

YÖNETİM VE EKONOMİ

YÖNEKO

Yıl: 2016 Cilt: 23 Sayı: 3

ISSN:1302-0064
E-ISSN-2458-8253

JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

JOME

Year: 2016 Volume: 23 Issue: 3 ISSN:1302-0064
E-ISSN-2458-8253

MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
MANISA CELAL BAYAR UNIVERSITY THE FACULTY OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES JOURNAL



YÖNETİM VE EKONOMİ

YÖNEKO

Yıl: 2016 Cilt: 23 Sayı: 3

ISSN:1302-0064
E-ISSN-2458-8253

JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

JOME

Year: 2016 Volume: 23 Issue: 3 ISSN:1302-0064
E- ISSN-2458-8253

MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
MANISA CELAL BAYAR UNIVERSITY THE FACULTY OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES JOURNAL



YÖNETİM

VE

EKONOMİ

(E-ISSN-2458-8253) / (ISSN-1302-0064)

Sahibi:

Yönetim Kurulu Adına İ.İ.B.F. Dekanı
Prof. Dr. Mustafa MIYNAT

Editörler:

Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ

Yrd. Doç. Dr. Coşkun ÇILBANT

Yrd. Doç. Dr. Serkan CURA

Yayın Kurulu:

Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ

Prof. Dr. Mustafa MIYNAT

Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ

Prof. Dr. Sibel SELİM

Doç. Dr. C. Erdem HEPAKTAN

Doç. Dr. Serhat BAŞTAN

Doç. Dr. Tuncer ÖZDİL

Doç. Dr. İlkey DİLBER

Sekreteryası:

Araş. Gör. Osman GÜLDEN

Hakem Kurulu

◆Prof. Dr. C.Can AKTAN(DEÜ), ◆Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Rabia AKTAŞ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Nejla ADANUR AKLAN(Uludağ Üniv.), ◆Doç. Dr. Mehmet AKTEL(SDÜ), ◆Doç. Dr. Volkan ALPTEKİN(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Nilgün ANAFARTA(Akdeniz Üniv.), ◆Prof. Dr. Zeynep ARIKAN(DEÜ), ◆Prof. Dr. Tuncer ASUNAKUTLU(YBÜ), ◆Prof. Dr. Berrin Ceylan ATAMAN(Ankara Üniv.) ◆Prof. Dr. Canan AY(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Abdurrahman AYHAN(Muğla Üniv.), ◆Prof. Dr. Oğuzhan AYDEMİR(Namık Kemal Üniv.) ◆Doç. Dr. Serhat BAŞTAN(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Orhan BATMAN(Sakarya Üniv.), ◆Prof. Dr. Faruk BİLİR(Selçuk Üniv.), ◆Prof. Dr. Tülin CANBAY(MCBÜ), ◆Prof. Dr. A. Güldem CERİT(DEÜ), ◆Doç. Dr. Cenap ÇAKMAK(Osmangazi Üniv.), ◆Prof. Dr. Tamer ÇAVUŞGİL(Michigan State Üniv.), ◆Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Emin ÇİVİ(New Brunswick Üniv.), ◆Prof. Dr. Nevin DEMİRBAŞ(Ege Üniv.), ◆Doç. Dr. İlkey DİLBER(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Bünyamin DURAN(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Oktay EMİR(Anadolu Üniv.), ◆Prof. Dr. İbrahim EROL(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Abdullah ERSOY(Gazi Üniv.), ◆Prof. Dr. M.Faysal GÖKALP(Muğla Üniv.), ◆Doç. Dr. Şenay GÖKBAYRAK(Ankara Üniv.), ◆Prof. Dr. Ramazan GÖKBUNAR(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Ali Rıza GÖKBUNAR(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Asena ALTIN GÜLOVA(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Şevkinaz GÜMÜŞOĞLU(Yaşar Üniv.), ◆Prof. Dr. Turan GÜNDÜZ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Şule GÜNEŞ(ODTÜ), ◆Prof. Dr. Demet GÜRÜZ(Ege Üniv.), ◆Prof. Dr. Vasi HAFTACI(Kocaeli Üniv.), ◆Prof. Dr. Muhsin HALİS(Sakarya Üniv.), ◆Doç. Dr. C.Erdem HEPAKTAN(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Sayım İŞİK(Akdeniz Üniv.), ◆Doç. Dr. Şule İŞİN(Ege Üniv.), ◆Doç. Dr. Hilal ONUR İNCE(Hacettepe Üniv.), ◆Doç. Dr. Sevilay KAHRAMAN(ODTÜ), ◆Prof. Dr. Metin KARADAĞ(Ege Üniv.) ◆Prof. Dr. Oğuz KARADENİZ(Pamukkale Üniv.), ◆Prof. Dr. Fehmi KARASIOĞLU(Selçuk Üniv.), ◆Doç. Dr. Kadir KARAGÖZ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Mahmut KARĞIN(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Sibel KARĞIN(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Burak KARTAL(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Cevdet A. KAYALI(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Koray KAYALIDERE(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Gül KAYALIDERE(MCBÜ), ◆Prof. Dr. C. Yenal KESBİÇ(MCBÜ), ◆Prof. Dr. İpek DEVEÇİ KOCAKOÇ(DEÜ), ◆Prof. Dr. Birol KOVANCILAR(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Sasho KOZUHAROV (Uni. of Tourism and Management), ◆Prof. Dr. Sevinç KÖSE(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Asilbek KULMIRZAEV(Kyrgyz Turkish Manas Üniv.), ◆Prof. Dr. Önder KUTLU(Selçuk Üniv.), ◆Prof. Dr. Mustafa MIYNAT(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Sinan NARDALI(Katip Çelebi Üniv.), ◆Doç. Dr. Abdülmecid NUREDİN (Int. Vision Üniv.), ◆Prof. Dr. İbrahim ORGAN(Pamukkale Üniv.), ◆Prof. Dr. Adem ÖGÜT(Selçuk Üniv.), ◆Prof. Dr. Senra ÖNCÜ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. S. Mustafa ÖNEN(İnönü Üniv.), ◆Prof. Dr. Ersan ÖZ(Pamukkale Üniv.), ◆Doç. Dr. Tuncer ÖZDİL(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Ahmet ÖZEN(DEÜ), ◆Prof. Dr. Hüseyin ÖZGÜR(Pamukkale Üniv.), ◆Doç. Dr. Hatice ÖZKOÇ(Muğla Üniv.), ◆Doç. Dr. Nezih Metin ÖZMUTAF(Katip Çelebi Üniv.) ◆Prof. Dr. Tülay ÖZÜERMAN(DEÜ), ◆Prof. Dr. Mustafa SAKAL(DEÜ), ◆Prof. Dr. Mehmet SARIŞİK(Sakarya Üniv.), ◆Prof. Dr. Sibel SELİM(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Cemal SEZER(Sakarya Üniv.), ◆Doç. Dr. Çiğdem SOFYALIOĞLU(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Haluk SOYUER(Ege Üniv.), ◆Prof. Dr. Ali ŞAHİN(Selçuk Üniv.), ◆Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN(Mersin Üniv.), ◆Doç. Dr. Hande ŞAHİN(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Rezzan TATLIDİL(Ege Üniv.), ◆Prof. Dr. Mustafa TEPEÇİ(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Mirko TRIFUNOSKI (Fon Uni.), ◆Prof. Dr. Kamil TÜĞEN(DEÜ), ◆Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY(Sakarya Üniv.), ◆Prof. Dr. Anarkul URDALETOVA (Kyrgyz Turkish Manas Üniv.), ◆Prof. Dr. Utku UTKULU(DEÜ), ◆Prof. Dr. Doğan UYSAL(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Yaşar UYSAL(DEÜ), ◆Doç. Dr. Ayşe UZMAY(Ege Üniv.), ◆Prof. Dr. Agah Sinan ÜNSAR(Trakya Üniv.), ◆Doç. Dr. Aylin ÜNAL(CBÜ), ◆Prof. Dr. Seyfettin ÜNAL(DPÜ), ◆Prof. Dr. Sevinç ÜRETEN(Başkent Üniv.), ◆Doç. Dr. Ketil VENTURA(Ege Üniv.), ◆Prof. Dr. Halit YANIKKAYA(GYTE), ◆Prof. Dr. Attila YAPRAK(Wayne State Üniv.), ◆Prof. Dr. Kaan YARALIOĞLU(DEÜ), ◆Doç. Dr. Ayşe N. YERELİ(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Cengiz YILMAZ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ(Uşak Üniv.), ◆Prof. Dr. Konca YUMLU(Ege Üniv.), ◆Doç. Dr. Yusuf ZORBA(DEÜ).

İletişim Adresi:

Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ

Tel: 0 (236) 233 06 57

Manisa Celal Bayar Üniversitesi

Fax: 0 (236) 233 27 29

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

e-mail: iibf-dergi@cbu.edu.tr

Uncubozköy Mevkii 45300, Yunusemre, MANİSA

URL: <http://www2.cbu.edu.tr/yonetimekonomi/>

Yönetim ve Ekonomi yılda üç sayı olarak yayınlanan uluslararası hakemli bir dergidir.

Dergimiz **EconLit**, **EBSCO**, **ULAKBİM Sosyal Bilimler**, **DergiPark**, **ASOS**,

DOAJ, **Index Copernicus**, **ProQuest** ve **SOBİAD** veri tabanına kayıtlıdır.

Dergide yer alan yazılarda ileri sürülen görüşler yazarlara aittir, yayınlayan kurumu bağlamaz.

©Copyright: MCBÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi - Aralık 2016

Basım Yeri: Manisa Celal Bayar Üniversitesi Matbaası - MANİSA

JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMIC

(E-ISSN-2458-8253) / (ISSN-1302-0064)

Owner:

The Faculty of Dean
Prof. Dr. Mustafa MIYNAT

Editors:

Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ

Assist. Prof. Dr. Coşkun ÇILBANT

Assist. Prof. Dr. Serkan CURA

Editorial Board:

Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ

Prof. Dr. Mustafa MIYNAT

Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ

Prof. Dr. Sibel SELİM

Assoc. Prof. Dr. C. Erdem HEPAKTAN

Assoc. Prof. Dr. Serhat BAŞTAN

Assoc. Prof. Dr. Tuncer ÖZDİL

Assoc. Prof. Dr. İlkay DİLBER

Secretariat:

Res. Assist. Osman GÜLDEN

Advisory Board

◆Prof. Dr. C.Can AKTAN(DEÜ), ◆Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Rabia AKTAŞ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Nejla ADANUR AKLAN(Uludağ Üniv.), ◆Doç. Dr. Mehmet AKTEL(SDÜ), ◆Doç. Dr. Volkan ALPTEKİN(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Nilgün ANAFARTA(Akdeniz Üniv.), ◆Prof. Dr. Zeynep ARIKAN(DEÜ), ◆Prof. Dr. Tuncer ASUNAKUTLU(YBU), ◆Prof. Dr. Berrin Ceylan ATAMAN(Ankara Üniv.) ◆Prof. Dr. Canan AY(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Abdurrahman AYHAN(Muğla Üniv.), ◆Prof. Dr. Oğuzhan AYDEMİR(Namık Kemal Üniv.) ◆Doç. Dr. Serhat BAŞTAN(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Orhan BATMAN(Sakarya Üniv.), ◆Prof. Dr. Faruk BİLİR(Selçuk Üniv.), ◆Prof. Dr. Tülin CANBAY(MCBÜ), ◆Prof. Dr. A.Güldem CERİT(DEÜ), ◆Doç. Dr. Cenap ÇAKMAK(Osmangazi Üniv.), ◆Prof. Dr. Tamer ÇAVUŞGİL(Michigan State Üniv.), ◆Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Emin ÇİVİ(New Brunswick Üniv.), ◆Prof. Dr. Nevin DEMİRBAŞ(Ege Üniv.), ◆Doç. Dr. İlkay DİLBER(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Bünyamin DURAN(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Oktay EMİR(Anadolu Üniv.), ◆Prof. Dr. İbrahim EROL(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Abdullah ERSOY(Gazi Üniv.), ◆Prof. Dr. M.Faysal GÖKALP(Muğla Üniv.), ◆Doç. Dr. Şenay GÖKBAYRAK(Ankara Üniv.), ◆Prof. Dr. Ramazan GÖKBUNAR(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Ali Rıza GÖKBUNAR(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Asena ALTIN GÜLOVA(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Şevkinaz GÜMÜŞOĞLU(Yaşar Üniv.), ◆Prof. Dr. Turan GÜNDÜZ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Şule GÜNEŞ(ODTÜ), ◆Prof. Dr. Demet GÜRÜZ(Ege Üniv.), ◆Prof. Dr. Vasfi HAFTACI(Kocaeli Üniv.), ◆Prof. Dr. Muhsin HALIS(Sakarya Üniv.), ◆Doç. Dr. C.Erdem HEPAKTAN(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Sayım İŞİK(Akdeniz Üniv.), ◆Doç. Dr. Şule İŞİN(Ege Üniv.), ◆Doç. Dr. Hilal ONUR İNCE(Hacettepe Üniv.), ◆Doç. Dr. Sevilay KAHRAMAN(ODTÜ), ◆Prof. Dr. Metin KARADAĞ(Ege Üniv.) ◆Prof. Dr. Oğuz KARADENİZ(Pamukkale Üniv.), ◆Prof. Dr. Fehmi KARASIOĞLU(Selçuk Üniv.), ◆Doç. Dr. Kadir KARAGÖZ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Mahmut KARĞIN(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Sibel KARĞIN(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Burak KARTAL(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Cevdet A. KAYALI(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Koray KAYALIDERE(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Gül KAYALIDERE(MCBÜ), ◆Prof. Dr. C. Yenal KESBİÇ(MCBÜ), ◆Prof. Dr. İpek DEVECİ KOCAKOÇ(DEÜ), ◆Prof. Dr. Birol KOVANCILAR(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Sasho KOZUHAROV (Uni. of Tourism and Management), ◆Prof. Dr. Sevinç KÖSE(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Asitbek KULMIRZAEV(Kyrgyz Turkish Manas Uni.), ◆Prof. Dr. Önder KUTLU(Selçuk Üniv.), ◆Prof. Dr. Mustafa MIYNAT(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Sinan NARDALI(Katip Çelebi Üniv.), ◆Doç. Dr. Abdülmecid NUREDİN (Int. Vision Uni.), ◆Prof. Dr. İbrahim ORGAN(Pamukkale Üniv.), ◆Prof. Dr. Adem ÖGÜT(Selçuk Üniv.), ◆Prof. Dr. Semra ÖNCÜ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. S. Mustafa ÖNEN(İnönü Üniv.), ◆Prof. Dr. Ersan ÖZ(Pamukkale Üniv.), ◆Doç. Dr. Tuncer ÖZDİL(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Ahmet ÖZEN(DEÜ), ◆Prof. Dr. Hüseyin ÖZGÜR(Pamukkale Üniv.), ◆Doç. Dr. Hatice ÖZKOÇ(Muğla Üniv.), ◆Doç. Dr. Nezih Metin ÖZMUTAF(Katip Çelebi Üniv.) ◆Prof. Dr. Tülay ÖZÜERMAN(DEÜ), ◆Prof. Dr. Mustafa SAKAL(DEÜ), ◆Prof. Dr. Mehmet SARIŞIK(Sakarya Üniv.), ◆Prof. Dr. Sibel SELİM(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Cemal SEZER(Sakarya Üniv.), ◆Doç. Dr. Çiğdem SOFYALIOĞLU(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Haluk SOYUER(Ege Üniv.), ◆Prof. Dr. Ali ŞAHİN(Selçuk Üniv.), ◆Prof. Dr. Ayşe ŞAHİN(Mersin Üniv.), ◆Doç. Dr. Hande ŞAHİN(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Rezzan TATLILIDİL(Ege Üniv.), ◆Prof. Dr. Mustafa TEPECİ(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Mirko TRIFUNOSKI (Fon Uni.), ◆Prof. Dr. Kamil TÜĞEN(DEÜ), ◆Doç. Dr. Oğuz TÜRKAY(Sakarya Üniv.), ◆Prof. Dr. Anarkul URDALETOVA (Kyrgyz Turkish Manas Uni.), ◆Prof. Dr. Utku UTKULU(DEÜ), ◆Prof. Dr. Doğan UYSAL(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Yaşar UYSAL(DEÜ), ◆Doç. Dr. Ayşe UZMAY(Ege Üniv.), ◆Prof. Dr. Agah Sinan ÜNSAR (Trakya Üniv.), ◆Doç. Dr. Aylin ÜNAL(CBÜ), ◆Prof. Dr. Seyfettin ÜNAL(DPÜ), ◆Prof. Dr. Sevinç ÜRETEN(Başkent Üniv.), ◆Doç. Dr. Ketii VENTURA(Ege Üniv.), ◆Prof. Dr. Halit YANIKKAYA(GYTE), ◆Prof. Dr. Atilla YAPRAK(Wayne State Üniv.), ◆Prof. Dr. Kaan YARALIOĞLU(DEÜ), ◆Doç. Dr. Ayşe N. YERELİ(MCBÜ), ◆Prof. Dr. Cengiz YILMAZ(MCBÜ), ◆Doç. Dr. Hüseyin YILMAZ(Uşak Üniv.), ◆Prof. Dr. Koneca YUMLU(Ege Üniv.), Doç. Dr. Yusuf ZORBA(DEÜ).

Contact:

Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ

Tel: 0 (236) 233 06 57

Manisa Celal Bayar University

Fax: 0 (236) 233 27 29

The Faculty of Economic and Administrative Sciences

e-mail: ibf-dergi@cbu.edu.tr

Üncubozköy Mevkii 45030, Yunussemre, MANİSA-TURKEY

URL: <http://www2.cbu.edu.tr/yonetimekonomi/>

The Journal of Management and Economics is an international refereed journal published thrice a year.

The Journal of Management and Economics is indexed in EconLit, EBSCO, ULAKBİM,

DergiPark, ASOS, DOAJ, Index Copernicus, ProQuest and SOBIAD.

The author(s) is (are) the sole responsible for the opinion and views stated in the articles.

©Copyright: MCBU The Faculty of Economic and Administrative Sciences - December 2016

Place of Publication: The Printing House of Manisa Celal Bayar University - MANİSA

YÖNETİM VE EKONOMİ

MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Yıl: 2016 Cilt: 23 Sayı: 3 E-ISSN-2458-8253 / ISSN-1302-0064

İÇİNDEKİLER

Betül GARDA Süleyman KARAÇOR	Yeni Turistik Eğilimler: Antalya İli Örneği.....	605
Metin ÖNER Meltem ONAY İpek DEVECİ KOCAKOÇ	Öğrencilerin Kariyer Planlamalarında Girişimcilik, Profesyonellik ve Liderlik Arzularının Ölçülmesi.....	623
M. Göktuğ KAYA Ersan ÖZ	Enflasyon, Bütçe Açığı ve Para Arzı İlişkisinin Türkiye Ekonomisi Açısından Değerlendirilmesi: 1980-2014 Dönemi.....	639
Necmettin ÇELİK	Yapısal Kırılmalar Altında Kamu-Özel Kesim Yatırım Harcamaları İlişkisi.....	653
Nilgün ÇAĞLARIRMAK USLU Pınar KARAHAN	Para Politikasının Kredi Faiz Oranlarına Geçişkenliği Üzerine Dinamik Bir Analiz: Türkiye Örneği.....	671
Nurda KUAŞAT	İşletmeden İşletmeye (B2B) Elektronik Pazaryerleri ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Dış Ticaretinde Uygulanabilirliği.....	691
R. Kutlu KORLU Adnan GERÇEK Özhan ÇETİNKAYA	Mükelleflerin Yerel Vergi Algıları Üzerine Bir Analiz: Bursa Örneği.....	711
Şakir SAKARYA Zeliha SÜNBÜL KOÇAK	Kazanç Kalitesi ve Yönetiminin İşletmelerin Finansal Performansı Üzerine Etkisi: ISO 500 İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma.....	733
Ufuk BAŞAR A. Kadir VAROĞLU	Örgütsel Politika Algısının İhmalkârlık Üzerindeki Etkisinde İşten Ayrılma Niyetinin Aracı Rolü.....	751
Ümmühan YİĞİT SEYFİ Sevinç KÖSE	Ruhsal Zeka ve Çalışma Algısı Üzerine Bir Analiz.....	767
V. Sinem ARIKAN KARGI	Bir Tekstil Firmasında Bulanık TOPSIS Yöntemiyle Tedarikçi Seçimi..	789
Volkan YURDADOĞ Ramazan GÖKBUNAR Barış TUNÇAY	Vergi Uyumunu Belirleyen Faktörlere Genel Bir Bakış.....	805
Yılmaz AKGÜNDÜZ Gaye KIZILCALIOĞLU	Likya Yolu'nu Yürüten Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve Memnuniyet Düzeyleri.....	817
YAZIM KURALLARI VE YAYIN İLKELERİ.....		837

JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

MANİSA CELAL BAYAR UNIVERSITY
THE FACULTY OF ECONOMIC AND
ADMINISTRATIVE SCIENCES JOURNAL

Year: 2016 Volume: 23 Issue:3 E-ISSN-2458-8253 / ISSN-1302-0064

CONTENTS

Betül GARDA Süleyman KARAÇOR	New Touristic Tendency: A Sample Of Antalya.....	605
Metin ÖNER Meltem ONAY İpek DEVECİ KOCAKOÇ	Measuring Entrepreneurship, Professionalism and Leadership Career Aspiration Of Students In Career Planning.....	623
M. Göktuğ KAYA Ersan ÖZ	Evaluation of Inflation, Budget Deficit and Money Supply Relations in Terms of Turkish Economy: Period of 1980-2014.....	639
Necmettin ÇELİK	The Relationship Between Public and Private Investment Expenditures underStructural Breaks.....	653
Nilgün CAĞLARIRMAK USLU Pınar KARAHAAN	A Dynamic Analysis on Pars-Through of Monetary Policy to Loan Rates: The Case of Turkey.....	671
Nurdan KUŞAT	Business To Business (B2B) Electronic Marketplaces and Applicability in Developing Countries Foreign Trade.....	691
R. Kutlu KORLU Adnan GERÇEK Özhan ÇETİNKAYA	An Analysis of Local Tax Perceptions of Tax Payers: A Case Study in Bursa.....	711
Şakir SAKARYA Zeliha SÜNBÜL KOÇAK	The Effect of Earnings Quality and Management on The Financial Performance of Enterprise: A Research on ISO 500 Enterprises.....	733
Ufuk BAŞAR A. Kadir VAROĞLU	Intention to Quit as A Mediator of The Relationship between Perceptions of Organizational Politics and Neglect of Work.....	751
Ümmühan YİĞİT SEYFİ Sevinç KÖSE	The Analysis on Spiritual Intelligence and Working Perception.....	767
V. Sinem ARIKAN KARGI	Supplier Selection for A Textile Company Using The Fuzzy TOPSIS Method.....	789
Volkan YURDADOĞ Ramazan GÖKBUNAR Barış TUNÇAY	An Overview of The Factors Determining Tax Compliance.....	805
Yılmaz AKGÜNDÜZ Gaye KIZILCALIOĞLU	Travel Motivations and the Satisfaction Levels of the Tourists Walking the Lycian Way.....	817
GUIDELINES FOR SUBMITTING ARTICLES.....		837

Yeni Turistik Eğilimler: Antalya İli Örneği

Betül GARDA*

Süleyman KARAÇOR**

ÖZ

Günümüzde, gittikçe artan sayıdaki kişi, alışılmamış destinasyonlarda, adrenalini yükselten fiziksel ve zihinsel etkinliklere katılma arayışındadır. Bu yeni eğilimlere sahip turistler, yabancı olduğu bölgelerde yeniden keşfetmeyi ve kültürel değişimi yaşama fırsatı yakalayabileceği, heyecanlı ve orijinal tatilleri tercih etmektedirler. Dolayısıyla seyahat harcamalarının büyük bir kısmını bu yönde kullanma eğilimindedirler. Bu sebeple, turizm işletmelerinin etkinliğinin, değişen turist beklentilerine göre çeşitlendirilen ürün yelpazesıyla artırılabilmesi gözlemlenmektedir.

Bu araştırmada, günümüzde, turistik tüketicilerin değişen beklentileri kavramsal çerçevede incelenmiştir. Ayrıca, yeni turist tipinin demografik ve sosyo-ekonomik yapılarının, tercih edilen turistik faaliyetlere etkisi değerlendirilmiştir. Bu çalışma, turizm pazarlaması alanında yapılacak araştırmalara faydalı olması amacıyla hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Turist Özellikleri, Turizm Pazar Bölümlendirmesi, Turizm Pazarlaması

JEL Sınıflandırması: M31

New Touristic Tendency: A Sample Of Antalya

ABSTRACT

In the information age, an increasing number of people is seeking to participate the physical and mental activities, which raise the adrenaline in unusual destinations. Tourists in this trends are preferred the experience opportunity for having the exciting and original holidays to rediscover and cultural changes in the foreign regions. Therefore, a large portion of travel expenses are tend to use in this direction . For this reason, the effectiveness of tourism businesses can be enhanced by diversifying the range of products according to the expectations of tourists is observed.

In this research, touristic consumers' changing expectations have been examined in a conceptual framework . In addition, this study investigated the effect of new tourists' demographic and socio- economic structures on the touristic activities. This implications highlight for the future researches in the tourism marketing.

Key Words: New Tourist, Tourism Market Segmentation, Tourism Marketing

JEL Classification: M31

GİRİŞ

Turizm endüstrisindeki tüketici davranışı modeli sürekli değişmektedir. Günümüzün 'yeni turist'leri denenmemiş tatil deneyimleri arayan daha tecrübeli seyahatçiler olduğu gözlemlenmektedir (Weber, 2001: 363). Artık sıradan ve alışıl gelmiş tatillerden farklı deneyim tatilleri potansiyel turistlere daha çekici gelmektedir. Bu tip turistler, seyahat için ayırdıkları gelirlerinin önemli bir miktarını heyecan ve macera için harcamaktadır (Williams ve Soutar, 2005: 248; Kane and Tucker, 2004: 219; Ryan, 2002: 21; Lepp ve Gibson, 2008: 742). Yeni

* Yrd.Doç.Dr. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü.

bgarda@gmail.com

** Prof.Dr.Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Reklamcılık Bölümü skaracor@selcuk.edu.tr

(Makale Gönderim Tarihi: 16.09.2015 / Yayına Kabul Tarihi: 07.12.2016)

Doi Number: 10.18657/yonveek.281977

turist tipini bu davranış farklılığına yönelten ve bu macera arayışının en önemli nedeni bireyin kişisel gelişimini sağlama ve öz saygıyı kazanma arzudur (Page vd, 2005: 385; Sung, 2000). Örneğin; turistler, katıldıkları etkinliklerde yeri geldiğinde risk almak ve fiziksel/zihinsel mücadeleyi kazanmak istemektedirler. Ayrıca farklı ve adrenalini yükselten deneyimler arayanların sayısı da oldukça fazladır. Dolayısıyla sunulan turistik hizmetlerin çeşitliliğinden kaynaklanan doygunluk, kişileri farklı olanı aramaya itmektir.

Benzer şekilde, ekonomik, sosyal ve kültürel değişim toplumsal yaşamda tüketim kalıplarını değiştirmektedir. Çağdaş toplumlarda, bireylerin sağlıklı yaşam biçimini benimsenmesi, doğaya karşı yükselen hassasiyet ile kalite bilinçli tüketimin daha fazla istenen unsurlar olması bu değişime örnek olarak kabul edilebilir. Bu tarz değişimler ayrıca bireylerin tatil alışkanlıklarını değiştirerek, daha aktif katılımlı tatilleri tercih etmelerine neden olmaktadır (Sung vd, 2001: 48; Page vd., 2005: 382). Dikkat çekici diğer bir eğilim ise insanların yaşamında boş zamanlarını değerlendirme biçimleri ile ilgilidir. Şüphesiz turizm talebine çeşitli şekillerde olumlu etkisi olan “boş zaman”, günlük yaşamımızın da önemli bir unsuru haline gelmiştir. Bu tip boş zaman etkinliklerine katılım için teşvik edilmiş kişiler, katılımlarının günlük yaşamda var olan deneyimlerinden farklı olmasını beklemektedirler. (Aktaran: Cater, 2006: 317).

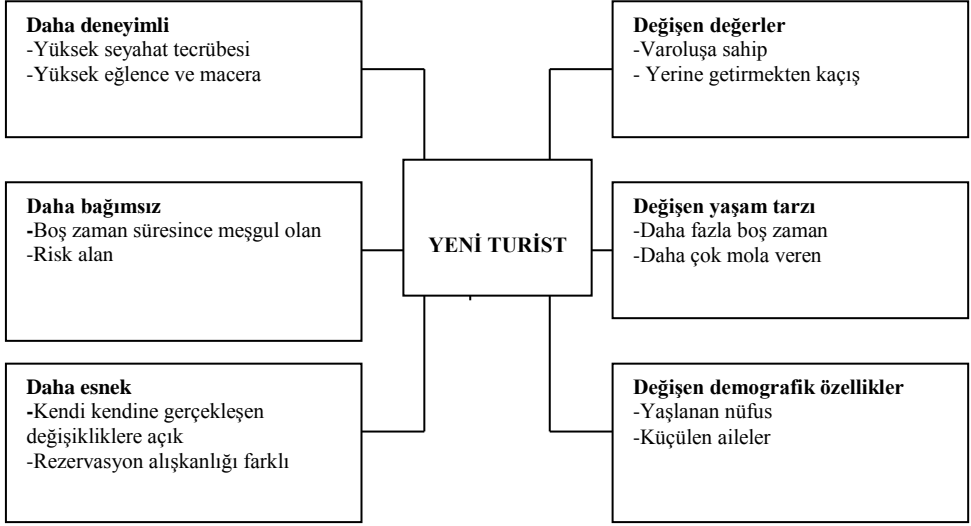
I. YENİ TURİSTİK EĞİLİM

Son dönemde ‘yeni turist’ olarak değerlendirilen turistler, tatil deneyimlerini daha önemli faydalar elde etmek için gerçekleştirmek istemektedirler. Yeni turist tiplemesi şekil 1’de gösterildiği gibi bir takım ayırıcı özelliklere sahiptir. Yeni turistin ana özelliklerinden biri; günlük yaşamın monotonluğundan uzaklaşıp, değişik biçimlerde kendini gerçekleştirmeyi başarabilme ihtiyacıdır. Turistik deneyimlerinin çoğunda amaç; günlük yaşamdan belli bir süre uzaklaşmaktır. Uzaklaşma ihtiyacı belli bir süre için ev yaşantısından ve stresinden kaçıp, gerçekten tatilde olduğunu hissetme arzusu tarafından tetiklenmektedir (Lepp ve Gibson, 2008: 742; Cater, 2006: 318; Ferguson ve Todd, 2005: 150). Yeni turistik eğilimde, bu tip aktif katılımlar sonucu günlük yaşantıdan kaçışı içermektedir. Örneğin; Amazon ormanlarında bir nehir gezisi, Gobi çölünde deve ile yolculuk ya da Avustralya’da yunuslarla yüzmek bireylere çekici gelmektedir. Bu uzaklaşma arzusu, ayrılmaz bir şekilde ‘tepe deneyimler’(Maslow, 1976) ile bağlantılıdır. (Gyimothy ve Mykletun, 2004: 857).

“Kendini gerçekleştirme” eğilimi, bireylerin yaş ve yaşam tarzı ile yakından ilişkilidir (Swarbrooke vd, 2003: 60-61; Richards ve Wilson, 2006: 41; Pearce, 1992: 13). Örneğin, Berno ve diğerlerinin (1996) Yeni Zelanda da 651 turiste uyguladıkları anket sonucuna göre, kişinin yaşı seyahat katılımında önemli bir etkiye sahiptir. Bu çalışmada, 20-34 yaş gruplarının, bunge jumping, rafting, jet skiing, kayak ve dağcılık gibi turistik etkinliklere diğer yaş gruplarına göre daha fazla ilgi gösterdikleri tespit edilmiştir. 45 yaş üstü grup sözü edilen etkinliklerle uğraşmak için kendilerini çok yaşlı bulmaları nedeniyle ilgi göstermemektedir. Ayrıca, Loverseed’de (1997: 91-92) fiziksel güce dayanan etkinliklere katılım ile

ilgili olarak “yaş ve kişisel tercihlerin” önemli bir faktör olduğunu savunmaktadır. Fiziksel çaba gerektiren sportif tatillerin seçiminde, fiziksel sağlık ve zindelik diğer etkin bir faktör olarak kabul edilmektedir (Lepp ve Gibson, 2008: 742; Page vd, 2005: 382-383).

Şekil 1. ‘Yeni Turist’ Özellikleri



Kaynak: Swarbrooke, John, Beard, Colin, Leckie, Suzanne and Pomfret, Gill (2003). Adventure Tourism: The New Frontier. USA: Elsevier Science Ltd, p: 59.

Dolayısıyla, hem **yaş** hem de **yaşam tarzı** günümüz yeni turistlerinin karar alma süreci üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ayrıca fiziksel çabaya dayalı turistik etkinliklerinde bireylerin **sağlık durumları ve deneyimleri** de yaş kadar etkili bir faktör haline gelmektedir. Fiziksel çabaya dayanmayan turistik etkinliklerinde ise bireyin bulunduğu yaş grubunun belirgin bir etkisi bulunmamaktadır. Sonuç olarak tüketici davranışının yapısındaki daha sağlıklı yaşam tarzı ve günlük yaşamla tezat içinde olan tatil deneyimleri arayışı yönündeki değişim, aktif katılımlı turistik etkinliklere talebinin artmasına neden olmaktadır.

Swarbrooke (2003,59), yeni turist özelliklerinin esas unsurlarını aşağıdaki şekilde olması gerektiğini iddia etmektedir. Bunlar;

- Benzer ve tahmin edilebilir zevklere sahip olan,
- Seyahati bir yenilik olarak kabul eden,
- Sıcak destinasyonları tercih eden,
- Turist hizmetlerinin kalitesine az önem veren,
- Tatili sadece çalışma ya da günlük yaşamın monotonluğundan uzaklaşmak kabul eden bireylerdir.

