noktalar, o bilgi uçurmanın etiksel boyutunun tartışılmasında önemlidir. Aynı zamanda bireyin işyerinde çalıştığı süre boyunca yanlışlardan haberdar olmasına rağmen, işten ayrıldıktan sonra bu yanlışları açığa çıkartmasını da etik yönden tartışmak gerekmektedir.

Bok (2000) bilgi uçuranların, topluma karşı sorumlulukları ile kendi iş arkadaşlarına ve kurumlarına karşı sorumluluklarını iyi tartmaları gerektiğini belirtmektedir. Bilgi uçuranlar, sorundan gerçekten emin olarak ve önyargıları ve kişisel görüşlerini karıştırmadan bilgi aktarmakla sorumludur. Benzer şekilde Larmer (1992: 126) de bilgi uçurmanın çalışanın işyerine ve arkadaşlarına sadakatini ihlal etmesine neden olduğu için yapılan eylemin iyi bir gerekçelendirmeye dayandırılması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu doğrultuda, bilgi uçurmanın bir öncülü olarak, kişisel çıkar veya hesaplardan öte, kamusal çıkar düşünülerek hareket edilmesi gerektiği söylenebilir. Ayrıca sorunun türü işyerinde taciz, istismar, hırsızlık, can güvenliğini tehlikeye atma veya üretimde hata gibi her ne olursa olsun, olduğu gibi aktarılmalıdır.

Konuyu kurumsal taraftan ele alan Barnett'e göre (1992) göre bilgi uçuranlar işlerinden memnuniyet duymayan, kötü niyetli ve bencil kişilik özelliklerine sahip olup başka çalışanları ve kurumu suçlayan bireylerdir. Öte yandan bu eylemden fayda görenler tarafından da bilgi uçuranlar fedakâr kimselerdir. Hatta işlerini kaybetme uğruna gerçekleri gün yüzüne çıkarabilme cesaretini gösteren erdemli kişilikler olarak da tanımlanmaktadırlar. Özetle, bilgi uçuranlar ya hain ya da fedakâr olarak etiketlenmektedir denilebilir.

Tüm bu değerlendirmelere bakılarak, bilgi uçurma davranışının çalışan açısından hem zor, hem de tartışmaya açık yönlerinin olduğu düşünülmektedir. Aynı zamanda bilgi uçurma için iki farklı bakış açısı geliştirilebilmektedir. Buna göre ilk bakış açısında, bilgi uçurma davranışı yanlış karşı doğruyu savunma hareketidir. Adaletin yanında yer alarak, doğruyu tercih etmedir. Diğer bir bakış açısında ise bilgi uçurma, çalışılan kuruma ve belki de iş arkadaşlarına karşı yapılan bir ihanettir. Bu noktada niyet değişkeninin önemli olduğu söylenebilmektedir. Eğer bilgiyi uçuran kişinin amacı ve niyeti toplumun ortak çıkarlarını korumak ve birinin/birilerinin kendisine fazladan çıkar sağlamasını engellemek ise bu durumda ihanetin söz konusu olmadığı söylenebilmektedir. Ancak bilgi uçurmanın niyeti, etik ve ahlaki olarak yanlış bir işin içinde olanları yetkililere bildirerek onların ceza almasını sağlamak olduğunda ve dolayısıyla da bilgi uçuran bu durumu o kişilerle bireysel problemleri nedeniyle yaptığında, ortaya çıkan bu durumun kurumsal bir ihanet olup olmadığı, tartışmaya açık görünmektedir.

Ahlaki Temeller Kuramı'na göre bir davranışın etik boyutuyla tartışılmasında zarar, sadakat ve adalet kavramları önemli olmaktadır (Haidt ve Graham, 2007; Dungan vd., 2015: 129). Eylemin çıktısına ve gerçekleştiği toplumun kültürel değerlerine bakılarak, o eylemin etik ve ahlaki olup olmadığını tartışmak gerekmektedir. Diğer yandan Amerika ve İngiltere gibi ülkelerde bilgi uçuranlara önemli miktarlarda para ödülü verilmesi, hangi sebeple yapılırsa yapılsın bilgi uçurma davranışını yüceltmekte ve teşvik etmektedir. Bu noktada bilgi uçurmanın örgütsel etik boyutunun duruma göre farklı şekillerde bir yapıya büründüğü söylenebilir. Bu noktada Malisetty'nin (2016) olumlu işyeri sapkın davranışlar açıklamasına geri dönülecek olursa, bilgi uçurma, çalışanın var olan düzene karşı bir başkaldırıdır, ancak bu başkaldırı iyiye doğru bir değişim motivasyonu ile yapılmaktadır.

Bilgi uçurma eylemi etik, mesleki ahlak anlayışı ve toplumsal sorumluluklar dışında daha genel bir takım öncüllerle de değerlendirilebilmektedir. Buna göre Hofstede'nin (1984; 2010) Kültürün Boyutları Kuramındaki güç mesafesi ve bireycilik unsurları da bilgi uçurma davranışını etkileyebilmektedir. Hofstede (1984: 394), yüksek güç mesafesine sahip ülkelerde çalışanların bağımsız karar verme eğilimlerinin az olup otoriteye saygı duyduklarını ifade etmektedir. Orta veya düşük güç mesafesine sahip ülkelerde ise çalışanlar ile yöneticileri arasında duygusal anlamda bağlılık daha az olmakla birlikte, çalışanların kurallara kökten bağlılık gösterme oranları daha düşüktür. Yüksek güç mesafesine sahip kültürlerde, bireyler yaptıkları eylemler ve aldıkları kararlarda, içinde yer aldıkları grup veya grupların baskısını hissetmektedirler. Bireycilik unsuru ise bazı kültürlerde ortak ve kolektif hareket etme geleneğine karşı, bazı kültürde bireylerin kişisel tercihlerini her şeyden önde tutmalarını ifade etmektedir. Bireyci kültürlerde ortak akılla hareket etmek yerine, kimseye bağlı kalmadan kişilerin kendi istek ve çıkarlarına göre hareket etme eğilimleri söz konusudur (Hofstede vd., 2010).

Bu doğrultuda Dungan ve arkadaşları (2015: 131) Japonya, Çin ve Tayvan gibi Uzak Doğu ülkelerinde bilgi uçurma teşebbüsünün, Amerika gibi Batı ülkelerine oranla daha düşük olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmacılara göre Uzak Doğu, Asya ve Ortadoğu ülkeleri yüksek güç mesafesine sahip ülkeler olup bu



ülkelerde ait olunan gruplarla özdeşleşme söz konusudur. Bu durumda kolektif hareket etme anlayışının güçlü olduğu ve bireysel karar alma eğiliminin az olduğu toplumlarda, bilgi uçurma vakalarının sayısının da daha az olması beklenebilir. Nitekim 2000’li yıllardan sonra gerçekleşen bilgi uçurma vakalarının sayısına bakıldığında, Asya ülkelerinde açığa çıkartılan vakaların sayısının Batılı ülkelere nazaran oldukça az olduğu dikkat çekmektedir (Park vd., 2005). Englehart (2000: 549) Asya toplumlarını otoriteye itaat eden, grup ilkelerine bağlı ve bireysel kimliğin ancak kolektif kimlik içerisinde var olabildiği toplumlar olarak sınıflandırmaktadır. Xin (2014) özellikle Uzak Doğu kültürlerindeki hoşgörü, mütevazılık ve alçak gönüllülük gibi Konfüçyüsçü değerlerinin çok baskın olmasından dolayı, yanlış gören bireylerin onu rapor etmek yerine, bu yanlış bir gerekçe aradığını belirtmektedir. Aslında Türk kültüründeki “başkasının aybını kapatmak” anlayışı da bu duruma benzerlik göstermektedir. Bu durum bireylerin sessizleşmesine neden olmakta veya en azından bireyci kültürlerdeki gibi çok rahat hareket etmelerine engel olmaktadır. Bununla birlikte Japonya ve Güney Kore gibi ülkelerdeki yüksek ahlaki anlayışın da bu sonuçta etkili olduğu söylenebilir.

Brody ve arkadaşlarına (1999) göre de yüksek güç mesafesine sahip kültürlerde bilgi uçurma eylemlerinin gerçekleşmesi oldukça zordur. Bunun nedeni, çalışanların yöneticilerine ve kurallara bağlılığının yüksek olmasıdır. Cheng ve arkadaşları (2015) İngiliz ve Çinli bireyler üzerinde yaptıkları araştırmada, bu görüşü destekleyen sonuçlara ulaşmışlardır. Kültürü, bireylerin bağımsız karar verme ve bilgi uçurma niyetlerini etkileyen bir unsur olarak belirlemişlerdir. Zhuang ve arkadaşlarının (2005) Çinli ve Kanadalı bireyler üzerinde yaptıkları araştırmada, Çinli bireylerin eş düzeyde oldukları iş arkadaşlarının yanlışlarını raporlama eğilimleri yüksek iken, amir ve yöneticilerini raporlama eğilimleri düşük olarak belirlenmiştir. Çinlilerin yöneticilerini muhbir etmede isteksiz davrandıkları anlaşılmıştır. Bunun nedeni olarak ise yöneticilerine olan sadakat ve bağlılıkları ile onlara atfedilen ayrıcalık hakkı algısı olduğu gösterilmiştir. Kanadalı çalışanlar arasında ise eşit seviyedeki bir iş arkadaşı veya yönetici hakkında bilgi uçurma arasında anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir. Diğer bir ifadeyle, Kanada kültüründe güç mesafesi düşük olduğundan, bilgi uçurma eylemleri her düzeyde görülebilmektedir. Zhuang ve arkadaşlarının (2005) yaptıkları bu araştırma, kültürün bilgi uçurma davranışı üzerinde etkisi olduğunu gösteren önemli çalışmalardan biri olarak kabul edilmektedir.

Bilgi uçurma davranışının gerçekleşebileceği pek çok durum bulunmaktadır. Bu konuda pek çok araştırmacı ne zaman bilgi uçurmanın yapılması gerektiğine dair görüşler bildirmiştir. Aktan (2006: 2) ise bu görüşleri özetleyerek ve genelleyerek bilgi uçurmanın nedenlerini; (i) toplumun sağlığını olumsuz etkileyecek her türlü mal ve hizmetin üretilmesi ve satılması, (ii) genel anlamda insan haklarının hiçe sayılması, özel anlamda işletme içerisinde çalışanlara taciz, zorbalık (bullying), psikolojik veya fiziksel şiddet uygulanması gibi her türlü kötü muamele, (iii) devletten vergi kaçırılması, (iv) hissedarların ve paydaşların haklarını ihlal edilmesi ve (v) çalışanların sosyal ve ekonomik haklarının sağlanmaması şeklinde sınıflandırmıştır.

Buna göre işletmenin çalışanına, tüzel kişiliğine, işbirlikçilerine ve hedef kitlelerine karşı sorumluluğunu yerine getirmediği her durum, bir sorun oluşturmaktadır. Bu durumdan vicdani ve ahlaki olarak rahatsızlık duyan ve parçası olmak istemeyen her bir çalışanın, bilgiyi açığa çıkarabileceği söylenebilmektedir. Örneğin, bir fabrikada üretime zararlı maddelerin karıştırılması, bir devlet kurumunda kara para aklanması, bir medya şirketinde gazetecilerin fikir özgürlüğünün kısıtlanması, bir sağlık kuruluşunda yemeklerin ve teknik araç gereçlerin hijyenine dikkat edilmemesi, bir işyerinde kadın yöneticilere karşı cinsiyet ayrımı yapılması, bir inşaat firmasında iş güvenliğine dikkat edilmemesi gibi uygulamalar da bilgi uçurmanın kapsamında yer alabilmektedir. Genel olarak hak ve hukuka aykırı, insan ve çevreye zarar veren her türlü uygulama, bir bilgi uçurma nedenidir (Aydın, 2003: 86).

Bilgi uçurmanın öncülleri üzerine ulusal yazında yapılan uygulamalı araştırmalar da bulunmaktadır. Bu araştırmaları, örgütsel belirleyiciler ve bireysel belirleyiciler olarak iki gruba ayırmak mümkündür. Örgütsel belirleyicilerden biri olarak örgütsel vatandaşlık davranışının (gönüllü isteğe bağlı rol fazlası davranışlar), bilgi uçurma davranışı ile arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir (Seçkin ve Karasoy, 2012; Ertürk, 2016). Diğer bir öncül olarak, örgütsel adalet algısının bilgi uçurma eğilimini yönlendirdiği ve örgütsel adalet duygusu yüksek olan bireylerin, daha çok bilgi uçurma eğilimi gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (Candan ve Kaya, 2015; Çetinel ve Taslak, 2017). Aynı zamanda Başol ve Karatuna (2015), örgütsel iletişimin güçlü olduğu ve bilgi uçurma davranışı sonucunda ödüllendirileceğini düşünen bireylerin bilgi uçurma eğilimlerinin yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bireysel belirleyici olarak, iş ahlakı ile bilgi uçurma davranışı arasında olumlu yönde bir ilişki bulunmuştur. Mesleğini ahlaki bir şekilde devam ettirmek isteyen ve bu konudaki motivasyonu yüksek olan çalışanların bilgi uçurma eğilimlerinin de yüksek olduğu belirlenmiştir. Aynı zamanda mesleğine daha çok bağlı olan çalışanların iç bilgi uçurma türünü tercih ederken, mesleki bağlılık



düzeyleri düşük olan bireylerin dış bilgi uçurma türünü tercih ettiği anlaşılmıştır (Kızıloğlu ve Çelik, 2012; Celep ve Konaklı, 2012; Şekerli vd., 2016; Baltacı ve Balcı, 2017).

Bilgi uçurma eylemine neden olan konunun ciddiyetine göre küçük ya da büyük çaplı sonuçlar ortaya çıkabilmektedir. Bu sonuçlar, kimi zaman bir ülkenin hukuk sisteminde düzenlemeler yapılması ve kamu zararı ile kötü uygulamaların son bulması gibi olumlu yönde sonuçlar doğurmaktadır. Kimi zaman da bir kurumun ciddi saygınlık ve maddi kayıplara uğraması ve bilgi uçuran çalışanın işten çıkarılması gibi olumsuz yönde sonuçlar doğurabilmektedir.

Yukarıdaki değerlendirmeler ve açıklamalar doğrultusunda bilgi uçurma davranışının öncülleri; çalışanın etik kodları, mesleki ahlak anlayışı, içinde yaşadığı topluma karşı hissettiği vicdani sorumluluklar ve kültürünün getirdiği bir takım (güç mesafesi, bireycilik ve kolektif hareket etme anlayışı gibi) karakteristik özellikler şeklinde sıralanabilmektedir. Aynı zamanda çalıştığı kuruma karşı örgütsel vatandaşlık görevi ve örgütsel adalet anlayışı da bilgi uçurma davranışı üzerinde belirleyici rol üstlenebilmektedir. Bireysel belirleyici olarak ise iş ahlakının düzeyi ve çalışanın mesleğine olan bağlılığı, çalışanın bilgi uçurma davranışını sergileyip sergilememesinde etkili olmaktadır.

4. BİLGİ UÇURMA DAVRANIŞININ ÇALIŞAN, İŞLETME VE TOPLUM AÇISINDAN SONUÇLARI

Bilgi uçurma, yolsuzluğun ve yanlış uygulamaların ortadan kaldırılması ve engellenmesinde, işletmelerdeki etkili araçlardan biridir (Cho ve Song, 2015: 450). Bir bilgi uçurma eyleminin başarılı ve etkili olarak nitelendirilebilmesi için çeşitli kriterler bulunmaktadır. Apaza ve Chang'a (2011: 115) göre eğer bilgi uçurma eylemi sonucunda suçlanan örgüt hakkında bir soruşturma başlatılmış, örgütteki politika ve uygulamalar değişmeye başlamış ve böylece de haksızlık açık bir şekilde ortadan kaldırılmış ise o bilgi uçurma eylemi başarılı olmuş denebilmektedir. Ayrıca yasaların korunması ve hukukun üstünlüğü ile bilgi uçuran kişi herhangi bir misilleme/öç alma durumu ile karşılaşmadıysa, tam anlamı ile doğru ilerlemiş ve herkesin –örgütün, çalışanların ve toplumun– lehine sonuçlanmış bir bilgi uçurma eylemi gerçekleşmiş olmaktadır.

Bununla birlikte bilgi uçuran kişiler üzerinde yapılan araştırmalar, onların pek çok olumsuzlukla karşılaşabildiğini ortaya koymaktadır. Bu kapsamda Patrick (2010), 1994 ve 2009 yılları arasındaki Amerika Birleşik Devletleri'nde yasal süreç başlatılmış toplamda 380 bilgi uçurma vakasını *LexisNexis* veri tabanından tespit etmiş olup bunlardan 95'ini örneklem olarak incelemiştir. Buna göre bilgi uçuranların %55'i davalarını kaybederken, bunlardan %40'nın kaybedilme nedeni iddiaların yeterli düzeyde kanıtlanmamasıdır. Bu davalardan sadece %22'si davayı kazanabilmişken, bu kazananlardan %2'si eski işlerine geri dönebilmiştir. Geriye kalan %23'lük kısımda ise davalar sonuçlandırılmamış olup duruşmalar o tarihlerde halen devam etmektedir. Bu veriler göz önünde bulundurulduğunda, yasal sürecin başlı başına çalışan için zorlu olmasının yanında, çalışanların iddialarını kanıtlamakta zorlanabildikleri ve hatta haksız çıktıkları durumların da söz konusu olduğu söylenebilmektedir. Bu davalar sonucunda çalışanların işlerini kaybedecekleri öngörülebilme olup davayı geri kazananlar arasından sadece %2'lik bir dilimin işe geri döndüğü düşünülürse, çalışanların kazansalar bile eski işyerlerine geri dönme oranlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir.

Çalışanlar yasalar tarafından korunduklarına inandıkları için zaman zaman açık bir şekilde konuyu kamuoyuna taşımakta ve rahat hareket edebilmektedirler. Ancak yasaların yetersiz kaldığı veya kapsamına girmediği durumlarda, çalışanlar için ciddi maddi ve manevi kayıplar ortaya çıkmaktadır. Kurum içerisinde bir bilgi uçurma eylemi yaşandığında, insanların davranış şekilleri değişebilmekte olup bilgi uçuran kişi ve iş arkadaşlarının ilişkileri kötüye gidebilmektedir. Eğer çalışanın kimliği gizli kalmamış veya açığa çıkmışsa, o kişiye düşman gözıyla bakanlar olabilmektedir. Özellikle kişinin dışlanması, yalnız bırakılması, ekipten izole edilmesi (sosyal izolasyon ya da örgütsel dışlanma) ve hatta sonucun bir şekilde onun için olumsuz biteceğinin hissettirilmesi gibi davranışlar sergilenmektedir (Davis, 1989: 5). Bilgi uçuranlar, kurum tarafından her zaman bir kahraman olarak görülmemekte, aksine sadakatsiz, hain veya hiçbir şeyden memnun olmayan çalışanlar olarak nitelendirilebilmektedirler.

Bilgi uçurmanın, eylemi gerçekleştiren kişi açısından en kötü sonucu, hak etmediğini düşündüğü kötü muameleye maruz kalmasıdır (Aydın, 2003: 87). Bilgi uçuranlar iş kaybı, maddi güvence kayıpları, meslektaşlarının gözünde saygınlığını kaybetme, arkadaşlıklarının bitmesi, psikolojik gerginlik ve hatta aile ve yakın çevreye karşı güven kayıpları yaşayabilmektedirler. Bu kişiler aynı zamanda, başka bir iş başvurusunda



bulunurken referans kaybı ile de yüzleşebilmektedirler (Jensen, 1987: 325; Cherry, 2012). Uçurduğu bilgi nedeniyle tehditler alan, şantaja maruz kalan (Aydın, 2003: 87), daha düşük bir pozisyona ya da terfi şansı olmayan işlere geçirilen (bazen de terfiden mahrum bırakılan) ve işten çıkarılan (ya da yaşadığı baskıya dayalı iş çevresinden dolayı kendisi işten çıkan) birçok işçi bulunmaktadır (Mansbach, 2011: 14). Geleneksel kurumlarda bilgi uçuranlar ajan olarak kabul edilmekte ve hem yöneticilerine hem de iş arkadaşlarına ihanet eden, görevlerini yerine getirmeyen ve sadakatsiz bireyler olarak kabul edilmektedirler (Larmer, 1992: 125). Tüm bu sebeplerden dolayı, bilgi uçuranlar misilleme (retaliation) gibi durumlarla karşılaşmamak için genellikle kimliklerinin gizli kalmasını tercih etmektedirler (Thorsen vd., 2013: 101).

Özellikle bireyler ahlaki ilkeleri gereği yanlışları ve haksızlıkları yüksek sesle ifade etmek veya yetkililere bildirmek istemelerine rağmen, kolektif bir kültür baskısı ile karşılaştıkları zaman, kendi içlerinde bir çatışma yaşamaktadırlar. Bu durumdaki bireylerin önünde tercih edebilecekleri; durumu dışarıdan üçüncü şahıslara ihbar etmek, konuyu kurum içerisinde yetkili birine bildirmek ya da sessizce olanlara göz yummak gibi üç seçenek bulunmaktadır. Ancak bireyler ilk ikisini seçtiklerinde işlerini ve arkadaşlarını kaybetme ve saldırılara açık hale gelme gibi olumsuzluklarla karşı karşıya kalırken, ihbar etmediklerinde ise iç çatışma yaşamakta ve suçun bir parçası gibi hissedebilmektedirler. Bilgi uçurmayı örgütsel davranış konuları içerisinde özel bir çalışma alanı yapan da konunun sosyoloji, psikoloji, iletişim ve yönetim gibi farklı disiplinleri bir araya getiren bir yönünün bulunmasıdır (Yıldız ve Tani, 2018: 85).

Japonya'daki hayat boyu çalışma sistemi (life-time employment system), bireylerin işyeri değiştirmeden yıllar boyu aynı işe sıkı bir sadakatle bağlı kalarak çalışmalarını öngörmektedir. Bu sistemde çalışanların sosyalleşme süreçleri, kendine yatırım yapma ve geleceklerini güvenceye almaları, ancak çalışılan kurumla birlikte gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle de Japonya'daki çalışanların bilgi uçurma davranışı, doğrudan hanlık olarak nitelendirilmektedir (Xin, 2014). Böyle bir çalışma kültürü içerisinde, bilgi uçuranın işine devam edemeyeceği ve yoğun yalnızlık yaşayabileceği öngörülebilmektedir. Üstelik hayat boyu çalışma sisteminde iş değiştirmeye olumlu bakılmadığından ve bilgi uçurma nedeniyle çalışanın imaj ve itibarı olumsuz olacağından, bu çalışanların yeniden iş bulma imkânları oldukça kısıtlı olmaktadır.

Bilgi uçuranların maruz kaldıkları muameleler sadece belirli kültürlerle özgü olmayıp Amerikan toplumunda da kendileri için çeşitli tanımlamalar kullanılmaktadır. Amerikan toplumunda bilgi uçuranlar için başka kuruma sızarak oradaki gizli sırları açığa çıkaran anlamında köstebek veya fare sıfatları kullanılmaktadır (Miethe'den aktaran Park vd., 2010: 390). Dünya tarihinin en büyük bilgi uçurma skandallarına şahit olan (Tani, 2018) Amerika'da bile bilgi uçuranların durumu diğer toplumlarla benzerdir. Kaplan (2001), Hollywood sinemasında 2000'li yıllarda çok işlenen ve bilgi uçuranların hayati tehlikeleri göze alarak kahramanlaştırıldığı pek çok filmin çekildiğini, ancak gerçek hayatta durumun hiç de bu şekilde olmadığını belirtmektedir. Aslında bu filmlerde anlatılanların dışında, gerçek yaşamda bilgi uçuranlar Amerika'da da ciddi yaptırımlarla yüzleşmektedir.

Hersh'a (2002: 244) göre bilgi uçurma, Amerikan toplumunun ve yazınının yarattığı bir olgudur. Benzer şekilde Earle ve Madek (2007) de haber uçurmanın Amerikan kültüründe önemli bir yeri olduğunu ve Watergate skandalı, WorldCom ve Enron krizlerinin, kavramın ortaya çıkmasında rol oynayan önemli vakalar olarak ilgili alanı şekillendirdiğini vurgulamaktadırlar. Kavramın ilk defa Amerika'da ortaya çıkması ve alan araştırmaları ile örnek vakaların Amerika üzerinde yoğunlaşması, bu bakış açısının oluşmasına neden olmaktadır. Dünya genelinde bilgi uçurma vakalarının en çok Amerika'da yaşanma sebepleri ise yasaların bilgi uçurma davranışını teşvik etmesi, hükümetlerin ve devletin bilgi uçuranları koruması, örgütlerin genel olarak kendi içlerinde bilgi uçuranları destekleyici bir sistem geliştirmeleri ve toplumsal kültürün bilgi uçurma davranışına verdiği değer olarak sıralanabilir (Johnson, 2003: 4). Amerika'daki bilgi uçurma yasaları çalışanları muhtemel saldırılardan korumaya çalışırken, onların çalıştıkları örgütteki dolandırıcılık, kaynakların gereksiz kullanımı ve görevi kötüye kullanma uygulamalarını açığa çıkarmalarını açıkça desteklemektedir (Patrick, 2010).

Öte yandan 2000'li yıllarla beraber, pek çok ülkede araştırmacıların bilgi uçurma ile ilgili çeşitli çalışmalar yürütmeye başladığı, yasal düzenlemelerin getirildiği ve kamuoyuna yansıyan örnek vakaların sayısının arttığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda, İngiltere'de 1998 yılında Kamu Yararına Bilgilendirme Yasası (The Public Interest Disclosure Act – PIDA), Güney Afrika ve Yeni Zelanda'da 2000 yılında Korunmalı Kamuoyunu Bilgilendirme Yasası (Protected Disclosures Act) çıkarılmış olup 2001 yılında Kanada'da Kamu Yararına Bilgi Uçurma Yasası'nın (Public Service Whistleblowing Act) çıkarılması görüşülmüştür (Kaplan, 2001). Bu yasaların çıkarılma nedeni, ilgili ülkelerde de özel ve kamu sektörü çalışanlarının karşılaştıkları yolsuzluk,

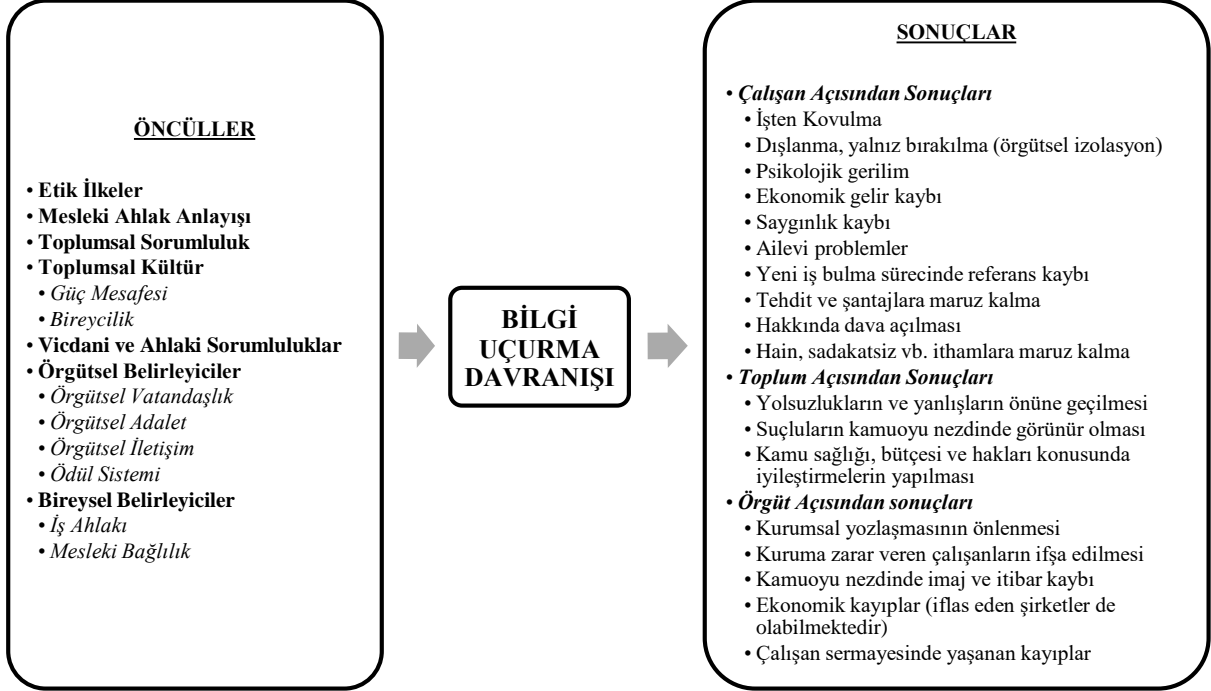


haksızlık, yasa ve etik dışı uygulamaları açık etmeye başlamalarıdır. Örneğin, İngiltere’de korucu yasadaki sonra ifşa edilen vakaların sayısı 2005-2006 yılları arasında %15 artarak, 132.577’e ulaşmıştır (McMullen, 2010: 7). Yine Romanya’da eğitim, sağlık, sosyal yardım ve diğer kamu kuruluşlarında çalışan bireylerin toplumun yararını gözeterek yaptığı uyarı ve bilgi aktarımları desteklenmekte ve 2004 yılında çıkarılan Bilgi Uçuranların Yasası (Whistleblower’s Law) ile güvence altına alınmaktadır (Vandekerckhove, 2010: 21). Bunların dışında, örgütlerde bir denetim mekanizması olarak bilgi uçurma davranışları, Avustralya ve Norveç gibi ülkelerde de önemsenmekte ve bu ülkelerde de konu ile ilgili çeşitli çalışmalar yürütülmektedir (Roberts ve Brown, 2010).

Güney Kore’de ise 2005 yılında kök hücre konusunda dünyadaki en ileri çalışmaları yürüten bilim insanı Woo Suk Hwag’ın laboratuvarındaki çalışanlarından biri, kimliğini gizlemek suretiyle medyaya, hastaların yapılan bir araştırma sırasında kandırıldıkları, laboratuvarında yapılan bazı çalışma sonuçlarının ise kamuoyuna yanlış aktarıldığı konusunda bilgi vermiştir (Apaza ve Chang, 2011: 120-121). Yarattığı etki ve sonuçları bakımından önemli olan bu olayın aynı zamanda Güney Kore’de bilgi uçurma kavramını gündeme taşıdığı söylenebilmektedir. Bunların dışında Uluslararası Çalışma Örgütü, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi ve Avrupa Komisyonu’nun çıkardığı çeşitli kararlar, hem bilgi uçuranları korumakta, hem de bilgi uçurma davranışını teşvik etmektedir (Poitevin, 2014). Bu kapsamda bilgi uçurmanın Amerikan iş hayatında önemli ve önemsenen bir yerinin olduğu, ancak diğer ülkelerde de bu konuda önemli çalışmalar yapıldığını göstermektedir. Özellikle çıkarılan yasaların amacı, hem çalışanların hem de toplumun sağlığını, kaynaklarını ve güvenliğini korumak ve bilgi uçuranların saldırılara maruz kalmasını engellemektedir (Vandekerckhove, 2010: 15).

Türkiye’ye bakılacak olunursa, bilgi uçurma için özellikle bir yasa bulunmamaktadır. Türk İş Hukuku’nda konu ayrıntılı incelenmemiş olup Türk Ceza Kanunu’nun “suçu haber verme/me” maddesi bu konuda bir kaynak oluşturabilmektedir (Aydın, 2003). Dünya Hukuk Grubu’nun içinde Türkiye’nin de olduğu 29 ülke ile yapılan Bilgi Uçurma Programlarına Küresel Rehber (Global Guide to Whistleblowing Programs) adlı çalışmada, Türkiye’nin bu alanda herhangi bir yasal düzenlemesi veya rehber niteliği taşıyacak bir çalışmasının olmadığı belirtilmiştir (The World Law Group, 2012: 91). Bununla birlikte Amerika’nın bilgi uçurma programına (whistleblowing program) 2017 yılı içerisinde farklı ülkelere de bireysel olarak birçok bilgi uçuran başvuru yapmıştır. Buna göre Türkiye’den yalnızca bir başvuru olurken, İngiltere’den 84, Kanada’dan 73, Avustralya’dan 48, Çin’den 39 ve Rusya’dan 26 olmak üzere dünyanın pek çok ülkesinden başvuru olmuştur (U.S. Securities and Exchange Commission 2017: 33). Bu sonuçlar, konunun Türkiye’de çok bilinmemesine ve yeterli koruyucu yasa olmadığı için de bilgi uçurmaya cesaret edebilen çalışan sayısının azlığına işaret etmektedir.

Çalışma kapsamında benimsenen holistik bakış açısı çerçevesinde yukarıda ayrıntılı olarak açıklanan yazın ışığında bilgi uçurma davranışının öncülleri ve sonuçları Şekil 1’de özetlenmektedir.



Şekil 1. Bilgi Uçurma Davranışının Öncülleri ve Sonuçları

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bilgi uçurma davranışının öncülleri olarak etik, mesleki ahlak anlayışı, toplumsal sorumluluklar, işyeri sadakati, örgütsel vatandaşlık ve örgütsel güven algısı sıralanabilmektedir. Bir çalışan hangi sektörde olursa olsun işyerinde yapılan haksız uygulamaları öğrendikten sonra, bunların çözümü için harekete geçmelidir. Bireylerin kurum içerisinde yetkililere durumu iletilmesi veya bu yöntem çözüm getirmezse, aynı konuyu farklı yetkili organlarla paylaşması gerekmektedir. Ancak işte bu noktada bu eylemin nasıl yapılacağı, söz konusu durum ile ilgili bilginin ne kadarının kurum dışına aktarılacağı da göz önüne alınarak kuruma en az hasar verecek tutumun sergilenmesi önem arz etmektedir. Hem yarar hem de zarar getiren durumların yarattığı ikilem, bilgi uçurma davranışları için de söz konudur. Bilgi uçurmanın sadakat mi yoksa ihanet mi olduğu, ya da hangi koşullarda gerçekten örnek bir davranış olarak nitelendirilebileceği tartışma konusudur. Bilgi uçurma eylemleri sonucunda ortadan kalkan, iflas eden, itibarını kaybeden işletmeler ve işinden ayrılmak durumunda kalan çalışanların oluşturduğu örnekler düşünüldüğünde, konunun örgütsel etik boyutu ile ayrıca detaylı olarak ele alınması gerektiği de açıktır. Ancak birkaç kişinin değil, toplumun çıkarları söz konusu olduğu zaman, bilgi uçurmanın bir iş ahlakı gereği yapılabileceği de düşünülmektedir.

Diğer yandan, bilgi uçuranlar saldırı ve öç alma durumlarıyla karşılaştıklarında, ruhsal ve ekonomik sıkıntılarla yüzleşmektedirler. Özellikle daha geleneksel kültürlerde, bilgi uçurma davranışı hoş görülmemektedir. Bilgi uçurmanın başka kurumlarda iş bulması ve hayatına devam edebilmesi zor olabilmektedir. Bu anlamda bilgi uçurmanın Batı toplumlarında, Doğu toplumlarına göre daha sık rastlanan bir eylem olduğu anlaşılmaktadır. Özellikle kültür boyutlarından yüksek güç mesafesi skalasında yer alan (Hofstede, 1980; 2010) Türkiye’de de bu davranışlar çok görülmemektedir. Ülkemizde de bilgi uçurma davranışının sonucu olarak bireyin işten atılması ve hatta ispiyoncu olarak nitelendirilmesine kadar giden süreçler yaşanabilmektedir. Oysaki özellikle kurumsal sosyal sorumluluk perspektifinden bakıldığında, olumlu sapkın davranışlar içerisinde yer alan bu davranış türü, gerek işletmenin gerekse de toplumun yararına olan eylemler içerisinde değerlendirilebilir.

Her kurumda yasa dışı ve etik olmayan durumlar yaşanabilir. Kurumlar çalışanlarını belli kriterlere ve özelliklere göre seçseler de bütün çalışanlarının kişilik özelliklerini ve kuruma karşı niyetlerini kestiremezler. Bu doğal bir süreçtir. Ancak bu tarz durumlara karşı kurumların proaktif bir şekilde aldıkları önlemler önemlidir. Aynı zamanda bilgi uçurma bir risk ve kriz durumu yaratabildiğinden, olayın yaşanmasından itibaren de geliştirilecek reaktif kararlar ve tepkiler kritiktir. Bilgi akışı için iletişim kanallarının açık olması



gerekmektedir. Çalışanların şikâyetlerini güvenle dile getirebilecekleri mekanizmaların doğru işletilmesi gerekmektedir.

Bilgi uçurma eğer doğru yönetilebilirse kurumun ilerlemesini sağlayacak bir mekanizma haline getirilebilir. Kurumlarda hırsızlık, yolsuzluk, evrakta sahtecilik veya mobbing gibi pek çok türde kötü işler yapılabilmektedir. Bu durumlar kurumun bütününe değil, yalnızca belli sayıda çalışana çıkar sağlamaktadır. Kurumların hesap verebilir ve hem çalışanına hem de topluma karşı şeffaf olabilmesi için iç denetim süreçlerinin doğru işletilmesi gerekmektedir. Bilgi uçurma davranışı bir iç denetim mekanizmasına dönüştürülebilirse, kötü uygulamalar dışarıya aktarılmadan kurum içerisinde çözülebilecektir. Dolayısıyla bilgi uçurma davranışlarının doğru bir şekilde yönetilmesi, bu davranışların kontrolünü sağlayacağı gibi ölçeğinin de belirli ve tehlike içermeyen sınırlarda kalmasını sağlayacaktır.

Bilgi uçurma davranışı örgütsel iletişim ve örgütsel davranış alanlarında özellikle Türkiye açısından ele alınması gereken bir konu başlığı olarak görülmektedir. Japonya, Norveç, İngiltere gibi pek çok ülkede bu alan hem hukuksal, hem sosyolojik, hem de etik boyutları ile tartışılmaktadır. Türkiye’de ise çalışmalar özellikle 2010’lu yıllardan itibaren yapılmakla beraber, yapılan çalışmaların sayısı yeterli değildir. Bilgi uçurmaya yönelik algıların ölçülmesi, bu konuda tespitlerin yapılmasını sağlayabilecektir. Ancak böyle bir algının ölçülmesi için o işletmelerde bir bilgi uçurma vakasının olması önemlidir. Bu şekilde daha sağlıklı veriler elde edilecektir. Buna ek olarak, devlet yetkililerinin de bu konuda bir yasa çıkarmaları ve bilgi uçuranları güvence altına almaları gerekmektedir. Hatta aynı psikolojik tacizde (mobbing) kullanılan ALO 170 uygulaması gibi bir bilgi uçurma ihbar hattı uygulamasının hayata geçirilmesi, bu davranışları daha çok cesaretlendirebilecektir. Böylece hem yasa ile hem de ihbar eylemleri ile gerekli ihbarların alındığı bir iletişim hattının kurulmasının, bilgi uçurma eylemlerini daha sistemli ve yönetilebilir bir hale getirebileceği düşünülmektedir. Bu konuda Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’nın uygulamaya dönük eylem planlarını harekete geçirmesinde yarar görülmektedir.

Bilgi uçurma eylemleri ile beraber önlenebilir yanlış uygulamalar sayesinde milyonlarca dolar devlete veya yatırımcılara geri aktarılabilir. Bu sayede aslında güvenli ticaret ortamı devam ettirilebilmektedir. Bu nedenle özel ya da kamu tüm örgütlerin bilgi uçurmayı bir tehdit olarak değil, bir iç denetim mekanizması olarak görmelerinde yarar vardır. Bu sayede gelecekte daha şeffaf ve daha açık bir bilgi aktarımının olduğu bir iş ortamı doğacaktır.

Gelecekte yapılacak araştırmalarda, bireylerin bilgi uçurma davranışlarında bulunma eğilimlerini tetikleyen kişilik faktörlerinin (dışa dönük kişilik özelliği gibi) görgül araştırmalarla incelenmesi önerilmektedir. Aynı zamanda Türkiye’de bugüne kadar yaşanmış bilgi uçurma vakalarının, derinlemesine vaka inceleme yöntemleri ile ele alınmasının faydalı olabileceği düşünülmektedir. Kültürlerarası bir çalışma olarak Türkiye ve Batılı ülkeler üzerine karşılaştırmalı çalışmalar yapılabilir. Bununla birlikte kamu ve özel kurumlardaki çalışanların bilgi uçurma eğilimleri üzerine yapılacak görgül çalışmalar da bu konu üzerine daha ayrıntılı bilgi sunabilecektir.

KAYNAKÇA

AKTAN, Coşkun Can (2006), “Organizasyonlarda Yanlış Uygulamalara Karşı Bir Sivil Erdem, Ahlaki Tepki ve Vijdani Red Davranışı: Whistleblowing”, **Mercek Dergisi**, Ekim, 1-13.

APAZA, Carmen R. ve Yongjin CHANG (2011), “What Makes Whistleblowing Effective Whistleblowing in Peru and South Korea”, **Public Integrity**, 13(2), 113-129.

ARSLAN, Elif Türkan ve Murat KAYALAR (2017), “Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının İfşa (Whistleblowing) Niyeti: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, **Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 19(32), 15-26.

AYAR, Murat ve Cevdet ÖZMEN (2017), “Açık Etme (Whistleblowing) ve İspiyonlama. 5. Örgütsel Davranış Kongresi Bildiriler Kitabı, 3-4 Kasım 2017, Antalya, Türkiye.

AYDIN, Ufuk (2003), “İş Hukuku Açısından İşçinin Bilgi Uçurması (Whistleblowing)”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2(2), 79-100.

BALTACI, Ali ve Ali BALCI (2017), “Bilgi Uçurmanın Nedenleri: Nitel Bir Çalışma”, **Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi**, 7(1), 53-67.



BARNETT, Tim (1992), "Why Your Company Should Have a Whistleblowing Policy", **SAM Advanced Management Journal**, 57(4), 37-42.

BAŞOL, Oğuz ve Işıl KARATUNA (2015), "Örgütlerde Olumsuz Durumların İfşa Edilmesi ve Örgütsel İletişim İlişkisi", **Marmara University Journal of Economic & Administrative Sciences**, 37(2), 153-170.

BOK, Sissela (2000), "Whistleblowing and Professional Responsibility", iç. TITLE, Peg (Ed.), **Ethical Issues, Business Inquiries Cases and Readings**, Canada: Broadview Press, 70-78.

BOUCER, Sandy (2014), **The World of the Whistleblower: Things are Starting to Change**, Canada: Grant Thornton LLP.

BRODY, Richard; John M. COULTER ve Suming LIN (1999), "The Effect of National Culture on Whistleblowing Perceptions", **Teaching Business Ethics**, 3, 385-400.

CANDAN, Hakan ve Tuba Perihan KAYA (2015), "İhbarcılık (Whistleblowing) ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Kamu Kurumunda Araştırma", **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 5(2), 305-330.

CELEP, Cevat ve Tuğba KONAKLI (2012), "Bilgi Uçurma: Eğitim Örgütlerinde Etik ve Kural Dışı Uygulamalara Yönelik Bir Tepki/Whistleblowing: A Response to Unethical and Illegitimate Practices in Educational Organizations", **e-international Journal of Educational Research**, 3(4), 65-88.

CHENG, Xintong; Khondkar E. KARIM ve Karen Jingrong LIN (2015), "A Cross-Cultural Comparison of Whistleblowing Perceptions", **International Journal of Management and Decision Making**, 14(1), 15-31.

CHERRY, Miriam A. (2012), "Virtual Whistleblowing", **South Texas Law Review**, 54(1), 9-35.

CHO, Yoon Jik ve Hyun Jin SONG (2015), "Determinants of Whistleblowing within Government Agencies", **Public Personnel Management**, 44(4), 450-472.

ÇETİNEL, Makbule Hürmet ve Soner TASLAK (2018), "Çalışanların İhbarcılık (Whistleblowing) Eğilimi İle Örgütsel Adalet Algısı İlişkisinin Kavramsal Boyutu", **Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi**, 6(2), 78-97.

DAVIS, Michael (1989), "Avoiding the Tragedy of Whistleblowing", **Business and Professional Ethics Journal**, 8(4), 3-19.

DAVIS, Michael (1996), "Some Paradoxes of Whistle-Blowing", **Business and Professional Ethics Journal**, 15(1), 147-155.

DUNGAN, James, Adam WAYTZ ve Liane YOUNG (2015), "The Psychology of Whistleblowing", **Current Opinion in Psychology**, 6, 129-133.

EARLE, Beverley H. ve Gerald A. MADEK (2007), "The Mirage of Whistleblower Protection under Sarbanes-Oxley: A Proposal for Change", **American Business Law Journal**, 44(1), 1-54.

ENGLEHART, Neil A. (2000), "Rights and Culture in the Asian Values Argument: The Rise and Fall of Confucian Ethics in Singapore." **Human Rights Quarterly**, 22, 548- 568.

ERTÜRK, Abbas (2016), "The Relationship between Whistleblowing and Organizational Citizenship Behavior for High School Teachers", **Journal of Educational Sciences Research (JESR)**, 6(1), 1-22.

ERTÜRK, Abbas (2017), "Bilgi Uçurma", iç. ÖZDEMİR, Servet ve Necati CEMALOĞLU (Ed.), **Örgütsel Davranış ve Yönetimi**, Ankara: Pegem Akademi, 644-648.

GİVATİ, Yehonatan (2016), "A Theory of Whistleblower Rewards", **The Journal of Legal Studies**, 45(1), 43-72.

HAIDT, Jonathan ve Jesse GRAHAM (2007), "When Morality Opposes Justice: Conservatives Have Moral Intuitions that Liberals may not Recognize", **Social Justice Research**, 20(1), 98-116.

HASSINK, Harold; Meinderd De VRIES ve Laury BOLLEN (2007), "A Content Analysis of Whistleblowing Policies of Leading European Companies", **Journal of Business Ethics**, 75(1), 25-44.



HERSH, Marion A. (2002), "Whistleblowers - Heroes or Traitors? Individual and Collective Responsibility for Ethical Behaviour", **Annual Reviews in Control**, 26(2), 243-262.

HOFSTEDDE, Geert (1984), "The Cultural Relativity of the Quality of Life Concept", **Academy of Management Review**, 9(3), 389-398.

HOFSTEDDE, Geert, Gert Jan HOFSTEDDE ve Michael MINKOV (2010), **Cultures and Organizations: Software of the Mind**. Third Edition, New York, NY: McGraw-Hill.

JENSEN, J. Vernon (1987), "Ethical Tension Points in Whistleblowing", **Journal of Business Ethics**, 6(4), 321-328.

JOHNSON, Roberta Ann (2003), **Whistleblowing**. Colorado: Lynne Rienner Publisher.

JUBB, Peter B. (1999), "Whistleblowing: A Restrictive Definition and Interpretation", **Journal of Business Ethics**, 21(1), 77-94.

KAPLAN, Elaine (2001), "The International Emergence of Legal Protections for Whistleblowers", **The Journal of Public Inquiry**, (Fall/Winter), 37-42.

KIZILOĞLU, Esra ve Adnan ÇELİK (2015), "Whistleblowing Behavior in Organizations and Work Morality Interaction", **International Journal of Social Sciences and Education Research**, 1(2), 329-341.

KOHN, Stephen M. (2014), **The Importance of Whistleblower Rewards in Combating International Corruption**, Full Report: National Whistleblower Legal Defense and Education Fund.

KURTULUŞ, Berrak (2010), "İş Ahlakı: Geçmişte ve Günümüzde", **Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi**, 0(50), 737-759.

LARMER, Robert A. (1992), "Whistleblowing and Employee Loyalty", **Journal of Business Ethics**, 11(2), 125-128.

LINDBLOM, Lars (2007), "Dissolving the Moral Dilemma of Whistleblowing", **Journal of Business Ethics**, 76(4), 413-426.

MAJAVU, Anna (2010), **Electrician Wants Job Back**, Sowetan Live, [Erişim Adresi: <https://www.sowetanlive.co.za/news/2010-07-12-electrician-wants-job-back/>, Erişim Tarihi: 12.08.2018].

MALISSETTY, Sainath (2016), "Genesis and Emanations of Deviant Workplace Behaviour: A Case e Study in IT Industry", **Indian Journal of Science and Technology**, 9(14), 1-6.

MANSBACH, Abraham (2011), "Whistleblowing as Fearless Speech: The Radical Democratic Effects of Late Modern Parrhesia", iç. LEWIS, David ve Wim VANDEKERCKHOVE (Ed.), **Whistleblowing and Democratic Values**, Published by the International Whistleblowing Research Network, 12-16.

MANSBACH, Abraham ve Yaacov G. BACHNER (2010), "Internal or External Whistleblowing: Nurses' Willingness to Report Wrongdoing", **Nursing Ethics**, 17(4), 483-490.

MCMULLEN, Judge Jeremy (2010), "Ten Years of Employment Protection for Whistleblowers in the UK: A View from the Employment Appeal Tribunal", iç. LEWIS, David B. (Ed.), **A Global Approach to Public Interest Disclosure**, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 7-14.

NARAYANAN, Kanimozhi ve Susan E. MURPHY (2017), "Conceptual Framework on Workplace Deviance Behaviour: A Review", **Journal of Human Values**, 23(3), 218-233.

ÖZLER, Derya Ergun; Meltem Dil ŞAHİN ve Ceren GİDERLER ATALAY (2010), "Teorik Bir Çerçeve de Whistleblowing- Etik Anlayışı", **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 11(2), 169-194.

PARK, Heungsik, Michael T. REHG ve Donggi LEE (2005), "The Influence of Confucian Ethics and Collectivism on Whistleblowing Intentions: A Study of South Korean Public Employees", **Journal of Business Ethics**, 58(4), 387-403.

PATRICK, Patricia A. (2010), **Be Prepared Before You Blow the Whistle - Protection under State Whistleblowing Laws, Fraud Magazine**, [Erişim Adresi: <http://www.fraud-magazine.com/article.aspx?id=4294968656>, Erişim Tarihi: 11.09.2018].



QUSQAS, Firas ve Brian H. KLEINER (2001), "The Difficulties of Whistleblowers Finding Employment", **Management Research News**, 24(3/4), 97-100.

RAY, Susan L. (2006), "Whistleblowing and Organizational Ethics", **Nursing Ethics**, 13(4), 438-445.

ROBERTS, Peter ve A. J. BROWN (2010), "The Australian Legislative Experience", iç. LEWIS, David B. (Ed.), **A Global Approach to Public Interest Disclosure**, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 56-73.

SEÇKİN, Zeliha ve H. Alpay KARASOY (2012), "A Conceptual Study on the Relationship between the Importance of Whistle-Blowing and Organizational Citizenship Behavior", **International Journal of Information Technology and Business Management**, 6(1), 5-58.

SEÇKİN, Zeliha ve H. Alpay Karasoy (2012), "A Conceptual Study on the Relationship between the Importance of Whistle-blowing and Organizational Citizenship Behavior", **International Journal of Information Technology and Business Management**, 6(1), 5-58.

SPREITZER, Gretchen M. ve Scott SONENSHEIN (2003), "Positive Deviance and Extraordinary Organizing", iç. CAMERON, Kim S. ve Jane E. DUTTON and Robert E. QUINN (Ed.), **Positive Organizational Scholarship**, San Francisco: Berrett-Koehler, 207-224.

SUMMERFIELD, Richard (2014), **Whistleblowing in the US**. Financier Worldwide Magazine, [Erişim Adresi: <https://www.financierworldwide.com/whistleblowing-in-the-us/#.W8oppHszbIW>, Erişim Tarihi: 12.08.2018].

ŞEKERLİ, Eyüp Bayram; Soner TASLAK ve M. Hürmet ÇETİNEL (2016), "Mesleki Bağlılığın Çalışanların İhbarcılık Eğilimleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesine Yönelik Görgül Bir Çalışma", **International Journal of Eurasia Social Sciences**, 7(25), 1-21.

TANI, Esra (2018), Sosyal Medyada Bilgi Uçurma (Whistleblowing) Davranışı, iç. YILDIZ, Harun (Ed.), **Sosyal Medyanın İş yaşamındaki Yeri**, İstanbul: Beta Yayınları, 281-299.

The World Law Group (2012), **Global Guide to Whistleblowing Programs**, Full Report, 1-107.

THORSEN, Einar; Chindu SREEDHARAN ve Stuart ALLAN (2013), "WikiLeaks and Whistle-Blowing: The Framing of Bradley Manning", iç. BREVINI, Benedetta, Arne HINTZ ve Patrick MCCURDY (Ed.), **Beyond WikiLeaks Implications for the Future of Communications, Journalism and Society**, Hampshire: Macmillan Publishers, 101-122.

U.S. Securities and Exchange Commission (2017), **Annual Report to Congress: Whistleblower Program**, Washington, DC: Office of the Whistleblower.

VADERA, Abhijeet K; Michael G. PRATT ve Pooja MISHRA (2013), "Constructive Deviance in Organizations: Integrating and Moving Forward", **Journal of Management**, 39(5), 1221-1276.

VANDEKERCKHOVE, Wim (2010), "European Whistleblower Protection: Tiers or Tears?", Lewis, David B. (Ed.), **A Global Approach to Public Interest Disclosure**, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 15-35.

VANDEKERCKHOVE, Wim ve MS Ronald COMMERS (2004), "Whistle Blowing and Rational Loyalty", **Journal of Business Ethics**, 53(1/2), 225-233.

WHISTLEBLOWERS INTERNATIONAL ATTORNEYS (2016), "**Whistleblowing History Overview**", [Erişim Adresi: <https://www.whistleblowersinternational.com/what-is-whistleblowing/history/>, Erişim Tarihi: 19.08.2018]

WORTH, Mark (2013), Whistleblowing in Europe Legal Protections for Whistleblowers in the EU. **Transparency International**, European Commission.

XIN, Liu (2014), "The Influence of National Culture on Whistle-Blowing: A Cross-Cultural Investigation", **Cross-Cultural Communication**, 10(6), 91-95.

YILDIZ, Harun ve Esra TANI (2018), "A Theoretical Overview of Whistleblowing Behavior", **1st International EMI Entrepreneurship Social Sciences Congress Abstract E-Book** (p. 85), 27-29 April 2018, Lefkosa, Cyprus.



GJEBS

Global Journal of Economics and Business Studies

Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi

<http://dergipark.gov.tr/gumusgjebs> - ISSN: 2147-415X



Kış-2018

Winter-2018

Cilt: 7 Sayı: 14 (53-67)

Volume: 7 Issue: 14 (53-67)

ZHUANG, Jinyun; Stuart THOMAS ve Diane L. MILLER (2005), "Examining Culture's Effect on Whistleblowing and Peer Reporting", **Business & Society**, 44(4), 462-486.

**ÜRÜN İNOVASYONU VE ÜRÜN KALİTESİNİN MARKA SADAKATI ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ:
AKILLI CEP TELEFONLARI ÜZERİNDE AMPİRİK BİR ÇALIŞMA**Emel YILDIZ¹Mahmut KOÇAN²**ÖZET**

İşletmeler, küreselleşen dünyada giderek artan rekabet ortamında ayakta kalmak, rakiplerinden farklılaşmak ve büyük pazar payı elde etmek için çalışırlar. Bu doğrultuda işletmelerin sürekli değişim ve yenilenme ekseninde konumlanmaları gerekmektedir. Ürünlerin/markaların fonksiyonel özellikleri bakımından birbirlerine daha çok benzemeleri sebebiyle tüketicilerin tercihlerinde ayırt edici bir seçim kriteri olmadığından, kalite ve ürünlerde yapılan yenilikler tüketici tercihlerinde daha belirleyici hale gelmektedir. Bu kapsamda araştırmanın temel amacı, ürün inovasyonu ve ürün kalitesinin marka sadakati üzerine etkisini incelemektir. Çalışmada ayrıca ürün inovasyonu ve ürün kalitesinin marka farkındalığı ve marka imajı üzerindeki etkilerini incelenmiştir. Araştırma kapsamında Rize ili Merkez ilçesinde yaşayan akıllı cep telefonu kullanıcılarına 432 anket uygulanmıştır. Eksik ve hatalı anketler elendikten sonra 400 anket analize dahil edilmiştir. Veriler AMOS programı kullanılarak yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda hem ürün inovasyonunun hem de ürün kalitesinin marka sadakati üzerinde pozitif yönde doğrudan, marka farkındalığı ve marka imajı aracılığıyla da dolaylı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, marka farkındalığı ve marka imajı da marka sadakati üzerinde anlamlı ve olumlu yönde bir etkiye sahiptir. Bu bağlamda akıllı telefon markalarının yeniliklere açık olması ve kaliteye önem vermesi müşteri sadakati sağlaması açısından önemli bir unsurdur.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, Kalite, Marka Sadakati, Akıllı Cep Telefonu.**Jel Kodları:** M30, M31.**EFFECTS OF PRODUCT INNOVATION AND PRODUCT QUALITY ON BRAND LOYALTY: AN
EMPIRICAL STUDY ON SMART MOBILE PHONES****ABSTRACT**

Businesses try to differentiate from their competitors and to achieve a large market share, to survive in an increasingly competitive environment in the globalized world. In this direction, businesses should be positioned on the axis of continuous change and renewal. Since the products / brands are more similar to each other in terms of their functional properties, since they do not have a distinct selection criterion in consumer preferences, the quality and innovations made in products become more decisive in consumer preferences. The main purpose of the research is to examine the effect of product innovation and product quality on brand loyalty. Also this study examines effects of product innovation and product quality on brand awareness and brand image. In the scope of the research, 432 questionnaires were applied to smart mobile phone users living in the central district of Rize. After elimination of missing and incorrect questionnaires, 400 questionnaires were included. Data were analysed by Structural Equation Modelling. As a result, it is found that both product innovation and product quality have positive direct effect on brand loyalty and also have positive indirect effect on brand loyalty through brand awareness and brand image. In the study, it is also determined that that brand awareness and brand image have significant positive effect on brand loyalty. In this context, it is important for the smart mobile phone brands to be open to innovations and attach importance to quality in terms of providing customer loyalty.

Keywords: Innovation, Quality, Brand Loyalty, Smart Mobile Phone.**Jel Codes:** M30, M31.¹ Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, İİBF, emel.yildiz@yahoo.com² İşletme Doktora Öğrencisi, Gümüşhane Üniversitesi SBE, mahmutkocan@hotmail.com

**1. GİRİŞ**

Küreselleşen dünyada her geçen gün artan rekabet ortamında işletmeler ayakta kalmak, uzun dönemde başarılı olmak, rakiplerinden farklılaşmak ve daha büyük pazar payı elde etmek için çalışmaktadırlar. Tüketiciler ise günümüzde sürekli değişen ve kesintisiz olan bir medya saldırısı, internetteki pop-uplar ve banner reklamları, gazeteler, dergiler, kataloglar, e-postalar, mesajlar, bilgisayar ve video oyunları gibi etmenlerin etkisiyle sürekli bir enformasyon ve reklam sağanağı altında yaşamlarını sürdürmektedirler (Lindstrom, 2011: 46).

Hızlı değişimlerin yaşandığı bir ortamda, işletmelerin rekabet avantajı elde edebilmeleri ve ayakta kalabilmeleri için çevre şartları doğrultusunda sürekli olarak değişim ve yenilenme ekseninde konumlanmaları gerekmektedir. Bu nedenle yenilikçilik ifadesi, işletmeler için her zaman önemli bir kaldıraç görevi görecektir (Yavuz, 2010: 144).

Tüketiciler çok sayıdaki ürün/marka arasından seçim yaparken, kendisiyle arasında bağlantı kurabildiği ürünlere/markalara yönelmektedirler. Bunun sebebi teknolojik gelişmelerle ürünlerin/markaların fonksiyonel özellikleri bakımından birbirlerine giderek daha çok benzemeleri ve ürünün/markanın fonksiyonel özelliklerinin ötesinde seçim kriterlerinin giderek daha belirleyici hale gelmeye başlamasıdır (Aaker, 2009: 224; Odabaşı, 2006: 94-96).

Markalaşmanın rolünün son yıllarda değiştiği söylenebilir. Markaya yüklenen sembolik anlam, tüketicinin markaya dair kalite algılamasını etkilemeye ve marka sadakatinin yaratılmasına yönelik pazarlama stratejilerinin başarılı olmasına katkı sağlamaktadır. Bu sebeple ürünlerde farklılık yaratmak ve tüketicilerin dikkatini çekmek amacıyla sembolik özelliklere vurgu yapılması gerekmektedir (Odabaşı, 2006: 95).

Birçok markanın başarıya ulaşmasında ürün inovasyonu ana faktör olarak görülmektedir. Ürün inovasyonu, hem üretim süreci boyunca yaratıcı tasarımlardan kaynaklanan ürünlerin kalitesini ve özelliklerini teşvik etmeyi amaçlayan kârlı bir amaç hem de bir marka tarafından başlatılan yeni ürün tasarımıdır (Hanaysha ve diğerleri, 2014: 2).

Bu kapsamda günümüzdeki işletmeler, ürün inovasyonuna ve kaliteye önem vererek bazı tüketicilerin ürünlerini/markalarını daha çok tercih etmelerini sağlamaktadır. Böylece tüketicilerin ürünlere/markalara karşı bağlılıkları artmakta ve farkındalık oluşmaktadır. Bunlar da ürünün/markanın imajına katkı yaparak işletmenin satışlarını, pazar paylarını ve kârlarını artırır. Araştırmanın bir sonraki kısmında ürün inovasyonu, ürün kalitesi, marka farkındalığı, marka imajı ve marka sadakati kavramları açıklanmıştır.

2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Ürün inovasyonu, teknik özelliklerde, bileşenlerde, materyallerde, bütünlük yazılımlarda kullanıcı dostu veya diğer fonksiyonel özelliklerde önemli gelişimleri içermektedir (OECD, 2005: 48). Başka bir deyişle ürün inovasyonu; yeni ürün geliştirme, mevcut ürünlerin tasarımında iyileştirme veya mevcut ürünlerin oluşturulmasında yeni kaynaklardan veya bileşenlerden yararlanma gibi çeşitli yönleri kapsar (White ve diğerleri, 1988: 14).

Herhangi bir organizasyonun operasyonelleştirilmesinde temel unsurlarından biri markalaşmadır. Ürünlerini ve hizmetlerini pazarlamayı amaçlayan markalar, tüketicilerin çeşitli aktivitelerini cevaplayarak yüksek değerler sağlamaya çalışmaktadır (Keller, 1993: 15). Ayrıca güçlü bir marka edinmek, farklı pazarlama avantajları elde etmek ve rekabeti geliştirmek için bir organizasyona yardım etmektedir (Hoeffler ve Keller, 2003: 422).

Hem markanın oluşturduğu kültürle ilgili hem de işletmelerin hedefleri ve sorumlulukları arasında kültürü ortaya çıkaracak etkileşimi markanın değeri sağlamaktadır (Pringle ve Gordon, 2001: 69). Bir markanın başarılı olabilmesi için tüketiciler açısından markanın katma değerinin yüksek düzeyde olması gerekir. Başarılı bir marka, değerini artırması için uygulaması gereken unsurlar şunlardır; tüketici odaklı olması, marka ile tüketici arasında duygusal bir bağın kurulmasını sağlaması, markanın basit ve hızlı algılanabilir olması, sözünü tutan bir marka olarak tanınması ve tüketiciye verilen mesajın tekrarlanması. Söz konusu bu unsurların marka bilgisi içinde ele alınarak yönetilmesi de oldukça önemlidir (Aktepe ve Baş, 2008: 83).

Ürün kalitesi; Kalitenin birçok tanımı olmasına rağmen, kalitenin tanımlarında sıklıkla yer alan ifadelerin mükemmellik, değer, uygunluk, bir ürünü özellikleri bakımından diğerlerinden ayırma ve müşteri beklentilerinin karşılanması veya müşteri beklentilerinin aşılması ifadeleri olduğu görülmektedir (Corbett ve



Rastrick, 2000: 16). Kalite konusunda önemli olan, tüketicilerin kalite algılamalarının sadece ürün ya da hizmetlere bağlı olmadığı aynı zamanda tüketicilerin, işletme ile aralarındaki ilişkinin kalitesine de önem vermeleridir (Taşkın, 2005: 56). Ürün kalitesi, işletmelerin rekabet avantajı kazanması noktasında stratejik bir öneme sahiptir. Ürün kalitesinin önemi ve kalite stratejisinin başarıyla uygulanması, odaklanma ve pazar payı bağlamında karlılık artışı sağlayabilmektedir (Jacobson ve Aaker, 1987: 31).

Marka farkındalığı, markanın tüketicinin zihninde yarattığı etkiyi ifade etmektedir (Aaker, 2013: 24). Bir başka deyişle marka farkındalığı, bir tüketicinin bir markanın belli bir ürün kategorisinin üyesi olduğunu anlaması veya hatırlamasıdır. Marka farkındalığı ürün sınıfı ile marka arasında bir bağlantıyı oluşturmaktadır. Örneğin; büyük bir balonun üzerine Levi's yazılması, Levi's ismini dikkat çekici kılabilir. Ancak isim bilinirliğine herhangi bir katkısı olmayabilir. Balon bir çift Live's 301'e benzeyecek şekilde sokulursa ürün ile bağ sağlanmış olur ve balonun farkındalık yaratmadaki etkinliği arttırılabilir (Aaker, 2009: 82).

Marka imajı; Günümüzde tüketicilerin bir markayı satın alması için temel ürün niteliklerinin sağlanması yeterli olmamakla beraber tüketiciler markalardan fonksiyon, nitelik, fayda gibi temel özelliklerin olmasını da beklemektedirler. Bu özellikler marka imajı oluşturularak sağlanmaktadır. Marka imajı, markanın tüketici tarafından nasıl algılandığı ile markanın önceki performansına göre tüketicilerin zihnindeki yansımasıdır (Erdil ve Uzun, 2010: 89-90).

Marka imajı, ürünün hedef pazarda oluşturduğu duygusal ve estetik, olumlu ya da olumsuz izlenimleri veya tüketicinin bir objeye ilgili inançları ve düşünceleridir (Ker, 1998: 25; Keller, 2013: 314).

Marka sadakati, yeniden satın alma davranışı veya bir markanın fiilen tekrardan alınmasını ifade etmektedir (Blomer ve Kasper, 1995: 314). Aynı zamanda, tüketicinin daha önce satın aldığı markadan memnun olması durumunda ek maliyetlere katlanarak gelecekte tekrarlayacağı satın alma davranışını ve markaya içten bağlı olmasını ifade eder (Yüce, 2010: 33). Yüksek düzeyde sadık bir tüketici tabanı, beklenen satış ve karların elde edilmesini sağlayacağından işletmeler için marka sadakati oldukça önemlidir. Ayrıca, yeni tüketici kazanmak mevcut tüketicileri elde tutmaktan çok daha maliyetli olduğu için marka sadakatinin pazarlama maliyetleri üzerinde çok önemli etkileri bulunmaktadır (Aaker, 2013: 35).

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, ürün inovasyonu ve ürün kalitesinin marka sadakati üzerine etkisinin olup olmadığının belirlenmesidir. Aynı zamanda, marka farkındalığı ile marka imajının marka sadakatine üzerinde etkisinin olup olmadığını tespit etmektir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Rize ili Merkez ilçesinde akıllı cep telefonu kullanıcıları oluşturmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre 2017 yılı itibarıyla Rize il merkezinin nüfusu 117.664'tür. Ancak, akıllı cep telefonu kullanma yaşı ve Rize il merkezinde ne kadar kişinin akıllı cep telefonu kullandığının tam olarak tespit edilemediği ve %5 örneklem hatası ($p=0,5$ ve $q=0,5$) için araştırma örneklem büyüklüğü 384 olarak kabul edilmiştir (Baş, 2013: 43).

3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Verilerin Değerlendirilmesi

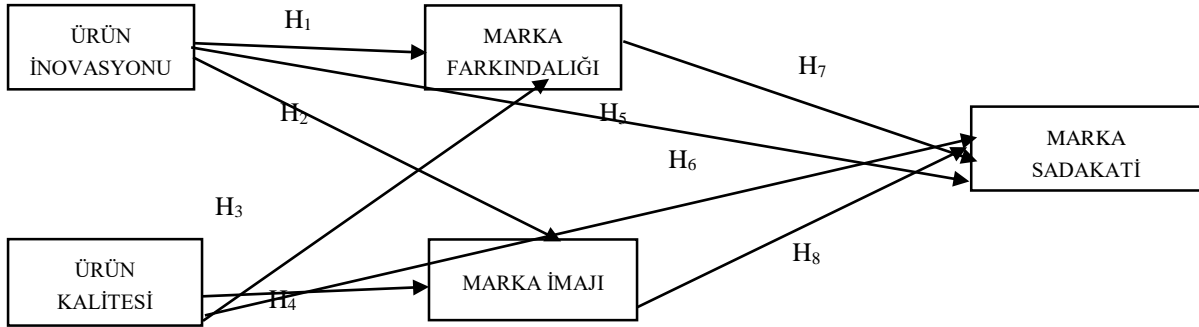
Araştırmada veriler yüz yüze anket yöntemiyle toplanmış olup, hazırlanan anket formunda toplam 10 soru bulunmaktadır. Anket formunda yer alan birinci soru araştırmanın ilk kısmını; ikinci, üçüncü, dördüncü, beşinci, altıncı ve yedinci soruları araştırmanın ikinci kısmını; sekizinci, dokuzuncu ve onuncu soruları ise araştırmanın üçüncü kısmını oluşturmaktadır. Anket formunun ilk kısmında ürün inovasyonu, ürün kalitesi, marka farkındalığı, marka imajı ve marka sadakati değişkenleriyle ilgili 28 yargı bulunmaktadır. Söz konusu yargılar için "1-Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum; 5-Kesinlikle katılıyorum" şeklinde beşli likert ölçeği kullanılmıştır. İkinci kısımda araştırmanın demografik özellikleri olan cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek ve ortalama aylık gelir soruları yer almaktadır. Araştırmanın üçüncü kısmında ise akıllı cep telefonu kullanıcılarının kullandıkları akıllı cep telefonu markası,

değiştirme sıklıkları ve yeni bir akıllı cep telefonu alımında fiyat aralığı soruları bulunmaktadır. Veri toplamaya başlamadan önce hazırlanan anket formunda yer alan sorularda eksik veya anlaşılmayan bir durum olup olmadığını tespit etmek için 20 akıllı cep telefonu kullanıcısına anket yapılmış ve kişilerin verdikleri bilgiler doğrultusunda sorular yeniden revize edilerek veri toplama sürecine geçilmiştir.

Araştırma çerçevesinde akıllı cep telefonu kullanıcılarına 432 anket uygulanmış olup, eksik ve hatalı anketler elendikten sonra 400 kullanılabilir anket elde edilmiştir. Anketler, Nisan-Mayıs 2018 dönemlerinde uygulanmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler SPSS25 ve AMOS istatistik programları kullanılarak faktör analizi ve yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir.

3.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Son yıllarda ürün inovasyonu birçok araştırmacının dikkatini çekmeye başlamıştır. Ürün inovasyonu üründe çeşitli değişiklikler yapmakta ve ürünü daha cazip kılarak tüketici tarafından satın alınmasını sağlamaktadır. Bu doğrultuda; akıllı cep telefonları kullanıcıları üzerinde ürün inovasyonu ve ürün kalitesinin, bilinirliği, imajı ve sadakatine etkili olup olmadığını tespit edebilmek için araştırmanın modeli aşağıdaki şekilde tasarlanmıştır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırma modeli doğrultusunda literatür incelendiğinde, Hamid ve Diğerleri (2012) Pakistan'daki markalarla ilgili tüketiciler üzerine yaptıkları çalışmada ürün inovasyonu ile markanın tanınması arasında güçlü bir ilişki olduğunu; Hanaysha (2016) Malezya'da binek araba kullanıcıları üzerine yaptığı çalışmada ürün inovasyonu ile marka farkındalığı arasında önemli bir ilişki olduğunu ve benzer şekilde Hanaysha ve Hilman (2015) Malezya otomotiv pazarında otomotiv sahiplerine yaptıkları çalışmada ürün inovasyonunun marka farkındalığı üzerinde etkisini tespit etmişlerdir. Bu sonuçlardan hareketle araştırmanın H1 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H1: Ürün inovasyonunun marka farkındalığı üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

Henard ve Dacin (2010) imalat firmasının ürün sınıfından bir ürünü seçerek tüketiciler üzerinde yaptıkları çalışmada, ürün inovasyonunun itibarı ile marka imajı arasında pozitif bir ilişki olduğunu; Hanaysha ve diğerleri (2014) otomotiv endüstrisinde ve Hanaysha (2016) Malezya'da binek araba kullanıcıları üzerinde yaptıkları çalışmada ürün inovasyonu ile marka imajı arasında önemli düzeyde bir ilişki olduğunu; Hanaysha ve Hilman (2015) ürün inovasyonunun marka imajı üzerinde etkisinin olduğunu; Wang ve Diğerleri (2017) de Çin'de cep telefonu sektöründe yaptıkları çalışmada ürün inovasyonunun marka imajı üzerinde etkili olduğunu saptamışlardır. Ayrıca, Shiau (2014) Japonya'da bulunan Anime Dolls markasını baz alarak yaptığı çalışmada ürün inovasyonunun marka imajını üzerinde olumlu etkisinin olduğunu tespit etmiştir. Bu sonuçlardan hareketle araştırmanın H2 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H2: Ürün inovasyonunun marka imajı üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

Ming ve Diğerleri (2011) marka değeri bileşenleri arasında ilişkinin olup olmadığını tespit etmeye yönelik yaptıkları çalışmada marka farkındalığı ile ürün kalitesi arasında anlamlı bir ilişki olduğunu; Yazgan ve diğerleri (2014) hazır giyim sektöründe yaptıkları çalışmada marka farkındalığının algılanan kaliteyi olumlu yönde etkilediğini; Chow ve diğerleri (2017) Tayvan'da yiyecek endüstrisinde yaptıkları çalışmada marka



farkındalığı ile algılanan kalite arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğunu belirlemişlerdir. Bu sonuçlardan hareketle araştırmamızın H3 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₃: Ürün kalitesinin marka farkındalığı üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

Gölbaşı Şimşek ve Noyan (2009) cep telefonu sektörü üzerinde yaptıkları çalışmada ürünün kalitesi ile marka imajı arasında anlamlı bir ilişki olmadığını; Ming ve Diğerleri (2011) ürün kalitesi ile marka imajı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu; Hanaysha ve diğerleri (2014) otomotiv endüstrisinde yaptıkları araştırmada ürün kalitesi ile marka imajı arasında önemli düzeyde bir ilişki olduğunu; Alhaddad (2015) Suriye’de spor kıyafet satın alan yüksek işletme enstitüsündeki öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmada ürün kalitesi ile marka imajı arasında anlamlı ve olumlu bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Bu sonuçlardan hareketle araştırmamızın H4 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₄: Ürün kalitesinin marka imajı üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

Naveed ve diğerleri (2012) Pakistan’da cep telefonu sektörü üzerine yaptıkları çalışmada inovasyon ile marka sadakati arasında güçlü bir ilişki ve Hanaysha (2016) Malezya’da binek araba kullanıcıları üzerinde yaptığı çalışmada ürün inovasyonu ile marka sadakati arasında önemli bir ilişki olduğunu; Hanaysha ve Hilman (2015) Malezya otomotiv pazarında otomotiv sahiplerine yaptıkları araştırmada ürün inovasyonunun marka sadakati üzerinde etkili olduğunu; Wang ve Diğerleri (2017) Çin’de cep telefonu sektöründe yapılan çalışmada ürün inovasyonunun marka sadakati üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu saptamışlardır. Bu sonuçlardan hareketle araştırmamızın H5 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₅: Ürün inovasyonunun marka sadakati üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

Gölbaşı Şimşek ve Noyan (2009) cep telefonu sektörü üzerinde yaptıkları çalışmada ürünün kalitesi ile marka sadakati arasında ilişki olduğunu; Azizağaoğlu ve Altunışık (2011) hazır giyim markaları üzerinde yaptıkları çalışmada algılanan kalitenin marka sadakati üzerinde pozitif yönde etkisinin olduğunu; Torres ve Diğerleri (2015) Portekiz’de iki önemli bira markasını baz alarak Coimbra Üniversitesi öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırmada algılanan kalite arttıkça marka sadakatının de arttığını; Chow ve Diğerleri (2017) Tayvan’da yiyecek endüstrisinde yaptıkları çalışmada algılanan kalite ile marka sadakati arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu tespit etmişlerdir. Benzer şekilde, Hameed (2013) hipermarket müşterileri üzerine yaptığı çalışmada ürün kalitesinin marka sadakati üzerinde etkili olduğunu; Alhaddad (2015) ürün kalitesi ile marka sadakati arasında ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Bu sonuçlardan hareketle araştırmamızın H6 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₆: Ürün kalitesinin marka sadakati üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

Ural ve Perk (2012), Hatay’da bilgisayar kullanıcısı olup bilgisayar satın almış veya almayı düşünen tüketiciler üzerinde yaptıkları çalışmada marka farkındalığının marka sadakatini artırdığını; Torres ve Diğerleri (2015) Portekiz’de gerçekleştirdikleri araştırmada marka farkındalığı arttıkça marka sadakatının de arttığını; Alkhalwaldeh ve diğerleri (2017) Ürdün’de bir bankanın tüketicileri üzerinde yaptıkları çalışmada marka farkındalığı ile marka sadakati arasında anlamlı bir ilişki olduğunu; Su ve Chang (2018) Amerika’da moda sektöründe kolej öğrencilerinin algılarını ve sadakatlerini inceledikleri çalışmada marka farkındalığının marka sadakati üzerinde pozitif yönde etkisini olduğunu tespit etmişlerdir. Bu sonuçlardan hareketle araştırmamızın H7 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₇: Marka farkındalığının marka sadakati üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

Gölbaşı Şimşek ve Noyan (2009) cep telefonu sektörü üzerinde yaptıkları çalışmada marka imajı ile marka sadakati arasında anlamlı bir ilişki olmadığını; Ural ve Perk (2012), çalışmalarında marka imajının marka sadakatini artırdığını; Wang ve Diğerleri (2017) Çin’de cep telefonu sektöründe yaptıkları çalışmalarında marka imajının marka sadakati üzerinde etkili olduğunu saptamışlardır. Alhaddad (2015) Suriye’de spor kıyafeti satın alan yüksek işletme enstitüsündeki öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmada marka sadakati ile marka imajı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Bu sonuçlardan hareketle araştırmamızın H8 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₈: Marka imajının marka sadakati üzerinde pozitif yönde bir etkisi vardır.