Günümüzde, turistler, genel olarak düşük risk alanlar ve yüksek riski benimseyenler olmak üzere iki gruba ayrılmaktadırlar. Düşük risk (soft) alan

turistler, genellikle, algılanmış riski bulunan fakat düşük seviyede gerçek riske sahip başlangıç seviyesindeki etkinliklerde yer almaktadırlar (Hill, 1995: 63; Williams ve Soutar, 2005: 248-250). Bu turistler genellikle acemidir ve önceden tecrübeleri olmadığı ya da riski düşük olduğu için güvenli etkinlikleri tercih ederler. Düşük risk alan turistler kendini keşfetme, rutin kentsel yaşamdan kaçma ve yeni çevrelerde deneyim kazanma, heyecan yaşama, yenilik, kontrollü bir çevrede sosyalleşme fırsatı gibi nedenlerle seyahat etmektedirler (Morgan ve Fluker, 2006: 154; Williams ve Soutar, 2005:248; Bentley vd., 2003: 86; Page vd, 2005: 382; Pomfret, 2006: 118).

Diğer taraftan yüksek risk alan turistler üst seviyede tecrübe gerektiren yüksek derecede riskli etkinlikleri tercih ederler (Hill, 1995: 63). Bu tip turistler fiziksel olduğu kadar yüksek deneyim ve yetenek gerektiren zihinsel açık hava mücadelelerine de katılırlar (Morgan ve Fluker, 2006: 154). Yüksek risk alan turistler, yüksek adrenalin isterler. Bazen yüksek deneyimlerinden dolayı riski kontrol edebildikleri gibi, bazen de kontrol edemezler. Bu turistlere başlıca çekici gelen etkinlikler; dağcılık, su kayağı, kanoculuk, balta girmemiş ormanlarda safari, Afrika'daki az ziyaret edilen vahşi yaşamı izleme olarak sayılabilir (Williams ve Soutar, 2005:248; Page vd, 2005: 385).

Düşük ve yüksek riskli turistik etkinliklerin tercih edilme düzeyi üzerinde, katılımcıların karakteristik, motivasyon, beceri ve deneyim niteliklerinin de etkisi bulunmaktadır. Düşük ve yüksek riskli turistik etkinliklere katılımın artması, bireysel becerileri artıracak; dolayısıyla bireyler daha yüksek seviyelerde uyarımı ve daha riskli uğraşlara katılımı tercih edeceklerdir (Kane and Tucker, 2004: 220; Cater, 2006: 321; Page vd, 2005: 383).

Swarbrooke ve diğerleri (2003: 64) potansiyel turistler arasında düşük riskli turistik etkinliklerin, yüksek riskli olanlara göre daha yüksek oranda tercih edildiğini gözlemlemişlerdir. Yüksek risk alan turistler daha fazla deneyim edinmek ve etkinliklerde daha fazla cesaret göstermek durumundadır. Düşük riskli turistler ise, etkinliklere aktif katılım isteği olan fakat az deneyimleri olan bireylerdir.

Ayrıca yeni turistler çok farklı nedenlerden dolayı düşük ya da yüksek riskli etkinliklerde yer alabilirler. Birinin riskli olarak algıladığı etkinlik, diğeri için risk niteliğinde olmayabilir. Tuson'a (1994) göre, kişinin mücadele gücü ve panik limiti seçeceği turistik etkinlik tipini belirlemektedir. İnsanların kişiliği ve önceki deneyimleri risk algısını etkilemektedir (Weber, 2001: 367-368; Page vd, 2005: 383). Örneğin goril izleme tatili seçen vahşi yaşam turları deneyimine sahip bir turist, yüksek derecede zihinsel mücadele gerektiğini tahmin edecek ve gorili yakından gördüğü zaman heyecanını kontrol edecektir. Vahşi yaşam turlarında deneyimsiz olan ve aynı tatili seçen turist ise gorili gördüğünde panikleyip kontrolünü kaybedebilir (Swarbrooke vd, 2003: 65).

Bazıları, kendi tolerans alanlarının içinde kontrol edebildikleri etkinlikleri tercih ederken, diğerleri fiziksel ve zihinsel mücadele gerektiren, dayanma kapasitelerinin yükselten daha yüksek riskli seyahatlere meyillidirler. Buna, kuş

izleme turlarına katılan bir turist ile Everest'e tırmanan dağcının tercih ve macera anlayışı farklı örnek olarak verilebilir. Breivik (1996) Everest'e tırmanan dağcılar hakkında yaptığı araştırmada, turistleri bu seyahate sevk eden karakter özelliklerinin düşük seviyede endişe, dayanıklılık, isteklilik ve duygusal kararlılık olduğunu tespit etmiştir. Bu tip kişilik özelliklerine sahip bireyler yüksek riskli turistik etkinlikler ile uğraşmaya daha meyillidir. (Buckley, 2009: 220; Pomfret, 2006: 118). Örneğin; 'uçan balonla seyahat etme' düşük riskli bir etkinlik olarak kabul edilirken, bu etkinliği ilk kez deneyecek biri için oldukça riskli görünüp paniklemesine neden olabilir. Bu kişinin bakış açısına göre uçan balon riskli bir maceradır (Pearce, 1995: 41; Swarbrooke vd, 2003: 65).

II. YENİ TURİST TİPİNİN MOTİVASYONLARI

Yeni turistler, içsel ihtiyaçlarını tatmin edebilmek için çeşitli tatil deneyimleri aramaktadırlar. İnsanlar öz itibarıyla tatilden zevk almak istemektedir. Bunun nedenleri (Tangeland ve Aas, 2009: 823; Weber, 2001: 363); rahatlama ihtiyacı, itibar kazanma, sosyalleşme, kişisel gelişim, farklı bir şeyler yapma arzusu, heyecan, macera, farklı yaşam biçimlerini ve kültürleri tanıma arzusu, benzer zevklere sahip insanlarla tanışma ve entelektüel zenginleşme şeklinde sayılabilir.

Başlangıçta, birey günlük yaşamın monotonluğundan uzaklaşmak istediğinde esas olarak üç farklı seçeneği bulunmaktadır. Bunlar; yerel bölgedeki herhangi bir boş zaman etkinliğine katılmak, akraba ya da arkadaşlarını ziyaret etmek ve son olarak iş amaçlı bir seyahate çıkmaktır. O halde, boş zaman deneyimlerinin doğasını biçimlendiren spesifik güdüler, sosyo-psikolojik faktörler (itici faktörler) ve kültürel faktörler (çekici faktörler) biçiminde ikiye ayrılabilir. Dann (1977), geçmiş güdü dizisinin seyahat ihtiyacını belirlerken, sonraki duygulanımın ise hedef bölge seçiminde etkili olacağını ileri sürmektedir (Ferguson ve Todd, 2005: 150; Kane and Tucker, 2004: 220).

Pek çok teorik çerçevede turist motivasyonları açıklanmaya çalışılmıştır. Pearce (1988) macera seyahati konusunda, Maslow (1976) hiyerarşisinden uyarlanan, bir seyahat hiyerarşisi geliştirmiştir. 'Seyahat kariyer merdiveni' (travel career ladder) olarak adlandırılan "macera turizmi hiyerarşisi" (Garda, 2014), bireysel turist davranışı temeline kurulmuştur. İnsanlar tatilleri süresince yüksek düzeydeki istek ve ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmaktadırlar (Gyimothy and Mykletun, 2004: 857; Swarbrooke vd, 2003: 67).

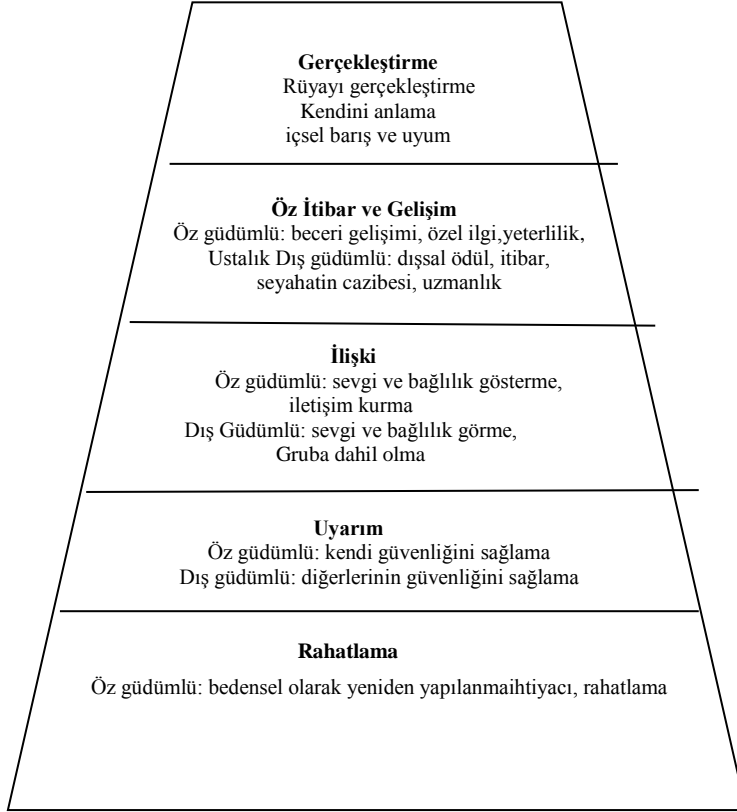
Pearce'ye (1992:13) göre, bu teori içsel ve dışsal motivasyonları göstermektedir. Seyahat Kariyer Merdiveni, seyahat için turistlerin çoklu model ya da güdülerinin, tek bir güdüden daha etkin olduğunu vurgulamaktadır. Şekil 2 de gösterilen beş aşamadan oluşan seyahat kariyer merdiveninde; biyolojik ihtiyaçlar (rahatlama), güvenlik ihtiyaçları (uyarım derecesi), gelişim ve büyüme ihtiyaçları, özel ilgi ve kişisel gelişim ihtiyaçları ve en üst seviyede ise şiddetli katılım ihtiyaçları (kendini gerçekleştirme) bulunmaktadır.

Seyahat Kariyer Merdiveni, turistlerinin çoğunluğu en üst seviyedeki ihtiyaçlarını giderme çabasıdadırlar. Turistik deneyimler ile kendini gerçekleştirme seviyesindeki hayallerin gerçekleştirilmesi ya da içsel barış ve

uyuma ulaşılması sağlanacaktır. Bu motivasyon seviyesi hem fiziksel hem de zihinsel etkinlikleri tercih eden turistler için geçerlidir (Ferguson ve Todd, 2005: 150-151; Swarbrooke vd, 2003: 68; Weber, 2001: 362).

Sonuçta, motivasyon seyahat kararında ve turist davranışlarında belirleyici bir rol oynamaktadır. Buna rağmen, turistleri etkileyen kişilik, finansal durum, sağlık sorunları ve seyahat arkadaşları gibi diğer faktörlerin etkisini de göz ardı etmemek gerekir (Pearce, 1993: 24). Turistik tüketici için en temel motivasyon unsurları; **risk alma, heyecan arayışı ve başarı arayışı** şeklinde sıralanabilir. Bu motivasyon unsurları kişinin farklı seyahat seçeneklerine olan ilgisini arttıracaktır. Bu unsurlar aşağıdaki şekilde açıklanabilir:

Şekil 2. Seyahat Kariyeri Merdiveni (Pearce, 1988)



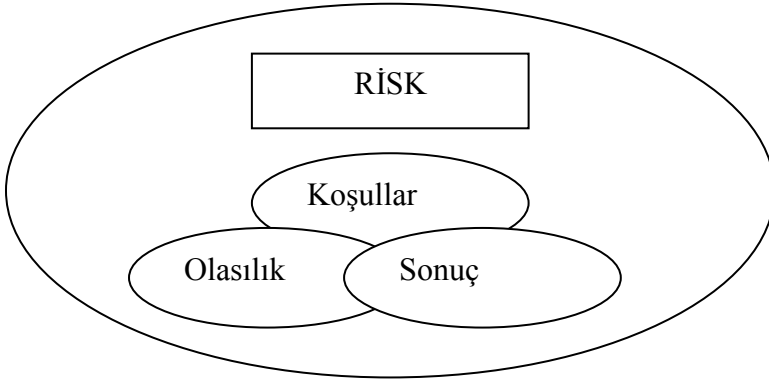
Kaynak: Swarbrooke, John, Beard, Colin, Leckie, Suzanne and Pomfret, Gill (2003). Adventure Tourism: The New Frontier. USA: Elsevier Science Ltd, p: 68.

A. Risk Alma

Risk, yeni turist tipi için güçlü bir güdüdür. Her etkinlik, belli miktarda riske sahiptir. Seyahat türünü seçerken, deneyimin sonuçları kesin değildir ve risk

tahmin edilemez. Böylece risk kişinin maceradan hoşlanmasında belirleyici bir rol oynayacaktır. Aslında bir deneyimde riskin bulunmaması tatmin düzeyinin düşmesine ya da katılım dürtüsünün kaybolmasına neden olacaktır. Riskli deneyimler üzerine yapılan pek çok araştırmalar açık hava rekreasyonları alanından ortaya çıkmaktadır. Bu tip araştırmalar, risk aramanın, herhangi bir maceracı turistik seyahatin ayrılmaz bir parçası olduğu ilkesine dayanmaktadır (Morgan ve Fluker, 2006: 155; Sung ve diğerleri, 1997; Kane and Tucker, 2004: 220).

Şekil 3. Risk Bileşenleri



Kaynak: Ryan, Chris (2003). Risk Acceptance in Adventure Tourism. (Edited by Jeff Wilks and Stephen J. Page). Managing Tourist Health and Safety in the New Millenium. UK: Elsevier Science Ltd, p. 56

Elms (1998), şekil 3'te görüldüğü gibi risk bileşenlerini; **koşullar**, **olasılık ve sonuç** olarak üçe ayırmaktadır. Risk alan turistler, uğraşlarının sonucunu psikolojik açıdan bir ödül olarak kabul ederler. Risk almak kaybetme ihtimalinin olumsuzluğuna rağmen; uzun vadede coşku içeren, adrenalini artıran ve mutluluk veren bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Turistler tatil sürecince risk alarak, etkinliğe ilgi düzeylerini yükselteceklerdir. Psikolojik açıdan risk alma: günlük sorumluluklardan uzaklaşma eğilimi olarak değerlendirilirken; sosyal açıdan: belli bir kurumda çalışmanın ödülü olarak, çalışma dışı boş vaktin değerlendirilmesi olarak değerlendirilebilir. Böylece uğraşılan etkinlik ve mekan basit bir şekilde sosyal açıdan anlamlandırılmış olur (Aktaran: Ryan, 2003: 56; Cater, 2006: 319; Page vd, 2005: 385).

Risk kavramının en karmaşık bileşeni 'olasılıktır'. Teknik olarak risk bir olayın gerçekleşme ihtimali olarak ifade edilemez. Fakat kaybetme olasılığının önemi de göz ardı edilemez. Olasılık, bir eylem ya da olayın gerçekleşmesidir. Genel manada ise olasılık: risk almaktan elde edilecek faydayı işaret etmektedir. Tatil şartlarında olasılık, riskin teknik anlamını taşımayan, sadece turistlerin etkinliklere katılımlarını etkileyen algılanan bir bileşen olarak karşımıza

çıkılmaktadır. Örneğin, günlük yaşamda aşırı miktarda alkol aldıktan sonra araba kullanılırsa, bu bir kaza ile ya da ehliyete el konulmasıyla sonuçlanabilir. Boş zaman bağlamında ise örneğin bir dalgalık kursu ya da bir tırmanış gezisi başarı ile bitirilememişse, bundan dolayı kişi kendine olan saygısını kaybedebilir (Ryan, 2003: 57; Swarbrooke vd, 2003: 71).

Risk, olumsuz bir anlam çağrıştırmasına rağmen, olumlu sonuçları olan bir uğraştır. Bu olumlu sonuçlar potansiyel turistleri aktif katılımlı etkinliklere katılmaya yönlendirmektedir (Ewert, 1989). Mesela; Amazon ormanında dağ yürüyüşü turuna katılan bir maceracı, bu gezi süresince zehirli bir yılan ısırması, susuz kalma ya da bir vahşi hayvanın saldırısına uğrama gibi çeşitli risklerle yüz yüze gelir. Tatilin sonunda ise, kişi kendini gerçekleştirme ve riskli bir maceradan sonra hayatta kalma tatminini hissedebilir.

Risk iki kategoride incelenebilir: kişinin kontrol edebildiği ve mücadele olarak algıladığı ‘olumlu risk’; kişinin kontrol edemediği ve tehlike olarak algıladığı ‘olumsuz risk’ (Deniz ve Erciş, 2008: 307). Bu risk kategorileri, ayrılmaz bir şekilde, bireyin yetenek, deneyim ve macera etkinliği hakkındaki bilgisiyle bağlantılıdır. Johnston (1992), Yeni Zelanda’da dağcılıkla ilgilenen macera rekreasyonu hakkında yaptığı araştırmasında dağcılık etkinlikleri üzerinde deneyimli olan bu bireylerin riski, tehlikeden çok mücadele olarak algıladıklarını tespit etmiştir. Dağcılık maceralarının içerdiği riski, korkutucu bulmak yerine, eğlence düzeylerini yükseltecek olumlu bir unsur olarak görmektedirler. Buna göre, dağcılık maceralarında tecrübe olmayan biri için bu etkinlikler kontrol edilemeyen derecede risk içerir. Ancak, bu kişi deneyim kazanmaya başladığı zaman, dağcılığın içerdiği riske karşı olumlu bir bakış açısı geliştirecektir (Aktaran: Swarbrooke vd, 2003: 71).

Çoğunlukla macera katılımlarıyla ilişkili kişinin algıladığı risk ve fiili/gerçek risk arasında bir ayrım bulunmaktadır. Riskin objektif olmasına örnek olarak, spesifik etkinlikler için rapor edilen gerçek kaza sayısı verilirken; riskin sübjektif olmasına, katılımcının algıladığı riskin büyüklüğü örnek olarak verilebilir. Cater’in (2000) araştırmasına göre, insanlar sıklıkla objektif riskin farklı bedensel maceracı etkinlikleri içerdiğini anlayamaz ve bu, etkinliğin riskin yüksek algılanmasından dolayı ret edilmesiyle sonuçlanır.

Özetlersek, risk hem olumlu hem de olumsuz yönde değerlendirilebilir. İnsanların riski nasıl algıladıkları, deneyim derecesine ve etkinlikte aldıkları role bağlıdır. Ayrıca, kişilik daima insanların riski algılamasında önemli bir etkiye sahiptir.

B. Heyecan Arayışı

Risk unsuru ile birbirini tamamlayan çok sayıda diğer güdülerden biri heyecan arayışıdır. Zuckerman (1979: 13), bu güdüyü, ‘heyecan arayışı ölçeği’ ile açıklamıştır. Heyecan arayış ölçeği (SSS), psikolojik bir model olup, insanların çeşitli durumlarda risk alma davranışlarını çözümlenmektedir. Model, yirmi yıldan beri tüketici davranışındaki değişiklikleri de değerlendirmeye almaktadır.

Geçerliliği pek çok çalışmada ortaya konulmaktadır (Willig, 2008: 692; Lepp ve Gibson, 2008: 740; Ryan, 2003: 60).

Zuckerman (1979: 13) heyecan arayış kavramını şu şekilde açıklamaktadır: ‘değişiklik, yenilik, karmaşıklık ve yoğun heyecan arayışı nedeniyle bu tip bir deneyim için fiziksel, sosyal, finansal ve yasal risk almaya gönüllü olmaktır.’

Heyecan arama kavramı macera turistlerine uygulandığında, bu insanların fiziksel macera tatilleri ile ilgili riskli spor katılımcılarıyla benzer kişilik karakteristiklerini taşıdıkları varsayılabilir. Fiziksel olmayan macera katılımcılarının ise heyecan arayışı ölçeğinde (SSS) yüksek skorlu dezinhibisyon ve deneyim arayışı unsurları gibi turistik deneyimler aradığı düşünülebilir. Bu tip etkinlikleri tercih eden insanlar hız ve tehlike içeren riskli etkinliklerle uğraşmak için büyük istek taşımaktadır. Ayrıca, uygun olmayan yaşam tarzlarına ve seyahat etmeye de meyillidirler (Cater, 2006: 321).

Bulgular can sıkıntısı hassasiyeti ve dezinhibisyon alt ölçekleri arasında önemli bir farkın olmadığını göstermiştir. Diğer bir ifadeyle, karasal seyahatçiler ve kontrol katılımcıları sosyal uyarım için benzer isteklere sahiptir ve tekrar eden durumlara karşı benzer isteksizlikleri gösterirler (Lepp ve Gibson, 2008: 74).

C. Başarı Arayışı

Yüksek adrenalin, insanlar riskli turistik etkinliklere katıldığı zaman, yoğun heyecan arayışına katkıda bulunmaktadır. Adrenalin, insanların deneyimlerini kontrol eden önemli bir unsurdur. Örneğin dağ tırmanışında dağcıların adrenalin seviyesinin yükselmesi tırmanmaya daha fazla odaklanmalarını sağlamaktadır. Adrenalin spor ile ilgili becerilerin yükselmesine yardımcı olmaktadır. (Page vd, 2005: 385).

Risk alma ve heyecan arayışının, macera rekreasyonlarından zevk almak için gerekli birer unsur olarak görünmesine rağmen, insanları bu tip etkinliklerle uğraşmaya yönelten farklı güdüler de bulunmaktadır. Sung ve diğerlerinin (1997) belirttiği gibi öz saygı, bu etkinliklerde daha fazla beceriye sahip olma, yeni becerilerini geliştirme, yeni durumları tecrübe etmek gibi çeşitli ihtiyaçlar tarafından da motive edilebilir (Sung vd, 1997; Elsrud, 2001: 602; Cater, 2006: 321).

Kişinin belli bir turistik etkinlikte sahip olduğu deneyimin derecesi ve motivasyonunun değişimi arasında karşılıklı bir ilişki bulunmaktadır (Pomfret, 2006: 117). Örneğin, scuba diving’de daha tecrübeli hale gelen insanlar, daha fazla heyecan hissetmek için daha uzun gezilere katılma isteği duyacaktır (Morgan ve Fluker, 2006: 155).

Fluker ve Turner (2000: 387-388) çalışmalarında motivasyonun değişikliğini, doğrudan tecrübenin artmasıyla ilişkili olduğunu ispatlamıştır. Rafting yapan tecrübeli ve tecrübesiz kişilerin ihtiyaç, istek ve beklentilerini birbiriyle karşılaştırarak yaptıkları araştırmada, tecrübeli rafting yapanların daha rahat ve raftingden elde edecekleri sosyalleşme ve doğal çevrede daha fazla kalma gibi farklı faydalarla ilgilendiklerini tespit etmişlerdir. Aksine, tecrübesiz olan

katılımcıların ise, yenilik, sporla ilgili heyecan ve amaçlarını başarabilmek için risk almaya daha eğilimli olduklarını gözlemlemiştir. (Aktaran: Morgan ve Fluker, 2006: 155-156).

Daha deneyimli olan insanlar daha özel turistik etkinliklerde yer alırlar, bu tip etkinliklerde kendilerinde daha fazla yeterlik hissederler. Ayrıca acemi ya da uzman olsalar da, bu etkinliğin sonucu olumlu ise kendilerini daha yeterli hissederler. Etkinlikte başarılı olmanın, üst düzey beceriye bağlı olduğu bazı durumlarda, deneyim ve yeterlik önemli olmaktadır (Pomfret, 2006: 118).

Iso-Ahola ve diğerlerinin (1988: 34) kaya tırmanıcılarının üzerinde yaptığı çalışmada, insanların algıladıkları yeterlik, öz-saygı ve deneyimin birbirine bağlı olduğu tespit edilmiştir. Algılanan yeterlik iki kategoride incelenmektedir. Bunlardan ilki biriken deneyimlerin sonucunda elde edilen 'genel algılanan yeterlik', diğeri ise yeni deneyimlerin sonunda elde edilen 'spesifik algılanan yeterlik'tir' (Aktaran: Page vd, 2005: 382). Dağcılarla tırmanış gününden bir gün önce ve sonra görüşülmüştür. Bu dağcıların başarılı bir tırmanışın ardından, tırmanış yetenekleri ile ilgili yüksek öz-yeterlik ve öz-güven gösterdikleri, ayrıca öz-yeterliğin kaya tırmanışı deneyim derecesiyle ilgili olmadığı gözlemlenmiştir. Buna ilaveten tecrübeli dağcılar genel algılanan yeterlik derecelerini yükseltmişlerdir. Bu bulgular diğeri turizm türlerine de uygulanabilmektedir. Örneğin, acemi yamaç paraşütçüleri kırmızı ya da siyah gökyüzü olduğunda, kendilerini kâfi derecede yeterli hissetmeden uçmak istemezler. Yamaç paraşütünde yeni olan kişi belli aşamalardan geçip başlangıçta iyi bir eğitim aldıktan sonra çift uçuştan yalnız planörcülüğe doğru ilerler. Pilot ehliyetini aldıktan sonra uzman durumuna tam olarak geçmiş olmaktadır (Swarbrooke vd, 2003: 80).

Şekil 4. Riskli Sporların Davranışsal Unsurları



Kaynak: Swarbrooke, John, Beard, Colin, Leckie, Suzanne and Pomfret, Gill (2003). Adventure Tourism: The New Frontier. USA: Elsevier Science Ltd, P: 80.

Şekil 4'te kişileri riskli sporlar yapmaya yönelten dört temel güdü gösterilmektedir. Bunlar (Swarbrooke vd, 2003: 81):

- **Kimlik Yorumu:** İnsanlar riskli sporlara; kişisel gelişimlerini sağlamak ve yeni bir kimlik edinmek için katılırlar.
- **Etkinlik:** Riskli sporlarda bireysel gelişme, uzmanlıkla ve yükselen standartlarla mümkün olacaktır. Bu unsurlar kişilerin etkinliğinin ya da yeteneğinin sonucudur.
- **Dostluk:** Macera sporlarına katılım sürdürülerek, insanlar dostluk ve bir grubun parçası olma duygusunu yaşamaktadır. Bu etkinlikle yoğun katılımla, uzmanlık ve gruptaki rol keskinleştirilir. Gerçekleşen bu sonuç, olağan günlük yaşam ve olağan dışı riskli sporlara katılım arasındaki kesin ayırmadır.
- **Deneyim:** Riskli spor katılımları performans ve deneyimin derecesini artırmaktadır. Daha sonra katılımcıların spor deneyimlerindeki dikkatleri, riskten dolayı endişelenmek yerine, riski kontrol altına almaya yönelir. Yükselen deneyimle, kişiler macera sporlarından daha fazla zevk almaya başlarlar.

Shoham ve diğerlerinin (2000: 239) geliştirdikleri modelde, yeni turist tipolojisi açıklanmaya çalışılmıştır. Model katılımcıların riskli sporlara sadece daha fazla deneyim, beceri ve yeterlik kazanmak gibi açık sebeplerden değil, ayrıca sosyal ve psikolojik nedenlerden dolayı katılmaya devam ettiklerini göstermektedir. Model, süren riskli sporların tüketiminin altında yatan davranışsal unsurları açıklanmaktadır.

III. ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ

A. Araştırmanın Konusu

Türkiye, doğal ve kültürel turistik değerleri dikkate alındığında, yeni turistlerin ilgisini çekme kapasitesine sahip bir ülkedir. Yeni turistlerin eğilimlerine yönelik hizmetlerin artırılması, Türkiye'nin turizm endüstrisinden elde ettiği sosyal ve ekonomik faydaları artıracak bir fırsat olarak karşımıza çıkabilir. Günümüzde potansiyel kullanıcılarının tercihlerinin dikkate alınmadığı bir sektör neredeyse yoktur. Yani; Türkiye'de turizmin tür ve etkinliklerinin zenginleştirilmesi, alternatif turizm alanlarının hizmete sunulması ve tanıtılması; farklı yörelerin ekonomik ve sosyal yönden kalkınması ile sonuçlanabilir.

Araştırmanın konusu; turizm hareketlerini bütün yıla yayarak, daha fazla ekonomik ve sosyal fayda elde etmek amacıyla, Türkiye'de doğal ve kültürel kaynakların daha etkin kullanılmasına olanak tanıyan alternatiflerin ortaya konmasıdır. Araştırmanın teorik kısmında, öncelikle, yeni turistik eğilimler açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmanın analiz kısmında ise, Antalya'ya yaz döneminde gelen turistlerin Türkiye'yi tercih etme nedenleri ortaya konmuştur.

B. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Yeni turistik eğilimler, bireylerin yaşam standartlarının değişmesine, beklentilerin farklılaşmasına ve çevre bilincinin artmasına bağlı olarak çeşitlenmektedir. Genellikle yaz aylarında deniz-kum-güneş üçgeninde gelişen turistik etkinlikler yerini, doğa ile iç içe, farklı seyahat kültürlerini tanımaya eğilim gösteren turistlere bırakmaktadır. Bu yeni tip turizm faaliyetleri çevre ile

uyumlu tesislerde, bozulmamış ve temiz bir çevrede, aktif bir katılımı gerçekleştirilmektedir.

Kitle turizmine alternatif olarak kültür, tarih, yerel değerler, spor, macera ve eğlence anlayışı temeline dayanan yeni turizm türleri geliştirilmiştir. Bunlar; macera turizmi, ekoturizm, doğa turizmi, niş turizm, sürdürülebilir turizm, duyarlı turizm, kültürel turizm gibi akımlardır. Bu akımlar, hem turistlerin beklentilerine uygun turistik ürün çeşitliliğini sağlamış, hem de yılın belli dönemlerinde yapılan turizm amaçlı seyahatleri bütün yıla yaymıştır.

Günümüzün rekabet şiddeti artan ve olgunlaşmış turizm pazarlarında, seyahat ve turizm pazarlamacılarının, daha yüksek beklentilere sahip, farklılaşmış, eğitilmiş, duyarlı yeni müşteri tipinin istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak, farklı turistik ürünlerle rekabet etmeleri gerekmektedir.

Araştırmanın amacı, Antalya'yı tatil amaçlı olarak tercih eden turist pazarının tercihlerini etkileyen başlangıç noktası niteliğindeki eğilimlerinin belirlenmesidir. Araştırmanın odak noktası; pazar bölümlendirmesi hedefine yönelik, uygun içsel pazarlama faktörü bileşeni olarak, yeni turist tercihleri, diğer bir ifade ile turistlerin seyahatleri sırasında dikkat ettiği temel faktörlerin ortaya konmasıdır.

Araştırma sonunda elde edilecek olan veriler, yeni turistlerin profilini, "gezi ilişkili" faktörler olan: etkinlik, merak, tercih, fayda ve tahmin gibi psikografik değişkenlerin satın alma üzerine etkisi ile ilgili literatüre katkıda bulunacaktır.

Araştırmanın problemlerine ilişkin cevap arayacağımız sorular aşağıda belirtilmiştir:

1. Araştırmaya katılanların tercihlerini etkileyen doğal ve kültürel faktörler nelerdir?
2. Araştırmaya katılanların tercihlerini etkileyen bölgesel alt yapı unsurları nelerdir?

Araştırma, turistlerin tercih ettikleri yöresel özellikleri ve bu yörelerdeki temel altyapı özelliklerinin belirlenmesi amacıyla yapılmıştır. Bu nedenle araştırma, tasarım olarak sonuçlandırıcı araştırma yönetimlerinden keşifsel araştırma sınıfına girmektedir. Çünkü, keşfedici araştırmalar; "ilişki bulmaya, durum belirlemeye, okuyucuya bilgi vermeye yönelik araştırmalardır" (Nakip, 2008: 22).

Araştırmamızın, bilimsel bir nitelik kazanması ve hedeflenen amaçlarına ulaşabilmesi için izlenen yol şu şekilde açıklanabilir: (1) yeni turist eğilimleri ile ilgili kapsamlı bir literatür taraması yapılmıştır, (2) Antalya'ya gelen turistlerin eğilimlerini belirlemek amacıyla veri toplamak için anket yöntemi seçilmiş ve araştırmanın ana kütlesi içinde yer alan turistlere uygulanmıştır, (3) elde edilen veriler, bilgisayar ortamında tasnif edilmiş ve çözümlenmiştir. (4) Çözümlemelere bağlı olarak bulgular yorumlanmıştır.

Araştırmanın evrenini, Antalya'ya (tatil amaçlı) gelen turistler oluşturmaktadır. Ancak, çalışmanın zaman ve bütçe kısıtları nedeniyle sadece Antalya'ya tatil amaçlı gelen turistler araştırma kapsamına alınmıştır. Uygulama alanı olarak Antalya ilinin seçilme nedeni, Antalya'nın sahip olduğu kültürel ve turistik değerler açısından Türkiye'deki en önemli turizm çekim merkezlerinden biri olmasının ötesinde, tatil amaçlı seyahatlerde yerli ve yabancı turistlerce Türkiye içinde en fazla tercih edilen destinasyon olması ve turizm çeşitlerinin çoğunun bu ilde gerçekleştirilmesidir.

Araştırmanın ana çatısını oluşturan birincil verilerin elde edilmesinde kullanılan anket, araştırmacı tarafından ilgili literatür taranarak geliştirilmiştir. Anketin oluşturulmasında, Sung (2000) macera turizmi üzerine yaptığı araştırma, Çakıcı ve Harman'ın (2006) Türkiye'de kuş izleme destinasyonları üzerine yaptıkları gerçekleştirilen araştırması incelenmiştir. Uygulamada, 400 kullanılabilir anketin verileri kullanılarak çözümlenmeler yapılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde günümüzde yaygın olarak kullanılan SPSS 17.0 (Statistical Package for The Social Science) bilgisayar programı kullanılmıştır. Araştırmanın problemlerinde yer alan özelliklere göre istatistiksel farklılaşmalar Bağımsız Örneklem T Testi (Independent Samples T Test) uygulanarak incelenmiştir.