**3.5. Bulgular**

Araştırmaya katılan 400 akıllı cep telefonu kullanıcısının cinsiyete, yaşa, ortalama aylık gelire, medeni duruma, mesleğe, eğitim düzeyine göre dağılımları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Akıllı Cep Telefonu Kullanıcılarının Demografik Özellikleri

| <i>Cinsiyet</i> | <i>f</i> | <i>%</i> | <i>Medeni Durum</i> | <i>F</i> | <i>%</i> |
|-----------------------------|----------|----------|----------------------|----------|----------|
| Erkek | 182 | 45,5 | Evli | 228 | 57,0 |
| Kadın | 218 | 54,5 | Bekâr | 172 | 43,0 |
| <i>Yaş</i> | <i>f</i> | <i>%</i> | <i>Meslek</i> | <i>F</i> | <i>%</i> |
| 18-25 | 123 | 30,8 | Kamu Çalışanı | 100 | 25,0 |
| 26-30 | 67 | 16,8 | Özel Sektör Çalışanı | 99 | 24,8 |
| 31-35 | 66 | 16,5 | Emekli | 7 | 1,8 |
| 36-40 | 68 | 17,0 | Ev Hanımı | 74 | 18,5 |
| 41 ve üstü | 76 | 19,0 | Öğrenci | 91 | 22,8 |
| <i>Ortalama Aylık Gelir</i> | <i>f</i> | <i>%</i> | <i>Diğer</i> | <i>F</i> | <i>%</i> |
| 1500 TL ve altı | 104 | 26,0 | <i>Eğitim Düzeyi</i> | <i>f</i> | <i>%</i> |
| 1501-3000 TL | 179 | 44,8 | İlköğretim | 67 | 16,8 |
| 3001-4500 TL | 78 | 19,5 | Ortaöğretim (Lise) | 127 | 31,8 |
| 4501-6000 TL | 21 | 5,3 | Üniversite | 176 | 44,0 |
| 6001 TL ve üstü | 18 | 4,5 | Y. Lisans/Doktora | 30 | 7,5 |

Araştırmaya katılan akıllı cep telefonu kullanıcılarının %54,5’ini kadın, %45,5’ini ise erkekler oluşturmaktadır. Akıllı cep telefonu kullanıcılarının büyük bir kısmı 18-25 yaş arası (%30,8) gençlerden ve (%57) evlilerden oluştuğu görülmektedir. Araştırmaya katılan akıllı cep telefonu kullanıcılarının yaklaşık yarısı (%49,8) kamu ve özel sektör çalışanıdır. Aynı zamanda %75,8’i Ortaöğretim (Lise) ve Üniversite mezunudur. Akıllı cep telefonu kullanıcılarının %70,8’inin ortalama aylık geliri de 3000 TL ve altında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Tüketicilerin Cep Telefonu İle İlgili Bilgiler

| <i>Kullanılan Marka</i> | <i>f</i> | <i>%</i> | <i>Değiştirme Sıklığı</i> | <i>f</i> | <i>%</i> |
|-------------------------|----------|----------|---------------------------|----------|----------|
| Apple | 105 | 26,2 | 3 ay | 4 | 1,0 |
| Samsung | 178 | 44, | 6 ay | 8 | 2,0 |
| LG | 30 | 7,5 | 1 yıl | 18 | 4,5 |
| Lenovo | 10 | 2,5 | 2 yıl | 95 | 23,8 |
| Xiaomi | 4 | 1,0 | 3 yıl | 92 | 23,0 |
| Huawei | 7 | 1,8 | 4 yıl | 50 | 12,5 |
| Vestel | 10 | 2,5 | 5 yıl ve üzeri | 133 | 33,3 |
| Diğer | 56 | 14,0 | | | |
| <i>Fiyat Aralığı</i> | <i>f</i> | <i>%</i> | | | |
| 1000 TL ve altı | 64 | 16,0 | | | |
| 1001-2000 TL | 191 | 47,7 | | | |
| 2001-3000 TL | 94 | 23,5 | | | |
| 3001-4000 TL | 41 | 10,3 | | | |
| 4001 TL ve üzeri | 10 | 2,5 | | | |

Akıllı cep telefonu kullanıcılarının %44,5’i “Samsung” markasını, %26,2’si “Apple” markasını kullanmaktadırlar. Kullanıcıların %63,7’sinin fiyat aralığı “2000 TL ve altı” olduğu görülmektedir. Kullanıcıların değiştirme sıklığına bakıldığımızda ise %92,5’i 2 yıl ve üzerinde akıllı telefonu değiştirmektedirler.



Araştırmada ölçeklerin güvenilirliğini belirlemek amacıyla Tablo-3'te değişkenlerin ve yargıların Cronbach Alfa değerleri gösterilmiş olup, Cronbach Alfa katsayı ölçüleri dikkate alınarak aşağıdaki gibi yorumlanmıştır (Kalaycı, 2008:71-72):

- 0.00 ≤ α < 0.40 ise ölçek güvenilir değil,
0.40 ≤ α < 0.60 ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
0.60 ≤ α < 0.80 ise ölçek oldukça güvenilir,
0.80 ≤ α < 1.00 ise ölçek yüksek derecede güvenilir.

Tablo 3. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

| Değişkenler | Yargılar | Ortalama | Standart Sapma | Cronbach Alfa |
|--------------------|----------|----------|----------------|---------------|
| Ürün İnovasyonu | Üİ1 | 3,49 | 1,11 | 0,864 |
| | Üİ2 | 3,64 | 1,06 | 0,866 |
| | Üİ3 | 3,56 | 1,03 | 0,858 |
| | Üİ4 | 3,47 | 1,10 | 0,871 |
| | Üİ5 | 3,49 | 1,02 | 0,858 |
| | Üİ6 | 3,62 | 1,04 | 0,869 |
| Ürün Kalitesi | ÜK1 | 3,79 | 1,04 | 0,875 |
| | ÜK2 | 3,74 | 1,05 | 0,885 |
| | ÜK3 | 3,61 | 1,12 | 0,876 |
| | ÜK4 | 3,73 | 1,03 | 0,883 |
| | ÜK5 | 3,70 | 1,02 | 0,887 |
| Marka Farkındalığı | MF1 | 3,70 | 1,18 | 0,858 |
| | MF2 | 3,78 | 1,15 | 0,862 |
| | MF3 | 3,73 | 1,12 | 0,856 |
| | MF4 | 3,62 | 1,09 | 0,873 |
| | MF5 | 3,50 | 1,16 | 0,888 |
| Marka İmajı | Mİ1 | 3,38 | 1,06 | 0,858 |
| | Mİ2 | 3,33 | 1,05 | 0,852 |
| | Mİ3 | 3,27 | 1,11 | 0,865 |
| | Mİ4 | 3,16 | 1,16 | 0,869 |
| | Mİ5 | 3,62 | 1,11 | 0,853 |
| | Mİ6 | 3,41 | 1,06 | 0,849 |
| | Mİ7 | 3,46 | 1,07 | 0,850 |
| | Mİ8 | 3,57 | 1,09 | 0,849 |
| Marka Sadakati | MS1 | 3,41 | 1,13 | 0,870 |
| | MS2 | 3,44 | 1,25 | 0,814 |
| | MS3 | 3,57 | 1,18 | 0,816 |
| | MS4 | 3,49 | 1,18 | 0,854 |

Araştırmada yer alan 5 değişkenin güvenilirliklerine baktığımızda Cronbach Alfa değerlerinin ürün inovasyonu için 0,885, ürün kalitesi için 0,903, marka farkındalığı için 0,891, marka imajı için 0,871 ve marka sadakati için 0,877 olduğu görülmektedir.

Ürün inovasyonu, ürün kalitesi, marka farkındalığı, marka imajı ve marka sadakati ölçeklerinin seçilen örneklerle uyumlu olup olmadığını tespit etmek amacıyla faktör analizi kullanılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın 28 yargısının faktör yükleri ayrı ayrı tespit edilmiş olup, faktör yükleri 0,40 ve üzeri olan değişkenler araştırmada dikkate alınmıştır. Değişkenlerin faktör analiz sonuçları Tablo-4'te gösterilmektedir.

**Tablo 4.** Faktör Analizi Sonuçları

| Değişkenler | Yargular | Faktör Yüğü | Öz Değer | ATV | KMO | Barlett |
|--------------------|----------|-------------|----------|--------|-------|---------|
| Ürün İnovasyonu | Üİ1 | 0,80 | 3,81 | 63,570 | 0,873 | 0,000 |
| | Üİ2 | 0,79 | | | | |
| | Üİ3 | 0,82 | | | | |
| | Üİ4 | 0,76 | | | | |
| | Üİ5 | 0,82 | | | | |
| | Üİ6 | 0,77 | | | | |
| Ürün Kalitesi | ÜK1 | 0,87 | 3,60 | 72,044 | 0,873 | 0,000 |
| | ÜK2 | 0,83 | | | | |
| | ÜK3 | 0,86 | | | | |
| | ÜK4 | 0,84 | | | | |
| | ÜK5 | 0,82 | | | | |
| Marka Farkındalığı | MF1 | 0,86 | 3,49 | 69,913 | 0,876 | 0,000 |
| | MF2 | 0,85 | | | | |
| | MF3 | 0,87 | | | | |
| | MF4 | 0,81 | | | | |
| | MF5 | 0,76 | | | | |
| Marka İmajı | Mİ1 | 0,75 | 4,93 | 61,657 | 0,874 | 0,000 |
| | Mİ2 | 0,80 | | | | |
| | Mİ3 | 0,74 | | | | |
| | Mİ4 | 0,69 | | | | |
| | Mİ5 | 0,78 | | | | |
| | Mİ6 | 0,82 | | | | |
| | Mİ7 | 0,82 | | | | |
| | Mİ8 | 0,82 | | | | |
| Marka Sadakati | MS1 | 0,78 | 2,92 | 73,154 | 0,800 | 0,000 |
| | MS2 | 0,90 | | | | |
| | MS3 | 0,89 | | | | |
| | MS4 | 0,83 | | | | |

ATV: Açıklanan toplam varyans, KMO: Kaiser-Meier-Ohlin testi.

Değişkenlerin Kaiser-Meier-Ohlin (KMO) testi değerleri %80 ile %87,3 arasında değişmektedir. Barlett Küresellik Testi sonuçlarına göre değişkenlerin değerleri $p < 0,000$ olarak çıkmıştır. Bu sonuçlar araştırmanın veri yapısının faktör analizine uygun olduğunu gösterir. Faktör analizi sonuçlarına göre yarguların faktör yüklerinin genel olarak yüksek olduğu, faktörlerin öz değerleri 2,92 ile 4,93 arasında değiştığı ve değişkenlerin açıklanan toplam varyansları (ATV) ise %61 ile %73 arasında olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Yapısal Eşitlik Modeli Uyum Değerleri

| | Tavsiye Edilen | Model |
|-------------|----------------|-------|
| χ^2/df | <0,3 | 1,972 |
| NFI | >0,9 | 92,2 |
| RFI | >0,9 | 90,8 |
| IFI | >0,9 | 96,0 |
| TLI | >0,9 | 95,2 |
| CFI | >0,9 | 96,0 |
| RMSEA | <0,8 | 0,49 |

(Yıldız, 2017: 85)



Tablo-5'te araştırma kapsamında tasarlanan modelin uyum değerlerinin tavsiye edilen uyum değerlerine uygunluğu incelendiğinde modelin yapısal olarak uygun olduğunu gösterir.

Araştırma modeli yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Yukarıdaki tabloda araştırma modelinin uyum değerlerinin oldukça iyi olduğu görülmektedir ($\chi^2/df=1,972$; **CFI**=0,960; **TLI**=0,952; **NFI**=0,922; **RMSEA**=0,049). Buna göre model ile veri arasında uyumun sağlandığı söylenebilir. Araştırma modeli için oluşturulan hipotezlerin sonuçları Tablo-6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Hipotez Testi Sonuçları

| Hipotezler | β | Standart Hata | P | Sonuç |
|--|---------|---------------|--------|-------|
| H1: Ürün İnovasyonu-Marka Farkındalığı | 0,442 | 0,095 | 0,001* | Kabul |
| H2: Ürün İnovasyonu –Marka İmajı | 0,410 | 0,081 | 0,001* | Kabul |
| H3: Ürün Kalitesi- Marka Farkındalığı | 0,271 | 0,090 | 0,002* | Kabul |
| H4: Ürün Kalitesi- Marka İmajı | 0,591 | 0,082 | 0,001* | Kabul |
| H5: Ürün İnovasyonu-Marka Sadakati | 0,315 | 0,077 | 0,001* | Kabul |
| H6: Ürün Kalitesi- Marka Sadakati | 0,355 | 0,077 | 0,001* | Kabul |
| H7: Marka Farkındalığı- Marka Sadakati | 0,155 | 0,042 | 0,001* | Kabul |
| H8: Marka İmajı- Marka Sadakati | 0,261 | 0,061 | 0,001* | Kabul |

*p<0,01

Analizler sonucunda araştırmanın 8 hipotezi de %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. *Ürün inovasyonu (Üİ)*, marka farkındalığı ($\beta=0,44$ p<0,01), marka imajı ($\beta=0,41$ p<0,01) ve marka sadakati ($\beta=0,31$ p<0,01); *ürün kalitesi (ÜK)*, marka farkındalığı ($\beta=0,27$ p<0,01), marka imajı ($\beta=0,59$ p<0,01) ve marka sadakati ($\beta=0,35$ p<0,01); *marka farkındalığı (MF)*, marka sadakati ($\beta=0,15$ p<0,01); *marka imajı (Mİ)*, marka sadakati ($\beta=0,26$ p<0,01) anlamlı şekilde etkilemektedir.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada ürün inovasyonunun ve ürün kalitesinin marka sadakati üzerine etkileri araştırılmıştır. Günümüzde işletmeler ürünler/markalar yoluyla tüketicilerde sadakat duygusunu sağlamak ve güçlü marka olmak için devamlı olarak yenilik yapmaktadırlar. İşletmeler markaları/ürünleri ile yeni bir pazar payı oluşturmak ve rekabet ortamında daha güçlü olmak isterler. Hızlı ve devamlı olarak değişim sağlamayı akıllı cep telefonu sektöründeki işletmeler yeni modeller çıkararak yapmaktadırlar. Bu da işletmelerin hem satışlarını etkilemekte hem de değerinin artırmasını sağlamaktadır. Bu nedenle araştırma kapsamında incelenen ürün inovasyonu ve marka sadakati kavramları oldukça önem arz etmektedir.

Analizler sonucunda çalışmada ürün inovasyonunun marka farkındalığı, marka imajı ve marka sadakati üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Elde edilen çalışma sonuçları literatürle benzerlik göstermektedir. Hamid ve Diğerleri (2012) ile Hanaysha (2016) yaptıkları çalışmada ürün inovasyonu ile markanın farkındalığı arasında anlamlı ilişki olduğu; Hanaysha ve Hilman'ın (2015) tüketiciler üzerine yaptıkları çalışmada ise ürün inovasyonunun marka farkındalığı üzerine etkisi olduğu belirlenmiştir. Yapılan araştırmayı destekleyen diğer çalışmalarda ise; Henard ve Dacin (2010), Hanaysha ve diğerleri (2014) ile Hanaysha (2016)'nın yaptıkları çalışmalarda ürün inovasyonu ile marka imajı arasında ilişki olduğu; Hanaysha ve Hilman (2015), Wang ve Diğerleri (2017) ile Shiau (2014)'nın yaptıkları çalışmalarda da ürün inovasyonunun marka imajı üzerine etkili olduğu tespit edilmiştir. Naveed ve diğerleri (2012)'nin yaptıkları çalışmada inovasyon ile marka sadakati arasında güçlü, Hanaysha (2016)'nın ürün inovasyonu ve marka sadakati arasında önemli bir ilişki olduğunu; Hanaysha ve Hilman (2015) ile Wang ve Diğerleri'nin (2017) de yaptıkları çalışmalarda ürün inovasyonunun marka sadakati üzerine etkili olduğunu saptamaları bu çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Ayrıca çalışmada ürün kalitesinin marka farkındalığı, marka imajı ve marka sadakati üzerinde olumlu yönde etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yapılan çalışmalarda ürün kalitesi ile marka farkındalığı arasında ilişki olduğu ve ayrıca ürün kalitesinin marka farkındalığını etkilediği saptanmıştır (Ming ve diğerleri, 2011; Chow



ve diğerleri, 2017; Yazgan ve diğerleri, 2014). Çalışma sonuçlarımıza benzer olarak Ming ve Diğerleri (2011), Hanaysha ve diğerleri (2014) ile Alhaddad'ın (2015) yaptıkları çalışmalarda da ürün kalitesi ile marka imajı arasında ilişki olduğu bulunurken, çalışma bulgusunun aksine Gölbaşı Şimşek ve Noyan (2009) yaptıkları çalışmada ürünün kalitesi ile marka imajı arasında anlamlı bir ilişki olmadığını tespit etmişlerdir. Azizağaoğlu ve Altunışık (2011) ile Hameed'in (2013) yaptıkları çalışmalarda ürün kalitesi ile marka sadakati arasında ilişki olduğunu belirlemeleri çalışmanın bulgusuyla örtüşmektedir.

Son olarak çalışmada marka farkındalığının ve marka imajının marka sadakatine etkisi incelenmiş ve olumlu etki belirlenmiştir. Yapılan çalışmalarda da marka farkındalığı ile marka sadakati arasında ilişki olduğu görülmektedir (Torres ve diğerleri, 2015; Alkhalwaldeh ve diğerleri, 2017). Ayrıca Ural ve Perk (2012) ile Su ve Chang (2018) yaptıkları çalışmalarda marka farkındalığının marka sadakati üzerinde etkisi olduğunu saptamışlardır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan farklı olarak Gölbaşı Şimşek ve Noyan'ın (2009) cep telefonu sektörü üzerinde yaptıkları çalışmada marka imajı ile marka sadakati arasında anlamlı bir ilişki olmadığı saptanırken; Alhaddad'ın (2015) yaptığı çalışmada ise elde edilen bulgulara benzer şekilde marka sadakati ile marka imajı arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur. Ural ve Perk (2012) ile Wang ve diğerleri'nin (2017) yaptıkları çalışmalarda ise marka sadakatinin marka imajı üzerine etkisinin olduğu saptanmıştır.

Araştırmanın istatistiksel sonuçlarının genel olarak literatürü desteklediği görülmektedir. Diğer sektörlerde olduğu gibi akıllı cep telefonu sektöründe de inovasyonun önemli olduğu bu araştırma sonuçlarında görülmektedir. Çalışmada işletmelerin ürünlerinde yapacakları değişimin tüketicilerde bilinirliği artırdığı gibi, markanın imajına da pozitif yönde yarar sağlayacağı görülmektedir. Ayrıca akıllı cep telefonu sektöründe ürün inovasyonunun tüketicilerin markaya bağlılıklarını artırdığı ortaya koyulmuştur. Apple, Samsung vb. büyük markalar ürünlerini piyasaya sürerken sürekli bir şekilde değişim yapmaktadırlar. Örneğin, Apple'ın "iPhone" akıllı cep telefonu markasında yaptığı her değişiklikte "iPhone" serilerini farklı numara veya simgelerle piyasaya sürmesi söz konusu markaya karşı tüketicilerde hem bilinirlik oluşturmuş hem de bağlılık yaratmaktadır.

Tüketicilerin ürün satın alırken dikkat ettikleri en önemli hususlardan biri de ürünün kalitesidir. Çalışmada da tüketicilerin akıllı cep telefonu satın alırken ürün kalitesine dikkat ettikleri saptanmıştır. Tüketicilerin diğer ürünlerde olduğu gibi akıllı cep telefonu markalarında da kaliteye önem vermeleri, markanın bilinirliğini, imajını ve bağlılığını artırmaktadır.

Araştırmada marka farkındalığının ve marka imajının tüketicilerin sadakatini pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Çünkü markalar ürünlerini piyasaya sürmeden önce tüketicilerde merak uyandırmak ve farkındalık yaratmak için farklı yollara başvurarak tüketicilerin dikkatlerini çekmektedirler. Sonuç olarak markaların akıllı cep telefonu sektöründe rekabet etmek için kaliteli ürün üretmek ve sürekli olarak değişim yapmaları gerekmektedir. Bu da markanın araştırma ve geliştirmeye önem vermesiyle olmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aaker, D. A. (2009). *Marka Değeri Yönetimi*, (Çev. Ender Orfanlı) İstanbul: Medaicat Kitapları.
- Aaker, D. A. (2013). *Güçlü Markalar Yaratmak*, (3. Baskı) (Çevr. Erdem Demir) İstanbul: Medaicat Kitapları.
- Aktepe, C.ve Baş, M. (2008). "Marka Bilgisi Sürecinde Marka Farkındalığı ve Algılanan Kalite (Beklenti) İlişkisi ve GSM Sektörüne Yönelik Bir Analiz", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 10 (1), 81 – 96.
- Alhaddad, A. (2015). "Perceived Quality, Brand Image and Brand Trust as Determinants of Brand Loyalty", Journal of Research in Business and Management, 3 (4), 01-08.
- Alkhalwaldeh, A. M., Al-Salaymeh, M., Alshare, F. and Eneizan, B.M. (2017). "The Effect of Brand Awareness on Brand Loyalty: Mediating Role of Brand Commitment", European Journal of Business and Management, 9 (36), 38-47.
- Azizağaoğlu, A. ve Altunışık, R. (2011). "Hazır Giyim Markalarının Fonksiyonel ve Sembolik Özelliklerinin Algılanan Kalite ve Marka Bağlılığı Üzerine Etkileri", Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi, 3 (2), 41-54.



Baş, T. (2013). *Anket*, (7. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Bloemer, J. M. M. and Kasper, Hans D. P. (1995). “*The Complex Relationship Between Consumer Satisfaction and Brand Loyalty*”, *Journal of Economic Psychology* 16, 311-329.

Corbett, L. M. and Rastrict, K.N. (2000). “*Quality Performance and Organizational Culture a New Zealand Study*”, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 17(1), 14-26.

Chow, H-W., Ling, G-J., Yen, I-Y. and Hwang, K-P. (2017). “*Building Brand Equity Through Industrial Tourism*”, *Asia Pacific Management Review*, 22 (2), 70-79.

Erdil, T. S. ve Uzun Y. (2010). *Marka Olmak*, İstanbul: Beta Yayınları.

Gölbaşı Şimşek, G. ve Noyan, F. (2009). “*Türkiye’de Cep Telefonu Cihazı Pazarında Marka Sadakati İçin Bir Model Denemesi*”, *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 36, 121-159.

Hameed, F. (2013). “*The Effect of Advertising Spending on Brand Loyalty Mediated by Store Image, Perceived Quality and Customer Satisfaction: A Case of Hypermarkets*”, *Asian Journal of Business Management* 5 (1): 181-192.

Hamid, M., Rasool, S., Kiyani, A.A. and Ali, F. (2012). “*Factors Affecting the Brand Recognition; An Exploratory Study*”, *Global Journal of Management and Business Research* 12 (7/1), 74-82.

Hanaysha, J., Hilman, H. and Abdul-Ghani, N. H. (2014). “*Direct and Indirect Effects of Product Innovation and Product Quality on Brand Image: Empirical Evidence from Automotive Industry*”, *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4 (11), 1-7.

Hanaysha, J. and Hilman, H. (2015). “*Product İnnovation as a Key Success Factor to Build Sustainable Brand Equity*”, *Management Science Letters* 5, 567–576.

Hanaysha, J. (2016). “*The Importance of Product Innovation in Driving Brand Success: An Empirical Study on Automotive Industry*”, *American Journal of Economics and Business Administration*, 8 (1), 35-43.

Henard, D. H. and Dacin, P. A. (2010). “*Reputation for Product Innovation: Its Impact on Consumers*”, *Product Development & Management Association-J Prod Innov Manag* 27, 321–335.

Hoeffler, S. and Keller, K.L. (2003). “*The Marketing Advantages of Strong Brands*”. *Journal of Brand Management*, 10 (6), 421-445.

Jacobson R. and Aaker, D.A. (1987) “*The strategic role of Product Quality*”. *Journal of Marketing*, 51(4), 31–44.

Kalaycı, Ş. (2008). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayıncılık.

Keller, K. L. (1993). “*Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-Based Brand Equity*”, *Journal of Marketing*, 57, 1-22.

Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity, (4th Edition)*, Boston: Pearson.

Ker, M. (1998) “*Profesyonel İmajın, İmaj Yönetimi Kapsamında Yeri ve Önemi*”, *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 12(71), 25-28.

Lindstrom, M. (2011). *Buyology*. (Çev. Ümit Şensoy), İstanbul: Optimist Yayınları.

Ming, T. T., Bin Ismail, H. and Rasiah, D. (2011). “*Hierarchical Chain of Consumer-Based Brand Equity: Review from the Fast Food Industry*”, *International Business & Economics Research Journal*, 10 (9), 67-80.

Naveed, T., Akhtar, I. and Cheema, K. R. (2012). “*The Impact of Innovation On Customer Satisfaction and Brand Loyalty: A Case Study of Student of Faisalabad Pakistan*”, *Munich Personal RePEc Archive (MPRA) Paper No. 53197*.

Odabaşı, Y. (2006). *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma*, (2. Baskı), Sistem Yayıncılık, İstanbul.



OECD (2005). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data* (3th Edition), Paris: A joint publication of OECD and Eurostat.

Pringle, H. ve Gordon, W. (2001). *Marka Kültürü ve Markayı Yaşatan Bir Şirket Olabilmek*, (Çev. Neşe Olcaytu), İstanbul: Scala Yayıncılık.

Shiau, Horng-Cherng (2014). "The Impact of Product Innovation on Behavior Intention: The Measurement of the Mediating Effect of the Brand Image of Japanese Anime Dolls", *Anthropologist*, 17 (3), 777-788.

Su, J. ve Chang, A. (2018). "Factors Affecting College Students' Brand Loyalty Toward Fast Fashion: A Consumer-Based Brand Equity Approach", *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46 (1), 90-107.

Torres, P. M., Augusto, M. G. and Lisboa, J. V. (2015). "Determining The Causal Relationships That Affect Consumer-Based Brand Equity: The Mediating Effect of Brand Loyalty", *Marketing Intelligence & Planning*, 33 (6), 944-956.

Ural, T. ve Perk, H. G. (2012). "Tüketici Temelli Marka Değerinin Kişisel Bilgisayar Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi: Antakya'da Bir Çalışma", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (3), 11-26.

Wang, B., Gao, Y., Su, Z. and Li, J. (2017). "The Structural Equation Analysis of Perceived Product Innovativeness Upon Brand Loyalty Based on The Computation of Reliability and Validity Analysis", *Springer Science- Cluster Comput.*

White, M., Braczyk, HJ., Ghobadian, A., Niebuhr, J. (1988). *Small Firms' Innovation: Why Regions Differ*, Policy Studies Institute. Research Report.

Taşkın, E. (2005). *Müşteri İlişkileri Eğitimi*, İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Yavuz, Ç. (2010). "İşletmelerde İnovasyon-Performans İlişkisinin İncelenmesine Dönük Bir Çalışma", *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5 (2), 143-173.

Yazgan, H. İ., Kethüda, Ö. ve Çatı, K. (2014). "Tüketici Temelli Marka Değerinin Ağızdan Ağıza Pazarlamaya Etkisi", *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15 (1), 237-252.

Yıldız, E. (2017). "Effects of Service Quality On Customer Satisfaction, Trust, Customer Loyalty and Word of Mouth: An Application On Cargo Companies in Gümüşhane", *Global Journal of Economics and Business Studie*, 6 (12), 81-88.

Yüce, A. (2010). "Bütünleyici Bir Model İle Marka Değeri Ölçümü", (Basılmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.



**ALMANYA DIŞ POLİTİKASININ AVRUPA BİRLİĞİ DIŞ POLİTİKASINA UYUM SÜRECİ:
UKRAYNA KRİZİ ÖRNEĞİ¹**

Ömer UĞUR²

ÖZET

Bu çalışma, Avrupa Birliği (AB) düzeyinde oluşturulan dış politika işbirliği süreçlerinin Almanya dış politikası üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Avrupa bütünleşmesiyle ilgili mevcut literatürün büyük bir kısmı AB düzeyindeki gelişmeler ile ulus üstü kurumsallaşma ve politika yapma süreçlerinin üye ulus devletlere olan etkisini araştırmaya odaklanmıştır. Fakat Maastricht Antlaşması ile AB'nin kurumsal çatısı altında yer almaya başlayan dış politika alanı -üye ülkelerin kontrolünde olmasından dolayı- uzun bir süre bu incelemelerin dışında tutulmuştur. AB dış politikasının hükümetler arası niteliğe sahip olmasına rağmen Maastricht Antlaşması'ndan sonra AB düzeyinde dış politika alanının genişlemesi ve kurumsal yapıların büyümesi, üye ülkelerin ulusal dış politikalarında önemli değişiklikleri meydana getirmeye başlamıştır. Bu bağlamda, bu çalışma, AB düzeyindeki dış politika oluşturma süreçlerine üye ülkelerin katılmaları ve buna bağlı olarak birbirleriyle olan etkileşimlerinin artmasının ulusal dış politikaların AB dış politikasına yakınlaştırıldığı iddiasını Almanya dış politikası çerçevesinde ele alacaktır. Bunu yaparken, Almanya'nın dış politikasının AB dış politikasına yakınlaşıp yakınlaşmadığı eğer yakınlaştıysa bunu nasıl ve hangi koşullar altında gerçekleştirdiği son dönemde Avrupa bütünleşmesi ve güvenliğine yönelik en büyük tehditlerden birini oluşturan Ukrayna krizi sürecinde incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Almanya, Dış Politika, Ukrayna Krizi.

Jel Kodları: F50, F51, F53, F55.

**THE ADAPTATION PROCESS OF GERMANY'S FOREIGN POLICY TO EUROPEAN UNION
FOREIGN POLICY: THE CASE OF THE UKRAINE CRISIS**

ABSTRACT

This study aims to investigate the effects of foreign policy cooperation processes laid down at European Union (EU) level on German foreign policy. Vast majority of the current literature on European integration focus on the impacts of developments at EU level, supra-national institutionalization and policy-making processes on member states. However, as the domain of foreign policy, which has been included within the institutional framework of the EU with the Maastricht Treaty, is under the control of member states, it has been excluded from these investigations for a long time. Even though the foreign policy of EU has an intergovernmental character, the expansion of the foreign policy domain and the development of institutional structures after the adoption of the Maastricht Treaty have introduced considerable changes in the national foreign policies of member states. In this context, this study will discuss the assertion that the involvement of member states in the EU-level foreign policy-making processes and accordingly their interactions with each other are brought closer to the EU foreign policy in the framework of German foreign policy. In doing so, it will also discuss whether or not Germany's foreign policy has converged to EU foreign policy and, if so, how and under what circumstances it will be handled in the recent Ukrainian crisis, which is one of the biggest threats to European integration and security.

Keywords: The European Union, Germany, Foreign Policy, Ukrainian Crisis.

Jel Codes: F50, F51, F53, F55.

¹ Bu makale, Ulusal Dış Politikaların Avrupalılaşması: Ukrayna Krizi Çerçevesinde Almanya ve Fransa Örneği adlı doktora tezinden türetilmiştir.

² Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi İİBF Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, omerugur@gumushane.edu.tr

**1. GİRİŞ**

Avrupa düzeyinde ortak bir dış politika geliştirme isteği, Avrupa bütünleşme sürecindeki en sorunlu alanı temsil etmektedir. Bütün ulus devletlerde olduğu gibi, dış politika alanı üye ülkeler için de halen ulusal egemenliğin vazgeçilmez bir unsuru olarak görülmektedir. Üye ülkeler, başta ekonomi olmak üzere birçok konuda egemenlik yetkilerini Avrupa Birliği'ne (AB) devretmiş olsalar da uluslararası ilişkilerdeki geleneksel ve realist devlet anlayışına bağlı olarak dış politika ve güvenlik politikalarını kendi egemenlik alanları içinde tutmak istemektedirler. Çünkü Westphalia Barışı'ndan itibaren uluslararası ilişkilerin temel aktörleri, ulusal çıkarlarını maksimize etmek isteyen ulus devletlerden oluşmaktadır. Fakat İki Kutuplu Sistem'in sona ermesiyle kaotik uluslararası konjonktürde üye ülkelerin -büyük üye ülkeler de dâhil olmak üzere- tek taraflı davranarak ulusal çıkarlarını gerçekleştirmeleri çok mümkün gözükmemiştir. Bu durum, uluslararası politikada ulusal çıkarlarını maksimize etmek isteyen üye ülkelerin AB düzeyindeki dış politika işbirliğinin önünü açmıştır.

Maastricht Antlaşması ile dış politika alanında AB düzeyinde belirgin yönetim yapılarının ve düzeylerinin ortaya çıkması AB üyesi ülkelerin ulusal politika alanlarının artan bir şekilde Avrupa düzeyinde politika yapımının konusu haline gelmesine neden olmuştur. Her ne kadar Maastricht Antlaşması, AB düzeyinde 'ortak' olarak nitelendirilen bir dış politikayı yapılandırsa da, üye ülkeleri bu ortaklığa zorlayacak bir mekanizma öngörmemiştir. Yine de üye ülkelerin ulusal dış politikalarını birbirine yakınlaştıracak ve etkileşimlerini artıracak süreçlerin tesisine önemli bir katkı sağladığı da yansımaz bir gerçektir. Nitekim Maastricht sonrası süreçte AB düzeyinde üye ülkeler arasındaki etkileşimler ve bilgi paylaşımlarının artmasıyla dış politikanın ulus devlete özgü karakteristiğinde bir çözümlenme olmasa da önemli bir değişim yaşanması söz konusu olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, bu çalışma, AB düzeyindeki dış politika oluşturma süreçlerine üye ülkelerin katılmaları ve buna bağlı olarak birbirleriyle olan etkileşimlerinin artmasını ulusal dış politikaların AB dış politikasına yakınlaştırdığı iddiasını Almanya dış politikası çerçevesinde ele alacaktır. Bunu yaparken, Almanya'nın dış politikasının AB dış politikaya yaklaşım ve yaklaşmadığı eğer yakınlaştıysa bunu nasıl ve hangi koşullar altında gerçekleştirdiği son dönemde Avrupa bütünleşmesi ve güvenliğine yönelik en büyük tehditlerden birini oluşturan Ukrayna krizi sürecinde incelenecektir.

2. ULUSAL DIŞ POLİTİKALARININ AB'YE UYUM SÜRECİ

Ulusal dış politikaların AB düzeyinde birbirine yakınlaşmasını açıklayabilmek için hem üye ülkelerin Avrupa düzeyindeki gelişmelere ve bütünleşme sürecine olan etkisini göz önüne alan hem de Avrupa düzeyindeki gelişmelerin üye ülkeler üzerindeki etkilerini inceleyen bir yöntem ihtiyacı duyulmaktadır (Graziano ve Vink, 2008; Wong ve Hill, 2011; Gross, 2009). Çünkü AB düzeyindeki dış politikanın oluşmasında ve kurumsallaşmasında üye ülkeler temel aktör olsalar da daha sonraki süreçte AB düzeyindeki gelişmelerden etkilenen ve hatta AB düzeyindeki gelişmelere uyum sağlayan aktörler konumuna gelmektedirler. Dolayısıyla sadece üye ülkelerin etkilerini değerlendiren ya da AB'nin baskın olduğu süreçlere odaklanan yöntemler, AB düzeyindeki dış politika süreçlerinin oluşumunu ve ulusal dış politikalarının değişimini izah etmede yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle 2000'li yıllardan itibaren AB ve ulusal düzeyler arasındaki etkileşim süreçlerine odaklanan Avrupalılaştırma kavramı, Almanya dış politikasının Ukrayna krizinde AB dış politikasına uyumunu açıklamada elverişli bir yönetimi ortaya koymaktadır (Pomorska, 2008; White, 2001; Major, 2005).

Avrupalılaştırma, AB düzeyinde oluşan siyasal ve ekonomik yapıların, ulusal düzeydeki politikaların ve politika yapma süreçlerinin örgütsel mantığının bir parçası haline geldiği bir uyum süreci olarak nitelendirilmektedir (Lanrech, 1994: 71). Aslında bu tanımlama, AB'nin ulus üstü niteliğe sahip politikalarının üye ülkelerde ortaya çıkardığı etkiyi açıklamaktadır. Zira üye ülkeler bu politika alanlarındaki egemenlik yetkilerini daha önceden AB'ye devretmiş durumdadırlar. Dolayısıyla AB düzeyindeki siyasal ve ekonomik yapılar AB tarafından belirlenmektedir. Üye ülkeler ise üyelik gereksinimleri doğrultusunda bu politikalara uyum sağlamak zorundadır. Ancak dış politika Maastricht Antlaşması'nda hükümetler arası yapıda tesis edildiği için üye ülkeler egemenlik yetkilerini AB'ye devretmemektedirler. Bu sebeple AB'nin en azından dış politika oluşturma sürecinde etkili bir aktör olması söz konusu değildir.

Buna rağmen Maastricht'ten itibaren üye ülkelerin AB düzeyindeki dış politika oluşturma süreçlerine katılmaları, dış politika ile ilgili Avrupa düzeyinde belirgin yönetim yapılarının ve düzeylerin üye ülkeler tarafından teşekkülünü mümkün hale getirmiştir. Böylece üye ülkelerin egemenlik yetkilerini devretmedikleri halde AB düzeyinde oluşan bu yapılardan etkilenmeleri ve AB düzeyinde ulusal dış politikalarını



yakınlaştırmaları söz konusu olmaya başlamıştır (White, 2001: 41). Bu ise dış politikaların da Avrupalılaştırmanın araştırma alanı içinde yer almasını sağlamıştır. Üye ülkelerin AB düzeyindeki dış politika oluşturma süreçlerine katılmaları ve buna bağlı olarak AB düzeyinde kurumsal yapıların oluşturmaları ulusal dış politikaların Avrupalılaştırmasının yolunu açmıştır. Ayrıca AB dış politika gündeminin üye ülkeler için her geçen gün artması ve üye ülkeler AB düzeyindeki ortak amaca olan bağlılıklarının Soğuk Savaş dönemine göre daha fazla olması da ulusal dış politikaların Avrupalılaştırması düzeylerini her geçen gün artmasına beraberinde getirmiştir (Wong ve Hill, 2011, s. 4).

AB düzeyindeki dış politikanın halen üye ülkelerin kontrolünde olması, ulusal dış politikaların AB'den doğrudan etkilenmesini engellemektedir. Çünkü üye ülkeler dış politika konusunda AB'nin somut, katı ve spesifik kurumsal gereklilikleri tek taraflı olarak belirlemesine izin vermemektedir (Wong ve Hill, 2011, s. 5; Gross, 2009, s. 9). Bu nedenle AB düzeyindeki dış politikanın oluşması, ekonomi politikalarında olduğu gibi AB düzeyinde değil, ulusal düzeylerde şekillenmeye başlamaktadır. Ancak AB düzeyinde ortak bir dış politikanın üye ülkeler tarafından oluşturulmasıyla birlikte AB'nin ulusal düzeyleri etkileyeceği süreçler meydana gelmektedir. Bu bağlamda Avrupalılaştırma, bu süreçleri aşağıdan yukarı ve yukarıdan aşağı olmak üzere iki yönlü olarak yapılandırmaktadır (Börzel ve Risse, 2003; Radaelli, 2003; Wong ve Hill, 2011; Cowles v.d. 2001).

Bu süreçler bir döngü şeklinde görülse de dış politikanın hükümetler arası yapısından dolayı ilk süreç aşağıdan yukarı, yani ulusal düzeyden AB düzeyine doğru gerçekleşmektedir. Bu sürecin başlamasında üye ülkelerin AB dış politikasını kendi ulusal tercihleri çerçevesinde şekillendirmek istemeleri etkilidir. Zira AB dış politikasının ulusal tercihleri yansıtması, hem uluslararası politikada üye ülkenin ulusal çıkarlarının daha üst düzeyde gerçekleşmesine hem de daha sonraki süreçte ulusal dış politikasının AB'den daha az etkilenmesine yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda Maastricht Antlaşması'nı takiben üye ülkeler, ulusal dış politika konularını AB düzeyine taşıyarak bunları AB dış politikasının bir parçası haline getirmeye çalışmaktadırlar.

İkinci süreç ise yukarıdan aşağı yönlüdür. Bu süreç, üye ülkelerin AB düzeyinde dış politika konusunda uzlaşmaları sonucu oluşmaktadır. AB düzeyinde bütün üye ülkelerin dış politika konusunda uzlaşmaları durumunda ulusal dış politikalar için bağlayıcı yükümlülükler ortaya çıkmaktadır. Böylece AB düzeyinde dış politika oluşturulana kadar etkisiz olan AB, dış politikanın yapımından sonra üye ülkelerin ulusal dış politikalarını etkileyen bir aktör konumuna gelmektedir. AB'nin dış politika konusunda etkili bir aktör olması, ulusal dış politikaların AB düzeyindeki dış politikaya yakınlaştırılması için önemli bir süreci başlatmaktadır. Bu şekilde üye ülkelerin arasındaki farklılıklar kaldırılarak ya da azaltılarak birbirine yakınlaştırılması söz konusu olmaktadır.

Avrupalılaştırma, bu süreçlerin işlerliğini açıklayabilmek için üç mekanizma belirlemiştir (Wong, 2006; Flers ve Müller, 2012; Pomorska, 2008). Bu mekanizmaların gündeme gelmesi yine AB dış politikasının hükümetler arası yapısından kaynaklanmıştır. AB düzeyinde üye ülkeleri dış politikaya yönlendirecek ve zorlayacak bir yapı yoktur. Bu da AB dış politikasının nasıl yapıldığını açıklamayı güçleştirmektedir. Dolayısıyla Avrupalılaştırmanın bu mekanizmaları, üye ülkelerin neden AB dış politikasına yöneldiklerini ve hangi şartlar altında AB dış politikasına uyum sağladıklarını izah etmeye yardımcı olmaktadır. Bu mekanizmalardan birincisi, dış politika elitlerinin sosyalleşmesidir (Wong, 2006; Wong ve Hill, 2011; Pomorska, 2008). Maastricht'ten sonra dış politika alanının AB düzeyinde yer almaya başlamasıyla ulusal dış politika elitleri sürekli etkileşim içinde olmuşlardır. Elitlerin etkileşimleri ve bilgi paylaşımları, AB düzeyinde ortak dış politika kararlarının alınmasını kolaylaştırmıştır. Çünkü bu elitler, AB düzeyinde elde ettikleri bilgileri ve tecrübeleri ulusal düzeye aktararak üye ülkenin dış politika yapma sürecine yönelmesini sağlamaktadırlar (Flers ve Müller, 2012: 24).

İkincisi ise öğrenme ve ders çıkarmadır (Baun ve Marek, 2013; Flers ve Müller, 2012; Levy, 1994). AB düzeyinde ortak bir dış politika inşa edilse de üye ülkeler dış politika konularına temkinli yaklaşmaktadırlar. Dolayısıyla AB düzeyindeki dış politika kurumları ve süreçlerinin deneme yanılma yoluyla gelişmesi ve büyümesi söz konusu olmaktadır. Buna göre AB düzeyindeki politika süreçlerinin ve kurumsal yapıların üye ülkeleri olumsuz etkileyecek derecede yetersiz kalması durumunda üye ülkeler, AB düzeyinde yeni oluşumlara gitmeye sıcak bakmaktadırlar. Üye ülkeler, AB dış politikasının uluslararası politikadaki eksikleri ortaya çıktıkça yeni süreçleri başlatmaktadır. Avrupalılaştırmanın üçüncü ve son mekanizması ise uyum baskısıdır (Cowles v.d. 2001; Börzel ve Risse, 2003). Aslında bu mekanizma, üye ülkelerin AB düzeyinde bağlayıcı kararlar almasıyla işlerlik kazanmaktadır. Maastricht'in ardından üye ülkelerin AB dış politikası kapsamında birçok bağlayıcı karar alması, uyum baskısını da ulusal dış politikaların Avrupalılaştırmasında önemli bir



mekanizma haline getirmiştir. Buna bağlı olarak üye ülkeler, AB düzeyinde oluşan uyum baskısıyla karşı karşıya kaldıktan sonra bunu azaltabilmek için kendi dış politika tercihlerini AB düzeyine transfer etmeye daha istekli olmaktadır (Tsardanidis ve Stavridis, 2005: 221).

3. ALMANYA’NIN UKRAYNA DIŞ POLİTİKA GÜNDEMİNİ ULUSAL DÜZEYDEN AVRUPA DÜZEYİNE TAŞIMA SÜRECİ

Ukrayna Krizi, AB üyesi ülkeler içinde en çok Almanya’yı ve Almanya’nın Rusya’ya karşı izlemiş olduğu dış politikayı etkilemiştir. Sovyetler Birliğinin çöküşünden bu yana Rusya’ya yönelik bütüncü ve işbirliğine dayalı bir dış politika izlemeyi tercih eden Almanya, Ukrayna Krizi sonrası alınan politik ve ekonomik önlemleri destekleyerek Rusya konusundaki yeni bir stratejisini de göstermiştir. Almanya’nın on yıllar sonra bu şekilde hareket etmesi, şüphesiz Avrupa’daki barışa ve istikrara katkı sağlayacağı düşünülen Rusya’nın, Ukrayna’nın toprak bütünlüğünü tehdidiyle yakından ilişkilidir (Speck, 2015b). Ukrayna Krizi’nin, yakın coğrafyasında ortaya çıkarabileceği siyasi istikrarsızlıklar ve çatışmaların Doğu Avrupa ile ekonomik ve siyasi bir bütünleşme içerisine giren Almanya’nın kendi ulusal çıkarlarını doğrudan tehdit etmeye başlaması, Almanya’nın Rusya dış politikasını etkilemiştir. Ancak Rusya ile olan ekonomik ve siyasi ilişkilerin derinden sarsılmaması ve Almanya’nın ekonomik gücü hariç Rusya ile tek başına karşı karşıya gelebilecek bir kapasitesinin olmaması, onu AB düzeyinde belirlenecek ortak bir dış politika izlemeye zorlamıştır (Larsen, 2014: 15).

Ukrayna Krizi, Almanya’nın AB’nin bir parçası mı olduğunu, yoksa Rusya ile özel ilişkileri mi önemseydiğini göstermesi açısından oldukça kritik bir süreci başlatmıştır. Viktor Yanukoviç’in 2013’te AB ile ortaklık anlaşmasını reddetmesinden sonra başlayan siyasi protestolar ve istikrarsızlıklar karşısında Almanya’nın ne Ukrayna’ya ne de Rusya’ya karşı kesin bir dış politika gündemi oluşturduğunu söylemek mümkün değildir. Çünkü seçimlerden yeni çıkan Alman hükümeti, krize geçiş dönemi içerisindeyken yakalanmıştır. Almanya, Ukrayna Krizi’nin şiddetlendiği Şubat ve Mart aylarına kadar Rusya’ya karşı kesin bir tutum takınmaktan kaçınmış ve AB ile anlaşma imzalamayı reddettiği için Yanukoviç’i Rusya’dan daha fazla eleştirmiştir. Ancak Rusya’nın Mart ayında Kırım’ı ilhak etmesi üzerine Almanya Başbakanı Merkel, Rusya’nın açıkça uluslararası hukuku ihlal ettiğini ve bundan dolayı hiçbir ortaklığın paylaşılan temel ilkeler olmaksızın sürdürülemeyeceğinin altını çizerek Rusya’ya karşı olan yaklaşımının değiştiğini ortaya koymuştur (Forsberg, 2016: 29).

Almanya, Rusya ile iyi ilişkilerini ön plana çıkararak krizde arabulucu olmak istese de Merkel’in sözleriyle ‘Rusya’nın Soğuk Savaş mantığıyla hareket etmesi’ Almanya’nın bu çabalarını boşa çıkarmıştır. Mart 2014’te yapılan referandumdan önce Almanya Başbakanı Merkel, bunun iptal edilmesi için Putin’i ikna etmeye çalışmış ancak referandum sonunda Kırım’ın Rusya’ya katılması üzerine Almanya’nın tek başına Rusya’yı durduramayacağı anlaşılmıştır. Bu doğrultuda Almanya, AB ve diğer Batılı müttefikleriyle Rusya’nın saldırgan tutumunu sınırlandıracak fakat krizi daha da tırmandırmayacak önlemler almaya yönelmiştir (Speck, 2015b; Forsberg, 2016; Larsen, 2014; Larrabee v.d. 2015). Almanya, Rusya ile ilgili yaptırım ve kısıtlamaları desteklemesinin yanında Rusya’nın Ukrayna’da daha fazla askeri güç kullanması veya krizi tırmandırması durumunda daha ağır yaptırımlarla karşı karşıya kalmasını sağlayacak adımlar atmaya hazır olduğunu göstermiştir. Buna karşın Almanya, Rusya’ya karşı hiçbir şekilde askeri seçeneği kabul etmemiş ve çözüme ancak müzakereler yoluyla ulaşılabileceği konusunda diğer ortaklarını ikna etmeye çalışmıştır. Her şeye rağmen Merkel, Almanya’nın Rusya’ya ilişkin olarak izlediği Ostpolitik’te kökten bir değişiklik yaşanmayacağını, orta ve uzun vadede Rusya ile ortaklığa devam etmek istediğini belirterek aslında Almanya’nın Ukrayna Krizi’nde yapıcı bir rol oynamak istediğini ortaya koymuştur (Hyde-Price, 2015: 610).

Ukrayna Krizi’ne kadar uluslararası sorunlara doğrudan müdahalede bulunmaktan kaçınan Almanya, Rusya’ya karşı AB düzeyinde belirlenecek dış politikanın şekillenmesinde kendi ulusal tercihlerini ön plana çıkarabilmek için aktif olmaya başlamıştır. Çünkü Ukrayna Krizi, Almanya için diğer Batılı ülkelerin çıkarlarından çok daha fazlasını temsil etmektedir (Friedman ve Lanthemann, 2014). Almanya’nın, Doğu Avrupa ülkeleriyle olan siyasal, tarihsel ve ekonomik ilişkileri, Almanya’yı diğer AB üyesi ülkelerin bölgeye yaklaşımlarından farklı bir konuma yerleştirmektedir. Almanya, Ukrayna Krizi’ne karşı ne Doğu Avrupa’daki üye ülkeler kadar hassas ne de Batı Avrupa’daki üye ülkeler kadar duyarsız bir yaklaşım sergilemiştir. Almanya krize çok dikkatli bir şekilde yaklaşarak hem bölgedeki istikrarsızlığı engelleyecek hem de Rusya’nın Avrupa düzenine tekrar dâhil edilmesini sağlayacak bir dış politikanın oluşturulması konusunda kendisini sorumlu hissetmiştir. AB



düzeyinde belirlenecek dış politikanın Almanya'nın ulusal dış politika yaklaşımlarını yansıtmaları için kendi ulusal tercihlerini Avrupa düzeyine taşımaya çalıştığı görülmektedir.

Speck'e (2015b) göre, Almanya'nın Ukrayna Krizi çerçevesinde kendi ulusal tercihlerini daha önce hiç olmadığı kadar başarılı bir şekilde AB düzeyine taşıyabilmesinin üç temel nedeni vardır. Bunlardan birincisi, Almanya'nın özellikle son ekonomik krizden diğer AB ülkelerine göre daha güçlü çıkmasının yanında Avrupa bütünleşmesine daha fazla önem vererek AB'nin kurumsal yapısının gelişmesine olan desteğidir. İkincisi, Ukrayna Krizi'nin Almanya için hayati bir önem taşımasıdır. Zira çatışmaların tırmanması Almanya'nın Soğuk Savaş'tan beri Doğu Avrupa'da inşa etmeye çalıştığı jeopolitik düzeni doğrudan tehdit edecek bir boyut kazanmıştır. Üçüncüsü, Rusya'ya karşı AB düzeyinde belirlenecek dış politika konusunda daha önceki uluslararası krizlerin aksine ne Fransa'nın ne de Britanya'nın herhangi bir adım atma konusundaki isteksizliğidir (Larsen, 2014: 15). Bundan dolayı Almanya, AB dış politikasının belirlenmesinde öncü rol oynayarak Rusya'ya yönelik nasıl ve ne derecede bir önlem alınacağı konusundaki kendi ulusal dış politikasını genel olarak AB düzeyine taşımaya çalışmıştır. AB düzeyinde Rusya ile ilgili hem zorlayıcı önlemlerin alınması hem de diyalogun ve diplomatik kanalların açık tutulması konularında bir dış politikanın belirlenmesinde Alman dış politika tercihlerinin ön plana çıktığını söylemek mümkündür.

3.1. Almanya'nın Ukrayna Politikasını Avrupa Düzeyine Taşması

Almanya, daha önce de belirtildiği gibi, Rusya'nın Ukrayna'da ve özellikle Kırım'da gösterdiği tutumun uluslararası hukuka aykırı olduğunu ve bu durumun kabul edilmediğini savunmuştur. Krizin ilk evresinde, AB düzeyini değil de Rusya ile olan ikili ilişkilerini kullanmayı tercih eden Almanya, Rusya'nın tutumunun değişmemesi ve hatta daha da saldırgan bir hal alması üzerine kendi ulusal hedeflerine daha etkin bir şekilde ulaşabilmek için AB düzeyinde ortak hareket etmeyi önemsemeye başlamıştır.

3.1.1. Ortaklık Çerçevesinde Liderlik

Almanya, Rusya'ya karşı AB düzeyinde belirlenecek dış politikaya liderlik etme konusunda istekli gözükmiştir (Larrabee v.d. 2015: 27). Almanya'nın AB dış politikasındaki öncülük isteği, Rusya'nın Ukrayna'daki eylemlerinin kendi ulusal çıkarlarına ve Avrupa düzeyinde bugüne kadar savunduğu normatif değerlere doğrudan bir müdahale niteliği taşımasından kaynaklanmıştır. Almanya'nın Ukrayna Krizi'ndeki liderliğini, kendi dış politikasına egemen olan çok taraflı işbirliği prensibi çerçevesinde şekillendirdiği görülmektedir (Speck, 2015b). Zira Alman dış politika geleneğinin, uluslararası krizlere karşı tek taraflı değil, diğer devletlerle işbirliği içinde hareket etme ve kriz bölgelerine müdahale gibi zorunlu durumlarda uluslararası hukukun meşru gördüğü usulleri kullanma niteliği haizdir. Almanya, Ukrayna Krizi'nde tek taraflı davranmaktan kaçınmış, diğer AB üyesi ülkeler ve Batılı devletler ile ortak tutum geliştirilmesi konusunda birlikte yol almayı tercih etmiştir (Larsen, 2014: 16). Ancak diğer uluslararası krizlerin aksine Almanya, bu krizde başka devletlerin oluşturduğu temel dış politika hedeflerini değil, kendisinin belirlediği dış politika hedefleri çerçevesinde çok taraflı bir işbirliğini hayata geçirmeye çalışmıştır.

Bu çok taraflı işbirliğinde Almanya, krizin çözümü konusunda AB üyesi ülkelerin ve ABD başta olmak üzere Batılı devletlerin Rusya'ya karşı ortak hareket etmesinin önemini çok iyi kavramıştır (Speck, 2015; Hyde-Price, 2015; Forsberg, 2016). Bundan dolayı Almanya, iki önemli stratejisini AB düzeyine taşıyarak bunlara işlerlik kazandırmaya çalışmıştır. Birinci strateji, Almanya'nın zaman zaman bazı AB üyesi ülkeler -ki özellikle Fransa- ile karşı karşıya gelmesine neden olan ABD ile işbirliği içinde dış politika koordinasyonunun sağlanması konusudur. Almanya, Rusya konusunda AB düzeyinde izlenecek dış politikanın ABD ile işbirliği yaparak düzenlenmesinin hayati bir öneme sahip olduğunu ve krizin çözümünde ABD'nin desteğinin alınmasının Rusya'ya karşı AB'nin elini güçlendireceğini düşünmüştür. Bu bağlamda Almanya, her zaman olduğu gibi AB ve ABD arasında köprü rolünü oynayarak Ukrayna Krizi'nde Atlantik ittifakın güçlenmesine yardımcı olmuştur (Speck, 2015). Özellikle AB'nin ABD'den daha bağımsız bir dış politika takip etmesi konusundaki görüşlerin Ukrayna Krizi'nde öne çıkmaması, Almanya'nın ABD ile işbirliğini ve dış politika koordinasyonunu kolaylaştırmıştır. Dahası ABD'nin uzun bir süredir Washington ile yakın bir işbirliği içerisinde hareket eden Almanya'nın Ukrayna Krizi'ndeki yaklaşımına destek vermesi, Hollanda gibi ABD'ye yakın üye ülkelerin Almanya'nın ulusal politikasını AB düzeyinde kabul etmelerini sağlamıştır.



Bu kararların alınabilmesi için AB üyesi ülkelerin oybirliğine ihtiyaç duyulsa da Ukrayna Krizi'nin Avrupa bütünleşmesi ile Avrupa güvenlik ve istikrarına karşı potansiyel bir tehdit oluşturması, bütün üye ülkelerin Almanya gibi normatif ve sivil güç kullanımını ön planda tutan bir ülkenin dış politika tercihlerini kabul etmesini kolaylaştırmaktadır. Elbette daha önce de belirtildiği gibi, her ülkenin kendi dış politika tercihlerini AB düzeyine taşıyarak süreci etkileme çabaları söz konusudur. Almanya dışındaki AB'nin diğer büyük ülkelerinin -Fransa ve Britanya- Ukrayna Krizi'nin çözümü konusunda isteksiz davranmaları, Almanya'nın tercihlerinin Avrupa düzeyinde benimsenmesini sağlamıştır (Speck, 2015, s. 2-3). Bu ülkeler dışında kalan AB ülkeleri ise -özellikle Doğu Avrupa'da olanlar- çoğunlukla Almanya'nın Rusya'ya da kapsayan çok taraflı dış politika önerilerine olumlu bakmak zorunda kalmışlardır. Zira AB'nin büyük üye ülkelerinin desteklememiş olduğu hiçbir girişimin AB düzeyinde bir politikaya dönüşmemesi, Rusya'ya karşı daha ağır yaptırımları savunan Doğu Avrupalı ülkelerin, en azından AB düzeyinde tutarlı bir dış politikanın oluşması adına Almanya'nın dış politika tercihlerini olumlu karşıladıkları görülmüştür.

Almanya'nın ilk kez AB düzeyinde bir dış politika konusunun oluşumunda bu derece etkili olabilmesinde ve Batılı güçlerin eylem ve koordinasyonunun ana merkezi haline gelebilmesinde hiç şüphesiz Britanya, Fransa ve ABD'nin Ukrayna Krizi'nde liderliği üstlenmek istememesi önemli bir rol oynamıştır (Larrabee v.d. 2015). Bu ülkelerin, Almanya'nın Rusya ile yakın ilişkilerinin krizin çözümünde etkili olacağını düşünmesi de Alman dış politika tercihlerinin AB düzeyinde kabul görmesinde önemli bir faktörü oluşturmuştur (Larsen, 2014). Almanya ise Rusya'ya Avrupa bütünleşmesine yakın tutabilmek için daha önce sık sık kullanmış olduğu ikili ilişkileri bir tarafa bırakarak Rusya'ya karşı AB üyesi ülkeler ve ABD ile işbirliğini öne geçirmiştir. Almanya'nın kendi ulusal çıkarlarını üst düzeye çıkarmayı amaçlaması, AB düzeyinde liderliği üstlenmesini de sağlamıştır (Speck, 2015). Almanya'nın bu tür bir davranış sergilemesi, AB düzeyinde üye ülkelerin 'tek sesliliğin' oluşmasına destek vermeleri ve Rusya'ya tek başına kendisinin ikna etmesinin mümkün olmadığını görmesinden kaynaklanmıştır. Almanya, Rusya'ya geri adım atılabilmek için hem AB hem de ABD ile işbirliği içinde kendi geleneksel dış politika ilkelerini ön planda tutarak Ukrayna Krizi'nin çözümünde önemli bir aktör düzeyine yükselmiştir.

3.1.2. Diplomatik ve Ekonomik Yöntemlerin Kullanılması

Almanya'nın AB düzeyine taşımaya çalıştığı en temel ulusal dış politika tercihi, Ukrayna'daki askeri çatışma durumunun sonlandırılarak krizin diplomatik ve ekonomik yöntemlerle çözülmesidir (Speck, 2015; Larrabee v.d. 2015, Larsen, 2014; Hyde-Price, 2015; Vitkus, 2014; Schmidt-Felzmann, 2014). Bu bağlamda Almanya, AB'nin iki önemli dış politika aracı olan ekonomi ve diplomasinin Rusya'ya karşı kullanılması için yoğun çaba göstermeye başlamıştır. Rusya konusunda ekonomik ve diplomatik araçların birlikte kullanılmasıyla Rusya'nın Ukrayna'daki eylemlerine karşı Gürcistan'da olduğu gibi sessiz kalınmayacağı gösterilmiş ve krizin çözümü hakkında Rusya ile iletişim kanalları açık tutulmaya çalışılmıştır. Almanya'nın Rusya'ya karşı AB'nin ekonomik gücünü ön plana çıkarması ve ekonomik yaptırımların uygulanmasına yönelik desteğinin arkasında iki önemli amaç bulunmaktadır. Bu amaçlardan ilki, AB üyesi ülkeler arasında Rusya'ya yönelik 'tek sesliliği' sağlayabilmektir. Zira Rusya'nın engellenmesi, AB üyesi ülkelerin, AB düzeyinde ortak tutumlar belirleyerek tutarlı politikalar üretebilmelerine bağlıdır. İkincisi ise AB'nin ekonomik ve siyasi yaptırımları karşısında Rusya'nın Ukrayna'daki seçeneklerini azaltarak AB'nin ve dolayısıyla Almanya'nın istediği şekilde krizin çözülmesidir.

Almanya, Ukrayna Krizi ile birlikte AB düzeyinde üye ülkeler arasında Rusya'ya karşı ortak bir tepkinin belirlenmesini amaçlamıştır. Ancak krizin ilk evrelerinde alınacak önlemler konusunda 28 üye ülke anlaşmazlık yaşamıştır (Schmidt-Felzmann, 2015). Anlaşmazlıklara rağmen Almanya, Kırım'ın ilhakından sonra AB düzeyinde kapsamlı yaptırım kararlarının alınmasını sağlayabilmiştir. Rusya'ya karşı ekonomik ve siyasi yaptırımların maliyetinden çekinen Batı Avrupalı üye ülkeler, AB düzeyinde sınırlı yaptırım kararlarına destek vermişlerdir. Doğu Avrupalı ülkeler ise halâ uzlaşmacı bir tutum sergilemesinden dolayı Almanya'yı eleştirmişlerdir. Avrupa düzeyinde askeri önlemleri de içeren ağır prosedürlerin Alman dış politikasında önemli uyum maliyetlerini ortaya çıkarmasından ve Rusya'nın daha saldırgan bir hale gelmesinden çekinen Almanya, sadece ekonomik yaptırımların uygulanmasını kabul ettirmek için yoğun çaba göstermiştir (Vitkus, 2015: 13). Almanya'nın bu politikasının başarılı olabilmesi için AB düzeyinde üye ülkelerin 'tek sesliliğine' ihtiyaç duyulmuştur. AB üyesi ülkeler arasındaki bu uyum ve dayanışma ise ancak M17 sefer sayılı uçağın düşürülmesinden sonra üye ülkelerin tüm maliyetleri göze alarak Rusya'ya karşı ağır ekonomik ve siyasi yaptırım kararlarının alınması ile somutlaşabilmiştir. AB üyesi ülkeler Rusya ile mücadele konusunda AB



düzeyinde belirlenecek ortak tutum ve eylemlere uyum göstererek AB'nin Rusya karşısındaki pozisyonunun güçlenmesini sağlamışlardır (Vitkus, 2015; Forsberg, 2016). Böylece Avrupa düzeyinde üye ülkeler arasında Rusya'ya yönelik ortak karar ve uzlaşmanın mümkün olmadığı düşüncesi ortadan kalkmış ve Rusya, kendisini ekonomik olarak bir baskı altında hissetmeye başlamıştır.

Almanya'nın yaptırımlarının bir diğer amacı da Rusya'yı diplomasi masasına çağırmasıdır. Bu bağlamda yukarıda belirtildiği gibi, üye ülkeler arasında 'tek sesliliğin' tesis edilmesi önemli bir avantaj sağlamıştır. Zira Rusya bugüne kadar üye ülkeler arasındaki farklılıkları kullanarak AB düzeyinde kendine yönelik kararların alınmasını engellemeyi başarmıştır (Schmidt-Felzmann, 2008: 170). Ancak Rusya'nın çatışmayı tırmandırıcı bir tavır sergilemesi, AB üyesi ülkeleri bütünleştirmiş ve yaptırımların AB dış politikasının en güçlü araçları haline dönüşmesine önayak olmuştur. AB'nin uygulamaları, Rusya için önemli bir pazar olarak görünen Avrupa'nın kaybedilmesi anlamına gelirken Rusya'nın endüstriyel modernizasyonu için ihtiyaç duyduğu ileri teknoloji ürünlerine erişimini de engellenmiştir. Küresel ekonomiden ve AB'nin yaptırımlarından etkilenen Rus ekonomisi, petrol ve doğalgaz fiyatlarının da her geçen gün düşmesiyle birlikte büyük bir darboğazın içine düşmüş görünmektedir. Buna koşut olarak Almanya'nın ve AB'nin beklentisi, Rusya'nın AB ekonomisine olan bağımlılığını görerek Ukrayna Krizi'nde daha işbirlikçi bir yaklaşımı benimsemesidir.

Almanya, diğer üye ülkelerden farklı bir yaklaşım sergileyerek hem Ukrayna'ya tam destek vermekte hem de Rusya ile diplomatik etkileşimi devam ettirmektedir. Elbette bunu yaparken Rusya'nın eylemlerini kabullenmeyeceğini gösteren bir tavır içindedir (Hyde-Price, 2015: 610). Almanya, Ukrayna Krizi'nde diplomasiyi tek yol olarak görmüş ve bundan dolayı da krizin her iki tarafıyla iletişimin devam ettirilmesini öncelikli hale getirmeye çalışmıştır. Almanya dışişleri bakanı Frank-Walter Steinmeier –şuan Almanya Cumhurbaşkanı-, bu yaklaşımı sonuna kadar savunmuş ve 'diplomasiyi zayıflık anlamına gelmemesi gerektiğini aksine askeri gerilimin tırmanıp ulusların uçurumun kenarına çekilmemesi için her zamankinden daha fazla gerekli olduğunu' söyleyerek krizin askeri yöntemlerle çözülmesine karşı olduğunu göstermiştir (Hyde-Price, 2015: 609). Bu nedenle Rusya'nın saldırgan tutumuna karşı Ukrayna'nın NATO üyeliğine alınma önerisi, Almanya tarafından krizin askeri boyuta taşınabileceği endişesiyle kabul görmemiştir. Öyle ki Ukrayna'nın NATO üyeliği değil, NATO birliklerinin Doğu Avrupa ülkelerine konuşlanması düşüncesi dahi Almanya'nın büyük tepkisini çekmiştir. Her ne kadar Rusya uluslararası hukuku çiğnemiş olsa bile krizin çözümü konusunda askeri yöntemlerin kullanılması Avrupa'da yeni bir Soğuk Savaşın başlamasına neden olacağından diplomasi ve ekonomik yaptırımların ön planda tutulması Almanya için her şeyden önemli hale gelmiştir.

3.1.3. Rusya İle İşbirliği

Almanya'nın Rusya'ya yönelik politikasındaki değişiklik, kullanmış olduğu yöntemleri ve araçları farklılaştıran bir programı kapsamıştır (Forsberg, 2016: 37). Almanya'nın, Ukrayna Krizi'ne kadar olan dönemde Rusya'yı yakın işbirliği içinde dönüştürme yaklaşımının başarısız olması, zorlayıcı araçlara başvurmasını beraberinde getirmiştir. Daha da önemlisi Almanya, Rusya ile olan ilişkilerinde ekonomik çıkarları ön planda tutan politikaları terk ederek uluslararası hukuka, ülkelerin toprak bütünlüğüne ve egemenliğine saygı gibi değer temelli politikaları izlemeyi tercih ettiği bir süreci başlatmıştır (Larsen, 2014). Ancak her ne olursa olsun Almanya, Rusya'yı öteleyecek ve onun marjinalleşmesine neden olacak politikalara destek vermemiştir. Elbette Almanya'nın Rusya'yı Avrupa bütünleşmesine entegre etmeye yönelik vizyonu Ukrayna Krizi ile büyük zarar görmüştür ancak Rusya ile ortaklığın devam ettirilmesi fikri halâ sabittir. Zira Almanya, Rusya'nın bir şekilde Avrupa güvenliğini tehdit etmesini engelleyecek yöntemin Rusya ile kurulacak diyaloga bağlı olduğunu düşünmektedir (Steinmeier, 2014).

Bu bağlamda Ukrayna Krizi'nin başlangıcından bu yana Almanya, Rusya ile iletişim kanallarının ve diplomatik yolların açık tutulması için yoğun çaba göstermiştir. Almanya, Rusya ile uzun süredir olan yakın ilişkilerini kullanarak AB ve Rusya arasında tıpkı bir arabulucu görevi üstlenmiştir. Dönemin Almanya dışişleri bakanı Frank-Walter Steinmeier, Ukrayna Krizi'nin çözümünde AB ve Rusya'nın işbirliği içinde birlikte çalışmalarının ve bu sayede Avrupa'daki yeni bölünmelerin önüne geçilmesinin gerekliliğini vurgulamıştır (Larsen, 2014: 15). Almanya bu işbirliğini sağlamak için Ukrayna Krizi'nin başlangıcından itibaren Rusya ile yakın bir diyalog halinde olmuştur. Öyle ki Almanya başbakanı Merkel, Rusya devlet başkanı Putin ile hem telefon hem de ikili toplantılar yoluyla düzenli olarak irtibata geçmiştir (Forsberg, 2016: 29). Merkel, sadece Putin ile değil, Ukrayna devlet başkanı ve diğer devlet başkanlarıyla da görüşerek bir müzakere atmosferi oluşturmaya çalışmıştır. Nitekim Merkel'in bu çabası, Mart 2014'te Ukrayna'ya gönderilecek Avrupa



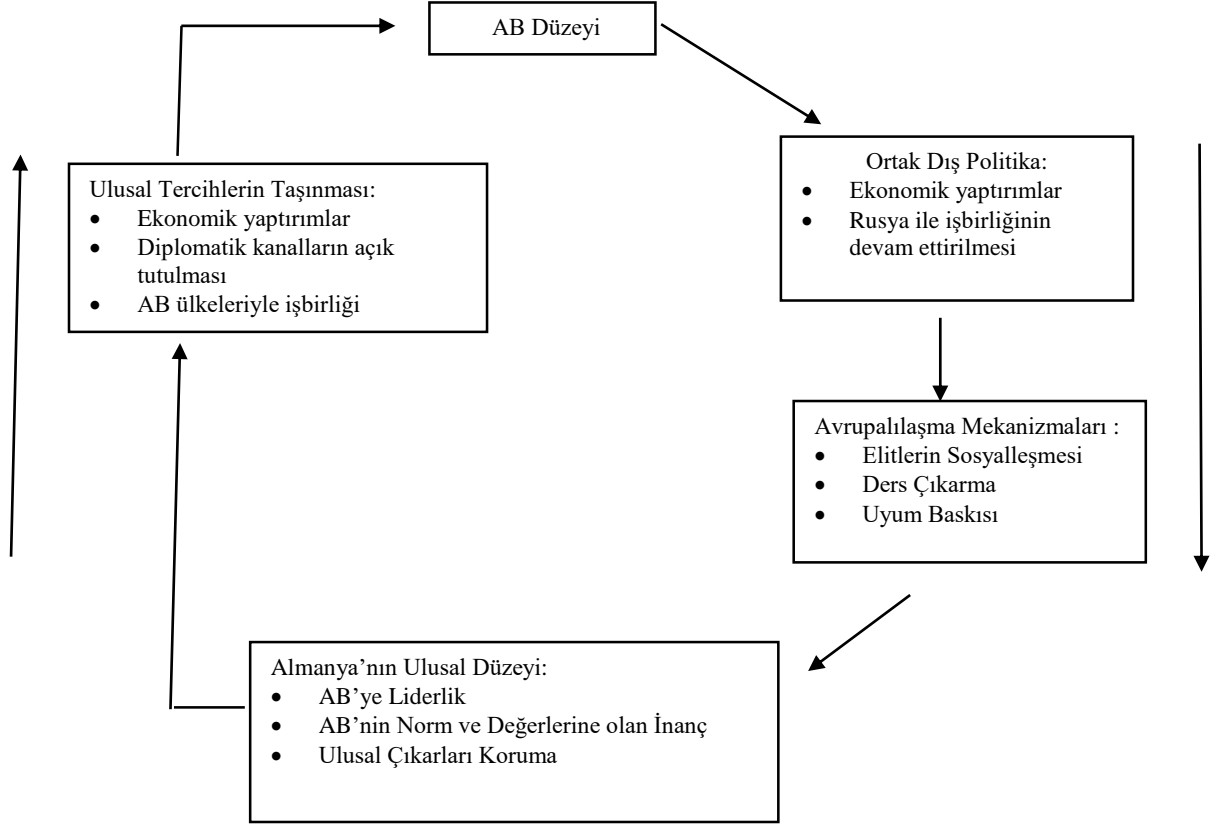
Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT) tabanlı inceleme heyeti için Putin'den onay alınmasını sağlamıştır. Bununla birlikte Merkel, Eylül 2014 ve Şubat 2015'te Ukrayna'da ateşkesi sağlayacak Minsk-1 ve 2 anlaşmalarının imzalanmasında önemli rol oynamıştır.

Her ne kadar Almanya ve Rusya arasındaki diyalog Ukrayna Krizi'nden bu yana devam ettirilse de çözüm konusundaki ilerleme oldukça sınırlı düzeyde kalmıştır. Bunun temelinde Ukrayna'daki krizin nedenleri ve çözüm önerileri konusunda Almanya ve Rusya'nın farklı yaklaşımları bulunmaktadır (Forsberg, 2016). Merkel, Rusya'nın olumsuz tavrına rağmen AB'nin ve ABD'nin askeri seçenekten ziyade Rusya ile işbirliği içinde sabırlı bir şekilde uzun vadeli taahhütlerin yerine getirilmesiyle çatışmanın sonlanacağı görüşünü paylaşmaktadır. Bu bağlamda Merkel, Rusya ile diyalogun tesisi ve özellikle Ukrayna'da kalıcı bir çözüme ulaşılabilmesi için işbirliği yapılmasından yanadır. Aynı şekilde Rusya da Merkel ile görüşmelere devam ederek Almanya'yı Avrupa'daki en önemli muhatapı olarak kabul ettiğini göstermiştir. Almanya, Rusya'nın Ukrayna'daki krizi tırmandırmaması ve ayrılıkçı grupları desteklemeyi bırakması karşısında ekonomik yaptırımları sonlandırabileceği sinyalini vermektedir. Öyle ki Angela Merkel, 2015 Davos Zirvesi'nde Ukrayna'da tekrar barışın sağlanması karşılığında Rusya'ya, Ukrayna Krizi'nin çıkmasına neden olan ve Lizbon'dan Vladivostok'a uzanan bir AB serbest ticaret anlaşmasını teklif etmiştir (Telegraph, 2015). Ukrayna Krizi'nin çözümü konusunda Almanya'nın, AB'ye liderlik ederek Rusya'yı ikna etmek için birçok yolu kullandığı anlaşılmaktadır.

4. ALMANYA DIŞ POLİTİKASININ AVRUPALILAŞMASI

Almanya'nın Ukrayna Krizi ile birlikte AB düzeyinde daha aktif rol oynamaya başlaması ister istemez Alman dış politikasının AB düzeyinde oluşan dış politikadan etkilenmesini beraberinde getirmiştir (Neukirch ve Repinski, 2014). Çünkü Almanya'nın Ukrayna Krizi'nde AB dış politika oluşturma sürecine daha fazla katılması, Alman ulusal dış politikasında önemli ölçüde bir değişimin yaşanmasını sağlamıştır. Aşağıdaki şekilde de görüleceği üzere, Almanya'nın kendi ulusal tercihlerini AB düzeyine taşımaya çalışması, daha sonraki süreçte AB düzeyinde oluşan dış politikanın ulusal politika üzerinde yukarıdan aşağı yönlü bir etkinin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Ukrayna Krizi çerçevesinde AB'nin Rusya'ya karşı belirleyeceği dış politikayı oluşturma sürecinde etkili bir aktör olmayı başaran Almanya, Avrupa düzeyinde oluşan politikalar sonrasında bunlardan etkilenen bir aktör haline dönüşmüştür. Bu doğrultuda Almanya, kendi ulusal dış politikasını Avrupa düzeyinde oluşan politikaya göre uyumlu hale getirmek zorunda kalmıştır.

Bu bağlamda Almanya ulusal dış politikasının Avrupa düzeyindeki dış politika ile uyumlu hale gelmesi ya da başka bir ifadeyle Avrupalılaşması, sadece Avrupalılaşmanın oluşturduğu uyum baskısıyla değil, dış politika elitlerinin sosyalleşmesi ve daha önceki krizlerden elde edilen tecrübelerle gerçekleşmiştir. Zira ulusal dış politikaların Avrupalılaşmasında AB, dış politika ile ilgili doğrudan ve spesifik olarak bir kural belirleyememektedir. Üye ülkeler, AB dış politikasının oluşması için öneriler sunmakta ve yine üye ülkelerin kendi iç dinamikleri sonucunda ulusal politika ve kurumların AB ile uyumlu olduğu görülmektedir. Elbette bu iç dinamikler, ulusal dış politikayı yönlendirme gücüne sahip dış politika elitlerini ve daha önceki krizlerden çıkarılan dersleri kapsamaktadır (Wong, 2006; Wong ve Hill, 2011; Pomorska, 2008). Dolayısıyla Ukrayna Krizi çerçevesinde AB, doğrudan üye ülkelerin uyum sağlaması için bir dış politika kurgulayamamıştır. Almanya başta olmak üzere diğer üye ülkeler, AB düzeyinde kendi tercihleri doğrultusunda Rusya'ya karşı bir dış politika meydana getirmiştir. AB düzeyinde oluşan bu politika neticesinde üye ülkeler AB ile uyumlu hareket etmek zorunda kalmışlardır. Almanya'nın ulusal düzeydeki uyumu ise dış politika yapıcı elitlerin ulusal düzeydeki diğer aktörleri ikna etmesi ve Gürcistan Savaşı sırasında Rusya'ya karşı izlenen dış politikanın başarısızlığından çıkarılan derslerle mümkün olmuştur. Böylece ulusal tercihlerin AB düzeyine taşınmasıyla aşağıdan yukarı yönlü olan Avrupalılaşma, AB düzeyinde oluşan politikaların ulusal politikaları etkilemeye başlamasıyla yukarıdan aşağı yönlü bir hale gelmiştir.



Kaynak: Şekil, yazar tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 1. Almanya'nın Ulusal Dış Politikasının Avrupalılaşması Süreci

Bu bağlamda Almanya ulusal dış politikasının Avrupa düzeyindeki dış politika ile uyumlu hale gelmesi ya da başka bir ifadeyle Avrupalılaşması, sadece Avrupalılaşmanın oluşturduğu uyum baskısıyla değil, dış politika elitlerinin sosyalleşmesi ve daha önceki krizlerden elde edilen tecrübelerle gerçekleşmiştir. Zira ulusal dış politikaların Avrupalılaşmasında AB, dış politika ile ilgili doğrudan ve spesifik olarak bir kural belirleyememektedir. Üye ülkeler, AB dış politikasının oluşması için öneriler sunmakta ve yine üye ülkelerin kendi iç dinamikleri sonucunda ulusal politika ve kurumların AB ile uyumlu olduğu görülmektedir. Elbette bu iç dinamikler, ulusal dış politikayı yönlendirme gücüne sahip dış politika elitlerini ve daha önceki krizlerden çıkarılan dersleri kapsamaktadır (Wong, 2006; Wong ve Hill, 2011; Pomorska, 2008). Dolayısıyla Ukrayna Krizi çerçevesinde AB, doğrudan üye ülkelerin uyum sağlaması için bir dış politika kurgulayamamıştır. Almanya başta olmak üzere diğer üye ülkeler, AB düzeyinde kendi tercihleri doğrultusunda Rusya'ya karşı bir dış politika meydana getirmiştir. AB düzeyinde oluşan bu politika neticesinde üye ülkeler AB ile uyumlu hareket etmek zorunda kalmışlardır. Almanya'nın ulusal düzeydeki uyumu ise dış politika yapıcı elitlerin ulusal düzeydeki diğer aktörleri ikna etmesi ve Gürcistan Savaşı sırasında Rusya'ya karşı izlenen dış politikanın başarısızlığından çıkarılan derslerle mümkün olmuştur. Böylece ulusal tercihlerin AB düzeyine taşınmasıyla aşağıdan yukarı yönlü olan Avrupalılaşma, AB düzeyinde oluşan politikaların ulusal politikaları etkilemeye başlamasıyla yukarıdan aşağı yönlü bir hale gelmiştir.

**Tablo 1.** Almanya Ulusal Dış Politikalarının Avrupalılaştırma Düzeylerinin Fransa ve Britanya ile karşılaştırması

| | Ulusal Tercihlerin Taşınması | | Uyum Baskısı | | Avrupalılaştırmanın Etkisi | | | Ulusal Dış Politikadaki Değişiklikler | | |
|----------|------------------------------|----------------|--------------|------------|----------------------------|------------|--------------|---------------------------------------|-----------------------|-------------------|
| | Başarıl 1 | Başarısız z | Yüksek k | Düşük k | Zayıf f | Güçlü ü | Sınırlı 1 | Maidan Gösteriler i | Kırtım İlhakı m | M17 Olayı 1 |
| Almanya | ✓ | | | ✓ | | ✓ | | - | ✓ | ✓ |
| Fransa | | ✓ | ✓ | | | | ✓ | - | - | ✓ |
| Britanya | | ✓ | ✓ | | | | ✓ | - | - | ✓ |

Kaynak: Tablo, yazar tarafından oluşturulmuştur.

4.1. Uyum Baskısı

Ukrayna Krizi çerçevesinde Avrupalılaştırmanın oluşturduğu uyum baskısı, diğer AB ülkelerinin ulusal dış politikalarında olduğu gibi Almanya'nın ulusal dış politikası üzerinde de bir etki ortaya çıkarmıştır (Forsberg, 2016; Hyde-Price, 2015; Speck, 2015; Larsen, 2014). AB üyesi ülkelerin Ukrayna Krizi'nde Rusya'ya karşı ortak tutum takınarak AB düzeyinde Rusya'ya rağmen bir karar alma yönündeki eğilimleri, üye ülkeler için bağlayıcı bir dış politika kararının tesis edilebileceğini göstermiştir (Schmidt-Felzmann, 2015: 49). Bundan dolayı üye ülkeler, AB'nin Ukrayna Krizi'nde Rusya'ya yönelik dış politikasının belirlenmesi sürecinde kendi politik tercihlerini AB'nin bağlayıcı bir hükmü olması için Brüksel'e taşımaya çalışmışlardır. Üye ülkelerin amacı, Rusya karşısında uygulanacak dış politika konusundaki adaptasyon baskısını ve uyum maliyetini en aza indirmektir. Nitekim AB düzeyindeki politikaların oluşmasında ve kararların alınmasında üye ülkeler ne kadar etkili olurlarsa AB düzeyi ve ulusal düzey arasındaki uyumsuzluğun derecesi o kadar düşük olacaktır (Börzel ve Risse, 2003; Cowles v.d. 2001). Böylece ulusal düzeyde AB'ye uyumdan kaynaklanacak maliyetin azalması ve uyum yönünde ortaya çıkabilecek direncin kırılması sağlanacaktır.

Bu bağlamda Almanya, Rusya'ya karşı AB düzeyinde belirlenen dış politika yapımı sürecinde kendi dış politika tercihlerini AB düzeyine taşıyarak Heritier'in (2001) de işaret ettiği gibi, Avrupalılaştırmanın meydana getireceği uyum baskısı derecesini en aza indirmeye çalışmıştır. Almanya, Soğuk Savaş yıllarından bu yana uluslararası politikada ekonomik ve siyasi araçları kullanarak güvenliği ve istikrarı yarma ve teşvik etme politikasını, AB düzeyindeki Rusya ile ilgili politikanın temel ilkesi haline getirmek için çaba göstermiştir. Zira Almanya, Rusya'ya karşı uzun yıllar boyunca ekonomik ve siyasi araçlar çerçevesinde bir dış politika inşa etmiştir (Petermann, 2006; Hofhansel, 2005). AB'nin Rusya hakkındaki politikasını, Almanya'nın benimsemesi halinde ulusal dış politikada bir değişiklik yapılmasına gerek kalmayacaktır. Buna karşın askeri yöntemlere başvurulması ya da Rusya ile işbirliğinin askıya alınması gibi önlemler, Almanya'nın ulusal dış politikası üzerinde önemli değişiklik taleplerini ortaya çıkaracaktır. Böyle bir talebin ulusal düzeyde kabul görmesi ise mümkün gözükmemiştir. Çünkü Almanya'nın stratejik kültürü ve uluslararası ilişkiler içinde devletin rolüne ilişkin yaygın ortak normlar, değerler ve tutumlar³ dış politikada köklü değişikliklerin yaşanmasına izin vermemektedir (Hanisch, 2015, s. 60).

³Almanya'nın dış politikasının dayandığı temeller, Avrupa ve Atlantik ötesi ortaklık üzerine kurulmuştur. Uluslararası politikada sivil ve ekonomik güç ön plana çıkarılmaya çalışılır. Uluslararası krizler karşısında ise tek taraflı değil, tersine çok yönlü bir şekilde devletlerle işbirliği içinde ve kriz bölgelerine müdahale gibi zorunlu durumlarda uluslararası hukukun meşru gördüğü usuller çerçevesinde hareket etmenin tercih edildiği görülmektedir. Almanya, sivil bir güç ekseninde uluslararası amaçlara ulaşmada diğer aktörlerle işbirliği yapılmasını, ulusal çıkarların korunması için askeri yöntemler yerine ekonomik ve diplomatik araçların kullanılmasını siyasal kültürün bir parçası haline getirmiştir. Almanya, özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan çıkardığı derslerle devletin uluslararası ilişkilerdeki rolünü barış, güvenlik, refah ve demokrasinin gelişmesine katkı sağlamak ve bunları desteklemek şeklinde belirlemiştir. Bunun dışında ulusal çıkarlarını korumak için askeri yöntemlere başvurmadan kaçınan Almanya, askeri gücü sadece kendi ekonomik ve siyasi araçlarının kullanılmasını için koruyucu işlevi olan bir konumda tutmuştur. Bu konuda detaylı bilgi için Bkz: İbrahim Canbolat, (2003). *Almanya ve Dış Politika*. İstanbul: Alfa Yayıncılık; Jan Henrik Petermann, (2006). *German Foreign Policy and the Concept of 'Civilian Power'*. Norderstedt: Grin Verlag; Clause, Hofhansel, (2005). *Multilateralism, German Foreign Policy and*



Böylece Bundestag'da Rusya'ya karşı ekonomik yaptırım kararları kabul edilmiştir. Ekonomik yaptırım kararlarının alınması, genel olarak Almanya'nın uluslararası politikada takip ettiği sivil ve ekonomik güç ilkelerine dayalı bir dış politikanın yansımasıdır. Almanya, ekonomik araçları uluslararası krizlerde önemli bir dış politika unsuru olarak sıklıkla kullanmaktadır. Bu nedenle Ukrayna Krizi, Almanya açısından ulusal düzeyde önemli bir dış politika değişikliğini gerektirmemiştir. Rusya ile olan ekonomik ilişkilerden dolayı bazı siyasi partiler -Demokratik Sosyalist Parti gibi- ekonomik yaptırımlara karşı çıkmışlardır (Forsberg, 2016: 33). Ancak Almanya'nın Rusya'yı dünya ekonomisinden dışlayan bir ekonomik yaptırımı tercih etmemesi, ulusal düzeydeki bu tepkilerin sınırlı olmasını sağlamıştır. Rusya'ya karşı uygulanan ekonomik yaptırımların Almanya'nın ulusal dış politikasına iki olumlu katkısı olmuştur. Bunlardan birincisi, ekonomik yaptırımların belirli alanları kapsamaması nedeniyle Alman ekonomisine önemli bir maliyet getirmemesidir. (Hartel, 2014: 5). Bu ise Almanya'nın ekonomik yaptırımları, ulusal düzeyde bir dış politika aracı olarak kullanılmasına imkân vermiştir. İkinci katkı ise Almanya'nın Rusya'yı izole etmemesi sayesinde Soğuk Savaşın sona ermesinden beri uygulanan işbirliğine dayalı dış politikanın sürmesi olmuştur. Almanya'nın sınırlı ekonomik yaptırım tercihi, Rusya ve Batı arasında iletişim kanallarının ve diplomatik yolların açık tutulmasını beraberinde getirmiştir. Minsk-1 ve Minsk-2 ateşkes anlaşmalarının imzalanması ile krizin çatışma düzeyinden ekonomik ve diplomatik düzeye çekilebilmesi de gerçekleşmiştir (Speck, 2015b).

Almanya'nın ulusal tercihlerini AB düzeyine taşıması ve AB dış politikasının bağlayıcı bir hükmü haline getirmesi, yüksek bir uyum baskısıyla karşı karşıya kalmasını engellemiştir. Uyum baskısının oluşmaması ise Almanya'nın dış politikasında bir değişikliği gerektirmemiştir. Zira AB'nin bu politikası Almanya'nınki ile örtüşmüştür. Ekonomik yaptırımların Rusya ile işbirliğini engelleyici nitelikte olmaması ve krizin çözümü konusunda iletişim kanallarının açık tutulmasını öncelemesi, ulusal aktörler arasında AB politikasına uyum yönünde bir direncin oluşmasını önlemiştir. Çünkü ulusal düzeyde ve AB düzeyinde Rusya'ya yönelik politika genel olarak Almanya'nın uluslararası politikada izlemiş olduğu sivil ve ekonomik gücü esas almıştır.

Ukrayna Krizi sonrası Avrupa'nın güvenliği konusunda özellikle Baltık ülkelerinin askeri seçenekleri ön plana çıkarmaya çalışması, Almanya tarafından olumlu karşılanmamıştır (Vitkus, 2015; Schmidh-Felzmann, 2014; Forsberg, 2016). Çünkü Almanya, İkinci Dünya Savaşı'ndan bu yana sivil ve ekonomik gücü daha önemli gören buna karşın askeri güç yönünden Fransa ve Britanya'ya göre zayıf bir AB ülkesi konumundadır (Miskimmon 2007: 107). Bunun da ötesinde Alman ordusu, 1990'lı yılların sonuna doğru Anayasal sınırlandırmalar kaldırılarak ülke dışında görevlendirilse de Alman kamuoyu, hala ordunun uluslararası krizlerde sivil amaç haricinde görevlendirilmesine karşı çıkmaktadır (Hyde-Price, 2015: 606). Dolayısıyla Almanya, AB düzeyinde belirlenecek Rusya'ya yönelik dış politika konusunda kendi dış politikasının temel ilkeleri olan diplomasiyi ve ekonomik gücü merkeze yerleştirerek ulusal dış politikası üzerinde Avrupalılaştırmanın oluşturacağı uyum baskını azaltmayı hedeflemiştir. Ukrayna Krizi'nden sonra AB'nin Rusya ile ilişkilerini yeniden tanımlamasına rağmen krizin çözümü konusunda askeri seçenekleri gündem dışı tutması, Almanya'nın ulusal dış politikasında bir uyum baskısı oluşmasını engellemiştir.

Buna karşın Almanya'nın Ukrayna Krizi'nde aktif rol oynamak istemesi, Alman dış politikasında bir reform baskısını açığa çıkarmıştır (Neukirch ve Repinski, 2014; Schwarz, 2014; Hyde-Price, 2015; Larsen, 2014). Ukrayna Krizi ile birlikte Almanya'nın uluslararası sorunlara karşı artık arka planda kalarak pasif bir dış politika izlemesinin mümkün olmadığı görülmüştür. Almanya'nın bir yandan ekonomik kriz nedeniyle AB'nin *de facto* lideri konumuna gelmesi, öte yandan Britanya ve Fransa'nın Ukrayna Krizi'ne müdahale konusunda isteksiz davranması, uluslararası krizler karşısında gerekli sorumluluğu almasını ve daha aktif rol oynamasını zorunlu hale getirmiştir. Almanya'nın uzun yıllar boyunca benimsediği 'bekle ve gör' şeklindeki dış politika seçeneği yerine AB politikasının oluşturulmasında etkinleşerek krizler karşısında kuralları kendisinin belirlediği ya da en azından belirlemeye çalıştığı bir dış politikaya doğru değişimin gerekliliği kaçınılmaz olmuştur (Hyde-Price, 2015: 606). Bu da Almanya'nın mevcut dış politika doktrinini değiştirme baskısını ortaya çıkarmıştır. Ukrayna Krizi'nde AB'nin liderliğini üstlenmesi ile Almanya, İkinci Dünya Savaşı'ndan beri izlemiş olduğu pasif politikaları terk etmeye başlamıştır.

Ukrayna Krizi sonucu AB düzeyinde oluşan dış politika -en azından prosedürel olarak- Alman ulusal dış politikasında yüksek bir uyum baskısı meydana getirmemiştir. Elbette böyle bir uyum baskının oluşmaması Almanya'nın Rusya'ya karşı uzun süredir takip ettiği işbirliğine dayalı dış politikanın temel ilkelerinin AB düzeyine başarılı bir şekilde taşınması sayesinde mümkün olmuştur. Böylece ulusal düzeydeki aktörler, AB



dış politikasına uyum sağlamakta zorluk çekmemişlerdir. Ancak Almanya'nın dış politika doktrini üzerinde önemli bir uyum baskısı gündeme gelmiştir. Çünkü Almanya, Ukrayna Krizi ile birlikte AB'ye liderlik etme konusunda bir zorunlulukla karşı karşıya kalmış ve İkinci Dünya Savaşı'ndan beri devam eden pasif dış politika geleneklerini bir kenara koyarak aktif bir dış politika yapımı sürecine dâhil olmuştur. Bu bağlamda Almanya, kendi dış politika tercihlerini etkin bir şekilde AB düzeyine taşıırken dış politika elitlerinin devletin uluslararası ilişkilerdeki rolüne ilişkin ortak normlar, değerler ve tutumlar konusundaki kimliklerini derinden etkileyecek bir pozisyon ortaya çıkmıştır.

4.1.1. Dış Politika Elitlerinin Sosyalleşmesi

Ukrayna Krizi'nde, Almanya'nın ulusal dış politikasının Avrupalılaşmasında dış politika yapıcı elitlerin Avrupa düzeyinde sosyalleşmesinin önemli bir rolü olmuştur (Larsen, 2014; Hyde-Price, 2015; Speck 2015b; Forsberg, 2016). Almanya'nın Rusya'ya karşı uzun yıllar boyunca izlediği bütünleştirici ve işbirliğine dayalı dış politikanın değişmesinin yanında ilk defa büyük bir uluslararası krizin yönetimine liderlik etmesinin sadece AB'nin etkisiyle ya da uyum baskısıyla açıklanması oldukça zordur. Bu nedenle Alman dış politika elitlerinin AB politikasına uyum yönündeki istekleri ve kararlılıkları da göz önüne alınmalıdır. AB dış politikasının hükümetlerarası yapısından dolayı Avrupalılaşmanın üye ülkeler üzerinde bir uyum baskısı oluşturabilmesi için Avrupa düzeyinde ortak bir karara varılması gerekmektedir (Wong ve Hill, 2011; Gross, 2009; Miskimmon, 2007). Böyle bir karar ise genellikle üye ülkelerin dış politika elitlerinin ulusal düzeyde ve Avrupa düzeyindeki etkileşimlerine bağlıdır. AB düzeyinde özellikle Rusya'ya karşı bir kararın alınarak AB dış politikası haline getirilebilmesi, Rusya ile yoğun siyasi ilişkileri olan Alman dış politika elitlerinin Topluluk normlarını ve politika paradigmasını benimsemesi ve bu doğrultuda hem diğer üye ülkeleri hem de kendi kamuoylarını ikna etmesi ile mümkün olmuştur (Hyde-Price, 2015: 602).

Alman dış politika elitlerinin Ukrayna Krizi'nin ulusal çıkarları için hayati bir önem taşıdığını düşünmeleri, ulusal dış politikadaki değişimi tetiklemiştir. Ukrayna Krizi'nin erken evresinde dönemin Almanya Cumhurbaşkanı Joachim Gauck'un 2014 Münih Güvenlik Konferansı'ndaki konuşmasında "Alman siyasetçilerin küresel sorunlar karşısında yüzünü başka bir tarafa çevirmek için bir bahane olarak Almanya'nın 'tarihi suçunu' kullanmayı bırakmasını" vurgulaması, Alman dış politikasında bir değişimin gerekliliğini ortaya koymuştur (Gauck, 2014). Gauck (2014), Almanya'nın dış politika alanında küresel sorunlarla yüzleşmesi ve sorumluluk almasının artık kaçınılmaz olduğunu bir kez daha anımsatmıştır. Gauck'un bu konuşmasından sonra dönemin Dışişleri Bakanı Frank-Walter Steinmeier ve Savunma Bakanı Ursula von der Leyen de Almanya'nın uluslararası krizlere daha aktif bir şekilde müdahil olmasını savunmuşlardır. Örneğin, Savunma Bakanı Leyen "Almanya gibi bir ülke için ne güvenlik konularının ne de insani perspektiflerin kayıtsız kalınacak bir seçenek olmaması gerektiğini" belirterek Alman dış politika yaklaşımının değişmesini öngörmüştür (Von der Layen, 2014). Dönemin dışişleri Bakanı Steinmeier de "Almanya'nın bir kenarda oturup dünya siyasetini takip edemeyecek kadar büyük bir ülke olduğunu ve diğer ülkelerin de Almanya'nın uluslararası ilişkilerde daha fazla sorumluluk almasını beklediklerini" söyleyerek Almanya için daha aktif bir dış politika çağrısında bulunmuştur (Steinmeier, 2014).

Alman dış politika yapıcı elitlerinin bu yaklaşımı, daha önce karşılaşılmamış bir durumu ortaya çıkarmıştır. Çünkü bu elitlerin geleneksel Alman dış politikasının değişmesi için hiç bu kadar istekli oldukları görülmemiştir. Miskimmon'un da altını çizmiş olduğu gibi, daha önce Alman dış politika elitlerinin uluslararası krizlere müdahale konusunda genel olarak bir isteksizlik gösterdikleri ve ekonomik baskılar tarafından yönlendirilen fayda maliyet esasına göre hareket etmeyi tercih ettikleri bilinmektedir (Miskimmon, 2012: 393). Ülke içindeki siyasi hesapların dış politika üzerinde ayrıcalıklı bir konumu vardır ve koalisyon hükümetleri, bu konular ekseninde dış politikayı şekillendirmektedir. Öyle ki koalisyon üyelerinin dış politika konusunda farklı düşündükleri durumlarda Alman dış politikasının daha ihtiyatlı, kısıtlamalar içeren ve içine kapanık bir hal aldığı görülmektedir. Örneğin, Merkel'in ikinci döneminde Dışişleri Bakanlığı görevini yürüten Guido Westerwelle'nin AB dış politikasına yaklaşımı Merkel'den farklı olmuştur. Bu farklılık ise Alman dış politikasının Libya ve Suriye gibi konulara müdahil olmasının önüne geçmiştir. Merkel'in dış politika danışmanı Christoph Heusgen, Almanya'nın bu konularda daha aktif bir dış politika izlemesi gerektiğini vurgulasa da Merkel, dış politika alanında daha mutedil davranan Dışişleri Bakanı ile karşı karşıya gelmemek adına bu krizlerde Almanya'nın rolünü ön plana çıkarmamaya çalışmıştır (Hyde-Price, 2015: 602).

2014 Münih Güvenlik Konferansı'nda Alman dış politika elitlerinin yaptığı konuşmalar, Alman dış politikasında daha somut değişikliğe gidilmesi ile ilgili bir konsensüsün oluştuğunu göstermiştir (Forsberg,



2016; Hyde-Price, 2015; Speck, 2015b; Neukirch ve Repinski, 2014). Bunun özellikle koalisyon hükümetinde yer alan partilerin dış politika elitleri arasında olduğu belirtilmelidir. Nitekim Aralık 2013 tarihinde kurulan koalisyon hükümetindeki Sosyal Demokrat Partili Steinmeier ve Hristiyan Demokrat Partili Leyen, daha aktif bir dış politika izlemek istemiştir. Steinmeier ve Leyen'in bu arzusuna rağmen Başbakan Merkel, aktif güvenlik ve savunma politikasına destek vermemiştir (Hyde-Price, 2015: 603). Merkel'in bu yaklaşımı, Steinmeier ve Leyen'in Ocak 2014'te Mali ve Orta Afrika Cumhuriyetindeki AB operasyonlarında Almanya'nın rolünü artırmak için yapmış oldukları öneride belirginlik kazanmıştır. Merkel bu öneriyi, ne tamamen reddetmiş ne de tamamen kabul etmiştir (Neukirch ve Repinski, 2014). Ancak Steinmeier ve Leyen, aktif bir dış politikanın yalnızca Almanya'nın kendi çıkarları için değil, dünyadaki demokrasi ve insan haklarının gelişmesi adına önemli olduğunu ileri sürmüştür. Steinmeier ve Leyen'e bir destek de muhalefette bulunan Yeşiller Partisinden gelmiştir. Daha önce Libya Krizi'ndeki pasif dış politikayı eleştiren Yeşiller Partisi lideri Cem Özdemir, Steinmeier ve Leyen'in demokrasi ve insan hakları konusundaki düşüncelerine katıldığını söylemiştir. Hükümetin ve muhalefet partilerinin beklentileri karşısında Merkel, aktif dış politikaya ilişkin tutumunu değiştirmiştir. Böylece Almanya, Mali ve Orta Afrika Cumhuriyetindeki AB operasyonlarında askeri personel ve teçhizat desteği sunmaya başlamıştır. Bu destek, küçük bir adım olarak görülse de Almanya'nın Avrupa güvenlik ve savunma politikalarında daha fazla etkin olacağına sinyalidir (Hyde-Price, 2015: 603-604).

Şubat-Mart 2014'te yaygınlaşan gösteriler ve yaşanan can kayıpları sonucu Ukrayna Krizi'nin büyümesiyle Almanya, arabulucu olarak rol üstlenmeye hazır bir görüntü çizmiştir (Larsen, 2014; Gressel, 2015; Speck, 2015b). Merkel, daha önce Libya ve Suriye'deki iç savaşa müdahale konusunda isteksizlik göstermesine rağmen Ukrayna Krizi'nde aktif olmaya karar vermiştir (Speck, 2015b). Merkel'in bu tutumunda özellikle Steinmeier ve Leyen'nin büyük katkısı olmuştur. Steinmeier ve Leyen, her ne kadar koalisyonun iki farklı partisini temsil etseler de Ukrayna Krizi'ni Almanya'nın ulusal çıkarları açısından oldukça önemsemişlerdir. Steinmeier, Ukrayna Krizi'ne Rusya ile olan diplomatik ilişkilerle ticari, kültürel ve tarihsel işbirliği yönünden değer atfederken Leyen, güvenlik ve dış politika açısından yaklaşmıştır (Hyde-Price, 2015: 608). Ancak her iki Bakan da krizin çözümünde Almanya'nın ön planda olmasını arzulamışlardır. Hatta Rusya ile yoğun ekonomik ilişkilere karşın Almanya'nın etkili bir aktör olması için AB düzeyinde belirlenen ekonomik yaptırımlara destek vermişlerdir. Hükümet üyelerinin bu beklentisi Merkel'i, Libya Krizi'nde olduğu gibi AB politikalarından uzaklaşan bir tavrın aksine daha etkili bir politika üretmeye zorlamıştır. Almanya, AB düzeyinde belirlenen politikalar kapsamında, Rus bankalarının Alman sermaye piyasalarına erişimlerini kısıtlamış, silah satışını, petrol ve doğalgaz sektöründe kullanılan ileri teknoloji transferlerini de askıya almıştır (EEAS, 2015). Ayrıca Almanya, AB, NATO ve Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT) arasında koordinasyon görevini üstlenmeye başlamıştır. Hükümetin önemli dış politika elitlerinin ortak bir gündeme sahip olması, Almanya'nın daha aktif bir dış politika izlemesine olanak sağlamıştır.

Ukrayna Krizi'nde Alman dış politika elitlerinin istekleri ve kararlılıkları, ulusal düzeyde dış politikanın Avrupalılaşmasının en önemli katalizörü olmuştur. Ukrayna Krizi çerçevesinde ulusal politikanın Avrupalılaşması ise Checkel'in (2005) de belirtmiş olduğu gibi, dış politika elitlerinin "stratejik sosyalleşmesi" ve "uygunluğa bağlı sosyalleşmesiyle" mümkün olmuştur. Ulusal dış politika elitlerinin stratejik sosyalleşmesi, ulusal tercihlerin ve çıkarların değiştirilmeden ya da çok sınırlı derecede değiştirilerek fakat yüksek risk ve maliyetler altına girilmeden, AB düzeyinde ulusal hedeflerin gerçekleştirilmesidir. Alman dış politika elitleri de yüksek risk ve maliyet yüklenmeden Almanya'nın Ukrayna Krizi'nde daha aktif bir dış politika üretebilmesi için en uygun yolun AB dış politikası olduğunu görmüşlerdir. Nitekim AB dış politikasının ekonomik yaptırımları ve diplomasiyi öncelmesi, Alman dış politika elitlerinin ulusal tercihleri ve çıkarlarıyla örtüştüğü için bir değişikliğe neden olmamıştır. Elbette birtakım ulusal tercihler Rusya ile olan yoğun ekonomik ilişkiden dolayı olumsuz etkilenmiştir (Forsberg, 2016; Vitkus, 2015; Galbert, 2015; Hartel, 2014). Ancak Alman dış politika elitleri, ulusal düzeyde Almanya'nın küresel sorunlarla yüzleşmesi ve sorumluluk alması yönündeki hedeflerini gerçekleştirmişlerdir. Bunula birlikte Rusya ile doğrudan bir mücadeleye girilmediği ve iletişim kanalları açık tutulduğu için yüksek bir risk ve maliyetle de karşı karşıya kalınmamıştır. Dahası kendi ulusal hedeflerine ulaşan Almanya, AB düzeyinde eskisi gibi gerekli sorumlulukları alacağını göstererek üye ülkeler ile zayıflayan işbirliğini ve kaybolan güveni yeniden tesis etmek için önemli bir stratejik fırsatı da yakalamıştır.

Alman dış politika elitlerinin AB düzeyinde Rusya'ya karşı oluşturulan dış politikaya uyum sağlaması, Checkel'in (2005) ikinci tür sosyalleşme olarak nitelendirdiği, AB politikasının uygunluğuna olan inançlarından kaynaklanmıştır. Bu sosyalleşme türünde genel olarak AB düzeyindeki çıkarlar, ulusal çıkarlardan daha önemli görülmüştür. Bu nedenle Avrupa bütünleşmesine olan inanç, ulusal aktörlerin tercihlerini değiştirmede oldukça etkilidir. Ulusal dış politika yapıcı elitlerin AB politikasının uygunluğuna



olan inançları, ulusal düzeydeki dış politikanın değişmesi için önemli bir itici güçtür. Bu bağlamda Ukrayna Krizi'nin ilk evresinde Alman dış politika elitleri, Rusya ile olan ekonomik ve siyasi ilişkilerin zarar göreceği kaygısıyla ulusal çıkarları daha çok ön planda tutmuşlardır. Bu nedenle Alman dış politika elitleri, krizin ilk aşamasında ekonomik yaptırımlar yerine ikili ilişkileri kullanarak krize çözüm bulmaya çalışmışlardır (Forsberg, 2016: 31). Fakat Kırım'ın Rusya tarafından ilhak edilmesi ve M17 sefer sayılı uçağın düşürülmesi, Alman dış politika elitlerinin ve ulusal aktörlerin tercihlerinde bir değişim yaşanmasını sağlamıştır. Elbette en önemli değişim Rusya'ya karşı yaptırım kararlarına uyum sağlama yönünde olmuştur (Speck, 2015b). Çünkü Alman dış politika elitleri, Avrupa sınırlarının güç kullanarak değiştirilmemesi ilkesinin Rusya tarafından ihlal edilmesini, Avrupa güvenliği ve istikrarı açısından kabul edilemez bulmuşlardır. Bunun birlikte Batılı değerler ve normlar çerçevesinde Avrupa güvenliği ve refah alanı içinde yer almak isteyen bir ülkenin desteklenmesi 1990'li yıllardan beri AB'nin en önemli hedefleri arasında yer almaktadır. Bu hedefin, Ukrayna Krizi'nden sonra aktif bir dış politika izlemek isteyen Almanya'nın gündemine de girdiği görülmüştür. Nitekim dönemin Almanya Cumhurbaşkanı Joachim Gauck, Almanya'nın aktif bir dış politikayı sadece kendi ulusal çıkarları için değil, dünyadaki demokrasi ve insan haklarının gelişimi için de izlemesi gerektiğini belirtmiştir (Gauck, 2014). Gauck'un bu açıklaması Yeşiller Partisi lideri Cem Özdemir tarafından destek görmüştür. Özdemir, Almanya'nın demokrasi, insan hakları ve hukuk devleti gibi Avrupa değerlerini savunan bir dış politika izleyerek Avrupa'nın güvenliğine ve istikrarına daha fazla katkı sağlayacağını altını çizmiştir (Hyde-Price, 2015: 604). Bu yaklaşım, Soğuk Savaşın sona ermesinden bu yana AB'nin bölgeye yönelik ulusüstü hedefini temsil etmektedir. Avrupa'nın istikrarı ve güvenliği üye ülkeler arasında ortak bir norm haline gelmiştir. Dolayısıyla bunun gerçekleştirilebilmesi için üye ülkeler, kendi ekonomik ya da siyasi çıkarlarını bir kenara bırakıp gerekli sorumlulukları üstlenerek ulusal politikalarının Avrupalılaşmasını sağlamaktadırlar.

Sonuç olarak Alman dış politika elitleri, Ukrayna Krizi'nde Avrupa düzeyinden etkilenerek Alman dış politikasında önemli bir değişikliğin yaşanmasına yardımcı olmuşlardır. Bunu yaparken hem "stratejik sosyalleşme" çerçevesinde ulusal çıkarlarını gerçekleştirmişler hem de Avrupa değerlerine olan inanca bağlı olarak ulusüstü hedeflere ulaşmayı amaçlamışlardır. Alman dış politika elitlerinin Almanya'nın uluslararası krizlerde daha aktif bir politika izlemesi konusundaki yaklaşımları, Ukrayna Krizi'nde hem ulusal hem de ulusüstü hedeflerin gerçekleştirilmesine olanak sağlamıştır. Nitekim Almanya, Ukrayna Krizi'nde AB'ye liderlik ederek ulusal çıkarlarını başarılı bir şekilde üst düzeye taşıyabilmiş ve Rusya'ya karşı Avrupa değerlerini AB ülkeleri ile birlikte savunarak ulusüstü çıkarlarını gerçekleştirmiştir.

4.1.2. Gürcistan Savaşı'nın Etkisi

Kasım 2013 tarihinde Maidan ya da göstericilerin taktığı adıyla Euromaidan protestolarıyla başlayan ve Kırım'ın Rusya tarafından ilhak edilmesi ile doruğa çıkan Ukrayna Krizi, AB üyesi ülkeler içinde en çok Almanya'yı ve Almanya'nın Rusya'ya karşı izlediği dış politikayı etkilemiştir (Speck, 2015; Forsberg, 2016). Bu süreçte Almanya, Rusya'ya yönelik bütünleştirici ve işbirliğine dayalı dış politikasında bir değişime gitmiştir. Bunun yerine AB düzeyinde alınan politik ve ekonomik önlemleri desteklemeye başlamıştır. Almanya'nın Rusya'ya karşı izlediği dış politikadaki bu değişim, yukarıda da açıklandığı gibi, AB düzeyinde oluşan uyum baskısı ve ulusal dış politika elitlerinin sosyalleşmesi ile mümkün olmuştur. Ukrayna Krizi sonrası Almanya'nın ulusal dış politikasını etkileyen diğer bir husus, 2008 yılındaki Rusya-Gürcistan Savaşı'nda takip edilen dış politikanın geçerliliğini yitmesidir. Gürcistan Savaşı sırasında Rusya ile diyalog ve müzakerelerin sürdürülmesinin Avrupa'daki barışa ve istikrara katkı sağlayacağı düşüncesi, Rusya'nın Ukrayna'nın toprak bütünlüğünü tehdit etmesiyle başarısızlığa uğramıştır (Schmidt-Felzmann, 2014: 45). Bu başarısızlık Almanya'yı Rusya ile ilgili konularda AB ile daha fazla işbirliği yapmaya zorlamıştır. Ukrayna Krizi ile birlikte Almanya'nın Rusya'ya yönelik dış politikası iki konuda Gürcistan Savaşı sırasındaki politikadan farklılık göstermiştir. Bunlardan birincisi, Almanya'nın artık Rusya'ya karşı bütünleştirici ve işbirliğine dayalı bir dış politika izlemeyerek ulusal çıkarlarını korumak için Batı ile ortak hareket edeceğini göstermiş olmasıdır. İkincisi ise Almanya'nın Rusya'nın saldırgan tutumuna karşı AB düzeyinde tutarlı bir dış politikanın oluşturulması ve üye ülkelerin Rusya'ya karşı tek sesliliğinin sağlanması konusunda göstermiş olduğu çabadır.

İlk olarak Ukrayna Krizi'nde Almanya'yı AB ile daha fazla işbirliğine yönelten en önemli sebep, Gürcistan Savaşı sırasında Rusya'ya karşı bütünleştirici ve işbirliğine dayalı geleneksel dış politikanın başarısız olmasıdır. Almanya, Rusya'ya yönelik 1969 yılında Başbakan Willy Brandt'in formülize ettiği Ostpolitik çerçevesinde ilişkilerini geliştirmeyi önemsemiştir. Bu politikanın temel amacı, Almanya'nın sadece Batı'ya değil, Doğu'ya da -özellikle Rusya'ya- barışçıl, demokratik ve güvenilir bir ortak olduğunu göstermektir



(Kleuters, 2012: 3). Soğuk Savaşın sona ermesiyle Almanya bu politikayı özellikle eski Doğu Bloğu ülkelerine yönelik izlemeye devam etmiştir. Bu şekilde Almanya, bu ülkelerde demokrasi, insan hakları, yönetim ve serbest piyasa değerlerinin yerleşmesi için güç ve stratejik çıkar ilişkilerini değil, dış politikada norm ve değerleri ön plana çıkarmıştır. Almanya doğu komşularının Avrupa norm ve değerlerini içselleştirmesini sert güç unsurları yerine demokrasi, insan hakları, hukuk devleti ilkelerini koyarak desteklemiştir. Almanya Rusya ile ekonomik ve siyasi ilişkiler geliştirerek Rusya'yı Avrupa norm ve değerlerine yakınlaştırmayı amaçlamıştır. Böylece Rusya, Avrupa bütünleşmesine dâhil edilerek özellikle askeri risk unsurlarının orta ve uzun vadede Avrupa ve Almanya için bir tehdit sorunsalına dönüşmesinin engellenmesi hedeflenmiştir.

Bu çerçevede Almanya, Rusya ile yoğun siyasi ve ekonomik ilişkiler geliştirmiştir. Daha da önemlisi, Rusya'nın Avrupa bütünleşmesine yakınlaşması için bir köprü kurucu rolü üstlenmiştir. Bu şekilde Almanya, Rusya'nın Batı'dan tecrit edilmemesini sağlamış ve onun marjinalleşmesinin önüne geçmeyi başarmıştır (Larsen, 2014: 16). Almanya, bunu yaparken AB ile Rusya arasında siyasetten ekonomiye, eğitimden kültüre kadar birçok alanda işbirliği oluşturulmasına yardımcı olmuştur. Böylece Rusya'yı Avrupa bütünleşmesinin bir parçası haline dönüştürmeye çalışmıştır. Dolayısıyla Almanya, Gürcistan Savaşı'nda AB ve Rusya arasında kurulan ve Rusya'yı AB'ye yakın tutan ekonomik, siyasi ve kültürel işbirliğine zarar verecek bir politikaya destek vermemiştir. Bunun yerine Rusya'nın eylemlerini sonlandırmak ve Rusya'yı AB norm ve değerleri çerçevesinde reform süreçlerini desteklemek için diyalog ve müzakere yoluna davet etmiştir. (Schmidt-Felzmann, 2008: 124). Almanya'ya göre, Rusya ile ekonomik ve siyasi ilişkilerin kesilmesi ya da askıya alınması, Rusya'nın AB'den uzaklaşmasına neden olacaktır. Bu durumun ise Soğuk Savaş döneminde olduğu gibi, Rusya'yı Avrupa için bir tehdit haline dönüştürebileceğinden korkulmuştur. Bu nedenle Almanya, Gürcistan Savaşı'nda AB ve Rusya arasında bir köprü rolü oynayarak Rusya'ya karşı herhangi bir yaptırım kararının alınmamasını sağlamıştır. Almanya, AB ve Rusya arasındaki ticari ilişkilerin zamanla yayılma etkisi -spill over- yaparak Rusya'nın uzun vadede Avrupa norm ve değerleri çerçevesinde demokrasi, insan hakları ve hukuk devletine saygı duyan bir devlete dönüşeceğini düşünmüştür (Larsen, 2012: 14).

Ancak Almanya'nın Gürcistan Savaşı'nda Rusya'ya karşı izlemiş olduğu yapıcı ve diyaloga dayalı dış politikanın, Ukrayna'da meydana gelen krizi engellemede yeterli olmadığı görülmüştür. Almanya'nın savunduğu Rusya ile ekonomik ilişkilerin ve diyalogun devam ettirilmesi, Rusya'da bir yayılma etkisini -spill over- ortaya çıkarmamıştır. Aksine Rusya'yı kontrol edilemez bir ülkeye dönüştürmüştür. Hatta Rusya'nın giderek Avrupa güvenliği ve istikrarını tehdit eden güvenilir bir ortak haline gelmesine neden olmuştur (Schmidt-Felzmann, 2015: 122). Bunu gören Almanya, Gürcistan Savaşı'ndan farklı olarak Ukrayna Krizi'nde Rusya'nın saldırgan tutumunu sınırlandırabilecek önlemlere destek vermeye başlamıştır. Özellikle ekonomik yaptırımlar konusunda AB ve ABD ile yakın bir işbirliği içine girmiştir. Rusya'ya karşı uygulanacak ekonomik yaptırımların tutarlılığı için AB ve ABD arasında koordinasyonu sağlamıştır. Bu şekilde Almanya, 1990'lı yıllardan beri Avrupa pazarı sayesinde önemli bir ekonomik güce ulaşan Rusya'yı dizginlemeye çalışmıştır. Bu bağlamda Almanya, Ukrayna Krizi'ne kadar ekonomik ilişkilerdeki sürekliliğinin siyasi ilişkilere olumlu yansıtacağı düşüncesini terk etmiştir. Bunun yerine ekonomik yaptırımlar yoluyla Rusya'nın AB'ye olan bağımlılığı ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır (Speck, 2015b). Daha da önemlisi, Ukrayna Krizi'ne kadar Rusya ve AB arasında bir köprü kurucuyken Ukrayna Krizi ile birlikte AB'nin Rusya'ya karşı izleyeceği dış politikanın liderliğini üstlenmiştir. Ancak Almanya'nın Ukrayna Krizi ile AB düzeyinde yeni bir rol üstlenmesi, onun tamamen Rusya'yı dışlayıcı bir politika izlediği anlamına gelmemelidir. Aksine Almanya, Rusya'yı Gürcistan'da izlediği politikalar ile Avrupa bütünleşmesi içinde tutamayacağını, bunun yerine Rusya'ya karşı uygulanacak ekonomik alandaki caydırıcı politikalar ile AB ve Rusya arasındaki karşılıklı bağımlılık gösterilmeye çalışılmıştır.

İkincisi Almanya, Gürcistan Savaşı'ndan farklı olarak Rusya'nın izlemiş olduğu politikayı değiştirmek için AB'nin Rusya'ya karşı tutarlı bir dış politika izlemesi için yoğun çaba göstermiştir. Zira Gürcistan Savaşı'nda Almanya'da dâhil olmak üzere AB ülkeleri Rusya'ya karşı tutarlı bir duruş sergileyememişlerdir (Beste vd., 2008: 2). Aslında AB ve AB ülkeleri, 2000'li yıllardan itibaren Rusya'ya karşı tutarlı politika üretmekte başarısız olmaya başlamışlardır. Özellikle Rusya'nın Almanya ve İtalya gibi üye ülkelerle ekonomik ve siyasi ikili ilişkileri geliştirmesi, AB düzeyinde Rusya'ya karşı birtakım kararların alınmasını zorlaştırmıştır. Bu durum, Schmidt-Felzmann'ın da belirttiği gibi, Rusya'ya önemli siyasi avantajlar sağlamaya başlamıştır (Schmidt-Felzmann, 2008, s. 170). Çünkü Rusya ile yoğun ikili ilişkilere sahip olan üye ülkeler, ulusal çıkarları gereği AB düzeyinde Rusya'ya yönelik alınacak olumsuz kararlara destek vermemeye başlamışlardır. Rusya ise AB üyesi ülkeler ve AB kurumları arasındaki ortaya çıkan bu farklılıkları birbirlerine karşı kullanarak kendisine yönelik etkili bir AB politikasının oluşmasını birçok kez engellemeyi başarmıştır. Bu durum



Gürcistan Savaşı'nda çok daha somut bir şekilde ortaya çıkmıştır. AB ülkeleri Rusya konusunda ikiye bölünmüşlerdir. Britanya, İsveç ve Doğu Avrupalı üye ülkeler Rusya'ya karşı askeri önlemleri de içeren yaptırımları desteklerken Almanya, Fransa ve İtalya ise diyalogun devam ettirilmesinden yana tavır almışlardır (Beste v.d. 2008: 2). Dolayısıyla AB Rusya'ya karşı ortak bir mesaj vermede yetersiz kalmıştır. Nitekim Merkel, Bundestag'taki konuşmasında Rusya'ya yönelik üye ülkelere arasında oluşan farklılıkların AB'nin Gürcistan Savaşı'ndaki etkinliğine zarar verdiğini belirtmiştir (Beste v.d. 2008, s. 2). Merkel'in bu açıklaması bağlamında Gürcistan Savaşı açık bir şekilde üye ülkeler arasındaki Rusya'ya yönelik yaklaşımların AB düzeyinde önleyici ve engelleyici bir politikanın oluşmasının zor olduğunu göstermiştir.

Almanya, AB ülkeleri arasında bir bölünmenin Rusya üzerinde bir etki oluşturmayacağını, aksine Rusya'yı daha fazla cesaretlendireceğini düşünmüştür. Dolayısıyla Rusya'nın giderek daha fazla öngörülemeyen ve Avrupa güvenliği ve istikrarı tehdit eden güvenilmez bir ortağa dönüşmemesi için AB düzeyinde bütün üye ülkelerin ittifak edebileceği bir politika belirlenmesini önemsemıştır (Schmidt-Felzmann, 2014; 2015). Bu çerçevede Almanya, Rusya'ya karşı askeri gücün yoksun olduğu bir durumda ekonomik yaptırımların Rusya'ya karşı gösterilecek tepkinin en doğru yol olduğunu düşünmüştür. Almanya iki açıdan ekonomik yaptırımları önemli bir dış politika aracı olarak ele almıştır. Birincisi, uzun yıllar boyunca dış politika alanında ekonomik yaptırımlar AB tarafından başarılı bir şekilde kullanılmaktadır. Bu bağlamda eğer AB ülkeleri arasında Rusya'ya yönelik ortak bir politika oluşturulacaksa ekonomik yaptırımlar bu anlamda en uygun seçeneği oluşturmuştur. İkincisi ise AB ülkelerinin ekonomik yaptırımları kararlılıkla uygulamaları karşısında Ukrayna Krizi'nin askeri çatışma düzeyinden diplomatik düzeye taşınmasının kolaylaşacağını düşünmüştür (Speck, 2015b). Rusya'nın Avrupa ekonomisine olan bağımlıktan kaynaklanacak ekonomik zararlar onu müzakere masasına yanaşmasını sağlayacaktır. Böylece Almanya bir yandan AB düzeyinde ortak bir politikanın oluşmasına ön ayak olurken öte yandan Rusya'yı dışlayıcı ya da izole edici bir yol izlemeyerek Rusya ile olan diplomatik süreçlerinin devam etmesini sağlamayı amaçlamıştır.

5. ALMANYA DIŞ POLİTİKASININ AVRUPALILAŞMASININ SINIRLARI

Ulusal dış politikaların Avrupalılaşmasında White'ın (2001) da altını çizdiği gibi, üye ülkelerin AB düzeyindeki dış politika oluşturma sürecine katılımları etkilidir. Zira bu katılım, üye ülkelerin ulusal dış politikalarının AB dış politikasından etkilenerek Avrupalılaşmasını mümkün hale getirmiştir. Ancak Ukrayna Krizi, ulusal dış politikaların Avrupalılaşmasının belirli sınırları olduğunu da ortaya çıkmıştır. Bu sınırlar, AB dış politikasının kurumsal yapısı ve hükümetlerarası niteliğinin yanında AB ülkelerinin Rusya ile olan ilişkileri ve AB'nin kapasite ve kabiliyetlerinden kaynaklanmıştır.

5.1. Ekonomik Yaptırımların Olumsuz Etkisi

AB'nin Ukrayna Krizi'nde Rusya'ya gösterdiği en önemli tepki ekonomik yaptırımları yürürlüğe koymasındır. Bu yolla Rusya'ya karşı AB ülkeleri arasında 'tek sesliliğin' inşa edilmesi amaçlanmıştır (Galbert, 2015: 3). Yaptırımlar, AB'nin Rusya'ya yönelik tepkisinin tanımlanmasında kullanılabilen zorlayıcı sert güç seçenekleri arasında yer alarak bütün üye ülkeleri ortak bir paydada buluşturmuştur. Bununla birlikte AB, uluslararası krizlerde ekonomik ve diplomatik yaptırımları en önemli dış politika aracı olarak üçüncü ülkelere karşı kullanmayı başarmıştır (Keukeleire ve Delreux, 2014; K. Smith, 2014). AB'nin ekonomisine yüksek oranda bağımlı olan Rusya'ya gösterilecek tepkinin en etkili yolu da ekonomik yaptırımlar olmuştur. Bu şekilde ekonomik yaptırımların caydırıcılık etkisi meydana getirmesi hedeflenmiştir. Çünkü bu aracın başarısı, yaptırımların uygulandığı ülkenin AB ekonomisine olan bağımlılığına göre değişir. Eğer ülke, AB'nin ekonomisine bağımlıysa yaptırımların başarısından söz edilebilir. Buna karşın hiç bağımlı değilse ya da daha az bağımlılık gösteriyorsa ekonomik yaptırımların başarısı sınırlanmaktadır (Keukeleire ve Delreux, 2014; Karakurt v.d., 2015). Ayrıca bu ilişkinin karşılıklı bir etkileşim içerdiğini belirtmek gerekir. AB ülkeleri de aynı şekilde yaptırım uygulanan ekonomiye bağımlıysa AB'nin ekonomik yaptırımları başarılı ya da başarısız olabilmektedir.

Bu bağlamda Ukrayna Krizi'nde Rusya ile olan ekonomik ilişkilerin AB'nin kapsamlı dış politika kararları almasını engellediği görülmüştür (Vitkus, 2015: 9). Soğuk Savaşın sona ermesinden bu yana AB ve Rusya arasında yoğun bir ekonomik ilişki söz konusudur. Rusya, AB'nin üçüncü büyük ticari ortağı (% 8.4 toplam dış ticaret) iken AB ise Rusya'nın en önemli ticari ortağı (% 48 toplam dış ticaret) konumunda yer almaktadır (European Parliament, 2015). Aşağıdaki tabloda da görülebileceği gibi, krizden önce AB ve Rusya arasındaki



toplam ticaret hacmi yıllık 326 milyar Euro civarındaydı. Bu miktarın 206 milyar Euro'su AB ülkelerinin Rusya'ya yapmış oldukları ihracatı kapsamaktayken 120 milyar Euro'luk kısmı ise Rusya'nın AB ülkelerine olan ihracatını oluşturmuştur. Dolayısıyla AB, Rusya'ya yönelik ekonomik yaptırım kararlarını alırken bu durumu göz önüne almış ve Rusya'ya karşı sınırlı yaptırım kararı üzerinde uzlaşmaya varılabilmektedir.

AB düzeyinde Rusya'ya yönelik ekonomik yaptırım kararı alınırken Almanya ve Fransa'nın tutumları ulusal dış politikaların Avrupalılaşmasının sınırlarının çizilmesinde önemli rol oynamıştır (Forsberg, 2016; Hyde-Price, 2015, Vitkus, 2015; Larsen, 2014; Hartel, 2014). Özellikle Almanya ekonomik yaptırımlar konusundaki tercihleri oldukça etkili olmuştur. Bu bağlamda ekonomik yaptırımların en önemli destekçilerinden olan Almanya, Rusya'ya karşı kapsamlı bir ekonomik yaptırım uygulanmasına destek vermemiştir (Hartel, 2014: 5). Zira AB ülkeleri içinde Rusya ile en yoğun ticareti Almanya yapmaktadır. 2013 yılında, Almanya ve Rusya arasındaki toplam ticaret hacmi 75 milyar Euro civarında gerçekleşmiştir. Almanya ve Rusya arasındaki toplam ticaret hacmi AB ve Rusya arasındaki ticaret hacmin dörtte birinden daha fazladır. Almanya, Rusya'yı Avrupa ticaretinden tamamen izole edecek ekonomik yaptırımların oluşmasına karşı çıkmıştır. Çünkü böyle bir destek Almanya'nın önemli bir ekonomik kayıp yaşamasına eşdeğer görülmüştür. Elbette Almanya, Rusya'ya karşı uygulanan yaptırımlardan sonra önemli ekonomik kayıplar yaşamış ve 2014 yılında iki ülke arasındaki ticaret hacmi 75 milyardan 65 milyar Euro'ya, 2015 yılında ise 48 milyar Euro'ya kadar düşmüştür (European Commission, 2016). Buna rağmen Almanya AB dış politikasının tutarlılığı için Ukrayna Krizi kapsamında Rusya'ya yönelik yaptırımları desteklemiştir. Bunun temel sebebi, Ukrayna Krizi'nin yakın coğrafyasında ortaya çıkarabileceği siyasi istikrarsızlıklar ve çatışmaların Doğu Avrupa'yla ekonomik ve siyasi bütünleşme içerisine giren Almanya'nın ulusal çıkarlarını doğrudan tehdit eden bir kriz olmasıdır. Aksi takdirde bölgede oluşacak istikrarsızlık ve güvenlik krizinin Almanya için daha yüksek maliyetleri oluşturacağı düşünülmüştür.

2014 yılından itibaren Rusya'ya karşı sınırlı bir ekonomik yaptırım uygulansa da AB ülkeleri bu süre içinde ciddi anlamda ekonomik kayıplar yaşamışlardır. Eurostat'ın 2015 verilerine göre, AB ve Rusya arasındaki toplam ticaret 2013 yılındaki ticaret hacmine göre 100 milyardan fazla bir düşüş yaşamış ve 209 milyar Euro civarında gerçekleşmiştir (Eurostat, 2016). Kriz öncesinde AB ve Rusya arasındaki ticaret hacmi ise 326 milyar Euro seviyelerindedir. AB büyük bir ekonomik kayıp yaşamasına rağmen henüz Ukrayna Krizi'nde istenilen başarı sağlanamamıştır. Yukarı da belirtildiği gibi, AB'nin uyguladığı ekonomik yaptırımların başarısı, o ülkenin AB ekonomisine bağımlı olmasıyla mümkündür. Rusya'nın AB ekonomisine yüksek oranda (% 48 oranında) bağımlılık göstermesi, AB yaptırımların başarılı olmasını kuvvetlendirmiştir (Galbert, 2015, s. 5-6). Buna karşılık aynı şekilde AB'nin de yaptırım uygulanan ekonomiye bağımlı olması, yaptırımların başarısını sınırlandırmıştır. Nitekim birçok AB ülkesinin -özellikle Almanya'nın- Rus ekonomisiyle yoğun ticari ilişkileri olması, AB'nin ekonomik yaptırım aracını başarılı bir şekilde kullanmasını engellemiştir. Çünkü Rusya, mevcut ekonomik ilişkiler çerçevesinde AB'nin kendisine kapsamlı ekonomik yaptırımlar uygulamayacağını farkındadır. Kendi kayıplarını da göz önüne alan AB, dış politika alanındaki en güçlü silahı olan ekonomik yaptırımları Rusya'ya karşı tam olarak kullanamamıştır. Bu da Ukrayna Krizi'nin çözümünü sekteye uğratmıştır (Speck, 2015b). Sonuçta AB'nin Rusya'ya uygulayacağı ekonomik yaptırımların bir sınırı olduğu görülmüştür. AB ülkelerinin daha kapsamlı bir ekonomik yaptırımın zararını -özellikle 2008 itibarıyla yaşanan ekonomik kriz sonrası- üstlenmesi söz konusu değildir. Almanya'nın çıkarlarını korumaya çalışması ve Rusya'nın da AB'nin yaptırımlarına katlanamayacak olması sürecin işleyişini destekten yoksun bırakmıştır. Ancak AB, bir dış politika aracı olarak ekonomik yaptırımlarıyla Ukrayna Krizi'ni sonlandırmayı başaramamış olsa bile krizin daha da büyümesinin önüne geçmiş ve krizi askeri düzeyden, diplomatik ve ekonomik düzeye taşımayı başarmıştır.

5.2. Rusya'ya Enerji Bağımlılığı

Ukrayna Krizi çerçevesinde Almanya başta olmak üzere AB ülkelerinin ulusal dış politikalarının Avrupalılaşmasını sınırlandıran en önemli konu şüphesiz Rusya'ya olan enerji bağımlılığıdır (Hartel, 2014). AB, enerji ihtiyacının yüzde 22'sini Rusya'dan sağlamaktadır. AB ülkelerinin tükettiği doğalgazın ise yaklaşık üçte biri Rusya tarafından arz edilmektedir (De Micco, 2014). Bu bağlamda Ukrayna Krizi, AB ülkeleri için ciddi bir enerji güvenliği sorunu ortaya çıkarmıştır. Zira AB'nin Rusya'ya uyguladığı ekonomik yaptırımlar karşısında Rusya'nın enerji kozunu kullanması muhtemel hale gelmiştir. Hatta Rusya devlet başkanı Vladimir Putin, ekonomik yaptırımlardan kısa bir süre sonra Ukrayna'ya doğalgaz tedarikini keserek Avrupa doğalgaz tüketiminin önemli bir geçiş rotası olan Ukrayna üzerinden AB'yi tehdit etmiştir (Financial Times, 2014). Bu durum karşısında AB, enerji çeşitliliğini artırmak için harekete geçmiştir. Ancak AB'nin kısa süre içinde



Rusya'ya alternatif oluşturması çok mümkün gözükmemektedir. Enerji bağımlılığı, Ukrayna Krizi'nde AB'nin Rusya'ya yönelik dış politikasını doğrudan etkilemiştir. Özellikle bazı üye ülkelerin Rus doğalgazına bağımlı olması, AB düzeyinde dış politika kararlarının alınması zorlaştırmıştır. Bu durum ise AB'nin Rusya'ya karşı tek sesliliğinin zayıflamasına neden olmuştur (De Micco, 2014). Nitekim Almanya Rusya'ya karşı hareket ederken bu durumu göz önüne almak zorunda kalmıştır. Zira Almanya, Rusya'nın enerji kaynaklarına bağımlıdır. Öyle ki Almanya'nın kullandığı doğalgaz ve petrolün % 35'i Rusya tarafından sağlanmaktadır (Dohmen ve Jung, 2014). Almanya'nın Rus petrol ve doğalgazına gereksinimi, Rusya'ya ilişkin dış politikada daha hassas davranmasına neden olmaktadır. Ekonomik yaptırımlardan dolayı zarar gören Alman ekonomisi, Rusya ve AB arasında yaşanacak bir enerji krizi sonucu gündeme gelecek zararı kaldıracak kapasiteye sahip değildir. Bu nedenle Almanya AB düzeyinde Rusya'ya karşı daha ağır yaptırımların alınmasına bir karşı duruş sergilemektedir. Almanya'nın Rusya'ya enerji yönünden bağımlılığı, ulusal dış politikasının Avrupalılaşmasını sınırlayan bir faktör olmaktadır (Hartel, 2014: 5). Almanya'nın kısa süre içinde enerji çeşitliliğini arttırmayacak olması, Rusya'ya yaklaşımlarının değişmesini engelleyecektir.

Almanya, AB ülkelerinin ekonomilerini daha fazla etkileyecek önlemlere sıcak bakmamaktadır (Speck, 2015b; Galbert, 2015; Vitkus, 2015; Larsen, 2014). Rusya ile yaşanabilecek bir enerji krizinin bütün AB ülkelerini doğrudan etkilemesi muhtemeldir. Kısa vadede AB'nin Rusya'ya olan enerji bağımlılığının azaltılmasının söz konusu olmaması AB ülkelerinin Ukrayna Krizi'ndeki tutumlarını değiştirmektedir. Öyle ki AB, Rusya'nın saldırgan tavrına set çekmek için uygulamaya koyduğu ekonomik yaptırımların kapsamına enerji kaynaklarını ekle(ye)memiştir. Ancak Rusya, elindeki enerji kozunu şu ana kadar kullanmamış sadece tarım ürünlerine yönelik yaptırım kararları almıştır. Rusya'nın yaşadığı ekonomik krizden dolayı enerji arzından vazgeçmesi söz konusu değildir. Zira Rusya sahip olduğu enerji kaynaklarının büyük bir kısmını AB ülkelere satmaktadır. Dolayısıyla alternatif -ki şu an için söz konusu değildir- olmadığı için AB, Rusya'nın doğal kaynaklarından gelir elde edebileceği en önemli pazardır. AB ve Rusya, enerji konusunda birbirlerine muhtaçtır ve bundan dolayı da sert önlemler almaları mümkün gözükmemektedir.

5.3. Askeri Yetersizlikler

Avrupa bütünleşmesinin oluşum sürecinden itibaren AB'nin askeri güce dönüşmesi, üye ülkelerin anlayamadığı konuların başında gelmektedir (Bretherton ve Vogler, 2006; Gross, 2009; Howorth, 2011; Keukeleure ve Delreux, 2014; K. Smith, 2014). AB üyesi ülkeler, egemenlik kaygıları nedeniyle AB'nin askeri bir güç olmasını engellemişlerdir. Amsterdam Antlaşması'ndan sonra AB ülkeleri Avrupa düzeyindeki askeri oluşumlara izin verse de bunlar yalnızca AB'nin sivil ve ekonomik gücünü pekiştirmek adına düşünülmüştür (Keukeleure ve Delreux, 2014). Uluslararası sistemde AB'nin etkinliğini artırmak için başlatılan askeri kabiliyetlerin geliştirilmesi, insani ve kurtarma görevleri, kriz yönetimi, barış koruma ve çatışma engelleme gibi faaliyetlerin yerine getirilmesi bu kapsamda değerlendirilebilir (Howorth, 2011: 208). Buna karşın AB'nin aktif bir şekilde sıcak çatışmalara dâhil olarak savunma ve güvenlik konularıyla doğrudan irtibatlandırılması istenmemiştir. Dolayısıyla AB, ABD gibi dünyanın değişik coğrafyalarında askeri birlikler konumlandıracak ya da anında kriz bölgelerine askeri birlikler sevk edecek bir kapasiteye sahip değildir. Dahası AB ülkelerinin kendi güvenliği bile Soğuk Savaş döneminde olduğu gibi, NATO tarafından sağlanmaktadır. AB, uluslararası krizlerde -özellikle sıcak çatışmalarda- askeri bir varlık gösterememekte ve bu eksiklik zaman zaman AB'nin krizlerde oynadığı rolü etkilemektedir.

AB'nin askeri kapasitesinin ve buna bağlı olarak caydırıcılık kabiliyetinin eksikliği, Ukrayna Krizi'nde bir kez daha açık bir şekilde ortaya çıkmıştır. Soğuk Savaş sonrası düzenin en önemli güvenlik krizini yaratan Ukrayna Krizi'ne karşı AB'nin ekonomik yaptırımları öncelendiği, askeri seçenekleri ise gündeme dahi almadığı görülmektedir (Galbert, 2015: 3-4). Doğu Avrupalı üye ülkeler askeri seçenekler sunsa da üye ülkelerin çoğu bunların Rusya'ya karşı kullanılmasına kesin olarak karşı çıkmışlardır (Forsberg, 2016; Hyde-Price, 2015; Vitkus, 2015; Larsen, 2014). Bunun temel nedeni, AB ülkelerinin tarihsel deneyimleri ve Avrupa bütünleşmesini doğrudan etkileyecek büyük bir savaştan kaçınmak istenmesidir. Bu bağlamda Rusya'ya karşı askeri seçeneklerin kullanılmasının Avrupa'yı derinden etkileyecek türden bir savaşı tetikleyeceğinden korkulmuştur. Özellikle nükleer bir güç olan Rusya ile yaşanacak bir gerilimin herkes için kötü sonuçlar ortaya çıkaracağı düşünülmüştür (Schmidt-Felzmann, 2014: 57). Zira Rusya ciddi bir askeri güç konumundadır. Buna karşın AB bir askeri güç olmadığı gibi, askeri güç olma yönündeki denemeleri de başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Kapasite olarak bütün üye ülkelerin askeri güçlerinin toplamı ciddi bir potansiyel barındırmasına rağmen üye ülkeler, AB'nin bu gücü kontrol ve koordine etmesinde istekli değildirler. Dolayısıyla bu gücün, sadece



Ukrayna Krizi'nde değil, diğer sıcak çatışmalarda da AB'ye bir kapasite ve kabiliyet kazandırdığını söylemek oldukça zordur.

Diğer taraftan AB'nin askeri olarak yetersiz olmasının yanında AB ülkelerinin Avrupa'nın güvenliğini sağlayan NATO'nun Ukrayna Krizi'nde rol oynamasını da engelledikleri görülmektedir. AB ülkeleri, Ukrayna Krizi'nde NATO'nun devreye girmesi durumunda Ukrayna'daki çatışmaların bütün Avrupa'ya yayılmasından korkmuştur (Schmidt-Felzmann, 2014: 58). Bu nedenle Almanya, Rusya'ya karşı Ukrayna'nın silahlandırılması ve NATO kapsamında Ukrayna'ya askeri destek sağlanmasına karşı çıkmıştır (Hyde-Price, 2015: 609). Çünkü Batı'nın alacağı bu tür önlemler, Rusya'yı daha güçlü askeri reaksiyonlar göstermeye yönlendirecektir. Daha da önemlisi, askeri seçeneklerin Rusya üzerinde yüksek bir baskı oluşturmaya bağlı olarak Rus karar vericilerin Batı'dan uzaklaşması mümkün olabilir. Bu durumda ise AB'nin Rusya üzerindeki sivil ve ekonomik gücünün zayıflamasından çekinilmiştir. AB, Rusya'ya yönelik sınırlı ekonomik yaptırımlar uygulayarak Rusya ile iletişim kanallarının açık tutulmasını ve böylece krizin daha büyük bir askeri çatışmaya yol açmamasını amaçlamıştır. Bu yolla AB, ekonomik ve sivil güç unsurlarını kullanarak askeri kapasite eksikliğini gidermek istemiştir.

Sonuç olarak AB, Rusya gibi nükleer bir askeri güçle ne pahasına olursa olsun karşı karşıya gelmek istememiştir. Bu durum AB'nin askeri kapasite eksikliğinden kaynaklandığı gibi, yakın coğrafyasında sıcak savaşa neden olacak bir çatışmayı istememesindedir (Schmidt-Felzmann, 2014; 2015; Forsberg, 2016; Speck, 2015b; Vitkus, 2015). AB askeri kapasiteye sahip olmasa bile NATO ve ABD aracılığıyla Rusya ile mücadele edebilecek durumda olduğunu fakat askeri seçeneğin kendisine hiçbir şekilde fayda getirmeyeceğini görmüştür. Rusya ile askeri bir mücadelenin AB'yi iki türlü etkileme potansiyeli belirlemiştir. Bunlardan birincisi, AB'nin askeri yöntemlere başvurusuyla -ki Rusya'ya karşı AB'nin böyle bir kapasitesi söz konusu değildir- Rusya'nın nükleer gücü dâhil olmak üzere bütün askeri kapasitesini kullanacak olmasıdır. Bu gelişme, İkinci Dünya Savaşı'ndan beri Avrupa'da inşa edilmeye çalışılan barış ve istikrarı sonlandıracaktır. İkincisi ise Ukrayna Krizi'nde Rusya askeri müdahalelerle engellenmiş olsa bile bu kez Rusya'da bir ekonomik ve siyasi çöküşe neden olunması, bunun da Avrupa bütünleşmesi için yeni tehditler ortaya çıkarmasıdır. Soğuk Savaşın sona ermesiyle Avrupa bütünleşmesine zarar verebilecek gelişmeleri bertaraf edebilmek için ekonomik ve siyasi yollar seçilirken Ukrayna Krizi'nde askeri yöntemlere başvurulması Almanya'nın stratejilerine aykırıdır. Askeri kapasite yetersizliği ile sivil ve ekonomik güç ilkeleri Almanya'nın dolayısıyla AB'nin Ukrayna Krizi'nde izlediği dış politikanın temel dinamiğini meydana getirmiştir. Askeri kapasite yetersizliği, AB'nin etkili bir aktör olmasını sınırlandırır da ekonomik ve sivil güç Ukrayna Krizi'nin büyümesini engellemiştir.

6. SONUÇ

Soğuk Savaş boyunca üye ülkeler arasındaki dış politika işbirliği Avrupa düzeyinde resmi ve resmi olmayan kuralların, politika paradigmalarının, iş yapma tarzlarının, ortak inanış ve değerlerin inşa edildiği süreçleri oluşturmuştur. Ancak üye ülkelerin dış politikayı ulusal egemenliğin vazgeçilmez bir unsuru olarak görmeye devam etmeleri, Maastricht Antlaşması'na kadar olan süreçte dış politika konularının AB düzeyindeki kurumsallaşma sürecinin dışında kalmasına neden olmuştur. Sovyetler Birliğinin dağılmasından sonra dünya siyasetinde daha etkili olmak isteyen üye ülkeler -ki tek başlarına sınırlı bir kapasiteye sahiptiler- Soğuk Savaş döneminde geliştirmiş oldukları dış politika işbirliği çerçevesinde AB'nin uluslararası bir aktör olmasına sıcak bakmaya başlamışlardır. Böylece uluslararası politikada tek başlarına gerçekleştiremedikleri ulusal çıkarlarını egemenlik devri söz konusu olmadan AB aracılığıyla gerçekleştirmeyi amaçlamışlardır. Dış politika alanının AB'nin ortak politikalarından biri haline gelmesiyle AB düzeyindeki dış politika süreci kurumsallaşma evresine girmiştir. Bu evre, Soğuk Savaş döneminden çok daha kapsamlı ve çok daha kurumsal bir düzlemde gelişme göstermeye başlamıştır. Çünkü Soğuk Savaş döneminden farklı olarak üye ülkelerin uluslararası sorunlara yönelik AB düzeyinde eylemler ve tutumlar belirlemeleri ya da eylemsiz kalmayı tercih etmeleri gerekli hale gelmiştir. Bu durum üye ülkeler için yeni bir süreç olsa da AB düzeyinde dış politika yapma faaliyetinin üye ülkelerin elinde olması, önemli bir sorunun ortaya çıkmasını engellemiştir. Zira üye ülkeleri AB düzeyinde dış politika kararı almaya zorlayan bir mekanizma öngörülmemiştir -ki üye ülkeler de bundan dolayı AB düzeyinde dış politikanın kurumsallaşması süreçlerine izin vermişlerdir-. Maastricht Antlaşması, belki ekonomi politikalarında olduğu gibi somut, katı ve spesifik dış politika normları getir(e)memiştir ama üye ülkelerin AB düzeyinde daha fazla dış politika oluşturma süreçlerine katılmasına olanak sağlamıştır. Bu da zaten daha sonraki süreçte AB düzeyinde dış politika ile ilgili belirgin yönetim yapılarının ve düzeylerinin teşekkül etmesine ve gelişmesine kapı aralayacak süreçleri meydana getirmiştir.