Araştırma, Antalya'ya tatil amaçlı gelen yerli ve yabancı turistlerle sınırlı tutulmuştur. Araştırmanın problemlerinin çözümünde Bağımsız Örneklem, T Testi, Varyans Analizi ve Post Hoc Testlerinden yararlanılmış ve istatistiksel anlamlılık düzeyi 0.05 olarak belirlenmiştir.

B. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirmesi

Hipotez: Yeni Turist tipinin Antalya'yı Tercih Etmelerinde Etkili Olan Unsurlar arasında farklılaşmalar vardır.

Katılımcıların Antalya'yı tercih etmelerinde etkili olan unsurlar arasında farklılaşmalar olduğunu içeren hipotez analiz edilmiş ve Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Antalya'yı Tercih Etmelerinde Etkili Olan Unsurlar

	Tüm Örnek		Yerli (n=188)		Yabancı (n=212)		t Testi	
	Or.	S.S.	Or.	S.S.	Or.	S.S.	t	p
Görmeğe değer ilginç yerler	4,19	0,83	4,43	0,66	3,98	0,90	5,641	<,001
Özellikli küçük kasabalar (Fethiye, Kemer gibi)	3,70	1,03	4,01	0,90	3,43	1,05	5,894	<,001
Tarihi yerlerin varlığı	3,94	1,03	4,12	0,95	3,77	1,07	3,424	<,001
Milli Park alanlarının varlığı	3,62	1,01	3,72	1,02	3,52	1,00	2,025	<,05
Antika eşya satıcılarının varlığı	2,88	1,16	2,85	1,15	2,91	1,18	-0,514	0,607
Yerel eğlence olanaklarının varlığı	3,12	1,10	3,16	1,11	3,09	1,09	0,637	0,525
Yerel yeme içme olanaklarının varlığı	3,43	1,06	3,34	1,09	3,50	1,03	-1,547	0,123
Hatıra eşyası olabilecek yerel el sanatlarının varlığı	3,00	1,15	3,09	1,16	2,92	1,13	1,446	0,149
Denize, göle, nehire yakınlığı	4,00	1,02	4,19	0,97	3,83	1,03	3,543	<,001
Temiz hava	4,24	0,91	4,51	0,73	4,01	0,98	5,673	<,001
Yol güzergâhı boyu güzel manzara seyri	3,88	1,03	4,20	0,94	3,59	1,03	6,069	<,001

Doğayla baş başa kalma	3,92	1,08	4,28	0,88	3,59	1,14	6,748	<,001
Bölge halkının yardım severliği ve misafirperverliği	3,64	1,13	3,80	1,06	3,49	1,17	2,83	<,05
Ulaşım kolaylığı	4,13	0,85	4,35	0,78	3,94	0,87	4,909	<,001
Yolların kalitesi	3,71	1,03	3,85	1,04	3,58	1,01	2,595	<,05
Park olanakları	3,45	1,04	3,57	1,10	3,33	0,98	2,308	<,05
Sürüş Süresi	3,52	2,29	3,54	1,08	3,50	2,98	0,206	0,837
Yeme-İçme tesislerinin varlığı	3,93	0,88	4,12	0,84	3,76	0,88	4,087	<,001
Konaklama tesislerinin varlığı	3,99	0,92	4,15	0,88	3,84	0,93	3,416	<,001
Ucuzluk	3,99	0,97	4,27	0,80	3,75	1,04	5,504	<,001
Turistik eşya satıcılarının varlığı	3,00	1,08	2,90	1,12	3,09	1,04	1,766	0,078
Araba kiralama şirketlerinin varlığı	2,84	1,11	2,69	1,11	2,97	1,11	2,526	<,05
Bölgede Macera Seyahati ile ilgili rehberlik hizmetlerinin varlığı	3,29	1,16	3,31	1,15	3,27	1,16	0,347	0,729
Seyahat acenteleri tarafından organize edilmiş turların varlığı	3,07	1,10	3,12	1,12	3,03	1,08	0,763	0,446
Kişiye özel tur hazırlayan seyahat acentelerinin varlığı	2,93	1,14	2,90	1,11	2,94	1,18	0,341	0,733
Doğal yaşamı görme	4,18	0,86	4,39	0,78	3,98	0,88	4,937	<,001
Doğal yaşamı fotoğraflama	4,09	0,91	4,28	0,88	3,91	0,90	4,166	<,001
Bölgede güvenlik hizmetleri varlığı	4,19	0,83	4,35	0,80	4,05	0,82	3,659	<,001
Bölgede sağlık hizmetleri varlığı	4,32	0,78	4,47	0,69	4,19	0,84	3,612	<,001
Bölgede bankacılık (24 saatlik) hizmetleri varlığı	3,87	1,06	4,11	1,00	3,66	1,07	4,286	<,001

Açıklamalar: Tüm örnek için; (i) n=400; (ii) Ölçekte 1hiç önemli değil ve 5 çok önemli anlamındadır. (iii) Friedman çifti yönlü Anova testine göre ($\chi^2=2512,043$; $p<.001$) sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

T testi sonuçlarına göre; görmeye değer ilginç yerler, özellikle küçük kasabalar (Fethiye, Kemer gibi), tarihi yerlerin varlığı, Denize, göle, nehre yakınlığı, Temiz hava, Yol güzergâhı boyu güzel manzara seyri, Doğayla baş başa kalma, Ulaşım kolaylığı, Yeme-İçme tesislerinin varlığı, Konaklama tesislerinin varlığı, Ucuzluk, Doğal yaşamı görme, Doğal yaşamı fotoğraflama, Bölgede güvenlik hizmetleri varlığı, Bölgede sağlık hizmetleri varlığı, Bölgede bankacılık (24 saatlik) hizmetleri varlığı unsurlarında çok büyük farklılaşmalar olduğu görülmektedir. Milli Park alanlarının varlığı, Bölge halkının yardım severliği ve misafirperverliği, Yolların kalitesi, Park olanakları, Araba kiralama şirketlerinin varlığı unsurlarında önemli farklılaşma bulunmuştur.

SONUÇ

Uluslararası turizm pazarı, dış çevre koşullarından yoğun bir şekilde etkilenmektedir. Gelişmiş ülkelerdeki refah düzeyinin yükselmesi, boş zaman artışı, kişilerin seyahat konusunda deneyim kazanmaları ve sosyo-demografik yapılarının değişmesi, seyahat pazarında yeni turistik eğilimlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Aktif genç nüfus artışı, geç evlenme yaşı, birden fazla gelire sahip ailelerin sayısındaki artış, çocuksuz aileler ve yalnız yaşayan yetişkin sayısındaki artış gibi değişimlerin gözlemlendiği, sosyo-demografik yapı, seyahat ve boş zaman talebinde önemli değişikliklere neden olmaktadır. Bunun sonucunda oluşan turist tiplerinin ve ihtiyaçlarının çeşitliliği, daha özellikli seyahat türlerinin ve etkinliklerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Tüketicilerin tatmin düzeyinin büyüyen önemi, yeni boş zaman modelinin temellerini, aktif katılımlı etkinlerin oluşturduğu seyahatlere doğru değiştirmiştir. Pazar, çeşitli etkinliklerin bulunduğu, özel amaçlı boş zaman seyahatlerini talep etmektedir. Turizm endüstrisi, pasif tatil anlayışının yerini alan bu yeni eğilime

doğru kayışı göz ardı etmemelidir. Bu yeni yapıcı, ödüllendirici, onarıcı rekreasyon fikri en az eğlence için rekreasyon fikri kadar önemlidir.

Yeni turistik eğilimlerle birlikte aktif tatil seçeneklerinin artışı, gerekli teçhizat üretiminin hızlı büyümesi ve dolayısıyla tur operatörlerinin ve seyahat acentelerinin ürün çeşitliliğinin artmasına yol açmıştır. Bu sebeple tüm pazara hitap etmek yerine yöresel doğal ve kültürel değerlere odaklanmış, yöresel altyapı özelliklerinin de etkileyici faktör olarak değerlendirildiği spesifik küçük Pazar gruplarına hitap etmek yerinde olacaktır.

Kitle turizmine alternatif olarak geliştirilen kültür, tarih, yerel değerler, spor, macera ve eğlence anlayışı temeline dayanan; macera turizmi, eko turizm, doğa turizmi, niş turizm, sürdürülebilir turizm, duyarlı turizm, kültürel turizm gibi akımlar, turistlerin beklentilerine uygun turistik ürün çeşitliliğini sağlamıştır. Ayrıca yılın belli dönemlerinde yapılan turizm amaçlı seyahatleri bütün yıla yaymıştır. Heyecan, yeni deneyimler, dinamik bir tatil fırsatı, farklı yaşam biçimlerini tanıma gibi çekiciliklerle, günlük yaşantılarının monotonluğundan kaçmak isteyenlere yeni öncelikler kazandırmaktadır. Günümüzün rekabet şiddeti artan pazarlarında, seyahat ve turizm pazarlamacılarının, daha yüksek beklentilere sahip, farklılaşmış, eğitilmiş, duyarlı yeni turist tipinin istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak, farklı turistik ürünlerle rekabet etmeleri gerekmektedir.

Araştırmada temel olarak Türkiye’de turizmin çeşitlendirilmesine ve tüm yıla yayılmasına olanak tanıyacak etkinliklerin hangi yöresel altyapılar ile desteklenmesi gerektiği vurgulanmaya çalışılmıştır. Bu amaç, hem ulusal turizm politikamız hem de Dünya Turizm Örgütü’nün hedefleri ile paralellik göstermektedir. Teknolojik gelişmelerin sağlık ve finans sektöründe uygulanması analize göre yerinde olacaktır.

Turizmin çeşitlendirilmesine olanak tanıyacak özgün turistik ürünlerin geliştirilmesinde, turizmin etkinliğini artıracak çevresel faktörlerin korunmasında, turizm potansiyelinden maksimum düzeyde yararlanılmasında, potansiyel yeni turist profilinin ve beklentilerinin tespit edilmesi önem taşımaktadır. Bu nedenle, yöresel kaynaklardan ekonomik değer yaratacak şekilde faydalanmayı yollarını belirlemeyi hedefleyen, turizm türleri konusunda yapılan araştırmalarda, potansiyel tüketici profilinin ve tercihlerinin belirlenmesi fayda sağlayacaktır.

Bu araştırma sonucunda Antalya ve çevresini ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin, o yörede gerçekleştirilebilecek turizm etkinliklerine katılım olasılıkları yüksektir. Antalya ve çevresinde, doğal ve kültürel alanlardan maksimum düzeyde yararlanmak üzerine pek çok çalışma yapılmaktadır. Ancak günümüzde, bu bölgenin mevcut potansiyeli etkin olarak kullanılmamakta; yapılan turizm etkinlikleri av turizmi ile çevresindeki akarsulara, köylere, yaylalara ve ormanlık alanlara yapılan düzensiz turlarla sınırlı kalmaktadır. Bu sebeple, turizm hareketliliğinin ağırlıklı olarak yaz aylarında deniz-güneş-kum üçlüsüne dayalı olarak kıyı kesimde gerçekleştiği görülmektedir.

Turizm etkinliklerinin çeşitliliğinin artırılması potansiyel turistlerin farklı beklentilerinin daha etkin karşılanmasını sağlayarak, hem müşteri bağlılığını

artıracak hem de turistik hareketliliğin kıyılardan iç bölgelere doğru kaymasını sağlayarak bölge ekonomisine katkıda bulunacaktır.

Sonuç olarak Türkiye'nin önemli turizm bölgesinde yer alan Antalya'ya gelen turistlerin eğilimleri daha deneyimli, bağımsız, değişikliklere açık olan ve yenilik arayan 'yeni turist' karakteristiğine uymaktadır. Antalya tarihsel, kültürel ve doğal özellikleri ile rekreasyon etkinlikleri için uygun potansiyele sahiptir. Bu özelliklerden yararlanılması, Türkiye'de turizmin çeşitlendirilmesine ve farklı mevsimlere yayılmasına katkıda bulunacaktır.

Ekonomik sosyal, kültürel pek çok yararı olan turizm sektörü, aşırı doğal kaynak kullanımı nedeniyle, doğal alanların ve tarihsel değerlerin tahrip edilmesine yol açabilir. Bu bağlamda, turizm potansiyelinin temelini oluşturan doğal, kültürel ve tarihi değerlerin uzun vadede kullanılabilmesi için ilgili disiplinler tarafından kapsamlı bir turizm envanteri çıkarılması önem taşımaktadır. Bu envanterde, yörenin mevcut turist profilinin eğilimlerinden faydalanılarak; doğal, kültürel ve tarihi kaynakların etkin kullanımını artırmak için geliştirilecek turizm türleri belirlenmelidir.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerin hükümetleri, ulusal ve uluslar arası sivil toplum örgütleri ve turizm işletmeleri macera turizminin tanıtımına öncelik vermelidir. Çünkü turizmden karşılıklı fayda sağlanması; turist, yerel halk, ilgili kurum ve kuruluşların birlikte çalışması ile mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Bentley, T., Page, S.J. and Laird, I. (2003). Managing Tourist Safety: The Experience of the Adventure Tourism Industry. (Edited by Jeff Wilks and Stephen J. Page). *Managing Tourist Health and Safety in the New Millennium*. UK: Elsevier Science Ltd, 85-97.
- Buckley, R. (2007). Adventure Tourism Products: Price, Duration, Size, Skill, Remoteness. *Tourism Management*, Vol. 28, 1428-1433.
- Cater, C. I. (April, 2006). Playing with risk? Participant Perceptions of Risk and Management Implications In Adventure Tourism. *Tourism Management*, Vol. 27, Iss. 2, 317-325.
- Deniz, A. ve Erciş, A. (2008). Kişilik Özellikleri ile Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 22, Sayı 2, 301-330.
- Elsrud, T. (2001). Risk Creation In Travelling: Backpacker Adventure Narration. *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No. 3, 597-617.
- Ferguson, S. and Todd, S. (2005). Acquiring Status Through the Consumption of Adventure Tourism (Edited by Michelle Aicken). *Taking Tourism To The Limits: Issue, Concepts And Managerial Perspectives* (First Edition). UK: Elsevier Science Ltd, 149-155.
- Garda, B. (2014). **Macera Turizmi Pazarlaması**. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gyimothy, S. and Mykletun, R. J. (2004). Play In Adventure Tourism: The case of Arctic Trekking. *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No. 4, 855-878.
- Hill, B.J. (Sep 1995). A Guide to Adventure Travel. *Parks&Recreation Academic Research Library*, Vol 30, Iss 9, 56- 65.
- Kane, M. J. and Tucker, H. (2004). Adventure Tourism The freedom to play with reality. *Tourist Studies*, Vol 4(3), 217-234.
- Lepp, A. and Gibson H. (2008). Sensation Seeking And Tourism: Tourist Role, Perception Of Risk And Destination Choice. *Tourism Management*. Vol. 29, 740-750.
- Loverseed, H. (1997). Market Segments: The Adventure Travel Industry in North America. *Travel & Tourism Analyst*. No: 6, 87-104.

- Morgan, D. and Fluker, M. (2006). Risk Management For Australian Commercial Adventure Tourism Operations. (Edited by Yoel Mansfeld ve Abraham Pizam). *Tourism, Security And Safety: From Theory To Practice*. Oxford UK: Elsevier Ltd, 153-168.
- Nakip, M. (2008). Pazarlama Araştırmalarına Giriş. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Pearce, D. G. (1992) Alternative Tourism: Concepts, Classifications and Questions (Edited by Valene L. Smith and William R. Eadington). *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism USA*: International Academy for the Study of Tourism, 13-31.
- Page, S. J., Bentley, Tim A. and Walker, L. (2005). Scoping the nature and extent of adventure tourism operations in Scotland: How safe are they?. *Tourism Management*, Vol. 26, 381-397.
- Pomfret, G. (February 2006). Mountaineering adventure tourists: a conceptual framework for research. *Tourism Management*. Vol 27, Iss 1, 113-123.
- Richards, G. and Wilson, J. (2006). Youth and Adventure Tourism (Edited by Dimitrios Buhalis, Carlos Costa). *Tourism Business Frontiers: Consumers, Products and Industry* (First Edition). Oxford UK: Elsevier Ltd, 40-48.
- Ryan, C. (2002). Equity, Management, Power Sharing and Sustainability- Issues of the 'New Tourism'. *Tourism Management*. Vol 23, 17-26.
- Ryan, C. (2003). Risk Acceptance in Adventure Tourism. (Edited by Jeff Wilks and Stephen J. Page). *Managing Tourist Health and Safety in the New Millenium*. UK: Elsevier Science Ltd, 55-66.
- Schott, C. (2007). Selling Adventure Tourism: a Distribution Channels Perspective. *International Journal of Tourism Reseach*, Vol. 9, 257-274.
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. and Pomfret, G. (2003). *Adventure Tourism: The New Frontier*. USA: Elsiwer Science Ltd.
- Sung, H. H.(May 2000). *An Analysis of The Adventure Travel Market: From Conceptual Development to Market Segmentation*, PhD, Purdue University.
- Sung, H. H., Morrison, A. M., Hong, Gong-Soog and O'Leary, J. T.(February, 2001). The Effects Of Household and Trip Characteristics on Trip Types: A Consumer Behavioral Approach for segmenting the U.S. Domestic Leisure Travel Market. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 25, No. 1, 46-68.
- Sung, H. H., Morrison, A. M. and O'Leary, J. T.(Ocak 1996). Definition of Adventure Travel: Conceptual Framework for Emprical Application from the Providers' Perspective. *Annual Society of Travel and Tourism Educators Conference in Ottawa, Canada* <http://www.hotel-online.com> Erişim Tarihi: 23.12.2005
- Tangeland, T. and Aas, Q. (2009). Household Composition And The İmportance Of Experience Attributes Of Nature Based Tourism Activity Products- A Norwegian Case Study Of Outdoor Recreationists. *Tourism Management*, Vol. 32, 822-832.
- Tanrısevdi, A. (2009). Türk Özel İlgi Gezinleri Sansasyon Arama Özelliği Sergilemekte midir? *Ege Akademik Bakış*. Cilt 9, Sayı 4, 1313-1340.
- Weber, K. (2001). Outdoor Adventure Tourism A Review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research*, Vol. 28, No. 2, 360-377.
- Weed, M. (2009). Progress In Sports Tourism Research? A Meta-Review and Exploration Of Future. *Tourism Management*, Vol. 30, 615- 628.
- Williams, P and Soutar, G. (September 2005). Close to "Edge": Critical Issues for Adventure Tourism Operators. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 10, No. 3, 247-261.
- Willig, C. (2008). A Phenomenological Investigation of Taking Part in 'Extreme Sports'. *Journal of Health Psychology*. Vol. 13, No. 5, 690-702.

SUMMARY

Economic, politic, legal and social aspects has experienced a great deal of differences in the twenty-first century. With the development of information technologies and transportation services changed every things: like individuals, society and the interaction between countries has intensified. Individuals' lifestyles , tastes and habits , values and cultural activities varies with the global interaction .

In today's economy, worldwide international tourism industry plays an active role and it is changed the behavior and choice of new tourists'. Because of increasing income level of individuals, welfare level and parallel to the changing philosophy of life. The new tourists have lots of motivations and also these motivations vary between tourists purchasing the 'same' experience.

Motivations could include everything from improve status to escaping from everyday life or from meeting people to testing oneself to improving one's health. These are the main factor that influences tourism industry. At the end of this transformation tourism increase its importance for the country. Therefore, to examine new tourist style in international tourism is important .

The main purpose of this study clear the new style of the international tourist and to search the literature about the preferences of the new tourist type. In this article it has been determined the basic needs of tourists in the touristic areas. First, it was determined the characteristics of tourists. Finally, it was seen that the new tourist preferences adds a new level of mentality to new tourism marketing.

Öğrencilerin Kariyer Planlamalarında Girişimcilik, Profesyonellik ve Liderlik Arzularının Ölçülmesi

Metin ÖNER* Meltem ONAY** İpek DEVECİ KOCAKOÇ***

ÖZ

Bu çalışmanın ana amacı Chan vd. (2012) tarafından geliştirilen “Girişimcilik, Profesyonellik ve Liderlik (EPL)” ölçeğinin Türk öğrenciler için doğrulamasının yapılmasıdır. EPL ölçeği öğrencilerin girişimcilik, profesyonellik ve liderlik bileşenlerine olan arzularını motivasyon, etkinlik ve niyet bazında bağımsız olarak ölçmektedir. EPL ölçeği Kim Yin Chan’dan izin alınarak uygulanmış ve anket sorularının cevapları, öğrenci bazında Kim Yin Chan’in vermiş olduğu değerlendirme tablosuna göre toplamsal olarak elde edilmiştir. Bu toplamsal puanlar tüm analizlerde kullanılmıştır. EPL kariyer isteği ölçeği “Motivasyon – Niyet – Etkinlik” olmak üzere üç temel faktörden oluşmaktadır. Bu temel faktörlerin “Girişimcilik – Profesyonellik – Liderlik” olmak üzere üçer alt faktörü vardır. EPL ölçeğinin betimsel analizi ve doğrulanması amacı ile anket Türkçe’ye çevrilerek Manisa Celal Bayar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulundaki 903 öğrenciye uygulanmış, iki aşamalı doğrulayıcı faktör analizi ile orijinal ölçeğin Türk öğrencilerine uyumuna bakılmış ve iyi uyum sağlayacak bir şekilde ölçeğin yeniden düzenlenmesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, Profesyonellik, Girişimcilik, Motivasyon, Etkinlik, Niyet.

JEL Sınıflandırması: L26, L29, C38

Measuring Entrepreneurship, Professionalism and Leadership Career Aspiration of Students in Career Planning

ABSTRACT

The main purpose of this study is to confirm EPL (Entrepreneurship, professionalism and leadership) scale, which is developed by Chan et.al. (2012) for Turkish students. EPL scale measures students’ tendencies towards these components based on their motivation, efficacy and intent. Scale is used by the consent of Kim Yin Chan and results of the surveys are computed in terms of sums of scores as told by the evaluation scheme given by Chan. These summed scores are used in all analyses. EPL scale is composed of three main factors, namely motivation, intent and efficacy. Each main factor has three sub-factors: Entrepreneurship, professionalism and leadership. By a survey study on 903 of Manisa Celal Bayar University students, original EPL scale is examined by second order confirmatory factor analysis (CFA) and re-designed to fit Turkish students.

Key Words: Leadership, Professionalism, Entrepreneurship, Motivation, Efficacy, Intent.

JEL Classification: L26, L29, C38

GİRİŞ

Bireyler çalışma hayatına ilişkin hedeflerini ve kariyer planlarını gerçekleştirebilmek için hayatlarının çok daha erken dönemlerinde uğraş ve çaba içine girmektedirler. Bu hedefler doğrultusunda hareket eden bireyler eğitim-öğretim hayatlarını buna uygun olarak yönlendirmeye başlamaktadırlar. Nitekim

* Yrd.Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, metin.oner@cbu.edu.tr

** Prof.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, meltemonay@gmail.com

*** Prof.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, ipek.deveci@deu.edu.tr

(Makale Gönderim Tarihi: 05.08.2016 / Yayına Kabul Tarihi: 01.12.2016)

Doi Number: 10.18657/yonveek.281780

kendilerinde eksik gördükleri yönlerini gerekli eğitimlerle telafi etmeye çabalamakta, güçlü buldukları yönlerini (yetenek ve becerilerini) daha da geliştirmeye çalışmaktadırlar.

Günümüzde çıkan iş ilanlarına göz atıldığında, bu ilanların pek çoğunda bireylerde tek bir özellikten ziyade çok sayıda özelliğin, çok değişik bilgi ve becerinin arandığı görülmektedir. Bir elemandan hem çok çeşitli teknik bilgi, hem de bazı sosyal özelliklere sahip olması istenmektedir. Günümüzde bu durum, kariyer sahibi olmak isteyen kişilerde yetenekle bilginin bir arada yoğunlaşması gerektiğini göstermekte, bireylerin kariyer gelişimi için sadece tek bir konuda uzmanlaşmanın yeterli olamayacağı gerçeğini yansıtmaktadır.

Kariyer kavramı, Türk Dil Kurumu Sözlüğünde, “bir meslekte zaman ve çalışmayla elde edilen aşama, başarı ve uzmanlık” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımdan da yola çıkarak kariyerin, genellikle meslekte yükselme, belirli bir statü elde etme, ilerleme ve tercih edilen bir mesleğe sahibi olma şeklinde ele alındığı söylenebilir (Sabuncuoğlu, 2005;168).

Bu çalışmadaki temel amaç, Chan vd. (2012) tarafından geliştirilen “Girişimcilik, Profesyonellik ve Liderlik (EPL)” ölçeğinin Türk öğrenciler için doğrulanmasının yapılmasıdır. Bu ölçek öğrencilerin girişimcilik, profesyonellik ve liderlik bileşenlerine olan arzularını motivasyon, etkinlik ve niyet bazında bağımsız olarak ölçmek için tasarlanmıştır. EPL kariyer isteği ölçeği “Motivasyon – Niyet – Etkinlik” olmak üzere üç temel faktörden oluşmaktadır. Bu temel faktörlerin “Girişimcilik – Profesyonellik – Liderlik” olmak üzere üçer alt faktörü vardır. Çalışmada ölçeğin doğrulanması amacıyla anket Manisa Celal Bayar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulundaki 903 öğrenciye uygulanmış, iki aşamalı doğrulayıcı faktör analizi ile orijinal ölçeğin Türk öğrencilerine uyumuna bakılmış ve iyi uyum sağlayacak bir şekilde ölçeğin yeniden düzenlenmesi yapılarak raporlanmıştır.

EPL ölçeği bireylerin çoklu kariyer alanlarında motivasyon ve kapasitelerini, liderlik, profesyonellik ve girişimcilik temelinde dikkate almaktadır. Bu nedenle EPL ölçeğinde geçen ve yönetim yazınında çokça tartışılmış liderlik, girişimcilik ve profesyonellik kavramlarına ayrı bir bölümde kısaca değinmek yararlı olacaktır.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Eski bir kavram olan liderlik, pek çok araştırmacı tarafından çok değişik yönleriyle incelenmiş, özellikleri ile ilgili pek çok tartışma yapılmıştır (Rost (1993), Barker (2002), Yukl (2002:3), Marques ve Dhiman (2017)). Yönetim yazınında yer alan “yöneticilik” ve “liderlik” kavramları arasındaki farkı bir kez daha vurgulamak yararlı olacaktır. Yöneticilik, işletmeyi önceden belirlenen ilke, kural ve hedefler doğrultusunda sevk ve idare etmek anlamında kullanılırken, liderlik, işletme için önceden belirlenen ilke, kural ve hedefleri geliştiren, yeni ilke, kural ve hedef koyan anlamındadır. Yönetim yazınında birçok liderlik

türünden söz edilmektedir. Liderlik ile performans arasındaki ilişki için üzerinde mutabakat sağlanan yargı şudur: İşletmede çalışan bir bireyin ne tür “liderlik özelliklerine” sahip olduğu doğru tespit edebilirlerse ve doğru yönde kullanılabilirse bireyin göstermiş olduğu performansın ve işletmenin bütününe ait performansın o denli etkin olarak yükseleceği gerçeğidir.

Girişimcilik, liderliğe göre daha yeni bir kavramdır. Literatürde değişik yazarlar tarafından pek çok farklı tanım yapılmıştır (Onuoha G. (2007), Sexton D. ve Bowman N. (1985), Hisrich, R.D. (1990)). Peter Drucker (1970) girişimciliği “risk almak” olarak tanımlarken, Cogliser ve Brigham (2004), liderlik ve girişimcilik kavramları arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. İş hayatı için öncelikle bireyin kendisini çalıştığı alana uygun olarak geliştirmesi gereklidir. Daha sonra birey kazandığı bilgi ve tecrübeyi sahip olduğu “girişimci” özellikleriyle bütünleştirebildiği ölçüde performans başarısı, iş doyumunu sağlayacaktır. Bir anlamda girişimcilik kişinin içsel olarak sahip olduğu yetenek ve cesaretle bilginin ve tecrübenin gösterilmesi ve ileri götürülmesidir. Birey kariyer yolculuğunda yeteneği olmadığı işte yeterli performansı gösteremediğinde, çalıştığı işinde mutsuz ve doyumсуz olacaktır. Sonuçta çalıştığı işletmeye karşı aidiyet ve bağlılık zayıflayacak, çok kolaylıkla iş değiştirme, devamsızlık gibi istenmeyen davranış şekillerine başvuracaktır. Günümüz dünyasında yönetsel niteliklere sahip girişimcilere ve girişimci niteliklerine sahip yöneticilere sahip olan işletmelerin, küreselleşen dünyada önemli bir avantaj yakaladıkları söylenebilir (Nişancı vd. 2015).

Liderlik ve girişimcilik kavramlarıyla yakından bağlantılı diğer bir kavram ise profesyonelliktir. Profesyonellik üstünde çok tartışılan bir kavramdır (Downie, 1990). Profesyonellik sadece bir takım elbise giymek, bir işi yerine getirmek ya da evrak çantası taşımak değil, çalıştığı işte sorumluluk, mantık, güvenilirlik ve mükemmellik içinde davranmaktır. Etkin bir şekilde iletişim kurmak ve her durumda verimli olmanın bir yolunu bulmaktır. Hambrick ve Mason’ın (1984) yapmış oldukları araştırma yönetim bilimleri yazınında “profesyonel yöneticiler” ile ilgili ilk ciddi çalışmadır. Zaman içerisinde konuyu değişik boyutlardan hareketle inceleyen önemli çalışmalar yapılmıştır (Khurana, 2001; Taş ve Çavuş, 2010).

Bu kavramlar ikiyeşerli olarak yazındaki çeşitli çalışmalarda yer almış olsalar da, Türkçe veya İngilizce olarak “girişimcilik, profesyonellik ve liderlik” anahtar sözcükleriyle tarandığında, Chan ve diğerlerinin çalışmaları haricinde bu kavramların üçünün birlikte incelendiği çalışmaya rastlanmamaktadır. Bu üç kavramın birbiri ile ilişkili olduğunun incelenmesi için daha çok çalışmaya ihtiyaç vardır. Bu makale, EPL ölçeğinin doğrulanması yolu ile bu konuda yapılabilecek çalışmalar için yol gösterici olmayı amaçlamaktadır.

II. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

EPL (E: Entrepreneurship-Girişimcilik, P: Professionalism-Profesyonellik, L: Leadership-Liderlik) öğrenci kariyer arzusu ölçeği, Chan ve diğerleri (2012) tarafından geliştirilmiştir. Kanter (1989)'ın üç temel kariyer formu yapısını temel almışlar, fakat öğrencilerin bu kariyerlerin sadece birini değil, bir bileşimini seçebileceği düşüncesiyle, çoklu kariyer uzayı adını verdikleri bir yapıya göre çalışmalarını tasarlamışlardır. Anketi 2012'de Singapur'daki Nanyang Technological University'de okuyan 10326 öğrenci üzerinde geliştirilmeye başlanmışlardır. Daha sonra bazı ufak düzenlemelerle son halini almıştır. EPL ölçeği, bireyleri, yani öğrencileri çoklu kariyer alanlarında motivasyonları ve kapasiteleri olan bireyler olarak görmektedir. Öğrenciler tek bir kariyer yolu seçmektense, örneğin “profesyonel bir lider olmak istiyorum” veya “girişimci bir profesyonel olmak istiyorum” veya “girişimci bir lider olmak istiyorum” gibi farklı bileşimlerden birini tercih edebilmektedir. Ölçeğin temel varsayımı, öğrencilerin kariyer yönelimlerinin üç temel bileşeni olduğudur: girişimcilik, profesyonellik ve liderlik. EPL ölçeği ile öğrencilerin bu bileşenlere olan arzuları motivasyon, etkinlik ve niyet bazında bağımsız olarak ölçülmektedir. Tüm bu varsayımlar ışığında, ölçek günümüzün çoklu uzmanlık gerektiren mesleklerin artması gerçeğini de yansıtmakta ve ölçmektedir (Chan vd, 2012).

EPL Ölçeği 3 temel faktörden oluşmaktadır.

• Motivasyon: Girişimci, profesyonel ve lider olma motivasyonlarını ölçen 5'li Likert tipi 27 soruluk bir ölçektir.

• Niyet: Mezuniyetten sonra girişimci, profesyonel ve liderlik kariyerini seçme niyetini ifade eden 5'li Likert tipi 11 soruluk bir ölçektir.

• Etkinlik: Belirli bir yetenek ve faaliyetler setindeki görevleri başarmakla ilgili “hiç emin değilim” den “kesinlikle eminim” e kadar 5'li Likert tipi ölçekte değerlendirilen 19 soruluk bir ölçektir.

Ölçekte temel faktörler olan motivasyon, niyet ve etkinlik faktörlerinin her birinin üçer alt faktörü vardır: Girişimcilik, Profesyonellik ve liderlik. Bu çalışma, ölçeğin dilimize uyarlanması amacıyla yapılmış betimsel bir çalışmadır. Ölçeğin son hali Kim Yin Chan'den e-posta ile istenmiş, izin alınarak Türkçeleştirilmiş ve uygulanmıştır. Anket sorularının cevapları, öğrenci bazında Kim Yin Chan'in vermiş olduğu değerlendirme tablosuna göre toplamsal olarak elde edilmiş ve bu toplamsal puanlar tüm analizlerde kullanılmıştır.