Nitekim AB düzeyinde ortaya çıkan bu süreçler AB üyesi ülkelerin ulusal dış politikaları üzerinde farklı zamanlarda farklı düzeylerde olsa bile bir Avrupa dış politikasına yakınlaşma etkisi ortaya çıkarmıştır. Bu etki, üye ülkelerin zaman içinde AB düzeyinde dış politika oluşturma süreçlerine katılmalarının bir sonucudur. Çünkü üye ülkelerin AB düzeyindeki dış politika yapımına katılmaları, ortak değerlerin, iş yapma tarzlarının, ortak inanışların ve normların inşa edildiği, yayıldığı ve kurumsallaştığı süreçlerin oluşmasını sağlamıştır. Bu da uluslararası krizler karşısında üye ülkelerin AB düzeyinde daha fazla 'tek sesliliğini' beraberinde getirmiştir. Ukrayna Krizi'nde AB'nin önemli ülkelerinden olan Almanya AB düzeyindeki dış politika süreçlerine katılmalarıyla ulusal politikası Avrupalılaşması mümkün olmuştur. Almanya, AB'nin Rusya'ya karşı ekonomik ve diplomatik çerçevede izlediği dış politikaya uyum sağlayarak Ukrayna Krizi'nde AB'nin etkili bir aktör olmasına katkıda bulunmuştur. AB'nin sivil ve ekonomik gücü krizi sonlandıramamış olsa bile krizin bütün Avrupa coğrafyasını etkileyecek bir savaşa dönüşmesinin önüne geçilebilmiştir. Ukrayna Krizi'nin devam ettiği düşünüldüğünde AB'nin genel olarak başarısız olduğu söylenebilir ama sınırlı düzeyde de olsa birlikte alınan kararlar -ki şu ana kadar Rusya'ya karşı alınmış en kapsamlı kararlardır- üye ülkeler arasındaki 'tek sesliliği' sağlamıştır. Bu noktada AB'nin Ukrayna Krizi'nde başarılı veya başarısız olmasından çok AB dış politikaları çerçevesinde üye ülkelerin ulusal dış politikalarının Avrupalılaşması önemlidir. Öyle ki AB'nin öncü ülkesi konumundaki Almanya'nın Ukrayna Krizi konusunda AB dış politikasına uyumu, AB dış politikasının tutarlılığını bir kat daha arttırmıştır. Elbette yukarıda belirttiğimiz nedenlerden dolayı Almanya'nın ulusal dış politikalarının Avrupalılaşmasında bir sınırlama ortaya çıkmıştır ancak genel olarak dış politikasının AB dış politikasına yakınlaştıkları görülmüştür.

KAYNAKÇA

Baun, M. J. & Marek, D. (2013). The new member states and the European Union: foreign policy and Europeanization. Oxon: Routledge.

Beste, R., Feldenkirchen, M., and Szandar, A. (2008). Germany and the Caucasus ConflictMerkel's Most Serious Foreign Policy Crisis. Spiegel Online. <http://www.spiegel.de/international/world/germany-and-the-caucasus-conflict-merkel-s-most-serious-foreign-policy-crisis-a-572726.html> adresinden 04.03.2016 tarihinde alındı.

Börzel, T. & Risse, T. (2003). Conceptualizing the domestic impact of Europe, İçinde, K. Featherstone & C. M. Radaelli (Eds.), The Politics of Europeanization (ss 57-80). Oxford: Oxford University Press.

Bretherton, C. & Vogler, J. (2006). The European Union as a Global Actor. Oxon: Routledge.

Cowles, M., Caporaso, J. & Risse, T. (2001). Transforming Europe: Europeanization and Domestic Change. Ithaca and London: Cornell University Press.

De Micco, P. (2014). A cold winter to come? The EU seeks alternatives to Russian gas. Brüksel: European Union.

Dohmen, F. & Jung, A. (2014). How Germany Could End Russian Gas Dependency. Spiegel Online. <http://www.spiegel.de/international/business/german-alternatives-to-russian-gas-numerous-but-pricey-a-967682.html> adresinden 17/03/2016 tarihinde alındı.

European Commission, (2016). An overview of trade flows in goods between EU and non-EU countries. http://madb.europa.eu/madb/statistical_form.htm adresinden 15/03/ 2016 tarihinde alındı

European Parliament, (2015). Economic impact on the EU of sanctions over Ukraine conflict.[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/569020/EPRS_BRI\(2015\)569020_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/569020/EPRS_BRI(2015)569020_EN.pdf) adresinden 25/02/2016 tarihinde alındı.

European Union External Action (2015). EU relations with Russia. http://eeas.europa.eu/russia/about/index_en.htm adresinden 12/02/2016 tarihinde alındı.

Financial Times, (2014). Putin Threatens Ukraine Gas Supply in EU letter. <http://www.ft.com/fastft/2014/04/10/putin-threatens-cut-off-ukraine-gas-supply/> adresinden 02/03/2016 tarihinde alındı.

Flers, N. A. & Müller, P. (2012). Dimensions and mechanisms of the Europeanization of member state foreign policy: State of the art and new research avenues. Journal of European integration, 34(1), 19-35.



Forsberg, T. (2016). From Ostpolitik to 'frostpolitik'? Merkel, Putin and German foreign policy towards Russia. *International Affairs*, 92(1), 21-42.

Friedman, G. & Lanthemann, M. (2014). A More Assertive German Foreign Policy, Stratfor Global Intelligence, <https://www.stratfor.com/weekly/more-assertive-german-foreign-policy> adresinden 4 Şubat 2014 tarihinde alındı.

Galbert, S. (2015). A Year of Sanctions against Russia-Now What? A European Assessment of the Outcome and Future of Russia Sanctions. Washington: Center for Strategic & International Studies.

Graziano, P. & Vink, M. (Eds.) (2007). *Europeanization: New Research Agendas*. Houndmills and New York: Palgrave Macmillan.

Gross, E. (2009). *The Europeanization of National Foreign Policy. Continuity and Change in European Crisis Management*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Hartel, A. (2014). Germany and the Crisis in Ukraine: Divided over Moscow? Elcano Royal Institute. 24/2014 http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/ri/elcano_en/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_in/zonas_in/ari24-2014-hartel-germany-ukraine-crisis-divided-over-moscow adresinden 14/01/2016 tarihinde alındı.

Héritier, A. (2001). *Differential Europe: National Administrative Responses to Community Policy*. İçinde, M. G. Cowles, J. A. Caporaso & T. Risse (Eds.), *Transforming Europe. Europeanization and Domestic Change* (ss.44-59). Ithaca, NY: Cornell University Press.

Hofhansel, C. (2005). *Multilateralism, German Foreign Policy and Central Europe*. Oxon: Routledge.

Howorth, J. (2011). *The EU's Security and Defence Policy: Towards a Strategic Approach*. içinde, C. Hill & M.E. Smith (Eds.), *International relations and the European Union* (ss. 197-225). 2nd ed., Oxford: Oxford University Press.

Hyde-Price, A. G. V. (2015). The "sleep-walking giant" awakes: resetting German foreign and security policy. *European Security*, 24(4), 600-616.

Karakurt, B., Şentürk, S. H., & Ela, M. (2015). Makroekonomik Kırılganlık: Türkiye Ve Şangay Beşlisi Karşılaştırması. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi - Cilt:13 Sayı:1*.

Keukeleire, S. & Delreux, T. (2014). *The Foreign Policy of the European Union*. 2nd ed., Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Kleuters, J. (2012). *Reunification in West German Party Politics from Westbindung to Ostpolitik*. London: Palgrave Macmillan.

Ladrech, R. (1994). *The Europeanization of Politics and Institutions: The Case of France*. *Journal of Common Market Studies*, 32(1), 69-88.

Larrabee, S. F., Wilson, A. P. & Gordon, J. (2015). *Ukrainian Crises and European Security: Implication for the United States and US Army*. Santa Monica: RAND Corporation.

Larsen, H. B. L. (2014). *Great Power Politics and the Ukrainian Crisis: NATO, EU and Russia after 2014*, Copenhagen: DIIS, Danish Institute for International Studies. Report 2014: 18. https://www.diis.dk/files/media/publications/import/rp182014_lindboe_nato_forweb.pdf adresinden 28/12/2015 tarihinde alındı.

Levy, Jack (1994), "Learning and Foreign Policy: Sweeping a Conceptual Minefield", *International Organization*, Cilt 48, Sayı 2: 279-312.

Major, C. (2005). *Europeanization and foreign and security policy: undermining or rescuing the nation state?* *Politics*, 25(3), 175-90.

Miskimmon, A. (2007). *Germany and the common foreign and security policy of the European Union: between Europeanisation and national adaptation*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Miskimmon, A. (2007). *Germany and the common foreign and security policy of the European Union: between Europeanisation and national adaptation*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.



- Miskimmon, A. (2012). German Foreign Policy and the Libya Crisis, *German Politics*, 21:4, 392-410
- Neukirch, R. & Repinski, G. (2014). Foreign Policy Rethinking: Germany Weighs Stronger Military Role. *Spiegel* Online.<http://www.spiegel.de/international/germany/germany-considers-increasing-role-in-foreign-military-missions-a-945771.html> adresinden 19/11/2015 tarihinde alındı.
- Petermann, J. H. (2006). *German Foreign Policy and the Concept of Civilian Power*. Norderstedt: Grin Verlag.
- Pomorska, K. (2008). *Poland and the Common Foreign and Security Policy of the European Union: From Adaptation to Europeanization?* (Unpublished doctoral dissertation), Loughborough: Loughborough University.
- Radaelli, C. (2003a). The Europeanization of Public Policy. İçinde, M. Featherstone ve C. Radaelli, C. (Eds.), *The Politics of Europeanization*. (ss. 27-56). Oxford: Oxford University Press.
- Schmidt-Felzmann, A. (2008). All for One? EU Member States and the Union's Common Policy Towards the Russian Federation. *Journal of Contemporary European Studies*. 16(2), 169-187.
- Schmidt-Felzmann, A. (2014). Is the EU's Failed Relationship with Russia the Member States Fault? *L'Europe en Formation*, 14(374), 40-60.
- Schmidt-Felzmann, A. (2015). Facing the Kremlin: Better Brave, Than Sorry! İçinde, A. Spruds & K. Bukovskis (Eds.). *Towards Reassurance and Solidarity in the Euro-Atlantic Community*. Riga Conference Papers 2015(pp.120-129). Riga: Latvian Institute of International Affairs.
- Schwarz, P. (2014). The Crisis in Ukraine and The Sea Change in German Foreign Policy. the International Committee of the Fourth International. <https://www.wsws.org/en/articles/2014/04/03/germ-a03.html> adresinden 03/03/2016 tarihinde alındı.
- Smith, K. E. (2014). *European union foreign policy in a changing world*. 3rd ed., London: Polity Press.
- Speck, U. (2014). How the EU Sleepwalked into a Conflict with Russia. *Carnegie Europe*. <http://carnegieeurope.eu/2014/07/10/how-eu-sleepwalked-into-conflict-with-russia> adresinden 05/12/2016 tarihinde alındı.
- Speck, U. (2015a). German Power and the Ukraine Conflict, *Carnegie Europe* <http://carnegieeurope.eu/2015/03/26/german-power-and-ukraine-conflict> adresinden 19/11/2015 tarihinde alındı.
- Speck, U. (2015b). German Power and the Ukraine Conflict, *Carnegie Europe* <http://carnegieeurope.eu/2015/03/26/german-power-and-ukraine-conflict> adresinden 19/11/2015 tarihinde alındı.
- Telegraph, (2015). Ukraine crisis: Angela Merkel 'offers Russia free trade deal for peace.<http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/ukraine/11365674/Ukraine-crisis-Angela-Merkel-offers-Russia-free-trade-deal-for-peace.html> adresinden 23/02/2016 tarihinde alındı.
- Tsardanidis, C. & Stavridis, S. (2005). The Europeanisation of Greek Foreign Policy: A Critical Appraisal. *Journal of European Integration*, 27(2), 217-239.
- Vitkus, G. (2015). Towards Stronger Normative Power: The Nature of Shift in EU Foreign Policy in the Context of the Crisis in Ukraine. *European Integration Studies*. 9, 8-19.
- White, B. (1999). The European Challenge to Foreign Policy Analysis. *European Journal of International Relations*, 5(1), 37-66.
- Wong, R. & Hill, C. (2011). *National and European foreign policies: toward Europeanisation*. London: Routledge.
- Wong, R. (2006). *The Europeanization of French foreign policy: France and the EU in East Asia*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.



CULTURAL INDOCTRINATION AND OPEN INNOVATION IN INTERNATIONAL BUSINESS

Bryan CHRISTIANSEN¹

ABSTRACT

This article explores the connection between cultural indoctrination (CI) and open innovation and its importance in an era of global hypercompetition. As organizations are confronted with the need to engage with stakeholders from a variety of different cultural backgrounds, the need to understand the ways in which cultural imperatives play into individual and collective performances becomes increasingly important. Based on an integrated literature review, this article examines the following eight factors included in CI: Child Development, Cultural Institutionalization, Cultural Intelligence, Language Structure and Acquisition, Social Learning Theory, Religion, Social Capital, and Values Orientation Theory (VOT). It is from these factors that a conceptual framework is developed for future application in theory and practice in open innovation in international business.

Keywords: Cultural Indoctrination, Competitive Advantage, Socialization, Open Innovation, International Business Theory.

Jel Codes: M10, M19.

ULUSLARARASI İŞLETMECİLİKTE KÜLTÜREL ENDOKTRİNASYON VE AÇIK YENİLİK

ÖZET

Bu makale, kültürel endoktrinasyon (CI) ve açık yenilik arasındaki bağlantıyı ve küresel hiper-rekabet çağındaki önemini araştırmaktadır. Örgütler, farklı kültürel geçmişlerden paydaşlarla etkileşimde bulunma ihtiyacı ile karşı karşıya kaldıkça, kültürel zorunlulukların bireysel ve kollektif performanslarda nasıl oynadıklarını anlama ihtiyacı da giderek önem kazanmaktadır. Entegre bir literatür taramasına dayanan bu makale, CI'de yer alan şu sekiz faktörü incelemektedir: Çocuk Gelişimi, Kültürel Kurumsallaşma, Kültürel Zeka, Dil Yapısı ve Edinimi, Sosyal Öğrenme Teorisi, Din, Sosyal Sermaye ve Değerler Yönlendirme Teorisi (VOT). Bu faktörlerden uluslararası işlerde açık inovasyonda, teori ve pratikte, gelecekteki uygulamalar için kavramsal bir çerçeve geliştirilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Kültürel Endoktrinasyon, Rekabet Avantajı, Sosyalleşme, Açık Yenilik, Uluslararası İşletme Teorisi.

Jel Kodları: M10, M19.

1. INTRODUCTION

This article explores the connection between cultural indoctrination (CI) and open innovation in international business and its importance in an era of global hypercompetition. While it is established that scientific knowledge and technical expertise promote the wealth of nations in general, the scientific productivity of a country correlates more strongly with gross national income (GNI) per capita for advanced economies than does technological sophistication which is fundamentally more critical – and achievable – for developing nations (Jaffe, 2014). However, creativity is required for both areas with regards to open innovation which plays a critical role in achieving competitive advantage today (Chatzoglou & Chatzoudes, 2018; Ionescu & Dumitru, 2015). Later in this article we will briefly examine a current list of the most innovative cities in the world in connection with open innovation which is described below.

¹ Lecturer, Global Research Society, LLC, globalresearchsociety@protonmail.com



Cultural origins can permit the prediction of individual behavior in an organizational environment under various situations (Trompenaars & Hampden-Turner, 2010; Hofstede, 1985, 2001; Hall, 1976). Therefore, as organizations are confronted with the need to engage with stakeholders from a variety of different cultural backgrounds, the need to understand the ways in which cultural imperatives play into individual and collective performances becomes increasingly paramount (Hannah et al., 2013). This need ultimately provides the ability for organizations to sustain a competitive advantage and to remain profitable over time (Chatterji & Patro, 2014; Teece, 2014; Barney, 1991). This article links cultural origins, open innovation, and competitive advantage via a Cultural Indoctrination (CI) conceptual framework presented below to encourage further research in open innovation and to advance other areas such as international business, education, management, and psychology. This is the major contribution of this work.

This article is organized below in the following manner. First is a Background covering the subjects of open innovation, realities in contemporary globalism, and competitive advantage. Second is an integrated Literature Review covering a range of work by established theorists in fields such as cultural anthropology, language structure and acquisition, social learning theory, cultural intelligence, social capital, and decision-making theory. Third is a Cultural Indoctrination Conceptual Framework that is a result of the Literature Review. Fourth is an Analysis section followed by Future Research Directions. Last is the Conclusion.

2. BACKGROUND

The globalization of today has placed many different demands on business, government, and society that simply did not exist even 10 years ago (WEF, 2018). There are four major global forces today which are largely behind this reality that are self-explanatory (McKinsey Global Institute, 2015): accelerating technological change worldwide, urbanization, a globally and rapidly aging population, and greater worldwide connections including trade, people, finance, and data. Disruptive technologies such as 3D printing, advanced robotics, next generation genomics, and renewable energy are also a significant part of the mix (McKinsey Global Institute, 2013). Anderson and Wong (2013) state that obtaining competitive advantage in the digital economy of the 21st century requires focusing on **intangible** factors such as firm strategy and positioning, radical innovation and first mover advantages, intangible resources and competencies, organizational ambidexterity, network effects and externalities, transaction cost efficiency, and relational optimality. *These factors will make destabilizing cycles of volatility more likely than ever before in this century* (McKinsey Quarterly, 2010). Associated effects include global inflation, drastically altered business and product life cycles, and the need for corporations to increase liquidity buffers for unexpected changes in global markets (Global Research Society LLC, 2018).

One key factor to overcome these real world issues is open innovation which is defined here (University of Cambridge Institute for Manufacturing, 2009): **Open Innovation**: A strategy by which organizations allow a flow of knowledge across their boundaries as they seek ways to enhance their innovation capability. de Jong, Marston, and Roth (2015) have established eight tests for innovation which can be used within the context of this article: Aspire, Choose, Discover, Evolve, Accelerate, Scale, Extend, and Mobilize. There is some empirical evidence that potentially demonstrates how these tests are met can depend largely on the creativity and innovation of the executives and managers involved based on their domestic *and* international experiences as well as language structure (Godart et al., 2015; Berman, Mudambi, & Shoham, 2017; Luring & Selmer, 2012). The CI conceptual framework below attempts to support such studies further by investigating the following areas: Child Development, Cultural Intelligence (CQ), Language Structure and Acquisition, Social Learning Theory, Cultural Institutionalization, Religion, Social Capital, and Values Orientation Theory (VOT).

These factors were carefully selected via an integrated literature review that covered psychology, human resource management, sociology, and organizational theory, among others. They were chosen because other factors involved in human behavior (e.g., personality) were not deemed to have as significant an impact as the ones chosen based on the results from the literature review that long preceded the development of this article. In any case, it is important to reiterate here that scant literature exists regarding CI or even its connection with other aspects of human activity such as architecture, business, or sociology (see Koç, Claes, & Christiansen, 2016 and Christiansen & Koeman, 2015).

The reader should consider this definition of CI before continuing with the Literature Review: *Cultural Indoctrination (CI) is the process of inculcating ideas, attitudes, beliefs, and cognitive strategies during the*



transfer of cultural traditions from one generation to the next with the expectation that such traditions will be practiced and not questioned in the future.

The major contribution of this article to the extant literature is to provide a springboard for future research which can have an impact on a variety of additional fields such as homeland security, information systems, or international sales & marketing (Bartunek, 2007). This work is not designed to be an empirical piece with specific solutions or answers; instead, that effort is left to those researchers who will use the conceptual framework for that purpose (see Bloom et al., 2012; Mudambi et al., 2012).

3. LITERATURE REVIEW

3.1. Major Theories Pertaining to CI

The following theorists are all certainly highly regarded individuals in their particular fields; however, none of them examine or connect their work with the topic of CI. Following is a summary of their major, relevant contributions for the CI conceptual framework below.

The cultural anthropologist Clyde Kluckhohn (1949, 1951, 1962) argued that humans share biological traits and characteristics which form the basis for the development of culture and that people normally believe their own cultural beliefs are natural, but consider those of others as inferior or abnormal (Hills, 2002). Building on Kluckhohn's theory were Florence Kluckhohn and Fred Strodtbeck (1961) who developed three basic assumptions: 1) There is a limited number of common human problems for which all people must at all times find some solution; 2) While there is variability in solutions of all the problems, it is neither limitless nor random but it is definitely variable within a range of possible solutions; 3) All alternatives of all solutions are present in societies at all times but are differentially preferred. These assumptions formed the foundation of their Values Orientation Theory (VOT) which is incorporated into the proposed framework below because VOT is a culmination of the other factors involved in CI.

Dutch social psychologist Geert Hofstede departed from the anthropologists' interpretive methodology for comparing cultures by presenting the first large-scale quantitative study of national cultural dimensions via an extensive survey of 144,000 IBM employees in 50 countries and three multi-country regions (Hartmann, 2012). Using factor analysis on the data, Hofstede (1980) developed four dimensions of culture: 1) power distance; 2) individualism vs. collectivism; 3) masculinity vs. femininity; and 4) uncertainty avoidance. He later added a fifth dimension: long-term vs. short-term orientation. Hofstede's work continues to be the foundation of cultural studies or dimensions as it remains the most highly cited in the extant literature. However, his work has been challenged or enhanced by a number of other notable theorists such as Schwartz (1994, 1999), Triandis (1995, 1996, 2002), Nakata (2000), Kirkman, Lowe, and Gibson (2006), and Trompenaars and Hampden-Turner (2010).

Decision-making is a multivariate and complex endeavor that can be greatly influenced by cultural behaviors and is a critical business activity in today's global hypercompetition due largely to technology (Ang et al., 2007; Gates & Hemingway, 1999; Drucker, 2002). How well this core function is conducted can significantly alter corporate success in the long-term (Hannah et al., 2013). Styhre et al. (2010) argue that uncertainty in industries is leading to more risk-taking in companies which, in turn, is affecting decision-making quality, cost, and speed. Game theory, which simply stated is a mathematical model of optimality considering benefits less costs in interaction between participants, can assist in decision-making to capture strategic situations of the involved parties and their mutual behaviors (Küçükmehtemoğlu et al., 2010). Dadkhah (2011) stresses that many mathematical theories in economics and industrial organization require modeling the behavior and interactions of many decision-makers.

Şen (2013) believes organizations of all types must adopt globalization patterns for their decision-making success. However, these must be based on effective, rational, logical, and systematic treatment of all possible inputs via fuzzy logic modeling which involves the development of models used for decision-making under uncertainty. If human decision-making is modeled as a search for global optimization simply by using rigorous mathematical rules, it will be incomplete in terms of offering a fair representation of reality. Therefore, it is necessary to consider qualitative as well as quantitative issues regarding corporate decision-making in an era of hypercompetition (Verplanken & Holland, 2002). Cultural factors based on CI is at the center of effective decision-making as is incorporated into the framework below.



Cultural intelligence (CQ) remains an emerging field (Gelfand et al., 2008) that includes four subdimensions: metacognitive, motivational, cognitive, and behavioral (Earley & Ang, 2003; Van Dyne et al., 2012). CQ has a definite impact on an organization's "financial bottom line" (Chen et. al., 2012), so its importance within the context of this article cannot be underestimated due to the effects of global hypercompetition on operations. Templer et al. (2006) state that contemporary globalism highly encourages mobility of labor across cultural and national boundaries, but operating in different cultures is a major obstacle for most people (Redmond, 2000). Therefore, motivational CQ is of particular note as individuals with high motivational CQ levels are more likely than others to engage in the intercultural interactions that all of us face increasingly both at home and abroad via work and pleasure (Black et al., 1991; Deci & Ryan, 1985; Molinsky, 2007). Dessler (2012) notes that extensive empirical research indicates there are high "hidden costs" of hiring people with inappropriate backgrounds to engage them in assignments which require finesse in multicultural settings.

Language structure differs significantly with regards to time, gender, hierarchies, and individual or collective emphases (Berman, Mudambi, & Shoham, 2017). Whorf (1956) was a pioneer in the study of linguistics and the role of languages in forming societies and their behaviors. Since his time some significant studies have been published on the role of language in various areas of human behavior (e.g., Chen, 2013; Brannen, Piekkari, & Tietze, 2014; Santacreu-Vasut, Shenkar, & Shoham, 2014; Tenzer & Pudelko, 2017). One example regarding language structure can be found in the Japanese *katakana* writing system which was originally developed in the ninth century and eventually used for official government documents and religious texts (Seely, 2000). The *katakana* syllables permitted the easy assimilation of foreign concepts and loanwords into the Japanese language, especially from Dutch, English, and German, which was largely credited with allowing Japan to develop its enormous military capabilities for World War II following the Meiji Restoration of 1868.

Language acquisition has abundant extant literature (e.g., Blume & Lust, 2017; Loewen & Sato, 2017; Christiansen, Chatter, & Culicover, 2016). According to the concept of linguistic relativity, or more commonly known as the Sapir-Whorf Hypothesis, the manner in which people think is strongly affected by their native language(s). This concept has both strong and weak aspects; the former is associated with language determining thought while the latter is associated with language limiting thought. However, this hypothesis has been challenged repeatedly over the years and remains a highly controversial subject in the field of linguistics. Gumperz and Levinson (1996) reinvestigated linguistic relativity in light of new evidence within the fields of anthropology and cognitive science while Wolff and Holmes (2011) concluded there is growing support for the view that language has a profound effect on thought. Other related works on this subject include Leavitt (2015) and Everett (2016).

It is worth briefly mentioning three additional concepts regarding language that was considered when developing the CI framework:

- **Central Language Hypothesis** by Buğa (2016) states that in the minds of bilingual and multilingual individuals one language is more suppressive than the other(s) as it dominates reflexes, emotions, and senses as it is located at the center of the limbic cortex of the brain.
- **Critical Period Hypothesis** by Lenneburg (1967) suggests there is a sensitive or critical period in humans to acquire a first language, usually before the onset of puberty in order for the language acquisition to develop fully. This work remains a classic source on this topic although it is still a highly controversial subject.
- **Age Constraints on Second Language Acquisition** by Flege, Yeni-Komshian, and Liu (1999) evaluated the Critical Period Hypothesis for Second Language (L2) Acquisition and found mixed results regarding support for the Critical Period Hypothesis.

Social capital has earned an increasingly important place in economic development over the past 20 years (Cartwright & Singh, 2014). Sobel (2002) states that social capital is an attribute of an individual in a social context which can be transformed into conventional economic gains. Social capital varies from country to country, and can also act as a conduit for non-economic benefits (Woolcock, 1998). Nonetheless, an individual's overall socioeconomic status can still depend greatly on her or his social capita, so it is included in the CI framework as it relates to socioeconomic status.

Religion can influence economic growth and economic growth can influence religiosity (Barro & Mitchell, 2004; Barro & McCleary, 2003; McCleary, 2007). However, Chandan (2014) notes that since Hofstede's



(1980) national culture dimensions and economic growth rates vary among nations, religion alone is not sufficient to explain (for example) higher economic growth of emerging markets. Therefore, due to these conflicting yet established viewpoints, religion is included in the proposed CI framework as an important mediating factor.

Bandura's (1977) social learning theory states that learning is a cognitive process which occurs in a social context via observation or direct instruction. Possibly the most influential theory of learning and development, Bandura's added a social element to the field in which he argued that people can learn new information and behaviors by observing other people. This aspect is included in the proposed framework due to the increased interaction between people as the world becomes more interconnected—especially via technology (Gates & Hemingway, 1999; McKinsey Global Institute, 2015).

Bronfenbrenner's ecological systems theory (Papalia & Feldman, 2012) explains how everything within an individual and her or his physical environment impacts and influences a person's growth and development. This is in line with Erikson's (1993, 1994) extensive work on childhood, identity, and the life cycle. A developmental psychologist who served as a professor at Harvard and Yale Universities even though he lacked even an undergraduate degree, Erikson established the eight stages of life-stage virtues ranging from infancy to old age. These stages include: basic trust vs. basic mistrust, autonomy vs. shame, purpose, competence, fidelity, intimacy vs. isolation, generativity vs. stagnation, and finally ego integrity vs. despair. All of these stages are critical aspects of CI and are included in the child development section of the proposed framework.

Institutionalization, initiation, and indoctrination are often confused with education and training (McDonough, 2011), although some theorists believe all education emits from a particular ideological perspective with the intent that a person will adopt that ideology. Hocutt (2005) states that current disputes in academia raise the philosophical question regarding how education differs from indoctrination, and it is the author's viewpoint there is a definable difference between the two.

3.2. Indoctrination

It might be surprising to read that nearly 100 years ago the terms indoctrination and education were considered nearly synonymous (Gatchel, 1972), although there should be little doubt today this is simply not the case. Indoctrination covers multiple aspects of human existence such as rationality, moral education, religion, freedom, and even intentions (Snook, 1972). The term often carries the negative connotation of "brainwashing" which was first coined by Edward Hunter in 1950 from the Chinese word "hsi nao" or "cleansing of the mind" (Winn, 1983), but this is not the context in which the word "indoctrination" is used in this article.

An etymological investigation of "indoctrination" shows the following (Gatchel, 1972): 1) the word indoctrination meant in its incipient phase the implanting of doctrines. In the Middle Ages under the autonomous control of the Roman Catholic Church, medieval European education became synonymous with the implanting of Christian doctrine; 2) although indoctrination originally indicated a liberal concept of implantation, it gradually assumed the connotations of a coercive type of education; 3) since about the 17th century, increasing expression of and experimentation with concepts of democracy have brought with them considerably different ideas about Education; and 4) the present truncated definitions of indoctrination make it inadequate to describe the highly developed processes of democratic education. Another word—enculturation—shows promise of filling this need, but even 'enculturation' carries some implications of 'indoctrination's' limitations.

4. CULTURAL INDOCTRINATION CONCEPTUAL FRAMEWORK

Cultural norms vary widely and possess both concrete and abstract components such as clothing acceptable for certain occasions or religious beliefs, respectively (Hills, 2002). As mentioned in the Introduction, cultural origins can permit the prediction of individual behavior in an organizational environment under various situations. Ang and Inkpen (2008) state there is an increasing consensus regarding the complexity of managing cross-cultural interactions effectively, and cultural adaptation is an important dimension of this complexity (Yamazaki & Kayes, 2004). Campbell et al. (2012) proposed a comprehensive framework of human capital-based advantage which can be considered with the proposed CI conceptual framework because scholars have acknowledged that general skills may actually lead to (higher) organizational-level performance. The

connection here is that CI is an integral part of human capital within the context of open innovation as described earlier.

Because there are extensive, long-term changes occurring in the world today, such radical changes mean organizational management can no longer rely on traditional and tangible sources of value creation such as land, labor and capital, and raw material to drive competitiveness; instead, these entities must now embrace “intangibility” such as that found in open innovation of which knowledge is at the heart (Andersen & Wong, 2013; Oberg & Alexander, in press). CI is one of those intangibles, and the proposed framework represents one link between global hypercompetition and open innovation theory and practice. Engaging both scholars and practitioners in the further development of the proposed framework below via effective collaboration is suggested as it is no secret the research-practice gap is widely recognized and lamented (Bansal et al., 2012).

Ultimately, the transitional mechanism from the individual to the organization is to answer from the proposed conceptual framework above how an organization mediates or moderates, enhances or restrains the CI of an individual? What systems, routines, and processes that comprise the organization work upon which individual characteristics, traits, and beliefs? What among dozens of personal variables will the organization influence so the macro-level issues (e.g., the organization-environment interaction) can be addressed? These and other transitional questions are to be answered by future analysts; namely, scholars and practitioners collaborating together in empirical research efforts.

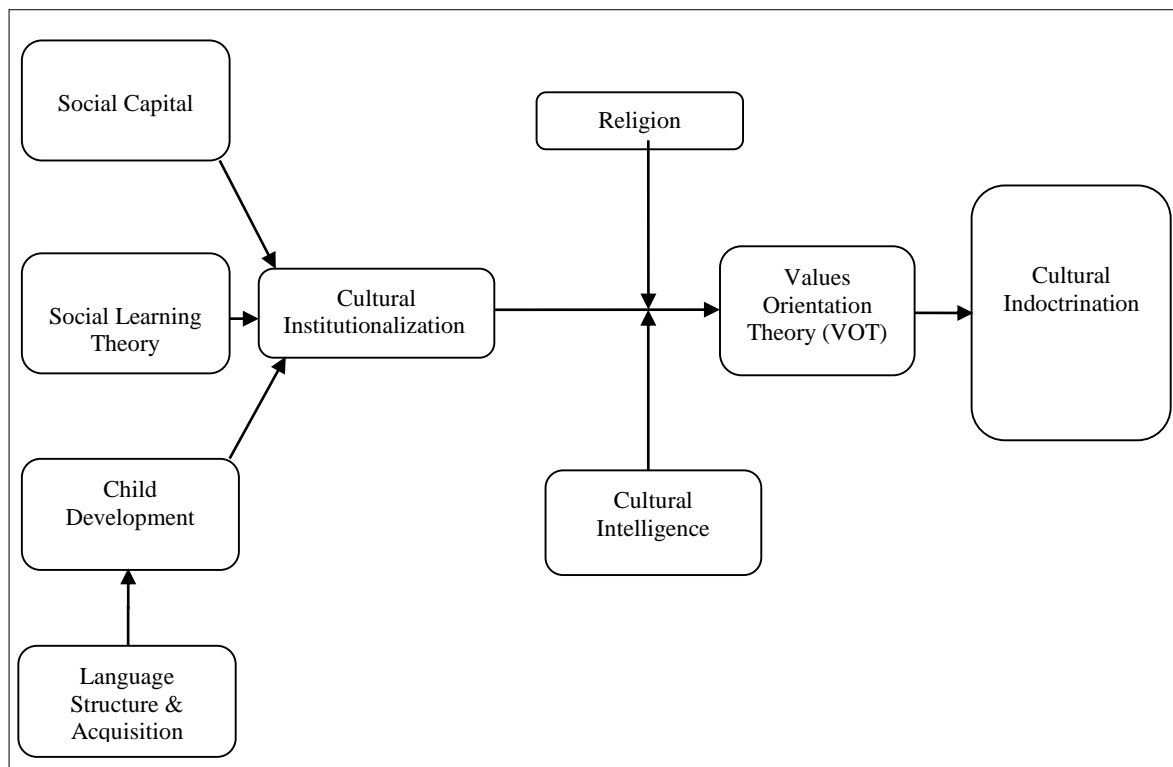


Figure 1. A Conceptual Framework for Cultural Indoctrination (CI)

5. ANALYSIS

Open innovation is a strategy that requires the free flow of knowledge to improve the organization’s innovative capabilities which, in turn, enhances competitive advantage. Porter’s original 1990 study, *The Competitive Advantage of Nations*, was a major breakthrough regarding the differences in economic development between 10 international trading countries and their natural competitive advantage in various industries such as car manufacturing and textiles. Translated into 12 languages and now in its eleventh printing, the book has transformed our concept of sustainable prosperity in the modern global economy. While Porter’s “diamond



theory” offers a model to help understand the competitive position of a nation in global competition, it does not consider the tenets of cultural indoctrination presented in this article. The same can be said regarding the works of relevant others. Herein lies an opportunity for the CI framework above to be applied constructively (e.g., Koç, Claes, & Christiansen, 2016).

Open innovation began in the 1980s in response to transcending the traditional “closed innovation” practices of manufacturing firms at the time. Tidd and Bessant (2009) state that open innovation is driven by the following factors: cost reduction for technology development, promoting shared learning, reducing lead times for product or service development, and achieving economies of scale. Bessant and Moslein (2011) forward that the ability to exploit shared creativity is a key component of the open innovation context. It is here that the author contends the CI framework is effective in understanding how to better cultivate such “shared creativity” today, especially in Research and Development (R&D)-intensive industries that require close collaboration – often across national boundaries – to be successful. In an era where companies have employees and customers from different cultural and linguistic backgrounds both domestically and internationally, the role of languages within the CI framework assumes particular importance.

Berman, Budambi, and Shoham (2017) conducted empirical research suggesting there is an association between language structure and innovation. Their study is purportedly relevant to both theoretical and practical aspects of innovation and international business; nonetheless, they state much additional research is needed and the author forwards that such research consider the CI conceptual framework from which to launch this effort.

Knowledge management or KM, being a major component of open innovation is rather dependent on the social and political values of a given country. An established discipline since 1991, KM is supposed to be a strategic organizational objective (Nag & Gioia, 2012). However, both author business experience and academic research indicates both organizational and national culture can highly affect how KM is employed (Leidner, Alavi, & Kayworth, 2006; Kor & Mayden, 2013; Iles, Ramgutty-Wong, & Yolles, 2004). The CI framework is a potential a tool to better understand how the backgrounds of employees involved in open innovation and KM, among other fields, can improve the flow of information throughout an organization for enhanced performance as the framework incorporates more robust variables than are common in many other cultural models (Bennardo & de Munck, 2014; Kristiansen & Dirven, 2008).

The CI framework, open innovation which includes KM, and competitive advantage form a foundation from which organizations can develop sustainable business development and related programs for long-term success. The list below shows in order the world’s most innovative cities based largely on commercial breakthroughs by world-class multinational companies and ground-breaking research by universities which share a critical mass of knowledge and expertise (WEF, 2018b):

- New York, New York, USA
- Tokyo, Japan
- London, England, United Kingdom
- Austin, Texas, USA
- Berlin, Germany
- Boston, Massachusetts, USA
- Stockholm, Sweden
- Shenzen, China
- Banglaore, India

The reader will want to investigate these cities in detail why and how they continue to dominate this list and consider the CI framework in future analysis and development.

**6. FUTURE RESEARCH DIRECTIONS**

Academics and practitioners should attempt to enhance the CI framework by developing an algorithm, possibly via fuzzy logic or Structural Equation Modeling (SEM), to explain mathematically how the model can work in practice or in academia. Second, additional research into motivational CQ is suggested as this aspect of CQ appears to be the most promising (and manageable) within the CI framework with regards to improving and sustaining organizational “financial bottom lines”. Last, further research into how language structure affects innovation would be highly beneficial to scholars and practitioners alike. In connection with this subject it would be worthwhile to include study of multilinguals and Third Culture Individuals (TCIs).

7. CONCLUSION

The global marketplace today is characterized by profound social, economical, and technological changes (Denktas-Sakar, Karatas-Cetin, & Saatgioğlu, 2014). In addition, contemporary globalism is redefining how people work together (Thomas & Rablin, 1995). Therefore, one of the consequences of today’s globalism is more contact between cultures than has ever been common. Examples can include interacting with people across cultures as expatriates, managers, business travelers, and global leaders (Bücker et al., 2014). In this article, we have covered how CI can potentially affect such interaction (Tolentino, 2008; Hofstede, 1985) and provided a proposed framework for future research in open innovation.

This article has provided a Conceptual Framework that includes an integrated Literature Review in areas deemed pertinent such as cultural anthropology, social learning theory, language structure and acquisition, cultural intelligence, social capital, and decision-making. Decision-making should be highlighted here because it is how executives engage in this activity that has a huge bearing on the performance of open innovation. Executives must make decisions in increasingly complex situations today that involve dynamic social systems and networks, and these changing situations create an unpredictability previously unknown (Hannah et. al., 2013).

As previously mentioned, scholars should view this article as an initial foundation upon which to base future empirical and theoretical investigation and development, preferably in collaboration with practitioners (see Mohrman & Lawler, 2012; Waldman et al., 2012; Mohrman et al., 2001).

REFERENCES

- Andersen, B., & Wong, D. (2013, February). *The new normal: Competitive advantage in the digital economy*. London: Big Innovation Centre. Retrieved on June 2, 2017, from: <http://www.biginnovationcentre.com/Assets/Docs/The%20New%20Normal.pdf>.
- Ang, S., & Inkpen, A. C. (2008). Cultural Intelligence and Offshore Outsourcing Success: A Framework of Firm-Level Intercultural Capability. *Management Decisions*, 39, 337-358.
- Ang, S., Van-Dyne, L., & Koh, C., Ng, K.Y., Templer, K.J., Tay, C., & Chandrasekar, N.A. (2007). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization Reviews*, 3, 335-371.
- Bandura, A. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bansal, P., Bertels, S., Ewart, T., MacConnachie, P., & O’Brien, J. (2012, February). Bridging the Research-Practice Gap. *Academy of Management Perspectives*. doi: <http://dx.doi.org/10.5465/amp.2011.0140>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Barratt, M., Choi, T.; & Li, M. (2011). Qualitative case studies in operations management: Trends, research outcomes, and future research implications. *Journal of Operations Management*, 29(4), 329–342.
- Barrow, R.J., & McCleary, R.M. (2003). Religion and economic growth among countries. *American Sociological Review*, 68(5), 760-781. doi: 10.2307/1519761



Barrow, R.J., & Mitchell, J. (2004). *Religious faith and economic growth: What matters most –Belief or belonging?* Washington, DC: Heritage Foundation. Retrieved on May 3, 2014, from: www.heritage.org/research/religion/hl11841.cfm.

Bartunek, J.M. (2007). Academic-practitioner collaboration need not require joint or relevant research: Toward a relational scholarship of integration. *Academy of Management Journal*, 50(6), 1323-1333.

Bennardo, G., & de Munck, V.C. (2014). *Cultural Models: Genesis, Methods, and Experiences*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Berman, A., Mudambi, R., & Shoham, A. (2017). Language Structure and Its Effects on Innovation. *Insights*, Vol. 17, No. 4, 14-17.

Bessant, J., & Moselin, K. (2011). *Open collective innovation – The power of the many over the few*. London: Advanced Institute of Management Research.

Black, J.S., Mendenhall, M., & Oddou, G. (1991). Toward a comprehensive model of international adjustment: An integration of multiple theoretical perspectives. *Academy of Management Review*, 16, 291-317.

Bloom, N., Genakos, C., Sadun, R., & Van Reenen, J. (2012, February). Management Practices Across Firms and Countries. *Academy of Management Perspectives*. doi: <http://dx.doi.org/10.5465/amp.2011.0077>

Blume, M., & Lust, B.C. (2017). *Research Methods in Language Acquisition: Principles, Procedures, and Practices*. Washington, DC: American Psychological Association.

Briscoe, D.R., Schuler, R.S., & Claus, L. (2009). *International human resource management: Policies and practices for multinational enterprises* (3rd ed.). New York: Routledge.

Bücker, J.J.L.E., Furrer, O., Poutsma, E., & Buyens, D. (2014). The impact of cultural intelligence on communication effectiveness, job satisfaction and anxiety for Chinese host country managers working for foreign multinationals. *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 25, No. 14, 2068-2087. doi: 10.1080/09585192.2013.870293

Buğa, D. (2016). Central Language Hypothesis in the Decision-Making Process. In B.

Christiansen and E. Lechman (Eds.), *Neuroeconomics and the Decision-making Process* (pp. 66-85). Hershey, PA: IGI Global.

Campbell, B.A., Coff, R., & Kryscynski, D. (2012). Rethinking sustained competitive advantage from human capital. *Academy of Management Review*, 37(3), 376–395.

Cartwright, E., & Singh, T. (2014). Social Capital, the Culture of Trust, and Economic Development. In B. Christiansen and M. Basilgan (Eds.), *Economic Behavior, Game Theory, and Technology in Emerging Markets*, (pp. 91-108). Hershey, PA: IGI Global.

Chandan, H.C. (2014). The Role of Religion and National Culture in Economic Growth in Emerging Markets. In B. Christiansen and M. Basilgan (Eds.), *Economic Behavior, Game Theory, and Technology in Emerging Markets*, (pp. 250-270). Hershey, PA: IGI Global.

Chatzoglou, P., & Chatzoudes, D. (2018). The role of innovation in building competitive advantages: An empirical investigation. *European Journal of Innovation Management*, Volume 21, Issue 1, 44-69.

Chatterji, A., & Patro, A. (2014). Dynamic Capabilities and Managing Human Capital. *Academy of Management Perspectives*, Vol. 28, No. 4, 395-408.

Chen, X.P., Liu, D., & Portnoy, R. (2012). A multilevel investigation of motivational cultural intelligence, organizational diversity climate, and cultural sales: Evidence from US real estate firms. *Journal of Applied Psychology*, 97, 93-106.

Christiansen, B., & Koeman, J. (2015). *Nationalism, Cultural Indoctrination, and Economic Prosperity in the Digital Age*. Hershey, PA: IGI Global.

Christiansen, M.H., Chater, N., & Culicover, P.W. (2016). *Creating Language: Integrating Evolution, Acquisition, and Processing*. Boston: MIT Press.



Dadkhah, K. (2011). *Foundations of Mathematical and Computational Economics* (2nd Edition). Berlin, Germany: Springer-Verlag.

Deci, E.L., & Ryan, R.M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum.

De Jong, M., Marston, N., & Roth, E. (2015). The eight essentials of innovation. *McKinsey Quarterly*, April, 1-12.

Denktas, S., Karatas-Cetin, C., & Saatgioğlu, O.Y. (2014). Discovering the Nexus Between Market Orientation and Open Innovation: A Grounded Theory Approach. In B. Christiansen, S. Yildiz, and E. Yildiz (Eds.), *Transcultural Marketing for Radical and Incremental Innovation* (pp. 1-43). Hershey, PA: IGI Global.

DeRosa, C.S. (2006). *Political Indoctrination in the U.S. Army from World War II to the Vietnam War*. Lincoln & London: University of Nebraska Press.

Dessler, G. (2012). *Human resource management* (13th edition). New York: Prentice Hall.

Drucker, P. (2002). *Management Challenges for the 21st Century*. New York: Butterworth-Heinemann.

Earley, P.C., & Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures*. Palo Alto, CA: Stanford University Press.

Erikson, E. (1993). *Childhood and Society*. New York: W.W. Norton & Company.

Erikson, E. (1994). *Identity and the Life Cycle*. New York: W.W. Norton & Company.

Everett, C. (2016). *Linguistic Relativity*. Berlin: De Gruyter Mouton.

Flege, J.E., Yeni-Komshian, G.H., & Liu, S. (1999). Age Constraints on Second Language Acquisition. *Journal of Memory and Language*, 41, 78-104.

Gammeltoft, P., Barnard, H., & Madhok, A. (2010). Emerging multinationals, emerging theory: Macro- and micro-level perspectives. *Journal of International Management*, 16(2), 95-101.

Gatchel, R.H. (1972). The evolution of the concept. In I.A. Snook (Ed.), *Concepts of Indoctrination: Philosophical essays* (pp. 7-13). New York: Routledge.

Gates, B., & Hemingway, C. (1999). *Business @ The Speed of Thought*. New York: Warner.

Gelfand, M.J., Imai, L., & Fehr, R. (2008). Thinking intelligently about cultural intelligence. The road ahead. In S. Ang and L. Van Dyne (Eds.), *Handbook of cultural intelligence: Theory, measurement, and applications* (pp. 375-387). Armonk, NY: M.E. Sharpe.

Global Research Society, LLC (2018). Corporate files.

Godart, F.C., Maddux, W.W., Shipilov, A.V., & Galinsky, A.D. (2015). Fashion with a Foreign Flair: Professional Experiences Abroad Facilitate the Creative Innovations of Organizations. *Academy of Management Journal*, Vol. 58, No. 1, 195-220.

Graves, W.H. (2010). Waste not the learning productivity crisis: Transforming education opportunity into educational assurance. *Educause Review*, 45(1), 1-74.

Gumperz, J.J., & Levinson, S.C. (1996). *Rethinking linguistic relativity*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Hall, E.T. (1976). *Beyond Culture*. New York: Anchor Books.

Hannah, S.T., Waldman, D.A., Balthazard, P.A., Jennings, P.L., & Thatcher, R.W. (2013). The Psychological and Neurological Bases of Leader Self-Complexity and Effects on Adaptive Decision-Making. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 98, 393-411.

Hartmann, M.A. (2012). The Theory of Cultural Dimensions. In B. Christiansen (Ed.), *Cultural Variations and Business Performance: Contemporary Globalism*, (pp. 1-22). Hershey, PA: IGI Global.



Hills, M.D. (2002). Kluckhohn and Strodtbeck's Values Orientation Theory. *Online Readings in Psychology and Culture*, 4(4). <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1040>

Hocutt, M. (2005, Summer). Indoctrination vs. Education. *Academic Questions*, Vol. 18, Issue 3, 35-43.

Hofstede, G.H. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

Hofstede, G. (1985). The Interaction between national and organizational value systems. *Journal of Management Studies*, 22(4), 347-357. Hofstede, G. (1986). The Cultural Relativity of Organizational Practices and Theories. *Journal of International Business Studies*, Fall 1983, 14, (pp. 75). Retrieved on May 8, 2014, from: <https://ehis.ebscohost.com>.

Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviours, Institutions, and Organizations Across Nations*. London: Sage Publications.

Iles, P., Ramgooty-Wong, A., & Yolles, M. (2004). HRM and knowledge migration across cultures: Issues, limitations, and Mauritian specificities. *Employee Relations*, Volume 26, Issue 6, 643-662.

Ionescu, A., & Dumitru, N.R. (2015). The Role of Innovation in Creating the Company's Competitive Advantage. *Ecoforum*, Volume 4, Issue 1(6), 99-104.

Jaffe, K. (2014). The Relevance of Science in Development: Scientific Development Favors Economic Prosperity, But Not Necessarily Through Its Effect on Technological Knowledge in Middle Income Countries. In B. Christiansen and M. Basilgan (Eds.), *Economic Behavior, Game Theory, and Technology in Emerging Markets* (pp. 1-17). Hershey, PA: IGI Global.

Kerlinger, F.N., & Lee, H.B. (2000). *Foundations of behavioral research*. Fort Worth, TX: Harcourt.

Kirkman, B.L., Lowe, K.B., & Gibson, C.B. (2006). A quarter century of culture's consequences: A review of empirical research incorporating Hofstede's cultural values framework. *Journal of International Business Studies*, 37(3), 285-320. doi: 10.1057/palgrave.jibs.8400202

Kluckhohn, C. (1949). *Mirror form an: the relation of anthropology to modern life*. Berkeley, CA: Whittlesey House.

Kluckhohn, C. (1951). Values and value orientations in the theory of action. In T. Parsons and E.A Shils (Eds.), *Toward a general theory of action*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Kluckhohn, C. (1962). *Culture and Behavior; Collected Essays*. New York: The Free Press.

Kluckhohn, F.R., & Strodtbeck, F.L. (1961). *Variations in value orientations*. Evanston, IL: Row, Peterson.

Koç, G., Claes, M-T, & Christiansen, B. (2016). *Cultural Influences on Architecture*. Hershey, PA: IGI Global.

Kor, B., & Mayden, C. (2013). The Relationship Between Knowledge Management and Innovation in Turkish Service and High-Tech Firms. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 4, No. 4, 293-304.

Kristiansen, G., & Dirven, R. (2008). *Cognitive Sociolinguistics*. Berlin: Mouton de Gruyter.

Küçükmehtemetoğlu, M., Şen, Z., & Özger, M. (2010). Coalition possibility of riparian countries via game theory and fuzzy logic models. *Water Resources Research*, Vol. 46, W12528. doi: 10.1029/2009WR008660

Lauring, J., & Selmer, J. (2012). International language management and diversity climate in multicultural organizations. *International Business Review*, 21, 156-166.

Leavitt, J. (2015). *Linguistic Relativities: Language Diversity and Modern Thought*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Leidner, D., Alavi, M., & Kayworth, T. (2006). The Role of Culture in Knowledge Management: A Case Study of Two Global Firms. *Innovation Journal of e-Collaboration*, 2(1), 17-40.

Lenneberg, E.H. (1967). *Biological Foundations of Language*. New York: John Wiley & Sons.



Li, M., Mobley, W.H., & Kelly, A. (2013). When Do Global Leaders Learn Best to Develop Cultural Intelligence? An Investigation of the Moderating Role of Experiential Learning Style. *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 12, No. 1, 32-50.

Livermore, D. (2011). *The Cultural Intelligence Difference: Master the One Skill You Can't Do Without in Today's Global Economy*. New York: American Management Association.

Loewen, S., & Masatoshi, M. (2017). *The Routledge Handbook of Instructed Second Language Acquisition*. New York: Routledge.

McCleary, M. (2007). Salvation damnation and economic incentives. *Journal of Contemporary Religion*, 2(1), 49-74. doi: 10.1080/13537900601114503

McDonough, T. (2011). Initiation, Not Indoctrination: Confronting the grotesque in cultural education. *Educational Philosophy and Theory*, Vol. 43, No. 7. doi: 10.1111/j.1469.5812.2009.00554.x

McKinsey Global Institute (2015, January). *Global Growth: Can Productivity Save the Day in an Aging World?* New York: McKinsey & Company

Miner, J.B. (2005). *Organizational behavior I. Essential theories of motivation and leadership*. New York: M.E. Sharpe, Inc.

Mohrman, S.A., & Lawler, E.E III (2012, February). Generating Knowledge that Drives Change. *Academy of Management Perspectives*, 41-51.

Mohrman, S.A., Gibson, C.B., & Mohrman, A.M., Jr. (2001). Doing research that is useful to practice: A model and empirical exploration. *Academy of Management Journal*, 44, 357-375.

Molinsky, A. (2007). Cross-Cultural Code-Switching: The Psychological Challenges of Adapting Behavior in Foreign Cultural Interactions. *Academy of Management Review*, Vol. 32, No. 2, 622-640.

Mudambi, R., Hannigan, T.J., & Kline, W. (2012, August). Advancing Science on the Knife's Edge: Integration and Specialization in Management Ph.D. Programs. *Academy of Management Perspectives*. doi: <http://dx.doi.org/10.5465/amp.2011.0075>

Nag, R., & Gioia, D.A. (2012). From Common to Uncommon Knowledge: Foundations of Firm-Specific Use of Knowledge as a Resource. *Academy of Management Journal*, Vol. 55, No. 2, 421-457.

Nakata, C. (2000). *Beyond Hofstede: Cultural Frameworks for Global Marketing and Management*. New York: Palgrave MacMillan.

Nisbett, R. (2004). *The Geography of Thought: How Asians and Westerners Think Differently...and Why*. New York: Free Press.

Oberg, C., & Alexander, A.T. (in press). The openness of open innovation in ecosystems – Integrating innovation and management literature on knowledge linkages. *Journal of Innovation & Knowledge*. Retrieved on February 20, 2018, from: https://ac.els-cdn.com/S2444569X18300131/1-s2.0-S2444569X18300131-main.pdf?_tid=dc453006-1648-11e8-82a9-00000aab0f27&acdnat=1519136471_368e88616060d3f683ab033a1f60dc3c

Papalia, D., & Feldman, R. (2012). *Experience Human Development* (12th Edition). New York: McGraw Hill.

Patrick, H.A., & Kumar, V.R. (2012). *Managing workplace diversity: Issues and challenges*. Sage Open. doi: 10.1177/2158244012444615

Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.

Redmond, M. V. (2000). Cultural distance as a mediating factor between stress and intercultural communication competence. *International Journal of Intercultural Relations*, 24, 151-159.

Schwartz, S. H. (1994). Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values. In U. Kim, H.C. Triandis, S.C. Choi, G. Yoon, and C. Kagitibasi (Eds.), *Individualism and collectivism: Theory, methods, and applications* (pp. 85-122). Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.



Schwartz, S. H. (1999). A theory of cultural values and implications for work. *Applied Psychology*, 48(1), 23-48. doi: 10.1111/j.1464-0597.1999.tb00047.x

Seely, C. (2000). *A History of Writing in Japan*. Honolulu, HI: University of Hawaii Press.

Şen, Z. (2013). Intelligent Business Decision-Making in Global Organizations via Fuzzy

Reasoning Systems. In B. Christiansen and M. Basılgan (Eds.), *Economic Behavior, Game Theory, and Technology in Emerging Markets*, (pp. 127-155). Hershey, PA: IGI Global.

Snook, I. A. (1972). *Concepts of Indoctrination: Philosophical essays*. New York: Routledge.

Sobel, J. (2002). Can we trust social capital? *Journal of Economic Literature*, 40(1), 139-154. doi: 10.1257/0022051027001

Styhre, A., Wikmalm, L., Olilla, S., & Roth, J. (2010). Garbage-Can Decision Making and the Accommodation of Uncertainty in New Drug Development Work. *Creativity and Innovation Management*, Vol. 19, No. 2.

Teece, D.J. (2014). The Foundations of Enterprise Performance: Dynamic and Ordinary Capabilities in an (Economic) Theory of Firms. *Academy of Management Perspectives*, Vol. 28, No. 4, 328-352.

Templer, K.J., Tay, C., & Chandrasekar, N.A. (2006). Motivational cultural intelligence, realistic job review, realistic living conditions preview, and cross-cultural adjustment. *Group & Organizational Management*, 31(1), 154-173.

Thomas, D.C., & Ravlin, E.C. (1995). Responses of employees to cultural adaptation by a foreign manager. *Journal of Applied Psychology*, 80, 133-146.

Tidd, J., & Bessant, J. (2009). *Managing innovation: Integrating technological market and organizational change*. Chichester, UK: Wiley & Sons, Ltd.

Tolentino, P. (2008). Explaining the competitiveness of multinational companies from developing economies: a critical review of the academic literature. *International Journal of Technology and Globalisation*, 4: 23-38.

Triandis, H.C. (1995). *Individualism and collectivism*. Boulder, CO: Westview.

Triandis, H.C. (1996). The psychological measurement of cultural syndromes. *American Psychologist*, 51: 407-415.

Triandis, H.C. (2002). Generic individualism and collectivism. In M.J. Gannon and K.L.

Newman (Eds.), *The Blackwell handbook of cross-cultural management* (pp. 16-45). Oxford, UK: Blackwell Business.

Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (2010) *Riding the Waves of Innovation: Harness the Power of Global Culture to Drive Creativity and Growth*. New York: McGraw Hill.

University of Cambridge Institute for Manufacturing (2009). *How to implement open innovation. Lessons from studying large multinational companies*. Cambridge, UK: Institute for Manufacturing.

Van Dyne, L., Ang, S., Ng, K.Y., Rockstuhl, T., Tan, M.L., & Koh, C. (2012, April). Sub-dimensions of the four factor model of cultural intelligence: Expanding the conceptualization and measurement of cultural intelligence. *Social and Personality Psychology Compass*. Oxford: Blackwell Publishing, Ltd.

Verplanken, R., & Holland, R.W. (2002). Motivated decision-making: Effects of activation and self-centrality of values on choices and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 434-447.

Verspagen, B. (2001, January 9). *Economic Growth and Technological Change: An Evolutionary Interpretation*. doi: 10.1787/703445834058

Waldman, D.A., Sully de Luque, M., & Wang, D. (2012, February). What Can We Really Learn About Management Practices Across Firms and Countries? *Academy of Management Perspectives*. doi: http://dx.doi.org/10.5465/amp.20110093

Whorf, B.L. (1956). *Language, thought and reality: Selected writings of Benjamin Lee Whorf*. Cambridge, MA: The MIT Press.



Wolff, P., & Holmes, K.J. (2011, May/June). Linguistic Relativity. *WIREs Cognitive Science*, Volume 2, 253-265.

World Economic Forum (WEF) (2018). *The Global Risks Report 2018* (13th Edition). Retrieved on February 14, 2018, from: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GRR18_Report.pdf.

World Economic Forum (WEF) (2018b). *These are the world's most innovative cities, and here's why*. Retrieved on February 26, 2018, from: <https://www.weforum.org/agenda/2018/01/worlds-most-innovative-cities-jll/>

Winn, D. (1983). *The Manipulated Mind: Brainwashing, Conditioning, and Indoctrination*. London: Octagon Press.

Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*, 27(2), 151-208. doi: 10.1023/A:1006884930135

Yamazaki, Y., & Kayes, D.C. (2004). An Experiential Approach to Cross-Cultural Learning: A Review and Integration of Competencies for Successful Expatriate Adaption. *Academy of Management Learning and Education*, 3, 362-379.

ADDITIONAL READING

Bal, Y., & Bozkurt, S. (2013). Globalization and Human Resource Management: Managing the Diverse Workforce in Global Organizations. In B. Christiansen, E. Turkina, and N.

Williams (Eds.), *Cultural and Technological Influences on Global Business*, (pp. 1-17). Hershey, PA: IGI Global.

Christiansen, B. (2012). *Cultural Variations and Business Performance: Contemporary Globalism*. Hershey, PA: IGI Global.

Colquitt, J. A., & Zapata-Phelan, C. P. (2007). Trends in Theory Building and Theory Testing: A Five-Decade Study of the Academy of Management Journal. *Academy of Management Journal*, Vol. 50, No. 6, 1281-1303.

Coltman, T., Devinney, T.M., Midgley, D.F., & Veniak, S. (2008). Formative versus reflective measurement models: Two applications of formative measurement. *Journal of Business Research* 61(12), 1250-1262.

Davis, J.H., Schoorman, F.D., & Donaldson, L. (1997). Toward a stewardship theory of management. *Academy of Management Review*, 22(1), 20-47.

Doney, P.M., Cannon, J.P., & Mullen, M.R. (1998). Understanding the influence of national culture on the development of trust. *Academy of Management Review*, 23(4), 601-620.

Dyer, J., & Singh, H. (1998). The Relational View: Cooperative strategy and sources of interorganizational competitive advantage. *Academy of Management Review*, 23(4), 660-679.

Joshi, A., & Roh, H. (2009). The role of context in work team diversity research: A meta-analytical review. *Academy of Management Journal*, 52(4), 599-627.

Ralston, D. A., Holt, D. H., Terpstra, R. H., & Yu, K. C. (1997). The impact of national culture and economic ideology on managerial work values: A study of the United States, Russia, Japan, and China. *Journal of International Business Studies*, 28(1), 177-207.

Rudolph, L. (Ed.) (2013). *Qualitative Mathematics for the Social Sciences: Mathematical models for research on cultural dynamics*. London and New York: Routledge.

KEY WORDS AND DEFINITIONS

Competitive Advantage: the attribute that allows an organization to outperform its competitors. A competitive advantage may include access to natural resources, highly skilled labor, geographic location, high entry barriers, and access to new technology.



Cultural Indoctrination: The process of inculcating ideas, attitudes, beliefs, and cognitive strategies during the transfer of cultural traditions from one generation to the next with the expectation that such traditions will not be questioned but practiced in the future.

Disruptive Technologies: Technologies which significantly alter the manner in which businesses or entire industries operate.

Language Acquisition: The process by which humans acquire the capacity to perceive and comprehend language, as well as to produce and use words and sentences to communicate.

Fuzzy Logic: Fuzzy logic is an approach to computing based on “degrees of truth” rather than the usual “true or false” (1 or 0) Boolean logic on which the modern computer is based.

Open Innovation: A strategy by which organizations allow a flow of knowledge across their boundaries as they seek ways to enhance their innovation capability.

Sustainability: The capability to continue a business organization or process over a long period of time at an acceptable rate of profitability.

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN DİJİTAL PAZARLAMAYA YATKINLIK DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**Hatice Dilara KESKİN¹Hüseyin Sabri KURTULDU²**ÖZET**

Çalışmanın amacı, üniversite öğrencilerinin kullandıkları sosyal medya araçları, dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyleri ve sosyal medyada harcadıkları zamanın, dijital pazarlamaya yakınlık düzeyleri üzerindeki etkilerini belirlemektir. Karadeniz Teknik Üniversitesi Kanuni kampüsündeki değişik fakülte, bölüm ve sınıflarında öğrenim gören 450 üniversite öğrencilerine anket uygulanmıştır. İstatistiki yöntem olarak Çoklu Regresyon Analizi kullanılmıştır. Çalışmada, öğrencilerin dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeylerinin dijital pazarlamaya yakınlık düzeylerini etkilediği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Pazarlama, Yakınlık Düzeyi, Regresyon Analizi.

Jel Kodları: M30, M31.

A RESEARCH ON DETERMINING THE UNIVERSITY STUDENTS' PROCLIVITY LEVEL TO DIGITAL MARKETING**ABSTRACT**

The aim of the study is to determine the social media tools used by university students, the awareness level about digital marketing applications, and the impact on the proclivity level for digital marketing when they spend time on social media. A questionnaire was applied to 450 university students studying from different faculties, departments and classes in Karadeniz Technical University Kanuni campus. Multiple regression analysis was used as a statistical method. In the study, it was concluded that the students' awareness level about digital marketing applications affects their proclivity level to digital marketing.

Keywords: Digital Marketing, Proclivity Level, Regression Analysis.

Jel Codes: M30, M31.

1. GİRİŞ

Değişen dünyada nihai tüketicilere ulaşmak için firmalar çeşitli iletişim araçlarını kullanılmaktadırlar. Bu iletişim araçlarından biri de dijital pazarlamadır. Kaya'ya (2010: 105) göre dijital pazarlama, "pazarlamada dijital araçların yoğun kullanıldığı uygulamaları ifade etmektedir. Dijital pazarlama uygulamaları sayesinde, pazarlamanın bütün yönlerinde firma-müşteri bağlantısını adeta ışık hızıyla gerçekleştirmek mümkün olabilmektedir".

Bu çalışmada, dijital pazarlama ve dijital pazarlama uygulamalarının tüketiciler tarafından tercih edilme nedenleri ve bu uygulamalara yönelik eğilimleri üzerinde durulmuştur. Çalışmanın amacı, tüketiciler tarafından kullanılan sosyal medya araçları, dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyleri ve sosyal medyada harcadıkları zamanın dijital pazarlamaya yakınlık düzeyleri üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

Bu bağlamda çalışmada ilk olarak konunun teorik altyapısı ele alınmıştır. Daha sonra konu ile ilgili yapılmış ulusal ve uluslararası çalışmalardan bahsedilmiştir. Son olarak Karadeniz Teknik Üniversitesi Kanuni

¹ Doç. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, dkeskin@ktu.edu.tr

² Prof. Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, hskurtuldu@hotmail.com



kampüsündeki değişik fakülte, bölüm ve sınıflarında öğrenim gören 450 üniversite öğrencisine anket uygulanmış ve elde edilen veriler doğrultusunda öğrencilerin dijital pazarlamaya yatkınlık düzeyi üzerinde etkili olan değişkenler Çoklu Regresyon Analizi yardımıyla tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. TEORİK ALTYAPI

2.1. Dijital Pazarlamanın Tanımı

Dijital pazarlama, potansiyel müşterilere ulaşmak, onları müşterilere dönüştürmek ve korumak için dijital teknolojileri kullanarak malların veya hizmetlerin hedefli, ölçülebilir ve etkileşimli pazarlanması için kullanılan genel bir terimdir. Burada ana hedef markaları teşvik etmek, tercihi şekillendirmek ve çeşitli dijital pazarlama teknikleriyle satışı artırmaktır. Dijital pazarlama için kullanılan alternatif terimler genelde “çevrimiçi (online) pazarlama”, “web pazarlama” ya da “internet pazarlaması” şeklindedir (Todor, 2016: 52).

Dijital pazarlamanın özellikleri; sonuçların ölçülmesinin büyük ölçüde kolay olması, reklam kampanyalarının kısa bir süre içinde planlanması, ürünleri ve hizmetleri tanıtmak için makul, ucuz ve hızlı bir yol olması, kampanyaların kolaylıkla değiştirilebilmesi ve herhangi bir kampanyaya yenilikler getirilebilmesi, çeşitli müşteri teknolojilerinin kullanımı nedeniyle daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşılabilmesi, 7/24 gösterimde olmasının mümkün olması, internette yayılabilmesi, çift yönlü iletişimin olması ve yanıt veya geribildirimlerin her an alınabilmesidir (Yasmin vd., 2015: 71-72).

2.2. Dijital Pazarlamanın Avantajları

Dijital pazarlama, düşük maliyetlidir ve birçok durumda web siteleri ücretsiz dolanım meydana getirir (Maliyet Etkinliği). Çevrimiçi kullanıcılar, ne zaman iletişim kurmaya başlayacaklarını ve ne kadar süreyle iletişim kuracaklarını seçebilirler (Etkileşimlilik). Çevrimiçi pazarlamanın avantajlarından biri özellikle küçük işletmelere sağladığı etkinleştirme etkisiyle ilişkilidir. Çünkü internet, pazarın ulaşım alanını ve küçük ve orta ölçekli işletmelerin operasyonel verimliliğini genişletebilir (Güçlendirme Etkisi). Örneğin bir internet ağı tüm dünyaya ulaşabilir, ancak gerekirse yerel bir ağa ulaşmak için dijital bir kampanyayı hazırlamak da mümkündür (Sınırsız İzleyici). Çevrimiçi bilgiler sürekli ulaşılabilir durumdadır (Süre). Çevrimiçi içerikler kullanıcılara sürekli olarak sunulur ve bunları tüketmek isteyip istemedikleri kullanıcılara bağlıdır (Aktif Kullanıcılar Yaklaşımı). Çevrimiçi pazarlama, kullanıcılar arasında işbirliği yapılmasını sağlar ve onlara mal/hizmetlerle ilgili görüşlerini özgürce ifade etme hakkını verir (Kullanıcılar Arası Diyalog). Neredeyse sınırsız bir içerik ve ayrıca gerektiğinde içeriği kolayca güncelleme imkânı sunar (Zengin İçerik). Dijital teknolojiler, etkinin ölçülmesine geleneksel pazarlamaya nazaran çok daha kolay bir şekilde imkân tanır (Kolay Ölçülebilirlik). Çevrimiçi içerikleri kullanıcıların geribildirimlerine dayanarak değiştirmek kolaydır (Uyarlanabilirlik). Dijital pazarlama, profillere veya tüketici davranışlarına ve tercihlerine dayalı olarak özelleştirilebilen veya kişiselleştirilebilen teklifler ve programlar meydana getirebilmektedir (Kişiselleştirilebilirlik) (Todor, 2016: 52-53).

2.3. Dijital Pazarlamanın Dezavantajları

İnternet pazarlama kampanyaları bir rakip tarafından kolaylıkla kopyalanabilir. Ticari markalar veya logolar müşterileri aldatmak için kullanılabilir. Birçok kullanıcı hala elektronik ödeme yöntemlerine güvenmemekte ve bu nedenle çevrimiçi satın almaktan vazgeçmektedir. Nakit teslim sistemi, ürünün %100'ü oranında satın alınmasını garanti etmez. Sahte kimlik kullanan ve malları satın almak ve ödeme yapmak gibi bir niyeti olmayan birçok kullanıcı olduğu için bu bir dezavantajdır. İnternet sitelerinin çok karmaşık veya çok büyük olması durumunda, internet bağlantılarının yavaş olması halinde zorluklar yaşanabilir, siteye bağlanmak zaman alabilir ve sonuç olarak müşteriler sıkılabilirler. E-ticaret, kullanıcının satın almadan önce ürüne “dokunmasına” olanak tanımaz. İnternet pazarlaması teknolojiye oldukça bağımlıdır ve bu durumda da sıkça hatalar yaşanabilir. Dijital medya pazarlama stratejilerinin kullanımında ölçülebilir başarı elde etmek biraz zaman alabilir (Todor, 2016: 53).



2.4. Dijital Pazarlamanın Tüketicilere Sağladığı Avantajlar

Dijital pazarlama, tüketicilerin aktif olarak kullandıkları internet, cep telefonu ve kişisel bilgisayarlar aracılığıyla tüketicilere yakın olmasını sağlamaktadır (Zengin, 2017: 16-17). Ayrıca, hızlı teknolojik gelişmelerle birlikte dijital pazarlama, müşterilerin satın alma davranışlarını değiştirmiştir. Dijital pazarlamanın tüketicilere sağladığı çeşitli avantajlar şunlardır:

Ürün veya Hizmetlerle İlgili Güncel Bilgiler Edinme: Dijital pazarlama teknolojileri, tüketicilerin şirket bilgilerini güncellenmiş olarak almalarına olanak tanır.

Daha Fazla Katılım: Dijital pazarlama ile tüketiciler, şirketin çeşitli etkinlikleriyle ilgilenebilmektedirler. Tüketiciler şirketin web sitesini ziyaret edebilir, ürün veya hizmetler hakkındaki bilgileri okuyabilir ve çevrimiçi alışveriş yaparak geri bildirim sağlayabilirler.

Ürünler veya Hizmetler Hakkında Net Bilgi: Dijital pazarlama sayesinde tüketiciler ürün veya hizmetler hakkında net bilgiler alabilmektedirler.

Diğerleri İle Kolay Kıyaslama: Birçok şirket kendi ürünlerini veya hizmetlerini dijital pazarlama yöntemiyle tanıtmaya çalıştığından, müşterilerin maliyet veya zamana göre farklı tedarikçiler tarafından ürün veya hizmetler arasında karşılaştırmalar yapabilmeleri büyük bir avantaj haline gelmektedir. Müşterilerin, ürünler veya hizmetler hakkında bilgi edinmek için çok sayıda farklı perakende satış mağazasına gitmeleri gerekmez.

7/24 Alışveriş: İnternet gün boyu kullanılabilmesi için, müşteri çevrimiçi bir ürün satın almak istediğinde herhangi bir zaman sınırlaması yoktur.

Ürünlerin veya Hizmetlerin İçeriğini Paylaşma: Dijital pazarlama, kullanıcılara ürün veya hizmetlerin içeriğini başkalarına paylaşma şansı verir. Dijital medya kullanılarak, ürünün veya hizmetlerin özellikleriyle ilgili diğerlerine kolayca bilgi aktarılabilir ve bilgi alınabilir.

Görünür Fiyatlandırma: Şirket, dijital pazarlama kanalı aracılığıyla ürün veya hizmet fiyatlarını göstermekte ve bu da fiyatları müşteriler için çok açık ve şeffaf bir hale getirmektedir. Şirket, fiyatlarını düzenli olarak değiştirebilir ya da ürün veya hizmetleri hakkında özel teklifler verebilir ve müşteriler dijital pazarlamanın herhangi bir yöntemini kullanarak anında bilgilendirilebilirler.

Anında Satın Alma Olanığı Sağlama: Geleneksel pazarlamada müşteriler önce ürünün reklamını izleyip ürün veya hizmetleri satın almak için ilgili fiziksel mağazayı bulurlar. Ancak dijital pazarlamada müşteriler ürünleri veya hizmetleri anında satın alabilirler (Yasmin vd., 2015: 74-75).

2.5. Konuyla İlgili Yapılmış Çalışmalar

2.5.1. Dijital Pazarlama Araçlarının/Uygulamalarının Tüketicilerin Davranışları, Marka Farkındalıkları Üzerindeki Etkileri İle İlgili Yapılmış Çalışmalar

Altındal (2013) çalışmasında, kendisine sunulan ürünleri almak zorunda kalan tüketici profilinden, isteklerinin yerine getirilmesini bekleyen tüketici profilinin ortaya çıkardığı yeni ekonominin, müşteriye en hızlı ve en yakın etkileşim aracı olarak kullanılacak sosyal medyanın etkileri üzerinde durmuştur. Coşkun (2016) dijital pazarlamanın marka farkındalığı üzerindeki etkisini ele aldığı çalışmasında, tüketicilerin marka farkındalığının oluşması ve artırılmasında dijital pazarlama araçları ve platformlarının önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Sasu ve Ichim (2016) organizasyonel tüketici davranışında dijital pazarlamanın etkisinin kalitatif analizini konu alan çalışmalarında, mail sağlayıcılarıyla temasa geçme, mailleri sıraya koyma ve mail sağlayıcılarıyla ilk olarak telefon vasıtasıyla iletişime geçme gibi bir takım sonuç değişkenlerine ulaşmışlardır.

Stephen (2016) çalışmasında, dijital ve sosyal medya pazarlamada tüketicilerle ilgili yakın zamanda yapılmış araştırmaları gözden geçirmiş ve tüketici dijital kültürü, dijital reklama tepkiler, tüketici davranışı üzerindeki dijital ortamın etkileri, mobil ortam ve çevrimiçi ağızdan ağza pazarlama konularını ele almıştır. Doğan ve Tolon (2016) çalışmalarında, tüketicilerin mobil gösterim (banner) reklamlarına karşı tutumlarını incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmalarında, Ankara'daki akıllı telefon kullanıcılarının demografik özelliklerine ve akıllı telefon kullanımlarına göre uygulama içi mobil gösterim reklamlarına karşı gösterdikleri tutumlardaki farklılıkları ortaya koymuşlardır. Özel (2012) çalışmasında üniversitelerin dijital pazarlamaya verdikleri önemi, internet teknolojilerinin üniversitelerin pazarlama iletişimine ve halkla ilişkiler çalışmalarına ne derece



entegre olabildiğini, öğrencilerin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları ile bağlantı kurarak dijital pazarlamanın kullanımı ile ilgili bir takım değerleri ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Taken Smith (2012) çalışmasında, hangi dijital pazarlama stratejilerinin Y Kuşağı tarafından tercih edildiğini ve davranışlarına tesir etme konusunda etkili olduğunu belirtmiştir.

2.5.2. Dijital Pazarlamanın Firma/İşletme veya Sektör Bazında Kullanımı ve Faaliyetleri Üzerindeki Etkileri İle İlgili Yapılmış Çalışmalar

Çizmeçi ve Ercan (2015) çalışmalarında konut firmalarının dijital pazarlama iletişimi araçlarını kullanma eğilimlerini ve marka farkındalığı yaratmada dijital pazarlama iletişimi araçlarının etki seviyelerini değerlendirmeyi amaçlamışlardır. Araştırmalarında, konut firmalarının marka farkındalığı yaratmada ödenmiş dijital içerik yaratan pazarlama iletişimi araçlarının (kurumsal web siteleri, arama motorları ve e-mail iletişimi, vb.) etki seviyesinin proaktif içerik yaratan pazarlama iletişimi araçlarından (sosyal medya, vb.) daha yüksek olduğu konusunda konut firmalarının uzlaşma içerisinde olduklarını, Facebook ve Twitter gibi proaktif içerik yaratan dijital pazarlama iletişimi araçlarının gelecekte önem kazanacağını belirtmişlerdir. Zengin (2017) çalışmasında, dijital pazarlama kavramının ne olduğunu, özel hastanelerde ne gibi pazarlama uygulamaları yapıldığını ve Türkiye'deki 20 özel hastanenin dijital pazarlama bakış açısı ile web analizlerinin yapılmasını amaçlamıştır. Metin (2016) çalışmasında, Ege İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği'ne üye olan KOBİ'lerin geleneksel uluslararası pazarlama faaliyetlerinin yanı sıra dijital uluslararası pazarlama faaliyetlerine önem verdiklerini ve ihracat, çevrimiçi tanıtım ve dış pazar araştırması amacıyla özellikle Google Adwords'ü ve B2B e-Pazar yerlerini kullandıklarını tespit etmiştir.

Taiminen ve Karjaluo (2015) çalışmalarında dijital pazarlamanın kullanımı ve hedeflerine ilişkin bilgiler vermeyi, KOBİ'lerde dijital pazarlama kanallarının benimsenmesini ve kullanılmasını etkileyen faktörleri incelemeyi amaçlamışlardır. Çalışmalarında, KOBİ'lerin yeni dijital araçların tüm potansiyelini kullanmadıklarını ve bu yüzden sağladıkları fırsatlardan fayda sağlayamadıklarını ortaya koymuşlardır. Yasmin vd. (2015) çalışmalarında dijital pazarlamanın şekillerini, etkililiğini ve firmaların satışları üzerindeki etkisini ve geleneksel pazarlama ile dijital pazarlama arasındaki farkları ele almışlardır. Tiago ve Veri'ssimo (2014) çalışmalarında, firmaların dijital pazarlama katılımlarını algılayan faydalara ve dijital pazarlama kullanımına göre kategorize edebileceklerini, dijital pazarlama katılımını iyileştirmek için pazarlamacıların müşterileri ile ilişkiye dayalı etkileşimlere odaklanmaları gerektiğini ve firmaların bunu nasıl hayata geçirdiklerini belirtmişlerdir. Royle ve Laing (2014) çalışmalarında, haberleşme endüstrileri için bir dijital pazarlayıcı modelini geliştirmişlerdir. Järvinen vd. (2012) çeşitli endüstrilerden 145 B2B firmasına yaptıkları çalışmalarında, sosyal medyadaki ilgiye rağmen şirketlerin kurulu dijital araçlar ile tek yönlü iletişimleri üzerinde yoğunlaşmaya devam ettiklerini, dijital ölçüm araçlarındaki gelişmelerin büyük kısmının kullanılmadığını ve firmaların, gelişmekte olan dijital ortamın sağladığı fırsatlardan en iyi şekilde yararlanmak için insan kaynağından ve bilgi birikiminden yoksun olduklarını belirtmişlerdir.

Wymbs (2011) çalışmasında, dijital pazarlamanın kariyer alanları ve spesifik işlerle ilişkili olduğunu ve bu doğrultuda internet pazarlaması, sosyal medya pazarlaması ve türevleri, pazarlama web analitikleri ve istihbaratı, dijital reklam, dijital interaktif pazarlama ve işletmelerde sosyal medya teknolojilerinin kullanılmasının dijital pazarlamanın bir bakıma değişkenleri olarak görülebileceğini ifade etmiştir. Bishop ve Rowley (2012) Birleşik Krallık'taki bağımsız kütüphanelerde dijital pazarlamayla ilgili çalışmalarında kütüphanelerin, web sitelerinin belirli özelliklere sahip olması gerektiğini, bir takım linklerle bağlantılı hareket etmeleri gerektiğini, modern bilgisayar uygulamalarından yararlanmalarını ve uygulamaların işletme dışı kullanılmakta olan uygulamalardan destek almaya ihtiyaç duyduklarını belirtmişlerdir. Kumar (2014) çalışmasında, emlak ticaretinde bilişim teknolojilerinin bir evi satma veya satın alma işlemi hangi noktalarda değiştirebileceğini, bu alandaki birkaç mevcut işletmeyi tartışarak analiz etmiştir. Bu analizle, e-ticaretin emlak acentelerinin uzun bir süredir beğenisini kazanmış olan bilgi tekeli aştığını ve bu uygulamaların, emlak piyasasındaki acentelerin ortadan kaldırılması da dâhil olmak üzere mevcut uygulamalarını önemli ölçüde değiştirme potansiyeline sahip olduğu sonucuna varmıştır. Patrutiu Baltas (2016) çalışmasında, dijitalleşme kapsamında dijital pazarın faydalarını keşfetmek isteyen herhangi bir şirket için geçerli olan özellikle de IT (bilgi teknolojisi) şirketleri için pazarlama karmasının 4 temel (ürün, fiyat, yerleştirme ve tanıtım politikaları) politikasını ele almıştır.

**2.5.3 Dijital Pazarlama Konusuyla İlgili Yapılmış Diğer Çalışmalar**

Fırlar ve Deniz (2010) çalışmalarında, Türkiye’deki dijital gazetelerin fonksiyonel değişkenleri, teknolojinin sunduğu tüm olanaklardan yararlanarak aktif olarak kullanmalarına karşın; pazarlama bileşenlerinde paralel etkinliğin saptanamadığı sonuca varmışlardır. Lambertson ve Stephen (2016) dijital, sosyal medya ve mobil pazarlamayla ilgili çalışmalarında kişisel bir ifade platformu olarak hedefi destekleyen, araştırma, karar ve de pazarlama istihbaratı olarak interneti ele almışlardır. Staton (2016) öğrenci iş yerleştirmelerinin iyileştirilmesi ve dijital pazarlama sertifika programlarının kullanımının değerlendirilmesine yönelik çalışmasında, alternatif öğrenme yolları ve pedagojik yaklaşımları ele almıştır. Crittenden ve Crittenden (2015) çalışmalarında pazarlama eğitiminde dijital meydan okumalar, dijital ihtiyaçlar ve doğal dijital uygulamalar yerine dijital yeniliklerin kullanılmasını ele almışlardır.

Järvinen ve Karjaluo (2015) çalışmalarında dijital pazarlama takım çalışması, tüketici kampanyaları ve edinilen deneyimler vasıtasıyla veri toplanması, sonuçların yönetime raporlanması, bilgisayar araştırmaları, çevrimiçi reklam, e-mail’ler, sosyal medya ve müşteri ilişkileri yönetimine ilişkin çevrimiçi anketlerin ölçüm kriterleri olarak kullanıldığını belirtmişlerdir. Taken Smith (2011) çalışmasında çevrimiçi reklam biçimlerinin tercih edilmesi, dijital pazarlamada nelerden sakınılması gerektiği, dijital pazarlamanın dikkat çekmesi, tekrarlayan ziyaretleri artırması, karşılaştırmalı fiyatlar, indirimler, kuponla alışverişler, ödüller, bedava ürünler, kişiselleştirmeler, ürün bilgisi edinmeler ve interaktif web siteleri gibi çevrimiçi gözden geçirmelere yer vermiştir. Yadav vd. (2015) çalışmalarında mobil sosyal medya, mobil pazarlama ve mobil sosyal medyanın çeşitli kavramlarını ve sınıflandırmasını tanıtmak amacıyla mobil sosyal medyanın gelişimine ışık tutmayı amaçlamışlardır.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları**

Araştırmanın amacı kullanılan sosyal medya araçları, dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyi ve sosyal medyada harcanan zamanın dijital pazarlamaya yakınlık düzeyi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu çalışma, Karadeniz Teknik Üniversitesi Kanuni kampüsündeki değişik fakülte, bölüm ve sınıflarında öğrenim gören üniversite öğrencileri ile sınırlandırılmıştır. Ayrıca, araştırma lisans öğrencileriyle yürütülmüş olup ön lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencileri araştırmanın dışında tutulmuştur.

3.2. Örneklem Süreci

Araştırmanın evrenini, 2017–2018 Eğitim-Öğretim yılı Bahar döneminde Karadeniz Teknik Üniversitesi Kanuni kampüsünde öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Toplam öğrenci sayısı, Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı’ndan Nisan 2018 tarihi itibarıyla alınmıştır. Toplam öğrenci sayısı 29.245’dir.

Çalışmada, güvenlik düzeyi %95, hata payı %5 ve $p=q=0.50$ alınarak örnek büyüklüğü 384 olarak hesaplanmıştır. Ancak araştırmanın hata payını azaltabilmek amacıyla örnek büyüklüğü 450 olarak belirlenmiştir. Böylece çalışmada öngörülen güven düzeyi yükseltilmiş ve hata miktarı ise düşürülmüş olmaktadır. Örneklem büyüklüğü seçiminde tesadüfi olmayan yöntemlerden Kolayda Örneklem yöntemi kullanılmıştır. Öğrencilere anket derslik, laboratuvar ve kantin gibi öğrencilerin yoğun bulunduğu alanlar gezilerek uygulanmıştır. Sonuçların ana kütleyi genellemesi gibi bir amaç söz konusu değildir. Anket çalışması Nisan 2018’de yapılmıştır.

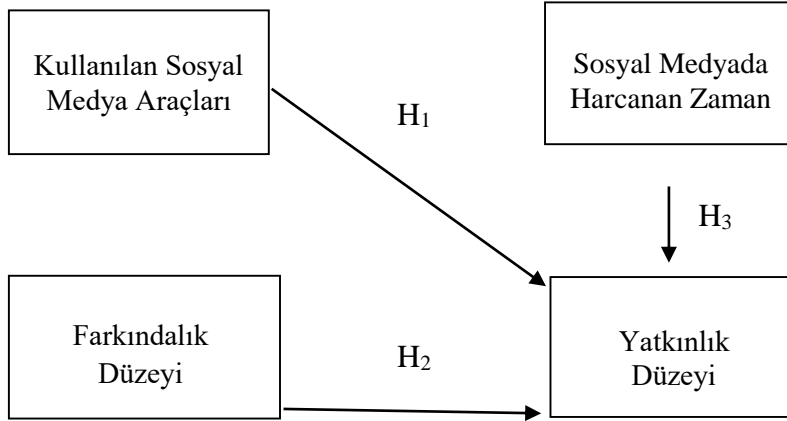
3.3. Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Anket soruları, literatür taraması sonucu elde edilen teorik bilgilerin yanı sıra Özel (2012) ve Çoşkun’un (2016) çalışmalarındaki anketlerden yararlanarak oluşturulmuştur. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde, üniversite öğrencilerinin dijital pazarlamaya yakınlık düzeylerini belirlemeye yönelik 5’li Likert ölçeğine göre; Kesinlikle Katılıyorum (5), Katılıyorum (4), Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum (3), Katılmıyorum (2), Kesinlikle Katılmıyorum (1)’e göre değerlendirilmesi istenen 15 yargı bulunmaktadır.

Anket formunun ikinci bölümünde, üniversite öğrencilerinin dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeylerini belirlemeye yönelik 5'li Likert ölçeğine göre; Kesinlikle Katılıyorum (5), Katılıyorum (4), Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum (3), Katılmıyorum (2), Kesinlikle Katılmıyorum (1)'e göre değerlendirilmesi istenen 11 yargının yanı sıra; öğrencilerin dijital pazarlamada kullandıkları iletişim araçları, sosyal medyada kaç saat zaman harcadıkları ve kullandıkları sosyal medya araçlarını belirlemeye yönelik çoktan seçmeli 3 soru yer almaktadır. Anket formunun üçüncü bölümünde ise tüketicilerin demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 6 adet soru yer almaktadır.

3.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modelinde yer alan değişkenler literatür taraması sonucunda konuyla ilgili yapılmış çalışmalardan elde edilen bilgiler doğrultusunda oluşturulmuştur. Araştırmada tanımlayıcı model kullanılmıştır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Şekil 1'de araştırmanın modeli yer almakta olup modelden çıkarılan hipotezler çalışmanın amacına uygun olarak aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₁: Kullanılan sosyal medya araçlarının dijital pazarlamaya yatkınlık düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyinin dijital pazarlamaya yatkınlık düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Sosyal medyada harcanan zamanın dijital pazarlamaya yatkınlık düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda analize elverişli anket sayısı 450'dir. Anket çalışması sonucunda elde edilen veriler SPSS 21.0 paket programı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde Çoklu Regresyon analizi kullanılmıştır.

Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği $0,60 \leq \alpha < 0,80$ ise ölçek oldukça güvenilir bir ölçektir (Kalaycı, 2006: 405). Ölçeğin güvenilirliği için kullanılan Cronbach Alfa katsayısı 0,782 olarak belirlendiğinden ölçeğin iç tutarlılığının sağlandığı kabul edilmiştir.



Verilerin dağılımı ile ilgili normallik testi için modele yönelik değişkenlerin çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmıştır. Tabachnick ve Fidell, çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1,5 ve -1,5 değerleri arasında olduğu durumlarda dağılımın normal dağılım olarak gerçekleştiğini kabul etmektedirler (Tabachnick ve Fidell, 2013'den aktaran: Güven, 2018: 666). Değişkenlerin çarpıklık değerleri -0,081 ile 0,448 arasında, basıklık değerleri ise -0,662 ile 0,969 arasında çıkmıştır.

3.6. Araştırmanın Bulguları

Tablo 1'de araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Özellikleri

| Cinsiyet | Frekans | % | Bölümler | Frekans | % |
|----------------------------|----------------|------------|-----------------------------|----------------|------------|
| Kız | 224 | 49,8 | Bilgisayar Müh. | 8 | 1,8 |
| Erkek | 226 | 50,2 | Biyoloji | 2 | 0,4 |
| Toplam | 450 | 100 | Çalışma Eko. ve End. İliş. | 7 | 1,6 |
| Yaş | Frekans | % | Ekonometri | 23 | 5,1 |
| 17-19 | 30 | 6,7 | Elektrik ve Elektronik Müh. | 24 | 5,3 |
| 20-22 | 260 | 57,8 | Endüstri Müh. | 11 | 2,4 |
| 23-25 | 146 | 32,4 | Genel Tıp | 51 | 11,3 |
| 26 yaş ve üzeri | 14 | 3,1 | Harita Müh. | 20 | 4,4 |
| Toplam | 450 | 100 | İktisat | 15 | 3,3 |
| Sınıf Düzeyi | Frekans | % | İngiliz Dili ve Edebiyatı | 11 | 2,4 |
| 1 | 86 | 19,1 | İnşaat Müh. | 7 | 1,6 |
| 2 | 104 | 23,1 | İşletme | 73 | 16,2 |
| 3 | 98 | 21,8 | Kamu Yönetimi | 4 | 0,9 |
| 4 | 102 | 22,7 | Kimya | 7 | 1,6 |
| 5 ve üzeri | 60 | 13,3 | Makine Müh. | 52 | 11,6 |
| Toplam | 450 | 100 | Matematik | 26 | 5,8 |
| Öğrenim Durumu | Frekans | % | Metalurji ve Malzeme Müh. | 3 | 0,7 |
| I. Öğretim | 284 | 63,1 | Maliye | 29 | 6,4 |
| II. Öğretim | 166 | 36,9 | Orman Müh. | 4 | 0,9 |
| Toplam | 450 | 100 | Orman Endüstri Müh. | 3 | 0,7 |
| Fakülteler | Frekans | % | Şehir ve Bölge Planlama | 7 | 1,6 |
| Edebiyat | 67 | 14,9 | Sosyoloji | 2 | 0,4 |
| Fen | 40 | 8,9 | Tarih | 27 | 6,0 |
| İktisadi ve İdari Bilimler | 158 | 35,1 | Türk Dili ve Edebiyatı | 27 | 6,0 |
| Mimarlık | 7 | 1,6 | Uluslararası İlişkiler | 7 | 1,6 |
| Mühendislik | 120 | 26,6 | Toplam | 450 | 100 |
| Orman | 7 | 1,6 | | | |
| Tıp | 51 | 11,3 | | | |
| Toplam | 450 | 100 | | | |



Tablo 1’de ankete katılan 450 üniversite öğrencisinin 224’ünün (%49,8) kız, 226’sının (%50,2) erkeklerden oluştuğu görülmektedir. Ayrıca bu öğrencilerin 104’ü (%23,1) 2.sınıf, 102’si (%22,7) 4.sınıf, 98’i (%21,8) 3.sınıf, 86’sı (%19,1) 1.sınıf ve 60’ı (%13,3) da 5. sınıf ve üzeri iken; 284’ü (%63,1) I. öğretim, 166’sı (%36,9) ise II. öğretim öğrencisidir. Öğrencilerin yaş dağılımlarına bakıldığında, 260’ının (%57,8) 20-22 yaş, 146’sının (%32,4) 23-25 yaş, 30’unun (%6,7) 17-19 yaş ve 14’ünün (%3,1) 26 yaş ve üzeri aralığında olduğu görülmektedir.

Son olarak araştırmaya katılan öğrencilerin fakülte dağılımlarına bakıldığında ise en büyük çoğunluğu 158 (%35,1) ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, 120 (%26,6) ile Mühendislik Fakültesi öğrencilerinin oluşturduğu görülmekte iken; bölüm bazında ise en büyük çoğunluğu 73 (%16,2) ile İşletme, 52 (%11,6) ile Makine Mühendisliği, 51 (%11,3) ile Genel Tıp, 29 (%6,4) ile Maliye, 27 (%6,0) ile Tarih ve yine 27 (%6,0) ile Türk Dili ve Edebiyatı öğrencilerinden oluştuğu görülmektedir.

3.7. Hipotezlerin Test Edilmesi

Araştırmada sosyal medyada harcanan zaman, sosyal medyada kullanılan araçlar ve dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyinin dijital pazarlamaya yatkınlık düzeyi üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla Çoklu Regresyon Analizi yapılmıştır. Analizde bağımsız değişkenler olarak sosyal medyada harcanan zaman, kullanılan araçlar ve dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyi; bağımlı değişken olarak dijital pazarlamaya yatkınlık düzeyi kullanılmıştır.

Tablo 2. Araştırmanın Model Özeti

| R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Standart Hata | Durbin-Watson |
|-------|----------------|----------------------------|---------------|---------------|
| 0,653 | 0,426 | 0,422 | 0,3323 | 1,873 |

Araştırmada yapılan regresyon analizi sonucunda R² değeri %43 olarak çıkmıştır. Bu değer bağımlı değişkenin yüzde kaçlık kısmının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını göstermektedir.

Regresyon analizinde önemli bir test de Durbin Watson testidir. Durbin Watson katsayısı otokorelasyonu test etmede kullanılmaktadır. Bu değer 1,5 ile 2,5 arasında olması arzulanmaktadır (Kalaycı, 2006: 264). Tablo 2’de Durbin Watson değerinin 1,873 çıktığı görülmektedir. Bu da otokorelasyon olmadığını bir göstergesidir.

Tablo 3. Varyans Analizi Sonuçları

| Anova | | | | | |
|-----------|-----------------|---------------------|--------------------|---------|-------|
| | Kareler Toplamı | Serbestlik Derecesi | Ortalamanın Karesi | F | Sig. |
| Regresyon | 36,553 | 3 | 12,184 | 110,328 | 0,000 |
| Kalıntı | 49,255 | 446 | 0,110 | | |
| Total | 85,809 | 449 | | | |

Tablo 3’de Anova testi sonuçlarına bakıldığında F değerinin 110,328 olduğundan (sig. 0,000) çalışmada kullanılan modelin bir bütün olarak anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4. Regresyon Bulguları

| Model | Standardize Edilmemiş Katsayılar | | Standardize Edilmiş Katsayılar | t | Sig. |
|----------------|----------------------------------|---------------|--------------------------------|--------|-------|
| | B | Standart Hata | Beta | | |
| (Sabit) | 1,258 | 0,153 | | 8,250 | 0,000 |
| X ₁ | 0,689 | 0,038 | 0,649 | 18,058 | 0,000 |
| X ₂ | 0,022 | 0,019 | 0,042 | 1,157 | 0,248 |
| X ₃ | -0,005 | 0,007 | -0,027 | -0,744 | 0,457 |

Bu araştırmanın denklemi regresyon analizi kapsamında matematiksel olarak aşağıdaki gibi formüle edilebilir:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + \dots + b_k X_k$$

Matematiksel modelde kullanılan değişkenlerin tanımları aşağıdaki gibidir:

Y: Yatkinlık düzeyi

X₁: Farkındalık düzeyi

X₂: Sosyal medyada harcanan zaman

X₃: Kullanılan sosyal medya araçları

Birinci Hipotez Testi:

H₁: Kullanılan sosyal medya araçlarının dijital pazarlamaya yatkinlık düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4'te sosyal medya araçlarının anlamlılık düzeyi (sig. 0,457) olarak çıkmıştır. Bu değer 0,05'den büyük çıktığından H₁ hipotezi reddedilmiştir. Yani, kullanılan sosyal medya araçlarının dijital pazarlamaya yatkinlık düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur.

İkinci Hipotez Testi:

H₂: Dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyinin dijital pazarlamaya yatkinlık düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4'te dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyi değişkeninin anlamlılık düzeyi (sig. 0,000) olarak çıkmıştır. Bu değer %95 güven düzeyinde %5 hata payında anlamlı olarak kabul edildiğinden H₂ hipotezi kabul edilmiştir. Dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyinin Beta değeri 0,689 ve pozitif çıkmıştır. Bu modelde dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyinde oluşacak bir birimlik artış, dijital pazarlamaya yatkinlık düzeyinde 0,689 birimlik bir artışa neden olmaktadır.

Üçüncü Hipotez Testi:

H₃: Sosyal medyada harcanan zamanın dijital pazarlamaya yatkinlık düzeyi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

Tablo 4'te sosyal medyada harcanan zaman değişkeninin anlamlılık düzeyi (sig. 0,248) olarak çıkmıştır. Bu değer 0,05'den büyük çıktığından H₃ hipotezi reddedilmiştir. Yani sosyal medyada harcanan zamanın dijital pazarlamaya yatkinlık düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur.

Araştırmada yapılan regresyon analizi sonucunda elde edilen Beta katsayıları yerine koyulduğunda modelin matematiksel modeli aşağıdaki gibi oluşmaktadır.



Kış-2018

Cilt: 7 Sayı: 14 (117-128)

GJEBS

Global Journal of Economics and Business Studies

Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi

<http://dergipark.gov.tr/gumusgjebs> - ISSN: 2147-415X



Winter-2018

Volume: 7 Issue: 14 (117-128)

$$\text{Dijital Pazarlamaya Yatkinlik Düzeyi} = 1,258 + 0,689X_1 + 0,022X_2 - 0,005X_3$$

Bu verilere göre yalnızca dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyi değişkeninin dijital pazarlamaya yatkinlik düzeyi değişkeninin bir fonksiyonu olduğunu ortaya koymaktadır.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışmanın amacı kullanılan sosyal medya araçları, dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyi ve sosyal medyada harcanan zamanın dijital pazarlamaya yatkinlik düzeyi üzerindeki etkilerini belirlemektir. Çalışmanın amacına yönelik olarak, Karadeniz Teknik Üniversitesi Kanuni kampüsündeki öğrencilere yüz yüze anket uygulanmış ve kullanılan sosyal medya araçları, dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyi ve sosyal medyada harcanan zamanın dijital pazarlamaya yatkinlik düzeyi üzerindeki etkilerini belirlemek için Çoklu Regresyon Analizi kullanılmıştır.

Araştırmanın birinci hipotezine göre; üniversite öğrencilerinin dijital ortamda kullandıkları sosyal medya araçlarının, dijital pazarlamaya yatkinlik düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Bunun nedeni öğrencilerin kullandıkları sosyal medya araçları kategorisinin (bloglar, sosyal ağlar, haber siteleri, iş ağları, RSS okuyucu vb.) önemli olmaması; bir veya birden fazla medya aracıyla da öğrencilerin dijital pazarlamanın sağladığı hedef kitle ile iletişim, ürünlerin tanıtımının hızlı olması, 7/24 saat alışveriş imkânı, çift yönlü iletişim, ürünlerle ilgili bilgilere sürekli ulaşabilme, bilgilerin açık, net ve güncel olması, zengin ve sınırsız ürün içeriği, fiyatlar arasında karşılaştırma yapabileme imkânlarını elde edebilmeleri olabilir.

Araştırmanın ikinci hipotezine göre; üniversite öğrencilerinin dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeylerinin dijital pazarlamaya yatkinlik düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni, üniversite öğrencileri için ürün satın alırken zaman kısıtının olmaması, ürünlerle ilgili bilgilerin yakın çevre ile özgürce paylaşabilmesi, ürünler arasında karşılaştırma yapılabilmesi, düşük maliyetli olması, objektif ve güvenilir olması vb. olanaklar önemli olduğu için dijital pazarlama uygulamalarını tercih etmeleri olabilir.

Araştırmanın üçüncü hipotezine göre; üniversite öğrencilerinin sosyal medyada harcadıkları zamanın dijital pazarlamaya olan yatkinlik düzeyleri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Bunun nedeni öğrencilerin sosyal medyada geçirdikleri zamanın (1 saatten az, 4-6 veya 6 saatten fazla vb.) önemli olmaması; dijital pazarlamanın hedef kitle ile iletişim sağlaması, ürünlerin tanıtımının hızlı olması, 7/24 saat alışveriş imkânı, çift yönlü iletişim sağlaması, ürünlerle ilgili bilgilere sürekli ulaşabilmesi, bilgilerin anlaşılır ve güncel olması, fiyatlar arasında karşılaştırma yapılabilmesi ve ürünlerin anında satın alınabilmesi vb. imkânlarının önemli olması olabilir. Araştırmadaki bu sonuçlar, Altındal (2013), Coşkun (2016), Özel (2012) ve Stephen (2016) çalışmalarının sonuçlarıyla da benzerlik göstermektedir.

Sonuç olarak, üniversite öğrencilerinin dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeylerinin dijital pazarlamaya yatkinlik düzeyleri üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Gelecekteki çalışmalarda; lisansüstü öğrencilerine benzer bir çalışma yapılarak, öğrencilerin demografik özellikleri ile dijital pazarlama uygulamalarıyla ilgili farkındalık düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığı belirlenebilir. Ayrıca, dijital pazarlamada en çok kullanılan iletişim araçlarından (masaüstü bilgisayar, laptop, tablet veya akıllı telefon) iki tanesi seçilerek tüketicilerin dijital pazarlamaya yatkinlik düzeyleri karşılaştırmalı olarak ele alınabilir.

KAYNAKÇA

ALTINDAL, Muhammet (2013), Dijital Pazarlamada Marka Yönetimi ve Sosyal Medyanın Etkileri, XV. Akademik Bilişim Konferansı, Akdeniz Üniversitesi, 23-25 Ocak, Antalya.

BISHOP, Taylor ve Jennifer ROWLEY (2012), "Digital Marketing in Independent Libraries in the United Kingdom", *Journal of Librarianship and Information Science*, 45(4), 323-334.



COŞKUN, Cem (2016), Impacts of Digital Marketing on Brand Awareness and A Research, Master's Thesis, Bahçeşehir University Social Science Institute.

CRITTENDEN, Victoria ve William CRITTENDEN (2015), "Digital and Social Media Marketing in Business Education: Implications for the Marketing Curriculum", **Journal of Marketing Education**, 37(2), 71-75.

ÇİZMECİ Füsün ve Tuğçe ERCAN (2015), "The Effect of Digital Marketing Communication Tools in the Creation Brand Awareness by Housing Companies", **MEGARON**, 10(2), 149-161.

DOĞAN, Fatih ve Metehan TOLON (2016), Mobil Pazarlama Uygulamaları ve Ankara'daki Kullanıcıların Uygulama İçeriği Mobil Gösterim Reklamlarına Karşı Tutumu, 21. Pazarlama Kongresi, Cilt: 1, 6-8 Ekim, Kütahya.

FİRLAR, F. Belma ve Şadiye DENİZ (2010), "Dijital Gazeteler ve Pazarlama: Türkiye'deki Dijital Gazetelerin Pazarlama Dinamiklerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bir Analiz", **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 3(11), 314-328.

GÜVEN, Ömer Zafer (2018), "Paket Tur Kapsamında Sunulan Hizmetlerin Kalitesinin Davranışsal Niyet Üzerine Etkileri: Yurt Dışı Paket Tur Satın Alan Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma", **MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 7(2), 657-674.

JÄRVINEN, Joel ve Heikki KARJALUOTO (2015), "The Use of Web Analytics for Digital Marketing Performance Measurement", **Industrial Marketing Management**, 50, 117-127.

JÄRVINEN, Joel; Aarne TOLLINEN, Heikki KARJALUOTO ve Chanaka JAYAWARDHENA (2012), "Digital and Social Media Marketing Usage In B2B Industrial Section", **The Marketing Management Journal**, 22(2), 102-117.

KALAYCI, Şeref (ed.) (2006), **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, 2. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

KAYA, İsmail (2010), **Pazarlama Bi'Tanedir**, Birinci Baskı, İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı.

KUMAR, Bhaskar (2014), "Impact of Digital Marketing and E-Commerce on The Real Estate Industry", **Impact Journals**, 2(7), 17-22.

LAMBERTON, Cait ve Andrew T. STEPHEN (2016), "A Thematic Exploration of Digital, Social Media, and Mobile Marketing: Research Evolution from 2000 to 2015 and an Agenda for Future Inquiry", **Journal of Marketing: AMA/MSI Special Issue**, 80, 146-172.

METİN, İsmail (2016), "Dijital Pazarlama Araçlarının KOBİ'lerin İhracatına Etkisi", **Journal of Human Sciences**, 13(3), 4697-4709.

ÖZEL, Meltem (2012), Öğrencilerin Sosyal Medya Kullanımını ve Üniversitelerde Dijital Pazarlama İletişimi Uygulamalarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

PATRUTIU BALTES, Loredana (2016), "Digital Marketing Mix Specific to The IT Field", **Bulletin of Transilvania University of Braşov**, Series V: Economic Sciences, 9(58), No. 1, 33-44.

ROYLE, Jo ve Audrey LAING (2014), "The Digital Marketing Skills Gap: Developing a Digital Marketer Model for The Communication Industries", **International Journal of Information Management**, 34, 65-73.

SASU, Contantin ve Daniela ICHIM (2016), "Qualitative Analysis of the Digital Marketing Influence on The Behaviour of the Organizational Consumer", **Management**, 11(2), 171-184.

STATON, Mark G. (2016), "Improving Student Job Placement and Assessment Through The Use of Digital Marketing Certification Programs", **Marketing Education Review**, 26(1), 20-24.

STEPHEN, Andrew T. (2016), "The Role of Digital and Social Media Marketing in Consumer Behavior", **Current Opinion in Psychology**, 10, 17-21.

TAIMINEN, Heini Maarit ve Heikki KARJALUOTO (2015), "The Usage of Digital Marketing Channels in SMEs", **Journal of Small Business and Enterprise Development**, 22(4), 633-651.



TAKEN SMITH, Katherine (2012), "Longitudinal Study of Digital Marketing Strategies Targeting Millennials", **Journal of Consumer Marketing**, 29(2), 86-92.

TAKEN SMITH, Katherine (2011), "Digital Marketing Strategies That Millennials Find Appealing, Motivating or Just Annoying", **Journal of Strategic Marketing**, 19(6), 489-499.

TIAGO, Maria Teresa Pinheiro Melo Borges ve Jose' Manuel Cristóvão VERÍSSIMO (2014), "Digital Marketing and Social Media: Why Bother?", **Business Horizons**, 57, 703-708.

TODOR, Raluca Dania (2016), "Blending Traditional and Digital Marketing", **Bulletin of the Transilvania University of Braşov**, Series V: Economic Sciences, 9(58), No. 1, 51-56.

WYMBBS, Cliff (2011), "Digital Marketing: The Time for a New 'Academic Major' Has Arrived", **Journal of Marketing Education**, 33(1), 93-106.

YADAV Mayank; Yatish Joshi ve Zillur RAHMAN (2015), "Mobile Social Media: The New Hybrid Element of Digital Marketing Communications", XVIII Annual International Conference of the Society of Operations Management (SOM-14), **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 189, 335-343.

YASMIN, Afrina; Sadia TASNEEM ve Kaniz FATEMA (2015), "Effectiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study", **International Journal of Management Science and Business Administration**, 1(5), 69-80.

ZENGİN, Selman (2017), Türkiye'deki Özel Hastanelerin Dijital Pazarlama Faaliyetleri ve İnternet Sitelerinin Pazarlama Amaçlı Kullanım Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.



DÖNGÜSEL EKONOMİ: ALMANYA'DAKİ DURUMUN BİR ÖZETİ

“Muazzam üretken ekonomimiz tüketimi yaşam biçimimiz haline getirmemizi talep ediyor, ürünleri satın almamızı ve kullanmamızı birer ritüel haline getiriyor, böylece ruhsal tatmin, ego tatmini buluyoruz. Sosyal statü, sosyal kabullenme, prestijin ölçüsü tüketim tarzımızdır. Yaşamlarımızın anlam ve önemi tüketim terimleriyle ifade edilmektedir. (...) Nesnelere sürekli artan bir hızla; tüketmemiz, yakıp yok etmemiz, yıpratmamız, yenilememiz ve iskartaya çıkarmamız gerekiyor” (Victor Lebow, 1955)

ÖZET

Tarım toplumundan endüstri toplumuna geçilmesiyle birlikte kaynak kullanımında önemli bir artış gözlenmiştir. Özellikle küreselleşme sayesinde, dünya genelinde yaşanan ekonomik büyümeye bağlı olarak, doğal kaynak kullanımı artmış, üretim ve tüketime bağlı çevresel baskı da önemli düzeyde belirgin hale gelmiştir. Mevcut büyüme yaklaşımları ve üretim/tüketim trendlerinde ısrar edilmesi halinde gelecek yüzyıl içinde kaçınılmaz, ani ve kontrol edilemez dramatik değişimlerin yaşanacağı açıktır.

Son dönemde yavaş da olsa gündemde kendine yer bulmaya başlayan döngüsel ekonomi olgusu bu çalışmanın çıkış noktası olmuştur. Doğada hiçbir şeyin çöp haline gelmediği mantığını Eko-yenilikçilik olgusu ile bütünleştiren döngüsel ekonomi, materyal ve enerji akışlarının verimliliğine odaklanır. Almanya döngüsel ekonomiye uygun süreçler geliştirilmesi konusunda dünyanın önde gelen ülkelerindedir. Bu çalışma ile döngüsel ekonomi olgusunun alan yazında nasıl ele alındığına değinilerek döngüsel ekonomiye ilişkin Almanya'daki durum ifade edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Döngüsel Ekonomi, Sürdürülebilir Üretim, Sürdürülebilir Tüketim.

JEL Kodları: D16, D29, E29.

CIRCULAR ECONOMY: SUMMARY OF GERMANY CASE

ABSTRACT

With the transition from the agricultural community to the industrial society, a significant increase was observed in the use of resources. Thanks to globalization, especially due to global economic growth, the use of natural resources has increased and the environmental pressure related to production and consumption has become significant. In the face of current growth approaches and trends, it is clear that in the next century there will be inevitable, sudden and uncontrollable dramatic changes.

The phenomenon of circular economy, which has started to find its place in the agenda slowly, has been the starting point of this study. The circular economy, which integrates the logic of nothing in nature into a trash, focuses on the efficiency of material and energy flows. Germany is one of the leading countries in the world to develop processes suitable for the cyclical economy. In this study, it is tried to explain the situation of cyclic economy in Germany by referring to how circular economy is handled in the literature.

Keywords: Circular Economy, Sustainable Production, Sustainable Consumption.

JEL codes: D16, D29, E29.

1. GİRİŞ

Gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri sayesinde üretim süreçlerinde hatırı sayılır bir iyileşme sağlanmıştır. Arz tarafında yaşanan verimlilik üretim maliyetlerini azaltırken tüketimi de dramatik şekilde ivmelendirmiştir. Tüm bu süreç, sınırlı kaynakların daha hızlı bir şekilde tüketilmesi ve çevresel yükün her geçen gün daha hissedilir bir şekilde artmasıyla sonuçlanmıştır. Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nın tahminine göre sadece şehirlerde

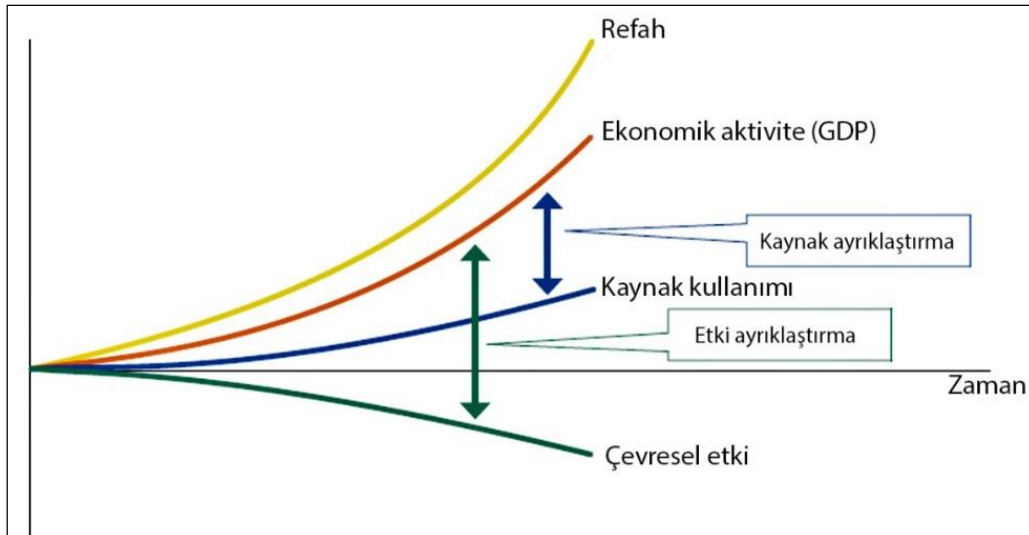
her yıl 7 ila 10 milyar ton arasında atık (haneler, işletmeler, endüstriyel, inşaat) ortaya çıkmaktadır (UNEP, 2015). Büyük resme bakıldığında yerküre taşıma kapasitesinin çok üstünde bir üretim ve tüketim döngüsüne girildiği, kaynakların sürdürülemez şekilde kullanıldığı görülmektedir. Mevcut durumun uzun vadede devam ettirilmesi mümkün olmayıp üretim ve tüketim süreçlerine ilişkin yapısal dönüşümlerin hızla hayata geçirilmesi kaçınılmazdır. İfade edilmeye çalışılan bu sıkıntılar yaşanırken gündemde kendine yer bulmaya başlayan kavramlardan birisi de “döngüsel ekonomi”dir. Doğada hiçbir şeyin çöp haline gelmediği mantığını eko-yenilikçilik olgusu ile bütünleştiren döngüsel ekonomi, materyal ve enerji akışlarının verimliliğine odaklanır. Almanya döngüsel ekonomiye uygun süreçler geliştirilmesi konusunda dünyanın önde gelen ülkelerindedir. Çalışmada, döngüsel ekonomi olgusunun alan yazında nasıl ele alındığına değinilerek döngüsel ekonomiye ilişkin Almanya’daki durum ifade edilmeye çalışılmıştır.

2. DÖNGÜSEL EKONOMİ

Açık tüketim sistemi; üret-kullan-at sürecine dayanan ve “doğrusal” – “kovboy” – “açık uçlu” – “lineer” veya “geleneksel” ifadeleriyle de anılan mevcut ekonomik sistem olup ham maddenin üretilmesi, işlenerek nihai ürün haline getirilmesi ve tüketildikten sonra atık halini alması sürecini temsil eder. Bu modelde kaynaklar kullanılarak üretim gerçekleştirilir ve ortaya atık ile emisyon çıkar.

Doğrusal ekonomiyi (döngüsel olmayan) benimseyen neoklasik iktisadın temel amacı ekonomik kalkınmanın sürekli hale getirilmesidir. Kaynakların pazarda verimli bir şekilde paylaşımını dikkate alan neoklasik iktisat, kıt doğal kaynakları dikkate alan bir mekanizma geliştirme konusunda başarısızdır. Doğal kaynakların sınırlılığını görmezden gelen bu iktisadi yaklaşım, ortaya koyduğu ekonomik model (doğrusal ekonomi) bakımından, materyal ve enerji akışlarına göre sürdürülebilir nitelikte değildir (Frosch ve Gallopoulos, 1989).

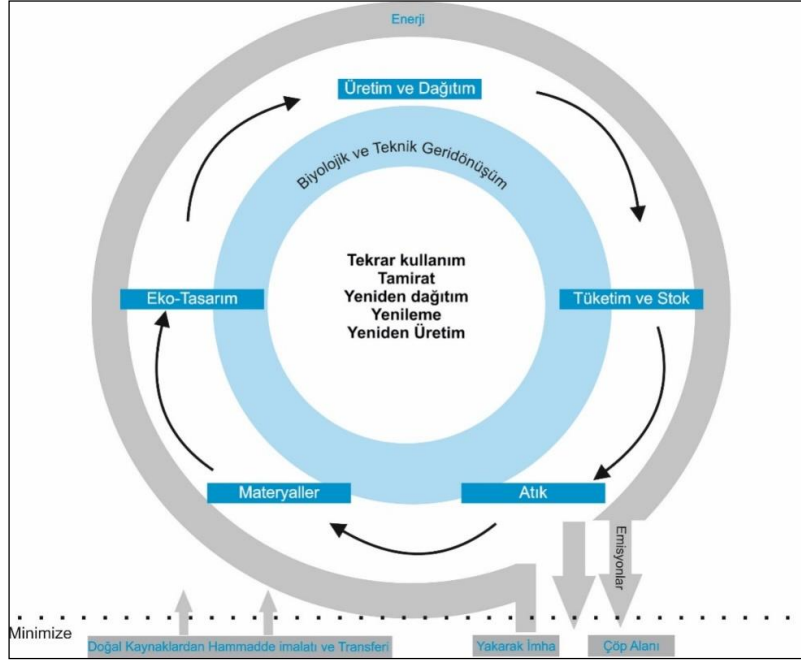
Kıt doğal kaynaklar, dünyanın taşıma kapasitesi ve üretim ile tüketimin ortaya çıkardığı mevcut sorunlar dikkate alındığında yapısal bir dönüşümün kaçınılmaz olduğu çok açıktır. Birleşmiş Milletler Çevre Programı’nın 2011 yılında yayınladığı bir raporda yer alan “doğal kaynak kullanımının ve çevresel etkilerin ekonomik büyümeden ayrıştırılması” (decoupling natural resource use and environmental impacts from economic growth) durumunun endüstriyel ekoloji, eko verimlilik, daha temiz üretim gibi sürdürülebilirlik kavram ve yaklaşımları tarafından kısmen başarılabilirliğini ifade etmektedir. Şekil 1’de bu ayrıştırılma durumu görsel olarak ifade edilmektedir.



Kaynak: UNEP Raporu (2011) http://synapse9.com/issues/images/UNEP_decoupling.jpg

Şekil 1. Doğal Kaynak Kullanımı ve Çevresel Etkilerin Ekonomik Büyümeden Ayrıştırılması

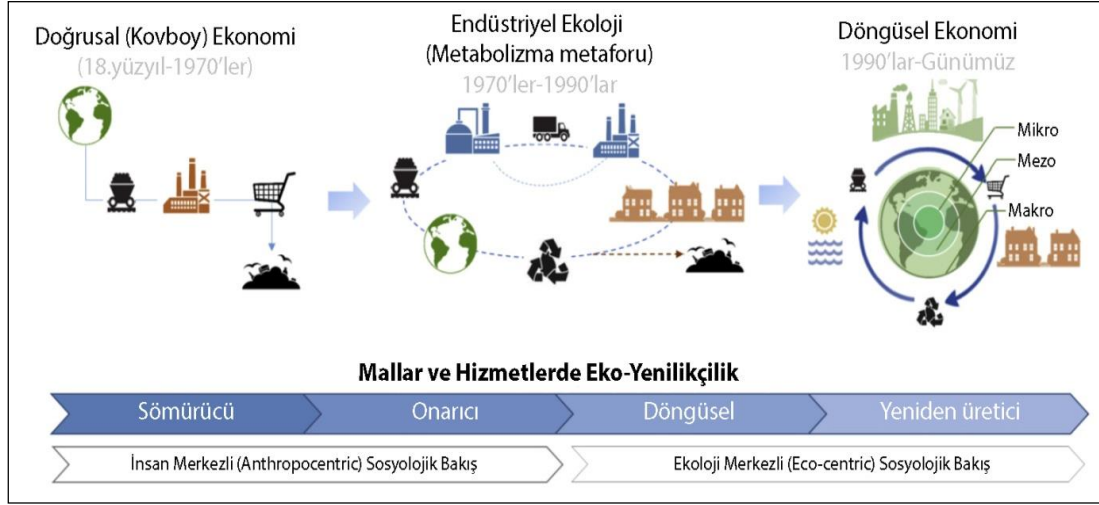
Sürdürülemez durumdaki mevcut üretim ve tüketim döngüsünde değişikliğe gidilmesi kaçınılmaz bir hal almıştır. Gereken dönüşümü sağlamak veya ona hizmet etmek üzere çok sayıda yeni kavram geliştirilmiş ve geliştirilmektedir. Bu dönüşüme yönelik geliştirilmiş olan ve son dönemde daha fazla duyulmaya başlanan kavramlardan birisi de dögüsel ekonomidir (DE). DE ilkelerinin temeli Boulding (1966) tarafından çok daha önceden ifade edilmiş olsa da DE kavramının ilk defa Pearce ve Turner (1990) tarafından kullanıldığı görülmektedir. Yazarlar çalışmalarında çevre ve ekonomik faaliyetler arasındaki ilişkileri tanımlamaya gayret etmişler ve “her şey bir başka şeyin girdisidir” (everything is an input to everything else) (bir çıktının başka bir şeyin girdisi olması durumu veya başka bir deyişle bir üretim sırasında oluşan atığın veya yan mamulün bir başka ürünün üretimi için gerekli olması hali) ilkesinden hareketle kapalı döngüye sahip bir materyal akışını ifade etmeye çalışmışlardır (Andersen, 2007). Döngünün kapatılması kavramı endüstriyel ekoloji paradigmasının temelinin oluşturmakta olup bazı yazarlar DE kavramının endüstriyel ekolojiden türetildiğini savunmaktadırlar (Yuan vd., 2006). Açık uçlu olan doğrusal ekonomik model yerine önerilen kapalı modelde, kaynakların tekrar kullanımı esas olup, kaynakların sürekli döngü içinde kalması ve uzun vadede daha fazla değer üretmesi amaçlanır (Urbinati vd., 2017). Şekil 2’de döngüsel ekonomi modelinin işleyişi sunulmuştur.



Kaynak: Neligan, A. (2016:6)

Şekil 2. Sadeleştirilmiş Dögüsel Ekonomi Modeli

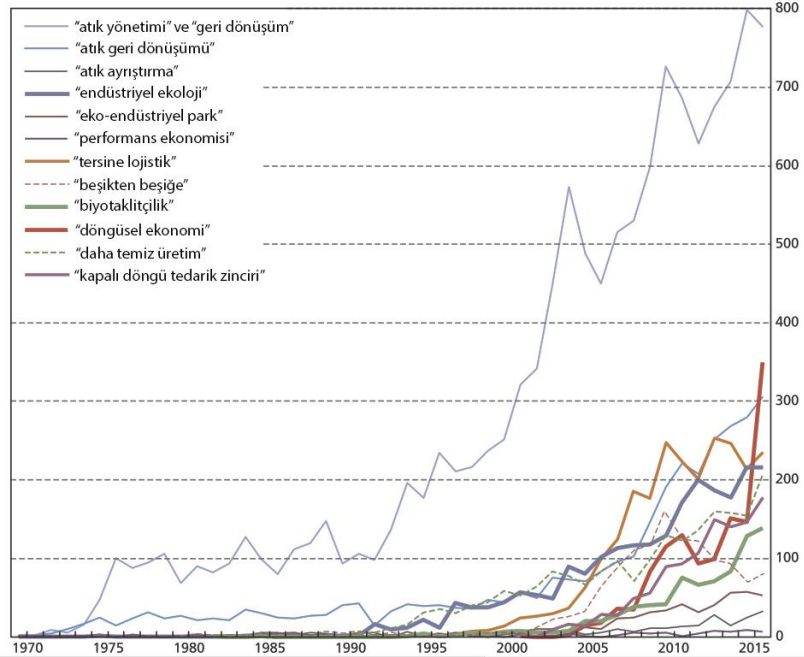
Dögüsel ekonomi, mevcut ve baskın olan doğrusal ekonomik sistemi (geri dönüşüm eğilimine sahip olmayan ve çevreyi bir atık deposu olarak gören, geleneksel açık uçlu ekonomi modeli) alt etme gayesindedir (Su vd., 2013). Doğrusal ekonomilerde; işletmeler hammaddeyi nihai ürüne dönüştürmek için enerji kullanır, ürünleri tüketicilere satar ve ürünler işlevlerini yitirdiklerinde veya artık istekleri/arzuları tatmin edemediğinde atık halini alırlar (Urbinati vd., 2017:488). DE'nin amacı kullanılan kaynakların ve materyallerin değerinin olabildiğince uzun süre korunmasını sağlamak ve onları olabildiğince sık kullanabilmek ve sonuçta olabildiğince az atık (mümkünse sıfır) ortaya çıkarmaktır (Wilts, 2016). Doğrusal ve döngüsel ekonomilerin genel yapısı Şekil 3 ile ifade edilmiştir.



Kaynak: Prieto-Sandoval vd., (2017:5)

Şekil 3. Doğrusal Ekonomiden Döngüsel Ekonomiye Geçiş

Döngüsel ekonomi olgusu çok geniş bir kesim (akademisyenler, iş çevreleri, politikacılar vb.) tarafından yoğun bir ilgiye mazhar olmasına rağmen olgunun genel kabul gören bir tanımı, teorik çerçevesi olmayıp, işletmelerin döngüsel ekonomiye geçmek için mevcut iş modellerini nasıl adapte edebilecekleri veya değiştirebilecekleri hususunda önlerinde bir kılavuz bulunmamaktadır (Urbinati vd., 2017:487). Akademik veri tabanları taranarak yapılan bir çalışmaya göre döngüsel ekonomi olgusunun atık yönetimi ve geri dönüşüm başta olmak üzere bazı temel kavramlar etrafında yoğunlaştığı ve bu kavramların dönem dönem kullanım sıklığının farklılaştığı görülmektedir. Şekil 4'te döngüsel ekonomi temelli bilimsel yayınlarda en sık kullanılan bazı kavramlar gösterilmiştir.



Kaynak: Reike vd. (2017:4) (Scopus Veritabanı, 1970-2016)

Şekil 4. Döngüsel Ekonomi ve İlişkili Kavramlarla İlgili Bilimsel Yayınlar



DE'ye ilişkin çok sayıda tanımın literatürde yer almasına rağmen tanımlamaya ilişkin bir konsensusdan söz etmek mümkün değildir (Rizos vd., 2017). DE'nin göreceli olarak yeni bir araştırma alanı oluşu, farklı disiplinler ve düşünce ekolleri tarafından desteklenmesi de ortak bir tanıma ulaşılabilmesini engellemektedir (Blomsma ve Brennan, 2017) ki bu durum DE'nin yeni bir sosyo-ekonomik paradigma olarak temellenmesi önünde önemli bir engeldir (Masi vd., 2017). Bu kavramın; ekonomi, biyoloji ve çevre gibi farklı epistemolojik alanların teorik etkileri altında olması da tanım üzerinde bir fikir birliğine varılmasını zorlaştırmaktadır (Homrich vd., 2017). Şekil 4 incelendiğinde bu durum daha iyi anlaşılabilir.

Kavrama ilişkin genel kabul gören bir tanımın mevcut olmaması, karmaşıklığa sebebiyet verebilmekte ve uluslararası boyutta işbirliği fırsatlarını azaltabilmektedir (Preston, 2012). Henüz ortak bir tanım olmasa da benzer bağlamda ifade edilen çok sayıda tanım alan yazınında yer almaktadır. Örneğin:

“Sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması amacıyla, mikro-mezo ve makro düzeydeki üretim/dağıtım ve tüketim süreçlerinde, materyaller için ömrünü tamamlamak (end-of-life) kavramı yerine materyallerin azaltılması, tekrar kullanılması, geri dönüşümü ve yenilenmesine dayalı bir ekonomik sistemdir.” Kirchherr vd. (2017:224).

“Kaynakların hizmet süresi sona erince diğerleri (süreçler, kişiler veya işletmeler) tarafından kullanılması yoluyla materyal ve enerji döngülerinin kapatılması ve atıkların minimize edilmesidir.” Stahel (2016:435).

“Kaynak döngülerini yavaşlatan, kapatan ve daraltan tasarım ve iş modeli stratejileridir.” Bocken vd. (2016:309).

“Kaynak akışında ekonomik ve ekolojik döngülerin kapatılarak hammadde girdisini ve atık çıktısını azaltan basit ama ikna edici bir stratejidir.” Haas vd. (2015:765).

“Üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerinde “azaltma, tekrar kullanma ve geri dönüşüm” faaliyetlerini kapsayan bütüncül bir kavramdır.” Jiao ve Boons (2014).

“Tüm ekonomik sistemdeki materyal akışlarının kapalı bir döngü haline getirilmesidir.”, “Materyaller, enerji ve atıklara kapalı bir döngü uygulanmasıdır.” Geng ve Doberstien (2008:232).

Kavramsal boyutta bakıldığında DE'nin bazı diğer kavramlar ile benzerlikler gösterdiği görülmektedir. Örneğin Geissdoerfer vd. (2017:764), DE ve sürdürülebilirlik kavramı arasında önemli benzerlikler olduğunu ifade ederek bunları şu şekilde sıralamaktadır Bunlar:

- ✓ Nesiller içi ve nesiller arası taahhütler
- ✓ Kalkınma için çoklu ve birlikte yolu olan daha fazla vasıta/araç
- ✓ Küresel modeller
- ✓ Kalkınmaya ekonomik olmayan unsurların da dâhil edilmesi
- ✓ Merkezinde sistem değişimi/tasarım ve yenilikçilik olması
- ✓ Çok disiplinli ve disiplinler arası araştırma alanı
- ✓ Maliyet potansiyeli, risk, çeşitlendirme, ortak değer yaratma fırsatları
- ✓ Farklı paydaşların ortak çalışmasının gerekli olması
- ✓ Düzenleme ve teşviklerin temel uygulama araçları oluşu
- ✓ Teknolojik çözümlerin önemli olması ancak sıklıkla uygulama problemleri çıkarması
- ✓ Endüstriyel dönüşümün sağlanmasında yenilikçi iş modelinin temel çözüm olması
- ✓ Kaynakları ve yetkinlikleri sebebiyle özel işletmelerin merkezi rolü üstlenmesi

DE doğadan esinlenerek ortaya çıkarılan bir yaklaşımdır. Çünkü doğa atık üretmez. Doğada her şey tekrar kullanılır. Bir canlının atığı bir başkasının kullanımı demektir. Bu durumun endüstriyel üretimdeki karşılığı da DE olarak görülmektedir. Çevresel yenilikçilik veya eko-yenilikçilik kavramının gelişimi DE kavramının gelişimi ile paralellik göstermiş olup bu durum karmaşıklığı ve dinamikliği giderek artan ekonomi ve pazarların bir sonucu olarak değerlendirilebilir (Mejia-Villa, 2016). Yuan vd. (2006:5) döngüsel ekonominin temelini,



materyal akışlarının döngüsel (kapalı) olması ve materyal ile enerjinin çok sayıda evre boyunca kullanılabilir olması dayandırmaktadır. DE, Materyal ve enerji döngülerinin yavaşlatılması, kapatılması ve daraltılması suretiyle kaynak girdileri, atık, emisyon ve enerji kayıplarının minimize edildiği yenileyici nitelikte bir ekonomik sistem olup uzun ömürlü tasarım, bakım, onarım, yeniden kullanım, yeniden üretim, yenileme ve geri dönüşümü kullanır (Geissdoerfer vd. 2017).

Ellen MacArthur Vakfı (EMAF, 2013)'nin hesaplamalarına göre 2010 yılında ekonomik sisteme 65 milyar ton hammadde girişi olmuştur ve 2020 yılında bu değer 82 milyar tona ulaşacaktır. Ömrünü tamamlayan ürünlerin yaklaşık %60'ı yakılmış ya da çöp atık alanlarında biriktirilmiş iken bu materyallerin sadece %40'ı tekrar kullanım veya geri dönüşüm yolu ile ekonomik döngüye tekrar dâhil edilmiştir (EMAF, 2013). Avrupa Birliği Komisyonu, döngüsel ekonomiye geçişin sağlanması halinde, sadece Avrupa Birliği üretim sektöründe yıllık 600 milyar Euro büyüklüğünde bir ekonomik kazanım olacağı tahmini yapmaktadır (D'Amato vd. 2017). Küresel büyüklüğün ise 1 trilyon \$ kadar olduğu tahmin edilmektedir (FICF, 2014, Mckinsey, 2014). Avrupa Birliği'nin döngüsel ekonomiye geçmesiyle birlikte, kaynak verimliliğinin yıllık %3 artacağı ve 2030 yılına kadar yılda 600 milyar € büyüklüğünde bir kaynak kazanımının olabileceği tahminleri yapılmaktadır. Yanı sıra 1.2 trilyon € kadar diğer kazanımlar (kaynak dışı ve dışsallıklara bağlı) dikkate alındığında yılda ortalama 1.8 trilyon € hacminde bir kazanım söz konusudur (Technopolis Group, 2016:5). Döngüsel ekonominin uygulanmasında öncelikli ürünler; elektrikli ve elektronik ürünler, tekstil, mobilya, paketlenme ve lastikler olarak belirlenmiştir. Öncelik verilen ikincil ham maddeler ise plastik, metaller, kağıt ve karton, cam ve biyo atıklar olmuştur. Küresel ölçekte gerçekleşen yeniden üretme (remanufacturing) süreçlerine bağlı olarak tasarruf edilen enerji miktarının yaklaşık olarak sekiz nükleer santralin elektrik üretimine karşılık geldiği tahmin edilmektedir (EMAF, 2018).

Ghisellini vd. (2016) DE'nin sosyal refahın sağlanması ve çevresel bütünlüğün korunmasında ne derece etkili ve faydalı olduğunun ispatları olmasına rağmen çok az sayıda ülkenin bu durumun gerçekten farkında olduğunun ve uygulamaya dönük gayretler geliştirdiğini ifade etmektedir. Avrupa Birliği, Japonya ve Çin'in diğer ülkelere göre DE'ye geçişte öncü role sahip olduğu görülmektedir.

Zhaoqian ve Jianguo (2004) sadece Almanya ve Japonya'nın DE için gerekli yasal mevzuatları tamamladığını, diğer ülkelerin ise endüstriyel ekoloji ve daha temiz üretime yönelik sınırlı politik ve yasal düzenlemeler yaptığını bildirmektedir. Bir ada ülkesi olan Japonya, doğal kaynaklarının kıtlığını dikkate alarak döngüsel ekonomi yaklaşımını hem yasalarına hem de kültürüne dâhil edebilmiştir. Japonya'da geri dönüşüm oranları metal için %98, plastik (PET) şişeler için %72 olarak gerçekleşmektedir. Ayrıca elektronik aletleri oluşturan materyallerin yaklaşık %90'ı yeni aletlerin üretiminde kullanılmak üzere kazanılmaktadır.

Kaynak tüketimi anlamında dünyanın en hızlı büyüyen ülkesi Çin'de, Ulusal Kalkınma Planı'nın ana stratejisi olarak DE kabul edilmiştir (Geng vd., 2012). Kaynaklardaki tükenme ve ekosistemde kirliliğe bağlı olarak gelişen bozunmaya kayıtsız kalmayan Çin Halk Cumhuriyeti Yönetimi 2009 yılında Döngüsel Ekonomi Teşvik Yasası'nı yürürlüğe koymuştur. Böylece ulusal kalkınma planları, güvenli atık yönetimi, enerji ve materyal tasarrufları ve emisyonların azaltılması amacına göre şekillendirilmiştir.

2.1. DÖNGÜSEL EKONOMİ: TEMEL İLKELER VE İŞLEYİŞ

Ellen MacArthur Vakfı'na göre DE'nin sahip olduğu temel ilkeler ve nitelikler şunlardır (MacArthur, 2013:8):

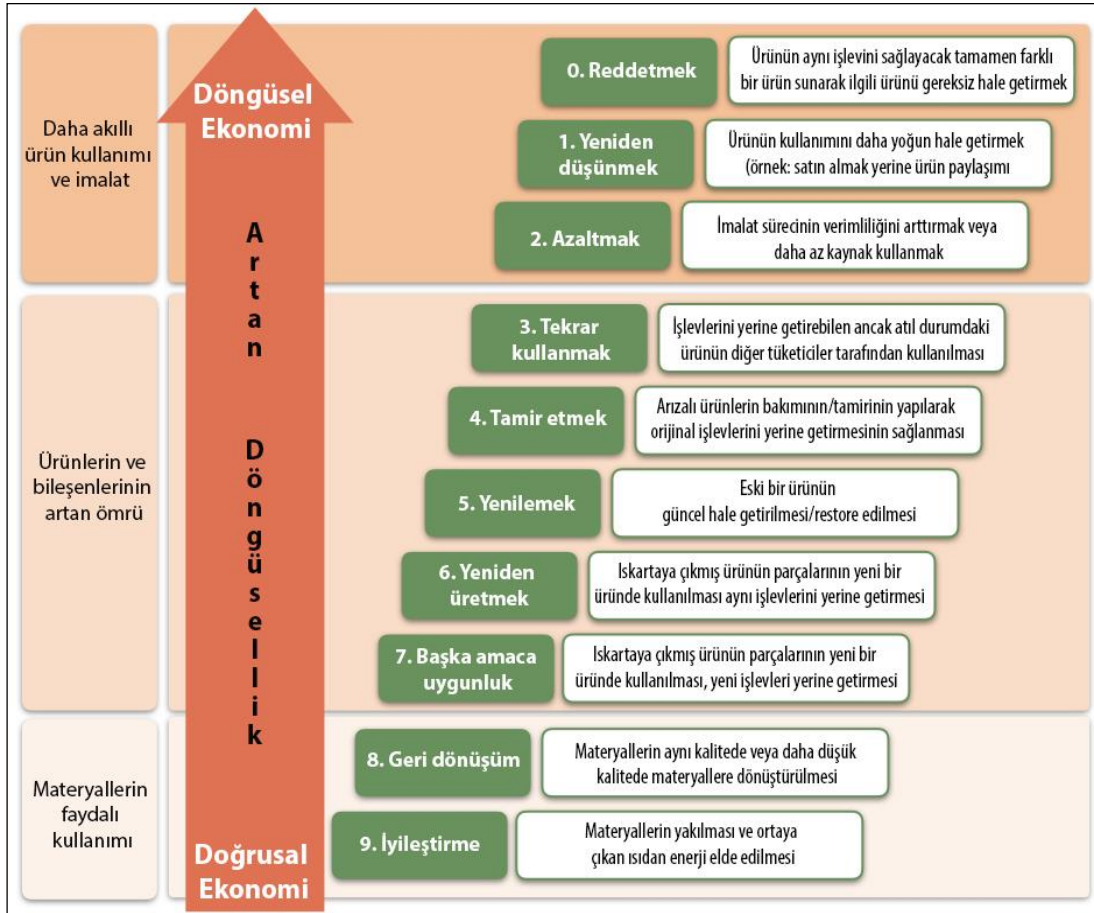
✓ *İç döngülerin gücü:* Bir ürüne ilişkin döngülerin daralması o üründen daha fazla değer üretiliyor olması anlamına gelir. Ne kadar çok döngü oluşturulabiliyorsa o kadar çok değer üretilmektedir. Örneğin bir otomobilin bakım ve onarımlarının yapılması sayesinde aracın değerini koruması sağlanır. Bunun mümkün olmadığı hallerde ise aracın bileşenleri tekrar kullanılabilir veya yeniden üretimde kullanılabilir. Ürün ve bileşenlerinin sadece geri dönüştürülmesi yerine olabildiğince fazla yeni döngü eklenmesi ürünün değerini korumasını sağlayacaktır. İç döngülerin arttıkça bir ürünün bütünlüğü, karmaşıklığı ve üründe gömülü emek ve enerji daha iyi korunmuş olur.

✓ *Döngülerin daha uzun hale getirilmesinin etkisi:* Ürüne ilişkin ardışık döngü sayısının ve/veya döngü süresinin maksimize edilmesi anlamına gelir (örneğin, bir ürünün defalarca tekrar kullanımı veya ürün ömrünün arttırılması). Uzatılan her döngü sayesinde yeni bir ürün veya bileşen imal etmek için gerekli materyal, enerji ve güçten tasarruf edilmesini sağlayacaktır.

✓ *Kademeli kullanımın gücü:* Bir ürünün değer zinciri boyunca tekrar kullanımlarının olabildiğince çeşitlendirilmesi halidir. Her bir yeni tekrar kullanım sürecinde gerekli olan hammaddenin yerini alır (örneğin, pamuklu bir elbisenin ikinci el pazarda tekrar satılarak kullanılması, daha sonra mobilya endüstrisinde döşeme dolgusu olarak değerlendirilmesi, bundan sonra da bu dolgunun inşaat sektörü tarafından ısı ve ses yalıtımı amacıyla kullanılan taş yününün imalatı için tekrar kullanılması).

✓ *Saf girdilerin gücü:* Kirlenmemiş materyallerin sistem içindeki akışı sayesinde toplama ve yeniden dağıtım verimliliği sağlandığı gibi özellikle teknik bileşenlerin kalitesi korunur. Bu sayede ürün ömrü ve materyal verimliliği artmış olur.

Geleneksel ekonomi modelinde işletmeler için temel amaç kar maksimizasyonu iken bu durum sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi adına bir engel olarak görülmektedir. Bunun yerine artık işletmeler kar maksimizasyonunu eş zamanlı olarak, toplumsal ve çevresel hedeflerin başarılması ile sağlayabilmektedir (UN, 1987). Bu amaçla organizasyonların üç temel amaç üzerine odaklanması gerekmektedir. Bunlar: döngüsel tedarik zinciri oluşturmak (döngüsel üretim ve tüketim sistemleri için yenilenebilir, geri dönüştürülebilir ve/veya doğada çözünebilir kaynak girdileri sağlanması), kaynak iyileştirme (işletmenin kaynak kayıplarını önleyerek kaynak akışlarının verimli hale getirilmesi, kaynakların ekonomik değerinin maksimize edilmesi) ve ürün ömrünün (ürünlerin ve diğer varlıkların yaşam döngüsünün) uzatılmasıdır. Bunun için ürünlerin/kaynakların tamiri, yeniden üretimi, güncellenmesi/yükseltmesi tekrar kullanım için satılması alternatifleri uygulanabilir.



Kaynak: www.smartcitiesexpedition.com/what-is-circular-economy/

Şekil 5. 9R Modeli (Refuse, Rethink, Reduce, Reuse, Repair, Refurbish, Remanufacture, Repurpose, Recycle, Recovery)



Lankester (2018) DE'ye geçiş için 9R Modelini önermiştir. Doğrusal ekonomiden dögüsel ekonomiye doğru artan dögüsellğe odaklanan bu model dokuz adımdan oluşmaktadır. Modele Şekil 5'de yer verilmiştir.

3. ALMANYA'DA DÖNGÜSEL EKONOMİ

Avrupa Birliği kurumlarınca DE “ürünlerin, materyallerin ve kaynakların ekonomide mümkün olduğunca değerlerini koruması ve atık miktarlarının minimize edilmesi” şeklinde tanımlanmaktadır. Önce Alman Hükümeti tarafından sonra da Avrupa Birliği'nce dögüsel ekonomiye ilişkin şu adımların hayata geçirilmesi gerekliliği ifade edilmiştir (Bilitewski, 2012:1).

- ✓ Atık ve kirliliğin engellenmesi dögüsel ekonominin temel amacı olup bu amaçların başarılması sadece temiz üretim teknolojilerine geçişle mümkündür
- ✓ Atıkların daha iyi şekilde tekrar kullanımı ve geri dönüşümünün sağlanması gereklidir. Ürünlerin daha iyi ve daha çok geri dönüşüme uygun olarak üretilmesi yüksek geri dönüşüm oranlarına ulaşılması için şarttır
- ✓ Tekrar kullanım ve geri dönüşüme uygun üretime dayalı bir ekonomi tesis edilmelidir ve üretici sorumluluğu, vergi ve ücret politikaları, vergi indirimleri gibi ekonomik araçlar kullanılmalıdır
- ✓ Atık oluşturmaktan kaçınan, tekrar kullanım ve geri dönüşüme göre şekillenen yeni bir tüketim kültürü toplum genelinde tesis edilmelidir
- ✓ Dögüsel ekonomiyi desteklemeye uygun bir yasal sistem geliştirilmesi

Avrupa Birliği tarafından 2015 yılında yayınlanan dögüsel ekonomi paketi ile Birlik içinde atık yönetimine ilişkin yasal düzenlemelerin uyumlaştırılması hedeflenmiş ve bunun için bir hareket planı oluşturulmuştur. Atık sistemi yönergesi, ambalaj atık yönergesi, atık alanı yönergesi, elektrikli ve elektronik ürün atıkları yönergesi, ömrünü tamamlamış taşıtlar yönergesi, pil ve akü atıkları yönergesinde iyileştirmeler yapılmıştır. 2030 yılına kadar gerçekleştirilmesi planlanan Avrupa Birliği ortak hedefleri (Neligan, 2016:9) şunlardır:

- ✓ Belediye atıklarında %65, ambalaj atıklarında %75 geri dönüşüm ve tekrar kullanım oranına ulaşılması
- ✓ Çöp alanında depolamanın toplam atıklar içindeki oranının %10'un altında kalması
- ✓ Kaynağında ayrıştırılmış atıkların çöp alanında depolanmasının engellenmesi
- ✓ Çöp alanında depolamanın engellenmesine yönelik ekonomik araçların oluşturulması
- ✓ Geri dönüşüm ve tekrar kullanım oranlarına ilişkin hesaplanma yöntemlerinin uyumlu hale getirilmesi ve basitleştirilmiş ve iyileştirilmiş tanımlar geliştirilmesi
- ✓ Endüstriyel ortakyaşarlığın (symbiosis) canlandırılması ve tekrar kullanımın desteklenmesine yönelik somut önlemler alınması
- ✓ Geri dönüşüm ve geri kazanım mekanizmalarının desteklenmesi

Batı Avrupa'nın gelişmiş ekonomileri metaller ve plastikler başta olmak üzere %70-90 arasında bir dögüsellik düzeyine ulaşmışlardır (EEA, 2013). DE'nin ulusal kanunlarda yer verilmesinde öncü ülke olarak Almanya gösterilmektedir. Almanya 1996 yılında “Kapalı Materyal Dögüsü ve Atık Yönetimi Yasası”nı (Closed Substance Cycle and Waste Management Act) yürürlüğe sokmuştur. Japonya ise 2002 yılında “Geri Dönüşüm Temelli Bir Toplum Kurmak İçin Temel Yasası”nı (Basic Law for Establishing a Recycling-Based Society) (Su vd., 2013; METI, 2004) uygulamaya koymuştur.

Almanya geliştirdiği politikalar ile modern bir dögüsel ekonomi modelini başarı ile uygulamaktadır. Ancak mevcut uygulamaların daha çok atık yönetimi üzerine odaklandığı görülmektedir. Unutulmamalıdır ki DE atık yönetiminden daha fazlasını ifade etmektedir. Bu bakımdan Almanya DE konusunda dünyanın lider ülkelerinden biri olarak gösterilse de bu başarısı daha çok etkin bir atık yönetim sistemine sahip olmasıyla açıklanmaktadır. Bu sebeple çalışmanın devamında Almanya'daki atık yönetimi sistemi üstünde durulmuştur.