Bu çalışmanın temel amacı ölçeğin Türk öğrenciler için doğrulanmasıdır. Orijinal anket, Singapur'daki bir üniversitenin öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Toplam 10.326 öğrenciden %55,6'sı erkek, %43,3'ü kız öğrencilerden oluşmaktadır. Bu öğrencilerin % 64,7'si Singapurlu, %28,5'u başka ülkelerden gelmiştir. Lisans öğrencileri (%81,7) iken, yüksek lisan öğrenciler ise %18,3'dür. Öğrencilerin %50'si mühendislikte, %17,6'sı sanatta, %16,4'ü sosyal bilimlerde, %16'sı işletmede okumaktadır (Chan vd., 2012). Bu makalede analiz edilen

anket, Manisa Celal Bayar Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu'ndaki 903 öğrenciye uygulanmıştır. Örneklem için tüm öğrencilere ulaşılmak amaçlanmış, ancak hepsinden geri dönüş sağlanamamıştır. Toplam kayıtlı 1465 öğrenciden 903 öğrenciye anket uygulanarak %62'lik örnekleme oranına ulaşılmıştır. Araştırmanın başlangıç aşaması, Singapur'daki çalışmada olduğu gibi Manisa Celal Bayar Üniversitesindeki tüm akademik birimler için kurgulanmış olmasına rağmen, bütün üniversiteye gerekli anket dağılımı sağlanamamıştır. Bu durum araştırmanın sınırlarından biridir.

Öner vd. (2016)'nin çalışmasında anketin ön analizleri yapılmıştır. Çalışmalarında ankete katılan UBYO öğrencilerinin cinsiyet, sınıf, bölüm, anne-babanın çalışma durumu, öğrencinin daha önce bir sosyal sorumluluk projesinde yer alıp almaması ve daha önceden herhangi bir girişimcilik faaliyetinde bulunup bulunmamasının EPL ölçeğindeki alt faktörler açısından fark gösterip göstermedikleri tek değişkenli istatistiksel yöntemlerle incelenmiş ve yorumlanmıştır. Bu nedenle bu makalede temel istatistiksel analizlerin sonuçlarına yer verilmemiştir.

Bu çalışmada iki aşamalı doğrulayıcı faktör analizi ile orijinal ölçeğin Türk öğrencilerine uyumuna bakılmış ve iyi uyum sağlayacak bir şekilde ölçeğin yeniden düzenlenmesi yapılarak raporlanmıştır.

III. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma bulguları birkaç bölümden oluşmaktadır. İlk olarak araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri kısaca özetlenmiştir. Daha sonra ise doğrulayıcı faktör analizinin sonuçları raporlanmış ve yorumlanmıştır.

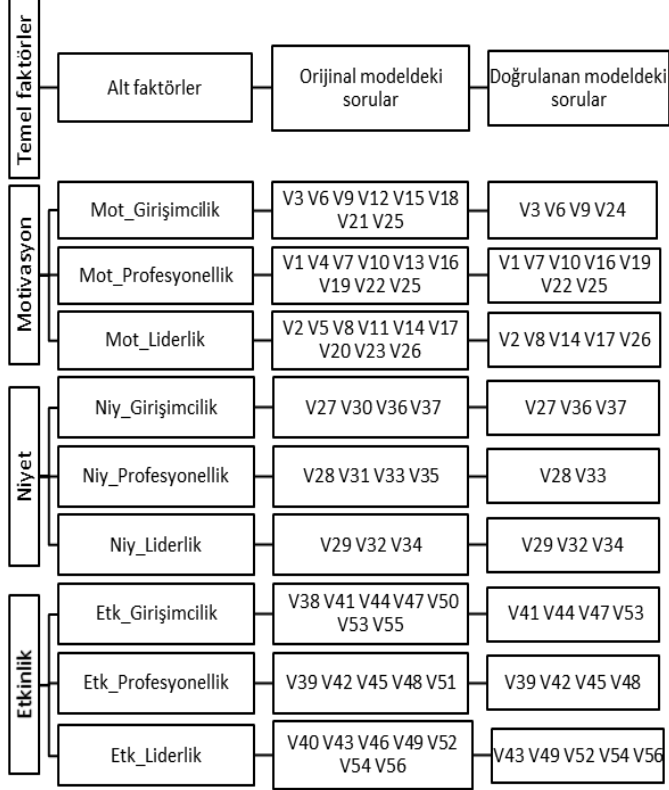
A. Demografik Göstergeler

Ankete katılan 903 öğrencinin %61'i kız (548), %39'u erkek (352)'dir. Aynı öğrencilerin yaşları arasında yapılan dağılıma bakıldığında; öğrencilerin %75'ten fazlasının 22 ve altı yaşlarda olduğu, %10 kadarının 24 yaş üstünde olduğu tespit edilmiştir.

Öğrencilerin okudukları bölümlere göre dağılımlarına bakıldığında, %40'ının "Bankacılık ve Finans Bölümü" örgün öğretimde, %28'inin "Uluslararası Ticaret Bölümü"nde, %32'sinin de "Bankacılık ve Finans Bölümü" ikinci öğretimde okumakta oldukları görülmektedir. Öğrencilerin %26'sı "birinci sınıf", %25'i "ikinci sınıf", %22'si "üçüncü sınıf", %27'si ise "dördüncü sınıf" öğrencisidir.

Öğrencilerin "girişimcilik, profesyonellik, liderlik" özelliklerinin gelişiminde anne ve babalarının çalışma durumlarının etkili olabileceği düşünüldüğü için, anket formunda buna yönelik sorular konulmuştur. Buna göre; öğrencilerin %77'sinin annesi çalışmamaktadır. Bunun tam tersi olarak babalarının %69'u çalışmaktadır.

Şekil 1: Orijinal Model ve Doğrulan Modeldeki Sorular

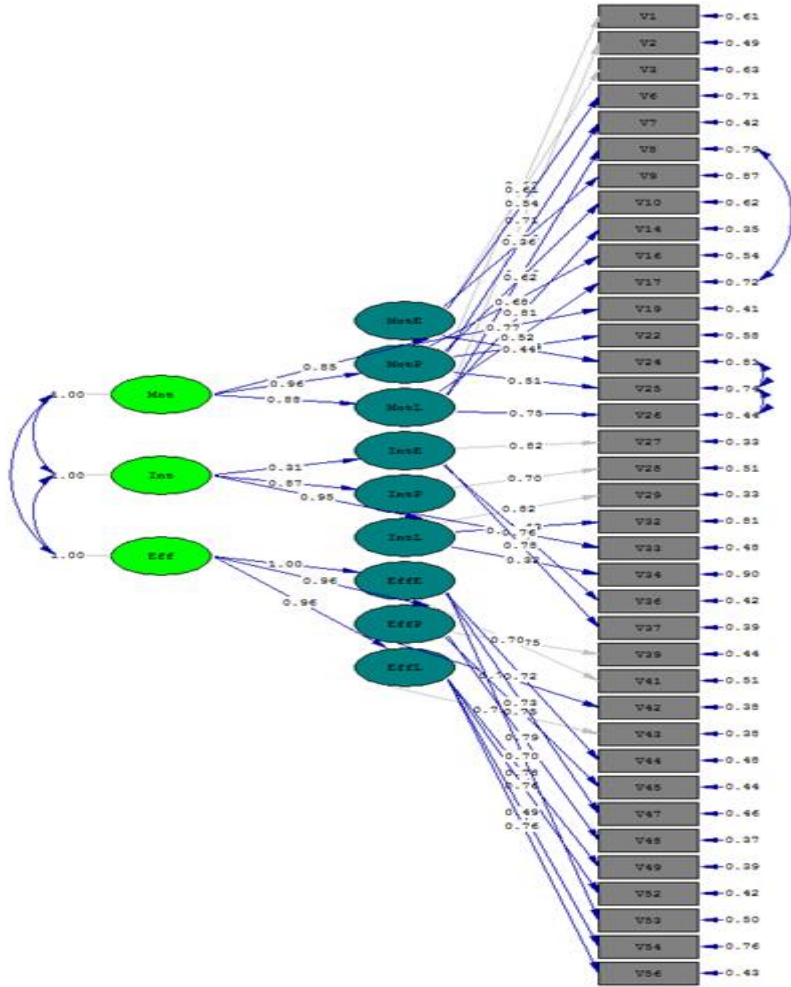


B. Analiz ve Değerlendirme

Orijinal ölçeğin UBYO öğrencileri için doğrulanması amacıyla, iki aşamalı doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Bazı sorular anket dışı kalmasına rağmen EPL Ölçeği temel olarak UBYO öğrencileri için doğrulanmıştır. LISREL programı kullanılarak alt faktörlerin ana faktörlerle ve ana faktörlerin birbirleri ile olan ilişkileri araştırılmıştır. Sonuç olarak orijinal EPL ölçeğinin Türk öğrenciler içinde uygulanabilecek bir şekli elde edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda bazı sorular doğrulanamayıp çıkarılmış ve ankette kalan sorular Şekil 1’de gösterilmiştir. Soruların bazıları ters kodludur ve ekte verilen soru formu üzerinde belirtilmiştir.

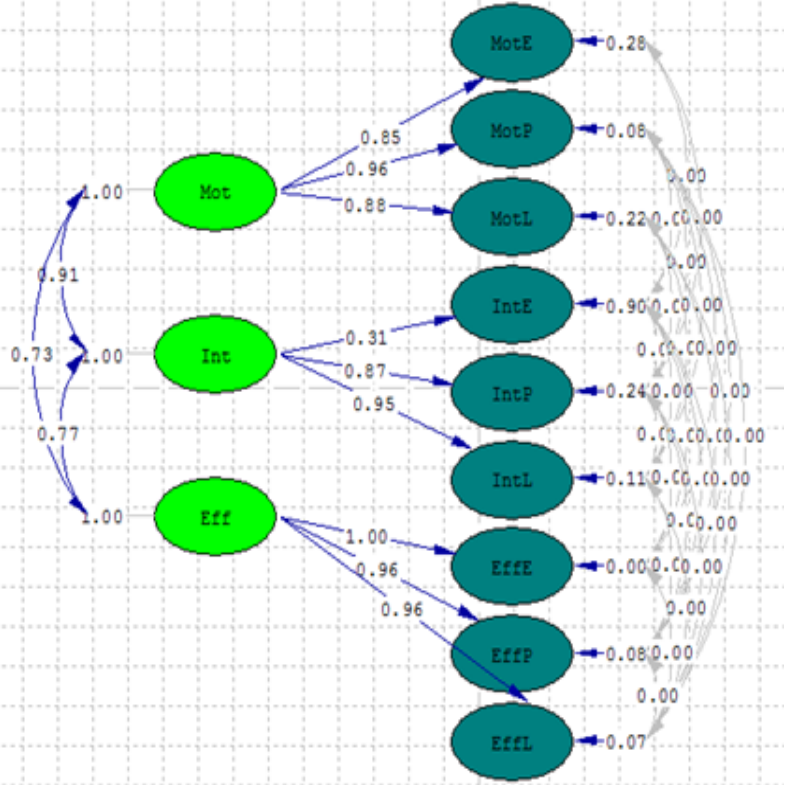
Daha önce de belirtildiği gibi, temel faktörlerin (motivasyon, niyet, etkinlik) her birinin 3’er alt faktörü vardır: Profesyonellik, liderlik, ve girişimcilik. Orijinal ankette ve doğrulan ankette her bir alt faktörü oluşturan sorular ile temel ve alt faktörlerin ilişkisi Şekil 1’de görülmektedir. UBYO öğrencileri için doğrulan faktör yapısı ise Şekil 2’de gösterilmiştir.

Şekil 2: İki Aşamalı DFA Modeli



Chi-Square=2799.23, df=614, P-value=0.00000, RMSEA=0.063

Şekil 3: İkinci Dereceden Model



Chi-Square=2799.23, df=614, P-value=0.00000, RMSEA=0.063

İki aşamalı DFA modelinin geneline bakıldığında, uyum iyiliği istatistiklerinin kabul edilebilir seviyede olduğu görülmektedir. Ki-kare/serbestlik derecesi oranı 5'in altındadır ve RMSEA değeri 0.063 tür. Modelin karşılaştırmalı uyum indisi (CFI) = 0.84 ve uyum iyiliği indisi (GFI) = 0.81 olarak elde edilmektedir. Bu büyüklük ve karmaşıklığındaki bir model için bu değerler kabul edilebilir bir modele işaret etmektedir.

Şekil 2'deki DFA modelinin birinci derecesi (sorular ile alt faktörlerin ilişkileri) incelendiğinde, tüm sorular oldukça yüksek faktör yükleriyle alt faktörlere yüklenmişlerdir. Bu şeklin yorumlanması çok karmaşık olduğundan ikinci derece model (alt faktörlerin temel faktörlerle ilişkisi) Şekil 3'te verilmiştir. İkinci dereceden modele bakıldığında ise, alt faktörlerin temel faktörleri açıklama durumları görülebilir. Buna göre motivasyonun her üç alt faktörünün de motivasyon ile oldukça yüksek ilişkisi vardır. (0,85;0,96;0,88). Niyet boyutuna bakıldığında profesyonellik ve liderlik ilişkisinin girişimcilikten

daha yüksek olduğu görülmektedir (0,31;0,87;0,95). Etkinlik boyutuna bakıldığında her üç alt faktörün motivasyon ile oldukça yüksek ilişkisi vardır (1,00;0,96;0,96).

Şekil 3’de görüldüğü gibi bütün öğrencilerin liderlik, girişimcilik ve profesyonellik ile ilgili motivasyonları bir faktör oluşturabilmektedir. Aynı şekilde mezuniyet sonrası öğrencilerin profesyonellik, girişimcilik ve lider olma niyetleri de bir faktör oluşturmaktadır. Son olarak bütün öğrencilerin lider olma, profesyonellik, girişimcilik ile ilgili etkinliklerde kendilerini yeterli görme durumları da bir etkinlik faktörü oluşturmaktadır.

Tablo 1: Tüm Alt Faktörlerin ve Ana Faktörlerin Birbirleriyle Olan Korelasyonları

	MotE	MotP	MotL	IntE	IntP	IntL	EffE	EffP	EffL	Mot	Int	Eff
MotE	1											
MotP	0.82	1										
MotL	0.82	0.84	1									
IntE	0.34	0.34	0.34	1								
IntP	0.69	0.7	0.7	0.34	1							
IntL	0.8	0.81	0.81	0.4	0.81	1						
EffE	0.68	0.69	0.69	0.31	0.64	0.75	1					
EffP	0.65	0.66	0.66	0.3	0.62	0.72	0.95	1				
EffL	0.65	0.66	0.66	0.3	0.62	0.72	0.95	0.92	1			
Mot	0.9	0.91	0.91	0.38	0.77	0.89	0.75	0.73	0.73	1		
Int	0.83	0.84	0.84	0.41	0.83	0.97	0.77	0.74	0.74	0.92	1	
Eff	0.68	0.69	0.69	0.32	0.65	0.75	0.99	0.96	0.96	0.76	0.77	1

Temel faktörlerin birbirleri ile korelasyonlarına bakıldığında (Şekil 3, en soldaki oklarda) motivasyon ve niyetin yüksek derecede (0,91) ilişkili olduğu; motivasyon ve etkinliğin orta derece (0,73) ve niyet ve etkinliğin yine orta derece (0,77) ilişkili olduğu görülmektedir. Tüm alt faktörlerin birbirleriyle olan korelasyonları ise Tablo 1’de gösterilmiştir. Korelasyonların tamamı istatistiksel olarak anlamlıdır. Tablo 1’den görüleceği üzere, tüm alt faktörler de birbirleriyle ilişkilidir. Motivasyonun alt faktörleri ile niyetin alt faktörlerinin ilişkisinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Üniversite öğrencilerinin en önemli hedeflerinden biri gelecekte iyi bir kariyere sahip olmaktır. Kariyer elde etmenin yolu bireyin okuduğu alanda gerekli eğitimleri alıp, mesleki ve bireysel açıdan kendisini geliştirmesine bağlıdır. Bu bağlamda kişinin mesleki kariyeri hangi alanda olursa olsun iş hayatı ile başladığı düşünülse de, aslında üniversitede seçmiş olduğu bölümün çıktıları ile doğrudan ilgilidir.

Bir öğrenci gelecek ile ilgili planlarını, kariyer hedeflerini yapıyorsa, kendisini yakından tanıması, kişisel özelliklerini ve yetkinliklerini belirlemesi, kendini geliştireceğine inandığı alanlara yönelmesi, gerekli gördüğü takdirde doğru uzmanlardan ve öğretmenlerden destek alması ve mesleki açıdan daha profesyonel bir tutum sergileyecek faaliyetlere çok daha erken bir dönemde başlaması gereklidir.

EPL ölçeği, bu amaçla öğrencileri değerlendiren ve yıllar içinde geliştirilmeye devam eden bir ölçektir. Bu ölçeğin Türk öğrencilere uyarlanması önemlidir. Yapılan analizler sonucunda, ölçeğin hem Türkçe literatüre tanıtılması, hem de sınırlı bir öğrenci örneği için doğrulanması amaçlanmıştır. İki aşamalı doğrulayıcı faktör analizi ile, orijinal ölçekteki bazı sorular çıkarılarak ve tekrar düzenlenerek doğrulanmış bir anket formu oluşturulmuştur. Yapılan bu araştırma ve yaygınlaştırılması, öğrencilerimizin ‘liderlik, girişimcilik, profesyonellik’ gibi çok önemli kişisel özelliklerini geliştirmede seçtikleri bölümün ne derece etkili olduğunu göstermesi açısından da önemlidir.

Araştırma verilerinin sonuçları üniversite öğrencilerinin kendi kariyer planlamaları açısından yaşamlarını etkileyen üç temel kişisel ve yönetsel becerinin (girişimcilik, profesyonellik ve liderlik) okul hayatı süresince geliştirilmesinin olumlu etkilerini göstermektedir.

Şekil 3 ve Tablo 1’de verilen sonuçlar dikkate alındığında aşağıdaki çıkarımlara ulaşmak mümkün olmuştur:

1. Öğrencilerin motivasyonu yüksek tutulursa, onların profesyonel lider ve girişimcilik özelliklerini geliştirme niyetleri de bir o kadar yükseltilebilir.
2. Öğrencilerin motivasyonu yüksek tutulursa, kendilerini daha yeterli görmeye başlayacaklardır ki bu durum daha ‘sonuç odaklı’ çalışmalar yapmayı öğrenmelerine yardımcı olacaktır.
3. Öğrencilerin profesyonellik, liderlik ve girişimcilik konusunda daha başarılı olmaya yönelik niyetleri arttıkça, kendilerini daha yetkin görmeye başlayacaklardır.
4. Öğrencilere üniversiteye başladıkları andan itibaren yapılacak olan ‘kişisel yetkinlik anketleri’ onların hangi özelliklerinin eksik ya da güçlü olduğu konusunda okul yönetimine ipuçları verecektir. Bu doğrultuda, okul yönetimleri öğrencileri belirli gruplara (profesyonel olarak çalışmak isteyenler, girişimci olmak isteyenler, liderlik özelliklerini geliştirmek isteyenler vb.) ayırarak, birinci sınıftan dördüncü sınıfa kadar öğrenci kariyer planlamalarının yapılmasına yardımcı olabilecektir. Bu tür bir araştırmanın yapılması sonucunda, ülkemizde istihdam edilecek yeni mezun öğrencilerin de mesleki hayatlarının ilk aşamasında daha motivasyonlu, daha istekli ve daha bilgili adımlar ile ilerlemelerine yardımcı olunmuş olacaktır.

KAYNAKÇA

- Barker, R. A. (2002). *On the nature of Leadership*. Lanham, MD: University Press of America.
- Chan, K.Y., Ho, M.H.R., Chernyshenko, O.S., Bedford, O., Uy, M.A., Gomulya, D., Sam, Y.L., Phan, W.M.J. (2012). Entrepreneurship, professionalism, leadership: A framework and measure for understanding boundaryless careers. *Journal of Vocational Behavior*, Vol:81, No:1, 73–88.
- Cogliser, C.C., Brigham, K.H. (2004). The intersection of leadership and entrepreneurship: Mutual lessons to be learned. *The Leadership Quarterly*, 15, 771–799.
- Downie, R. (1990). Professions and professionalism, *Journal of Philosophy of Education*, Vol:24, Issue 2, 147-159.
- Hambric, D.C., Mason, P. A., (1984). Upper Echelons: The Organization As A Reflection Of Its Top Managers. *Academy of Management Review*, Vol:9, No:2, 193-206.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. (1989). *Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*. Homewood, IL: BPI, Irwin.
- Kanter, R. M. (1989). *Careers and the wealth of nations: A macro-perspective on the structure and implications of career forms*. In M. Arthur, D. Hall, B. Lawrence (Eds.), *Handbook of career theory* (pp. 506–522). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Khurana, R. (2001). *Finding the right CEO: Why boards often make poor choices*. *MIT Sloan Management Review*, Vol:43, No:1, 91-95.
- Marques, J., Dhiman, S. (Eds.). (2017). *Leadership Today: Practices for Personal and Professional Performance*. Springer.
- Onuoha G. (2007). *Entrepreneurship*. *AIST International Journal*, 10, s.20-32.
- Öner, M., Onay, M., Kocakoç, İ.D. (2016). Girişimcilik, Profesyonellik ve Liderlik Ölçeğinin CBÜ Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Öğrencileri Üzerinde İncelenmesi”, *IMCOFE2016, International Multidisciplinary Congress Of Eurasia 2016*, Odessa, 11-13 Temmuz. *IMCOFE Proceedings Volume-2*, 69-76.
- Rost, J. C. (1993). *Leadership for the twenty-first century*. Praeger, Westport, Connecticut, London, 1993.
- Sabuncuoğlu, Z. (2005). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. Bursa, Alfa Yayınları.
- Taş, A., Çavuş, M.F. (2010). Türkiye’deki Profesyonel Yöneticiler Üzerine Bir inceleme: Nasıl Seçiliyorlar? Hangi Özellikleri Ön Plana Çıkıyor? Hangi Yetkilerle Donatılıyorlar? *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 19, Sayı:1, 185-201.
- Yukl, G. (2002). *Leadership in Organizations*. Fifth Edition, New Jersey: Prentice Hall Inc.

EKLER: Ölçekte yer alan (gri vurgulu) ve çıkarılan sorular

MOTİVASYON ÖLÇEĞİ Lütfen her bir durumu dikkatlice okuyarak yan tarafta belirtilmiş olan skalaya uygun şekilde katıldıklarımızı ve katılmadıklarımızı belirtiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
V0 Çok para kazanmanın en kolay ve hızlı yolu, kendi işimi kurmaktır.	①	②	③	④	⑤
V1 Kendi alanımda uzmanlaşmak için çaba sarfeden bir kişiyim.	①	②	③	④	⑤
V2 Bir projenin /yada grubun başkanı olarak gösterildiğimde, böyle bir görevi kabul etmek benim için bir şeref veya ayrıcalık olarak düşünürüm.	①	②	③	④	⑤
V3 Girişimci bir iş çevresinde çalışmanın, ebeveynlerimin beklentileri açısından gerekli olduğunu düşünürüm.	①	②	③	④	⑤
V4 Kendi alanımda profesyonel olmaya odaklanırsam, mutlaka iyi bir hayatım olur.	①	②	③	④	⑤
V5 Kişilik olarak daha çok takip eden birisi olduğum için, liderlik sorumluluklarımı başkalarına devretmek beni mutlu eder.	①	②	③	④	⑤
V6 Bir işe başlamak ve o işi sürdürmenin getirdiği ödül ve tatmin, o işin getireceği risklerden ve kayıplardan daha önemlidir. (ters kodlu)	①	②	③	④	⑤
V7 Seçmiş olduğum alanda başarılı olmak, benim için bir ayrıcalık ve onurdur.	①	②	③	④	⑤
V8 Bir gruba liderlik yapmayı kabul ettiğim takdirde asla her hangi bir avantaj veya özel fayda beklentisine girmem.	①	②	③	④	⑤
V9 Kendim için çalışmanın organizasyonların rutininden ve sertliğinden kaçmanın en iyi yolu olduğunu düşünürüm.	①	②	③	④	⑤
V10 Ülkemin rekabetçiliğini artırmanın en iyi yolu, benim gibi insanların, alanında çok yetenekli profesyoneller olmalarıdır.	①	②	③	④	⑤
V11 Bir grubun lideri olmak sadece benim için açık ve net avantajları olması durumunda, ilgimi çeker.	①	②	③	④	⑤
V12 Çocukluğumdan beri, kendi işimi kurmayı düşledim. (ters kodlu)	①	②	③	④	⑤
V13 Alanında yetenekli ve profesyonel olmak, çok miktarda maddi ve sosyal statü ile sonuçlanmaz.	①	②	③	④	⑤
V14 Grup üyeleri istedikleri takdirde, liderliği kabul ederim. (ters kodlu)	①	②	③	④	⑤
V15 Bu ülkenin daha çok girişimciliğe ihtiyacı vardır ve bende bunun gerçekleşmesi için kendimi zorunlu hissediyorum.	①	②	③	④	⑤
V16 Kendi alanımda uzmanlaşmış bir profesyonel olmak, istikrarlı bir geliri sağlar.	①	②	③	④	⑤
V17 Bir projeden sorumlu olmak için yada liderlik yapmak için hiçbir ayrıcalık beklemem.	①	②	③	④	⑤

V18 Aile işletmesini devralmak için kuvvetli bir sorumluluğa sahibim.	①	②	③	④	⑤
V19 Özel bir uzmanlık alanında tecrübe ve deneyim sahibi olmak isterim.	①	②	③	④	⑤
V20 Her zaman liderlik yapmayı ve liderlik rollerini üstlenmekten zevk alırım.	①	②	③	④	⑤
V21 Pazar için yeni ürün ve hizmetler yaratmayı düşünmekten hoşlanırım.	①	②	③	④	⑤
V22 Ebeveynim benim seçmiş olduğum uzmanlık alanında, çok yetenekli bir profesyonel olacağımı ümit ederler.	①	②	③	④	⑤
V23 İnsanları etkileyen ve onları yönetmeyi her şeyden çok seven bir kişiliğe sahibim.	①	②	③	④	⑤
V24 Sürekli para kazanmakla ilgili fikirlere sahip olan bir kişiyim.	①	②	③	④	⑤
V25 İnsanların bilgim, becerim ve tecrübelerimden dolayı bana bağlı olmalarını severim.	①	②	③	④	⑤
V26 Benden istediği takdirde, insanlara liderlik yapmam gerektiğini düşünürüm.	①	②	③	④	⑤

Lütfen her bir durumu dikkatlice okuyarak yan tarafta belirtilmiş olan skalaya uygun şekilde katıldıklarınızı ve katılmadıklarınızı belirtiniz.	NİYET ÖLÇEĞİ				
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
V27 Tutarlı bir iş düşüncesi ile mezun olduktan sonra kendi işimi kurmaya niyetliyim.	①	②	③	④	⑤
V28 Büyük ve istikrarlı bir organizasyonda uzman ve profesyonel olarak kariyer yapmayı tercih ederim.	①	②	③	④	⑤
V29 Gelecekte lider yada yönetici olmayı planlıyorum.	①	②	③	④	⑤
V30 Eğitimimden sonra mutlaka girişimci olacağım ve amacıma ulaşmak için her şeyi yapmaya hazırım.	①	②	③	④	⑤
V31 İş hayatım boyunca uzmanlık, profesyonel ve teknik konularda daima ilerlediğimi yada geliştiği görüyorum.	①	②	③	④	⑤
V32 Başlıca kariyer amacım, organizasyonlardaki insanların başında bulunan lider ve yöneticileri yükseltmektir.	①	②	③	④	⑤
V33 Başlıca kariyer amacım; alanımda teknik uzman yada profesyonel olmaktır.	①	②	③	④	⑤
V34 İlerideki iş yaşamımda, kendimi diğer çalışanların başında bir lider/ yada yönetici olarak görmüyorum.	①	②	③	④	⑤
V35 Mezun olduktan sonra bir profesyonel yada teknik uzman olarak kendimi	①	②	③	④	⑤

görmüyorum. (ters kodlu)					
V36 Önümüzdeki beş yıl içinde kendi işimi kuracağım. (ters kodlu)	①	②	③	④	⑤
V37 Önümüzdeki on yıl içinde, kendi işimi kuracağım.	①	②	③	④	⑤

ETKİNLİK ÖLÇEĞİ					
Aşağıdaki görevleri başarıyla gerçekleştirmek için bu noktada kendinizden ne kadar eminsiniz? Yanda belirtilen ifadelere göre yanıt ölçeğindeki uygun numaraları işaretleyiniz.	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
V38 Piyasada ya da pazarda ihtiyaç olabilecek hizmetler hakkında fikirlere sahip olmak	①	②	③	④	⑤
V39 Kendi uzmanlık alanımda en iyi uzman yada profesyonellerden birisi olmak	①	②	③	④	⑤
V40 Başkalarına ilham verecek vizyonu yaratmak	①	②	③	④	⑤
V41 İş planlamak (Pazar analizi, fiyatlandırma, finansal ve maliyet, pazarlama ve satış)	①	②	③	④	⑤
V42 Kendi alanımda gelişen bilgi, beceri, uzmanlık yada profesyonelliği sürekli izlemek	①	②	③	④	⑤
V43 Ortak bir hedef için insanları bir araya getirmek ve desteklemek	①	②	③	④	⑤
V44 İşimi destekleyecek ortakları yada bağlantı ağını kurmak	①	②	③	④	⑤
V45 Alanım ile ilgili uzmanlık, tecrübe ve bilgiyi başkalarına öğretmek veya paylaşmak	①	②	③	④	⑤
V46 Benimle çalışan insanların yapabildiklerinden daha çoğunu yapmaları konusunda motive etmek	①	②	③	④	⑤
V47 Şirket yada firmanın performansını ve finansal kaynaklarını yönetmek	①	②	③	④	⑤
V48 Kendi alanında daha çok ilerlemek için daha çok araştırma yapmak	①	②	③	④	⑤
V49 Bir grup/ yada organizasyon için kararlar almak	①	②	③	④	⑤
V50 Bir firmayı başlatmak ve onu büyütmek	①	②	③	④	⑤
V51 Profesyonel toplantılarda sunumlar yapmak, araştırma yada kitaplar yazmak	①	②	③	④	⑤
V52 İnsanların ne yapmaları gerektiği konusunda planlamak, organize etmek ve yönlendirmek	①	②	③	④	⑤
V53 Tutarlı bir işe başlamak için fırsatları belirlemek	①	②	③	④	⑤
V54 İnsanların daha çok çalışmalarını sağlamak için, ödül ve ceza yöntemini	①	②	③	④	⑤

kullanmak					
V55 Yeni bir ürün yada hizmetin pazarlanmasında etkin bir kampanya düzenlemek	①	②	③	④	⑤
V56 Bir organizasyon için gelecekteki liderleri eğitmek ve geliştirmek	①	②	③	④	⑤

SUMMARY

Individuals strive to determine and achieve their goals and career plans earlier in their lives because of today's highly dynamic world environment. Students need to direct their education according to their plans for the future. They try to compensate the aspects that they think they lack of.

The main purpose of this study is to confirm EPL (Entrepreneurship, professionalism, and leadership) scale, which is developed by Chan et.al. (2012), for Turkish students. EPL scale measures students' tendencies towards these components (Entrepreneurship, professionalism, and leadership) based on their motivation, efficacy, and intent. Scale is used by the consent of Kim Yin Chan. First, the scale is translated into Turkish. Results of the surveys are computed in terms of sums of scores as told by the evaluation scheme given by Chan. These summed scores are used in all analyses. EPL scale is composed of three main factors, namely motivation, intent, and efficacy. Each main factor has three sub-factors: Entrepreneurship, professionalism, and leadership. By a survey study on 903 of Manisa Celal Bayar University students, original EPL scale is examined by second order confirmatory factor analysis (CFA) and re-designed to fit Turkish students.

Some questions in the original scale are eliminated because of poor fit to our sample, but the factor structure remained the same. For both the first and the second level CFA, fit indices are acceptable. For the first level CFA (the relationship between items and sub-factors), all items are loaded with high scores, however the model is very complicated to interpret. For the second level CFA (the relationship between sub-factors and factors), all coefficients are very high. For motivation, professionalism has the highest coefficient while for intent, leadership has the highest one. For efficacy, both professionalism and leadership have the highest coefficient. All sub-factors also have significant correlations.

If a student makes plans about future and tries to determine his career targets, he needs to know his personal traits, strong and weak points very well and he needs to tend to subjects that are beneficial to him for his purposes. He also needs to do this as early as possible in his school life. EPL scale evaluates students for this purpose and is still in development. Adaptation of this scale for Turkish students is therefore important. By this study, introduction of the scale to Turkish literature and a limited confirmation of the scale are aimed.

The following inferences can be made by the results of this study:

1. As motivation of the students gets higher, their intent to develop professionalism, leadership and entrepreneurship characteristics will be higher.
2. As motivation of the students gets higher, they will feel themselves more efficient and make more result oriented studies.
3. As students' intent to develop professionalism, leadership and entrepreneurship characteristics gets higher, they will see themselves more efficient, more self-confident and self-conscious.

The results of the research demonstrate the positive effects of the development of three basic personal and managerial skills (entrepreneurship, professionalism and leadership) that influence the lives of university students in terms of their career planning.

Enflasyon, Bütçe Açığı ve Para Arzı İlişkisinin Türkiye Ekonomisi Açısından Değerlendirilmesi: 1980-2014 Dönemi

M. Göktuğ KAYA* Ersan ÖZ**

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, bütçe açıkları ile parasal büyüme arasında yakın bir ilişkinin bulunabileceği hipotezinden yola çıkarak bu değişkenlerin enflasyon üzerindeki etkisinin Türkiye ekonomisi açısından 1980-2014 dönemi üçer aylık verileri kullanılarak belirlenmesidir. Bu ilişkinin belirlenmesinde, yapılan durağanlık analizleri sonucunda değişkenlerin farklı seviyelerde durağan çıkmalarından dolayı ARDL sınır testi yaklaşımı kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre enflasyon ve para arzı arasında uzun dönemde anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunurken, enflasyon ve bütçe açığı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Enflasyon, Bütçe Açığı, Para Arzı, Türkiye, ARDL

JEL Sınıflandırması: O23, P35, P24.

Evaluation of Inflation, Budget Deficit and Money Supply Relations in Terms of Turkish Economy: Period of 1980-2014

ABSTRACT

The aim of this study, based on the hypothesis that there is a close relationship between budget deficits and monetary growth, is to determine the effect of these variables on inflation for Turkish economy using quarterly data on 1980-2014 period. The ARDL bounds testing approach is used in determining this relationship because of variables at different levels stationary as a result of stability analysis. According to the results, while there is a significant and positive relationship between inflation and money supply, there is not significant relationship between inflation and the budget deficit in the long term.

Key Words: Inflation, Budget Deficit, Money Supply, Turkey, ARDL

JEL Classification: O23, P35, P24.

GİRİŞ

Artan bütçe açıkları karşısında az gelişmiş ülkeler, sermaye piyasaları gelişmediği ve iç borçlanma imkanlarının azlığı nedeniyle dış borçlanmaya yönelmektedir. Dış borçlanma sonucu ülkeye giren yabancı tasarruflar bir taraftan toplam talebi arttırarak kısa dönemde enflasyonu arttırıcı etki yaparken diğer taraftan toplam arzı arttırarak faizlerin ve fiyatların azalmasına yol açacaktır. Bu açıdan bakıldığında enflasyon kısa dönemde bütçe açıklarının artan bir fonksiyonu iken uzun dönemde aralarında bir ilişki olmadığı öngörülmektedir.

Teorik tartışmalarda enflasyonist ortama bütçe açıklarının etkisi, açıkların nasıl finanse edildiğine göre belirlenmektedir. Hükümetler bütçe açıklarının

*Dr., Vergi Başmüfettişi, Vergi Denetim Kurulu Konya Grup Başkanlığı, mustafa.goktug.kaya@vdk.gov.tr

** Prof. Dr., Pamukkale Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü, ersanoz@gmail.com

(Makale Gönderim Tarihi: 20.06.2015 / Yayına Kabul Tarihi: 19.10.2016)

Doi Number: 10.18657/yonveek.281800

finansmanını tahvil satışlarıyla gerçekleştiriyorsa, bütçe açıkları ile enflasyon arasındaki ilişki, bütçe açığının parasal büyüme artışı aracılığıyla enflasyona yol açabileceği şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda enflasyon parasal bir olgu olarak değerlendirilmektedir.

Türkiye, analiz edilen dönemde, bütçe açıklarını karşılayabilmek için yurtiçinden ve yurtdışından önemli miktarlarda borçlanmıştır. Bütçe açıklarının enflasyon üzerinde kısa ve uzun dönemde farklı etkilerde bulunmasının nedeni bütçe açıklarının farklı şekillerde finanse edilmiş olmasıdır.

Türkiye’de 24 Ocak 1980 Kararlarıyla ithal ikameci sanayileşme politikasından ihracata dayalı sanayileşme politikasına geçilmiştir. 1980’lerde başlayarak uygulanan bu politikalar sonucunda, geniş bütçe ve cari işlemler açığı tecrübeleri yaşanmıştır. Ekonomik istikrarı sağlamak için çeşitli politikalar uygulanarak enflasyon düşürülmeye çalışılmış ancak çok da başarılı olunamamıştır. 1981 ve 1994 yıllarında ise hiper enflasyon yaşanmış ve tüketici fiyatları % 100’ün üzerinde artmıştır. Aynı dönemde kamu kesimi borçlanma gereği artış hızı da % 80’ler seviyesinde artmıştır. Bu süreçte enflasyon parasal bir olgu olarak görülmüş ve kamu açıklarının enflasyona yol açacağı öngörülmüştür. Bu nedenle de 1995 yılında iç borçlanmaya yönelik bir politika uygulanıp sıkı para politikası esas alınmıştır (Uygur, 2001). Bütçe açıkları ise 1980 döneminden 2000’li yılların başına kadar artış eğiliminde iken özelleştirmenin etkisiyle 2003 yılından itibaren azalış trendine girmiştir. 1980-2000 döneminde enflasyon ve para arzı artışı aynı yönde bir seyir izlemiştir. Güçlü ekonomiye geçiş programından sonra 2002-2005 döneminde örtük enflasyon hedeflemesi uygulanmış, 2006 yılında ise bu uygulamadan vazgeçilerek açık enflasyon hedeflemesine geçilmiştir. Özellikle 2000 yılından itibaren 2008 yılına kadar enflasyon oranında düşüş yaşanırken, para arzı artışları devam etmiştir.

Dünyayı derinden etkileyen 2008 küresel krizinden sonra özellikle Avrupa ülkelerinde ortaya çıkan borç krizi ülkemizi de etkilemiştir. Kriz, finansal kaynaklı olmakla beraber, Türkiye itibarıyla en çok reel sektörde etkilerini göstermiştir. Küresel krizin etkilerini azaltmak amacıyla Türkiye 2009 yılında bir dizi önlemler almıştır. Bu dönemde zorunlu karşılık oranları arttırılmış, zorunlu karşılıklara faiz ödemesi uygulamasına son verilmiş, vergi borçlarının taksitlendirilmesi sağlanmış, KDV ve ÖTV indirimleri yapılmış ve Varlık Barışı uygulamasına geçilmiştir. 2013 yılında gecelik borç verme faiz oranı %7.25’den %7.75’e çıkarılarak parasal sıkılaştırmanın etkinliği arttırılmaya çalışılmıştır. Son dönemde uygulanan sıkı para ve likidite politikaları ile para arzı artışı devam etmesine rağmen enflasyon oranları düşüş göstermektedir. Enflasyon oranları %10’ların altına inmiştir (Şahin ve Karanfil, 2015).

Enflasyona neden olan etkenlerin bilinmesi, uygun politikaların seçilmesi ve uygulanması açısından oldukça önemlidir. Dolayısıyla enflasyonun düşürülmesi için yapılması gerekenlerin başında bütçe açıklarının azaltılması gelmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı Türkiye ekonomisi açısından bütçe açıklarının parasal büyüme kanalıyla enflasyonu etkilediği varsayımından

hareketle enflasyon, para arzı ve bütçe açığı arasındaki ilişkiyi 1980-2014 dönemi üzer aylık verilerini kullanarak analiz etmektir.

I. TEORİK ÇERÇEVE

Bütçe açıkları ile enflasyon arasındaki ilişki bütçe açığının iç borçlanma, dış borçlanma veya monetizasyon ile finanse edilmesine bağlı olarak değerlendirilmektedir. Bütçe açıklarının iç piyasadan finanse edilmesi özel kesimden kamu kesimine kaynak transferini gerektirdiğinden enflasyon üzerinde yukarı yönlü bir baskıya sebep olmaz. Ancak, iç borç anapara ve faizlerinin ödendiği uzun dönemde enflasyon sorunu ortaya çıkmaktadır (Doğru, 2014:119).

Enflasyon, bütçe açığı ve para arzı arasındaki ilişkiye yönelik olarak literatürde farklı teoriler yer almaktadır. Teoride klasik, Keynesyen ve Parasalcı, Ricardocu denklik teoremi ve Fiyat düzeyinin maliye teorisi açısından bütçe açıklarının enflasyonu hangi kanallarla etkilediği konusunda fikir birliği bulunmamakla beraber bütçe açıklarının enflasyona neden olduğu konusunda fikir birliği söz konusudur.

Ricardocu denklik teorisine göre, geleneksel modeller fiyat düzeyinin belirlenmesinde bireylerin rasyonel beklentilere sahip olduğunu ve para politikasının etkin olduğunu kabul ederler. Bunun sonucu olarak da toplam talep ve dolayısıyla fiyatlar genel düzeyi üzerinde maliye politikasının bir etkisinin olmadığını varsayarlar. Buna karşılık Keynes, bütçe açıklarının -özellikle kamu harcamalarındaki artıştan veya vergi gelirlerindeki azalıştan kaynaklanan- talebi arttırarak enflasyonu etkileyebileceğini savunur (Bedir ve Dikmen, 2014:1).

Parasalcı görüşe göre, bütçe açıkları, para arzı ve enflasyon arasında karşılıklı bir ilişki söz konusudur. Dolayısıyla bütçe açıklarındaki her artış, para arzında bir artışa ve bu yolla da fiyatlar genel düzeyinde bir yükselişe neden olur. Bu yaklaşıma göre enflasyon parasal bir olgudur (Serban, 2012:11). Friedman'a göre enflasyon, kamu kesimi tarafından devletin bazı gelirler elde etmesi, işsizliğin önlenmesi, üretimin ve istihdamın artırılması vb. bazı hedeflerin gerçekleştirilmesi için oluşturulmaktadır. Bu çerçevede enflasyon kamu mali politikalarına bağlanmaktadır (Özmen ve Koçak, 2012:4).

Enflasyonun temel nedeni olarak görülen para politikası 1980'li yıllara gelindiğinde sorgulanmaya başlanmıştır. Sargent ve Wallace (1981), çalışmalarında para ve maliye politikaları arasındaki ilişkinin fiyat istikrarını sağlamak için önemli olduğunu vurgulamışlar ve monetarist görüşün hükümetler arası bütçe kısıtını reddettiği için yanıltıcı olabileceğini savunmuşlardır. Böylelikle sıkı para politikası sürdürülemez borç finansmanına yol açarak uzun vadede enflasyonun yükselmesine yol açmaktadır. Bu yolla enflasyon mali yönlü parasallaşmadan kaynaklanan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Şahin ve Karanfil, 2013:98). Sargent ve Wallace bu duruma "Hoş olmayan monetarist aritmetik" adını vermişlerdir.

Sargent ve Wallace'm görüşleri Woodford (2001), Sims (1994) ve Leeper (1991) tarafından öne sürülen fiyat düzeyinin mali teorisi (FTPL) görüşü ile devam etmiştir. Bu teoride kamu borç stoku ile bütçe dengesini ilişkilendiren

zamanlar arası bütçe kısıtı, fiyat düzeyini belirleyen temel unsurdur. Zamanlararası bütçe kısıtı, net yükümlülüklerin bugünkü reel değerinin gelecekteki birincil fazlaların bugünkü değerine eşit olması anlamına gelmektedir. Kamu otoriteleri birincil fazlayı borç toplamlarını sınırlandıracak şekilde uyarlayabilirse fiyat istikrarı amacını gerçekleştirmiş olur (Oktayer,2013:54).

Fiyat düzeyinin mali teorisine göre ise uzun dönemde fiyat düzeyini dolayısıyla enflasyonu belirleyen mali açıklar ve bu açıkların beraberinde getirdiği kamu borç stokudur. Diğer bir deyişle fiyat düzeyini para miktarı belirlemez. Böyle bir durumda para politikası tek başına enflasyonu kontrol etmek için yeterli değildir (Uygur, 2001:11). Ayrıca fiyatlar genel seviyesi arttıkça kamu borcu azalır. Bu durumda artan bütçe açıkları, kamu harcamalarında yaşanan artış ile toplam talep artar ve enflasyon yükselir. Kısacası, hükümetlerin harcamaları finanse etme şekli enflasyon üzerinde belirleyicidir (Şahin ve Karanfil, 2015:99-100).

II. LİTERATÜR

Çalışmanın bu kısmında Türkiye ekonomisi açısından enflasyon, para arzı ve bütçe açığı arasındaki ilişki ekonometrik yöntemler kullanılarak analiz edilecektir. Ancak analize geçmeden önce konuyla ilgili yapılmış olan çalışmalara değinmekte fayda vardır. Bu konuyla ilgili ampirik literatürde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere ilişkin çok sayıda çalışma bulunmaktadır.

Chaundhary ve Parai (1991), çalışmalarında 1973-1988 dönemi üçer aylık verileri kullanarak Peru ekonomisi için yüksek enflasyon dönemlerinde bütçe açıklarının etkisini analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda bütçe açıklarının enflasyon üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Özgün (2000), Türkiye ekonomisi için 1950-1998 dönemi yıllık verilerini kullanarak bütçe açıkları ve dolaşımdaki para miktarının enflasyon üzerindeki ilişkisini araştırmıştır. Eşbütünleşme analiz sonuçlarına göre uzun dönemde değişkenler arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca nedensellik analizi de bütçe açıkları ile enflasyon oranı arasında iki yönlü nedenselliğin olduğunu göstermektedir.

Catao ve Terrones (2003), 1960-2001 dönemi verileri ile gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde mali açıklar ve enflasyon ilişkisini panel veri yöntemi ile analiz etmişlerdir. Analiz sonuçlarına göre yüksek enflasyona sahip gelişmekte olan ülkelerde mali açıklar ve enflasyon arasında güçlü ve pozitif bir ilişki bulunurken, düşük enflasyon oranlarına sahip gelişmiş ülkelerde böyle bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Alavirad (2003), çalışmasında İran ekonomisi için 1981-1997 çeyrek dönem verileri ile bütçe açığı, para arzındaki büyüme ve enflasyon arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Analiz sonuçlarına göre, bütçe açıkları para arzını ve dolayısıyla enflasyonu artırma eğilimindedir.

Günaydın (2004), Türkiye ekonomisi açısından bütçe açıklarının enflasyonist olup olmadığını 1971-2002 dönemi verilerini kullanarak Hata Düzeltme Modeli yardımıyla analiz etmiştir. Analizde, para arzı, bütçe açığı ve

TEFE arasındaki ilişkiyi irdelemiştir. Analiz sonuçlarına göre bütçe açığı ve enflasyon oranı arasında pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur.

Kesbiç vd. (2005), Bütçe açıkları ile parasal büyüme ve enflasyon arasındaki ilişkiyi Türkiye ekonomisi için 1989-2003 dönemi verilerini kullanarak eşanlı denklem sistemiyle analiz etmişlerdir. Elde edilen bulgular 1989-1997 dönemi için iç borç stoku ile enflasyon arasında pozitif bir ilişki olduğu ve 1997-2003 dönemi için de iç borç stoku ile enflasyon arasında pozitif ancak zayıf yönlü bir ilişki bulunduğu yöneliktir.

Lozano (2008), Kolombiya ekonomisi için enflasyon, para arzı ve bütçe açığı arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Sonuçlar, enflasyon ve para arzı ve para arzı ve mali açıklar arasında yakın bir ilişki bulunduğunu göstermektedir.

Altıntaş vd. (2008), 1992-2006 dönemi verilerini kullanarak Türkiye ekonomisi için bütçe açığı, para arzı ve enflasyon arasındaki ilişkiyi ARDL sınır testi yaklaşımı ile analiz etmişlerdir. Analiz sonuçlarına göre, parasal büyüme ve enflasyon arasında hem kısa hem de uzun dönemde anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Buna karşılık, enflasyon ve bütçe açığı arasında herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Oktayer (2010), Türkiye’de bütçe açığı, para arzı ve enflasyon ilişkisini 1987-2009 dönemi verilerini kullanarak eşbütünleşme analizi ile irdelemiştir. Elde edilen bulgular, Türkiye’de fiyat düzeyi mali teorisinin uzun dönemde geçerli olabileceğine yöneliktir.

Habibullah (2011), 13 Asya ülkesi açısından 1950-1999 dönemi verilerini kullanarak bütçe açığı, para arzı ve TÜFE arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Analizde hata düzeltme modeli ve Granger nedensellik yöntemi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre bütçe açığı ve enflasyon arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Milo (2012), geçiş ekonomilerinde bütçe açığının para ve enflasyon üzerindeki etkisini analiz etmiştir. Analiz sonuçları kamu açıklarının parasal finansmanı ile parasal genişleme arasında pozitif bir ilişki olduğu yönündedir. Özellikle Arnavutluk ve Romanya’da parasal genişleme ve enflasyonun temel nedeni kamu maliyesindeki dengesizliktir.

Özmen ve Koçak (2012), enflasyon, bütçe açığı ve para arzı ilişkisini ARDL sınır testi yaklaşımı ile 1994-2011 dönemi verilerini kullanarak Türkiye ekonomisi için analiz etmişlerdir. Analiz sonuçlarına göre enflasyon ve bütçe açığı arasında anlamlı bir ilişki bulunamazken, para arzı ve enflasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Şahin ve Karanfıl (2015), 1980-2013 dönemi açısından Türkiye ekonomisi için para arzının enflasyon üzerindeki etkisini zaman serisi analizi ile incelemiştir. Değişkenler arasındaki ilişki eşbütünleşme ve Granger nedensellik yöntemleriyle araştırılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki bulunmaktadır. Bununla birlikte para arzı ve enflasyon arasında doğrudan bir nedensellik ilişkisi yoktur.

III. EKONOMETRİK METEDOLOJİ VE UYGULAMA SONUÇLARI

A. Veri

Bu çalışmada 1980-2014 dönemi üçer aylık verileri kullanılarak Türkiye ekonomisi açısından enflasyon, bütçe açığı ve para arzı arasındaki ilişki değerlendirilmektedir. Veriler, Merkez Bankası EVDS, Türkiye İstatistik Kurumu'nun İstatistiki Göstergeleri, Ekonomi Bakanlığı'nın Temel Ekonomik Göstergeleri ve Maliye Bakanlığının çeşitli yıllık ekonomik raporlarından alınmıştır. Çalışmada bağımlı değişken olarak enflasyon oranı (TÜFE), bağımsız değişkenler olarak para arzı, bütçe açığı ve reel döviz kuru kullanılmıştır.

B. Ekonometrik Model

Bu çalışmada enflasyon, para arzı ve bütçe açığı arasındaki ilişkinin araştırıldığı model, şu şekilde oluşturulmuştur:

$$\ln ENF_t = \alpha_0 + \alpha_1 \ln M2_t + \alpha_2 \ln BD_t + \alpha_3 \ln RED_t + u_t \quad (1)$$

Burada ENF tüketici fiyat endeksini (TÜFE), M2 geniş tanımlı parasal büyüklüğü, BD bütçe dengesinin (açıklarının) GSYİH'ya oranını, RED reel döviz kurunu ve u_t de hata terimi katsayısını göstermektedir. Çalışmada kullanılan bütün veriler% cinsinden elde edilebilmek için doğal logaritmaya dönüştürülmüştür. Böylelikle değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisi ölçü birimlerinden bağımsız olarak değerlendirilebilmektedir.

1. Birim Kök Analizi

Analizlerde durağan olmayan zaman serileriyle çalışıldığı zaman sahte regresyon problemiyle karşılaşılabilir. Bu nedenle değişkenler arasındaki ilişkiye bakılmadan önce değişkenlerin durağanlıklarının araştırılması gerekmektedir. Aksi takdirde analizde durağan olmayan serilerin kullanılması sahte ilişki içeren ve güvenilir olmayan sonuçların elde edilmesine yol açabilecektir (Sevüktekin ve Nargeleçekenler, 2007: 312). Bu nedenle bu çalışmada Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi diğer bir deyişle durağanlık analizi yapılmıştır. Bu çerçevede kurulan hipotezlerden birinde ADF testi serinin durağan olduğu diğerinde ise serinin durağan olmadığı test edilir. Durağanlık analizi sınavında değişkenler düzey seviyede durağan değilse serinin farkı alınır ve durağan hale getirilmeye çalışılır. Her iki testte de test istatistikleri belirlenen kritik değerden küçük ise seri durağandır.

Tablo 1: ADF (Genişletilmiş Dickey-Fuller) Birim Kök Testi

Değişkenler	ADF İstatistiği				Sonuç
	Düzyer değerler (sabitli-trendli)		Birinci Farklar		
	Test istatistiği	Kritik Değer (%5)	Test istatistiği	Kritik Değer (%5)	
LENF	-2.411	-2.855	-5.809	-1.130	I(1)
LM2	-3.416	-4.870	-7.665	-3.545	I(1)
LBD	-4.762	-2.460			I(0)
LRED	-6.880	-3.468			I(0)

Not: ADF birim kök testinde Akaike Bilgi Kriterine göre sonuçlar alınmıştır. Maksimum gecikme uzunlukları 4 olarak alınmıştır.

Yukarıdaki tabloya göre LENF ve LM2 I(1). dereceden durağan iken, LBD ve LRED değişkenleri düzeyde durağandır I(0). Eşbütünleşme testinin yapılabilmesi için her bir değişken aynı derecede bütünlük (sıfırdan büyük) olmalıdır (Granger, 1988:551-559).

Serilerin bütünlük derecelerinin farklı olması halinde, Johansen (1988) ile Johansen ve Juselius (1990) tarafından geliştirilen Johansen Eşbütünleşme ve Engle ve Granger (1987) tarafından geliştirilen Engle-Granger bütünlük yönteminin uygulanması mümkün değildir. Bu yöntemlerinin uygulanabilmesi için tüm değişkenlerin bütünlük derecelerinin aynı olması gerekmektedir. Ele aldığımız modeldeki değişkenler farklı derecelerde durağan olduğu ve hiç biri I(2) olmadığı için eş-bütünlük analizi için kullanılacak en iyi yöntem Pesaran ve Shin (1999) tarafından geliştirilen ARDL (Autoregressive Distributed Lag) modelidir (Kabaklarlı ve Er, 2014:277).

Pesaran ve Shin (1999) geliştirdiği yaklaşıma göre, birbirinden farklı derecede durağan olan -I(0) ve I(1) gibi- değişkenler aynı modelde yer alabilmektedir (Şimşek, 2004, 8). Bunun için ilk olarak kısıtlanmamış hata düzeltme modeli, UECM (Unrestricted Error Correction Model) aralarındaki eş-bütünlük ilişkisini araştırdığımız enflasyon, M2 para arzı, bütçe açığı ve reel döviz kuru değişkenleri için aşağıdaki model aracılığı ile oluşturulur. Daha sonra bu değişkenlerin gecikmelerine F testi yapılır.

$$\Delta \text{LnENF}_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m \alpha_{1i} \Delta \text{LnENF}_{t-i} + \sum_{i=0}^m \alpha_{2i} \Delta \text{LnM2}_{t-i} + \sum_{i=0}^m \alpha_{3i} \Delta \text{LnBD}_{t-i} + \sum_{i=0}^m \alpha_{4i} \Delta \text{LnRED}_{t-i} + \Phi_0 \text{LnENF}_{t-1} + \Phi_1 \text{LnM2}_{t-1} + \Phi_2 \text{LnBD}_{t-1} + \Phi_3 \text{LnRED}_{t-1} + u_t \quad (2)$$

$$H_0 : \Phi_0 = \Phi_1 = \Phi_2 = \Phi_3 = 0 \quad (3)$$

$$H_1 : \Phi_0 \neq \Phi_1 \neq \Phi_2 \neq \Phi_3 \neq 0 \quad (4)$$

Modelde yer alan parametrelerden α_{1i} - α_{2i} , parametreleri kısa dönem katsayıları iken Φ_i , parametreleri uzun dönem katsayılarıdır. Eş-bütünlük ilişkisi için test edilen boş hipotezde uzun dönem katsayıları Φ_i , nın 0'a eşit olduğu tezi sınanırken, H_1 hipotezinde sıfır olmadığı tezi sınanmaktadır.

Hesaplanan F istatistiği, Pesaran vd (2001) tarafından oluşturulan tablodaki alt ve üst değerleri karşılaştırılarak uzun dönemde eş-bütünlük olup olmadığına karar verilir. Eğer modelde hesaplanan F istatistiği Pesaran tablosunda yer alan alt değerden küçük ise eş bütünlük ilişkisi yoktur. Hesaplanan F istatistiği alt ve üst kritik değerleri arasında yer alıyorsa kesin bir şey söylenememekte ve diğer eş bütünlük testlerine geçilmektedir. Son olarak, modelde hesaplanan F istatistiği tabloda yer alan üst kritik değer üzerindeyse seriler arasında eş bütünlük ilişkisi vardır (Karagöl vd., 2007:76).

Sınır testi için kullanılan F testi gecikme uzunluğuna karşı duyarlıdır bu nedenle yukarıdaki denklemde "m" olarak ifade edilen gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Bu amaçla literatürde Akaike (AIC) veya Schwarz (SC) gibi bilgi kriterleri kullanılmaktadır (Direkçi ve Kaygusuz, 2013). Bu

çalışmada optimal gecikme uzunluğu Akaike (AIC) bilgi kriterlerine göre 4 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2: ARDL Sınır Testi Sonuçları

lnENF=(lnM2, lnBD, lnRED)				
Bağımlı Sayısı	Değişken	Gecikme Uzunluğu (2,3,4,1)	F. İstatistiği	Kritik Değerler (Alt Değer-Üst Değer)
3		4	4.802	3.23-4.35
Diagnostik Testler		İstatistikler		
R^2		0.72	Düzeltilmiş R^2	0.56
F istatistiği		21.63 (0,000)	Breusch Godfrey	0,334 (0,624)
ARCH LM		2.012(0.132)	Jarque Bera	0.091 (0.0984)
Ramsey Reset		1.571 (0.17)		

Not: Kritik değerler %5 anlamlılık düzeyine göre verilmiştir. Maksimum gecikme uzunluğu 4 olarak alınmıştır. Parantez içerisindeki rakamlar olasılık değerlerini göstermektedir.

ARDL sınır testi sonuçlarına göre, 4.802 olarak hesaplanan F istatistiği 4.35 olan üst değerinden büyük olduğu için H_0 hipotezi reddedilmiş ve değişkenler arasında bir eşbütünlük ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca modelin diagnostik (tanısal) test sonuçları da modelde herhangi bir otokorelasyon, değişen varyans sorununun bulunmadığını, hata terimlerinin normal dağıldığını göstermektedir.

a. Uzun Dönem İlişkisinin Belirlenmesi

Model 1'de yer alan değişkenler arasındaki eş-bütünlük ilişkisinin belirlenmesinin ardından ikinci adım uzun dönem ARDL modelinin oluşturulmasıdır. Enflasyon oranı ve M2 para arzı, bütçe açığı ve reel döviz kuru arasındaki uzun dönem ilişki, aşağıdaki eşitlikte yer alan uzun dönem ARDL (Autoregressive Distributed Lag) modeli kurularak belirlenmektedir.

$$\ln ENF_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m \alpha_{1i} \ln ENF_{t-i} + \sum_{i=0}^m \alpha_{2i} \ln M2_{t-i} + \sum_{i=0}^m \alpha_{3i} \ln BD_{t-i} + \sum_{i=0}^m \alpha_{4i} \ln RED_{t-i} + ut \quad (5)$$

Uzun dönem ARDL modeli hesaplanmasında Microfit 5.01 istatistik programı kullanılırken, gecikme uzunluklarının seçiminde Akaike (AIC) bilgi kriterine başvurulmuştur. kullanılmıştır. Program tarafından otomatik olarak ARDL(2,3,4,1) modeli seçilmiştir. (5) numaralı modelden En Küçük Kareler (EKK) yöntemi ile tahmin edilen uzun dönem katsayı tahminleri şu şekildedir.

Tablo 3: ARDL (2,3,4,1) Modelinin Uzun Dönem Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	t-istatistiği	Prob.*
lnM2	14.97	2.034	0.025
lnBD	-33.98	-0.458	0.174
lnRED	0.897	0.332	0.060
C	-1.044	0.978	0.270

Not:*, %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılık düzeyini göstermektedir. Tablodan yola çıkarak uzun dönem vektörü şu şekilde yazılabilir.

$$\ln ENF = 14.97 \ln M2 - 66.98 \ln BD + 0.89 \ln RED + ut \quad (6)$$

uzun dönemde para arzındaki %1 oranındaki artış enflasyon oranını %14 oranında arttırırken; reel döviz kurundaki %1 oranındaki değişiklik de enflasyonu %0.89 oranında arttırmaktadır. Burada bütçe açığı değişkeni ilgili sonuç anlamlı ve beklentilere uygun bulunamamıştır. Diğer bir deyişle bütçe açığı sonucu anlamsız çıkmıştır.

b. Kısa Dönem İlişkinin Belirlenmesi

Uzun dönem tahminlerinden sonra değişkenler arasındaki kısa dönem ilişkilerini görmek açısından ARDL Hata Düzeltme Modeli (ECM) tahmin edilmiştir.

Tablo 4: Kısa Dönem ARDL (1,2,3,0) Katsayıları

Bağımlı değişken= $\Delta \ln ENF$			
Değişkenler	Katsayı	t-istatistiği	Prob.*
$\Delta \ln ENF(-1)$	0.784	5.823	0.000
$\Delta \ln M2$	-3.566	-2.570	0.004
$\Delta \ln M2(-1)$	0.782	0.425	0.52
$\Delta \ln M2(-2)$	4.980	2.140	0.03
$\Delta \ln BD$	-0.129	-1.387	0.12
$\Delta \ln BD(-1)$	0.027	0.121	0.64
$\Delta \ln BD(-2)$	0.320	0.233	0.72
$\Delta \ln BD(-3)$	0.994	0.562	0.51
$\Delta \ln RED$	0.577	2.551	0.01
ECM_{t-1}	-0.81	-1.63	0.04
R^2	0.68		
Düzeltilmiş R^2	0.54		
F istatistiği	10.926 (0.000)		
Jarque-Bera	0.092 (0.95)		
Breusch-Godfrey	1.194 (0.224)		
Breusch-Pagan-Godfrey	2.004 (0.282)		

Not: *, %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Kısa dönemde, enflasyon oranının bir dönem önceki değerindeki %1 oranındaki artış, enflasyonu % 0.78 oranında arttırmaktadır. Kısa dönemde M2 para arzında meydana gelen %1 oranındaki artış, enflasyonu %3 oranında azaltırken, bir dönem önceki M2 para arzı ise %0,78 oranında ve iki dönem önceki M2 para arzında meydana gelen %1'lik artış da enflasyon oranını %4.98 oranında arttırmaktadır. Kısa dönemde bütçe dengesinin GSYİH'ya oranında meydana gelen %1 oranındaki artış, enflasyonu %0.12 oranında azaltırken, bir dönem önceki bütçe dengesinin GSYİH'ya oranı %0,02 oranında; iki dönem önceki bütçe dengesinin GSYİH'ya oranı %0.32ve üç dönem önceki bütçe dengesinin GSYİH'ya oranında meydana gelen %1'lik artış da enflasyon oranını %0.99 oranında arttırmaktadır. Görüldüğü üzere kısa dönemde uzun döneme göre

bütçe dengesinin GSYİH'ya oranının enflasyon üzerindeki etkisi farklı sonuç vermiştir. Uzun dönemde bütçe açığı ile enflasyon oranı arasında ters yönlü ilişki bulunurken, kısa dönemde önceki dönemlerdeki bütçe açıklarının enflasyon üzerindeki etkisi pozitif olarak gerçekleşmektedir.

Hata düzeltme katsayısı (ECM), istatistiksel açıdan %5 güvenirlilik düzeyinde anlamlı olarak -0.81 olarak hesaplanmıştır. Bağımlı değişkende meydana gelen dengesizliğin bir dönem sonra hangi oranda düzeltebileceğini (uyarlanma hızı) göstermesi açısından ECM katsayısının negatif ve istatistiksel açıdan anlamlı olması gerekmektedir. Bu katsayı negatif olduğu zaman kısa dönemde hata düzeltme mekanizması çalışmaktadır. Ayrıca bu negatiflik meydana gelen bir şoktan sonra hızlı bir şekilde uzun dönem değerine yaklaştığını göstermektedir. Modelden hesaplanan -0.81 katsayısı, uzun dönem dengesizlikten yaklaşık %81 oranında denge değerine yaklaştığını göstermektedir (Kabaklarlı ve Er, 2014:281)

Ayrıca yapılan diagnostik testler sonucunda modelde hata terimlerinin normal dağıldığını, değişen varyans ve otokorelasyon sorunun olmadığını söylememiz mümkündür. Ayrıca CUSUM ve CUSUMQ test sonuçları da tahmin edilen katsayıların örneklem periyodu dahilinde durağan olduklarını belirtmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada temel amaç 1980-2014 dönemine ilişkin üçer aylık verilerle Türkiye'de enflasyon, para arzı ve bütçe açığı arasındaki ilişkinin sınır testi yaklaşımı kapsamında belirlenmesidir. Modele reel döviz kuru da eklenmiş ve modelin açıklanma gücü artırılmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak bu ilişkinin teorik çerçevesi klasik, Parasalcı görüş, Ricardocu denklik teoremi, Keynesyen görüş ve Fiyat düzeyinin mali teorisi açısından açıklanmıştır. Daha sonra ARDL sınır testi yaklaşımı ile bu ilişki istatistiksel açıdan test edilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre, para arzı ile enflasyon arasında uzun dönemde pozitif bir ilişki bulunmuştur. Para arzındaki %1'lik bir artış enflasyon oranını %48 oranında arttırmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'de para arzının enflasyonun belirleyicisi olduğunu söylememiz mümkündür. Özellikle bütçe açıkları merkez bankası kanallarıyla finanse edildiğinde bütçe açığının parasal genişlemeye yol açacağını ve bunun da enflasyonu arttırabileceğini söyleyebiliriz. Bütçe dengesinin GSYİH'ya oranı ile enflasyon oranı arasında ise uzun dönemde negatif yönlü bir ilişki söz konusudur. Bütçe açığındaki %1'lik bir artış enflasyon oranını %66 oranında azaltmaktadır. Bu sonuç Özmen ve Koçak (2012) ve Altıntaş vd. (2008) çalışmaları ile uyusmaktadır. Uzun dönem ile kısa dönem arasındaki dengesizliğin bir dönem sonunda (1 yıl) %81 oranında azaldığını söyleyebiliriz.