**3.1. ALMANYA'DA ATIK YÖNETİMİNİN GELİŞİMİ**

Atık yönetimi; atık önleme, yeniden kullanım, geri dönüşüm, iyileştirme ve imha adımlarını kapsamaktadır. Geçmişte atık yönetimi denildiğinde, çöplerin toplanması ve imhası akla gelmekte iken atıkların doğal kaynakların korunması için önemli bir kaynak olduğunun anlaşılmasıyla durum değişmiştir. Yani sıra küresel anlamda toplumlarda gözlenen çevresel hassasiyet de atıkların daha farklı bir şekilde değerlendirilmesini hızlandırmıştır. Atık önleme, üretim süreçlerinde daha az hammadde ve ara mamul kullanılmasını ifade etmektedir. Atık iyileştirme, hammadde ve enerjinin ekonomik döngüye tekrar sokulması anlamına gelir.

Almanya'nın etkili bir atık yönetimi geliştirmesini tetikleyen temel unsur 1980'lerde atıkların depolandığı çöp alanlarının yetmemesi üzerine sıkıntı yaşanmaya başlanmasıdır (BMU, 2018:4). 80li yılların sonuna gelindiğinde Almanya'daki çöp toplama alanları hem hacim olarak çok fazlaydı hem de mevcut hızla atıkların kontrolü imkânsız hale gelmişti. Atıkların imha edildiği yakma tesislerinin sayısı ise çok sınırlıydı. İlk aşamada atık alanlarının daha güvenli hale getirilmesi ve yakma tesislerinin daha temiz bir yapıya kavuşturulması üzerine odaklanıldı. Yakma tesislerinin emisyonlarının düşürülmesi için katı kurallar getirildi. Belediyeler ve özel şirketler tarafından atıkların bertarafına yönelik büyük yatırımlar yapıldı. Ancak zamanla atıkların bertarafının kendi başına bir çözüm olamayacağı anlaşıldı. Atık geri dönüşümü, enerji kazanımı ve atıktan kaçınma süreçlerine öncelik verilerek etkili bir atık yönetimi modeli geliştirilebileceğine inanıldı. Kirleten öder ilkesi uyarınca atık üretenler süreçten sorumlu tutulmaya başlandı. Bu prensip daha ürünün üretim aşamasında çevreye duyarlı atık önleme ve iyileştirme gayretlerine önem verilmesini gerektiriyordu. Üreticiler ve ürün dağıtıcılar, ürünlerin hem atık oluşumunu azaltacak hem de çevreye zarar vermeden ürünlerin geri kazanımı ve bertarafını sağlayacak ürün tasarımları geliştirmek zorunda kalıyordu.

Almanya, Avrupa Birliği'nin atık yönetimine ilişkin mevzuatın geliştirilmesinde öncü bir role sahip olmuştur. Gerek Avrupa Birliği gerekse uluslararası düzeyde Almanya atık yönetiminin geliştirilmesine yönelik bir tutum sergilemektedir.

Üretici sorumluluğu prensibi ilk defa 1991 yılında yürürlüğe giren Ambalajlama Yönetmeliği ile hayata geçmiştir. Paketleme unsurlarının ürünün tüketimi sonrasında geri toplanması zorunlu kılınyordu. 1990 yılında 39 milyon ton evsel atığın %13'ü geri dönüşüm için ayrılmakta iken, 2004 yılında 43 milyon ton atığın %58'i, 2010 yılına gelindiğinde ise 43.5 milyon ton atığın %63'ü geri dönüştürülmek üzere haneler tarafından ayrıştırılmıştır. (Alman Federal İstatistik Ofisi, 2012).

1996 yılında yürürlüğe giren Kapalı Madde Döngüsü ve Atık Yönetimi Yasası ile bu prensip daha geniş bir kapsamda uygulanmaya başlanmıştır. Bu yasa 2012 yılında Döngüsel Ekonomi Yasasına dönüştürülerek üretici sorumluluğu, üreticilerin ve dağıtıcıların gönüllü taahhütlerinin yanı sıra yasal olarak bağlayıcı tedbirler ile uygulanmaya başlanmıştır.

2012 yılında Döngüsel Ekonomi Yasası yürürlüğe girmiştir. Beş aşamalı bir atık hiyerarşisi söz konusudur. En çok olması istenen adım atık engelleme olup daha sonra sırasıyla; tekrar kullanım, geri dönüşüm, diğer kurtarma yöntemleri gelir. En son adım ise -en istenmeyen adım- atığın çöp depolama alanlarında stoklanmasıdır. Atık yönetiminde kirleten öder ilkesi benimsenmiştir. Mümkün olan en iyi tekniğin kullanılması ve süreç içindeki aktörlerin karar alma sürecine katılımı dikkate alınır. Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (extended producer responsibility) ile üreticinin sorumluluğu ürünün satılması ile sonlanmaz, aksine ürünün tüm yaşam döngüsünden (hammadde tedarikinden, üretilmesi, dağıtılması, kullanılması ve iskartaya çıkan ürünün dönüştürülmesi/imhası) sorumlu hale getirilir.

Almanya atıkların %5'ini çöp alanlarına atarken %65 düzeyinde bir geri dönüşümü başarmaktadır. Kalan %30'luk bölüm ise atıktan enerji elde edilmesi şeklinde değerlendirilmektedir. Avrupa Birliği tarafından üye ülkelerin 2030 yılına kadar belediye atıklarında %65, paketleme atıklarında ise %75'lik bir geri dönüşüm oranına ulaşmaları beklenmektedir. Almanya bu oranı çok önceden gerçekleştiren tek ülke olup Slovenya, Avusturya, Belçika ve Hollanda da bu hedef oranlara yakın bir performans sergilemektedir. Ancak Yunanistan, Kıbrıs Rum Kesimi, Romanya ve Malta bu hedeflerin oldukça gerisinde seyretmektedir (Musulin, K., 2018). Almanya'daki atık yönetim endüstrisi 11.000 şirket, 270.000 kadar çalışan ve yıllık €70 milyar cirosu ile önemli bir sektör haline gelmiştir (BMU, 2018:5).

Almanya'nın Avrupa Birliği içindeki performansının daha iyi anlaşılabilmesi için Tablo.1'in incelenmesi yeterli olacaktır. Geri dönüşüm oranı ve geri dönüştürülmüş materyallerin hammadde olarak kullanım ve materyallerin tekrar kullanım oranı dikkate alınması gereken değişkenlerdir. Ayrıca Almanya'nın döngüsel



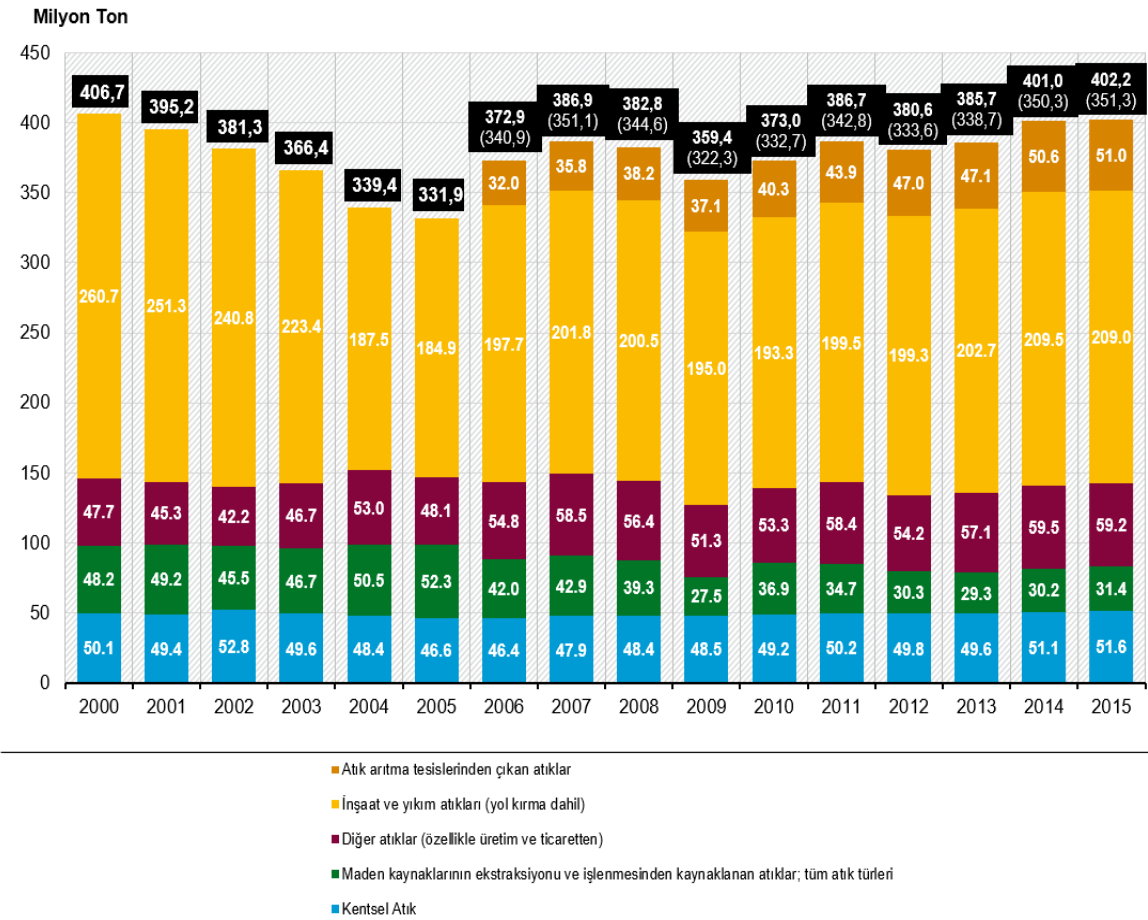
ekonomiyle ilişkili geliştirdiği patent sayısı da önemlidir (1.260 patent ile en yakın rakibi Fransa'nın iki katından daha fazla).

Tablo 1. Avrupa Birliği Döngüsel Ekonomi Endeksi

| | Evsel atık (kişi başı/yıl) | Atık gıda (kişi başı/yıl) | Evsel atık geri dönüş oranı | Üretimde geri dönüştürülmüş hammadde kullanım oranı | Materyal tekrar kullanım oranı | Döngüsel ekonomiyle ilişkili alınan patent sayısı (2000'den itibaren) |
|------------------|----------------------------|---------------------------|-----------------------------|---|--------------------------------|---|
| Almanya | 627 kg | 149 kg | 66% | 0.25% | 11% | 1260 |
| Slovenya | 466 kg | 72 kg | 58% | 0.41% | 8% | 8 |
| Avusturya | 564 kg | 209 kg | 58% | 0.32% | 9% | 122 |
| Belçika | 420 kg | 345 kg | 54% | 0.22% | 17% | 105 |
| Hollanda | 520 kg | 541 kg | 53% | 0.17% | 27% | 169 |
| İsveç | 443 kg | 212 kg | 49% | 0.19% | 7% | 49 |
| Lüksemburg | 614 kg | 175 kg | 48% | 0.97% | 11% | 24 |
| Litvanya | 444 kg | 119 kg | 48% | 0.15% | 4% | 19 |
| Danimarka | 777 kg | 146 kg | 48% | 0.31% | 10% | 53 |
| İtalya | 497 kg | 179 kg | 45% | 0.19% | 19% | 294 |
| Birleşik Krallık | 483 kg | 236 kg | 44% | 0.35% | 15% | 292 |
| Polonya | 307 kg | 247 kg | 44% | 0.18% | 13% | 298 |
| Fransa | 511 kg | 136 kg | 42% | 0.24% | 18% | 542 |
| Finlandiya | 504 kg | 189 kg | 42% | 0.06% | 7% | 111 |
| İrlanda | 563 kg | 216 kg | 41% | 0.18% | 2% | 38 |
| Macaristan | 379 kg | 175 kg | 35% | 0.23% | 5% | 36 |
| Çekya | 339 kg | 81 kg | 34% | 0.25% | 7% | 72 |
| Bulgaristan | 404 kg | 105 kg | 32% | 0.11% | 3% | 10 |
| Portekiz | 461 kg | 132 kg | 31% | 0.26% | 2% | 22 |
| İspanya | 443 kg | 135 kg | 30% | 0.20% | 8% | 210 |
| Estonya | 376 kg | 265 kg | 28% | 0.26% | 11% | 3 |
| Litvanya | 410 kg | 110 kg | 25% | 0.18% | 3% | 11 |
| Slovakya | 348 kg | 111 kg | 23% | 0.15% | 5% | 10 |
| Hırvatistan | 403 kg | 91 kg | 21% | 0.23% | 5% | 4 |
| Yunanistan | 498 kg | 80 kg | 17% | 0.14% | 1% | 5 |
| Kıbrıs | 640 kg | 327 kg | 17% | 0.13% | 3% | 4 |
| Romanya | 261 kg | 76 kg | 13% | 0.13% | 2% | 34 |
| Malta | 621 kg | 76 kg | 7% | 0.12% | 10% | 1 |

Kaynak: POLITICO LLC, Ranking how EU countries do with the circular economy, www.politico.eu/article/ranking-how-eu-countries-do-with-the-circular-economy/

Geri dönüşüm yoluyla hammadde temini ve atıklardan enerji edilmesi amacıyla, sürdürülebilir atık yönetimi Alman hükümetleri tarafından desteklenmektedir. Ayrıca, atık yönetim sistemi ve döngüsel ekonomi faaliyetlerinin sürekli geliştirilmesi yoluyla kaynakların daha verimli kullanılmasını hedeflenmektedir. Atıkların önce ayrıştırılması, geri dönüşüm ve enerji kullanımındaki iyileştirmeler ile atıkların optimal şekilde kazanımı sağlanacak olup bu da çöplüklerde çöplerin biriktirilmesinin önüne geçerek iklimsel etkilerin azaltılmasını sağlayacaktır. 1 Haziran 2005 tarihinden itibaren evsel atıkların ve genel atıkların doğrudan çöpe atılması yasağının yürürlüğe girmesiyle birlikte ekolojik anlamda hatırı sayılır bir ilerleme sağlanmıştır. 20 yıldan uzun süredir işlemekte olan atık yönetim politikası kapalı döngüleri esas almakta olup atıkların sorumluluğunu üretici ve dağıtıcılara havale etmektedir. Çöpleri ayrıştırmadan atmanın yasak olması, atık toplama sisteminin hanelere yüklenen maliyeti, para cezaları ve diğer müeyyideler sayesinde kaynağında ayrıştırma olgusu kültürel bir yapı haline bürünmüştür. 2000-2015 yılları arasındaki dönemde gerçekleşen, farklı türlere ait atıkların hacmini gösteren Şekil 6'ya göre, Almanya'nın atık yönetimine ilişkin geliştirdiği politika ve uygulamaların başarılı olduğu anlaşılmaktadır. Geçen 15 yıllık dönemde; gelişen teknoloji, küresel bazda yaşanan tüketim artışı ve büyüyen Alman ekonomisine rağmen kentsel atık, maden kaynaklarına ilişkin atıklar ve diğer atık türlerinde belirgin bir artış gözlenmemiştir. İnşaata bağlı atıklarda ise 2000-2005 döneminde belirgin bir azalma yaşanmış ve daha sonra atık düzeyi ortalama bir marjda gerçekleşmeye devam etmiştir.

Atık üretimi (tehlikeli atıklar dahil)


Kaynak: Alman Federal İstatistik Ofisi (2017) https://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/384/bilder/dateien/2_abb_abfallaufkommen_2017-08-10.pdf

**Şekil 6. Almanya’da Yıllara Göre Atık Kompozisyonu (2000-2015)**

Ürün sorumluluğu Alman atık yönetiminin kalbi olarak değerlendirilebilir. Atık engelleme en iyi yolu olarak atığa sebep olanların durumdan sorumlu tutulması mantığına sahip olan “ürün sorumluluğu” yaklaşımı ile üreticilerin ve dağıtıcıların ürünlerin tasarlanması sürecine odaklanmaları ve ürünlerini, çevresel etkilerini en aza indirgeyen bir yaklaşımla (atık oluşumunun azaltılması ve geri dönüşüm oranlarının artırılması) geliştirmelerini sağlar. Ürün sorumluluğunun sağlanmasına yönelik temel dayanak Döngüsel Ekonomi Yasası ve Federal Emisyon Kontrol Yasası olup bu yasalar ile paketleme, ömrünü doldurmuş araçlar, elektrikli ve elektronik cihaz atıkları, piller ve atık yağlar hakkında direktifler sunulmaktadır.

Almanya, 2020 yılına kadar belediye atıklarının tamamında yüksek kalitede iyileşmeyi sağlamak hedefine sahiptir. Diğer atık türleri için ise %65 düzeyinde bir geri dönüşüm ve enerji kullanımında iyileştirme beklenmektedir. Böylece çöplerin geleneksel biçimde depolandığı çöplüklere gereksinim kalmayacaktır. Evsel atıklarda %60, ticari atıklarda %60 ve inşaat atıklarında %90 düzeyinde bir geri dönüşüm oranına ulaşılmıştır (Nelles vd., 2016:7). Bu oranlar 2018 yılı itibariyle %67-%70 ve %90 düzeyinde gerçekleşmektedir (BMU, 2018:5). Evsel atıkların geri dönüştürülme oranı Almanya’da 2012 yılı için %86.9 iken Avrupa ortalaması %37 olarak gerçekleşmiştir (EEA, 2015). Tüm bu ifade edilmeye çalışılan olumlu gelişmeler dışında Almanya’nın döngüsel ekonomi dönüşümüne ilişkin eleştiriler de yapılmaktadır. Wilts (2017)’e göre, Almanya doğru yönde ilerliyor olmasına rağmen bunu çok yavaş gerçekleştirmektedir. Wilts, politikacıların 80’ler ve 90’larda problemi çözdüğünü düşündüklerini, bugün ihtiyaç duyulan değişimi fark edemediklerini bildirmektedir. Ona göre Almanya döngüsel ekonomi için bir sistematik stratejiye sahip değildir. Atık yönetimi, enerji verimliliği ve sürdürülebilir tüketimle ilişkin yasalar ve başarılı uygulamalar olmasına rağmen bunların koordineli bir şekilde işletilmediğini, döngüsel ekonominin başarılması için özel amaçların tanımlanmadığını, bir izleme sisteminin olmadığını ve yetkili bir kurumun oluşturulmadığını vurgulamaktadır. Ayrıca hammadde kullanımının sadece %15’inin geri dönüşümden sağlandığını ve bu oranın çok düşük olduğunu, ayrıca resmi istatistiklerde yer alan geri dönüşüm oranlarının gerçeği yansıtmadığını savunmaktadır.

4. SONUÇ

Bilgi üretilmesi ve geliştirilmesi süreçlerinde yaşanan muazzam iyileşmeler insanoğlunun hayatını her geçen gün daha konforlu bir hale getirmektedir. Teknoloji ve lojistik anlamda yaşanan ve tarihte benzeri görülmemiş kapasite; üretim ve tüketim boyutuyla da günlük yaşamda izlenmektedir. Ancak yerkürenin kıt kaynaklarının bu denli rahat tüketilmesi çevresel taşıma kapasitesinin üstüne çıkılmasına sebep olmuştur. Doğanın yıkıcı gücü, şehirlerin insan sağlığını tehdit eden kirliliği her geçen gün daha belirgin hale gelmektedir. İşte bu ortamda arayışa giren farklı disiplinlerdeki araştırmacıların son dönem gündeminde yer edinmeye başlayan kavramlardan birisi de döngüsel ekonomidir. Kaynak kullanımını çok daha verimli hale getiren bu anlayış aynı zamanda tüketim boyutunda da çeşitli farklı bakış açılarının oluşmasına hizmet etmektedir. Bu olguyu destekleyen yenilikçi iş modelleri sayesinde daha sürdürülebilir nitelikteki yaşam biçimlerine geçilebileceği düşünülmektedir.

Bu çalışma ile döngüsel ekonomi konusunda en iyi olarak kabul edilen Almanya, genel bir bakış açısı ile ele alınmıştır. Almanya’da, döngüsel ekonomiye ilişkin geliştirilen politika ve uygulamaların incelenmesi ve en iyi uygulamaların vurgulanması yoluyla, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin bir yol haritasına kavuşturulabileceği düşünülmektedir. Bu açıdan bu çalışmanın sonraki çalışmalara ilham vermesi beklenmektedir. Döngüsel ekonomiye ilişkin mevcut başarılı örneklerin, en iyi uygulamaların farklı disiplinler tarafından incelenmesi ve tarihsel gelişiminin mercek altına alınması ile ortaya akademik derinliğe sahip eserlerin konulacağına inanılmaktadır.

KAYNAKÇA

ALMAN FEDERAL İSTATİSTİK OFİSİ (Statistisches Bundesamt) (2012). www.bmub.bund.de/P2218/

ALMAN ÇEVRE BAKANLIĞI (Federal Ministry for the Environment) (2018). Waste Management in Germany 2018.

https://www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/abfallwirtschaft_2018_en_bf.pdf



ANDERSEN, Mikael Skou (2007). "An Introductory Note on The Environmental Economics of the Circular Economy". **Sustainability Science**, 2(1), 133-140.

BILITEWSKI, Bernd (2012). "The Circular Economy and its Risks". **Waste Man.**32(1), 1.

BLOMSMA, Fenna ve Geraldine, BRENNAN (2017). "The Emergence of Circular Economy: A New Framing Around Prolonging Resource Productivity". **Journal of Industrial Ecology**, 21(3), 603-614.

BOCKEN, Nancy, de Pauw, I., Conny, BAKKER ve Van der GRINTEN, B. (2016). "Product Design and Business Model Strategies for a Circular Economy". **Journal of Industrial and Production Engineering**, 33(5), 308-320.

BOULDING, Kenneth (1966). "The Economics of the Coming Spaceship Earth". **Environmental Quality Issues in a Growing Economy**, 27-35.

D'AMATO, Dalia, Nils, DROSTE, Ben, ALLEN, Marianne, KETTUNEN, Katja, LÄHTINEN, Jaana, KORHONEN, ve Anne, TOPPINEN (2017). "Green, Circular, Bio Economy: A Comparative Analysis of Sustainability Avenues". **Journal of Cleaner Production**, 168, 716-734.

EUROPEAN ENVIRONMENT AGENCY (EEA) (2015). Circular economy in Europe. Developing the knowledge base. EEA Report No 2/2016, Copenhagen

EEA (2013). **EMEP/EEA Air Pollutant Emission Inventory Guidebook**, 2013 edition.

EMAF (Ellen MacArthur Foundation). (2018). **The Circular Economy Applied to the Automotive Industry**.

EMAF. (2013). **Towards the circular economy. Opportunities for the consumer goods sector**.

FICF (Finland's Independence Celebration Fund) ve Mckinsey (2014). **The Possibilities of Circular Economy for Finland**. SITRA, Helsinki, Finland

FROSC, Robert ve Nicholas GALLOPOULOS (1989). "Strategies for Manufacturing". **Scientific American**, 261(3), 144-153.

GEISSDOERFER, Martin, Paulo, SAVAGET, Nancy, BOCKEN ve Erik, HULTINK (2017). "The Circular Economy—A New Sustainability Paradigm?". **Journal of Cleaner Production**, 143, 757-768.

GENG, Yong, Jia, FU, Joseph, SARKIS ve Bing, XUE (2012). "Towards a National Circular Economy Indicator System in China: An Evaluation and Critical Analysis". **Journal of Cleaner Production**, 23(1), 216-224.

GENG, Yong, Brent, DOBERSTEIN (2008). "Developing the Circular Economy in China: Challenges and Opportunities for Achieving 'leapfrog development'". **The International Journal of Sustainable Development & World Ecology**, 15(3), 231-239.

GHISELLINI, Patrizia, Catia, CIALANI ve Sergio, ULGIATI (2016). "A Review on Circular Economy: The Expected Transition to a Balanced Interplay of Environmental and Economic Systems". **Journal of Cleaner Production**, 114, 11-32.

HAAS, Willi, Fridolin, KRAUSMANN, Dominik, WIEDENHOFER ve Markus, HEINZ (2015). "How Circular is the Global Economy?: An Assessment of Material Flows, Waste Production, and Recycling in The European Union and the World in 2005". **Journal of Industrial Ecology**, 19(5), 765-777.

HOMRICH, Aline, Graziela, GALVÃO, Lorena, ABADIA ve Marly, CARVALHO (2018). "The Circular Economy Umbrella: Trends and Gaps on Integrating Pathways". **Journal of Cleaner Production**, 175, 525-543.

JIAO, Wenting ve Frank, BOONS (2014). "Toward a Research Agenda for Policy Intervention and Facilitation to Enhance Industrial Symbiosis Based on a Comprehensive Literature Review". **Journal of Cleaner Production**, 67, 14-25.

KIRCHHERR, Julian, Denise, REIKE ve Marko, HEKKERT (2017). "Conceptualizing the Circular Economy: An Analysis of 114 Definitions". **Resources, Conservation & Recycling**, 127, 221-232.



LANKESTER, Arthur (2018). What is a Circular Economy? <https://www.changinggears.net/what-is-circular-economy/>

MACARTHUR, Ellen (2013). Towards the Circular Economy, Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition. *Ellen MacArthur Foundation: Cowes, UK*.

MASI, Donato, Steven, DAY ve Janet, GODSELL (2017). "Supply Chain Configurations in the Circular Economy: A Systematic Literature Review". *Sustainability*, 9(9), 1602.

MCNEILL, John (2001). **Something new under the sun: An environmental history of the twentieth-century world (the global century series)**. WW Norton & Company.

MEADOWS, Donella, Dennis, MEADOWS ve Jorgen, RANDERS (1992). **Beyond the limits: global collapse or a sustainable future**. Earthscan Publications, London.

MEJÍA-VÍLLA, Andres (2016). **What might be the design of a new generation of innovation models?. In Big Questions in Creativity**. Ics Press Buffalo.

METI (2004). **Handbook on Resource Recycling Legislation and 3R Initiatives**. Japanese Ministry of Economy, Trade and Industry, Tokyo.

MUSULIN, Kristin (2018). Germany is No. 1 on Politico's circular economy index for EU, <https://www.wastedive.com/news/germany-circular-economy-index-number-one-politico/523957/>

NELIGAN, Adriana (2016). *Moving towards a circular economy: Europe between ambitions and reality* (No. 9/2016). IW policy paper.

NELLES, Michael, GRÜNES, J., ve MORSCHECK, G. (2016). "Waste Management in Germany—Development to a Sustainable Circular Economy?". *Procedia Environmental Sciences*, 35, 6-14.

PEARCE, David ve Kerry TURNER (1990). **Economics of natural resources and the environment**. JHU Press.

PRESTON, Felix (2012). **A global redesign? Shaping the circular economy**. London: Chatham House.

PRIETO-SANDOVAL, Vanessa, Carmen, JACA ve Marta, ORMAZABAL, (2017). "Circular Economy: Relationship with the Evolution of the Concept of Sustainability and Strategies for its Implementation". *Memoria-Investigaciones en Ingeniería*, (15), 85-95.

REIKE, Denise, Walter, VERMEULEN ve Sjors, WITJES (2018). "The circular economy: New or Refurbished as CE 3.0? —Exploring Controversies in the Conceptualization of the Circular Economy through a Focus on History and Resource Value Retention Options". *Resources, Conservation and Recycling*, 135, 246-264.

RIZOS, Vasileios, Katja, TUOKKO ve Arno, BEHRENS (2017). "The Circular Economy: A review of Definitions, Processes and Impacts". *CEPS Research Report, 2017/8, April 2017*.

STAHEL, Walter (2016). "The Circular Economy". *Nature News*, 531(7595), 435.

SU, Biewi, Almas, HESHMATI, Yong, GENG ve Xiaoman, YU (2013). "A Review of the Circular Economy in China: Moving from Rhetoric to Implementation". *Journal of Cleaner Production*, 42, 215-227.

TECHNOPOLIS GROUP (in consortium with Fraunhofer ISI, Thinkstep and Wuppertal Institute), (2016). Regulatory barriers for the circular economy lessons from ten case studies. Final Report Technopolis Group.

UN (United Nations) (1987). Our Common Future - Brundtland Report.

UNEP (United Nations Environment Programme). (2015). Global Waste Management Outlook. *UNEP, Producer*, 11(07), 2016.

URBINATI, Andrea, Davide, CHIARONI ve Vittorio, CHIESA (2017). "Towards a New Taxonomy of Circular Economy Business Models". *Journal of Cleaner Production*, 168, 487-498.

WILTS, Henning (2017). Surprise, Surprise: Germany is not that Circular (Interview) <http://www.circularchange.com/circular-economy-germany/>



GJEBS

Global Journal of Economics and Business Studies
Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi
<http://dergipark.gov.tr/gumusgjebs> - ISSN: 2147-415X



Kış-2018

Winter-2018

Cilt: 7 Sayı: 14 (129-143)

Volume: 7 Issue: 14 (129-143)

YUAN, Zengwei, Jun, BI ve Yuichi, MORIGUICHI (2006). "The Circular Economy: A New Development Strategy in China". **Journal of Industrial Ecology**, 10(1-2), 4-8.

ZHAOQIAN, Li ve Qi, JIANGUO (2004). "Literature Review of Circular Economy Theory and Practice". **Journal of Quantitative and Technical Economics**, 9, 145-154.



**TÜRK KAMU MALİ YÖNETİMİNDE MALİ SAYDAMLIK: AVRUPA BİRLİĞİ
İLERLEME RAPORLARI ÇERÇEVESİNDE BİR DEĞERLENDİRME**

Mehmet ARIKAN¹

Serkan BENK²

ÖZET

Bu çalışma, Avrupa Birliği İlerleme Raporları çerçevesinde Türk Kamu Mali Yönetim Sistemindeki mali saydamlığın gelişim sürecini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda öncelikli olarak mali saydamlık kavramı tarihsel ve teorik çerçevede incelenmiştir. Daha sonra, Avrupa Birliği ilerleme raporları, Türkiye'deki mali saydamlık hakkındaki değerlendirmeleri, eleştirileri ve önerileri bakımından gözden geçirmiştir. Son olarak ise, bu konuda Türk Hükümetleri tarafından yapılan düzenlemeler tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mali Saydamlık, Türk Kamu Mali Yönetim Sistemi, AB İlerleme Raporları.

Jel Kodları: H30, H50, H60.

**FISCAL TRANSPARENCY IN TURKISH PUBLIC FINANCIAL ANAGEMENT:
AN EVALUATION WITHIN THE EUROPEAN UNION PROGRESS REPORTS**

ABSTRACT

This paper aims to evaluate the fiscal transparency progress in Turkish Public Financial Management System within the framework of the European Union Progress Reports. For this purpose, firstly the concept of fiscal transparency has been examined in the historical and theoretical framework. Afterwards, the European Union progress reports have been reviewed the assessments, criticisms and recommendations on fiscal transparency in Turkey. Lastly, arrangements made by Turkish Governments are discussed.

Keywords: Fiscal Transparency, Turkish Public Financial Management System, EU Progress Reports.

Jel Codes: H30, H50, H60.

1. GİRİŞ

Adam Smith'in 1776 yılında yayınladığı *Ulusların Zenginliği* adlı eserinden, John M. Keynes'in 1936 Genel Denge Teorisi adlı eserine kadar geçen süreçte, devletin ekonomi içindeki rolünün asgari seviyede olması gerektiği politikası hâkim olmuştur.³ Fakat I. Dünya Savaşı'ndan sonra İngiltere, Almanya ve ABD arasındaki karmaşık finansal ilişkiler, ABD ekonomisindeki tekelleşme eğilimi ve bankacılık sektöründeki risklerin; 1929 yılında yaşanan ve tüm dünyayı etkisi altına alan büyük bir buhrana neden olması, bu politikanın sarsılmasına neden olmuştur. 1932 yılında dönemin ABD başkanı Franklin D. Roosevelt'in, ABD'yi bu büyük buhrandan kurtarmak için ortaya attığı New Deal kavramı, kamu yatırımlarının artırılmasını ve böylelikle istihdam oluşturulmasını hedeflemiştir. New Deal düşüncesinin başarılı olup olmadığı ya da Keynesyen düşünce ile ne kadar uyumlu olduğu tartışmaları bir kenara bırakılırsa, ortaya çıkan sonuç; devletin ekonomideki rolünün etkinleştirilmesidir.

Bilindiği üzere Büyük Buhran'dan sonra, devlet; vergi, bütçe, dış ticaret ve kota uygulamaları gibi enstrümanlarla piyasaya müdahale etmeye başlamıştır. O dönemde buhrandan kurtulmanın çaresi, devletin

¹ Mali Hizmetler Uzmanı, Malatya Büyükşehir Belediyesi, mehmetarikan@malatya.bel.tr

² Prof.. Dr., İnönü Üniversitesi Maliye Bölümü Öğretim Üyesi, serkan.benk@inonu.edu.tr

³ Her ne kadar Smith'in aslında toplumun yararına bazı kamu hizmetlerini yürütecek ve organize edecek olan bir tür "sosyal devlet" anlayışını benimsemiş olduğu düşüncesine sahip kimseler varsa da Smith'in nihai hedefinin sosyal devlet olduğu ve fakat bu hedefe devletin asgari müdahaleleri ile ulaşılabileceğini düşündüğü çıkarımı daha doğru görünmektedir.



piyasalara paternal bir bakış açısı ile yaklaşması düşüncesinin üzerine temellenmiştir. Sonuç olarak bu politikalar beraberinde kamu kesiminin büyümesine, daha çok sorgulanmasına ve yönlendirici bir güç olarak gelişmesine neden olmuştur.

Doğaldır ki kamu kesiminin büyümesiyle; gelir, gider, borç ve yatırım gibi mali politikalar buhran öncesine göre daha çok sorgulanır hale gelmiştir. Öte yandan, küreselleşme olgusunun mali politikaları ve piyasaları birbirlerinden ayıramaz bağlarla bir bütün haline getirmesi, krizlerin evrensel boyutlara ulaşmasına neden olmuştur. Etkileri, ulusal sınırları aşan bu krizler; saydamlık, hesap verebilirlik, yolsuzluk ve kaynakların etkin kullanımı gibi kavramların önem kazanmasına neden olmuştur. İşte bu kavramların önem kazanmaya başlamasıyla, 1980’li yılların sonunda “*yönetişim*” kavramı ortaya çıkmıştır. Karşılıklı etkileşimi ön planda tutan, birlikte yönetmek anlamına gelen bu kavramla; katılımcı, saydam, hesap verebilir ve paylaşımcı bir yapı öngörülmüştür. 1990’lı yıllara gelindiğinde ise Latin Amerika, Uzak Doğu Asya, Rusya ve Türkiye’de yaşanan finansal krizler; IMF, OECD, COSO ve INTOSAI gibi organizasyonların dikkatini çekmiş, yönetim kavramı ve bu kavramın mali saydamlık, hesap verebilirlik gibi mali ilkeleri iyice önem kazanmıştır.

Türk Kamu Mali Yönetimi⁴ de tüm bu gelişmeleri yakından takip ederek, 2000’li yılların başında büyük bir reforma gitmiştir. Kamu mali yönetimi, kamu ihale mevzuatı, bilgi edinme hakkı ve dış denetime ilişkin olan bu düzenlemeler; kamu borçlarının düşürülmesi, saydamlık, bütçe dengesi, hesap verebilirlik, performans yönetimi, iç kontrol, yolsuzlukla mücadele, kaynakların etkin kullanımı gibi kavramların üzerine inşa edilmiştir. Bu reformların hayata geçirilmesinde; 2001 krizi, küresel piyasalara uyum sağlayabilme çabası ve Türkiye’nin Avrupa Birliği⁵ üyelik süreci son derece önemli etkenler olmuşlardır. AB üyelik süresince, Avrupa Komisyonu tarafından oluşturulan ilerleme raporlarında, mali konulara ilişkin eleştiri, tavsiye ve tespitler son derece önemlidir.

Bu çalışma AB ilerleme raporları çerçevesinde Türkiye’de mali saydamlığın gelişimini incelemeyi amaçlamaktadır. Söz konusu amaç doğrultusunda öncelikli olarak “mali saydamlık” kavramı üzerinde durulmuştur. Daha sonra ise, Türkiye’de mali saydamlığın gelişimi AB ilerleme raporları çerçevesinde incelenmiştir. Son olarak çalışma sonlandırıcı düşüncelerin yer aldığı değerlendirme ve sonuç başlığı ile tamamlanmıştır.

2. MALİ SAYDAMLIK KAVRAMI

“Saydamlık”, Latince “*trans=öte*” ile “*parere=görünmek*” ya da bir “*tarafıtan diğer tarafı görmek*” kelimelerinin bir araya getirilmesiyle oluşturulmuş bir kavramdır. Bu kavram, İngilizce “*transparency*” teriminin karşılığı olarak kullanılmaktadır (Cansız, 2000: 267-268). Çağatayca’da “*ışığı içinden zayıflatmadan geçirdiği için, arkasındaki cisimlerin net olarak görülmesine engel olmayan madde, şeffaf*” anlamına gelmektedir. (<http://lugatim.com-05.10.2018>) Türk Dil Kurumu ise bu tanımlamaya benzer açıklamalarla birlikte; “*saydam*” kelimesinin, “*açık, seçik, belirgin*” anlamlarına geldiğini ifade etmektedir. Bu anlam, sathi olarak kamu yönetimi sistemi içerisinde kullanılan saydamlık kavramına da karşılık gelmektedir (<http://www.tdk.gov.tr>, 29.12.2018).

Bu noktada açıklanmaya muhtaç olan bir diğer konu da “*şeffaflık*” kavramı ve bu kavramın saydamlıkla olan ilişkisidir. Şeffaf, “*bakılınca arkası görünmek, ince olmak*” ve “*ışığı içinden geçirdiği için arkasındaki cisimlerin net olarak görülmesine engel olmayan, saydam*” anlamına gelmektedir (<http://lugatim.com-05.10.2018>). Saydamlık, AB İlerleme Raporlarında, Ulusal Programlarda ve AB Genişleme Stratejisi Belgelerinde şeffaflık kavramı ile aynı anlamda kullanılmaktadır. Tüm bu etimolojik açıklamalardan sonra, kavramı biraz daha özelleştirerek, kamu mali yönetimi içindeki kullanımını çeşitli yazarların farklı bakış açıları ile aşağıdaki gibi açıklamak mümkündür.

Mali saydamlık; devletin yapısının, işlev ve görevlerinin, maliye politikası amaçlarının, kamu kesimi bütçesinin ve planlarının kamuoyuna karşı açık olmasını ve kamu faaliyetleri hakkındaki bilgilerin; güvenilir, kapsamlı, hazır, zamanında erişilebilir, anlaşılabilir ve uluslararası verilerle karşılaştırılabilir olmasını ifade eden bir kavramdır (Kopits ve Craig 1998: 1). Mali saydamlık, hükümetlerin; memurların ve bürokratların etkili ve kapsamlı hesap verebilirliğini sağlayan bir araçtır. Hükümet politikalarının oluşturulması ve uygulanmasında iyi organize edilmiş bir bakış açısını yansıtır (Premchand, 2001: 3). Hesap verme sorumluluğu

⁴ Bundan sonra, TKMY olarak kullanılacaktır.

⁵ Bundan sonra, AB olarak kullanılacaktır.



çerçevesinde, kendisine kaynak tahsis edilenlerin ve yetki verilenlerin, bu yetkilerin ve kaynakların nasıl kullanıldığını ortaya koymasının zorunluluğu sağlar (T.C. Sayıştay Başkanlığı, 2002: 2). Basit, anlaşılır ve teknik olmayan bir tanımlama ile de mali saydamlık; devletin, halktan aldığı kaynaklarla ne yaptığı hakkındaki tüm hikâyeyi ve gerçekleri halka doğru bir biçimde anlatması, devletin yaptığı mali işlemlerle ilgili gerçeklerden tasarruf etmemesi durumudur, diyebiliriz (Emil ve Yılmaz, 2004: 15). Bir diğer ifade ile kamu kaynaklarının kim tarafından, nasıl ve hangi amaçla kullanıldığı bilgisinin var olması, şeklinde ifade edilebilir (Atiyas ve Sayın, 2000: 28). Ayrıca mali saydamlık; devletin yapısı, fonksiyonları, maliye politikasının amaçları ve bütün mali projeksiyonlar konusunda kamunun açık ve şeffaf olması anlamını da taşımaktadır (Karakurt vd., 2015: 324). Bütün bu tanımlamalardan yola çıkarak; mali saydamlık, devlet bütçesinin; hükümetin mali plan, program ve politikalarının; kamu faaliyetlerine ilişkin harcamaların ve bu harcamalara ilişkin sonuçların; egemenliğin kaynağı olan toplumsal irade ile paylaşılması; açık, ulaşılabilir, anlaşılabilir ve uluslararası uygulamalar ile kıyas edilebilir olmasını ifade etmektedir, diyebiliriz.

Uygulamada mali saydamlık kavramının farklı boyutları vardır. Bunlardan birincisi, hükümetin mali plan ve politikalarının ve bunlara ilişkin tahminlerin güvenilir olmasıdır. İkincisi ise detaylı, sınıflandırılmış ve kapsamlı mali bilgilerdir. Üçüncü boyutu ise seçilenler ile atanan yetkililere yönelik menfaat çatışmasını önleyici kurallar, bilgi edinme özgürlüğü, şeffaf düzenleyici çerçeveler, açık kamu alımları ve istihdam politikaları, vergi yetkilileri için uyulması gereken davranış kuralları ve yayımlanmış performans denetim raporları yer almaktadır. Mali saydamlığın bu üç boyutu, etkin mali politikalar için gerekli şartlardır ve kamunun hesap verebilirliğini tesis eder (Kopits ve Craig, 1998: 1-2).

3. KAMU MALİ YÖNETİMİNDE SAYDAMLIĞIN GELİŞİMİ

Mali saydamlık kavramının temelinde, denetim olgusu vardır. Devlet bütçesinin, mali plan ve politikaların, bu plan ve politikalara ilişkin sonuçların; açık, erişilebilir ve uluslararası standartlar çerçevesinde başka örneklerle kıyaslanabilir olması ancak tüm bu süreçleri denetleyecek, kontrol edecek ve yorumlayacak bir bilincin varlığı ile anlamlı olacaktır. Nitekim TKMY'ni tasarlayan 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununun⁶ mali saydamlık başlıklı 7. maddesinde yer alan: “Her türlü kamu kaynağının elde edilmesi ve kullanılmasında denetimin sağlanması amacıyla kamuoyu zamanında bilgilendirilir.” ifadesi, bu düşüncüyü desteklemektedir.⁷ Kanun koyucu, kamuoyunun bilgilendirilmesi gerekliliğini, denetimin sağlanması hedefine yöneltmektedir. Bu sebeple, mali saydamlık kavramının tarihsel gelişimi meselesini, denetim kavramının ortaya çıkışı ile birlikte değerlendirmek yerinde olacaktır. Çünkü her ne kadar mali saydamlık kavramı, lafzî olarak çok eski tarihlere dayanmasa da bu kavramla ulaşılmak istenilen amaçlar, toplum-devlet ilişkilerinin ortaya çıktığı ilk dönemlerde dâhi tartışılmıştır.

Vergileme, vergi denetimi ve genel olarak bütçe hakkının gelişimi mali saydamlığın gelişimi ile yakından ilgilidir. Her ne kadar modern vergileme tekniklerinden ve denetim sistemlerinden söz etmek mümkün olmasa da Eski Mısır, Babil, Hitit ve Eski Yunan’da farklı isimler altında vergilerin toplandığı bilinmektedir (Öztürk, 2014: 4816). Tarihi verilerin, denetimin 5000 yıl öncelere, Ninova kentine kadar dayandığını göstermesi (Sharkansky, 1991: 5) ve yine Eski Mısır, Yunan ve Roma medeniyetlerinde kamu kaynaklarının kontrol edildiğini gösteren kanıtların olması, özellikle vergi denetiminin çok eskilere dayandığını göstermektedir (Khan, 1995: 15).

Orta Çağ’da, Fransa ve İngiltere gibi kral ve soylu ailelerin yönettiği toplumlarda, krallık giderlerinin büyük oranda mülk gelirlerine ya da krala ayrılmış ayrıcalıklı gelirlere dayandığı bilinmektedir. Savaş gibi büyük masraflar, bu gelirlerle karşılanamadığı için, geçici vergi uygulamalarının yapıldığı fakat bu vergi gelirlerinin, çoğu zaman tam anlamıyla kontrol edilemediği de belirtilmelidir (Bağlı, 2012: 58-59).

13. yüzyılın hemen başlarına gelindiğinde, İngiltere Kralı Yurtsuz John ile vasallar arasındaki hak, borç ve yükümlülükleri düzenleyen bir antlaşma olan 1215 Magna Carta Libertium karşımıza çıkmaktadır (Mosca, 1948: 37). Bu antlaşma metninin ortaya çıkış nedenleri ve vergileme sistemine ilişkin hükümleri, mali saydamlık kavramının tarihsel gelişiminde önemli bir yere sahiptir. Çünkü demokrasi ve hukuk gibi kavramların bugünkü modern yapısına evrilmesinde temel olarak görülen bu antlaşmanın ortaya çıkışı dâhi

⁶ Bundan sonra KMYKK olarak geçecektir.

⁷ Türk Kamu Mali Yönetimi’nde, mali saydamlığın gelişimi, “AB İlerleme Raporları Çerçevesinde Türkiye’de Mali Saydamlık” başlığı altında detaylı olarak incelenecektir.



büyük oranda hak, borç ve alacak gibi kavramların bir resmîyete bağlanması arzusundan kaynaklanmıştır. Magna Carta Libertium'da yer alan; genel meclisin izni olmadıkça askerlik hizmeti karşılığı olarak vergi ya da yardım parası alınamayacağı, vergi miktarını krallığın genel meclisinin belirleyeceği, tüccarların bütün kötü vergilerden muaf olarak alışveriş yapabileceği gibi maddeler bu düşüncemizi destekler nitelikte kanıtlar olarak gösterilebilir.

13. yüzyıldaki bir diğer önemli gelişme de İtalyan kent devletlerine dayanan modern vergileme sistemlerinin ortaya çıkması, vergilerin düzenli bir gelir haline dönüşmesi ve daha sonraları vergileme sistemlerinin aynı ekonomi yerine nakdi ekonomi sistemi üzerine inşa edilmesidir (Gürkan, 2014, 45). Bu evrilme süreci kontrol edilebilirliği artırmıştır ve bugünün hesap yargılamalarının yapıldığı organlar olan, Sayıştayların temelleri de yine o yıllarda atılmıştır (Köse, 2007: 20).

Rönesans hareketlerinin başlangıç yıllarına gelindiğinde ise eğitime verilen önemin toplum hayatını her yönüyle önemli derecede etkilediği görülmeye başlanmaktadır. Bilgi ve eğitimin önemi, o dönemlere kadar ilgili olmayan orta sınıf tarafından da kavranmaya başlanmış ve artan eğitim masraflarına rağmen eğitime olan talep büyük oranda artmıştır. Özellikle 14. yüzyıl İngiltere'sinde yaşanan bu gelişmeler, toplumda önemli dönüşümlere yol açmıştır (Gümüş, 2010: 30). Bu noktada belirtmek gerekir ki bir devlet veya hükümet sistemi olan demokrasinin kökeni, Eski Çağ Yunan düşüncesine dayanmakla birlikte Rönesans ve Yeni Çağ'da dini, felsefi, hukuki ve siyasi mahiyette çeşitli kaynaklardan beslenerek öncelikle İngiltere olmak üzere Amerika ve Fransa'da gelişmiş ve bütün dünyaya yayılmıştır (Kuzu, 1992: 335). Örneğin 18. yüzyıl Fransa'sında, vergi sistemindeki adaletsizliği gidermeye ve idari yapının etkin kılınmasına yönelik reformlar yapılmışsa da özellikle de vergi sistemindeki adaletsizlik, toplumun alt tabakasında yer alan kesimlerin isyanlarına neden olmuştur. 18. yüzyılda yaşanan bu irili ufaklı isyanlar, 1789 yılına gelindiğinde, mutlakiyetin reform sürecinde köylülüğü daha çok ezmesi ile Fransız Devrimi'nin yaşanmasına neden olmuştur (Geçgin, 2012: 70). İktisadi ve siyasi rejimlerin totaliterlikten demokrasiye doğru evrilmesinde ve yöneticilerin kamu kaynakları üzerindeki kullanım yetkilerinin kurallara bağlanmasında; bütçeler, birer sosyal sözleşme fonksiyonu olmuşlardır (Dedeoğlu vd., 2000: 46). Mesela İngiliz Haklar Dilekçesi ve Haklar Bildirisinde, bütçeye ilişkin bilgilere yer verildiği görülmektedir. Bu gelişmelerin temelinde yatan başlıca mali nedenleri; kamu kaynaklarının elde edilmesi ve kullanılması sürecinde yaşanan hukuksuzluklar, antidemokratik yönetim modelleri, kamu hesaplarının keyfi kullanımı, vergileme sistemlerinin adaletsizliği, yöneticilerin hesap verme sorumluluklarının olmaması ve denetlenememeleri, şeklinde sıralamak mümkündür.

1980'lerde popüler bir kavram olarak karşımıza çıkan ve dünyadaki sosyal, kültürel ve iktisadi faaliyetler ile iktisadi aktörler arasındaki yeni yapıyı ve bağlantıyı açıklamada kullanılan küreselleşme olgusunun da saydamlık üzerinde önemli etkileri olmuştur. Özellikle iktisadi küresel rekabet, piyasaların işleyebilmesi bakımından saydamlığı zorunlu kılmıştır (Armstrong, 2005: 3).

1990'lı yıllara gelindiğinde, sırasıyla; Latin Amerika, Uzak Doğu Asya ve Türkiye'de yaşanan finansal krizler, bu alanda mevcut uluslararası yapıların hâlâ zayıf olduğunu göstermekle birlikte; başta IMF olmak üzere uluslararası kuruluşların da enerjilerini bu yöne kanalizetmelerini sağlamıştır. Yaşanan finansal krizlerden çıkartılan sonuçlar, uluslararası atmosfer ve küreselleşmenin de etkisiyle ulusal düzeyde kamu hesaplarının saydamlığının sağlanmasına olan talebi artırmış ve kavram, özellikle 1997 yılından itibaren tartışılmaya başlanmıştır (Emil ve Yılmaz, 2004: 11-12).

Saydamlığın, yeni kamu yönetimi anlayışı ve mali reformlarda taşıdığı önem nedeniyle IMF Yönetim Kurulu Geçici Komitesinin üye ülkeler için 16 Nisan 1998 tarihinde yapılan toplantısında, saydamlık ilkesi bakımından ideal kuralları düzenleyen Mali Saydamlık İyi Uygulamaları Tüzüğü kabul edilmiştir. Tüzükle, uzun vadede sistemin ürettiği verilerle ülkenin mali sürdürülebilirliğinin doğru bir şekilde değerlendirilebilmesinin ve kısa vadede ise etkili bir bütçe için bütçe dışı faaliyetler ve koşullu yükümlülükler hakkında yeterli bilgi üretilmesinin sağlanması amaçlanmıştır. (Kızıldaş, 2001: 3) Tüzükte belirlenen temel kuralları şu şekilde özetlemek mümkündür (IMF, 1998):

I. Rol ve Sorumlulukların Açıklığı: Kamu kesimi ile ekonominin geri kalanı arasındaki ayrım net bir şekilde ortaya konmalıdır ve kamu kesiminde roller çok iyi tanımlanmalıdır. Bütçe, tüm kamu kesimini kapsamalıdır. Hükümetin piyasalarda oynadığı rol, kamuoyuna açık olmalıdır. Yasama, yürütme ve yargı erkleri arasındaki sorumluluk dağılımı net bir şekilde tanımlanmalıdır. Mali yönetim için; şeffaf, net, hukuksal ve idari bir çerçeve oluşturulmalıdır. Vergiler, kanuni olmalıdır; vergi kanunları ulaşılır ve anlaşılır olmalıdır. Kamu görevlileri için geçerli olan etik değerler, net bir şekilde duyurulmuş olmalıdır.



II. Bilginin Kamuoyuna Açıklığı: Kamuoyu hükümetin geçmiş, mevcut ve gelecekteki mali aktiviteleri hakkında bilgilendirilmelidir. Takip eden 2 yıla ait önemli bütçe bileşenlerinin tahminleri ve önceki 2 mali yılın verileri karşılaştırılabilir şekilde ortaya konmalıdır. Vergi harcamaları, mali faaliyetlerin yapısı ve hükümet borçları yıllık bütçeler ile birlikte yayınlanmalıdır. Mali bilgilerin kamuoyu ile paylaşılması konusunda takvimler belirlenmeli ve somut taahhütler ortaya konmalıdır.

III. Bütçe Hazırlığının, Uygulanmasının ve Raporlanmasının Açıklığı: Bütçe ile ilgili dokümanlar, mali politika hedeflerini ve önemli mali riskleri de belirtmelidir. Benimsenen tüm mali kuralları ve bunların denetim prosedürleri şeffaf olmalıdır. Bütçe uygulamaları denetime tabii tutulmalı, programlar ve bunların sonuçları yasama meclisine raporlanmalıdır. Bütçe dışı faaliyetlere ilişkin bilgi ve belgeler de yasamaya sunulmalı, bütçeye ilişkin önemli riskler belirlenmeli ve rakamsal olarak ortaya konulmalıdır. Güvenilir, kapsamlı ve uyumlu bir muhasebe sistemi oluşturulmalıdır. Bütçe içi ve bütçe dışı sonuçlar, yıl içerisinde düzenli olarak raporlanmalıdır.

IV. Dürüstlüğün Güvencesi/Bağımsızlığı: Mali bilgilerin doğruluğu ve güvenilirliği, halka ve bağımsız denetime açık olmalıdır. Makroekonomik tahminler bağımsız uzmanlarca erişilebilir olmalıdır. Mali istatistiklerin doğruluğu ve güvenilirliğini artırmaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

4. AB İLERLEME RAPORLARI VE TÜRKİYE'DE MALİ SAYDAMLIK

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, tercihini Batı Bloğu içinde yer almaktan yana kullanan Türkiye, NATO'ya kabul edilmesinin ardından, 1959 yılında Avrupa Ekonomik Topluluğuna⁸ da başvurarak, bir anlamda bundan sonraki bütün ekonomik ve politik kararlarını etkileyecek olan önemli bir adım atmıştır (Uysal, 2001: 141).

1960 askeri müdahalesi sonucu, AET ile müzakereler kesintiye uğramış ve iki yıl sonra demokratik düzene yeniden geçilmesi üzerine süreç yeniden başlatılmıştır. AET Bakanlar Konseyi, Türkiye'nin yapmış olduğu başvuruyu kabul ederek üyelik koşulları gerçekleşinceye kadar geçerli olacak bir ortaklık antlaşması imzalanmasını önermiştir (<https://www.ab.gov.tr>, 10.10.2018). Ankara Antlaşması olarak bilinen 12 Eylül 1963 tarihli bu senedin, 28. maddesinde yer alan “Antlaşma'nın işleyişi, Topluluğu kuran Antlaşmadan doğan yükümlülüklerin tümünün Türkiye'ce üstlenilebileceğini gösterdiğinde, Akit Taraflar, Türkiye'nin Topluluğa katılması olanağını incelerler” hükmü ile nihai hedefin Türkiye'nin AET'ye tam üyeliği olduğu anlaşılmaktadır (<https://www.ab.gov.tr>, 10.10.2018).

Ankara Antlaşması, Türkiye'nin AET'ye entegrasyonu için hazırlık dönemi, geçiş dönemi ve nihai dönem olmak üzere üç önemli devre öngörmüştür. 1963 yılında, bu antlaşmanın imzalanması ve 1964 yılında yürürlüğe girmesi ile Türkiye-AET arasında, tam üyeliğe açık ortak üyelik tesis edilmiş ve Hazırlık Dönemi başlamıştır (Gencer, 2011: 2). Bu dönemde, Türkiye herhangi bir taahhüt altına girmemiş, taraflar arasındaki ekonomik farklılıklarının azaltılması amaçlanmış ve iki taraf arasında bazı kurumlar oluşturulmuştur (<https://www.ab.gov.tr>, 12.10.2018).

1970 yılında imzalanan ve 1973 yılında yürürlüğe giren Katma Protokol ile birlikte, hazırlık dönemi sona ermiş ve geçiş dönemine ilişkin koşullar belirlenmiştir. AB-Türkiye ilişkileri, 1970'li yılların başından 1980'lerin ikinci yarısına kadar, siyasi ve ekonomik nedenlerden dolayı istikrarsız bir seyir izlemiştir. 12 Eylül 1980 askeri darbesinden sonra, ilişkiler resmen askıya alınmıştır. 1987 yılında Türkiye, Ankara Antlaşması'nda öngörülen dönemlerin tamamlanmasını beklemeden, üyelik başvurusunda bulunmuş fakat komisyon, 1989 yılında bu başvuruyu reddetmiştir. 1995 yılında yapılan Ortaklık Konseyi toplantısında alınan karar uyarınca, Türkiye ile AB arasındaki Gümrük Birliği 1 Ocak 1996 tarihinde yürürlüğe girmiş ve böylece AB-Türkiye ortaklık ilişkisinin son dönemine geçilmiştir. Gümrük Birliği, Türkiye'nin AB ile bütünleşme hedefine yönelik ortaklık ilişkisinin en önemli aşamalarından biridir ve AB-Türkiye ilişkilerine ayrı bir boyut kazandırmıştır (<https://www.ab.gov.tr>, 12.10.2018).

⁸ Avrupa Ekonomik Topluluğu, European Economic Community. Belçika, Hollanda, Fransa, İtalya, Federal Almanya ve Lüksemburg tarafından; 1957'de Roma Antlaşması kurulmuştur. Antlaşma, işgücü ile mal, hizmet ve sermayenin serbest dolaşımına dayanmaktadır. Berlin Duvarı'nın yıkılması, Merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerinin Sovyet denetiminden kurtulmaları ve demokratikleşmeleri, Sovyetler Birliği'nin çözülmesi gibi Avrupa'nın siyasi yapısını değiştirdi. Üye Devletler, bağlarını güçlendirme kararlılığıyla, temel özellikleri 9-10 Aralık 1991'de Maastricht'te toplanan AB Zirvesi'nde kararlaştırılan yeni bir Antlaşmanın müzakerelerine başladılar. Maastricht Antlaşması, diğer adıyla AB Antlaşması, 1 Kasım 1993 tarihinde yürürlüğe girdi. Bundan sonra, AET olarak kullanılacaktır.



1998 yılında, Avrupa Komisyonu tarafından Türkiye'nin katılım yönünde ilerlemesine ilişkin Komisyon görüşlerini içeren ilk Türkiye'nin Katılım Yönünde İlerlemesi Üzerine Komisyon'un Düzenli Raporu yayımlanmıştır (<https://www.ab.gov.tr>, 15.10.2018). İlerleme Raporları, Komisyon'un adaylık statüsü kazanan ülkenin, AB müktesebatına uyum alanında kaydettiği ilerlemeleri ve bu alanda gözlemlediği eksiklikleri yıllık bazda değerlendirdiği belgelerdir. Komisyon, ilerleme raporlarını oluştururken; aday ülke nezdindeki AB Delegasyonundan, uluslararası finans kuruluşlarından, sivil toplum kuruluşlarından ve aday ülkenin kamu kurumlarından resmî olarak elde ettiği geri bildirimlerden istifade eder (<https://www.ab.gov.tr>, 15.10.2018). Bu raporlar, aday ülkelerin üyeliğe hazırlık sürecinde kaydettiği ilerlemeyi değerlendirmektedir.

1999 yılında Helsinki'de yapılan AB Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi'nde Türkiye'nin adaylığı resmen onaylanmış ve diğer aday ülkelerle eşit konumda olacağı açık ve kesin bir dille ifade edilmiştir. 8 Mart 2001 tarihinde Türkiye için hazırlanan ilk Katılım Ortaklığı Belgesi, AB Konseyi tarafından onaylanmıştır. Katılım Ortaklığı Belgesi'nde yer alan önceliklerin hayata geçirilmesine yönelik program ve takvimi içeren Ulusal Program ise 19 Mart 2001 tarihinde Türk Hükümeti tarafından onaylanarak, 26 Mart 2001 tarihinde Avrupa Komisyonu'na sunulmuştur (<https://www.ab.gov.tr>, 16.10.2018).

2004 yılındaki Brüksel Zirvesi'nde, AB-Türkiye ilişkilerinde bir dönüm noktası daha yaşanmış ve Türkiye'nin siyasi kriterleri yeteri ölçüde karşıladığı belirtilerek 3 Ekim 2005'te müzakerelere başlanması kararı alınmıştır. Türkiye için Müzakere Çerçeve Belgesi yayımlanmış ve katılım müzakerelerinde şu ana kadar 16 fasıl açılmış, bir tanesi ise geçici olarak kapatılmıştır (<https://www.ab.gov.tr>, 16.10.2018).

2007 yılında, Türkiye'nin AB Müktesebatına Uyum Programı açıklanmış ve 2008 yılında ise AB Konseyi, Türkiye İçin Katılım Ortaklığı Belgesi'ni kabul etmiştir. 2011 yılına gelindiğinde, AB Bakanlığı kurulmuş ve 2014 yılında Türkiye'nin Yeni AB Stratejisi ile AB'ye Katılım İçin Ulusal Eylem Planı'nın I. ve II. aşamaları açıklanmıştır. 2015 yılında, ilk defa AB-Türkiye Zirvesi yapılmış ve 2016 yılında ise AB'ye Katılım İçin Ulusal Eylem Planı (2015-2019) güncellenmiştir. 2017 yılında AB-Türkiye ilişkilerinin önemini ele alındığı Sivil Toplum Diyalogu Toplantıları; akademisyenlerin, medya ve iş dünyası temsilcilerinin katılımıyla Londra'da gerçekleştirilmiştir (<https://www.ab.gov.tr>, 27.10.2018).

Aday ülkelerin üyeliğe hazırlık sürecinde kaydettiği ilerlemeleri değerlendiren İlerleme Raporları, Türkiye için 1998 yılından itibaren, 2017 yılı hariç olmak üzere, her yıl yayınlanmaktadır. 1998 yılında yayınlanan ilerleme raporunda; yolsuzluk, bütçe, kamu borçlanması ve vergi gibi temel konulara ilişkin tespitler yapılmışsa da saydamlık kavramına değinilmemiştir.

1999 yılı ilerleme raporunda Bankalar Kanununun, sektörde saydamlığın artırılması yönünde önemli bir adım olduğu belirtilmiştir. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu'nun kurulması, mevcut kurulların sıkılaştırılması ve cezaların artırılması olumlu gelişmeler olarak gösterilmiştir. Bu yöndeki uygulamaların devam edilmesine yönelik tavsiyelerde bulunulmuştur (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 1999: 21-23).

1999 yılı sonunda IMF ile üzerinde anlaşmaya varılan stand-by düzenlemesi ile mali disipline ve kamu sektöründe yapısal reformlara dayalı bir istikrar programı yürürlüğe konulmuştur. Bu düzenleme ile mali saydamlık, bütçe ve harcama yönetimi ile ilgili taahhütler somutlaştırılmıştır. Kamu açıklarının doğru ölçülmesi ve bütçe dışı fonların bütçe içine alınması, mali saydamlık kavramının öncelikli konuları arasında yer almıştır (Emil ve Yılmaz, 2004: 21).

2000 yılındaki raporda, 61 adet bütçe dışı fonun 27 tanesinin tasfiye edilmesiyle kamu maliyesinin saydamlığını artırmaya yönelik önemli adımlar atıldığı ve bu konuda ilave çabaların hâlâ gerekli olduğu vurgulanmıştır (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2000: 21). Kamu alımları sisteminin, daha saydam hale getirilmesine ve bu konuda hesap verme sorumluluğunun artırılması gerektiğine dikkat çekilmiştir. Topluluğun devlet yardımlarının, düzenli yıllık raporlar yoluyla saydamlığının artırılmasına ve genel devlet yardımı sistemine dikkat gösterilmesi istenilmiştir. Mali kontrol ve saydamlığı artırmaya yönelik spesifik eylemlere girilmiş olması, önemli gelişmeler olarak değerlendirilmiştir. Fakat mali sistemin, hâlâ mali saydamlık ve kamuya hesap verme sorumluluğu gibi modern ilkelere dayalı olmadığı da eleştirilmiştir. Bu dönemde Dünya Bankası ve IMF değerlendirmeler yapmış; mali saydamlık yeni reformlar için öncelikli alanlar içinde gösterilmiştir (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2000: 21).

2001 yılında kamu kesimi kaynak tahsisinde şeffaflık ve yolsuzlukla mücadeleyle ilişkin bir dizi tedbirler öngörülmüşse de (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2001: 18) yolsuzluğun hâlâ ciddi bir sorun olmaya devam ettiği değerlendirilmiştir. Kamu iç mali kontrol sisteminin şeffaflık açısından da uluslararası kabul görmüş prensiplerle uyumlu olmadığı ifade edilmiştir. Şeffaflığı artırmak için başlatılan girişimlere rağmen,



yolsuzluğun hâlâ ciddi bir sorun olmaya devam ettiği, ayrıca yolsuzluk ve kara para aklama ile ilgili olarak Avrupa Konseyi Sözleşmelerinin imzalanmış olması da önemli bir gelişme olarak değerlendirilmiştir. Yatırımların artırılması ve yatırım ortamının ciddi bir şekilde geliştirilmesi için idari işlemlerin azaltılması ve şeffaflığın artırılmasının gerektiği tavsiye edilmiştir (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2000: 21).

Ocak 2002’de, hükümet, Kamuda Saydamlığın Artırılması ve Etkin Yönetim konusunda bir eylem planı kabul etmiştir. (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2002: 12) Bu planın, saydamlığın artırılması suretiyle yolsuzluğun önlenmesine katkı sağlayacağına vurgu yapılmıştır. Yine bu dönemde saydamlığın artırılması ve yolsuzluğun engellenmesi amacıyla, Kamu İhale Kanunu kabul edilmiştir. Kamu ihaleleri, mali yönetim ve mali kontrole ilişkin olarak son dönemlerde kabul edilen kanunlar ile Kamu İhale Kurumu’nun kurulmuş olması ve bütçe dışı fonların bütçeye dâhil edilmesi saydamlığı artıran önemli adımlar olarak görülmüştür. 2001 yılında yaşanan mali krizden çıkarılan dersler sonrasında, kamu yönetiminin etkinliğini ve kamu hesaplarının saydamlığını artırmak amacıyla özellikle bankacılık sektörünün güçlendirilmesine yönelik alınan önlemlerin ekonominin şoklara karşı direncini artıracığı tespiti yapılmıştır (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2002: 40).

2000 ve 2001 yıllarında yaşanan krizler, ekonomideki diğer aksaklıkların yanı sıra mali saydamlığın sağlanmasında gecikilmesinin ve kurumsal yapıların bu gerekliliğe ayak uyduramamasının da maliyetini ortaya çıkarmıştır. Saydamlık ilkesinin zayıflığı, 2001 yılı itibariyle 40 milyar dolara yakın bir yükün devletçe üstlenilmesine ve kamu borçlarının GSMH’ya oranının % 90 seviyesine çıkmasına yol açmıştır (Emil ve Yılmaz, 2004: 21-22).

2003 yılı ilerleme raporuna geçmeden önce, önceki yıllarda AB tarafından yapılan eleştiriler doğrultusunda TKMY’ndeki yapısal değişimin irdelenmesi faydalı olacaktır. Bilindiği üzere TKMY, 1927 yılında çıkarılan 1050 sayılı Muhasebe-i Umumiye Kanunu’yla düzenlenmiş, uzun yıllar boyunca az sayıda değişikliğe uğramış olmakla birlikte kamu mali yönetimimizi düzenleyen temel kanun olma niteliğini sürdürmüştür. Fakat bu kanun; kalkınma planları ile bütçeler arasında sıkı bir bağ kurulamaması, bazı mali işlemlerin bütçelerde yer almaması, bütçe uygulamalarının mali yılla sınırlı olması, kamu harcamalarında sistemli, sürekli ve etkin bir denetimin gerçekleştirilememesi, çok yıllık bütçeleme sisteminin olmaması, mali yönetime ve kamuoyuna istenilen bilgilerin ayrıntılı olarak sunulmaması gibi nedenlerden dolayı eleştirilmiştir (<http://kontrol.bumko.gov.tr>, 20.10.2018).

2000’li yılların başında bütçe açıkları, borç stokundaki artışlar, yüksek enflasyon, yüksek faiz ve yolsuzluk gibi sorunlar; siyasi ve ekonomik istikrarsızlıklara neden olmuştur. Ayrıca 2001 yılındaki ilerleme raporunda vurgulanan mevcut mali yönetim ve kontrol sistemindeki zayıflık eleştirileri⁹ ile birlikte stratejik planlama, performans esaslı bütçeleme, mali saydamlık, hesap verebilirlik gibi kavramların ön plana çıkması ve AB üyelik sürecimiz; AB normlarına uygun yeni bir mali mevzuatın hazırlanmasını zorunlu kılmıştır. (<http://kontrol.bumko.gov.tr>, 22.10.2018). 2001 tarihli “AB Müktesebatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programı” kapsamında yayınlanan programda, 1050 sayılı kanunun, günün ihtiyaçlarına cevap vermekten uzak olması ve uygulama alanının dar olması gibi nedenlerle yeni bir çerçeve düzenleme yapılması öngörülmüştür. Bu amaçla 10.12.2003 tarihinde TBMM tarafından kabul edilen 5018 sayılı kanun; İtalya, Fransa ve Belçika gibi ülkelerin mali mevzuatından esinlenerek hazırlanmış olan 1050 sayılı kanununun yerini almıştır. Böylece ABD, İngiltere, Avustralya gibi Anglosakson geleneğe sahip ülkelerde önem kazanan ve sonrasında gelişmekte olan ülkeler için de örnek teşkil eden ve kaynakların; verimlilik, etkinlik ve tutumluluk ekseninde kullanımı olmak üzere iyi yönetim ve şeffaflığı esas alan Yeni Kamu Mali Yönetimi Anlayışı, TKMY’ne de girmiş ve tam anlamıyla 2006 yılından itibaren uygulanmaya başlanmıştır (Ergen, 2016: 111-112).

KMYKK ile tüm gelir ve giderlerin bütçede yer almasına, kanunda öngörülenlerin dışında bütçe yapılamamasına; stratejik plan, kamu hesapları ve mali istatistiklerin kamuoyuna açık olmasına, kesin hesap ve faaliyet raporları vasıtasıyla yetkili mercilerin ve kamuoyunun bilgi edinmelerine imkân tanınmasına ve böylece kamu mali yönetiminde mali saydamlığın güçlendirilmesine yönelik önemli adımlar atılmıştır (Arslan, 2004: 25).

2002 yılının ocak ayında, mali saydamlığın tesisi anlamında yapılan önemli düzenlemelerden bir tanesi de kamu ihale mevzuatının reforme edilmesidir. Mevcut kamu alımlarına ilişkin düzenlemelerin AB mevzuatı ile uyumsuz olması, düzenleyici ve denetleyici bir kuruluşun ve buna paralel olarak da etkin bir denetim sisteminin olmaması gibi nedenler; 4734 sayılı Kamu İhale Kanununun ve 4735 sayılı Kamu İhaleleri Sözleşmeleri

⁹ Detaylı bilgi için bakınız 2001 Yılı İlerleme Raporu, Mali Kontrol başlıklı 28. bölüm.



Kanununun yasallaşmasında etkili olan eleştirilerdir. 4734 sayılı kanun ile ayrıca kamu kaynaklarının etkin ve verimli kullanımını sağlamak ve kamu alımlarının ekonomiye katkısını en üst seviyeye çıkarmak için idari ve mali özerkliğe sahip Kamu İhale Kurumu kurulmuştur (Bozkurt, 2009: 62). Kamu alımlarına ilişkin mevzuatın amacı; saydamlığı, rekabeti, eşit muameleyi, güvenilirliği, gizliliği, kamuoyu denetimini, kaynakların verimli kullanılmasını, ihtiyaçların uygun şartlarla ve zamanında karşılanmasını sağlamaktır.¹⁰ İhalelerin hukuka uygun olmadığına yönelik itiraz ve şikâyetler de kurul nezdinde değerlendirilmektedir.

2003 yılı İlerleme Raporu'nda, KMYKK'nun kabul edilmesi konusunda yaşanan gecikme nedeniyle, mali kontrol alanında sınırlı ilerleme kaydedildiği eleştirisi yapılmıştır. Söz konusu kanunun kabul edilmesi ve bütçenin saydamlığının artırılması, muhasebe standartlarının iyileştirilmesi ve yeni bütçe kodu sınıflandırmasının uygulanmasına yoğunlaşılması gerekliliği vurgulanmıştır (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2003: 126-127).

2004 yılı ilerleme raporunda, Ekim 2003'te kabul edilen Bilgi Edinme Hakkı Kanununun resmî bilgilere erişim konusunda genel bir hak tesis etmesi ve böylece kamu yönetiminde saydamlığın artırılması yönünde önemli bir adım olduğu belirtilmiştir. (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2004: 124) KMYKK'nun kabul edilmesi, bütçede şeffaflığı artırmak amacıyla Sayıştay'a, askeri ve savunma harcamalarını denetleme yetkisi verilmesi, bütçe dışı fonların genel bütçeye dâhil edilmesi gibi hususlar önemli gelişmeler olarak gösterilmiştir (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2003: 126-127). Yabancı Sermaye kanununun kabul edilmesi ve Türk makamlarının iş dünyasında şeffaflığı ve etkililiği artırmak için çaba göstermesi olumlu ilerlemeler olarak kaydedilmiştir (Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2003: 57) Mayıs 2004'te kabul edilen Kamu Görevlileri Etik Kurulunun Kurulmasına ilişkin kanun ile şeffaflığın artırılması konusunda ilerleme kaydedildiği ifade edilmiştir. Şeffaf olmayan ve ayrımcılık unsurları taşıyan kamu ihaleleri uygulamalarından vazgeçilmesi ve ihale sisteminin müktesebat ile uyumlu hale getirilmesi gerektiği tavsiye edilmiştir. 2004 Mayıs ayında askeri amaçla iktisap edilen devlet mallarının denetimindeki gizlilik prensibini ortadan kaldıran Anayasa değişikliği, kamu sektöründeki şeffaflığı güçlendiren bir başka olumlu gelişme olarak tanımlanmıştır.

2005 yılında, devlet yardımı planlarının tam saydamlığını temin etmek ve uyumlaştırmak zorunluluğuna paralel olarak devlet yardımı mevzuatının kabul edilmemesi ve de bu alanda bağımsız bir denetleme kurulu oluşturulmamış olması eleştirilmiştir (Türkiye 2005 Yılı İlerleme Raporu: 102). Siyasi partilerin gelir kaynaklarında şeffaflık konusunda ilerleme olmadığı tespit edilmekle birlikte kamu görevlilerinin mal bildiriminde bulunmaları noktasında bazı düzenlemeler yapılması tavsiye edilmiştir (Türkiye 2005 Yılı İlerleme Raporu:125). Kamu ihale mevzuatında kayda değer bir ilerleme meydana gelmediğine değinilmiş ve bunun nedeni olarak da bir dizi istisnaların hâlâ mevcut olduğu gösterilmiştir (Türkiye 2005 Yılı İlerleme Raporu:74-75).

2006 yılında, kamu idaresinin saydamlığının artırılması başta olmak üzere, yolsuzlukla mücadelede bazı sınırlı ilerlemeler sağlandığı kaydedilmiştir (Türkiye 2006 Yılı İlerleme Raporu: 9). Devlet yardımlarında şeffaflığın düşüklüğünün, piyasaların işleyişini ve rekabeti bozmaya devam ettiği eleştirisi ile birlikte kamu teşebbüsleri ile kamu kurumları arasındaki mali ilişkilerde şeffaflığın güvence altına alınması gerektiği de tavsiye edilmiştir (Türkiye 2006 Yılı İlerleme Raporu: 27-35). Kamu kesimi faaliyetlerinin şeffaflığına ve hesap-verilebilirliğine katkıda bulunacağı düşüncesinden hareketle, Kamu Denetçiliği Kurumunun ihdas edilmesine dair yasanın kabulü memnuniyetle karşılanmıştır (Türkiye 2006 Yılı İlerleme Raporu: 58).

2007 yılı raporunda, başta KMYKK olmak üzere kabul edilen mevzuatın uygulanmasına ağırlık verilmesinin ve Maliye Bakanlığı bünyesinde bazı koordinatör ve denetçi birimler oluşturulmasının; hesap verilebilirlik, verimlilik ve saydamlık alanlarında önemli ilerlemeler sağladığı ifade edilmiştir. Fakat saydamlığı artırıp, yolsuzlukla mücadele çabalarına önemli ölçüde destek sağlayabilecek Sayıştay Kanunu gibi bazı anahtar unsurların hâlen eksik olduğu da vurgulanmıştır (Türkiye 2007 Yılı İlerleme Raporu: 27). Devletin rekabete etkisi bağlamında devlet yardımlarının denetimindeki şeffaflık eksikliğinin rekabet koşullarını olumsuz yönde etkilediği, devlet yardımlarına ilişkin mevzuat kabulü ya da işlevsel bir bağımsız devlet yardımı izleme kurumunun kurulmasına dair bir ilerleme kaydedilmediği tespiti yapılmıştır (Türkiye 2007 Yılı İlerleme Raporu 31). Devlet otoriteleri ile kamu teşebbüsleri arasındaki mali ilişkilerin şeffaflığını sağlamaya yönelik hiçbir kural bulunmaması ve herhangi bir devlet yardım envanteri oluşturulmaması da vurgulanmıştır.

2008 yılındaki raporda, Maliye Bakanlığı bünyesinde bazı eşgüdüm ve kontrol birimlerinin tesis edilmesinin; bütçeleme sürecinin hesap verebilirliğini, etkinliğini ve şeffaflığını olumlu yönde etkilediği vurgulanmıştır.

¹⁰ 22/1/2002 tarih ve 24648 sayılı Resmî Gazetede yayımlanan 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu, madde 5.



Fakat tüm vergi idaresi yetkilerinin Gelir İdaresi Başkanlığı altında toplanmasının, şeffaflık ve yolsuzlukla mücadele alanlarında birtakım eksikliklere neden olduğu ifade edilmiştir (Türkiye 2008 Yılı İlerleme Raporu: 32). Bu dönemdeki eleştirilerden bir tanesi de devlet yardım envanterinin hazırlanmamış olması ve devlet otoriteleri ile kamu teşebbüsleri arasındaki mali ilişkilerin ve kamuca yapılan devralmaların şeffaflığının sağlanmasına yönelik hiçbir kuralın bulunmamasıdır.

2009 yılındaki eleştirilerin başında; bütçe sürecinde hesap verebilirliği, verimliliği ve şeffaflığı geliştirmeye yönelik argümanların bulunmaması gelmektedir. Yine tüm vergi idaresinin Gelir İdaresi Başkanlığı altında birleştirilmesi uygulamasına geçilmemesi, eleştiri konusu olmuştur. Bu dönemde tarım sektöründeki kayıpları finanse etmek için bütçe dışı bir fon oluşturulması da saydamlığı artırmaya yönelik tedbirlerde, geriye gidilerek görülmüştür (Türkiye 2009 Yılı İlerleme Raporu: 35). Devlet yardımları alanında şeffaflığın sağlanmasına dönük, somut herhangi bir ilerleme kaydedilmemesi ve kamu ihaleleri politikası eleştirilmiştir.

Hükümet, Şubat 2010'da şeffaflığı ve hesap verebilirliği sağlayarak kamu yönetişiminin ve yolsuzlukla mücadeleye karşı önleyici ve caydırıcı tedbirlerin geliştirilmesi amacıyla Saydamlığın Artırılması ve Yolsuzlukla Mücadelenin Güçlendirilmesi Stratejisi'ni (2010-2014) kabul etmiştir (Türkiye 2010 Yılı İlerleme Raporu: 14-15). Devlet Desteklerinin İzlenmesi ve Denetlenmesi Hakkında Kanununun, devlet desteklerinin şeffaflığına katkıda bulunacağı değerlendirilmiştir. Türk Ticaret Kanununun kabulünün ertelenmesi; rekabetin bozulması, devlet desteklerinin ve destekleyici politikaların şeffaf biçimde izlenmesini sağlayan mekanizmaların bulunmaması bağlamında eleştiri konusu yapılmıştır. İhalelerin sonuçlandırılması ile ilgili olarak bazı ilerlemeler kaydedilmiştir. Şeffaflığın artırılması ve yolsuzlukla mücadelenin güçlendirilmesi amacıyla Şubat 2010'da kabul edilen strateji, kamu alımlarıyla ilgili faaliyetlerde bütünlüğün geliştirilmesi yönünde atılan olumlu bir adım olarak değerlendirilmiştir. Vergi konusunda otomasyona geçilmesi ise vergi mevzuatının şeffaflığının ve tutarlılığının artırılmasında önemli bir adım olarak görülmüştür.

2011 yılı ilerleme raporunda, Aralık 2010'da kabul edilen Sayıştay Kanunu ile kamu harcamalarının çoğu için Sayıştay'a dış denetim yetkisi verilmesi, açıklığa ve şeffaflığa bağlılığı artırması beklenen yeni Türk Ticaret Kanununun kabul edilmesi, önemli ilerlemeler olarak değerlendirilmiştir (Türkiye 2011 Yılı İlerleme Raporu: 11). Hesap verebilirlik konusunda farkındalığın geliştirilmesi ve şeffaflığın artırılması için ilgili raporların halka açık ve kolay ulaşılabilir olması gerektiği tavsiye edilmiştir. KMYKK'nun kabul edilmesinin ardından dört yıl geçmesine rağmen özellikle hesap verebilirliğin, etkinliğin ve bütçe sürecinin şeffaflığının artırılmasına yönelik tedbirler başta olmak üzere bazı unsurlarda hâlâ eksiklikler olduğu eleştirisi yapılmıştır (Türkiye 2011 Yılı İlerleme Raporu: 47).

2012 yılı ilerleme raporunda KMYKK'nun kabul edilmesine rağmen, özellikle bütçe sürecine ilişkin hesap verebilirliğin, etkinliğin ve şeffaflığının artırılmasına yönelik tedbirlerde hâlâ eksiklikler olduğu ifade edilmiştir. Uluslararası muhasebe standartlarıyla uyumlu genel konsolide kamu hesaplarının düzenli olarak yayımlanmamasının, vergi gelirlerinin yönetimi hususunda devletin vatandaşlara karşı hesap verebilirliğini zorlaştırdığı ve devlet desteklerinde şeffaflığın artırılmasına yönelik ilerlemelerin yetersiz kaldığı eleştirisi yapılmıştır (Türkiye 2012 Yılı İlerleme Raporu: 49). Yine kamu ihale mevzuatının da birçok açıdan AB müktesebatı ile uyumlu olmadığı, Türkiye'nin şeffaflığı artırmak amacıyla imtiyazlar ve kamu-özel işbirliğine ilişkin daha tutarlı bir yasal çerçeve oluşturması gerektiği vurgulanmıştır (Türkiye 2012 Yılı İlerleme Raporu: 61)

2013 yılı ilerleme raporunda Merkez Bankasının karmaşık bir para politikası çerçevesinde çoklu hedef gözetmeyi sürdürdüğü tespiti yapılmıştır. Merkez bankasının bu uygulamalarının, para politikası ve devlet bütçesine ilişkin verilerin zamanında elde edilememesine yol açarak saydamlığı azalttığı ifade edilmiştir (Türkiye 2013 Yılı İlerleme Raporu: 20-21). İlâveten kamu alımları alanındaki çeşitli istisnaların mevcudiyetini hâlâ sürdürdüğü, yasal çerçevenin AB müktesebatı ile uyumlu olmadığı ve devlet desteklerinde şeffaflığın artırılmasına yönelik bir ilerleme kaydedilmediği de yine eleştirilen yapısal problemler arasında sayılmıştır (Türkiye 2013 Yılı İlerleme Raporu: 24)

2014 yılı ilerleme raporunda; Saydamlığın Artırılması ve Yolsuzlukla Mücadelenin Güçlendirilmesi Stratejisi (2010-2014) kapsamında, yolsuzlukla ilgili çeşitli konuları değerlendirmek için kurulan çalışma gruplarına ait raporların kamuoyu ile paylaşılmadığı, çalışma gruplarının ortaya koyduğu politika önerilerinin henüz uygulanmadığı ve Yolsuzluğa Karşı Devletler Grubu tavsiyelerine uygun hareket edilmediği, eleştiri konusu olmuştur. (Türkiye 2014 Yılı İlerleme Raporu: 46) Siyasi partilerin ve seçim kampanyalarının finansmanının denetiminde şeffaflık ve hesap verebilirliğe ilişkin önemli endişeler, bu dönemde de devam etmektedir. Sivil toplum kuruluşlarına yönelik kamu finansmanlarının yeterince şeffaf olmadığı ve devlet bütçesine ilişkin



verilerin uluslararası standartlara uygun olarak zamanında elde edilememesinin şeffaflığı gölgelemeye devam ettiği belirtilmiştir. Şeffaflık konusundaki bir diğer eleştiri de devlet yardımlarına ilişkindir. Bu raporda, ayrıca kamu alımlarının AB mevzuatına uyumu konusunda bir gerileme yaşandığı tespiti yapılmıştır (Türkiye 2014 Yılı İlerleme Raporu: 25).

2015 yılında yapılan değerlendirmede, saydamlık konusunda mevzuata ilişkin herhangi bir gelişme olmadığı ve yolsuzluk algısının hâlâ yaygın olduğu değerlendirilmiştir. Bu amaçla BM Yolsuzlukla Mücadele Sözleşmesi hükümleri doğrultusunda, bağımsız bir yolsuzlukla mücadele kurulu tesis eden güncel bir saydamlığın artırılması ve yolsuzlukla mücadele stratejisi ile eylem planının kabul edilmesini tavsiye edilmiştir (Türkiye 2015 Raporu: 17). Ayrıca 2010-2014 Saydamlığın Artırılması ve Yolsuzlukla Mücadelenin Güçlendirilmesi Stratejisi ve Eylem Planı'na, henüz başlangıç düzeyindeki hedeflere ulaşılmadan son verilmiş olması da eleştiri konusu olmuştur. Bu raporda, yeni bir strateji ve eylem planı çerçevesinde şeffaflığın artırılmasına ilişkin olarak açıklanan planlara uygun hareket edilmesi, ısrarla vurgulanmıştır.

2016 yılına ilişkin ilerleme raporunda, Saydamlığın Artırılması ve Yolsuzlukla Mücadelenin Güçlendirilmesi Eylem Planı; kapsam, (Türkiye 2016 Raporu: 74, 75) uygulama ve süreç yönlerinden eleştirilmiştir. Bütçe şeffaflığının çeşitli düzeylerde daha fazla ele alınması gerektiği vurgulanmış ve bütçe uygulamasına ilişkin yıllık raporların yetersiz ve kıyasa imkân vermediği ifade edilmiştir. Yine bu raporda, kamu yatırım programları ve devlet varlıklarının şeffaflığının zayıf olduğu tespiti yapılmıştır. Türkiye, 2015 yılı bütçe şeffaflığı endeksinde bir gerileme yaşamıştır. 2016 yılı raporuna göre bu gerilemenin nedeni kamuoyunun bütçe ile ilgili olarak bilgilendirilmemesi ve mali tabloların gerektiği şekilde ilgililerine sunulmamasıdır (Türkiye 2016 Raporu: 56, 57). Kamu iktisadi teşebbüslerine ilişkin 2014 yılı denetim raporlarının, Sayıştay'ın internet sitesinde yayımlanmamasının ve önceki yıllara ilişkin denetim raporlarının da internet sitesinden kaldırılmasının şeffaflığı azalttığı ifade edilmiştir.

2017 yılında Türkiye için ilerleme raporu yayınlanmamıştır. Türkiye'nin, AB ile olan sürecini yeniden canlandırması için önceki yıllarda düzenlenen ilerleme raporlarında yer alan eleştirilerin dikkate alınması ve bu yönde düzenlemeler yapılması amacıyla Nisan 2018'e kadar süre verilmiştir.

2018 yılı ilerleme raporunda, tekrar 2010-2014 Saydamlığın Artırılması ve Yolsuzlukla Mücadelenin Güçlendirilmesi Stratejisi ve Eylem Planı ile 2016'da açıklanan Saydamlığın Artırılması ve Yolsuzlukla Mücadelenin Güçlendirilmesi Eylem Planı'nda öngörülen uygulamaların başarısız olduğu eleştirisi yapılmıştır (Türkiye 2018 Raporu: 29). Kamu faaliyetlerinde hesap verebilirliğin ve şeffaflığın artırılması konusunda ilerleme kaydedilmediği belirtilmiştir. Bütçenin, kamu yatırım programlarının, devlet varlıklarının, kamu hizmetleri ücretlendirme sisteminin ve devlet desteklerinin şeffaflıktan yoksun olduğu eleştirisi yapılmıştır. Bu raporda, kamu ihale mevzuatının da AB müktesebatı ile uyumsuz olduğu, bir dizi sektörel kanunun şeffaflığı sınırlandırdığı belirtilmiştir (Türkiye 2018 Raporu: 67).

5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Türkiye'de mali saydamlığın güçlendirilmesi açısından en önemli adımlardan biri 5018 sayılı yasal düzenlemedir. Mali saydamlığın geliştirilmesi ve güçlendirilmesi için 5018 sayılı kanunun bir bütün olarak ele alınması ve uygulanması gerekmektedir (Karakurt ve Akdemir, 2010: 255). Çünkü söz konusu kanunda yer alan stratejik planlama ve performans esaslı bütçeleme, bütçe ilkeleri, taşınır ve taşınmaz yönetimi, hesap verme sorumluluğu, faaliyet raporları, iç kontrol ve dış denetim gibi kamu maliyesinin temelini oluşturan bu başlıklar bir bütünün parçalarıdır ve saydamlık ilkesinin etkinliğini sağlamaya yönelik talimatlar içermektedir. Mali saydamlığın etkin bir şekilde işleminin ise mali, politik ve sosyolojik yansımaları vardır. Mali saydamlık; hesap verme sorumluluğunu, mali disiplini, kamu kaynaklarının etkin kullanımını, kontrol edilebilirliği, devlete olan güveni ve evrensel standartlara entegrasyonu sağlar. Mali saydamlık aynı zamanda yolsuzluk potansiyelini azaltıcı bir etkiye sahiptir. Çünkü mali saydamlıkla birlikte yolsuzluklara ortam sağlayan motivasyon ve fırsatlar da azalmaktadır (Benk ve Kartalçı, 2015: 47).

Mali saydamlık; kamuoyunun bilinçlenmesine katkı sağlar, hükümetlerin daha özenli ve hesap verme sorumluluğu çerçevesinde hareket etmelerini talep eder. Toplumun ve hükümetin birbirlerine olan güvenini artırarak, politikacıların sorumluluğunu ve politikaların kredibilitesini artırır. Mali saydamlık, makroekonomik politika ve tercihlerin daha iyi anlaşılmasını ve geçerlilik kazanmasını sağladığı gibi mali piyasaların etkin ve düzenli işlemesine de katkı sağlar. Örneğin 1980-1992 yılları arasında 20 Latin Amerika Ülkesi ve Karayipler'de yapılan bir araştırmaya göre; mali saydamlık endeksi ile kamu açıkları arasında negatif yönlü ve



istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuşlardır (Kopits ve Craig, 1998: 3-4). Ayrıca saydam bir bütçeye sahip olan ve dolayısıyla yolsuzlukların nadir olarak görüldüğü Danimarka ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde, ekonomik krizlerin hemen hemen hiç ortaya çıkmaması veya ortaya çıkan global krizlerden asgari düzeyde etkilendiklerini de söylemek mümkündür. İngiltere, IMF'nin tespitlerine göre mali saydamlıkta oldukça yüksek bir seviyeye sahiptir. Fransa, Almanya ve ABD de yolsuzlukla mücadele ve mali saydamlık açısından iyi uygulamalara sahip ülkeler arasındadırlar (Güner, 2010: 59, 70, XVII).

Tüm bu çalışmalar göstermektedir ki mali saydamlık kamu mali yönetimini etkin bir hâle getirmektedir. TKMY de mali saydamlık, iç kontrol, performans esaslı bütçeleme, stratejik planlama, mali disiplin, etkinlik, maliyet-fayda analizleri gibi enstrümanlarla uluslararası standartlara erişmeye çalışmaktadır. Çünkü özellikle küreselleşme olgusu ile birlikte gelişmiş bütün ekonomilerde mali politikalar, programlar ve planlar bu temel ilkelerin üzerine kurulmaktadır. AB ilerleme raporlarında yapılan eleştiriler ve öneriler de tüm bu temel ilkelerin işlerliğinin sağlanması amacıyla yöneliktir. 1990'lı yılların sonundan itibaren, TKMY bu raporlar ışığında modernize edilmeye çalışılmıştır. Yeni bir mali yasanın ve ihale yasanın kabul edilmesinde, denetim ya da kontrole ilişkin mevzuatın güncellenmesinde ve ilaveten yeni kurum, kuruluş veya kurul gibi örgütlenmelerin oluşturulmasında Türkiye'nin AB ile olan ilişkileri çok önemli bir yere sahiptir.

AB ilerleme raporlarında demokrasi, insan hakları, medya bağımsızlığı ve azınlıklar gibi konular da önemli bir yer kaplamaktadır. 1998 yılından beri hazırlanan ilerleme raporlarında Türkiye'ye yönelik olarak özellikle bu konular üzerinden ciddi eleştiriler yapılmıştır. Fakat bu eleştirilerin nesnel temellere dayanmadığı konusunda düşünceler de mevcuttur. Özellikle hükümet yetkililerinin bu yönde birçok beyanatları mevcuttur. Örneğin 62. hükümetin AB Bakanı olan Volkan Bozkır'ın 2000 yılında yayınlanan rapora ilişkin "*tecrübesiz, tek bir elden çıktığı yönündeki*" açıklamaları bu anlamda dikkate değerdir (04.01.2016 tarihli Cumhuriyet E-Gazetesi). Yine terör örgütleriyle mücadele adı altında yürütülen faaliyetler de özellikle insan hakları ve basın özgürlüğü ekseninde eleştiri konusu olmuştur. Aslında Türkiye, terörü destekleyen faaliyetlerin ortadan kaldırılması ve AB üyesi ülkelerdeki terör örgütünün faaliyetlerine son verilmesi bağlamında AB ile işbirliği yapmak istemektedir. Fakat bu süreçte AB'nin yeterli desteğini alamamaktadır. İlaveten Türkiye'ye ilişkin ilerleme raporlarında yer alan hususlar ile terör örgütlerinin kongrelerinde alınan kararlar arasında benzerlikler bulunduğuna işaret eden çalışmalar da mevcuttur. AB tarafından ilerleme raporlarında ortaya konulan isteklerin tam üyeliği amaçladığı belirtile de bunların özellikle üniter yapı ve devletin güvenliği tartışmalarına kaynaklık ettiği de görülmektedir (Oruç, 2008: I, X).

AB ilerleme raporlarında yer alan eleştiri, tespit ve önerilerin; tamamen nesnel, eksiksiz ve kusursuz olduğu düşüncesi ile salt manipülasyona yönelik stratejik eylemler olduğu düşüncesi tartışmalıdır. Fakat mali saydamlığın, kamu mali yönetimi sistemi içinde temel ve etkin bir ilke olarak yer almasını sağlamaya yönelik uygulamaların, olumlu gelişmeler olduğu ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

ARMSTRONG, E. (2005). "Integrity, Transparency and Accountability in Public Administration: Recent Trends, Regional and International Developments and Emerging Issues", *Economic and Social Affairs*, United Nations.

ARSLAN, M. (2004). "Orta Vadeli Harcama Sistemi (Çok Yıllı Bütçeleme) ve Türkiye'de Uygulanabilirliği", *Sayıştay Dergisi*, (54), 3-36.

ATİYAS, İ. ve SAYIN, Ş. (2000), Devlet Reformu: Kamu Maliyesinde Saydamlık, "Devletin Mali ve Performans Saydamlığı", TESEV Yayınları, İstanbul, 27-44.

AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2005 Yılı İlerleme Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)

AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2006 Yılı İlerleme Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)

AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2007 Yılı İlerleme Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)

AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2008 Yılı İlerleme Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)



- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2009 Yılı İlerleme Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2010 Yılı İlerleme Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2011 Yılı İlerleme Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2012 Yılı İlerleme Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2013 Yılı İlerleme Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2014 Yılı İlerleme Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2015 Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2016 Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye 2018 Raporu, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 1999.
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2000.
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2001.
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2003.
- AVRUPA BİRLİĞİ Türkiye Düzenli İlerleme Raporu 2004.
- AYVERDİ, İlhan. Kubbealtı Lügatı, Misalli Büyük Türkçe Sözlük, <<http://lugatim.com>> (05.10.2018)
- BAĞLI, M. S. (2012). “Teorik ve Tarihsel Açından Bütçe Hakkı”, *Yasama Dergisi*, (20:Ocak-Şubat-Mart-Nisan) 39-77.
- BENK, S., KARTALCI, K. (2015). “Gelir İdarelerinde Risk Yönetimi: OECD Risk Yönetim Modeline Yönelik Bir Değerlendirilme”, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (11: 1), 43-59.
- BOZKURT, C. (2009). “4734 Sayılı Kamu İhale Kanunu’nun Son Değişiklikler (5812 sayılı kanun) Dikkate Alınarak Genel Bir Değerlendirmesi”, *Denetim Dergisi*, (2), 60-74.
- BUMKO <<http://kontrol.bumko.gov.tr/TR,2012/tarihce.html>> (20.10.2018)
- CANSIZ, H. (2000). “Kamu Mali Yönetiminde Saydamlık”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2/2000, (1), 267-281.
- DEDEOĞLU, E., vd. (2000) Devlet Reformu: Kamu Maliyesinde Saydamlık, “Kamu Mali Mevzuatının Uygulanması ve Saydamlığı Üzerine Gözlemler; Bütçe Kanunları Mali Saydamlığı Ne Ölçüde Sağlıyor?”, TESEV Yayınları, İstanbul, 45-98.
- EMİL, M. F., H. H. YILMAZ (2004). “Mali Saydamlık İzleme Raporu I”, TESEV Yayınları, İstanbul.
- ERGEN, Z. (2016). “Kamu Mali Yönetiminde Yeniden Yapılanma: Muhasebe-i Umumiye Kanunundan 5018 Sayılı Kanuna Bütçe ve Harcama Usullerinde Dönüşüm”, *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 8/2016, (1), 93-115.
- GEÇGİN, T. T. (2012). *Rousseau’nun Toplum Sözleşmesi’nin Fransız İhtilâli Üzerindeki Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Fakültesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Ana Bilim Dalı, İstanbul (Türkiye).



GENCER, A. H. (2011). “AB İlişkilerine Temel Bakışlar: Dün, Bugün ve Yarın”, *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 2011 Temmuz–Ağustos, 25, 1-16.

GÜMÜŞ, T. T. (2010). “Ortaçağ’dan Erken Modern Döneme Batı Avrupa’da Eğitim Tarihi: Yeni Yaklaşımlar”, *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6/2010, (1), 25-40.

GÜNER, N. E., (2010). *5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununun Mali Saydamlık ve Yolsuzlukla Mücadele Açısından Değerlendirilmesi*, (Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı Mali Hukuk Programı, İzmir (Türkiye).

GÜRKAN, C. (2014). “Modern Kamu Maliyesinin Oluşumu: Maliye Tarihine Alternatif Kuramsal Yaklaşımlar”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 69/2014, (1), 45.3-76.

IMF Interim Committee, Code of Good Practices on Fiscal Transparency, 1998.

İLERLEME RAPORLARI, <https://www.ab.gov.tr/ilerleme-raporlari_46224.html> (15.10.2018)

KAMU İHALE KANUNU, 22/1/2002 tarih ve 24648 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu

KAMU MALİ YÖNETİMİ VE KONTROL KANUNU, 10/12/2003 tarih ve 25326 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu

KARAKURT, B. & AKDEMİR, T. (2010). “Kurallı maliye politikası: Türkiye’de kurallı maliye politikası örnekleri”, *Maliye Dergisi*, 158, 226-261.

KARAKURT, B.; ŞENTÜRK, S. H., & ÖZTÜRK, O. (2015). Mali Saydamlık Açısından Türkiye Ve Şangay İşbirliği Örgütü Ülkelerinin Değerlendirilmesi”, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6 (12).

KHAN, M. A. (1995). “Yeni Başlayanlar İçin Denetime Giriş”, (çeviren Faruk Eroğlu), *Sayıştay Dergisi*, 19/1995, (19), Ankara, 15-30.

KIZILTAŞ, E., (2001). “IMF Tarafından Belirlenen Mali Saydamlık Standartları, Bu Standartların Türkiye’de Uygulanabilirliği ve Bu Konuda Yapılması Gereken Düzenlemelere İlişkin Öneriler”, Devlet Bütçe Uzmanlığı Araştırma Raporu, Maliye Bakanlığı Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü.

KOPITS, G. & J. CRAIG (1998). “Transparency in Government Operations”, IMF Occasional Paper.

KÖSE, H. Ö. (2007). “Dünyada ve Türkiye’de Yüksek Denetim”, *Sayıştay 145. Kuruluş Yıldönümü Yayınları*, Ankara Mayıs/2007.

KUZU, B. (1992). “Demokrasi, Resmî İdeoloji, Sivil Toplum”, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi, 47 (1), 335-369.

MARAŞ, G. (2011). *Mali Saydamlık: Teori ve Uygulama*, Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gökçe MARAŞ, İktisat Anabilim Dalı İktisat Politikası Bilim Dalı, Kayseri (Türkiye).

MOSCA, G. (1948). “Magna Carta’dan 20. Asra Kadar İngiliz Anayasa Hareketleri”, (çeviren Mukbil Özyörük), *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 5 (1), 33-58.

ORUÇ, M. (2008). *AB İlerleme Raporları ile PKK Terör Örgütünün Kongre Kararlarının Karşılaştırılması ve Türkiye’ye Yansımaları*, (Yüksek Lisans Tezi), T.C. Genelkurmay Başkanlığı Harp Akademileri Komutanlığı, Stratejik Araştırmalar Enstitüsü Müdürlüğü Uluslararası İlişkiler Ana Bilim Dalı, İstanbul (Türkiye).

ÖZTÜRK, M. (2014). “Vergilerin Kanuniliği İlkesinin Tarihi Gelişimi”, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 16 (Özel Sayı), 4815-4841.

PREMCHAND, A. (2001). “Fiscal Transparency and Accountability: Idea and Reality” The Workshop on Financial Management and Accountability, November 28-30, 2001. Financial Management and Accountability, Rome.

STATE OF ISRAEL COMPTROLLER’S OFFICE (1991). The Development of State Audit, State Audit and Accountability, Ira Sharkansky.



GJEBS

Global Journal of Economics and Business Studies
Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi
<http://dergipark.gov.tr/gumusgjebs> - ISSN: 2147-415X



Kış-2018

Winter-2018

Cilt: 7 Sayı: 14 (144-157)

Volume: 7 Issue: 14 (144-157)

T.C. AB BAKANLIĞI Katılım Politikası Başkanlığı Türkiye AB İlişkilerinde Önemli Tarihler (1959-2017)
<https://www.ab.gov.tr/siteimages/2017_08/kronoloji.pdf> (15.10.2018)

T.C. SAYIŞTAY BAŞKANLIĞI (2002). Bayındırlık ve İskân Bakanlığının Marmara ve Düzce Depremleri Sonrası Faaliyetleri, Ankara.

TÜRK DİL KURUMU, <https://www.tdk.gov.tr> (29.12.2018)

UYSAL, C. (2001). “Türkiye–AB İlişkilerinin Tarihsel Süreci ve Son Gelişmeler”, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 1(1), 140-153.



**BANKALARIN LİKİDİTESİNİ ETKİLEYEN MAKROEKONOMİK VE BANKAYA ÖZGÜ
FAKTÖRLERİN AMPİRİK ANALİZİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

Ersan ERSOY¹

Yüksel AYDIN²

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, 2005-2015 döneminde Türkiye’de faaliyette bulunan bankalarının likidite düzeyini etkileyen makroekonomik ve bankaya özgü faktörlerin araştırılmasıdır. Panel veri analiz tekniklerinin kullanıldığı çalışmadan elde edilen ampirik bulgular, bankalar tarafından tutulan likit varlıkların düzeyi ile banka sermayesi, aktif kalitesi ve mevduat düzeyi arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, banka büyüklüğü ile likidite düzeyi arasında ters-U şeklinde doğrusal olmayan bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Ayrıca makroekonomik faktörlerden ekonomik büyüme, işsizlik oranı ve küresel kriz değişkenlerinin bankaların likidite düzeyini negatif yönde etkiledikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Likidite, Bankalara Özgü Faktörler, Panel Veri Analizi, Türk Bankacılık Sektörü.

Jel Kodları: G20, G21.

**AN EMPIRICAL ANALYSIS OF MACROECONOMIC AND BANK-SPECIFIC FACTORS
AFFECTING LIQUIDITY OF BANKS: THE CASE OF TURKEY**

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate macroeconomic and bank-specific factors that affect the level of liquidity of banks that operate within Turkey for the period between 2005-2015. The empirical findings that are obtained by study using panel data analysis techniques show that there is a positive and statistically significant association between the level of liquid assets held by banks and bank capital, asset quality and deposit level. On the other hand, the results also imply that there is an inverted U-shaped relation between bank size and liquidity level. Among macroeconomic factors, economic growth, unemployment and global crisis variables are found to be negatively correlated with liquidity level.

Keywords: Liquidity, Bank Specific Factors, Panel Data Analysis, Turkish Banking Sector.

Jel Codes: G20, G21.

1. GİRİŞ

Bankalar finansal sistemin en önemli unsurlarından biridir. Fon arz edenlerle fon talep edenler arasında çeşitli finansal araçlar vasıtasıyla aracılık fonksiyonunu yerine getiren bankalar, bir yandan fon fazlası olan ekonomik birimlerin tasarruflarının finansal araçlarda değerlendirilmesini sağlarken, diğer yandan da fon açığı olan ekonomik birimlerin fon ihtiyaçlarının karşılanmasını sağlamaktadır. Bankalar, fon aktarımına aracılık etmek suretiyle özellikle sermaye piyasalarının yeterince gelişmediği ülkelerde reel sektörün finansmanında kritik bir rol oynamaktadır.

Finansal sistem içerisinde çok önemli bir paya ve role sahip olan bankaların, tasarrufların verimli yatırımlara kanalize edilmesi suretiyle ekonomiye kazandırılması, ekonomik refah seviyesinin yükselmesi ve sermaye birikiminin artırılması gibi çok önemli faydaları bulunmaktadır. Ancak bankalar faaliyetlerini yürütürken kredi riski, kur riski, faiz oranı riski, operasyonel risk, piyasa riski ve likidite riski gibi çeşitli risklere maruz

¹ Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İİBF, eersoy1@yahoo.com

² Dr. Öğretim Üyesi, Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, yaydin@cumhuriyet.edu.tr



kalmaktadırlar. Bu risklerin iyi bir şekilde yönetilememesi, bankaları iflasa sürükleyebileceği gibi, bankacılık sisteminden başlayarak tüm finansal sistemi ve reel sektörü içine alacak bir ekonomik krize de yol açabilmektedir (Munteanua, 2012: 993; Bonner vd., 2015: 216; Chiaramonte, 2018: 1). Örneğin, Türkiye’de yaşanan 2000 ve 2001 ekonomik ve mali krizi ile 2008 küresel krizinin yaşanmasında bankaların çok önemli payı vardır. Özellikle 2008 küresel krizi sonrasında bankalarda likidite riskinin yönetimi konusunda yetersizlikler gündeme gelmiş, gerek düzenleyici ve denetleyici otoriteler gerekse akademisyenler tarafından bankacılıkta likiditenin belirleyicileri ve likidite riskinin yönetimi yoğun bir şekilde yeniden tartışılmaya başlanmıştır. Nitekim yeni Basel düzenlemeleri kapsamında, bankaların uzun vadeli yapısal fonlarının iyileştirilmesine odaklanan net istikrarlı fonlama oranı ve kısa vadede ortaya çıkabilecek likidite baskılarına dayanacak düzeyde yeterli likidite buldurmasını amaçlayan likidite karşılama oranı gibi iki yeni likidite rasyosu belirlenmiştir. Bu rasyolarla hedeflenen kısa ve uzun vadede bankaların likidite risklerine karşı direncini artırmaktır (Bonner vd., 2015: 216; Elliotand ve Lindblom, 2016: 39; Chiaramonte, 2018: 136).

Bankacılıkta likidite riski özel bir öneme sahiptir (Bonner vd., 2015: 215). Likidite riski, bir bankanın vadesi gelen mevduat ve diğer yükümlülüklerini karşılamaya yetecek düzeyde nakdinin bulunmaması nedeniyle zarara uğrama ihtimali olarak ifade edilebilir. Aktif-pasif vade uyumsuzluğu, aktif kalitesindeki bozulmalar, beklenmeyen kaynak çıkışları, karlılıktaki düşüş ve krizler likidite riskinin temel kaynaklarından (Hazar ve Babuşcu, 2017:128). Bankaların bilançolarında oluşan aktif-pasif vade uyumsuzluğu, özellikle kısa vadeli fonların uzun vadeli yatırımlarda plase edilmesinden kaynaklanmaktadır. Böyle bir durumda, bankaya özgü veya ekonomik koşulların değişmesi ya da mudilerin mevduatlarını çekmesi bankaların kısa vadede yeni fonlar bulamamasına veya aktiflerini uygun fiyatlardan nakde dönüştüremeyerek yükümlülüklerini yerine getiremez duruma düşmelerine neden olabilmektedir. Bir yandan aktiflerin nakde çevrilememesi veya uygun bir fiyatla nakde dönüştürülememesi, diğer yandan da fon kaynaklarının azalması ve fonlama maliyetlerinin yükselmesi bankaların bilançolarının aktif ve pasifini olumsuz etkilemekte, ayrıca faiz riskinin de yükselmesine neden olabilmektedir. Bu nedenle bankaların vadeleri anlamında fon kaynaklarının çeşitliliğe sahip olması ve gerekli likiditeyi buldurmaları son derece önemlidir. Doğal olarak bankalar, likit buldurmanın maliyeti ile likidite yetersizliği nedeniyle ortaya çıkacak olan risk arasında optimal bir denge kurmalıdırlar (Altay, 2014: 465).

Literatür incelendiğinde bankalarda likidite düzeyini etkileyen çeşitli mikro ve makro faktörlerin olduğu görülmektedir. Mikro faktörler; mevduat düzeyi, fonlama maliyeti, karlılık, sermaye, büyüklük ve sahiplik gibi bankalara özgü faktörlerden oluşmaktadır. Makro faktörler ise; GSYİH, enflasyon, işsizlik, para politikası ve kriz gibi banka yönetiminin kontrolü altında olmayan dış faktörlerdir (Singh ve Sharma, 2016: 43). Bu çalışmanın amacı Türkiye’de faaliyet gösteren bankalarda likidite düzeyini belirleyen bankaya özgü mikro faktörler ile makroekonomik faktörleri araştırmaktır. Literatürde Türkiye için yapılan önceki çalışmalarda (örn: Çelik ve Akarım, 2012; Ayaydın ve Karaaslan, 2014; Işıl ve Özkan, 2015; Zengin ve Yüksel, 2016; Işık ve Belke, 2017) genellikle farklı ölçüm yöntemlerine göre hesaplanan likidite riski üzerine odaklanılmıştır. Çalışmanın, bankaların likidite davranışlarını etkileyen faktörlerin ortaya çıkarılması, kullanılan değişkenler, verilerin frekansı ve analiz yöntemleri açısından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünü takip eden ikinci bölümde literatür taraması verilmiş, üçüncü bölümde çalışmada kullanılan veriler ve metodoloji tanıtılmış, dördüncü bölümde çalışmadan elde edilen bulgular sunulmuş, beşinci bölümde ise çalışmadan elde edilen sonuçlara yer verilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde bankaların likiditesini belirleyen faktörleri inceleyen çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bankaların likiditesini etkileyen bankaya özgü ve makroekonomik faktörleri araştıran çalışmalardan elde edilen bulgular Tablo 1’de özetlenmiştir. Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde, bankaların likiditesini etkileyen faktörler ile ilgili çelişkili sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir. Ülke ekonomilerinin ve bankacılık sistemlerinin kendine has özellikleri ile çalışmaların inceleme dönemlerindeki, örneklemelerin içerdiği ülke veya ülke gruplarındaki ve kullanılan ekonometrik yöntemlerdeki farklılıkların çelişkili sonuçların ortaya çıkmasında etkili olduğu söylenebilir.

**Tablo 1. Literatür Özeti**

| Yazarlar | Ülke | Dönem/ Örneklem | Bulgular |
|----------------------------|---|--------------------------------|---|
| Aspach vd., 2005 | İngiltere | 1985-2003 | Reel ekonomik büyüme oranı ve para politikası etkisini temsilen kullanılan kısa vadeli faiz oranı ile negatif yönde bir ilişki bulunmuştur. Aktif karlılığı ve aktif büyüklüğü ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Çalışmada panel regresyon yöntemi kullanılmıştır. |
| Lucchetta, 2007 | AB Ülkeleri (15 ülke) | 1998-2004 5066 banka | Bankalararası faiz oranı, aktif büyüklüğü ve sermayenin toplam varlıklara oranı ile pozitif yönlü, risksiz faiz oranı ile negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışmada probit, genelleştirilmiş regresyon yöntemi (GLS) ve iki ve üç aşamalı en küçük kareler regresyon yöntemi kullanılmıştır. |
| Dinger, 2009 | Bulgaristan, Çek Cumh., Estonya, Macaristan, Letonya, Litvanya, Polonya, Romanya, Slovakya, Slovenya | 1994-2004 378 banka | Likit varlıklar ile aktif büyüklüğü arasında doğrusal olmayan bir ilişki, mevduat faiz oranı ve kişi başına Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) arasında negatif yönde, özkaynakların toplam varlıklara oranı ile pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Çalışmada panele göre düzeltilmiş standart hatalar yöntemi, probit ve en küçük kareler regresyon yöntemi kullanılmıştır. |
| Vodova, 2011 | Çek Cumhuriyeti | 2001-2009 18 banka | Sermaye yeterliliği, takipteki krediler, kredi faiz oranı ve interbank işlemleri faiz oranı ile pozitif yönlü, enflasyon ve finansal kriz ile negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Çalışmada panel regresyon yöntemi kullanılmıştır. |
| Delechat vd., 2012 | Panama, Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Dominican Republic, El Salvador | 2006-2010 100 banka | Aktif büyüklüğü ile doğrusal olmayan pozitif yönlü, sermayenin toplam varlıklara oranı, faiz gelirleri ile faiz giderleri arasındaki farkın faiz getirili aktiflere oranı ile negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışmada havuzlanmış EKK, sabit etkiler yöntemi ve genelleştirilmiş momentler yöntemi (GMM) kullanılmıştır. |
| Al-Kouri, 2012 | Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi Ülkeleri | 1998-2008 43 banka | Sermayenin toplam varlıklara oranı ve aktif büyüklüğü ile pozitif yönde, aktif karlılık oranı (ROA) ile negatif yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Reel ekonomik büyüme ve enflasyon ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Çalışmada EKK regresyon yöntemi kullanılmıştır. |
| Munteanu, 2012 | Romanya | 2002-2010 27 banka | Sermaye yeterliliği ile negatif yönde, Z skoru, toplam giderlerin toplam gelirlere oranı, kredi riski, fonlama maliyeti ve işsizlik oranı ile pozitif yönde bir ilişki vardır. Çalışmada çoklu doğrusal regresyon yöntemi kullanılmıştır. |
| Cucinelli, 2013 | Eurozone Bankaları | 2006-2010 1080 banka | Aktif büyüklüğü ile negatif yönlü, sermayenin toplam varlıklara oranı ile pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışmada EKK regresyon yöntemi kullanılmıştır. |
| Chen ve Phuong, 2013 | Amerika | 1997-2010 468.721 gözlem | Aktif büyüklüğü, sermayenin toplam varlıklara oranı, ROA ve kriz ile pozitif yönlü, menkul kıymetleştirme ve ekonomik büyüme ile negatif yönlü ilişki olduğuna dair kanıtlara ulaşılmıştır. Çalışmada EKK regresyon yöntemi kullanılmıştır. |

**Tablo 1. Literatür Özeti (Devamı)**

| | | | |
|----------------------------|-------------------------------------|---------------------------|---|
| Bonner vd., 2013 | 30 OECD Ülkesi | 1998-2007 | Aktif karlılığı ve mevduatın aktif toplamına oranı ile pozitif yönlü, bankaların en büyük üç ortağının sermayedeki payı ile negatif yönlü ilişki olduğuna dair delillere ulaşılmıştır. Çalışmada havuzlanmış EKK yöntemi kullanılmıştır. |
| Vodova, 2013 | Macaristan | 2001-2010/ 29 banka | Panel veri regresyon analizinin yapıldığı çalışmada; sermaye yeterliliği, kredi faiz oranları ve özsermaye karlılığı (ROE) ile pozitif yönlü, aktif büyüklüğü, kredi faizi ile mevduat faiz oranı arasındaki fark, para politikası faiz oranı ve interbank işlemleri faiz oranı ile negatif yönlü ilişki bulunmuştur. |
| Ayaydın ve Karaaslan, 2014 | Türkiye | 2003-2011 23 banka | Net faiz marjı, ROA, ROE, yabancı ve devlet sahipliği, reel ekonomik büyüme ve kriz değişkeni ile negatif yönlü, enflasyon ile pozitif yönlü bir ilişki vardır. Çalışmada iki aşamalı sistem genelleştirilmiş momentler yöntemi kullanılmıştır. |
| Moussa, 2015 | Tunus | 2000-2010/ 18 banka | Ekonomik büyüme ve ROE ile pozitif yönlü, faiz gelirleri ve faiz giderleri arasındaki farkın aktif toplamına oranı, ROA, faaliyet giderlerinin toplam varlıklara oranı ve enflasyon ile negatif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Aktif toplamı, mevduatların aktif toplamına oranı ve finansman giderlerinin toplam kredilere oranı ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Çalışmada statik ve dinamik panel veri analiz yöntemleri kullanılmıştır. |
| Lastuvkova, 2016 | Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Slovenya | 2001-2013/ 39 banka | Aktif büyüklüğü ve üç ay vadeli interbank faizi oranı ile pozitif yönde, net krediler, işsizlik oranı ve on yıl vadeli devlet tahvili faiz oranı ile negatif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Çalışmada dirençli panel regresyon analizi yapılmıştır. |
| Umar ve Sun, 2016 | BRICS Ülkeleri | 2002-2014/ 188 banka | ROA, ROE, borç verme faiz oranı, kriz ve işsizlik oranı ile pozitif yönlü, kredilerin mevduata oranı, Z skoru ve enflasyon ile negatif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Çalışmada çoklu doğrusal regresyon yöntemi kullanılmıştır. |
| Belaid vd., 2016 | Tunus | 2000-2012 | Sabit etkiler regresyon analizi sonuçlarına göre; aktif büyüklüğü ile pozitif yönlü, faaliyet giderlerinin faaliyet gelirlerine oranı ile ölçülen banka yönetiminin etkinliği ve faiz dışı gelirlerin toplam gelirlere oranı ile negatif yönlü ilişkiler bulunmuştur. ROA, GSYİH ve enflasyon ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır |
| Luca ve Witowski, 2016 | Romanya | 2006-2013/ 16 banka | Regresyon analizinin yapıldığı çalışmada, sermaye yeterlilik oranı ve karlılık ile pozitif yönlü, takipteki krediler, net faiz marjı ve aktif büyüklüğü ile negatif yönlü ilişki bulunmuştur. |
| Singh ve Sharma, 2016 | Hindistan | 2000-2013/ 59 banka | Mevduatların toplam aktiflere oranı, ROA, sermaye yeterliliği ve enflasyon ile pozitif yönlü, aktif büyüklüğü ve GSYİH büyüme oranı ile negatif yönlü ilişki vardır. Fonlama maliyeti ve işsizlik ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Çalışmada EKK, sabit etkiler ve rassal etkiler modellerinden faydalanılmıştır. |
| Nguyen vd., 2017 | 101 ülke | 1996-2015/ 4.952 banka | Reel GSYİH büyüme oranı ve enflasyon ile pozitif yönlü, aktif büyüklüğü, sermayenin toplam varlıklara oranı, mevduat reel faiz oranı, özel kredilerin GSYİH'ya oranı ile ölçülen finansal gelişmişlik düzeyi ve global finansal kriz ile negatif yönlü ilişki olduğuna dair çeşitli kanıtlara ulaşılmıştır. Çalışmada EKK, sistem GMM ve iki aşamalı EKK regresyon yöntemlerinden faydalanılmıştır. |

**Tablo 1.** Literatür Özeti (Devamı)

| | | | |
|-----------------------|----------|------------------------|--|
| Ahmad ve Rasool, 2017 | Pakistan | 2005-2014/ 37 banka | Panel veri analiz yöntemlerinden sabit etkiler modelinden elde edilen sonuçlar; sermayenin toplam varlıklara oranı ve reel ekonomik büyüme oranı ile pozitif yönlü, takipteki krediler oranı ve aktif büyüklüğü ile negatif yönlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. ROE ve enflasyon ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. |
|-----------------------|----------|------------------------|--|

3. YÖNTEM

3.1. Veri Seti

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyette bulunan 27 ticari bankadan (Ek 1) oluşan bir örneklem kullanılmıştır. Çalışmanın örneklemini 2005-2015 dönemine ilişkin üçer aylık verileri kapsamaktadır. Çalışmada bankaların likidite düzeyinin belirleyicisi olarak likit aktiflerin toplam aktiflere oranı bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Bankaların büyüklüğü, sermaye düzeyi, fonlama maliyeti, mevduat düzeyi ve karlılığı banka düzeyinde bağımsız değişken olarak; ekonomik büyüme, enflasyon ve işsizlik oranı makro düzeyde bağımsız değişken olarak; küresel kriz ise kontrol değişkeni olarak kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan tüm değişkenler, bu değişkenlerin hesaplanış şekli ve bağımsız değişkenlerin banka likiditesi üzerindeki beklenen etkileri Tablo 2’de yer almaktadır. Bankalara özgü üçer aylık veriler Türkiye Bankalar Birliği web sayfasından, makroekonomik göstergelere ilişkin üçer aylık veriler ise Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi’nden elde edilmiştir.

Tablo 2. Değişken Tanımları, Sembolleri ve Bağımsız Değişkenlerin Beklenen Etkileri

| Değişken | Sembol | Tanım | Beklenen Etki |
|---|--------|---|---------------|
| Bağımlı değişken | | | |
| Likit aktifler | LA | Likit Aktifler/Toplam Aktifler | |
| Banka düzeyinde bağımsız değişkenler | | | |
| Banka büyüklüğü | BB | Toplam aktiflerin doğal logaritması | +/- |
| Banka sermayesi | BS | Toplam Özsermaye/Toplam Aktifler | +/- |
| Aktif kalitesi | AK | Takipteki krediler (brüt)/Toplam Kredi ve Alacaklar | + |
| Mevduat oranı | MO | Toplam Mevduat/Toplam Aktifler | + |
| Faiz marjı | FM | Faiz Gelirleri-Faiz Giderleri/Toplam Aktifler | - |
| Makro düzeyde bağımsız değişkenler | | | |
| Ekonomik büyüme | EBO | Üçer aylık GSYİH büyüme oranı | - |
| Enflasyon | ENF | Üçer aylık enflasyon oranı (TUFEE) | - |
| İşsizlik oranı | İŞO | Üçer aylık işsizlik oranı | - |
| Kriz kontrol değişkeni | | | |
| Küresel kriz | KRİZ | 2008 yılı için “1” diğer yıllar için “0” değerini alan kukla değişken | - |

Tablo 2’de yer alan bağımsız ve kontrol değişkenlerinin her birinin bankaların likiditesi üzerindeki beklenen etkileri çeşitli teorik ve ampirik çalışmalardan hareketle şu şekilde açıklanabilir. Küçük bankalarla karşılaştırıldığında büyük ölçekli bankalar kolaylıkla fon kaynaklarını çeşitlendirebilir. Bu nedenle daha az likidite ile faaliyetlerini sürdürmeyi tercih edebilirler (Delechat vd., 2012; Singh ve Sharma, 2016). Diğer taraftan, büyük ölçekte faaliyette bulunan bankaların ekonomideki özel rolü göz önüne alındığında, büyük bankalar hem diğer bankaların hem de düzenleyici ve denetleyici otoritelerin sıkı izleme ve denetiminden dolayı daha fazla likit varlık tutabilirler (Bonner vd., 2015). Dolayısıyla banka büyüklüğünün likidite üzerine etkisi pozitif olabileceği gibi negatif de olabilir. Bu nedenle Dinger (2009) ve Delechat vd. (2012)’nin



çalışmalarında olduğu gibi bu çalışmada da banka ölçeği ve likidite pozisyonu arasındaki muhtemel bir doğrusal olmayan ilişkiyi test etmek amacıyla, karesi alınmış banka ölçeği değişkeni likidite modeline ilave edilmiştir.

Daha güçlü sermaye yapısına sahip bankalar para ve sermaye piyasalarına daha kolay erişebilirler, bunun sonucunda da daha az likidite ile çalışmayı tercih edebilirler (Al-Khouri, 2012; Delechat vd., 2012). Bununla beraber, banka sahipleri aşırı likidite riskine maruz kalmamak için sermayeyi arttırarak likiditeden kaynaklanan şokları azaltabilirler (Dinger, 2009). Sonuç olarak banka sermayesinin likidite üzerindeki beklenen etkisinin negatif veya pozitif yönde olabileceği söylenebilir.

Takipteki kredilerin toplam kredi ve alacaklara oranlanması ile ölçülen aktif kalitesinin düşüp kredi riskinin artabileceğini öngören bankalar, daha fazla likit varlık bulundurma eğiliminde olabilirler (Delechat vd., 2012). Bu nedenle takipteki kredilerin toplam kredi ve alacaklara oranı ile likidite arasında pozitif yönlü bir ilişki beklenmektedir.

Bankaların en temel ve istikrarlı fon kaynağı mudiler tarafından bankaya yatırılan mevduattır. Mevduat düzeyinin artması, bankaların likidite açısından daha esnek hareket etmesine olanak sağlayabilir ki bu da mevduat düzeyinin likidite üzerindeki etkisi için tahmin edilen katsayısının pozitif olmasına neden olabilir (Singh ve Sharma, 2016).

Bankalar geleneksel kredilendirme faaliyetleri neticesinde faiz marjı elde ederler. Faiz marjı arttıkça banka karlılığı da artar. Diğer bankalara kıyasla, daha karlı bankalar daha fazla otofinansman imkanına sahip olduklarından, daha az likidite ile faaliyetlerini sürdürmeyi tercih edebilirler (Delechat vd., 2012; Bonner vd., 2015; Ahmad ve Rasool, 2017). Böyle bir durumda da faiz marjının likidite üzerinde negatif bir etki yaratması beklenebilir.

Sermaye piyasalarının yeterince gelişmediği ülkelerde, ekonominin daralma ve genişleme evrelerine bağlı olarak bankalar likit kalma ve kredilendirme faaliyetlerine ilişkin iki yol izleyebilirler. Bankalar ekonominin daralma evresinde likit kalmayı tercih ederken, ekonominin genişleme evresinde ise likit kalmak yerine kredilendirme faaliyetlerine ağırlık verebilirler (Dinger, 2009; Delechat vd., 2012; Ayaydın ve Karaaslan, 2014). Dolayısıyla ekonomik büyümenin likidite üzerinde negatif bir etkiye sahip olabileceği söylenebilir.

Bir ekonomide enflasyon düzeyinde yaşanan artışlar ülke parasının satın alma gücüne ve bankaların temel fonksiyonlarından biri olan likidite sağlama fonksiyonuna zarar verebilir. Ayrıca, enflasyon, borç alanın lehine buna karşın borç verenin zararına yönelik gelir dağılımının yeniden yapılmasına zemin hazırlar ki bu da enflasyonist bir ortamda bankaların neden borç verme faaliyetlerini kısıtlama eğiliminde olduklarını açıklayabilir (Zaghoudi ve Hakimi, 2017).

Yüksek işsizlik oranı genel ekonomik koşullardaki bozulmaya işaret edebilir ki bu da banka müşterilerinin kredi taleplerini azaltarak bankaların likit kalmalarına neden olabilir. Öte yandan kötü ekonomik koşullardan dolayı daha önce bankadan kredi alan müşteriler, almış oldukları kredileri zamanında geri ödeyemezse bankaların likiditesi bundan olumsuz yönde etkilenebilir (Lastuvkova, 2016).

2008 yılında küresel düzeyde yaşanan kriz, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan tüm ekonomilerde faaliyet gösteren bankaların üzerinde olumsuz etkilere yol olmuştur. Dolayısıyla kriz nedeniyle önemli derecede likidite riskine maruz kalan bankaların likidite düzeyinin azalması muhtemeldir (Vodova, 2013).

3.2. Yöntem

Bankaların likidite düzeyini etkileyen makroekonomik ve bankalara özgü faktörleri araştırmak için panel veri analiz yöntemlerinden olan havuzlanmış en küçük kareler yöntemi, sabit etkiler yöntemi ve tesadüfi etkiler yöntemi kullanılmıştır. Banka düzeyinde ve makro düzeyde değişkenlerin bankaların likiditesi üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla denklem 1'deki model tahmin edilmiştir.

$$\text{Likidite}_{bc} = \beta_0 + \beta_1 \text{BÖD}_{bc} + \beta_2 \text{MED}_{bc} + \beta_3 \text{KRİZ}_{bc} + \beta_4 \text{Ç1}_{bc} + \beta_5 \text{Ç2}_{bc} + \beta_6 \text{Ç3}_{bc} + \epsilon_{bc}(1)$$



Modelde yer alan Likidite_{bç} modelin bağımlı değişkeni olup, likit aktiflerin toplam aktiflere oranlanması ile ölçülmüştür. BÖD_{bç} bankalara özgü bağımsız değişkenleri, MED_ç makro düzeyde bağımsız değişkenleri, KRİZ_ç küresel krizi temsilen kullanılan kontrol değişkenini, Ç1_ç, Ç2_ç ve Ç3_ç üçer aylık kukla değişkenleri temsil etmektedir. $\epsilon_{bç} = \nu_b + \mu_{bç}$, burada ν_b ve $\mu_{bç}$ sırasıyla zamanla değişmeyen bankalara özgü gözlenemeyen etkileri ve modelin tesadüfi hata terimini temsil etmektedir. Yukarıdaki modelde “b”ve “ç” alt indisleri sırasıyla ticari bankayı ve üçer aylık dönemleri ifade etmektedir. Burada ticari bankalar kesit verileri temsil etmektedir.

4. BULGULAR

Tablo 3'te çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin özet tanımlayıcı istatistikleri bilgileri yer almaktadır. Türk bankacılık sektöründe faaliyette bulunan ve analiz kapsamında incelenen 27 ticari bankanın Likit Aktif/Toplam Aktif oranının ortalaması %38'dir. Bankaların özsermayelerinin aktif toplamına oranı ortalama %15, takipteki kredilerin kredi ve alacaklar toplamına oranı ile ölçülen aktif kalitesinin ortalaması %5, mevduatın aktif toplamına oranı ortalama %56, faiz marjının ortalaması %3'tür. Ekonomik büyüme değişkeninin ortalaması %6, enflasyon değişkeninin ortalaması %8 ve işsizlik değişkenine ait ortalama değer ise %10'dur.

Tablo 3. Özet İstatistikler

| Değişken | LA | BB | BS | AK | MO | FM | EB | ENF | İŞO | KRİZ |
|--------------|-------|-------|--------|----------|--------|----------|---------|--------|--------|--------|
| Ortalama | .38 | 8.92 | .15 | .05 | .56 | .03 | .06 | .08 | .10 | .09 |
| Medyan | .31 | 8.90 | .12 | .03 | .60 | .03 | .07 | .08 | .10 | 0 |
| Std. Sapma | .20 | 2.11 | .11 | .11 | .18 | .02 | .05 | .02 | .01 | .29 |
| Min. | .06 | 3.10 | .04 | 0 | .003 | -.22 | -.14 | .04 | .08 | 0 |
| Max. | .94 | 12.62 | .78 | 1.19 | .89 | .28 | .12 | .12 | .15 | 1 |
| Çarpıklık | 1.086 | -0.25 | 3.160 | 6.123 | -1.142 | 1.187 | -1.920 | -0.241 | 1.150 | 1.650 |
| Basıklık | 3.316 | 2.311 | 13.558 | 47.843 | 3.807 | 30.598 | 7.506 | 2.848 | 4.199 | 3.722 |
| Jarque-Bera | 238.3 | 35.39 | 7494.3 | 106963.2 | 290.29 | 37979.97 | 1734.66 | 12.64 | 333.14 | 564.82 |
| J-B Olasılık | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| Gözlem | 1188 | 1188 | 1188 | 1188 | 1188 | 1188 | 1188 | 1188 | 1188 | 1188 |

Tablo 4'te çalışmada kullanılan tüm değişkenlere ilişkin korelasyon matrisi yer almaktadır.

Tablo 4. Korelasyon Matrisi

| Değişken | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-----|----|
| (1) LA | 1 | | | | | | | | | |
| (2) BB | -.47* | 1 | | | | | | | | |
| (3) BS | .61* | -.59* | 1 | | | | | | | |
| (4) AK | .36* | -.34* | .55* | 1 | | | | | | |
| (5) MO | -.44* | .53* | -.54* | -.10* | 1 | | | | | |
| (6) FM | -.04 | -0.07 | -0.04 | -0.03 | -.08* | 1 | | | | |
| (7) EBO | .02 | .02 | -.002 | -.03 | -.01 | -0.11* | 1 | | | |
| (8) ENF | .01 | -.06 | .02 | .01 | -.002 | -.05 | -.12* | 1 | | |
| (9) İŞO | -.03 | -.01 | .03 | -.04 | .03 | .01 | -.56* | -.25* | 1 | |
| (10) KRİZ | -.02 | -.04 | -.02 | .01 | .01 | .02 | .28* | .43* | .03 | 1 |

Not:* %1 önem seviyesinde anlamlılığı ifade eder.

Korelasyon sonuçlarına göre banka likiditesi (LA) değişkeni ile banka büyüklüğü (BB), banka sermayesi (BS), aktif kalitesi (AK) ve mevduat düzeyi (MA) değişkenleri arasında %1 önem düzeyinde istatistiki açıdan anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Korelasyon matrisinde hesaplanan korelasyon katsayılarının düşük olması, likidite modelinde çoklu doğrusal bağlantı sorunu olmadığına işaret etmektedir. Gujarati'ye (2004) göre, bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları, 0.80 değerinden daha yüksek olmadıkça, çoklu doğrusallık, çok değişkenli regresyon analizinde önemli bir sorun değildir ve tüm bağımsız değişkenler, aynı regresyon modelinde kullanılabilir.

Sabit ve tesadüfi etkiler panel regresyon modeli ile havuzlanmış en küçük kareler (EKK) yöntemi kullanılarak elde edilen model tahmin sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Tahmin Sonuçları

| | Sabit Etkiler | | Tesadüfi Etkiler | | Havuzlanmış EKK | |
|----------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | Tahmin Edilen Katsayı | Dirençli Standart Hata | Tahmin Edilen Katsayı | Dirençli Standart Hata | Tahmin Edilen Katsayı | Dirençli Standart Hata |
| Banka büyüklüğü | .155** | .073 | .145** | .070 | .016 | .097 |
| Banka büyüklüğü ² | -.009** | .004 | -.008** | .004 | -.002 | .005 |
| Banka sermayesi | .466* | .241 | .337 | .218 | .385 | .248 |
| Aktif kalitesi | .378*** | .099 | .378*** | .097 | .248 | .168 |
| Mevduat oranı | .033* | .018 | .125 | .105 | -.228 | .169 |
| Faiz marjı | -1.060 | .623 | -1.251* | .645 | .823** | .412 |
| Ekonomik büyüme | -.163* | .091 | -.165* | .090 | -.077 | .089 |
| Enflasyon | -.273 | .181 | -.144 | .090 | -.015 | .070 |
| İşsizlik oranı | -.770* | .410 | -.792** | .400 | -.709 | .564 |
| Küresel kriz | -.017* | .010 | -.016* | .009 | -.011 | .010 |
| Ç1 | -.027 | .024 | -.036 | .017 | -.018* | .010 |
| Ç2 | -.033* | .018 | -.023 | .018 | -.016* | .009 |
| Ç3 | -.022** | .011 | -.027 | .024 | -.005 | .007 |
| Sabit terim | .486 | .545 | .214 | .494 | -.664 | .570 |
| Diagnostik test sonuçları | | | | | | |
| F-testi | | | | | 63.11*** | |
| Breusch-Pagan LM testi | | | 1219.66*** | | | |
| Hausman testi | 46.01*** | | | | | |
| Wooldridge otokorelasyon testi | 41.004*** | | | | | |
| Green heteroskedastisite testi | 2163.26*** | | | | | |
| R ² | 0.2507 | | 0.2260 | | 0.3396 | |
| F-istatistiği | 10.64*** | | | | 9.21*** | |
| Wald χ^2 istatistiği | | | 59.24*** | | | |
| Banka sayısı | 27 | | 27 | | 27 | |
| Gözlem sayısı | 1188 | | 1188 | | 1188 | |

Not: Bağımlı değişken likit aktiflerin toplam aktiflere oranıdır. χ_i üçer aylık dönemler için kukla değişkenlerdir. *** %1, ** %5, *%10 düzeyindeki anlamlılığı ifade eder.

Bankaların likidite düzeyinin belirleyicilerinin ekonometrik analizi için hangi tahmincinin en uygun olduğunu belirlemek amacıyla öncelikle F-testi, Breusch-Pagan LM testi ve Hausman testi yapılmıştır. Söz konusu test



sonuçları Tablo 5’de yer almaktadır. Bu üç testten elde edilen sonuçlar, likidite modelinin parametrelerinin tahmin edilmesinde kullanılacak en uygun tahmincinin sabit etkiler tahmincisi olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla çalışmadan elde edilen sonuçların yorumlanmasında sabit etkiler tahmincisi kullanılarak elde edilen sonuçlar kullanılmıştır. Sabit etkiler regresyon modeli kapsamında otokorelasyon ve heteroskedastisiteye karşı dirençli (autocorrelation and heteroscedasticity-robust) likidite modelinin tahmin sonuçları Tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 5’te banka büyüklüğünü temsil eden birinci değişkene ait katsayının pozitif ve anlamlı, ikinci değişkene ait katsayının ise negatif ve anlamlı bulunması, likidite düzeyi ile banka büyüklüğü arasındaki ilişkinin doğrusal olmadığını göstermektedir. Daha açık bir ifadeyle, toplam varlıkların artması önce bankaların likiditesinin artmasına, daha sonra ise azalmasına neden olmaktadır. Bu sonuç, Dinger’in (2009) çalışmasından elde edilen bulguların tersine, Delechat vd. (2012)’nin çalışmalarına paralel olarak iki değişken arasında ters-U şeklinde doğrusal olmayan bir ilişkinin varlığına işaret etmektedir.

Banka sermayesi ile likidite düzeyi arasında; literatürde yer alan birçok çalışmanın (Lucchetta, 2007; Dinger, 2009; Vodova, 2011; Al-Kouri, 2012; Vodova, 2013; Cucinelli, 2013; Chen ve Phuong, 2013; Luca ve Witowski, 2016; Singh ve Sharma, 2016; Ahmad ve Rasool, 2017) sonuçlarıyla benzer şekilde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Banka sermayesi değişkenine ait katsayısının pozitif ve anlamlı olması, banka sermayesinin likidite oranı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuç güçlü sermaye yapısına sahip bankaların daha fazla likit varlık bulduklarına işaret etmektedir.

Takipteki krediler baz alınarak ölçülen aktif kalitesi ile likidite oranı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Elde edilen bu bulgu Vodova’nın (2011) çalışmasından elde edilen bulgularla örtüşmektedir. Takipteki kredilerin toplam kredi ve alacaklara oranı ile ölçülen aktif kalitesi ile likidite oranı arasındaki pozitif yönlü ilişki hareketle, takipteki kredilerin artmasının bankaların daha fazla likit varlık tutmasına neden olduğu söylenebilir.

Mevduat düzeyi değişkeninin tahmin edilen katsayısı pozitif ve %10 önem seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Bonner vd., (2013) ile Singh ve Sharma’nın (2016) çalışmasından elde edilen sonuçlarla uyumlu olan bu bulgu, artan mevduat düzeyinin bankaların likidite oranlarını arttırdığına işaret etmektedir.

Beklendiği gibi net faiz marjı ile banka likidite düzeyi arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Ancak bu ilişki herhangi bir önem düzeyinde anlamlı değildir. Aspach vd., (2005), Belaid vd., (2016) ile Ahmad ve Rasool (2017) da çalışmalarında çeşitli karlılık göstergeleri ile likidite düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulamamışlardır.

Makro ekonomik değişenlerin bankaların likiditesi üzerindeki etkileri incelendiğinde, Aspach vd., (2005), Ayaydın ve Karaaslan (2014) ve Singh ve Sharma’nın (2016) çalışmasından elde edilen bulgularla paralel bir şekilde ekonomik büyümenin likidite oranını negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ekonominin büyümeye bağlı olarak artan kredi taleplerini karşılamak için bankaların daha az likidite buldukları söylenebilir.

Tahmin sonuçlarına göre enflasyon oranı ile banka likiditesi arasında negatif bir ilişki bulunmaktadır ancak bu ilişki istatistiksel olarak anlamlı değildir. Al-Kouri (2012), Belaid vd., (2016) ve Ahmad ve Rasool (2017) da enflasyon ile likidite düzeyi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulamamıştır.

İşsizlik oranı değişkeninin tahmin edilen katsayısı negatif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Dolayısıyla işsizlik oranı ile likidite düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuç, Lastuvkova’nın (2016) çalışmasından elde edilen bulgularla uyumludur.

Son olarak çalışmada küresel krizi temsil eden kukla değişken ile bankaların likidite düzeyi arasında beklendiği gibi negatif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu küresel krizin bankaların likiditesini olumsuz yönde etkilediğine işaret etmektedir. Benzer şekilde Vodova (2011), Chen ve Phuong (2013) ve Ayaydın ve Karaaslan (2014) da çalışmalarında likidite düzeyi ile kriz arasında negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki rapor etmişlerdir.

5. SONUÇ

Bankalar tarafından tutulan likit varlıkların düzeyini belirleyen faktörlerin neler olduğuna ilişkin literatürde yer alan tartışmalar, özellikle ABD piyasalarında ortaya çıkan ve sonrasında tüm dünya ekonomilerine yayılan



krizin ardından daha da yoğunlaşmıştır. Finansal sistemde fonların tahsis edilmesine aracılık eden bankaların ülke ekonomileri için ne denli önemli olduğu göz önüne alındığında, bankalar tarafından tutulan likidite düzeyinin yeterliliği hem düzenleyici otoriteler hem de ulusal ve uluslararası yatırımcılar tarafından sorgulanmaktadır.

Bankaların bir taraftan likidite yetersizliği sonucunda ortaya çıkacak riskler, diğer taraftan da likit varlık bulundurma maliyetlerini dikkate alarak, risk ile karlılık arasında optimal dengeyi sağlayacak şekilde likit varlık bulundurmaları gerekmektedir. Bu çalışmada 2005-2015 dönemi için Türkiye’de faaliyette bulunan 27 bankanın üçer aylık verilerinden oluşan dengeli bir panel veri kullanarak likidite oranı üzerinde etkili olan bankaya özgü faktörler ile makroekonomik faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Klasik panel veri analiz tekniklerinin kullanıldığı çalışmanın ampirik bulgularına göre, bankaların likidite düzeyi ile banka sermayesi, aktif kalitesi ve mevduat düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmaktadır. Banka sermayesi ile likidite düzeyi arasındaki pozitif ilişki, sermaye düzeyleri arttıkça bankaların daha fazla likit varlık tuttuklarına işaret etmektedir. Aktif kalitesini temsilen kullanılan takipteki kredilerin toplam kredi ve alacaklara oranı ile likidite değişkeni arasındaki pozitif yönlü ilişki, bankaların takipteki kredi oranları arttıkça maruz kaldıkları likidite riskindeki artıştan korunmak için daha fazla likit varlık tutma eğiliminde olduklarının bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Artan mevduat düzeyine bağlı olarak bankaların likidite açısından daha fazla esnek davranmaları, mevduat düzeyi ile bankaların likidite düzeyleri arasında pozitif yönlü bir ilişkinin ortaya çıkmasını sağlamış olabilir. Çalışmada banka büyüklüğü ile bankaların likidite düzeyi arasında doğrusal olmayan bir ilişki bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, toplam varlıkların doğal logaritması alınarak ölçülen banka büyüklüğündeki artış belli bir noktaya kadar likit varlıkları arttırmakta ancak bu noktanın ötesinde varlıklardaki artış likiditenin azalmasına neden olmaktadır.

Ampirik sonuçlar makroekonomik değişkenlerden ekonomik büyüme, işsizlik oranı ve küresel kriz değişkenleri ile bankaların likidite düzeyi arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Ekonomik büyüme ile likidite arasında negatif yönlü bir ilişkinin bulunması; ekonominin büyüme dönemlerinde artan kredi taleplerine bağlı olarak, bankaların kredilendirme faaliyetlerine daha fazla ağırlık vermesi, ekonomik büyüme dönemlerinde likidite şoklarının yaşanma olasılığının daha az olması ve likit varlıkların bankalar için bir fırsat maliyeti yaratması ile açıklanabilir. İşsizlik oranlarındaki artışın kredilerin geri ödenmesinde yaratabileceği sorunlar, işsizlik oranının likidite üzerinde negatif yönlü bir etkiye sahip olmasına yol açabilir. Küresel kriz değişkeni ile likidite arasındaki negatif yönlü ilişki ise, yaşanan küresel krizin bankaların likiditesini azalttığını göstermektedir.

Daha uzun bir inceleme dönemi üzerinden, farklı ekonometrik yöntemler kullanılarak yapılacak çalışmalar literatüre katkı sağlayacaktır. Ayrıca yapılacak çalışmalarda, bağımsız değişkenleri temsilen farklı değişkenlerin de kullanılması, bankalarda likidite düzeyinin hangi makro ve mikro faktörlerden etkilendiğinin belirlenmesi açısından fayda sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

AHMAD, Farooq ve Nadir RASOOL (2017), “Determinants of Bank Liquidity: Empirical Evidence from Listed Commercial Banks with SBP”, **Journal of Economics and Sustainable Development**, 8(1), 47-55.

AL-KHOURI, Ritab (2012), “Bank Characteristics and Liquidity Transformation: The Case of GCC Banks”, **International Journal of Economics and Finance**, 12, 114-120.

ALTAY, Erdinç (2014), **Bankacılıkta Risk**, İstanbul: Derin Yayınları.

ASPACH, Oriol, Erlend NIER ve Muriel TIESSET (2005), **Liquidity, Banking Regulation and the Macroeconomy, Evidence on Bank Liquidity Holdings from a Panel of UK-Resident Banks**, [Erişim Adresi: <https://www.bis.org/bcbs/events/rtf05AspachsNierTiesset.pdf>].

AYAYDIN, Hasan ve İbrahim KARAASLAN (2014), “Likidite Riski Yönetimi: Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Uygulama”, **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi**, Özel Sayı, 11, 237-256.



BELAID, Faıçal, Meryem BELLOUMA ve Abdelwahed OMRI (2016), “Determinants of Liquidity Risk: Evidence from Tunisian Banks”, **International Journal of Emerging Research in Management & Technology**, 5(6), 95-104.

BONNER, Clemens, Iman van LELYVELD ve Robert ZYMEK (2013), **Banks' Liquidity Buffers and the Role of Liquidity Regulation**, DNB Working Paper, No: 393, [Erişim Adresi: https://www.dnb.nl/en/binaries/Working%20Paper%20Paper%20393_tcm47-296774.pdf].

CHEN, I-Ju ve Nguyen Lan PHUONG (2013), **The Determinants of Bank Liquidity Buffer**, SSRN Electronic Journal, doi: 10.2139/ssrn.2313541, [Erişim Adresi: https://www.researchgate.net/publication/276255713_The_Determinants_of_Bank_Liquidity_Buffer].

CHİARAMONTE, Laura (2018), **Bank Liquidity and the Global Financial Crisis: The Causes and Implications of Regulatory Reform**. Switzerland: Palgrave Macmillan.

CUCINELLI, Doriana (2013), “The Determinants of Bank Liquidity Risk within the Context of Euro Area”, **Interdisciplinary Journal of Research in Business**, 10(2), 51-64.

ÇELİK, Sibel ve Yasemin D. AKARIM (2012), “Likidite Riski Yönetimi: Panel Veri Analizi ile İMKB Bankacılık Sektörü Üzerine Ampirik Bir Uygulama”, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 13(1), 1-17.

DELÉCHAT, Corinne, Camila HENAO, Priscilla MUTHOORA ve Svetlana VTYURINA (2012), **The Determinants of Banks' Liquidity Buffers in Central America**, IMF Working Paper, WP/12/301, [Erişim Adresi: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2012/wp12301.pdf>].

DINGER, Valeriya (2009), “Do Foreign-Owned Banks Affect Banking System Liquidity Risk?”, **Journal of Comparative Economics**, 37, 647-57.

ELLIOTAND, Viktor ve Ted LINDBLOM (2016), “Basel III, Liquidity Risk and Regulatory Arbitrage”, iç. Santiago C. VALVERDE, Pedro J. C. SOLAS ve Francisco R. FERNÁNDEZ (Ed.), **Liquidity Risk, Efficiency and New Bank Business Models**, UK: Palgrave Macmillan, 35-50.

HAZAR, Adalet ve Şenol BABUŞCU (2017), **Banka Aktif Pasif Yönetimi**, Ankara: Bankacılık Akademisi Yayınları.

GUJARATI, Damodar N. (2004), **Basic Econometrics** (4th ed.), New York: MacGraw-Hill.

IŞIK, Özcan ve Murat BELKE (2017), “Likidite Riskinin Belirleyicileri: Borsa İstanbul'a Kote Mevduat Bankalarından Kanıtlar”, **Ekonomi, Politika & Finans Araştırmaları Dergisi**, 2(2), 113-126.

IŞIL, Gökhan ve Nasıf ÖZKAN (2015), “İslami Bankalarda Likidite Riski Yönetimi: Türkiye'de Katılım Bankacılığı Üzerine Ampirik Bir Uygulama”, **International Journal of Islamic Economics and Finance Studies**, 1(2), 23-37.

LASTUVKOVA, Jana (2016), “Liquidity Determinants of the Selected Banking Sectors and Their Size Groups”, **Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis**, 64(3), 971-978.