Kısa dönemde, enflasyon oranının bir dönem önceki değerindeki %1 oranındaki artış, enflasyonu % 0.78 oranında arttırmaktadır. Kısa dönemde M2 para arzında meydana gelen %1 oranındaki artış, enflasyonu %3 oranında azaltırken, bir dönem önceki M2 para arzı ise %0,78 oranında arttırmaktadır. Kısa dönemde bütçe dengesinin GSYİH'ya oranında meydana gelen %1 oranındaki

artış, enflasyonu %0.12 oranında azaltırken, bir dönem önceki bütçe dengesinin GSYİH'ya oranı %0,02 oranında artırmaktadır. Görüldüğü üzere kısa dönemde uzun döneme göre bütçe dengesinin GSYİH'ya oranının enflasyon üzerindeki etkisi farklı sonuç vermiştir. Uzun dönemde bütçe açığı ile enflasyon oranı arasında ters yönlü ilişki bulunurken, kısa dönemde önceki dönemlerdeki bütçe açıklarının enflasyon üzerindeki etkisi pozitif olarak gerçekleşmektedir. Bütçe açıklarının enflasyonist etkisi, açıkların finansman yöntemi ve toplam talep üzerindeki etkisine bağlı olarak değişmektedir. Analiz sonuçlarına göre uzun dönemde bütçe açığı ve enflasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu durum parasalcı görüşü desteklemektedir.

Türkiye'de enflasyonun düşürülmesinde parasal genişlemenin kontrol altında tutulması önemlidir. Bunun için de bütçe açıklarının azaltılması gerekmektedir. Faiz dışı bütçe politikalarının sürdürülmesi bu açıkların azaltılması yolunda önemlidir. 2001 dönemi sonrasında uygulanan politikalarla enflasyon oranları tek haneli sayılara düşürülmüştür. Bu sürecin devam ettirilmesinde sadece para politikası değil aynı zamanda mali disiplini sağlayıcı politikalar koordineli biçimde uygulanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akçay, O. C., Alper C. E. ve Özmucur S. (2001). Budget Deficit, Inflation and Debt Sustainability: Evidence from Turkey (1970-2000), *Bogazici University Research Papers*, SBE
- Alavirad, A. (2003). The Effect of Inflation on Government Revenue and Expenditure: The Case of Islamic Republic of Iran. *Opec Review*, 27(4)
- Altıntaş, H., Cetintaş, H. ve Taban, S. (2008). Türkiye'de Butce Açığı, Parasal Buyume ve Enflasyon Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi: 1992-2006, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt/Vol.:8- Sayı/No: 2 : 185
- Bedir, S. Ve A. Tural (2014). Bütçe Açığı ve Enflasyon: Türkiye İçin Bir Sınır Testi Yaklaşımı, *International Conference on Eurasian Economies*
- Catao, L. & Terrones M. (2003). Fiscal Deficits and Inflation. *IMF Working Paper* No. 03/65, 1-32.
- Chaudhary, M. A. S ve Parai A. K. (1991). Budget Deficit and Inflation: The Peruvian Experience. *Applied Economics*, 23
- Davidson, Russell and James G. Mac Kinnon (2004), *Econometric Theory and Methods*
- Dickey, D., Fuller, W., 1979. Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of American Statistical Association* 74
- Granger, C.W.J., 1988. Causality, cointegration and control. *Journal of Economic Dynamics and Control* 12,
- Günaydın, 2004. "Bütçe Açıkları Enflasyonist midir? Türkiye Üzerine Bir İnceleme", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 6(1),
- Habibullah, vd, 2011. "Budget Deficits and Inflation in Thirteen Asian Developing Countries", *International Journal of Business and Social Science* 2(9)
- Kabaklarlı E. Ve P.H.Er(2014), Türkiye'de Kamu Harcamalarının Ekonomik Büyümeye Etkisinin Sınır Testi Yaklaşımı İle Analizi, *Maliye Dergisi*, S.166
- Kesbiç, vd, 2005. "Bütçe Açıkları ile Parasal Büyüme ve Enflasyon Arasındaki İlişki: Türkiye İçin Bir Model Denemesi", *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 1
- Karagöl, E., Erbaykal, E. ve Ertuğrul, H.M (2007). Türkiye'de Ekonomik Büyüme İle Elektrik Tüketimi İlişkisi: Sınır Testi Yaklaşımı, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (1)
- Lozano, I. (2008). Budget Deficit, Money Growth and Inflation: Evidence From Colombia Case. *Banco De La Republica. Borradores De Economia*. No. 005127.

- Oktayer, A. (2010). Türkiye’de Butce Açığı, Para Arzı ve Enflasyon İlişkisi, *Maliye Dergisi Sayı 15 Ocak-Haziran 2010*.
- Özgün, D. B. (2000), *An Empirical Approach to Fiscal Deficits and Inflation: Evidence From Turkey*, Hazine Müstesarlığı, Ekonomik Arastirmalar Genel Müdürlüğü: Ankara.
- Özmen M. & Koçak F. İ. (2012). Enflasyon Bütçe Açığı ve Para Arzı İlişkisinin ARDL Yaklaşımı ile Tahmini: Türkiye Örneği. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1)
- Pesaran, M. H., & Pesaran, B. (1997). Working with Microfit 4.0: Interactive econometric analysis. Oxford: Oxford University Press
- Pesaran, M. H., & Shin, Y. (1999). An autoregressive distributed lag model ingapproachtoco integration analysis. In S. Strom (Ed.), *Econometrics and economic theory in the 20th century*. Cambridge: Cambridge University Press
- Phillips, P.C.B., Perron, P., (1988). Testing for a unit root in time serie sregression. *Biometrika* 75,
- Serban, Marius, (2002) “Budget Deficit and Inflation”, Academy of Economic Studies, Doctoral School of Finance and Banking, Bucharest.
- Sevüktekin, M. ve Nargeleşkenler, M. (2007), *Ekonometrik Zaman Serileri Analiz: Eviews Uygulamalı*, Geliştirilmiş İkinci Baskı, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Şahin, İ. Ve M. Karanfil (2015). Türkiye Ekonomisinde 1980-2013 Dönemi Para Arzının Enflasyon Üzerindeki Etkisi. *Business and Economics Research Journal*, V.6,N.4
- Şimşek, Muammer (2004). Türkiye’de Reel Doviz Kurunu Belirleyen Uzun Donemli Etkenler *C.Ü İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* ISSN 1303-1279, Cilt.5, Sayı.2.
- Uygur, Ercan, (2001) “Enflasyon, Para ve Mali Baskı: İktisat Politikasında Geri Kalmışlık”, *İktisat İslatme ve Finans*, Yıl: 16, Sayı: 189.

SUMMARY

Inflation is purely and entirely a monetary phenomenon. According to the some of researches, monetary policy is not sufficient for price stability by itself. So it must be supported by compatible fiscal policies. In other words persistent inflation in Turkey has fiscal roots and any attempt of stopping inflation should imply fiscal adjustments. Contrary to this approach, fiscal theory of price levels claims that budget deficits are the determinants of inflation. The results based on the cointegrating relations between budget deficit and inflation rate point out that the negative relationship between the inflation rate and the budget deficit. It is mainly argued that budget deficits financed through internal borrowing causes monetary expansion, which results in higher inflation.

To defray its budget deficit Turkey borrowed from within the country and abroad in significant amount. Budget deficit has different effects on inflation in the short and long-term because of financing of budget deficit with different ways. If the government performs its budget deficit financing floatation, the relationship between budget deficit and inflation, budget deficit leads to inflation through monetary growth increase. In this case, inflation is regarded as a monetary phenomenon.

The aim of this study, based on the hypothesis that there is a close relationship between budget deficits and monetary growth, is to determine the effect of these variables on inflation for Turkish economy using quarterly data on 1980-2014 period. In the literature there is different theories for the relationship between budget deficit, inflation and monetary growth. Theoretically, classical, Keynesian and Monetarist, Ricardian equivalence theorem and fiscal theory of the price level do not have a consensus about budget deficit budget deficit affects

inflation with which channels. On the other hand they have a consensus that budget deficit causes to inflation. For reducing inflation firstly budget deficit should be reduced.

On this basis, first of all the theoretical framework is surveyed in the context of old and new theories. Following that, relevant empirical studies are examined and classified on the basis of used data set and empirical method. The ARDL bounds testing approach is used in determining this relationship because of variables at different levels stationary as a result of stability analysis. According to the results, while there is a significant and positive relationship between inflation and money supply, there is not significant relationship between inflation and the budget deficit in the long term.

Yapısal Kırılmalar Altında Kamu-Özel Kesim Yatırım Harcamaları İlişkisi

Necmettin ÇELİK*

ÖZ

Kamu harcamalarının özel kesim yatırımları üzerindeki dolaylı etkilerine (çekme ya da dışlama etkisi) yönelik teorik perspektifteki farklılıkların ampirik literatüre de yansdığı görülmektedir. Bu durumun muhtemel sebeplerinden biri çalışmaların neredeyse tamamında yapısal kırılmaları dikkate almayan birim kök ve eş bütünleşme testlerinin uygulanmış olmasıdır. Çünkü, yapısal kırılmaların varlığı halinde bu kırılmaları dikkate almayan birim kök ve eş bütünleşme testlerinin güç performansları düşmektedir. Bu doğrultuda, Türkiye’de 1975–2013 döneminde gerçekleştirilen kamu yatırım harcamalarının özel kesim yatırım harcamaları üzerindeki dolaylı etkilerinin analiz edilmesi amacıyla kurgulanan çalışmada, geleneksel testlerin yanı sıra olası yapısal kırılmaları dikkate alan Zivot - Andrews Birim Kök Testi (Tek Kırılma) ve CMR Birim Kök Testi (İki Kırılma) uygulanmıştır. Bunun sonucunda, yapısal kırılmaları dikkate almayan geleneksel testler ile yapısal kırılmaları dikkate alan testler arasında önemli farklılıklar tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak uygulanan ARDL Sınır Testi bulguları, kamu yatırım harcamaları ile özel kesim sabit sermaye yatırımları arasında, literatürdeki genel bulguların aksine, uzun dönemli bir ilişki olmadığını göstermektedir. Kısa dönemli ilişkinin analiz edilmesi amacıyla uygulanan Klasik Regresyon Analizi sonuçları ise, kamu yatırım harcamalarının özel kesim yatırım harcamaları üzerinde çekme etkisi (crowding-in) sergilediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Yatırım Harcamaları, Özel Kesim Sabit Sermaye Yatırımları, Çekme Etkisi, Yapısal Kırılmalar, CMR Birim Kök Testi, ARDL Sınır Testi.

JEL Sınıflandırması: C32, E22, H54.

The Relationship Between Public and Private Investment Expenditures under Structural Breaks

ABSTRACT

Empirical differences about indirect effects of public investments on private investments (crowding-in or crowding-out effect) reflect different theoretical ideas. The potential reason of these differences is that studies applied traditional unit root and cointegration tests which ignore structural breaks. Since, the power of these tests might decrease in the presence of structural breaks. For this purpose, in this study which analyzed the relationship between public investment expenditures and private fixed investments over 1970-2013 period in Turkey, Unit Root Tests taking into account the structural breaks such as Zivot - Andrews Unit Root Test (One Break) and CMR Unit Root Test (Two Break) was applied. Consequently, the vital differences between findings of traditional tests and tests with breaks were detected. ARDL Bounds Test which to construct in terms of these findings indicates that there is no long-run relationship between public investment expenditures and private fixed investments contrary to general findings in literature. On the other hand, Classical Regression Analysis indicates that public investment expenditures have exhibited crowding-in effect on private fixed investments in short-run.

Key Words: Public Investment Expenditures, Fixed Capital Private Investments, Crowding-In Effect, Structural Breaks, CMR Unit Root Test, ARDL Bounds Test.

JEL Classification: C32, E22, H54.

* Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi, İİBF, İktisat Anabilim Dalı, necmettinncelik@gmail.com

** Değerli görüş, öneri ve katkılarından dolayı Doç. Dr. Mehmet Güçlü’ye teşekkür ederim.

(Makale Gönderim Tarihi: 04.03.2016 / Yayına Kabul Tarihi: 17.10.2016)

Doi Number: 10.18657/yonveek.281803

GİRİŞ

Kamu sabit sermaye yatırımları iktisadi büyümenin temel unsurlarından biridir. Bu yatırımların büyüme üzerindeki etkisi dolaylı ve doğrudan olmak üzere iki şekildedir. Doğrudan etkisi, ülkenin üretim sürecine yeni sermaye girişi sağlamasıyla ilgilidir (Gjini ve Kukeli, 2012). Dolaylı etkisi ise, özel kesim yatırımlarının dışlanması (crowding-out) ya da çekilmesi (crowding-in) ile ilgilidir. (Kunimitsu, 2005).

Kamu yatırımlarının iktisadi büyüme üzerindeki doğrudan etkisinden ziyade dolaylı etkisi gerek teorik gerekse de ampirik yönden oldukça tartışmalıdır. Bu tartışmanın teorik boyutu iki farklı makro iktisat okulunun (Neoklasik ve Keynesyen) açıklamaları çerçevesinde şekillenmektedir. Keynesyen görüş kamu harcamaları artışının özel kesim yatırımları üzerinde çekme etkisi yaratacağını iddia ederken, Neoklasik görüş ise özel kesim yatırımlarının dışlanacağını iddia etmektedir. Neoklasik görüşe göre, kamu harcamalarındaki artışın özellikle borçlanmayla finansmanı halinde, mali piyasalardaki fon talebi artışı faiz oranlarının artmasına, dolayısıyla da özel kesim yatırım kararlarının finansman maliyetlerinin yükselmesine sebep olmaktadır. Nihayetinde bu durum, özel kesim yatırımlarının dışlanması sonucunu gündeme getirmektedir. Keynezyen görüşe göre ise, altyapı, sosyal güvenlik, savunma, eğitim ve sağlık hizmetlerinin kamu tarafından gerçekleştirilmesi neticesinde ortaya çıkacak “pozitif dışsallıklar” özel sektör yatırımları için bir çekme etkisi yaratmaktadır. Ayrıca, kamu harcamalarındaki artışın harcanabilir gelir üzerindeki olumlu etkisi özel kesim yatırımlarının uyarılmasını sağlamaktadır. Bir başka açıdan, daha kaliteli altyapı hizmetlerinin sağlanması, taşımacılık maliyetlerinin düşmesine bağlı olarak mal ve hizmet akışının kolaylaşması gibi unsurlar aracılığıyla kamu yatırımları özel yatırımların etkinliğini arttırmakta; böylece özel kesim yatırımlarının karlılığı ve hacmi artmaktadır (Gjini ve Kukeli, 2012).

Teorik zemindeki bu farklılıkların gerek ulusal gerekse de uluslararası ampirik literatürde de karşılık bulması, dışlama ve çekme etkisine yönelik araştırmaların süregelmesine ve tartışma konusunun güncelliğini korumasına sebep olmuştur. Bununla birlikte, ulusal literatürdeki birbirine zıt bulguların dikkat çekici boyutlarda olmasının muhtemel sebeplerinden biri çalışmaların neredeyse tamamında, özellikle 1990'lı yıllarda yaşanan iktisadi krizlerin sebep olduğu yapısal kırılmaları dikkate almayan birim kök ve eş bütünleşme (koentegrasyon) testlerinin uygulanmış olmasıdır. Çünkü, literatürde yaygın uygulama alanı bulan Johansen Test (1987) gibi artıklara dayalı koentegrasyon testlerinin temel varsayımı eşbütünleşme vektörünün analiz dönemi boyunca aynı kaldığıdır. Başka bir ifadeyle, koentegre vektöründeki katsayıların zamana bağlı olarak değişmediği varsayılmaktadır. Fakat özellikle makro değişkenler arası uzun dönemli ilişkilerde, iktisadi ve politik krizler, teknoloji ya da arz şokları, beklenmedik politika değişimleri ve piyasa aktörlerinin tercihlerindeki sapmalar

gibi bir takım faktörlerden dolayı yapısal değişimlerin (kırılmaların) olması, analiz döneminin genişliğiyle doğru orantılı olacak şekilde, oldukça olası bir durumdur. Bu sebeple, böylesi bir ihtimalin birim kök analizlerinde ve eş bütünleşme tespitinde de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Nitekim, dikkate alınmayan rejim değişikliklerinin (yapısal kırılma) varlığı halinde geleneksel eş bütünleşme testlerinin düşük güç performansı sergiledikleri, Gregory ve Hansen (1996) tarafından gösterilmiştir (Hatemi-J, 2008). Yani, yapısal kırılma altında, standart eş bütünleşme testleri, koentegre ilişkiyi etkin bir şekilde saptayamamaktadır (Maki, 2012). Bu sebeple, analiz dönemi dahilinde olası tüm yapısal kırılmaların dikkate alınması ve çoklu yapısal kırılmaya izin veren birim kök ve eş bütünleşme testlerinin kullanılması gerekmektedir.

Bu noktadan hareketle, çalışmada Türkiye'de 1975-2013 dönemi için kamu sabit sermaye yatırımları ile özel kesim sabit sermaye yatırımları arasındaki ilişkinin (önceki çalışmalarda görülen yönetsel yetersizlikler giderilerek) ampirik olarak analiz edilmesi amaçlanmıştır. Daha doğru ampirik bulgulara ulaşabilmek için analiz döneminde Türkiye ekonomisinde görülen çoklu yapısal değişimler/kırılmalar (reel ve finansal piyasalarda yaşanan krizler - 1994 ve 2001 krizleri - sonrası yapısal değişimler) olasılığının göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Bu sebeple çalışmada ulusal literatürde öne çıkan geleneksel birim kök ve eş bütünleşme testlerinin yansıra sırasıyla tek ve iki yapısal kırılmaya izin veren birim kök ve eş bütünleşme testleri uygulanmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın birinci bölümünde, literatür örnekleri incelenmiş; ikinci bölümde ise, veri seti ve değişkenlere ilişkin açıklamalara yer verilmiştir. Ardından geleneksel ve yapısal kırılmaları dikkate alan birim kök ve eş bütünleşme testlerinin bulguları mukayese edilmiş; bunlardan hareketle uygulanan ARDL Sınır Testi ile Klasik Regresyon Analizi bulguları üzerinden genel bir değerlendirmede bulunulmuştur.

I. LİTERATÜR ÖZETİ

Kamu-özel kesim yatırımları arasındaki ilişkiye yönelik teorik zeminde farklı görüşlerin bulunması, bunların doğruluğunu destekleyecek ampirik kanıt aranmasına yol açmıştır. Bu nedenle, bu konuda ulusal ve uluslararası düzeyde çok sayıda ampirik çalışma bulmak mümkün hale gelmiştir. Örneğin, uluslararası literatürde ön plana çıkan çalışmalardan Apergis (2000), Voss (2000), Kunimutsu (2005), Hatano (2010) ve Alegre (2012) gibi çalışmalar kamu-özel kesim yatırımları arasında çekme etkisinin varlığına yönelik ampirik deliller ortaya koymuşlardır. Serven (1996) ise, uzun dönemli kamu altyapı yatırım projelerinin özel sermaye üzerinde çekme etkisi yarattığı bulgusuna ulaşırken ticari ve endüstriyel kamu projelerinin dışlama etkisine sahip olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Bununla birlikte, Erden ve Holcombe (2005), kamu-özel kesim yatırımları arasında gelişmekte olan ülkeler kapsamında çekme, gelişmiş ülkeler kapsamında dışlayıcılık etkisinin ağır bastığı bulgusuna ulaşmıştır. Atukeren (2006) ise, kamu

yatırımlarındaki artışların özel sektör yatırımları üzerinde destekleyici etki gösterdiği; bu etkininse ülkelerin gelişmişlik düzeyi arttıkça azaldığı yönünde ampirik bulgulara erişmiştir.

Bununla birlikte, ulusal literatürün de uluslararası literatür kadar geniş olduğu; fakat ulusal literatürde birbiriyle zıt sonuçlara ulaşmış çok sayıda çalışmanın olduğu görülmektedir. Örneğin, Uysal ve Mucuk (2003), Karagöl (2004), Başar ve Temurlenk (2007), Tülümce ve Buyrukoğlu (2013) ile Kalem (2015) gibi çalışmalar dışlama etkisine vurgu yaparken Yavuz (2005), Kuştepeli (2005), Günaydın (2006) ile Cural vd. (2012) gibi çalışmalar çekme etkisinin varlığına yönelik ampirik kanıtlar ortaya koymuşlardır. Öte yandan; kamu harcamalarını çeşitli alt kalemler şeklinde tasnif ederek inceleyen çalışmalardan Bilgili (2003), özel kesim yatırımlarının kamu cari harcamalarından pozitif yönde etkilendiği; kamu yatırımlarının ise özel kesim yatırımları üzerinde dışlayıcı etki yarattığı bulgusuna ulaşmıştır. Şimşek (2003), askeri nitelikteki kamu harcamalarının özel kesim yatırımlarını pozitif yönlü etkilediğini; kamu altyapı yatırımlarının ise dışlama etkisi sergilediğini tespit etmiştir. Altunç ve Şentürk (2010) ise, altyapı yatırımlarıyla ilgili olan ve olmayan kamu yatırımlarının özel sektör yatırımları üzerinde çekme etkisi gösterdiği bulgusuna ulaşmıştır. Başar vd. (2011) ise, gerek kamu harcamalarının gerekse de transfer harcamalarının özel sektör yatırımları üzerinde pozitif etkiler gösterdiği bulgusuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte, Altay ve Altın (2008)'in bulgularıyla, kamu harcamalarının toplam yatırımlar üzerinde kısa dönemde tamamlayıcılık; uzun dönemdeyse dışlayıcılık etkisi sergilediği yönündedir.

Tüm bu çalışmaların ortak noktası, yapısal kırılma ya da kırılmaları dikkate almayan birim kök ve eş bütünleşme testleri uygulamış olmalarıdır. Her ne kadar Cural vd. (2012), çalışmalarında yapısal kırılmalı birim kök ve eş bütünleşme testlerini uygulamış olsalar da dikkate aldıkları Perron (1997) Birim Kök Testi ve Carrion-i Silvestre ve Sanso (2006) Eş Bütünleşme Testi tek yapısal kırılmayı dikkate aldığından iki ve daha fazla yapısal kırılmanın varlığı halinde, bu testlerin de güç performansının düşebileceği belirtilmelidir.

II. EKONOMETRİK YÖNTEM VE ANALİZ

A. Veri Seti ve Değişkenler

Literatürde yapılan ampirik çalışmaları takip ederek özel kesim sabit sermaye yatırımlarının gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payı bağımlı değişken; kamu sabit sermaye yatırımlarının gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payı ile özel sektöre tahsis edilen kredi hacminin gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payı açıklayıcı değişkenler olarak dikkate alınmıştır. Ayrıca, sabit sermaye yatırımlarının yıllar itibariyle kümülatif bir şekilde artarak birikim gösterebileceği dikkate alınarak modele trend değişkeni eklenmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin verilerin elde edildiği kaynaklar ve bu değişkenlerin etkilerine yönelik teorik öngörüler Tablo 1'de yer almaktadır.

Modelde, yatırım kararlarının belki de en önemli belirleyicisi konumunda olan faiz oranlarının açıklayıcı değişkenlerden biri olan kamu sabit sermaye yatırımları değişkeniyle arasındaki olası teorik ilişki göz önünde bulundurularak faiz oranları değişkeni yerine, Serven (1996) ile Altunç ve Şentürk (2010) gibi çalışmalarla da benzer bir şekilde, özel sektöre yönelik düzenlenen kredi hacmi değerleri kullanılmıştır. Nitekim kredi hacminin genişlemesinin özel kesim sabit sermaye yatırımlarına finansman kolaylığı sağlayacak bir unsur olduğu; buna bağlı olarak özel kesim yatırımlarının artmasını sağlayacak önemli bir finansal dinamik olduğu söylenebilir. Bu sebeple, kredi hacmi değişkeninin pozitif bir katsayı alması öngörülmektedir. Bununla birlikte, kamu sabit sermaye yatırımları değişkeninin alacağı işaretin önceden kestirilmesi teorik tartışmalar altında mümkün görülmemektedir. Bu değişkenin pozitif bir katsayı alması kamu yatırımlarının özel kesim yatırımları üzerinde çekme etkisi yarattığı; negatif bir katsayı almasıysa dışlama etkisi yarattığı anlamına gelecektir. Son olarak, özel kesim yatırımlarının sürekli sermaye artışı güdüsüyle yıllar itibariyle birikim gösterebileceği göz önüne alındığında, trend değişkeninin de pozitif bir katsayı alması öngörülmektedir.

Tablo 1. Analizde Kullanılan Değişkenlerin Karakteristik Özellikleri

<i>Değişkenler (1975-2013)</i>	<i>Kısaltma</i>	<i>Açıklama</i>	<i>Tahmini Etki</i>	<i>Kaynak</i>
Özel Kesim Sabit Sermaye Yatırımlarının GSYH'ye Oranı (Bağımlı Değişken)	ln (PI/GDP)	Özel Kesim Sabit Sermaye Yatırımlarının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla İçindeki Payı		Kalkınma Bakanlığı
Kredi Hacminin GSYH'ye Oranı	ln (CR/GDP)	Özel Sektöre Yönelik Düzenlenen Toplam Kredi Hacminin Gayri Safi Yurtiçi Hasıla İçindeki Payı	+	Kalkınma Bakanlığı
Kamu Kesimi Sabit Sermaye Yatırımlarının GSYH'ye Oranı	ln (GI/GDP)	Kamu Kesimi Sabit Sermaye Yatırımlarının Gayri Safi Yurtiçi Hasıla İçindeki Payı	+/-	Kalkınma Bakanlığı
Trend Değişkeni	TREND	1975 - 2013 Dönemini Kapsayan Trend Serisi	+	

B. Ekonometrik Model ve Analiz

Çalışmanın amacına uygun olarak oluşturulan ekonometrik model aşağıdaki gibidir:

$$\ln(\text{PI/GDP})_t = \beta_1 + \beta_2 * \ln(\text{GI/GDP})_t + \beta_3 * \ln(\text{CR/GDP})_t + \beta_4 * \text{TREND} + u_t$$

$t = 1975, 1976, \dots, 2013$

Bu modelin tahmin edilmesine geçmeden önce modeldeki tüm değişkenlerin durağan olup olmadıklarının sınanması gerekmektedir. Çünkü, durağan olmayan zaman serileri arasında, örneklem çok büyük olduğunda bile, düzmece ilişki (sahte regresyon) varlığını sürdürebilecek; bu sebeple R^2 ve t istatistikleri yanıltıcı olabilecektir (Gujarati ve Porter, 2012). Bu doğrultuda ilk etapta, ulusal literatürde sıklıkla kullanılan ve yapısal kırılmaları dikkate almayan ADF Birim Kök Testi; sonrasında sırasıyla tek kırılmayı dikkate alan Zivot-Andrews Birim Kök Testi ve iki yapısal kırılmayı dikkate alan Clemente-Montanes-Reyes (CMR) Birim Kök Testi uygulanmıştır.

1. Geleneksel Birim Kök ve Eş Bütünleşme Sınaması

Yapısal kırılmaları dikkate almayan ADF Birim Kök Testi istatistiği ile ilgili kritik değerlerin yer aldığı Tablo 2'ye göre, analizde kullanılan üç değişkenin de birinci dereceden bütünleşik olduğu görülmektedir.

Tablo 2. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

		ln (PI/GDP)	ln (GI/GDP)	ln (CR/GDP)
<i>Düzyey</i>	<i>Sabit ve Trendsiz</i>	0.181(0)	-0.684(0)	-0.632(1)
<i>Birinci Fark</i>	<i>Sabit ve Trendsiz</i>	-5.561*(0)	-5.158*(0)	-4.274*(1)
<i>Düzyey</i>	<i>C</i>	-2.162(0)	-1.546(0)	-0.161(2)
<i>Birinci Fark</i>	<i>C</i>	-5.483*(0)	-5.362*(1)	-4.263*(1)
<i>Düzyey</i>	<i>C+T</i>	-2.329(0)	-3.383(1)	-0.309(2)
<i>Birinci Fark</i>	<i>C+T</i>	-5.441*(0)	-5.310*(1)	-6.000*(1)

Not: Parantez içindeki değerler Akaike Bilgi Kriteri tarafından belirlenen gecikme sayılarını göstermektedir.

C ve C+T ifadeleri, sırasıyla, trendsiz ve trendli değerleri göstermektedir.

* simgesi, %5 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Tüm serilerin aynı dereceden bütünleşik olması, değişkenlerin uzun dönemli denge ilişkisine sahip olabileceklerini; yani koentegre ilişkiye sahip olabileceklerini gündeme getirmiştir. Bu durumun incelenilmesi amacıyla Johansen Eşbütünleşme Testi uygulanabilir. Maksimum Olabilirlik Yöntemi kullanılarak eş bütünleşik vektörlerin varlığının test edildiği Johansen Yaklaşımı, durağan olmayan serilerin düzey değerleri ve farklarını içeren VAR (Vector Auto Regression) tahmininden oluşmaktadır (Çatık, 2006). Bu sebeple Johansen Yaklaşımının uygulanabilmesi için söz konusu seriler üzerinden VAR Modeli tahmin edilmelidir. Bu doğrultuda, kamu ve özel kesim sabit sermaye yatırımları ile kredi hacminin milli gelir içindeki paylarına yönelik değişkenleri içeren bir

VAR Modeli oluşturulmuştur. Akaike Bilgi Kriterine göre gecikme sayısı belirlenen VAR Modeli'nin katsayılarından oluşan matrisin tüm kökleri birim çemberin içinde yer almaktadır. Bununla birlikte VAR Modeline ilişkin değişen varyans, normal dağılım ve otokorelasyon gibi tanı testleri de Tablo 3'te görüldüğü gibi sorunsuzdur. Başka bir ifadeyle, VAR Modeli'nin durağanlık koşulunu sağladığı ve tüm tanı testlerinden başarıyla geçtiği görülmektedir.

Tablo 3. VAR Durağanlık ve Tanı Testleri

		Kökler	Konum	
	1	0.046	0.613	
	2	0.046	0.613	
	3	-0.59	0.594	
	4	0.340	0.567	
	5	0.340	0.567	
	6	0.343	0.343	
			<i>Ki-Kare ist.</i>	<i>Olasılık</i>
<i>VAR J&B Testi</i>			14.47357	0.9528
<i>VAR Değişen Varyans Testi</i>			84.19312	0.1542
<i>VAR Otokorelasyon LM Testi</i>		<i>Gecikme</i>	<i>LM ist.</i>	<i>Olasılık</i>
		1	4.019283	0.9101
		2	15.68476	0.0738

Bu doğrultuda, uygulanan Johansen Eş Bütünleşme Testi neticesinde elde edilen Max. Öz Değer ve İz Testi sonuçları Tablo 4'te yer almaktadır. İz Testi bulguları, %5 anlamlılık düzeyinde değişkenler arasında bir adet koentegre ilişkinin olduğunu; Maksimum Öz Değer Testi bulguları ise, %5 anlamlılık düzeyinde söz konusu değişkenler arasında herhangi bir koentegre ilişkinin olmadığını göstermektedir. Elde edilen bu çelişkili sonuçlardan kurtulmak adına yapısal kırılmalı birim kök ve eş bütünleşme testlerinin kullanılması faydalı olacaktır.

Tablo 4. Johansen Eşbütünleşme Sınaması Sonuçları

<i>Kısıtlanmamış Eş Bütünleşme Rank Testi (İz)</i>			
Boş Hipotez	Öz Değer	İz İstatistiği	0,05 Kritik Değeri
$r = 0$	0.414	37.289	35.192
$r \leq 1$	0.313	18.563	20.261
$r \geq 2$	0.142	5.378	9.164
<i>Kısıtlanmamış Eş Bütünleşme Rank Testi (Maksimum Öz Değer Testi)</i>			
Boş Hipotez	Öz Değer	Maks. Öz Değer İstatistiği	0,05 Kritik Değeri
$r = 0$	0.414	18.726	22.299
$r = 1$	0.313	13.184	15.892
$r = 2$	0.142	5.378	9.164

2. Yapısal Kırılmalar Altında Birim Kök ve Eş Bütünleşme Sınaması

a. Tek Yapısal Kırılma: Zivot-Andrews Birim Kök Testi

1975-2013 döneminde rejim değişimine sebep olabilecek birçok iktisadi ve politik unsurun olduğu göz önünde bulundurulduğunda, birim kök ve eş bütünleşme ilişkilerinin bu olasılığı dikkate alan testler üzerinden sınanması gerekliliği ön plana çıkmaktadır. Çünkü; olası bir yapısal kırılmanın göz ardı edilmesi, gerek birim kök testlerinin; gerekse de eş bütünleşme sınamalarının güç performansını olumsuz etkileyebilmektedir. Başka bir ifadeyle, yapısal kırılma altında geleneksel testlerin alternatif hipotez geçerliken temel (boş) hipotezi reddedememeleri oldukça olasıdır. Nitekim; ADF birim kök testinin serileri düzey değerlerinde durağan bulmaması ya da Maksimum Öz Değer Testi ile İz Testi'nin %5 anlamlılık düzeyinde farklı sonuçlar vermesi olası bir yapısal kırılmadan kaynaklanıyor olabilir. Bu doğrultuda ilk etapta, serilere tek kırılmayı dikkate alan Zivot-Andrews Birim Kök Testi uygulanmıştır. Bu testin sonuçları Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Zivot - Andrews Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Model	Kırılma Dönemi	Minimum τ İstatistikleri
ln (PI/GDP)	Model A	1999	-4.855(2)*
	Model B	1994	-4.009(2)
	Model C	1999	-4.815(2)
ln (GI/GDP)	Model A	1994	-4.889(1)*
	Model B	2007	-3.855(1)
	Model C	1994	-5.017(1)
ln (CR/GDP)	Model A	2005	-2.181(2)
	Model B	2007	-3.855(1)
	Model C	1994	-5.017(1)

Not: Model A, Model B ve Model C sırasıyla Sabitte, Trendde, Hem Sabitte Hem Trendde kırılmanın olduğu modelleri temsil etmektedir.

* simgesi, %5 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Parantez içindeki değerler Akaike Bilgi Kriteri tarafından belirlenen gecikme sayılarını ifade etmektedir.