LUCA, Florin A. ve Irina R. B. WITOWSCHI (2016), “Assesing the Determinants of Bank Liquidity. Case Study Romanian Banking System”, **Management Intercultural**, XVIII (35), 67-73.

LUCCHETTA, Marcella (2007), “What Do Data Say About Monetary Policy, Bank Liquidity and Bank Risk Taking?”, **Economic Notes**, 36(2), 189-203.

MOUSSA, Mohamed A. B. (2015), “The Determinants of Bank Liquidity: Case of Tunisia”, **International Journal of Economics and Financial Issues**, 5(1), 249-259.

MUNTEANU, Ionica (2012), “Bank Liquidity and its Determinants in Romania”, **Emerging Market Queries in Finance and Business**, 3, 993-998.

NGUYEN, My, Shrimal PERERA ve Michael SKULLY (2017), “Bank Market Power, Asset Liquidity and Funding Liquidity: International Evidence”, **International Review of Financial Analysis**, 54, 23-38.



SINGHN, Anamika ve Anil K. SHARMA (2016), “An Empirical Analysis of Macroeconomic and Bank-Specific Factors Affecting Liquidity of Indian Banks”, **Future Business Journal**, 2, 40–53.

UMAR, Muhammad ve Gang SUN (2016), “Determinants of Different Types of Bank Liquidity: Evidence from BRICS Countries”, **China Finance Review International**, 6(4), 380-403.

VODOVÁ, Pavla (2011), “Liquidity of Czech Commercial Banks and its Determinants”, **International Journal of Mathematical Models and Methods in Applied Sciences**, 6(5), 1060-1067.

VODOVA, Pavla (2013), “Determinants of Commercial Bank Liquidity in Hungary”, **Financial Internet Quarterly, e-Finance**, 9(3), 64-71.

ZAGHDOUDI, Khemais ve Abdelaziz HAKIMI (2017), “The Determinants of Liquidity Risk: Evidence from Tunisian Banks”, **Journal of Applied Finance and Banking**, 7(2), 71-81.

ZENGİN, Sinemis ve Serhat YÜKSEL (2016), “Likidite Riskini Etkileyen Faktörler: Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Bir İnceleme”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 15(29), 77-95.

EKLER:

Ek 1. Örneklemede Yer Alan Bankalar

| | | | |
|----|--------------------|----|-------------------|
| 1 | Akbank | 15 | Deutsche Bank |
| 2 | İş bankası | 16 | Société Générale |
| 3 | Yapı kredi bankası | 17 | ING |
| 4 | TEB | 18 | HSBC |
| 5 | Turkish bank | 19 | Finansbank |
| 6 | Şekerbank | 20 | Alternatif bank |
| 7 | Anadolubank | 21 | Bank mellat |
| 8 | Fibabanka | 22 | Arap Türk bankası |
| 9 | Halkbank | 23 | Denizbank |
| 10 | Ziraat bankası | 24 | Burgan bank |
| 11 | Vakıfbank | 25 | Citibank |
| 12 | Garanti bankası | 26 | Habib Bank |
| 13 | Turkland bank | 27 | ICBC Turkey Bank |
| 14 | The Royal bank | | |



ELEKTRONİK HİZMET MARKA DEĞERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: ELEKTRONİK HİZMET MÜŞTERİLERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA¹

Salih YILDIZ²

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, elektronik hizmet marka değerini etkileyen faktörlerin belirlenmesidir. Araştırma kapsamında, kitap / dergi sektöründe faaliyet gösteren bir elektronik hizmet sitesi kullanılmıştır. Araştırmanın örnek büyüklüğü, seçilen internet sitesinin müşterilerine uygulanan elektronik anket sonucunda 675 olarak belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan Elektronik Hizmet Marka Değeri ölçeğinin güvenilirliği Cronbach Alfa Katsayısı yöntemi ile test edilmiştir. Ölçeğin geçerliliğinde ise, Faktör Analizi yöntemi kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik ve geçerliliği belirlendikten sonra araştırma hipotezleri, Çoklu Regresyon Analizi test edilmiş ve e-İmaj, e-kalite, e-sadakat, e-güven, e-farkındalık ve e-değer faktörlerinin elektronik hizmet marka değeri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Ticaret, Hizmet Pazarlaması, Marka Değeri, Elektronik Hizmet Marka Değeri.

Jel Kodları: M30, M31.

FACTORS THAT EFFECTING ELECTRONIC SERVICE BRAND EQUITY: AN APPLICATION ON ELECTRONIC SERVICE CUSTOMERS

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the factors affecting electronic service brand equity. Within the context of this study, an electronic service site in book / magazine sector has been used. Survey sample size determined as 675 as a result of an electronic survey administered on selected web site's customers. The reliability of Electronic Service Brands Equity scale that is being used in survey has been tested by Cronbach's Alfa Method and the validity of scale has been tested by Factor Analysis. Then, hypotheses of survey have been tested by Multiple regression analysis and it has been determined that e-image, e-quality, e-loyalty, e-trust, e-awareness and e-value factors are effective on electronic service brand equity.

Keywords: Electronic Commerce, Service Marketing, Brand Equity, Electronic Service Brand Equity.

Jel Codes: M30, M31.

1. GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesiyle hız kazanan elektronik ticaret, son yıllarda internet kullanımının da artmasıyla birlikte daha önemli hale gelmiştir. Artık işletmeler ürün (mal) veya hizmetlerini pazarlamak için interneti ve dolayısıyla elektronik ticareti daha çok kullanmaya başlamışlardır. Tüketiciler de bir ürün veya hizmeti satın almak için fiziki mağazaları dolaşmak zorunda kalmadan, interneti kullanarak, daha çok alternatif arasından seçim yapabilmektedirler.

Elektronik ticarete ve internet kullanımında meydana gelen bu gelişmelerin farkında olan işletmeler, farklı satış ve pazarlama stratejilerini internet aracılığıyla uygulamakta ve genelde başarılı olmaktadır. Son yıllarda tüketiciler arasında yaygın olarak kullanılan sosyal paylaşım siteleri (facebook, twitter, friendfeed vb.), işletmeler için reklam ve pazarlama platformuna dönüşürken tüketiciler için de tüm dünyadaki işletmelerin ürün ve hizmetlerinden haberdar olabileceği bir bilgi kaynağı haline gelmiştir. Diğer yandan ürün veya hizmete

¹ Bu çalışma yazarın doktora tezinden üretilmiştir.

² Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, salihyildiz@yahoo.com



özel oluşturulan forum siteleri, milyonlarca internet kullanıcılarına ulaşabilen, tüketiciler için yaşadıkları deneyimleri paylaşabileceği, işletmeler için ise müşterilerinden geribildirim alabileceği büyük bir bilgi deposu görevi görmektedir.

Elektronik ticarete marka değeri kavramının önem kazanmasıyla birlikte bu konuda yapılan çalışmalarda da bir artış görülmektedir. Ancak marka değeri kavramının elektronik ticarete hizmet markaları açısından ele alındığı çalışmalar yok denecek kadar azdır. Literatürde elektronik ticarete marka değeri kavramı daha çok ürün markalarına yönelik ele alınmış ve geliştirilen ölçekler bu markalar için test edilmiştir. Bu durum, çalışma konusunun elektronik hizmet marka değeri olarak belirlenmesinde önemli rol oynamıştır.

2. ELEKTRONİK TİCARET

İnternetin gelişimiyle birlikte firmaların tanıtımlarını yapmak amacıyla internet sitelerini kullanmaları ve reklam faaliyetlerinde bulunmaları ticari faaliyetlerin elektronik olarak gerçekleştirilmesini gündeme getirmiştir. Elektronik ticarete gerekli olan unsur ticari işlemlerin birbirlerine bağlı bir bilgisayar ağı ortamı içerisinde ve bu ağ aracılığıyla gerçekleştirilmesidir (Camp ve Sirbu, 1997: 17).

Tarafların fiziksel iletişim kurmak ve fiziksel değişim yapmak yerine işlemlerini elektronik ortamda yapması anlamına gelen (Adlin ve diğerleri, 2004: 45) elektronik ticaretin en ayırt edici özelliği tüketicilerin bütün deneyimlerini internet veya bilgisayar ortamında yaşamasıdır (Omar ve diğerleri, 2011: 227). Elektronik ticaretin gelişmesinin en önemli nedenleri; iletişim ve bilgi teknolojilerinin daha önce görülmemiş imkânlar sunması, dünya ticaret hacminin küreselleşme akımları ve bu akımların, düzenlenen uluslararası anlaşmalar ile giderek artmasıdır (İnce, 1999: 17). Elektronik ticarete alışveriş yapan tüketicilerin sayısının artmasıyla birlikte tüketicilerin satın alma kararını etkilemesi açısından internet sitelerinin önemi de gittikçe artmaktadır (Floh ve Treiblmaier, 2006). İnternet kullanımının ve internet sitelerinin sayısının artması ile elektronik ticaretin gelişmesi de hız kazanmış ve bu gelişime paralel olarak da marka kavramı elektronik ortamda önem kazanmıştır. Tüketiciler elektronik ticarete bilmedikleri ve tanımadıkları bir işletme veya markadan ürün veya hizmet satın almak yerine bildikleri ve tanıdıkları bir işletme veya markayı daha fazla tercih edebilmektedirler.

3. HİZMET PAZARLAMASI

Refah düzeylerindeki artışlar ve teknolojik ilerlemelerle birlikte hizmet sektöründeki gelişmeler de hız kazanmaktadır (İslamoğlu ve diğerleri, 2006: 17). Bu gelişmeler sayesinde hizmet sektörü, önemli bir sektör haline gelmekte ve hizmetlerin ticari değeri pazarlamacıların ve akademisyenlerin dikkatini çekmektedir (O’Cass ve Grace, 2004: 257). Tüketicilere fayda ve değer sağlayan özellikler olarak tanımlanabilen hizmetlerin (Lovelock ve diğerleri, 2011:4) en önemli özellikleri, soyut ve heterojen olmaları, ayrıca eş zamanlı üretilip tüketilmeleri ve stoklanamamalarıdır. Hizmetlerin ürünlerden farklı olmaları, hizmet pazarlamasının da ürün pazarlamasından farklı olmasına ve farklı özellikler taşımasına sebep olmaktadır. İçöz (1996: 34)’e göre hizmet pazarlamasını diğerlerinden ayıran en temel farklılıklar;

- ✓ Tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve bu ihtiyaçların karşılanmasına yönelik hizmetler sunulması
- ✓ Pazarlamanın süreklilik yapısına bağlı olarak hizmet pazarlaması faaliyetlerinin birbirini izleyen ve düzenlilik gerektiren aşamalardan oluşması
- ✓ Pazarlama araştırmasının önemi ve hizmet pazarlaması uygulamalarında süreklilik göstermesi
- ✓ Hizmet işletmelerinin hizmet veren diğer işletmeler ile arasındaki dayanışma ve bunun gün geçtikçe artan önemi
- ✓ Örgüt çapında ve bölümler arasında dayanışmanın gerekliliği ve işletme çapında pazarlama çabalarının bütünlüğü
- ✓ Hizmetlerin soyut özelliği ve tüketim ile üretimin genellikle aynı zaman ve yerde gerçekleşmesi nedeni ile müşteri memnuniyetinin sağlanmasında kalitenin önemi
- ✓ Hizmet pazarlamasında genellikle pazarlama faaliyetlerinin etkinliğini ölçmek zordur. Aynı şekilde rakip firmaların pazar etkinlikleri hakkında sağlıklı veri elde etmek de bir hayli güçtür.



Kış-2018

Cilt: 7 Sayı: 14 (170-185)

GJEBS

Global Journal of Economics and Business Studies

Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi

<http://dergipark.gov.tr/gumusgjebs> - ISSN: 2147-415X



Winter-2018

Volume: 7 Issue: 14 (170-185)

4. MARKA VE MARKA DEĞERİ

Marka, ürün ve hizmetlerin, rakiplerden ayırt edilmesini sağlamak amacıyla ürün veya hizmeti tanımlayan her türlü isim, terim, işaret, sembol, şekil veya tüm bunların bileşimidir (Kotler, 1991: 442; Wood, 2000: 662; Marangoz, 2007: 460; Onurlubaş ve Şener, 2016: 326). Tüketiciler için önemli bir bilgi kaynağı olan (Grace ve O’Cass, 2002: 96) marka, bilgisel kazanç sağlamanın yanı sıra tüketiciye verilmiş bir sözü ifade eder ve tüketicilerin ürün veya hizmet tercihlerinde algıladıkları riskleri azaltır (Davis ve diğerleri, 2000: 179). Sağladığı bu farklılaşma avantajıyla marka (O’Cass ve Grace, 2003: 452) hizmet işletmeleri için de büyük öneme sahiptir (Taylor ve diğerleri, 2007). Marka değeri ise, diğer markalara kıyasla bir ürünün taşıdığı marka isminin üstünlüğü ile ilgili tüketicilerin sahip olduğu algı olarak tanımlanabilmektedir (Lassar ve diğerleri, 1995: 13, Onurlubaş ve Dursun, 2018: 3)). Marka değerinin yüksek olması, tüketicilerin marka ismi ve ürün veya hizmetin kendisi ile ilgili olumlu algılara sahip olduklarını belirtir (Rio ve diğerleri, 2001: 452).

Marka değerini ölçmeye yönelik pek çok ölçek geliştirilmiş (Yoo ve Donthu, 2001b; Vazquez ve diğerleri, 2002, vb.) ve çeşitli testler ile geçerlilikleri onaylanmıştır ancak literatürde bu ölçeklerin elektronik hizmet markaları ele alınarak test edildiği çalışmalara pek rastlanmamaktadır. Literatürde hizmet markaları için geliştirilen ölçeklerden biri Berry (2000)’nin 14 hizmet firmasının stratejilerini analiz ederek geliştirdiği hizmet marka değeri modelidir. Berry (2000), araştırmasında Keller (1993)’a benzer şekilde marka değerinin marka farkındalığı ve marka imajı olmak üzere iki boyuttan oluştuğunu ifade etmektedir.

5. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

5.1. E-İmaj

Page ve Lepkowska-White, (2002: 232) tarafından müşterilerin internet siteleriyle ilgili algılamaları olarak ifade edilen e-ijaj, tüketicinin, belirli bir marka hakkında zihninde oluşturduğu öznel ve algısal olgular bütünü olarak da tanımlanabilir (Akkaya, 1999: 101).

E-ijaj, tüketicinin bir marka ile ilgili çeşitli kaynaklardan edindiği izlenimler sonucu oluşmakta ve tüketicilerin fiyata karşı olan tepkilerini etkilemektedir. Tüketicilerin bu tepkilerini etkileyebilmesi e-ijaj’ın, genel marka tutumu yönü sayesinde olmaktadır. Olumlu marka tutumuna sahip tüketiciler daha fazla ödemeye razı gelmektedirler. Tüketiciler gözünde oluşan pozitif bir e-ijaj, tatmin oluşturma ve rekabetçi pazarlama faaliyetlerine karşı savunmasızlığı azaltmanın yanı sıra, marka seçim olasılığını da arttırmaktadır (Keller, 1993: 8-9).

5.2. E-Kalite

E-kalite bir ürün veya hizmet ile ilgili müşterilerin kalite algılamalarını ifade etmektedir (Tong ve Hawley, 2009: 264).

E-kalite, özellikle hizmet sektöründeki işletmeler için önemli bir farklılaşma ve rekabet aracı haline gelmiştir (Wong ve Sohal, 2003: 495). Hizmet sektöründe e-kalite, müşterilerin hizmet ile ilgili beklentileri ile algılamaları arasındaki farklılıktan kaynaklanan algısal yargılardır (Grönroos, 1984: 38). Parasuraman ve diğerleri (1988: 17)’ne göre ise e-kalite, beklenen hizmet ile algılanan hizmet performansı arasındaki farktır. Bir başka ifadeyle e-kalite, internet sitesinin kalitesinin, tüketicilerin gözüyle değerlendirilmesidir (Kim ve Lee, 2006: 533). Bu değerlendirme, işletmelere tüketicilere uygun stratejiler belirleme ve faaliyetlerini bu yönde geliştirme imkânı sağlamaktadır (Floh ve Treiblmaier, 2006: 100). Elektronik ticarete e-kalite, müşteri tatmini ve e-sadakat oluşumunda önemli bir kriter (Gummerus ve diğerleri, 2004: 177) olduğundan internet üzerinden hizmet sağlayan işletmeler, sağladıkları bu hizmetlerin kalitesine daha fazla özen göstermelidirler (Grönroos ve diğerleri, 2000: 245). Bir başka ifadeyle elektronik ticarete faaliyet gösteren işletmeler başarılı olabilmek için öncelikle tüketicilere tam ve doğru bilgiye hızlı erişim imkânı sunan yüksek kalitede bir internet sitesine sahip olmalıdırlar (Ranganathan ve Ganapathy, 2002: 461). Yüksek kaliteli bir internet sitesi tasarımı e-kalitenin belirleyicilerinden kabul edilmektedir (Cai ve Fun, 2003: 514).

**5.3. E-Sadakat**

Duygusal temelli bir kavram olan e-sadakat (Supphellen ve Nysveen, 2001: 343) en basit ifadeyle düşük fiyat ve promosyonlara rağmen müşterilerin herhangi bir markayı araması ve tekrar satın alması olarak tanımlanabilir (Palumbo ve Herbig, 2000: 116). İşletmeler için sadık müşteri kitlesine sahip olmak önemlidir çünkü sadık müşteriler, daha fazla alışveriş yaparlar. Ayrıca bu müşteriler daha fazla harcama yapmaya da isteklidirler (Harris ve Goode, 2004: 139). Sadık müşterilerin işletmelere sağladıkları bir diğer avantaj da bu müşterilerin sadık olmayan müşterilere kıyasla işletme markalarına karşı olumlu tutum sahibi olmalarıdır (Yoo ve diğerleri, 2000: 197). Markalara karşı olumlu tutum sahibi olan sadık müşteriler bu tutumlarını sosyal çevrelerindeki kişilerle paylaşarak pozitif kulaktan kulağa iletişim yaparlar (Rafiq ve Fulford, 2005: 456; Page ve Lepkowska-White, 2002: 233; Srinivasan ve diğerleri, 2002: 47) ve markanın e-ijim gelişimini desteklerler (Kayaman ve Arasli, 2007: 102). E-ijim üzerinde etkili olan e-sadakat, genellikle kalite, tatmin ve sadakat zincirinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır (Gummerus ve diğerleri, 2004: 176).

5.4. E-Güven

Tüketicilerin, gizlilik / güvenlik eksikliği, dolandırıcılık ve sahte satıcılar sebebiyle internet sitelerine karşı oluşan güven eksikliği (Rios ve Riquelme, 2008: 724) onları, elektronik ticaretten uzaklaştıran önemli sebeplerdendir. (Rios ve Riquelme, 2010: 219; Chau ve diğerleri, 2007: 172). Satın alma davranışları üzerinde etkili olan (Jarvenpaa ve diğerleri, 2000: 46; Reichheld ve diğerleri, 2000: 176; Stewart, 2003: 16) güven, tüketicilerin, kendilerini savunmasız hissettikleri internet ortamında, belirsizlikten kaynaklanan riskin (Krauter ve Kaluscha, 2003: 785) azaltılmasında önemli bir faktördür (Freidman ve diğerleri, 2000: 37; Ha, 2004: 330). Aynı zamanda e-güven, e-kalite (Harris ve Goode, 2004: 149) ve e-sadakatı (Gommans ve diğerleri, 2001: 50; Chaudhuri ve Holbrook, 2001: 90; Sirdeshmukh ve diğerleri, 2002: 35; Garbarino ve Johnson, 1999: 80) olumlu yönde etkilemektedir. Tüketicilerin internet sitelerine karşı olan güven algılamaları, internet sitesinin tanınırlığı, müşterisine sağladığı bilgi, işletmenin geçmişi ve internet sitesinin ara yüz tasarımı gibi kriterlerden etkilenmektedir (Gummerus ve diğerleri, 2004: 177; Berry, 2000: 128).

5.5. E-Farkındalık

Bir markanın başarılı olabilmesi için tüketiciler tarafından olumlu algılanması gerekir. Bu algılamalar ise, tüketicinin zihninde markanın rakiplerine kıyasla aldığı (Aaker, 1996: 7) yer olarak ifade edilen e-farkındalık ile şekillenmektedir.

E-farkındalık ilk aşamalarda yani markalara karşı bilgi ve deneyimin az olduğu aşamalarda daha fazla önemlidir. Tüketicilerin marka ile ilgili farkındalık seviyesi arttıkça e-farkındalığın önemi azalmakta (Rios ve Riquelme, 2008: 733), yerini algılanan e-kaliteye bırakmaktadır. Bu açıdan bakıldığında e-farkındalık önemsiz gibi görülebilir ancak e-kalitenin oluşumunda büyük öneme sahiptir (Zhu ve Kou, 2010: 299). Tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde de etkili (Smith ve diğerleri, 1999: 11) olan e-farkındalığın oluşumu için en çok kullanılan promosyon aracı reklamlardır. Bunun yanında, e-farkındalık düzeyini arttırmak için markanın görsel unsuru olan sembollerden de yararlanılmaktadır (Berry, 2000: 129; Aaker, 1991: 75). E-farkındalık seviyesi yüksek olan markaların buna paralel olarak tercih edilme oranı da yükselmektedir. İşletmelere sağladığı bu avantajların yanı sıra e-farkındalık, tüketicilere, daha kısa sürede alışveriş yapma ve dolayısıyla zaman kazanma avantajı sunmaktadır.

5.6. E-Değer

Değer çağrışımları olarak da ifade edilmekte olan e-değer, tüketicilerin algıladıkları tercih ve ürün özellikleri, yerine getirme ve amaç ve hedeflere ulaşmayı kolaylaştıran sonuçlar olarak tanımlanmaktadır (Woodruff, 1997: 142). E-değer bir ürün veya hizmetin maliyeti ile yakından ilgili olup, tüketicilerin bir ürün veya hizmeti tercih etmeleri durumunda karşılanan ihtiyaçlar ile tercihin alternatif maliyetlerinin karşılaştırılması ile belirlenmektedir (Lassar ve diğerleri, 1995: 13; Chang ve Wang, 2011: 339). Her ürün veya hizmet tercihinin bir alternatif maliyeti olduğundan e-değer, e-sadakat oluşumunda önemli bir etkidir (Harris ve Goode, 2004: 149; Cronin ve diğerleri, 2000: 207; Peterson ve diğerleri, 1977: 336). Tüketiciler, alternatif maliyetleri karşılaştırmaları sonucu tercih ettikleri markaların kendi değerlerini yansıttığını düşünebilmekte ve bu



markalar ile duygusal bir bağ kurabilmektedirler (Berry, 2000: 134). Dolayısıyla bu markalar için diğer alternatiflere kıyasla daha fazla para ödemeye razı gelebilmektedirler (Netemeyer ve diğerleri, 2004: 222).

E-değer tüketiciler ile marka arasında oluşan bir ilişkiyi (Ha, 2004: 330) ifade etmesinin yanı sıra marka değeri oluşumunda da önemli bir faktördür (Lassar ve diğerleri, 1995: 16; Aaker, 1996: 22). Özellikle elektronik ticarete faaliyet gösteren işletmeler için marka değeri oluşumunda e-değer, önemli bir faktördür (Rios ve Riquelme, 2008: 733).

6. KURAMSAL ÇERÇEVE

İlgili literatür incelendiğinde, pazarlama karması elemanları ve bu elemanların marka değeri oluşumu üzerindeki etkilerinin araştırıldığı Yoo ve diğerlerinin (2000) çalışmalarında, sık fiyat değişikliği uygulamalarının marka değerini olumsuz etkilediği, yüksek reklam harcamalarının, iyi ve kaliteli bir imajın ve yüksek dağıtım yoğunluğunun ise marka değerini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşımlardır. O’Cass ve Grace (2003) nicel ve nitel yöntemleri kullanarak marka boyutlarıyla ilgili tüketici tabanlı bilgiyi araştırdıkları çalışmalarında, hem ürün hem de hizmet müşterileri için en önemli marka boyutlarının temel ürün / hizmet, deneyim ve imaj olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca marka boyutları ile marka çağrışımları, marka çağrışımları ile tutumlar ve tutumlar ile satın alma niyetleri arasında güçlü ilişkiler mevcuttur. Kim ve Kim (2005) çalışmalarında, marka değeri boyutları ile lüks oteller ve zincir restoranların firma performansı arasındaki ilişkiyi araştırmışlar ve marka sadakati, algılanan kalite ve marka imajının, marka değerinin en önemli bileşenleri oldukları ve marka değeri bileşenleri ile firma performansı arasında da olumlu bir ilişki bulunduğunu sonucuna ulaşımlardır.

Yukarıda ifade edilenler doğrultusunda H1 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H1: E-imaj elektronik hizmet marka değeri üzerinde etkilidir.

Yoo ve Donthu (2001a) elektronik ticarete tüketicilerin internet sitelerine yönelik algıladıkları e-kaliteyi (kullanım kolaylığı, hız, tasarım, güvenlik) araştırmak amacıyla geliştirdikleri ölçeği test ettikleri çalışmalarında, ölçeğin geçerliliğinin yüksek olduğu ve internet sitelerine yönelik tüketicilerin e-kalite algılamalarının ölçümünde kullanılabileceği sonucuna ulaşımlardır. Ayrıca geliştirdikleri ölçek ile internet sitesinin e-kalite düzeylerinin tüketicilerin, elektronik ortamdaki davranışlarını nasıl etkilediğinin de bu ölçek sayesinde açıklanabileceğini ifade etmektedirler. Yoo ve Donthu (2001a) geliştirdikleri ölçekte kullanım kolaylığı ve güvenliğin tüketicilerin tutumlarını ve davranışlarını etkileyen en önemli kalite kriterleri olduğu sonucuna ulaşımlardır. Çalışmada ayrıca hız kriterinin sadakati ve değeri, tasarım kriterinin ise siteye karşı tutumları ve tekrar ziyaret etme niyetini etkilediği ifade edilmektedir. Loiacono ve diğerleri (2002) internet sitelerinin e-kalite boyutlarını ölçmek amacıyla hem de internet sitesi tasarımcıları ile görüşerek geliştirdikleri ölçeği, 510 ve 336 tüketiciden oluşan iki grup üzerinde test ettikleri çalışmalarında, internet siteleri için e-kalitenin, etkileşim, cevaplama zamanı, görsel çekicilik, güven, yenilikçilik, duygusal çekicilik, göreve uygun bilgilendirme, anlama kolaylığı, içerik imajı, alternatif kanallardan daha iyi olma ve elektronik bütünlük olmak üzere on iki boyuttan oluştuğunu ifade etmişlerdir. Netemeyer ve diğerleri (2004), marka değerinin temel bileşenlerini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmalarında, algılanan kalite, maliyet için algılanan değer, benzersizlik ve daha fazla ödemeye razı olmanın marka değerinin temel bileşenleri olduklarını ifade etmişlerdir. Atılğan ve diğerleri (2005) yapısal eşitlik modelini kullanarak marka değeri bileşenlerinin marka değeri üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, marka değerinin en önemli bileşeninin marka sadakati olduğunu, marka farkındalığı ile algılanan kalitenin ise marka değeri üzerinde düşük etkisi olduğunu ifade etmişlerdir. Benzer şekilde Tong ve Hawley (2009) de algılanan kalitenin marka değeri üzerindeki etkinliğine ilişkin zayıf bulgular olduğunu ifade etmişlerdir. Kim ve Kim (2005) çalışmalarında, marka değeri boyutları ile lüks oteller ve zincir restoranların firma performansı arasındaki ilişkiyi araştırmışlar ve marka sadakati, algılanan kalite ve marka imajının, marka değerinin en önemli bileşenleri oldukları ve marka değeri bileşenleri ile firma performansı arasında da olumlu bir ilişki bulunduğunu sonucuna ulaşımlardır.

Yukarıda ifade edilenler doğrultusunda H2 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H2: E-kalite elektronik hizmet marka değeri üzerinde etkilidir.

Srinivasan ve diğerleri (2002) internet üzerinden gerçekleştirilen işletmeden tüketiciye ticarete, e-sadakat üzerinde etkili olan faktörleri araştırdıkları ve 1211 internet kullanıcısı üzerinde yaptıkları çalışmalarında,



kişiselleştirme, ilişki etkileşimi, bilgilendirme, özen, ortak değer sağlama, alternatif tercih seçenekleri ve tasarımın e-sadakat üzerinde etkili olduğunu ve e-sadakat ile marka değeri arasında güçlü bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir. Atılğan ve diğerleri (2005) yapısal eşitlik modelini kullanarak marka değeri bileşenlerinin marka değeri üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, marka değerinin en önemli bileşeninin marka sadakati olduğunu, marka farkındalığı ile algılanan kalitenin ise marka değeri üzerinde düşük etkisi olduğunu ifade etmişlerdir. Kim ve Kim (2005) çalışmalarında, marka değeri boyutları ile lüks oteller ve zincir restoranların firma performansı arasındaki ilişkiyi araştırmışlar ve marka sadakati, algılanan kalite ve marka imajının, marka değerinin en önemli bileşenleri oldukları ve marka değeri bileşenleri ile firma performansı arasında da olumlu bir ilişki bulunduğu sonucuna ulaşmışlardır. Rios ve Riquelme (2008)'nin geleneksel marka değeri modelinin geçerliliğini elektronik işletmeler açısından yapısal eşitlik modeli ile test ettikleri çalışmanın sonuçlarına göre; e-değer ve e-sadakat marka değeri üzerinde etkilidir, ancak geleneksel marka değeri modelinin aksine e-farkındalık ve e-güvenin elektronik marka değeri üzerinde doğrudan bir etkisi yoktur. Elektronik marka değeri üzerinde anlamlı etkileri olmayan e-farkındalık ve e-güven, e-sadakat üzerinde etkili olduğundan marka değerini dolaylı etkilediği ve modelde yer alan faktörlerin birbirleri ile güçlü ve anlamlı ilişkileri olduğu ifade edilmektedir. Rios ve Riquelme (2010) elektronik ticarete faaliyet gösteren işletmeler için marka değeri bileşenlerini araştırdıkları ve yapısal eşitlik modelinden yararlandıkları çalışmalarında, geleneksel marka değeri modelinde yer alan bileşenlerin elektronik hizmet marka değeri açısından farklılaştığını ve elektronik marka değeri bileşenlerinin e-farkındalık, e-güven ve e-sadakatten oluştuğunu ifade etmişlerdir. Araştırma kapsamında elektronik marka değeri üzerinde etkisi araştırılan ve araştırma modelinde yer alan e-değerin ise elektronik marka değeri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamış ve dolayısıyla elektronik marka değeri bileşenleri arasında gösterilmemiştir. Tong ve Hawley (2009) çalışmalarında yapısal eşitlik modelini kullanarak marka değerinin dört bileşeni ve bu bileşenler ile marka değeri arasındaki nedensel ilişkileri araştırmışlardır. Çin'in en büyük iki şehrindeki 304 tüketicinin örnek kitle olarak alındığı çalışmada, marka çağrışımları ve marka sadakatinin marka değerinin etkili bileşenleri olduğu sonucuna ulaşmışlar ve algılanan kalite ve marka farkındalığının marka değeri üzerindeki etkinliğine ilişkin zayıf bulgular olduğunu ifade etmişlerdir.

Yukarıda ifade edilenler doğrultusunda H3 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H3: E-sadakat elektronik hizmet marka değeri üzerinde etkilidir.

Literatür incelendiğinde Yoon (2002)'un tüketicilerin elektronik ticarete satın alma kararları üzerinde e-güvenin etkilerini araştırdığı ve 122 üniversite öğrencisi üzerinde yaptığı araştırma sonucuna göre, e-güven, e-farkındalık ve e-imaj ile yakından ilişkilidir ve kolay ulaşılabilir bir internet sitesi ve elektronik ticarete yakınlık tüketicilerin tatmin düzeylerini olumlu yönde etkilemektedir. Çalışmada ayrıca e-güven, e-tatmin ve e-farkındalığın tüketicilerin satın alma niyetleri üzerinde etkili olduğu ve e-güven ile e-tatmin arasında güçlü bir ilişki olduğu ifade edilmektedir. Jarvenpaa ve diğerleri (2000) ise çalışmalarında elektronik kitabevi ve seyahat acentesi siteleri üzerinde e-güven faktörünün etkinliğini araştırmışlar ve tüketicilerin internet sitelerinin büyüklüğü ve tanınırlığı konusunda algı farklılıklarına sahip oldukları ve bu algılamaların da onların, internet sitelerinin müşterisi olma isteğinin yanı sıra, e-güven ve risk algılamalarını da etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Delgado-Ballester ve Munuera-Aleman (2005)'in marka değeri oluşumunda güvenin etkisini araştırdıkları çalışmanın sonuçlarına göre; güven, markanın geçmiş deneyimlerinin bir sonucu olarak oluşmakta ve marka sadakatini olumlu yönde etkilemektedir. Bir başka ifadeyle güven, marka değeri bileşenlerinden marka sadakati üzerinde etkili olarak marka değeri oluşumuna katkı sağlamaktadır. Tong ve Hawley (2009) çalışmalarında yapısal eşitlik modelini kullanarak marka değerinin dört bileşeni ve bu bileşenler ile marka değeri arasındaki nedensel ilişkileri araştırmışlardır. Çin'in en büyük iki şehrindeki 304 tüketicinin örnek kitle olarak alındığı çalışmada, marka çağrışımları ve marka sadakatinin marka değerinin etkili bileşenleri olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Rios ve Riquelme (2010) elektronik ticarete faaliyet gösteren işletmeler için marka değeri bileşenlerini araştırdıkları ve yapısal eşitlik modelinden yararlandıkları çalışmalarında, geleneksel marka değeri modelinde yer alan bileşenlerin elektronik hizmet marka değeri açısından farklılaştığını ve elektronik marka değeri bileşenlerinin e-farkındalık, e-güven ve e-sadakatten oluştuğunu ifade etmişlerdir.

Yukarıda ifade edilenler doğrultusunda H4 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H4: E-imaj elektronik hizmet marka değeri üzerinde etkilidir.



Pappu ve diğerleri (2005) çalışmalarında, tüketici odaklı marka değerini ölçmek için iki ürün kategorisinde altı marka kullanmışlardır. Yapısal eşitlik modeli ile yaptıkları analiz sonuçlarına göre; Aaker'ın (1991) geliştirdiği marka değeri modeli desteklenmiş ve marka farkındalığı ve marka çağrışımları, marka değerinin en önemli iki değişkeni olarak bulunmuştur. Atılgan ve diğerleri (2005) yapısal eşitlik modelini kullanarak marka değeri bileşenlerinin marka değeri üzerindeki etkilerini araştırdıkları çalışmalarında, marka farkındalığının marka değeri üzerinde anlamlı ancak düşük düzeyde etkisi olduğunu ifade etmişlerdir. Tong ve Hawley (2009)'de marka farkındalığının marka değeri üzerindeki etkinliğine ilişkin zayıf bulgular olduğunu ifade etmişlerdir.

Yukarıda ifade edilenler doğrultusunda H2 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H5: E-farkındalık elektronik hizmet marka değeri üzerinde etkilidir.

Değer ve marka değeri arasındaki etkileşime ilişkin Rios ve Riquelme (2008)'nin geleneksel marka değeri modelinin geçerliliğini elektronik işletmeler açısından yapısal eşitlik modeli ile test ettikleri çalışmanın sonuçlarına göre; e-değer ve e-sadakat marka değeri üzerinde etkilidir, ancak geleneksel marka değeri modelinin aksine e-farkındalık ve e-güvenin elektronik marka değeri üzerinde doğrudan bir etkisi yoktur. Elektronik marka değeri üzerinde anlamlı etkileri olmayan e-farkındalık ve e-güven, e-sadakat üzerinde etkili olduğundan marka değerini dolaylı etkilediği ve modelde yer alan faktörlerin birbirleri ile güçlü ve anlamlı ilişkileri olduğu ifade edilmektedir. Rios ve Riquelme (2010)'nin farklı bir araştırmaları kapsamında elektronik marka değeri üzerinde etkisi araştırılan ve araştırma modelinde yer alan e-değerin elektronik marka değeri üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamış ve dolayısıyla elektronik marka değeri bileşenleri arasında gösterilmemiştir.

Yukarıda ifade edilenler doğrultusunda H6 hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H6: E-değer elektronik hizmet marka değeri üzerinde etkilidir.

7. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

7.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

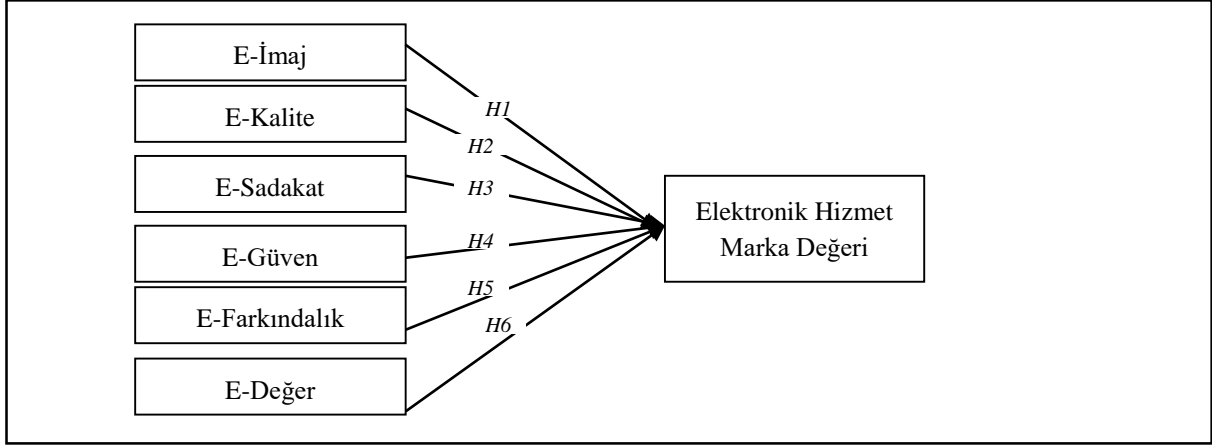
Araştırmanın amacı, Elektronik hizmet marka değerinin belirleyicileri olan e-imaj, e-kalite, e-sadakat, e-güven, e-farkındalık ve e-değer faktörlerinin elektronik hizmet marka değeri üzerindeki etkilerini ve bu etkilerin yönlerini belirlemektir.

Ana kütlenin tamamına ulaşmak mali ve teknik açıdan çok güç olduğundan araştırma seçilen elektronik hizmet sitesinin müşterileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırma kapsamında kitap / dergi sektöründe elektronik hizmet sunan Kitapyurdu.com internet sitesi kullanılmıştır.

Araştırma kapsamında seçilen elektronik hizmet markasına yönelik algılamaları yüksek olan kişilerin, o elektronik hizmet sitesinden alışveriş yapan kişiler olduğu düşüncesinden hareket ederek, anket formunun başına "Kitapyurdu.com sitesinden alışveriş yapıyor musunuz?" şeklinde bir filtre soru koyulmuş ve "Hayır" cevabı verenlerin anketi sonlandırılmıştır. Araştırma kapsamında hazırlanan anket formu elektronik ortama aktarılmış ve "http://www.esurveyspro.com" adresinde yayınlanmıştır.

7.2. Araştırmanın Değişkenleri, Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın Elektronik Hizmet Marka Değeri (EHMD) ölçeğinin değişkenleri (Page ve Lepkowska-white (2002), Yoo ve diğerleri (2000), Gummerus ve diğerleri (2004), Floh ve Treiblmaier (2006), Christodoulides ve diğerleri (2006), Rios ve Riquelme (2008) ve Zhu ve Kuo (2010)'nun çalışmalarından elde edilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

7.3. Bilgi ve Verilerin Analizi

Araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizinde, çok değişkenli istatistiksel analizler kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan EHMD ölçeğinin güvenilirliği test edilirken, en yaygın kullanım alanına sahip İç Tutarlılık Analizi metodu olan Cronbach Alfa Katsayısı yöntemi kullanılmıştır. Güvenirlilik analizi sonucu elde edilen ölçeğin geçerliliğinde ise, Faktör Analizi kullanılmıştır. Araştırma hipotezleri Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi kullanılarak test edilmiştir. Araştırma kapsamında yapılan analizlerde SPSS.19 programı kullanılmıştır.

7.4. Bulgular

Araştırmaya katılan tüketicilerin cinsiyete, yaş grubuna, aylık net gelire, öğrenim durumuna, medeni duruma ve meslek grubuna göre dağılımları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Tüketicilerin Demografik Özellikleri

| CİNSİYET | Frekans | Yüzde | MESLEK GRUBU | Frekans | Yüzde |
|---------------|------------|------------|---------------------|------------|------------|
| Kadın | 363 | 53,8 | Serbest Meslek | 91 | 13,5 |
| Erkek | 312 | 46,2 | Esnaf | 95 | 14,1 |
| <i>Toplam</i> | <i>675</i> | <i>100</i> | Memur | 121 | 17,9 |
| MEDENİ DURUM | Frekans | Yüzde (%) | Sözleşmeli Personel | 114 | 16,9 |
| Evli | 281 | 41,6 | İşçi | 70 | 10,4 |
| Bekar | 332 | 49,2 | Emekli | 20 | 3 |
| Dul | 62 | 9,2 | Ev Hanımı | 57 | 8,4 |
| <i>Toplam</i> | <i>675</i> | <i>100</i> | Öğrenci | 88 | 13 |
| | | | Diğer | 19 | 2,8 |
| | | | <i>Toplam</i> | <i>675</i> | <i>100</i> |



Tablo 1. Araştırmaya Katılan Tüketicilerin Demografik Özellikleri (Devamı)

| ÖĞRENİM DURUMU | Frekans | Yüzde | YAŞ GRUBU | Frekans | Yüzde |
|--------------------|------------|------------|------------------------|-----------|------------|
| İlköğretim | 83 | 12,3 | 17 yaş ve altı | 56 | 8,3 |
| Lise | 192 | 28,4 | 18 – 28 yaş arası | 190 | 28,1 |
| Üniversite | 241 | 35,7 | 29 – 39 yaş arası | 228 | 33,8 |
| Y.Lisans / Doktora | 159 | 23,6 | 40 – 50 yaş arası | 157 | 23,3 |
| Toplam | 675 | 100 | 51 yaş ve üzeri | 44 | 6,5 |
| AYLIK NET GELİR | Frekans | Yüzde | Toplam | | |
| 750 TL ve altı | 78 | 11,6 | 675 | | |
| 751 TL – 1500 TL | 151 | 22,3 | 100 | | |
| 1501 TL – 2250 TL | 186 | 27,6 | | | |
| 2251 TL – 3000 TL | 193 | 28,6 | | | |
| 3001 TL ve üstü | 67 | 9,9 | | | |
| Toplam | 675 | 100 | | | |

Araştırmaya katılan tüketicilerin %53,8'ini kadınlar, %46,2'sini erkekler oluşturmaktadır. Ayrıca bu tüketicilerin %8,3'ü 17 yaş ve altı, %28,1'i 18-28 yaş arası, %33,8'i 29-39 yaş arası, %23,3'ü 40-50 yaş arası ve %6,5'i ise 51 ve üzeri yaş grubuna dâhil iken; %11,6'sı 750TL ve altı, %22,3'ü 751TL-1500TL arası, %27,6'sı 1501TL-2250TL arası, %28,6'sı 2251TL-3000TL arası ve %9,9'u ise 3001TL ve üstü aylık net gelire sahiptir. Araştırmaya katılan tüketicilerin %12,3'ü ilköğretim, %28,4'ü lise, %35,7'si üniversite ve %23,6'sı ise lisansüstü mezunu iken; %41,6'sı evli, %49,2'si bekâr ve %9,2'si ise duldur. Son olarak araştırmaya katılan tüketicilerin %13,5'i serbest meslek, %14,1'i esnaf, %17,9'u memur, %16,9'u sözleşmeli personel, %10,4'ü işçi, %3'ü emekli, %8,4'ü ev hanımı, %13'ü öğrenci ve %2,8'i ise diğer meslek gruplarına dâhildir.

Tablo 2. Modelde Yer Alan Ölçeklerin Güvenirlilik Analizi Sonuç Değerleri

| Soru | Değişken Silindiğinde Ölçeğin Ortalaması | Değişken Silindiğinde Ölçeğin Varyansı | Düzeltilmiş Değişken-Ölçek Korelasyonu | Değişken Silindiğinde Ölçeğin Alfa Katsayısı |
|--------------------------|--|--|--|--|
| 1 (Eİ1) | 11,6074 | 6,458 | ,671 | ,708 |
| 2 (Eİ2) | 11,8844 | 6,372 | ,558 | ,765 |
| 3 (Eİ3) | 11,6193 | 6,316 | ,662 | ,710 |
| 4 (Eİ5) | 11,6622 | 6,930 | ,527 | ,776 |
| Genel Alfa: 0,794 | | | | N: 675 |
| 1 (EK1) | 20,7437 | 13,292 | ,502 | ,825 |
| 2 (EK2) | 20,6000 | 12,576 | ,632 | ,797 |
| 3 (EK5) | 20,6015 | 12,920 | ,613 | ,801 |
| 4 (EK6) | 20,4800 | 12,514 | ,724 | ,779 |
| 5 (EK7) | 20,5037 | 13,105 | ,625 | ,799 |
| 6 (EK8) | 20,5156 | 13,470 | ,531 | ,818 |
| Genel Alfa: 0,833 | | | | N: 675 |
| 1 (ES1) | 19,1956 | 16,066 | ,724 | ,869 |
| 2 (ES2) | 19,2430 | 15,481 | ,760 | ,863 |
| 3 (ES4) | 19,0696 | 16,433 | ,701 | ,873 |
| 4 (ES5) | 19,1481 | 15,951 | ,675 | ,877 |
| 5 (ES6) | 19,2104 | 16,051 | ,672 | ,878 |
| 6 (ES7) | 19,2296 | 15,640 | ,725 | ,869 |
| Genel Alfa: 0,891 | | | | N: 675 |

**Tablo 2.** Modelde Yer Alan Ölçeklerin Güvenirlilik Analizi Sonuç Değerleri (Devamı)

| | | | | |
|--------------------------|---------|--------|------|---------------|
| 1 (EG1) | 20,3644 | 10,250 | ,842 | ,891 |
| 2 (EG2) | 20,6119 | 11,475 | ,658 | ,916 |
| 3 (EG3) | 20,5644 | 11,273 | ,735 | ,906 |
| 4 (EG4) | 20,4474 | 10,568 | ,804 | ,896 |
| 5 (EG6) | 20,3348 | 10,891 | ,784 | ,899 |
| 6 (EG7) | 20,3363 | 10,767 | ,766 | ,902 |
| Genel Alfa: 0,917 | | | | N: 675 |
| 1 (EF1) | 11,2681 | 7,318 | ,757 | ,887 |
| 2 (EF2) | 11,1126 | 7,391 | ,815 | ,865 |
| 3 (EF3) | 11,1126 | 7,851 | ,770 | ,882 |
| 4 (EF4) | 11,1644 | 7,322 | ,803 | ,870 |
| Genel Alfa: 0,905 | | | | N: 675 |
| 1 (ED1) | 19,9822 | 15,650 | ,712 | ,906 |
| 2 (ED2) | 19,8296 | 15,587 | ,819 | ,892 |
| 3 (ED3) | 19,9200 | 15,747 | ,777 | ,897 |
| 4 (ED4) | 19,9215 | 15,387 | ,819 | ,891 |
| 5 (ED5) | 20,1200 | 15,489 | ,732 | ,904 |
| 6 (ED8) | 20,0341 | 15,288 | ,718 | ,906 |
| Genel Alfa: 0,917 | | | | N: 675 |
| 1 (EHMD1) | 16,7985 | 8,283 | ,802 | ,922 |
| 2 (EHMD2) | 16,8133 | 8,155 | ,817 | ,919 |
| 3 (EHMD3) | 16,7896 | 8,063 | ,821 | ,918 |
| 4 (EHMD5) | 16,7748 | 8,311 | ,810 | ,920 |
| 5 (EHMD6) | 16,7289 | 7,993 | ,864 | ,910 |
| Genel Alfa: 0,933 | | | | N: 675 |

Tablo 2’de görüldüğü gibi E-imağ ölçeğinin değişken sayısı beş (5), genel alfa katsayısı 0,653 ve değişken silindiğinde genel alfa katsayısı 0,794’dür. E-imağ ölçeğinden çıkarılan değişken ise E14 değişkenidir. E-kalite ölçeğinin değişken sayısı sekiz (8), genel alfa katsayısı 0,726 ve değişken silindiğinde genel alfa katsayısı 0,833’dür. E-kalite ölçeğinden çıkarılan değişkenler ise EK3 ve EK4 değişkenleridir. E-sadakat ölçeğinin değişken sayısı sekiz (8), genel alfa katsayısı 0,797 ve değişken silindiğinde genel alfa katsayısı 0,891’dir. E-sadakat ölçeğinden çıkarılan değişkenler ise ES3 ve ES8 değişkenleridir. E-güven ölçeğinin değişken sayısı yedi (7), genel alfa katsayısı 0,856 ve değişken silindiğinde genel alfa katsayısı 0,917’dir. E-güven ölçeğinden çıkarılan değişken ise EG5 değişkenidir. E-farkındalık ölçeğinin değişken sayısı altı (6), genel alfa katsayısı 0,727 ve değişken silindiğinde genel alfa katsayısı 0,905’dir. E-farkındalık ölçeğinden çıkarılan değişkenler ise EF5 ve EF6 değişkenleridir. E-değer ölçeğinin değişken sayısı sekiz (8), genel alfa katsayısı 0,819 ve değişken silindiğinde genel alfa katsayısı 0,917’dir. E-değer ölçeğinden çıkarılan değişkenler ise ED6 ve ED7 değişkenleridir. Elektronik hizmet marka değeri ölçeğinin değişken sayısı altı (6), genel alfa katsayısı 0,847 ve değişken silindiğinde genel alfa katsayısı 0,933’dür. Elektronik hizmet marka değeri ölçeğinden çıkarılan değişken ise EHMD4 değişkenidir.

7.5. Geçerlilik Analizi

Tablo 3’de görüldüğü gibi araştırmada yer alan ölçeklerin geçerlilik analizleri sonucunda ölçeklerden çıkarılan değişken yoktur.



Tablo 3. Modelde Yer Alan Ölçekler İçin Toplam Açıklanan Varyans

| Bileşen | Başlangıç Özdeğeri | | | Faktör Yüklerinin Kareleri Toplamı | | | Faktör Yükü |
|-------------------|--------------------|----------|-------------|---|----------|-------------|-------------|
| | Toplam | %Varyans | % Kümülatif | Toplam> 1 | %Varyans | % Kümülatif | |
| 1 (Eİ1) | 2,481 | 62,024 | 62,024 | 2,481 | 62,024 | 62,024 | ,837 |
| 2 (Eİ2) | ,711 | 17,767 | 79,791 | | | | ,752 |
| 3 (Eİ3) | ,445 | 11,113 | 90,904 | | | | ,828 |
| 4 (Eİ5) | ,364 | 9,096 | 100,000 | | | | ,728 |
| KMO: 0,748 | | | | Bartlett's Test: 842,957 p: 0,000 | | | |
| 1 (EK1) | 3,286 | 54,769 | 54,769 | 3,286 | 54,769 | 54,769 | ,641 |
| 2 (EK2) | ,871 | 14,514 | 69,283 | | | | ,755 |
| 3 (EK5) | ,638 | 10,637 | 79,920 | | | | ,749 |
| 4 (EK6) | ,527 | 8,788 | 88,708 | | | | ,837 |
| 5 (EK7) | ,397 | 6,613 | 95,321 | | | | ,764 |
| 6 (EK8) | ,281 | 4,679 | 100,000 | | | | ,677 |
| KMO: 0,807 | | | | Bartlett's Test: 1498,276 p: 0,000 | | | |
| 1 (ES1) | 3,889 | 64,812 | 64,812 | 3,889 | 64,812 | 64,812 | ,818 |
| 2 (ES2) | ,753 | 12,547 | 77,360 | | | | ,847 |
| 3 (ES4) | ,452 | 7,535 | 84,895 | | | | ,795 |
| 4 (ES5) | ,387 | 6,448 | 91,343 | | | | ,774 |
| 5 (ES6) | ,318 | 5,295 | 96,638 | | | | ,773 |
| 6 (ES7) | ,202 | 3,362 | 100,000 | | | | ,820 |
| KMO: 0,855 | | | | Bartlett's Test: 2293,229 p: 0,000 | | | |
| 1 (EG1) | 4,244 | 70,741 | 70,741 | 4,244 | 70,741 | 70,741 | ,899 |
| 2 (EG2) | ,659 | 10,979 | 81,720 | | | | ,753 |
| 3 (EG3) | ,387 | 6,447 | 88,167 | | | | ,816 |
| 4 (EG4) | ,290 | 4,836 | 93,002 | | | | ,871 |
| 5 (EG6) | ,242 | 4,034 | 97,037 | | | | ,856 |
| 6 (EG7) | ,178 | 2,963 | 100,000 | | | | ,843 |
| KMO: 0,880 | | | | Bartlett's Test: 2889,172 p: 0,000 | | | |
| 1 (EF1) | 3,114 | 77,847 | 77,847 | 3,114 | 77,847 | 77,847 | ,862 |
| 2 (EF2) | ,397 | 9,930 | 87,778 | | | | ,900 |
| 3 (EF3) | ,266 | 6,646 | 94,423 | | | | ,873 |
| 4 (EF4) | ,223 | 5,577 | 100,000 | | | | ,894 |
| KMO: 0,825 | | | | Bartlett's Test: 1755,222 p: 0,000 | | | |
| 1 (ED1) | 4,241 | 70,684 | 70,684 | 4,241 | 70,684 | 70,684 | ,802 |
| 2 (ED2) | ,565 | 9,413 | 80,096 | | | | ,885 |
| 3 (ED3) | ,483 | 8,047 | 88,143 | | | | ,856 |
| 4 (ED4) | ,313 | 5,223 | 93,366 | | | | ,881 |
| 5 (ED5) | ,233 | 3,878 | 97,244 | | | | ,815 |
| 6 (ED8) | ,165 | 2,756 | 100,000 | | | | ,801 |
| KMO: 0,865 | | | | Bartlett's Test: 2867,723 p: 0,000 | | | |
| 1 (EHMD1) | 3,949 | 78,979 | 78,979 | 3,949 | 78,979 | 78,979 | ,874 |
| 2 (EHMD2) | ,403 | 8,065 | 87,044 | | | | ,884 |
| 3 (EHMD3) | ,293 | 5,867 | 92,911 | | | | ,888 |
| 4 (EHMD5) | ,196 | 3,920 | 96,832 | | | | ,880 |
| 5 (EHMD6) | ,158 | 3,168 | 100,000 | | | | ,917 |
| KMO: 0,872 | | | | Bartlett's Test: 2842,567 p: 0,000 | | | |



E-ımağ ölçęinin değişken sayısı dört (4), KMO değeri 0,748 ve toplam açıklanan varyans yüzdesi 62,024'dür. E-kalite ölçęinin değişken sayısı altı (6), KMO değeri 0,807 ve toplam açıklanan varyans yüzdesi 54,769'dur. E-sadakat ölçęinin değişken sayısı altı (6), KMO değeri 0,855 ve toplam açıklanan varyans yüzdesi 64,812'dir. E-güven ölçęinin değişken sayısı altı (6), KMO değeri 0,880 ve toplam açıklanan varyans yüzdesi 70,741'dir. E-farkındalık ölçęinin değişken sayısı dört (4), KMO değeri 0,825 ve toplam açıklanan varyans yüzdesi 77,847'dir. E-değer ölçęinin değişken sayısı altı (6), KMO değeri 0,865 ve toplam açıklanan varyans yüzdesi 70,684'dür. Elektronik hizmet marka değeri ölçęinin değişken sayısı beş (5), KMO değeri 0,872 ve toplam açıklanan varyans yüzdesi 78,979'dur.

Tablo 4. Elektronik Hizmet Marka Değeri İle İlgili Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

| Değişken | B | Standart Hata B | β | t | p | |
|--------------------------------|------|-------------------|---------|-----------------------------|------|-----------------|
| Sabit | ,484 | ,096 | | 5,027 | ,000 | |
| F ₁ – E-İmaj | ,148 | ,030 | ,172 | 4,939 | ,000 | |
| F ₂ – E-Kalite | ,246 | ,035 | ,250 | 7,120 | ,000 | |
| F ₃ – E-Sadakat | ,251 | ,031 | ,267 | 8,180 | ,000 | |
| F ₄ – E-Güven | ,082 | ,032 | ,090 | 2,593 | ,010 | |
| F ₅ – E-Farkındalık | ,055 | ,026 | ,066 | 2,127 | ,034 | |
| F ₆ – E-Değer | ,132 | ,031 | ,139 | 4,289 | ,000 | |
| R²: 0,709 | | F: 275,213 | | Durbin-Watson: 1,704 | | p: 0,000 |

β 'ya baktığımızda Elektronik Hizmet Marka Değeri ölçęi için en önemli faktör *E-Sadakat* olup, diğer faktörler ise sırasıyla; *E-Kalite*, *E-İmaj*, *E-Değer*, *E-Güven* ve *E-Farkındalık* faktörleridir. **t** ve **p** değerleri regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t testi sonuçlarıdır. Görüldüğü gibi regresyon katsayısı sonuçları 0.05 anlamlılık düzeyinde kabul edilebilir. **R²** bağımsız değişkenlerin, Elektronik Hizmet Marka Değeri'ndeki toplam varyansın yaklaşık yüzde kaçını birlikte açıkladıklarını gösteren determinasyon katsayısıdır ve burada % 70,9'dur. **F** ve **p** değerleri bu regresyon ve determinasyon katsayılarının anlamlılığını gösteren tek faktörlü varyans analizi sonuçlarıdır ve görüldüğü gibi 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlıdır. **Durbin-Watson** istatistiği ise, araştırma modelinde oto korelasyon olup olmadığını göstermekte ve 1,5 ile 2,5 arası bir değer olduğunda araştırma modelinde oto korelasyon olmadığını ifade etmektedir.

8. SONUÇ VE DEğERLENDİRME

Araştırmanın amacı, Elektronik hizmet marka değerinin belirleyicileri olan e-ımağ, e-kalite, e-sadakat, e-güven, e-farkındalık ve e-değer faktörlerinin elektronik hizmet marka değeri üzerindeki etkilerini ve bu etkilerin yönlerini belirlemektir.

EHMD için uygulanan Çoklu Regresyon Analizi sonuçlarına göre, e-sadakat, e-kalite, e-ımağ, e-değer, e-güven ve e-farkındalık, elektronik hizmet marka değeri üzerinde etkilidir. Dolayısıyla, araştırmaya katılan tüketicilerin elektronik hizmet marka değeri algılamaları üzerinde, e-sadakat, e-kalite, e-ımağ, e-değer, e-güven ve e-farkındalığın pozitif yönde etkili oldukları söylenebilir. Ayrıca araştırmaya katılan tüketicilerin elektronik hizmet marka değeri algılamaları üzerinde en etkili faktör e-sadakattir.

Araştırmada elde edilen tüm bu sonuçlar değerlendirildiğinde görülmektedir ki, araştırmaya katılan tüketicilerin elektronik hizmet marka değeri algılamaları araştırma modelinde bulunan e-ımağ, e-kalite, e-sadakat, e-güven, e-farkındalık ve e-değer faktörlerinden etkilenmektedir. Tüketicilerin elektronik hizmet marka değeri algılamaları üzerinde etki düzeyleri farklı olan bu faktörlerden e-sadakat, elektronik hizmet marka değeri üzerinde en etkili olan faktördür. Bu sonuç literatürdeki pek çok çalışma ile desteklenmektedir (Gil ve diğerleri, 2007; Atılğan ve diğerleri, 2005; Kim ve Kim, 2005; Jung ve Sung, 2008; Rios ve Riquelme, 2008; Tong ve Hawley, 2009). Ancak araştırmanın diğer sonuçları literatürdeki bazı çalışmalar ile kısmen desteklenirken bazıları ile çelişmektedir. Araştırmada temel alınan Rios ve Riquelme (2010)'nin çalışmalarında, e-değer faktörünün elektronik marka değeri üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı ve modelden çıkartıldığı ifade edilirken, çalışmamızda e-değer, elektronik hizmet marka değeri üzerinde etkili



bulunmuştur. Çalışmada elde edilen bu sonuç, Rios ve Riquelme (2010)'nin elde ettiği sonuç ile çelişmesine rağmen başta Rios ve Riquelme (2008)'nin çalışmaları olmak üzere literatürdeki pek çok çalışma tarafından desteklenmektedir (Burke, 2002; Netemeyer ve diğerleri, 2004). Çalışmanın dikkat çeken bir diğer sonucu da e-farkındalık faktörünün elektronik hizmet marka değeri üzerinde etkili olduğunun saptanmasıdır. Başta Rios ve Riquelme (2008)'nin çalışmaları olmak üzere literatürdeki bazı çalışmalarda (Tong ve Hawley 2009) e-farkındalığın elektronik marka değeri üzerinde doğrudan bir etkisinin olmadığı, dolaylı bir etkisinin olduğu ve bu dolaylı etkinin e-farkındalığın e-sadakat üzerinde etkili olmasından kaynaklandığı (Rios ve Riquelme, 2008) ifade edilmektedir. Ancak araştırmanın bu sonucu da literatürde yer alan birçok çalışma ile desteklenmektedir (Ha ve Hashim, 2007; Gil ve diğerleri, 2007; Pappu ve diğerleri, 2005; Mackay, 2001; Rios ve Riquelme, 2010; Woodside ve Wilson, 1985).

Elektronik hizmet marka değerinin yüksek olmasını isteyen işletme sahipleri, ürün veya hizmetlerine yönelik tüketicilerin e-farkındalık seviyelerini arttırmak için internet reklamlarını ve promosyonları daha fazla kullanmaları gerekmektedir. Ayrıca elektronik hizmet marka değerinin yüksek olmasını isteyen işletme sahiplerinin ürün veya hizmetleri, tüketicilerin gözünde yüksek e-kaliteye sahip olması ve tüketiciler için olumlu bir imaj yansıtması da büyük önem taşımaktadır. Özellikle, elektronik ticarete faaliyet gösteren işletme sahiplerinin, elektronik hizmet marka değeri üzerinde en etkili bileşen olan e-sadakat oluşumu için tüketicilerin, ürün veya hizmetlere yönelik satın alma niyetlerini etkileyici ve bu satın alma niyetlerini kendi ürün veya hizmetlerine yönlendirici faaliyetlerde bulunmaları gerektiği söylenebilir. Son olarak, elektronik ticarete faaliyet gösteren işletme sahiplerinin, kendi ürün veya hizmetlerine karşı tüketicilerin gözünde bir güven oluşturmaları ve bu güveni oluştururken tüketicilerin, işletmenin sahip olduğu değerleri tam olarak anlamalarını sağlayacak pazarlama faaliyetlerini kullanmaları onlara büyük avantajlar sağlayacağı söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Aaker, David A. (1991), **Managing Brand Equity**, New York: The Free Press.
- Aaker, David A. (1996), **Building Strong Brands**, New York: The Free Press.
- Adlin, Niklas ve diğerleri (2004), "Business Development with Electronic Commerce Refinement and Repositioning", **Business Process Management Journal**, 10 (1), 44-62.
- Akkaya, Ebru (1999), "Marka İmajı Bileşenleri, Otomobil Sektöründe Bir Uygulama", 4. Ulusal Pazarlama Kongresi, Hatay, 18-20 Kasım.
- Atılgan, Eda ve diğerleri (2005), "Determinants of the Brand Equity: A Verification Approach in the Beverage Industry in Turkey", **Marketing Intelligence & Planning**, 23 (3), 237-248.
- Berry, Leonard L. (2000), "Cultivating Service Brand Equity", **Journal of the Academy of Marketing Science**, 28 (1), 128-137.
- Cai, Shaohan ve Fun, Minjoon (2003), "Internet Users' Perceptions of Online Service Quality: A Comparison of Online Buyers and Information Searchers", **Managing Service Quality**, 13 (6), 504-519.
- Camp, L. Jean ve Sirbu, Marvin (1997). "Critical Issues in Internet Commerce", **Communications Magazine IEEE**, 35 (5), 58-62.
- Chang, Hsin H. ve Wang, Hsin W. (2011), "The Moderating Effect of Customer Perceived Value on Online Shopping Behavior", **Online Information Review**, 35 (3), 333-359.
- Chau, Patrick Y.K. ve diğerleri (2007), "Examining Customers' Trust in Online Vendors and Their Dropout Decisions: An Empirical Study", **Electronic Commerce Research Applications**, 6, 171-182.
- Chaudhuri, Arjun ve Holbrook, Morris B. (2001), "The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty", **Journal of Marketing**, 65 (2), 81-93.
- Christodoulides, George ve diğerleri (2006), "Conceptualising and Measuring the Equity of Online Brands", **Journal of Marketing Management**, 22 (7), 799-825.
- Cronin, Joseph ve diğerleri (2000), "Assessing the Effects of Quality, Value and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments", **Journal of Retailing**, 76 (2), 193-218.



Davis, Robert ve diğerleri (2000), "Retail Service Branding in Electronic-Commerce Environments", **Journal of Service Research**, 3 (2), 178-186.

Delgado -Ballester, Elena ve Munuera -Aleman, Jose L. (2005), "Does Brand Trust Matter to Brand Equity?", **Journal of Product & Brand Management**, 14 (3), 187-196.

Floh, Arne ve Treiblmaier, Horst (2006), "What Keeps the E-Banking Loyal? A Multigroup Analysis of the Moderating Role of Consumer Characteristics on E-Loyalty in the Financial Service Industry", **Journal of Electronic Commerce Research**, 7 (2), 97-110.

Freidman, Bayta ve diğerleri (2000), "Trust Online", **Communication The ACM**, 43 (12), 34-40.

Garbarino, Ellen ve Johnson, Mark S. (1999), "The Different Roles of Satisfaction, Trust and Commitment in Customer Relationships", **Journal of Marketing**, 63, 70-87.

Goldsmith, Ronald E. (1999), "The Personalised Marketplace: Beyond the 4Ps", **Marketing Intelligence & Planning**, 17 (4), 178-185.

Gommans, Marcel ve diğerleri (2001), "From Brand Loyalty to E-Loyalty: A Conceptual Framework", **Journal of Economics and Social Research**, 3 (1), 43-58.

Grace, Debra ve O'Cass, Aron (2002), "Brand Associations: Looking Through the Eye of the Beholder", **Qualitative Market Research**, 5 (2), 96-111.

Grönroos, Christian (1984), "A Service Quality Model and Its Marketing Implications", **European Journal of Marketing**, 18 (4), 36-44.

Grönroos Christian ve diğerleri (2000), "The NetOffer Model: A Case Example from the Virtual Marketspace", **Management Decision**, 38 (4), 243-252.

Gummerus, Johanna ve diğerleri (2004), "Customer Loyalty to Content-Based Web Sites: The Case of an Online Health-Care Service", **Journal of Services Marketing**, 18 (3), 175-186.

Ha, Hong-Youl (2004), "Factors Influencing Consumer Perceptions of Brand Trust Online", **Journal of Product & Brand Management**, 13 (5), 329-342.

Harris, Lloyd ve Goode, Mark (2004), "The Four Level of Loyalty and the Pivotal Role of Trust: A Study of Online Service Dynamic", **Journal of Retailing**, 80 (2), 139-158.

İnce, Murat (1999), "**Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar**", DPT Raporu.

İçöz, Orhan (1996), **Turizm İşletmelerinde Pazarlama**, Ankara, 1. Baskı, Anatolia Yayıncılık.

İslamoğlu, Ahmet Hamdi ve diğerleri (2006), **Hizmet Pazarlaması**, 1. Baskı, İstanbul, Beta Yayınları.

Jarvenpaa, Sirkka L. ve diğerleri (2000), "Consumer Trust in an Internet Store", **Information Technology and Management**, 1, 45-71.

Kayaman, Rüçhan ve Arasli, Hüseyin (2007), "Customer Based Brand Equity: Evidence from the Hotel Industry", **Measuring Service Quality**, 17 (1), 92-109.

Keller, Kevin Lane (1993), "Conceptualizing, Measuring and Managing Customer-Based Brand Equity", **Journal of Marketing**, 57 (1), 1-22.

Kim, Hong B. ve Kim, Woo G. (2005), "The Relationship Between Brand Equity and Firm's Performance in Luxury Hotels and Chain Restaurants", **Tourism Management**, 26, 549-560.

Kim, Soyoung ve Lee, Yuri (2006), "Global Online Marketplace: A Cross-Cultural Comparison of Website Wuality", **International Journal of Consumer Studies**, 30 (6), 533-543.

Kimpakorn, Narumon ve Tocquer, Gerard (2010), "Service Brand Equity and Employee Brand Commitment", **Journal of Services Marketing**, 24 (5), 378-388.

Kotler, Philip H. (1991), **Marketing Management: Analysis, Planning and Control**, 8th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.



Krauter, Sonja Grabner ve Kaluscha, Ewald A. (2003), "Empirical Research in On-line Trust: A Review and Critical Assessment", **Int. J. Human-Computer Studies**, 58, 783-812.

Lassar, Walfried ve diğerleri (1995), "Measuring Customer-Based Brand Equity", **Journal of Consumer Marketing**, 12 (4), 11-19.

Loiacono, Eleanor T. ve diğerleri (2002), "WEBQUAL: A Measure of Website Quality", **2002 Marketing Educator's Conference: Marketing Theory and Applications**, 13, 432-437.

Lovelock, Christopher H. ve diğerleri (2011), **Services Marketing**, <https://www.ebsglobal.net/EBS/media/EBS/PDFs/Services-Marketing.pdf>.

Marangoz, Mehmet (2007), "Marka Değeri Algılamalarının Marka Yayılmaya Etkileri", **Ege Akademik Bakış**, 7 (2), 459-483.

Netemeyer, Richard D. ve diğerleri (2004), "Developing and Validating Measures of Facets of Customer-Based Brand Equity", **Journal of Business Research**, 57, 209-224.

O'Cass, Aron ve Grace, Debra (2003), "An Exploratory Perspectives of Service Brand Associations", **Journal of Services Marketing**, 17 (5), 452-475.

O'Cass, Aron ve Grace, Debra (2004), "Exploring Consumer Experiences with a Service Brand", **Journal of Product & Brand Management**, 13 (4), 257-268.

Omar, Maktoba ve diğerleri (2011), "Internet Marketing and Customer Satisfaction in Emerging Markets: The Case of Chinese Online Shoppers", **Competitiveness Review: An International Business Journal**, 21 (2), 224-237.

Onurlubaş, E., Şener, T., 2016. Markalı Ürün İle İlgili Tüketici Düşüncelerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, (35): 325-341.

Onurlubaş, E. ve Yener, D. (2018). **Bitkisel Yağ Tüketiminde Marka Değerinin Marka Bağlılığı Üzerine Etkisi, Bilimsel Araştırmalar Kitabı**, İktisadi ve İdari Bilimler, Cilt II, Bölüm 1, Akademisyen Yayınevi, ISBN: 978-605-258-073-8.

Page, Christine ve Lepkowska-White, Elzbieta (2002), "Web Equity: A Framework for Building Consumer Value in Online Companies", **Journal of Consumer Marketing**, 19 (3), 213-248.

Palumbo, Fred ve Herbig, Paul (2000), "The Multicultural Context of Brand Loyalty", **European Journal of Innovation**, 3 (3), 116-124.

Pappu, Ravi ve diğerleri (2005), "Consumer-Based Brand Equity: Improving the Measurement - Empirical Evidence", **Journal of Product & Brand Management**, 14 (3), 143-154.

Parasuraman, A. ve diğerleri (1988), "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality", **Journal of Retailing**, 64 (1), 12-37.

Peterson, Robert ve diğerleri (1977), "Exploring the Implications of the Internet for Customer Marketing", **Journal of the Academy of Marketing Science**, 25 (4), 329-346.

Rafiq, Mohammed ve Fulford, Heather (2005), "Loyalty Transfer from Offline to Online Stores in the UK Grocery Industry", **International Journal of Retail & Distribution Management**, 33 (6), 444-460.

Ranganathan, C. ve Ganapathy, Shobha (2002), "Key Dimensions of Business to-Consumer Web Sites", **Information and Management**, 39, 457-465.

Reichheld, Frederick F. ve diğerleri (2000), "E-Customer Loyalty - Applying the Traditional Rules of Business for Online Success", **European Business Journal**, 12 (4), 173-179.

Rios, Rosa E. ve Riquelme, Hernan E. (2008), "Brand Equity for Online Companies", **Marketing Intelligence & Planning**, 26 (7), 719-742.

Rios, Rosa E. ve Riquelme, Hernan E. (2010), "Sources of Brand Equity for Online Companies", **Journal of Research in Interactive Marketing**, 4 (3), 214-240.



Sirdeshmukh, Deepak ve diğerleri (2002), “Consumer Trust, Value and Loyalty in Relational Exchanges”, **Journal of Marketing**, 66 (1), 15-37.

Srinivasan, Srin S. ve diğerleri (2002), “Customer Loyalty in E-Commerce: An Exploration of Its Antecedents and Consequences”, **Journal of Retailing**, 78, 41-50.

Stewart, Katherine (2003), “Trust Transfer on the World Wide Web”, **Organization Science**, 14 (1), 5-17.

Supphellen, Magne ve Nysveen, Herbjørn (2001), “Drivers of Intention to Revisit the Websites of Well-Known Companies: The Role of Corporate Brand Loyalty”, **International Journal of Market Research**, 43 (3), 341-352.

Taylor, Steven A. ve diğerleri (2007), “Understanding (customer-based) Brand Equity in Financial Services”, **Journal of Services Marketing**, 21 (4), 241-252.

Tong, Xiao ve Hawley, Jana M. (2009), “Measuring Customer Based Brand Equity: Empirical Evidence from the Sportswear Market in China”, **Journal of Product & Brand Management**, 18 (4), 262-271.

Wong, Amy ve Sohal, Amrik (2003), “Service Quality and Customer Loyalty Perspectives on Two Levels of Retail Relationships”, **Journal of Services Marketing**, 17 (5), 495-513.

Wood, Lisa (2000), “Brands and Equity: Definition and Management”, **Management Decision**, 38 (9), 662-669.

Woodruff, Robert B. (1997), “Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage”, **Journal of the Academy of Marketing Sciences**, 25 (2), 139-153.

Vazquez, Rodolfo ve diğerleri (2002), “Consumer-Based Brand Equity: Development and Validation of a Measurement Instrument”, **Journal of Marketing Management**, 18 (1/2), 27-48.

Yoo, Boonghee ve diğerleri (2000), “An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity”, **Journal of the Academy of Marketing Science**, 28 (2), 195-211.

Yoo, Boonghee ve Donthu, Naveen (2001a), “Developing a Scale to Measure the Perceived Quality of an Internet Shopping Site (SITEQUAL)”, **Quarterly Journal of Electronic Commerce**, 2 (1), 31-47.

Yoo, Boonghee ve Donthu, Naveen (2001b), “Developing and Validating a Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale”, **Journal of Business Research**, 52 (1), 1-14.

Zhu, Dauw-Song ve Kou, Min-Jone (2010), “A Study on the Customer-Based Brand Equity of Online Retailers”, **9th IEEE/ACIS International Conference on Computer and Information Science**, 295-300.

CEB
IND