Tek yapısal kırılmaya izin veren Zivot - Andrews Birim Kök Testinin boş hipotezi, birim kökün varlığına işaret etmektedir ve özel kesim yatırımlarında 1999 yılında; kamu kesimi yatırımlarında ise 1994 yılında sabitte bir yapısal kırılmanın olduğunu gösteren A Modelleri haricinde, her üç değişken için de tüm modellerde boş hipotez %5 anlamlılık düzeyinde reddedilememektedir. Bu nedenle, serilerdeki yapısal kırılmaların geleneksel ADF Birim Kök Testi sonuçlarına önemli ölçüde etkilemediği; tüm değişkenlerin birinci dereceden bütünleşik olduğu söylenebilir. Dolayısıyla serilerde yaşanan yapısal kırılma, serilerin birim kök süreci taşıdıkları olgusunu değiştirmemiştir. Dolayısıyla, seriler arasında yapısal kırılma altında uzun dönemli bir ilişkinin olup

olmadığının tespit edilmesi gerekmektedir. Bu amaçla, tek yapısal kırılmaya izin veren Gregory - Hansen Eş Bütünleşme Testi uygulanmıştır. Buna ilişkin ADF*, Z_t^* ve Z_α^* test istatistikleri ve kırılma dönemleri Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Gregory-Hansen Eş Bütünleşme Testi Sonuçları

Model	Kırılma Dönemi	ADF*, Z_t^* ve Z_α^* İstatistikleri	
Sabitte Değişim	1999	ADF*	-4.19(0)
	1999	Z_t^*	-4.24(0)
	1999	Z_α^*	-24.80(0)
Sabitte ve Trendde Değişim	1985	ADF*	-5.41(0)
	1985	Z_t^*	-5.52(0)
	1985	Z_α^*	-33.72(0)
Rejim Değişimi (Hem Sabitte Hem Eğiminde)	1999	ADF*	-4.24(0)
	1999	Z_t^*	-4.29(0)
	1999	Z_α^*	-24.98(0)

Not: Parantez içindeki değerler, maks. lag (5) üzerinden Akaike Bilgi Kriteri'ne göre saptanmış gecikme sayılarını ifade etmektedir.

ADF*, Z_α^* ve Z_t^* simgeleri sırasıyla ADF Birim Kök Testi ve Phillips'in Z_α ve Z_t Testlerinin bilinmeyen bir zamandaki rejim değişikliğine izin verecek şekilde Gregory - Hansen (1996) tarafından genişletilmiş formlarını ifade etmektedir.

Alternatif Modeller için elde edilen istatistikler, Gregory - Hansen (1996) çalışmasındaki ilgili kritik değerlerle mukayese edilmiştir.

Sabitte ve Trendde Değişimi dikkate alan model dışındaki tüm modellerde hesap edilen istatistikler %5 anlamlılık düzeyinde mutlak değer olarak kritik değerlerden küçük olduğundan Gregory - Hansen Eş Bütünleşme Testi'ne göre, özel kesim sabit sermaye yatırımlarının, kamu kesimi sabit sermaye yatırımlarının ve kredi hacminin gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payları arasında uzun dönemli bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte, Sabitte Değişim ile Rejim Değişiminin dikkate alındığı modeller, 1999 yılında; Sabitte ve Trendde Değişimin dikkate alındığı ikinci model ise, 1985 yılında yapısal bir kırılmanın olduğuna işaret etmektedir. Sonuç olarak Gregory - Hansen Eş Bütünleşme Testi, Johansen Metodolojisi'ne dayalı Maksimum Öz Değer Testi ile benzer bir sonuç vermekle birlikte; İz Testi'nin aksine değişkenler arasında uzun dönemli bir eş bütünleşme ilişkisinin olmadığı bulgusuna işaret etmektedir.

b. İki Yapısal Kırılma: Clemente, Montanes, Reyes (CMR) Birim Kök Testi

Nasıl ki; tek bir yapısal kırılma olması halinde, geleneksel eş bütünleşme testleri alternatif hipotez geçerliken boş hipotezi reddedemeyebiliyorsa; birden fazla yapısal kırılmanın olması durumunda, tek kırılmayı dikkate alan Zivot-Andrews Birim Kök Testi ve Gregory-Hansen Eş Bütünleşme Testi'nin de benzer bir şekilde güç kaybı yaşayacağı göz önünde bulundurulmalıdır. Nitekim kırılma

noktası iki iken, Gregory ve Hansen (1996) tarafından geliştirilen test istatistikleri yanlış belirleme sorununa sebep olmaktadır ve performansları yetersiz kalmaktadır (Maki, 2012). Benzer bir süreç birim kök sınamaları açısından da geçerlidir. Nasıl ki bir yapısal kırılmanın varlığı halinde ADF Testi birim kökün varlığına işaret eden boş hipotezi reddedememe başarısızlığına düşüyorsa; iki kırılmanın olması halinde, bir kırılmaya izin veren birim kök testlerinin de benzer bir başarısızlığa düşmesi muhtemeldir. Çünkü, çok fazla kırılma olduğunda güç kaybı düşüşüne bağlı olarak kritik değerler artmaktadır (Ben-David vd., 2003).

Bu doğrultuda, Perron ve Vogelsang (1992) Yaklaşımına dayalı olarak Clemente vd. (1998) tarafından geliştirilen ve serilerin ortalamasında iki olası yapısal kırılmanın varlığına izin veren Clemente, Montanes, Reyes (CMR) Birim Kök Testi kullanılabilir. Bu testin boş hipotezi, "yapısal kırılma altında birim kök vardır"; alternatif hipotezi ise, "kırılma altında durağandır" şeklindedir. Clemente, Montanes ve Reyes (1998), Perron ve Vogelsang (1992)'in geliştirdiği test istatistiklerini serilerin ortalamasında meydana gelen iki yapısal değişime izin verecek şekilde genişlettikleri çalışmalarına birim kök hipotezini sınavabilmek adına aşağıdaki modeli tahmin ederek başlamışlardır:

$$y_t = \mu + \rho y_{t-1} + \delta_1 DTB_{1t} + \delta_2 DTB_{2t} + d_1 DU_{1t} + d_2 DU_{2t} + \sum_{i=1}^k c_i \Delta y_{t-i} + e_t$$

Burada, birinci ve ikinci kırılma (λ_1 ve λ_2) noktaları, $((k+2)/T, (T-1)/T)$ aralığında değerler almaktadır. Ayrıca, DU ve DTB değişkenleri 0 ve 1 değerlerini alan kukla değişkenleri ifade etmektedir. DTB_t kukla değişkeni $t = TB_i + 1$ ($i=1,2$) iken 1, diğer durumda 0 değerini almaktadır. DU_{it} kukla değişkeni ise, $t > TB_i$ ($i=1,2$) iken 1, diğer durumda 0 değerini almaktadır. Bu modelin tahmin edilmesi neticesinde elde edilecek artıklar üzerinden $\rho = 1$ hipotezinin test edilebilmesi için t istatistiğinin minimum değer aldığı nokta araştırılmakta ve bulunan istatistik araştırmacılar tarafından geliştirilen kritik değerler tablosu ile mukayese edilmektedir. Eğer, elde edilen t istatistiği kritik değerden mutlak anlamda büyükse, birim kökün varlığına işaret eden boş hipotez reddedilebilmektedir.

CMR Birim Kök Sınamasının bulguları Tablo 7'de gösterilmiştir. Bu sonuçlara göre; özel kesim sabit sermaye yatırımlarının gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payı ile kredi hacminin gayri safi yurtiçi hasıla içindeki oranına ilişkin değişkenler için %5 anlamlılık düzeyinde birim kök vardır boş hipotezi reddedilememekte; buna karşın kamu sabit sermaye yatırımlarının gayri safi yurtiçi hasıla içindeki oranına ilişkin değişken için %5 anlamlılık düzeyinde boş hipotez reddedilmektedir. Bu durum kamu yatırım değişkeninin birim köke sahip olmadığını; başka bir açıdan birim kökün varlığına işaret eden ADF ve Zivot-Andrews birim kök sınamalarının iki adet yapısal kırılma altında güç kaybı yaşadığını göstermektedir. Elde edilen bulgular, geleneksel birim kök testleri ile yapısal kırılmalı birim kök testlerinin sonuçları arasında tutarsızlık olduğuna işaret etmektedir. ADF ve Zivot-Andrews birim kök sınamalarının aksine; CMR

birim kök sınavına göre, dikkate alınan değişkenler farklı dereceden (özel kesim sabit sermaye yatırımları ile özel sektöre yönelik düzenlenen toplam kredi hacminin gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payına ilişkin değişkenler birinci dereceden bütünleşik iken kamu kesimi sabit sermaye yatırımlarının gayri safi yurtiçi hasıla içindeki payına ilişkin değişken düzeyde durağandır) bütünleşiktir.

Tablo 7. Clemente-Montanes-Reyes (CMR) Birim Kök Sınavması

Değişkenler	du ₁	du ₂	Kırılma Dönemi	rho(ρ) - 1 (t-stat)
ln (PI/GDP)	0.22 [0.000]	-0.12 [0.039]	1989 1999	-0.60 (-4.784)
ln (GI/GDP)	-0.38 [0.000]	-0.06 [0.255]	1991 2004	-0.98 (-6.756)
ln (CR/GDP)	-0.4 [0.020]	0.88 [0.003]	1981 2007	2.35 (3.101)

Not: CMR Testi kritik değeri %5 anlamlılık düzeyinde -5.490'dır.

Böylesi bir durumda geleneksel eş bütünleşme testleri yerine farklı dereceden bütünleşik olabilecek seriler arasında uzun dönemli bir ilişki olup olmadığını inceleyebilen ARDL (Autoregressive Distributed Lag) Sınır Testi uygulanabilir. Çünkü, Pesaran ve Shin (1999)'da geliştirilmiş olan ARDL yaklaşımı, değişkenlerin yalnızca I(0), I(1) ya da karşılıklı olarak eş bütünleşik olup olmadıklarına bakılmaksızın uygulanabilmektedir (Pesaran vd., 2001). Bu yaklaşımın temelindeki test istatistiği, koşullu sınırlanmamış denge hata düzeltme modelinde (ECM), değişkenlerin gecikmeli değerlerinin anlamlılığının test edilmesinde kullanılan Genelleştirilmiş Dicky-Fuller tipi bir regresyondaki Wald ya da F-istatistiği ile benzerdir (Pesaran vd., 2001). ARDL Modelinin çalışmaya uyarlanmış formu şu şekilde gösterilebilir:

$$\Delta \ln \left(\frac{PI}{GDP} \right) = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m \alpha_{1i} \Delta \ln \left(\frac{PI}{GDP} \right)_{t-i} + \sum_{i=1}^m \alpha_{2i} \Delta \ln \left(\frac{GI}{GDP} \right)_{t-i} + \sum_{i=1}^m \alpha_{3i} \Delta \ln \left(\frac{CR}{GDP} \right)_{t-i} + \alpha_4 \ln \left(\frac{PI}{GDP} \right)_{t-1} + \alpha_5 \ln \left(\frac{GI}{GDP} \right)_{t-1} + \alpha_6 \ln \left(\frac{CR}{GDP} \right)_{t-1} + u_t$$

Bu aşamada, değişkenler arası uzun dönemli eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığı $H_0: \alpha_4 = \alpha_5 = \alpha_6 = 0$ olarak gösterilebilecek olan ve uzun dönemli ilişki yoktur anlamına gelen boş hipotezin sınanmasıyla belirlenmektedir. Yıllık verilerin kullanılması ve gözlem sayısının sınırlı olması sebebiyle maksimum 4 gecikmeye kadar yapılan tahmin neticesinde, gecikme uzunluğunun (m) Akaike Bilgi Kriterine göre belirlendiği ARDL Sınır Testi bulguları Tablo 8'de yer almaktadır. Farklı dereceden bütünleşik değişkenler arası uzun dönemli

eşbütünlük ilişkisinin olup olmadığının analiz edilmesi amacıyla ARDL Sınır Testi kapsamında hesaplanan F istatistiğinin alt kritik değerlerden (I0) daha küçük olduğu görülmektedir. Bu durum, analiz edilen değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisinin olmadığını göstermektedir.

Tablo 8. ARDL Sınır Testi

F İstatistiği	k	%1 Sınır Kritik Değerleri		%5 Sınır Kritik Değerleri	
		I0	I1	I0	I1
3.46	2	4.99	5.85	3.88	4.61

Not: k, bağımsız değişken sayısını; I0 ve I1 ise Pesaran vd. (2001) tarafından sabit ve trend içeren IV. Durum kapsamında elde edilmiş olan kritik değerleri ifade etmektedir. Gecikme uzunluğunun (m) belirlenmesinde Akaike Bilgi Kriteri dikkate alınmış olup 2.67 (p-olasılık: 0.2627) olarak hesap edilen Breush-Godfrey LM Test istatistiğine göre modelde ardışık bağımlılık sorunu yoktur.

Değişkenler arası kısa dönemli ilişkinin analiz edilebilmesi adına ise, bu değişkenlerin durağan oldukları dereceden regresyon analize tabi tutulmaları gerekmektedir. Özel kesim sabit sermaye yatırımlarının ve kredi hacminin milli gelir içindeki payına ilişkin değişkenlerin birinci farkının; kamu sabit sermaye yatırımlarının milli gelir içindeki payına ilişkin değişkeninse düzey değerlerinin dikkate alınmasıyla kurgulanan ve EKK Yöntemi'ne dayalı olarak tahmin edilen modelinin bulguları Tablo 9'da yer almaktadır.

Tablo 9. Klasik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken: D(PI/GDP)	
C	-0,62*** (0.1813)
GI/GDP	0,31*** (0.0802)
D(CR/GDP)	0,26*** (0.0636)
TREND	0,005* (0.0026)

Diagnostik Testler ve Değerlendirme Kriterleri

Jarque & Berra (JB) Test	0.075163 [0.9631]
White Test	0.762231 [0.8585]
Breusch-Godfrey LM Test	2.042987 [0.3601]
Ramsey RESET Test	0.257128 [0.6121]
R ²	0.49

Not: *, **, *** simgeleri sırasıyla %10, %5 ve %1 olmak üzere anlamlılık düzeylerini, parantez içindeki değerler standart hataları; köşeli parantez içindeki değerler p-olasılık değerlerini ifade etmektedir.

Tanı testlerinden başarıyla geçen modelden elde edilen sonuçlar tüm değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı ve öngörülen etkileri taşıdıklarını göstermektedir. Bulgular, kamu sabit sermaye yatırımlarının özel kesim sabit sermaye yatırımları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkiye sahip olduğu, başka bir ifadeyle, kamu-özel kesim yatırım harcamaları arasında çekme etkisinin (crowding-in) ön planda olduğu yönündedir. Bununla birlikte, özel sektöre yönelik tahsis edilen toplam kredi hacminin de yatırım kararları üzerinde, teorik öngörülere uygun bir şekilde, pozitif etkilere sahip olduğu görülmektedir. Son olarak, trend değişkeninin istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif olması, özel kesim yatırımlarının belli bir trend dahilinde artarak birikim gösterdiğini ön plana çıkarmaktadır.

SONUÇ

Kamu harcamaları iktisadi büyümenin önemli bir dinamiğini ifade etmektedir. Ancak, kamu harcamalarının iktisadi büyüme üzerindeki doğrudan etkilerinin yanı sıra özel kesim yatırımları üzerinden sergilediği dolaylı etkilerine (çekme ya da dışlama) yönelik görüşler teorik yönden oldukça tartışmalıdır. Nitekim bu tartışmalı görüşlerle paralel bir şekilde, Türkiye'de kamu-özel kesim yatırımları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların bulgularının oldukça çeşitlilik sergilediği görülmektedir. Bu durumun muhtemel sebeplerinden biri çalışmaların neredeyse tamamında, tek yapısal kırılmayı dikkate alan Cural vd. (2012) haricinde, yapısal kırılmaları dikkate almayan geleneksel birim kök ve eş bütünleşme testlerinin uygulanmış olmasıdır. Çünkü, literatürde yaygın uygulama alanı bulan Johansen Test (1987) gibi artıklara dayalı koentegrasyon testlerinin temel varsayımı koentegre vektörünün analiz dönemi boyunca aynı kalmasıdır. Fakat; özellikle makro değişkenler arası uzun dönemli ilişkilerde, iktisadi ve politik krizler gibi bir takım faktörlerden dolayı yapısal değişimlerin (kırılmaların) olması, analiz döneminin genişliğiyle doğru orantılı olacak şekilde, oldukça olası bir durumdur. Bu sebeple, böylesi bir potansiyelin birim kök analizlerinde ve koentegrasyon tespitinde de göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Aksi takdirde geleneksel testler, yapısal kırılmalar altında, güç kaybı göstererek yanıltıcı sonuçlar verebilecektir. Benzer bir durum, birden fazla yapısal kırılmanın varlığı halinde, tek yapısal kırılmayı dikkate alan testler açısından da geçerlidir.

Çalışma kapsamında dikkate alınan 1975–2013 döneminde gerçekleştirilen kamu sabit sermaye yatırımları ile özel kesim sabit sermaye yatırımlarının seyrinde iktisat politikalarındaki değişimlerden ya da iktisadi krizlerden kaynaklanan yapısal kırılmaların olması oldukça muhtemeldir. Bu sebeple, kamu yatırım harcamalarının özel kesim sabit sermaye yatırımları üzerindeki dolaylı etkilerinin (çekme ya da dışlama etkisi) analiz edilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, yapısal kırılmaları dikkate almayan geleneksel birim kök ve eş bütünleşme testlerinin yanı sıra sırasıyla tek ve iki yapısal

kırılmayı dikkate alan birim kök ve eş bütünleşme testleri uygulanmıştır. Her ne kadar, tek yapısal kırılmayı dikkate alan Zivot-Andrews Birim Kök sınaması ile yapısal kırılmaları dikkate almayan ADF Birim Kök sınamasının sonuçları benzerlik gösterse de; iki yapısal kırılmayı dikkate alan CMR Birim Kök Sınamasının bulguları farklılık göstermektedir. Her ne kadar Johansen ve Gregory-Hansen Eş Bütünleşme Testi bulguları, analiz edilen değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğuna dikkat çekse de CMR Birim Kök Sınaması bulguları doğrultusunda uygulanan ARDL Sınır Testi sonuçları, Türkiye örneğinde ve 1975-2013 dönemi kapsamında, kamu yatırım harcamaları ile özel kesim yatırım harcamaları arasında uzun dönemli bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle, yapısal kırılmalarının göz önünde bulundurulması neticesinde, elde edilen ampirik bulguların tamamen değiştiği; bu yönüyle çalışmanın ampirik literatürdeki diğer çalışmalardan da farklılaştığı söylenebilir. Bununla birlikte, değişkenler arası kısa dönemli ilişkiyi göstermesi adına uygulanan Klasik Regresyon Analizi bulguları ise, kamu yatırım harcamalarının özel kesim yatırım harcamaları üzerinde pozitif etkilere sahip olduğunu, başka bir ifadeyle, kamu-özel kesim yatırımları arasında bir çekme etkisinin olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgular, kamu sabit sermaye yatırımlarının doğrudan etkilerinin yanı sıra özel kesim sabit sermaye yatırımları aracılığıyla iktisadi büyümenin önemli bir dinamiğini oluşturduğunu göstermektedir. Ancak, bu dolaylı etkilerin kısa dönemli olduğu ve boyutlarının kamu yatırım harcamalarının niteliğine göre değişebileceği göz ardı edilmemelidir. Dolayısıyla, kamu sabit sermaye yatırımları sürekli ve düzenli bir politika aracından ziyade ekonominin genel durumuna ve konjonktürel dalgalanmalara göre devreye sokulması gereken tamamlayıcı ve dengeleyici bir unsur olarak ele alınması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Alegre, J. G. (2012). An Evaluation of EU Regional Policy. Do Structural Actions Crowd Out Public Spending?, *Public Choice*, 151(1), 1-21. **Doi: 10.1007/s11127-010-9731-5**
- Altay, N. O. ve Altın, O. (2008). Türkiye'de Kamu Harcamalarının Ekonomik Büyüme ve Yatırımlar Üzerine Etkilerinin Analizi (1980-2005), *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8(1), 267-285.
- Altunç, F. ve Şentürk, B. (2010). Türkiye'de Özel Yatırımlar ve Kamu Yatırımları Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi: Sınır Testi Yaklaşımı, *Maliye Dergisi*, 158, 531-546.
- Atukeren, E. (2006). *Politico-Economic Determinants of the Crowding-in Effects of Public Investments in Developing Countries*, *ETH Working Papers No 126*. **Doi: 10.2139/ssrn.881557**
- Başar, S., Polat, Ö. ve Olutlular, S. (2011). Crowding Out Effect of Government Spending on Private Investments in Turkey: A Cointegration Analysis, *Journal of the Institute of Social Science*, 8, 11-20. Başar, S. ve Temurlenk, M. S. (2007). Investigating Crowding-Out Effect of Government Spending for Turkey: A Structural VAR Approach, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(2), 95-104.

- Ben-David, D., Lumsdaine, R. L. ve Papel, D. H. (2003). Unit Roots, Postwar Slowdowns and Long-Run Growth: Evidence from Two Structural Breaks, *Empirical Economics*, 28(2), 303-319. **Doi: 10.3386/w6397**
- Bilgili, F. (2003). *Dynamic Implications of Fiscal Policy: Crowding-out or Crowding-in*, MRPA Paper No: 24111.
- Campos, J., Ericsson, N. R. ve Hendry, D. F. (1996). Cointegration Tests in the Presence of Structural Breaks, *Journal of Econometrics*, 70(1), 187 – 220.
- Clemente, J., Montanes, A. ve Reyes, M. (1998). Testing for A Unit Root in Variables with A Double Change in the Mean, *Economic Letters*, 2 (59), 175 - 182.
- Cural, M., Eriçok, R. E. ve Yıllancı, V. (2012). Türkiye'de Kamu Yatırımlarının Özel Sektör Yatırımları Üzerindeki Etkisi: 1970-2009, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 73-88.
- Çatık, A. N. (2006). *Yapısal Kırımlar Altında Para Talebinin İstikrarı: Türkiye Örneği*, *Ege University Working Papers in Economics*, 6(11), 1-16.
- Erden, L. ve Holcombe, R. G. (2005). The Effects of Public Investment on Private Investment in Developing Economies, *Public Finance Review*, 33(5), 575- 602. **Doi: 10.1177/1091142105277627**
- Gjini, A. ve Kukeli, A. (2012). Crowding-Out Effect of Public Investment on Private Investment: An Empirical Investigation, *Journal of Business & Economics Research*, 10(5), 269-276. **Doi: 10.19030/jber.v10i5.6978**
- Gujarati, D.N. ve Porter, D.C. (2012). *Temel Ekonometri*. İstanbul: Literatür.
- Günaydın, İ. (2006). Türkiye'de Kamu ve Özel Yatırımlar Arasındaki İlişki: Ampirik Bir Analiz, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 177-195.
- Gregory, A. W. ve Hansen, B. E. (1996). Test for Cointegration in Models with Regime and Trend Shifts, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 58(3), 555-560. **Doi: 10.1111/j.1468-0084.1996.mp58003008.x.**
- Gregory, A. W. ve Hansen, B. E. (1996). Residual – Based Tests for Cointegration in Models with Regime Shifts, *Journal of Econometrics*, 70, 99-126. Hansen, P. R. (2003). Structural Changes in the Cointegrated Vector Autoregressive Model, *Journal of Econometrics*, 114(2), 261-295. **Doi:10.1016/S0304-4076(03)00085-X**
- Hatano, T. (2010). Crowding-in Effect of Public Investment on Private Investment, *Public Policy Review*, 6(1), 105-120.
- Hatemi-J, A. (2008). Tests for Cointegration with Two Unknown Regime Shifts with an Application to Financial Market Integration, *Empirical Economics*, 35(3), 497-505. **Doi: 10.1007/s00181-007-0175-9**
- John, G, Nelson, P. ve Reetu, V. (2007). Unit Root Tests and Structural Breaks: A Survey with Applications, *Revista de Metodos Cuantitativos Para 'la Economía Y La Empresa*, 3, 63-79
- Kalem, A. (2015). Türkiye'deki Kamu Yatırımlarının Özel Sektör Yatırımlarına Etkisinin İncelenmesi, *T.C. Kalkınma Bakanlığı Uzmanlık Tezi*, Yayın No: 2922.
- Karagöl, E. (2004). A Disaggregated Analysis of Government Expenditures and Private Investments in Turkey, *Journal of Economic Cooperation*, 25(2), 131-144. <http://www.sesrctic.org/files/article/110.pdf>
- Kunimitsu, Y. (2005). Direct and Indirect Effects of Public Infrastructure on Regional Economic Growth in Japan: An Application of the Covariance Structure Model by Geographical Classification Area, *National Institute for Rural Engineering*, 1-19. **Doi:10.1111/j.1467-9787.1987.tb01171.x**
- Kuştepe, Y. (2005). Effectiveness of Fiscal Spending: Crowding-out and/or Crowding-in?, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 12(1), 185-192.
- Maki, D. (2012). Tests for Cointegration Allowing for an Unknown Number of Breaks, *Economic Modelling*, 29(5), 2011 – 2015. **Doi:10.1016/j.econmod. 2012.04.022**

- Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to the Level Relationship, *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289 - 326. Analysis of
- Serven, L. (1996). Does Public Capital Crowd Out Private Capital? Evidence from India, *The World Bank Policy Research Working Paper 1613*, 1-36. Doi: **10.1596/1813-9450-1613**
- Şimşek, M. (2003). Kamu Harcamalarının Özel Yatırımlara Etkileri, 1970-2001, *C.Ü İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 1-20. C.Ü İktisadi
- Tülümce, S. Y. ve Buyrukoğlu, S. (2013). Türkiye'de Kamu ve Özel Yatırımlar Arasındaki İlişkinin Ampirik Analizi: Dışlama Etkisi (1980-2010), *Mali Çözüm Dergisi*, 59-78.
- Uysal, D. ve Mucuk, M. (2003). Crowding-Out (Dışlama) Etkisi: Türkiye Örneği (1975-2000), *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5, 159-171.
- Yavuz, N. Ç. (2005). Türkiye'de Kamu Harcamalarının Özel Sektör Yatırım Harcamalarının Dışlama Etkisinin Testi (1980-2003), *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 20(1), 269-284.
- Zivot, E. ve Andrews, D.W.K. (1992). Further Evidence on the Great Crash, the Oil-Price Shock, and the Unit Root Hypothesis, *Journal of Business & Economic Statistics*, 10(3), 251-270. Doi:**10.1080/07350015.1992.10509904**

SUMMARY

The one of the fundamental dynamics of the economic growth is public fixed capital investment and it has different effects on growth such as directly and indirectly. It's direct effects are associated with providing of new capital on nation's production process; it's indirect effects stands for crowding-in or crowding-out effects on private investments. Although, there is a consensus on direct effects of public investments, it's indirect effects via private investments are highly controversial in literature. These debates depend on two main theoretical perspectives: Neoclassical and Keynesian perspective. According to Neoclassical School, when the government expenditures financed by debt, it leads to rise in interest rates caused by extra fund demand and therefore, the costs of private investments have increased. Hence, government expenditures have exhibited crowding-out effect on private investments. On the other hand, Keynesian School argue that public investments such as infrastructure, social security, education, defense and health services create positive externalities and increase private investment by induced disposable income. Also, thanks to improve quality of infrastructure services and transportation costs, public investments improve effectiveness and profitable of private investments. Thus, public investments have crowding-in effect on private investments.

There are several empirical findings as well as theoretical debates in national and international literature. Some of these studies emphasize crowding-in effect; others show crowding-out effect between public and private investments especially in Turkey. The one of the reason of this variety is that studies applied traditional unit root and cointegration tests which ignore structural breaks. Since, the power of these tests might decrease in the presence of structural breaks. For this purpose, in this study which analyzed the relationship between public and

private investment expenditure such as crowding-in or crowding-out over 1970-2013 period in Turkey, Unit Root Tests taking into account the structural breaks such as Zivot - Andrews Unit Root Test (One Break) and CMR Unit Root Test (Two Break) was applied. Because, the possibility of structural breaks which might caused by economic and political crisis over this period is high. While there isn't important differences between findings of traditional unit root test (ADF) and Zivot - Andrews Unit Root Test taking into consideration one break, the important differences in findings of CMR Unit Root Test with two breaks was detected. According to CMR Test, dependent variable and independent variables aren't stationary at same level. ARDL Bounds Test which to construct in terms of these findings indicates that there is no long-run relationship between public investment expenditures and private fixed investments contrary to general findings in literature. However, these variables must be investigated in their different stationary level for short-run analysis. Classic Regression Analysis which to construct for this purpose indicates that public investment expenditures have exhibited crowding-in effect on private investment expenditure in short-run. It is parallel with Keynesian Perspective. According to other findings of model, stock of credit to private sector affects private investments positively and private fixed investment expenditures have exhibited cumulative accumulation.

Para Politikasının Kredi Faiz Oranlarına Geçişkenliği Üzerine Dinamik Bir Analiz: Türkiye Örneği*

Nilgün ÇAĞLARIRMAK USLU**

Pınar KARAHAN***

ÖZ

Bu çalışmada, 2002:01-2014:12 dönemi için, Türkiye’de para politikasının banka faiz oranlarına geçişkenliği incelenmiştir. Bu doğrultuda, eşbütünleşme ilişkisi Pesaran vd. (2001) tarafından önerilen Sınır Testi yaklaşımıyla incelenmiş ve politika faiz oranı ile ihtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranı arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Eşbütünleşme ilişkisi bulunduktan sonra, seriler arasında uzun ve kısa dönem ilişkinin belirlenmesi amacıyla ARDL modelleri kurulmuştur. Son olarak, politika faizinin ihtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranı üzerindeki etkisi dinamik olarak Kalman Filtresi yöntemiyle incelenmiştir. Kalman Filtresi sonuçları, kredi faiz oranlarının bazı dönemlerde aşağı yönlü katılık sergilediğini göstermiştir. Analiz sonuçları, incelenen dönemde en yüksek geçişkenliğin ihtiyaç kredisi faiz oranında bulunduğunu ve politika faiz oranının kredi faiz oranları üzerindeki dinamik etkisinin genel olarak 2008 yılına kadar azaldığı ve küresel finans krizi sonrası daha istikrarlı olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Faiz Oranı Geçişkenliği, Sınır Testi, Kalman Filtresi
JEL Sınıflandırması: E43, F32, C32.

A Dynamic Analysis on Pars-Through of Monetary Policy to Loan Rates: The Case of Turkey

ABSTRACT

In this paper, we investigated that the pass-through from policy interest rate to loan rates for the period 2002:01-2014:12 in Turkey. Accordingly, using Bound test approach proposed by Pesaran et al. (2001), we investigated co-integration relationship and found long run co-integration relationship between money market rate and cash, automobile and house loan rates. After detecting co-integration relationship, the short and long term relationship between the money market rate and cash, automobile and house loan rates were analyzed by employing ARDL model. Finally, we analyzed the effect of money market rate on cash, automobile and house loan rate dynamically employing Kalman Filter model. Empirical results suggest that cash loans have the highest pass-through adjustment and the dynamic effects of the policy rate on the loan rates generally has decreased until 2008 and is more stable after the global financial crisis.

Key Words: Interest Rate Pass-Through, Bound Test, Kalman Filter.
JEL Classification: E43, F32, C32.

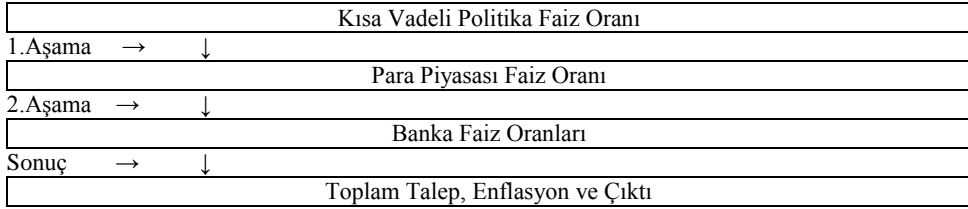
* Bu makale “Para Politikasının Banka Kredi Kanalı Yolu İle Reel Etkileri ve Banka Kredi Faiz Oranlarına Geçişkenliği: Türkiye Örneği” başlıklı Doktora tezinden (Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, 2016) üretilmiştir. Bu tez çalışması Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri kapsamında (Proje No: 1406E302) desteklenmiştir.

** Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi, İktisat Fakültesi ncaglarirmak@anadolu.edu.tr

*** Dr. pkarahan@anadolu.edu.tr

GİRİŞ

Merkez bankasının politika uygulamaları sonrasında para piyasası faiz oranı bu uygulamalardan etkilenir. Bu durumda, ticari bankalar para piyasası faiz oranındaki değişiklik sonucu oluşan maliyetleri, faiz oranlarına transfer ederler. Bu süreç “faiz oranı geçişkenliği” olarak adlandırılır. Banka faiz oranları, fon arz eden ve talep edenlerin davranışlarını direkt olarak etkilemekte ve bu etki sırasıyla ekonomik büyümeyi, enflasyonu ve para politikasının başarısını belirlemektedir. (Wang ve Lee, 2009). Para politikası veya para piyasası faiz oranından banka faiz oranlarına geçiş hızı ve derecesi olarak tanımlanan faiz oranı geçişkenliğinin (yansıması) bire eşit olması faiz oranı geçişkenliğinin tam olduğu; birden küçük olması faiz oranı geçişkenliğinin eksik veya yavaş olduğu anlamına gelmektedir. Faiz oranı geçiş mekanizması iki aşamaya ayrılmaktadır.



Para politikası etkinliğini ilk olarak, para politikası faiz oranındaki değişikliklerin piyasa faiz oranlarına nasıl transfer edildiği ve ikinci olarak banka faiz oranlarının piyasa faiz oranlarındaki değişimlerden nasıl etkilendiği belirlemektedir (Égert ve Macdonald, 2008). Uygulamada, ilk aşamadaki geçişin tam olduğu kabul edilmesine karşın ikinci aşamadaki geçişin tam olmadığına ilişkin literatürde çok sayıda çalışma yer almaktadır. Faiz oranı geçiş mekanizması aşamalarında ortaya çıkan aksaklıklar, para politikasının ekonominin reel kesimini etkileme kabiliyetini etkilemektedir.

Asimetrik bilgi problemlerinin olmadığı, bankalar arası rekabet düzeyinin optimum düzeyde olduğu, uygun makroekonomik koşullar altında bankalar dışında alternatif fon kaynaklarının yoğun olarak bulunduğu bir piyasada, para politikası faiz oranının banka faiz oranlarına hızlı ve simetrik yapıda yansıması beklenmektedir. Mevcut piyasa koşulları göz önüne alındığında, politikası faizi banka faiz oranlarına aynı yönde ve oranda yansımayabilir. Asimetrik geçişkenlik anlamına gelen bu durumda, banka faiz oranları politika faizindeki değişikliklere yukarı veya aşağı yönde değişmekte direnç gösterebilir.

Bu çalışma, Türkiye’de para politikası faiz oranının kredi talebinin en önemli belirleyicilerinden olan banka kredi faiz oranları üzerindeki dinamik etkisini analiz etmektedir. Bu amaçla, para politikasının ihtiyaç, konut, taşıt ve ticari kredi faiz oranları üzerindeki etkisi incelenecektir. Türkiye için faiz oranı geçişkenliği konusunda yapılmış az sayıdaki çalışma göz önüne alındığında, kullanılan yöntemin literatüre katkı sağlayacağı umulmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde, faiz oranı geçişkenliğini etkileyen faktörlere ele alınacaktır. Çalışmanın ikinci bölümünde faiz oranı geçişkenliği ile ilgili

yapılmış çalışmalara yer verilecektir. Çalışmanın üçüncü bölümünde ampirik analizde kullanılacak değişkenler ve yöntem anlatılacak, dördüncü bölümde analiz bulguları ortaya konacaktır. Son bölüm olan beşinci bölümde ise, analiz sonuçları değerlendirilip çalışmadan elde ettiği sonuçlar paylaşılacaktır.

I. FAİZ ORANI GEÇİŞKENLİĞİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Faiz oranı katılığı (interest rate stickiness), para politikası faiz oranındaki değişimlerin bankaların kredi ve mevduat faiz oranlarına eksik yansıdığını ifade eden bir kavramdır. Banka faizlerinin para politikası faiz oranındaki değişikliğe asimetrik ayarlanma sergilemesine neden olan iki hipotez vardır. Bunlar danışıklı banka davranışı / danışıklı fiyat düzenlemesi (collusive behavior of banks / collusive pricing arrangement) hipotezi ve ters müşteri reaksiyonu (adverse customer reaction) hipotezidir¹. Para politikası faiz oranı arttığında kredi faiz oranları danışıklı banka davranışı hipotezine göre aşağı yönlü katı olurken; ters müşteri reaksiyonu hipotezine göre yukarı yönlü katı olmaktadır. Danışıklı fiyat düzenlemesi hipotezinde kredi faiz oranlarının aşağı yönlü katılık sergilemesinin ardında yatan sebep bilgi asimetriyelerinden kaynaklanan ters seçim ve ahlaki tehlike problemleridir. Ters müşteri reaksiyonu hipotezinde ise bu sebep bankaların rekabet ortamında faaliyet göstermesidir.

Asimetrik bilgi problemleri, fon talep edenlerin ödünç verenlerden daha fazla bilgiye sahip olmasından kaynaklanmaktadır (Hubbard, 2008). Ters seçim işleminden önce, ahlaki tehlike işleminden sonra ortaya çıkan bilgi asimetriyledir (Mishkin, 2010). Faiz oranlarında bir artış olduğunda ortaya çıkan ters seçim problemi, kredilerini geri ödeme olasılıkları farklı olan farklı borçlanıcıların bir sonucudur. Kredilerinin geri ödenme olasılıkları düşük olan daha yüksek faiz oranı ödemeye gönüllü ödünç alıcılar, daha risklidirler (Claus ve Smith, 1999; Stiglitz ve Weiss, 1981). Daha yüksek faiz oranları piyasaya daha riskli borçlanıcıları çekme ve daha büyük kredi başarısızlıklarına yol açma eğilimindedir (Payne, 2006b). Alternatif olarak, daha yüksek faiz oranları, firmaların daha riskli projelere girmelerine sebep olabilir (ahlaki tehlike). Bu durumla karşılaşan bankalar, fonlarının maliyeti artsa bile kredi faiz oranlarını arttırmamayı seçecekler ve kredi faiz oranları yukarı yönlü katı olacaktır (Lowe ve Rohling 1992).

Literatürde tartışılan, para politikası faiz oranından banka faiz oranlarına geçişin eksik olmasına neden olan faktörleri; para politikası oynaklığı, finansal sistemin gelişmişliği, rekabet düzeyi, makroekonomik koşullar, dönemin uzunluğu, bankacılık sektörünün yapısı olarak sıralayabiliriz. Para politikası faiz oranındaki oynaklık ne kadar yüksekse faiz oranı geçişkenliği de o kadar düşük olmaktadır (Mojon, 2000). Yüksek faiz oranı dalgalanmalarını yansıtan geleceğe ilişkin belirsizliğin artması, bankaların mevcut pozisyonlarını korumayı istemeleri sebebiyle daha düşük geçişkenliğe yol açmaktadır (Egert ve McDonald, 2008).

¹Örneğin Aziakpono ve Wilson (2010), ters müşteri reaksiyonu hipotezini; Panagopoulos vd. (2007), Fadiran (2011), Wang ve Lee (2009), Wang ve Thi (2010) ve Haughton ve Iglesias (2012) danışıklı fiyat düzenlemesi (collusive pricing arrangement) hipotezini destekler sonuçlar bulmuşlardır.

Rekabetin daha az olduğu, piyasaya girişlerde yüksek bariyerlerin olduğu, banka kredilerine alternatif finansal kaynakların olmadığı gelişmemiş piyasalarda, kredi talep esnekliği daha düşüktür ve para piyasasındaki değişikliklere kredi faiz oranları kısıtlı tepkiler vermektedir. (Cottarelli ve Kourelis, 1994).

Faiz oranı geçişkenliğini etkileyen diğer bir faktör makroekonomik koşullardır. Örneğin, hızlı ekonomik büyüme gibi uygun ekonomik koşullar altında bankalar, para politikası faiz oranındaki değişiklikleri kredi ve mevduat faiz oranlarına daha hızlı yansıtmaktadırlar (Egert ve Macdonald, 2008). Bununla birlikte, fiyatların daha sık ayarlandığı yüksek enflasyon dönemlerinde, düşük enflasyon dönemlerine göre faiz oranı geçişkenliği daha yüksek olmaktadır (Mojon, 2000). Döviz kuru esnekliği de faiz oranı geçişkenliğini etkileyen bir makroekonomik faktördür. Saborowski ve Weber, (2013), esnek döviz kuru esnekliğinin, para politikasının temel hedefler için kurulmadığının işareti olabileceğini belirterek, 119 ülke için panel VAR modeli ile yaptıkları çalışmada, daha gelişmiş ekonomilerde daha yüksek geçişkenliğin olmasının temel sebebini, bu ekonomilerin esnek döviz kuru rejimi uygulaması olduğu sonucuna varmışlardır.

Literatürde faiz oranı geçiş mekanizmasına ilişkin yapılmış çalışmaların çoğunda, uzun dönemde kısa dönemden daha yüksek geçişkenlik olduğu tespit edilmiştir². Banka dışı finansal kaynakların uzun dönemde bulunması sebebiyle, kısa dönemde kredi talep esnekliği uzun dönemden daha düşüktür. Bu durum, kredi faiz oranlarının kısa dönemde uzun dönemden neden daha yapışkan olduğunu açıklamaktadır (Cottarelli ve Kourelis, 1994).

Faiz oranı geçişkenliği ile ilgili yapılmış çalışmalarda, bankacılık sektörünün yapısı geçişkenliği etkileyen bir faktör olarak ele alınmaktadır. Gambacorta (2004), bankaların yükümlülük yapısının faiz oranı geçişkenliğini etkilediğini tespit etmiştir. Çalışmada, parasal şok karşısında; uzun dönem kredi oranları yüksek, daha likit ve daha iyi kapitalize olmuş bankaların para politikasına daha az tepki verdiği belirlenmiştir. Weth (2002), büyük ölçekli bankaların küçük ölçekli bankalara göre kredi faizlerini daha hızlı ayarladıklarını tespit etmiştir³. Bu durum, küçük ölçekli bankaların müşterilerinin banka kredilerine daha bağımlı olması ve büyük ölçekli bankaların para politikası değişikliği durumunda sermaye piyasalarından borçlanıp bu değişikliği telafi edebileceklerinden kredi faiz oranlarını daha hızlı ayarlayabilecekleri şeklinde açıklanmıştır.

II. LİTERATÜR

Literatürde faiz oranı geçişkenliği ile ilgili çalışmalar üç kısma ayrılmaktadır (Toolsema vd., 2002). Bu çalışmalarda ilki, faiz oranı katılığının teorik olarak açıklanması⁴, ikincisi ülkeler arasında faiz oranı katılığının

²Örneğin De Bondt (2002), De Bond (2005), Cottarelli ve Kourelis (1994); Borio ve Fritz (1995), Donnay ve Degryse (2001), Toolsema vd., (2002), Mojon (2000).

³Pereira ve Filho (2013), büyük ölçekli bankaların küçük ölçekli bankalara göre para politikası şoklarına daha fazla reaksiyon gösterdiğini teyit etmiştir

⁴Faiz oranı katılığını teorik olarak açıklayan yaklaşımlar: Stiglitz ve Weiss, (1981), Cottarelli ve Kourelis (1994), Klemperer, (1987) ve Fried ve Howitt (1980).

derecesinin açıklanması⁵, üçüncüsü ise faiz oranı katılığı ve finansal yapı arasındaki ilişkinin açıklanmasıdır⁶. Faiz oranı geçiş mekanizmasına ilişkin çalışmalar literatürde geniş bir yer tutmasına karşın Türkiye’de konu ile ilgili yapılmış az sayıda çalışma mevcuttur. Aşağıda faiz oranı geçişkenliği ile ilgili yapılmış bazı çalışmalar özetlenmiştir.

Payne (2006a, 2006b, 2007), Enders ve Siklos’un MTAR (momentum threshold otoregressive) modelini kullanarak, Amerika için konut kredileri faizlerinin resmi politika faizindeki değişikliğe verdiği tepkileri ölçmüştür. Her üç çalışmada da politika faiz oranından konut kredileri faiz oranına eksik geçişkenlik tespit edilmiştir. Aynı yöntemi kullanan Payne ve Waters (2008) da, Amerika’da para politikası faiz oranından kredi faiz oranlarına eksik geçişkenlik tespit etmiş ve Payne (2007)’nin çalışmasında yukarı yönlü katılık formunda asimetritlerin olduğunu teyit etmişlerdir.

Becker, Osborn ve Yıldırım (2012), İngiltere’de faiz oranı geçiş mekanizmasını doğrusal olmayan eşik hata düzeltme modeli kullanarak incelemiştir. Para politikası resmi faiz oranından para piyasası faiz oranlarına geçiş (birinci aşama) ve para piyasası faiz oranlarından konut kredisi faiz oranlarına geçişte (ikinci aşama) kayda değer asimetritler tespit edilmiştir. Gambacorta ve Iannotti (2007), asimetrik vektör hata düzeltme modelini kullanarak, İtalya’da 1985-2002 dönemi için, banka faiz oranlarının para politikası değişikliklerine ayarlanma hızının 1993 Banka Yasası’nda sonra önemli ölçüde arttığını, banka faiz oranlarının kısa dönemde asimetrik tepkiler verdiğini ve parasal sıkılaştırma dönemlerinde bankaların kredi faiz oranlarını daha hızlı ayarladıkları belirlenmiştir.

Pereira ve Filho (2013), Mayıs 2006- Mart 2010 dönemi için ARDL modeli ile Brezilya’da dört büyük bankanın faiz oranı geçişkenliğini incelemiştir. Analiz sonuçları, büyük ölçekli bankaların küçük ölçekli bankalara göre para politikası şoklarına daha fazla tepki verdiği yönünde olmuştur. Ayrıca, küresel finansal krizden sonra banka faiz oranlarında asimetrik ayarlanma olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ermenistan, Azerbaycan, Gürcistan, Kazakistan ve Rusya için faiz oranı geçişkenliğini inceleyen Jamilov ve Egert (2013), aynı modeli kullanarak faiz geçişkenliğinin eksik olmasına rağmen kayda değer bir asimetrik ayarlanma olmadığı sonucuna varmışlardır.

Wang ve Lee (2009), ABD ve 9 Asya ülkesinde faiz oranı geçiş mekanizmasını, 1997-2004 dönemi için Enders ve Siklos’un TAR ve MTAR modelini ve EC-EGART(1,1)-M modeli ile incelemişlerdir. Analiz sonuçları, tam geçişkenliğin sadece ABD’de mevduat faizlerinde gözlemlendiği ortaya koymuştur. Çalışmada, üç ülkenin kredi faiz oranlarında aşağı yönlü katılık (downward rigid) tespit edilmiştir. Benzer şekilde, Wang ve Thi (2010) çalışmasında da, Hong Kong ve Tayvan’da Şubat 1998- Aralık 2004 dönemi için

⁵Örneğin, Borio ve Fritz (1995), Mozzami (1999), Donnay ve Degryse (2001), Toolsema vd. (2002), De Bond (2002), Vega ve Rebucci (2003).

⁶ Örneğin, Mojon (2000), Cottarelli ve Kourelis (1994), Cecchetti (1999).

danışıklı fiyat düzenlemesi hipotezine uygun olarak kredi faiz oranlarında aşağı yönlü katılık olduğu tespit edilmiştir.

Aziakpono ve Wilson (2010) ise, 1980-2007 dönemi için Güney Afrika'da eşbütünleşme analizini kullanarak, kredi faiz oranlarının yukarı yönlü ayarlanmada gitgide daha katı davranış sergilediği tespit edilmiştir. Çalışmada, kredi faiz oranlarının asimetrik ayarlanma sergilediği bu durumun ters müşteri reaksiyonu hipotezini (negative customer reaction hypothesis) desteklediği ortaya konmuştur. Kosta Rika için doğrusal olmayan asimetrik vektör hata düzeltme (non-linear asymmetric vector error correction) modelini kullanan Durán-Viquez ve Esquivel-Monge (2008), para politikası faiz oranının artmasının ya da azalmasının banka faiz oranları üzerinde farklı tepkiler yaratmadığı, yani banka faizlerinin asimetrik davranış sergilemediği tespit etmişlerdir.

Değer (2012), farklı gelir düzeylerine sahip 15 ülke için Ocak 1999- Eylül 2011 zaman aralığında, Enders ve Siklos'un eşikli eşbütünleşme (threshold cointegration) yöntemini kullanarak para piyasası faiz oranından kredi faiz oranlarına geçişi incelenmiştir. Analiz sonuçları, neredeyse her ülkede kredi faiz oranlarının ayarlanmasının asimetrik yapıda olduğunu; bazı ülkelerde kredi faiz oranlarının yukarı yönlü yapışkan, bazı ülkelerde aşağı yönlü yapışkan olduğu belirlenmiştir. Çalışmada, ülkeler arasındaki heterojenliğin temel olarak, gelir düzeyi, enflasyon, piyasa gücü, finansal piyasaların gelişmişliği ve piyasa oynaklığı ile açıklanabileceği ifade edilmiştir⁷.

Aydın (2007), Haziran 2001-Eylül 2005 dönemi için panel veri yöntemini kullanarak Türkiye'de para politikası faiz oranının, bir çeyrek periyotta kredi faiz oranlarına yansıdığı tespit etmiştir. Çalışmada, konut kredisinin para politikası değişikliklerine en duyarlı, ticari kredinin en az tepki veren kredi türü olduğu sonucuna varılmıştır. Çavuşoğlu (2010), vektör otoregresif (VAR) ve eşbütünleşme analizlerini kullanarak, Türkiye'de 2002-2009 dönemi için, para politikası faiz oranı olarak TCMB gecelik borçlanma faiz oranını kullandığı çalışmasında; konut kredilerinin en yüksek geçiş hızı ve düzeyine sahip kredi türü olduğu ve tüketici kredilerinin ticari kredilere göre para politikasındaki değişiklikleri daha iyi yansıttığını ortaya koymuştur. Yüksel ve Özcan (2012), Aralık 2001-Nisan 2011 dönemi için Türkiye'de faiz oranı geçişkenliğini TAR ve MTAR modelleri ile incelemişlerdir. Para politikası göstergesi olarak bankalararası gecelik faiz oranının kullanıldığı çalışmada, tüm kredi türlerinde (ihtiyaç, konut, taşıt ve ticari) politika faizine ayarlanma hızının 2-3 ay civarında olduğu ve politika faizinin kredi faiz oranlarını güçlü bir şekilde etkilediği ve kredi faizlerindeki simetrik ayarlanmanın küresel finansal kriz döneminde de muhafaza edildiği tespit edilmiştir. Yıldırım (2012), Kasım 2002-Ekim 2011 dönemi için aynı modeli kullanarak; kredi türlerinde (ihtiyaç, konut, taşıt ve ticari) aşağı yönlü yapışkanlık olduğu ve en baskın yapışkanlığın ticari kredi

⁷Ayrıca, Cottarelli ve Kourelis (1994), Borio ve Fritz (1995), Mozzami (1999), Mojon (2000), Donnay ve Degryse (2001), Toolsema vd. (2002), De Bond (2002), Vega ve Rebusci (2003) uzun dönemde kısa dönemden daha yüksek geçişkenliği tespit ettiği çalışmalarında, ülkelerin makroekonomik faktörlerindeki farklılıkların ülkeler arasındaki geçişkenliğin hızını ve derecesini farklılaştırdığını belirlemişlerdir.

faizlerinde görüldüğü sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada, para politikası göstergesi olarak seçilen bankalararası gecelik faiz oranındaki değişikliklerin, uzun dönemde sadece ihtiyaç ve konut kredilerine tamamıyla yansdığı belirlenmiştir.

III. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Türkiye’de para politikasının banka faizlerine geçişkenliğinin analizi için kullanılan değişkenler ve sembolleri Tablo 1’de sunulmaktadır.

Tablo 1. Kullanılan Değişkenler ve Sembolleri

Cash	İhtiyaç Kredilerine Uygulanan Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranı
Corporate	Ticari Kredilerine Uygulanan Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranı
House	Konut Kredilerine Uygulanan Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranı
Oto	Taşıt Kredilerine Uygulanan Ağırlıklı Ortalama Faiz Oranı
On	Bankalararası Para Piyasası Gecelik Basit Faiz Oranı (Ağırlıklı Ortalama)

Çalışmada, kredi faiz oranlarını temsil etmek üzere ihtiyaç, konut, taşıt ve ticari kredi faiz oranları; para politikasını temsil etmek üzere literatürde yaygın olarak kullanılan bankalararası para piyasası gecelik faiz oranı kullanılmıştır. Ocak 2002- Aralık 2014 dönemini kapsayan çalışmada aylık veriler kullanılmış olup; tüm veriler T.C. Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS)’den elde edilmiştir

Ekonometrik analizde, öncelikle seçilen değişkenlerin durağanlık özellikleri incelenmiştir. Serilerin durağanlık analizi için ADF (Augmented Dickey-Fuller), PP (Phillips-Peron) ve Ng-Perron testleri kullanılmıştır.

Durağanlık analizinden sonra seriler arasındaki eşbütünlüşme ilişkisi Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen sınır testi yaklaşımıyla incelenmiştir. Sınır testi, değişkenlerin I(0) veya I(1) oldukları varsayımına dayandığı için değişkenlerin I(2) olması durumunda, Pesaran vd. (2001) tarafından hesaplanan F istatistikleri geçersiz olmaktadır. Durağanlık testleri, yanıltıcı sonuçlardan kaçınmak için değişkenlerin ikinci dereceden durağan (I(2)) olmadıklarını garantilemektedir. (Frimpong ve Oteng-Abeyie, 2006).

Serilerin durağanlıklarına bakılmaksızın uygulanabilmesi, kısıtlanmamış hata düzelme modelinin (UECM) iki aşamalı Engle-Granger yönteminden daha iyi istatistiksel özelliklere sahip olması ve düşük sayıda gözleme sahip çalışmalarda uygulanabilir olması, sınır testi yaklaşımının Engle ve Granger (1987), Johansen (1988, 1995), Johansen ve Juselius (1990) gibi alternatif eşbütünlüşme testlerine göre sağladığı avantajlardır (Narayan ve Narayan, 2005).

Sınır testi için oluşturulan UECM modelinin (unrestricted error correction model) çalışmamıza uyarlanmış hali aşağıdaki eşitliklerde (t: trend değişkeni, m: gecikme sayısı) gösterilmektedir.

$$\Delta \text{CASH}_t = a_0 + a_{1t} + \sum_{i=1}^p a_{2i} \Delta \text{CASH}_{t-i} + \sum_{i=0}^p a_{3i} \Delta \text{ON}_{t-i} + a_4 \text{CASH}_{t-1} + a_5 \text{ON}_{t-1} + u_t \quad (1)$$

$$\Delta\text{CORPOR}_t = a_0 + a_{1t} + \sum_{i=1}^p a_{2i} \Delta\text{CORPORATE}_{t-i} + \sum_{i=0}^p a_{3i} \Delta\text{ON}_{t-i} + a_4 \text{CORPORATE}_{t-1} + a_5 \text{ON}_{t-1} + u_t \quad (2)$$

$$\Delta\text{HOUSE}_t = a_0 + a_{1t} + \sum_{i=1}^p a_{2i} \Delta\text{HOUSE}_{t-i} + \sum_{i=0}^p a_{3i} \Delta\text{ON}_{t-i} + a_4 \text{HOUSE}_{t-1} + a_5 \text{ON}_{t-1} + u_t \quad (3)$$

$$\Delta\text{OTO}_t = a_0 + a_{1t} + \sum_{i=1}^p a_{2i} \Delta\text{OTO}_{t-i} + \sum_{i=0}^p a_{3i} \Delta\text{ON}_{t-i} + a_4 \text{OTO}_{t-1} + a_5 \text{ON}_{t-1} + u_t \quad (4)$$

Eşbütünleşme ilişkisinin varlığının test edilmesi için bağımlı ve bağımsız değişkenlerin birinci dönem gecikmelerine F testi yapılır. Bu test için temel hipotez eşbütünleşme ilişkisinin olmadığı ($H_0: a_4 = a_5 = 0$) şeklinde kurulur ve hesaplanan F istatistiği Pesaran vd. (2001)'deki tablo alt ve üst kritik değerleri ile karşılaştırılır. Eğer hesaplanan F istatistiği Pesaran alt kritik değerinden küçükse, seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi yoktur. Hesaplanan F istatistiği üst kritik değerinden büyükse, seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi vardır. Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edildikten sonra uzun ve kısa dönem ilişkileri belirlemek için ARDL modelleri kurulur (Karagöl vd., 2007).

Bankalararası gecelik faiz oranı ile ihtiyaç, konut ve taşıt kredisi faiz oranları arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edildikten sonra kısa ve uzun dönem statik ilişkileri belirlemek için ARDL (Autoregressive Distribution Lag) modelleri kurulmuştur. Değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisinin incelenmesi için ARDL modellerinin çalışmamıza uyarlanmış hali aşağıdaki denklemlerde gösterilmektedir.

$$\text{CASH}_t = a_0 + a_{1t} + \sum_{i=1}^m a_{2i} \text{CASH}_{t-i} + \sum_{i=0}^n a_{3i} \text{ON}_{t-i} + u_t \quad (5)$$

$$\text{HOUSE}_t = a_0 + a_{1t} + \sum_{i=1}^m a_{2i} \text{HOUSE}_{t-i} + \sum_{i=0}^n a_{3i} \text{ON}_{t-i} + u_t \quad (6)$$

$$\begin{aligned} \text{OTO}_t = a_0 + a_{1t} + \sum_{i=1}^m a_{2i} \text{OTO}_{t-i} \\ + \sum_{i=0}^n a_{3i} \text{ON}_{t-i} + u_t \end{aligned} \quad (7)$$

(5), (6) ve (7) numaralı denklemlerde m ve n gecikme değerlerini göstermektedir. ARDL modelinde gecikme sayılarının belirlenmesi için Schwarz bilgi kriterinden yararlanılmıştır.

Seriler arasındaki kısa dönem ilişkinin araştırılması için ARDL yaklaşımına dayalı hata düzeltme modelinin çalışmamıza uyarlanmış hali (8), (9) ve (10) numaralı denklemlerde gösterilmektedir.

$$\begin{aligned} \Delta \text{CASH}_t = a_0 + a_{1t} + a_2 \text{ECM}_{t-1} + \sum_{i=1}^m a_{3i} \Delta \text{CASH}_{t-i} \\ + \sum_{i=0}^n a_{4i} \Delta \text{ON}_{t-i} + u_t \end{aligned} \quad (8)$$

$$\begin{aligned} \Delta \text{HOUSE}_t = a_0 + a_{1t} + a_2 \text{ECM}_{t-1} + \sum_{i=1}^m a_{3i} \Delta \text{HOUSE}_{t-i} \\ + \sum_{i=0}^n a_{4i} \Delta \text{ON}_{t-i} + u_t \end{aligned} \quad (9)$$

$$\begin{aligned} \Delta \text{OTO}_t = a_0 + a_{1t} + a_2 \text{ECM}_{t-1} + \sum_{i=1}^m a_{3i} \Delta \text{OTO}_{t-i} \\ + \sum_{i=0}^n a_{4i} \Delta \text{ON}_{t-i} + u_t \end{aligned} \quad (10)$$

Yukarıdaki denklemlerde yer alan ECM_{t-1} değişkeni, uzun dönem ilişkisinden elde edilen hata terimleri serisinin bir dönem gecikmeli değeridir. Bu değişkenin katsayısı kısa dönemdeki dengesizliğin ne kadarının uzun dönemde düzeltileceğini göstermektedir (Karagöl vd., 2007).

Politika faiz oranı ile ihtiyaç, konut ve taşıt kredisi faiz oranı arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkiler ARDL modeli ile belirlendikten sonra, değişkenler arasındaki zaman içerisindeki dinamik ilişkiyi incelemek için yinelemeli tahmin (recursive estimation) algoritmalarının kullanıldığı uzay durum modeli (state space) olan Kalman Filtresi yöntemi kullanılmıştır. Kalman filtresi tekniği, dinamik bir sistemde verilen gözlemleri kullanarak gözlenemeyen değişkenleri en az hata ile tahmin eden indirgemeli bir tahmin algoritmasıdır (Ertuğrul, 2011).

Uygulamalı analizde, ihtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranları (KRDF_t), bankalar arası para piyasası gecelik faiz oranı (ON) ile açıklanmış olup; kullanılan Kalman Filtresi spesifikasyonu (11) ve (12) numaralı denklemlerde gösterilmiştir.

$$KRDF_t = \alpha_0 + \alpha_{1,t} ON + \varepsilon_t \quad (11)$$

$$\alpha_{1,t} = \alpha_{1,t-1} + v_{1,t} \quad (12)$$

(11) ve (12) numaralı denklemlerde yer alan $v_{1,t}$ ve ε_t beyaz gürültülü (white noise) stokastik süreci ifade etmektedir (Ertuğrul, 2012: 120). (11) numaralı eşitlikte yer alan $\alpha_{1,t}$ katsayıları, gecelik faiz oranı ile her bir kredi faiz oranı (ihtiyaç, taşıt ve konut) arasındaki dinamik ilişkinin analiz edilmesi için tahmin edilen zamana göre değişen parametre katsayılarıdır.

IV. BULGULAR

A. Durağanlık Analizi

Çalışmada kullanılan ihtiyaç, taşıt, konut, ticari kredi faiz oranları ile bankalararası gecelik faiz oranı serilerinin durağanlıklarını incelemek için kullanılan ADF (Augmented Dickey-Fuller), PP (Phillips-Peron) ve Ng-Perron testlerinin sonuçları Tablo 2’de sunulmaktadır. Serilerin düzey değerleri için yapılan ADF, PP ve Ng-Perron testlerinde sabitli ve trendli model, birinci farkları alınarak yapılan söz konusu testlerde sadece sabit terim içeren model alınmıştır.

Tablo 2. Durağanlık Testleri Sonuçları

ADF Test Sonuçları				
Seriler	Düzyey	Birinci Fark		
Cash	-4.31	-10.71		
Corporate	-2.64	-13.61		
House	-2.79	-5.94		
Oto	-2.07	-11.72		
On	-3.36	-6.14		
Phillips-Perron Test Sonuçları				
Seriler	Düzyey	Birinci Fark		
Cash	-4.26	-10.71		
Corporate	-2.61	-13.61		
House	-2.79	-10.95		
Oto	-2.04	-11.72		
On	-3.10	-6.07		
	Kritik Değerler (Düzyey) %1= -4.01 %5= -3.43	Kritik Değerler (Birinci Fark) %1= -3.47 %5= -2.88		
Ng-Perron Test Sonuçları (Düzyey Değerler)				
Seriler	MZ _a	MZ _t	MSB	MPT
Cash	-0.82	-0.47	0.57	66.35
Corporate	-1.47	-0.68	0.46	44.28
House	-1.22	-0.61	0.50	51.75
Oto	-5.62	-1.58	0.28	16.00
On	-1.21	-0.58	0.48	47.92
Seriler için Ng-Perron Kritik Değerleri %1 anlamlılık düzeyinde, MZ _a , MZ _t , MSB, MPT için sırasıyla -23.80, -3.42, 0.14 ve 4,03; %5 anlamlılık düzeyinde ise -17.30, -2.91, 0.17 ve 5.48’dir.				
Ng-Perron Test Sonuçları (Birinci Farklar)				
Seriler	MZ _a	MZ _t	MSB	MPT
Cash	-25.80	-3.56	0.14	1.06

<i>Corporate</i>	-31.56	-3.96	0.12	0.82
<i>House</i>	-40.90	-4.51	0.11	0.64
<i>Oto</i>	-11.90	-2.39	0.20	2.23
<i>On</i>	-46.24	-4.79	0.10	0.59
Seriler için Ng-Perron Kritik Değerleri %1 anlamlılık düzeyinde, MZ_a , MZ_t , MSB, MPT için sırasıyla -13.80, -2.58, 0.17 ve 1.78; %5 anlamlılık düzeyinde ise -8.10, -1.98, 0.23 ve 3.17'dir.				

ADF ve PP testlerinde boş hipotez serinin birim kök içermesi şeklinde kurulmaktadır. Ng-Perron testi için; MZ_a ve MZ_t testlerinde boş hipotez serinin birim kök içermesi, MSB ve MPT testlerinde boş hipotez serinin durağan olduğu şeklinde kurulmaktadır (Ertuğrul ve Kenar, 2013).

Tablo 2, serilerin durağanlık testleri sonuçlarını göstermektedir. ADF ve PP testlerine göre; Cash serisi dışındaki serilerin düzey değerleri tablo kritik değerlerden mutlak değer olarak küçük, birinci farklarda hesaplanan değerler tablo kritik değerlerden mutlak değer olarak büyük bulunmuştur. Diğer bir ifade ile Cash serisi dışındaki seriler için ADF ve PP testlerine göre temel hipotez reddedilememiştir.

Tablo 2'de görüleceği üzere, tüm seriler için MZ_a ve MZ_t testlerine göre hesaplanan değerler, her iki anlam düzeyinde tablo kritik değerlerden mutlak değer olarak küçük; MSB ve MPT testleri için hesaplanan değerler tablo kritik değerlerden mutlak değer olarak büyük bulunmuştur. Birinci farklarda, Oto serisi için %5 anlam düzeyinde, diğer seriler için her iki anlam düzeyinde de MZ_a ve MZ_t testlerine göre hesaplanan değerler tablo kritik değerlerden mutlak değer olarak büyük; MSB ve MPT testlerine göre hesaplanan değerler tablo kritik değerlerden mutlak değer olarak küçük olduğundan, seriler birinci farklarda durağan bulunmuştur. ADF ve PP testlerine göre durağan olduğu tespit edilen Cash serisi, Ng-Perron testine göre her iki anlam düzeyinde de birim köke sahip olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle, analizde kullanılan tüm serilerin birinci farklarda durağan olduğu (I(1)) kabul edilmiştir.

B. Eşbütünleşme Analizi

Durağanlık analizinden sonra, gecelik faiz oranı ile ihtiyaç, konut, taşıt ve ticari kredi faiz oranları arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin varlığı, kısıtlanmamış hata düzeltme modeli (UECM) oluşturulduktan sonra, Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen sınır testi yardımıyla incelenmiştir. Sınır testi sonuçları Tablo 3'te sunulmaktadır.

Tablo 3. Sınır Testi Sonuçları

Seriler	K	F istatistiği	%5 anlamlılık düzeyindeki kritik değerler	
			Alt Sınır	Üst Sınır
Cash	1	6.73	4.94	5.73
Corporate	1	4.06		
House	1	6.20		
Oto	1	14.53		

K değeri; (1), (2), (3) ve (4) numaralı denklemlerin her birindeki bağımsız değişken sayısıdır. Kritik değerler Pesaran vd. (2001)'deki kısıtlanmamış sabit ve trendsiz model için oluşturulan Tablo C1(ii)'den alınmıştır.

Tablo 3'te görüleceği üzere, Cash, House ve Oto serileri için hesaplanan F istatistiği, Pesaran'ın tablo üst kritik değerini aştığı için bankalararası gecelik faiz oranı ile söz konusu seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olmadığını ifade eden temel hipotez reddedilmiştir. Diğer bir ifade ile gecelik faiz oranı ile ihtiyaç, konut ve taşıt kredisi faiz oranları arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, Corporate serileri için hesaplanan F istatistiği, Pesaran'ın tablo alt kritik değerinden küçük olduğu için, gecelik faiz oranı ile ticari kredi faiz oranı arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunmamıştır.

Eşbütünleşme ilişkisi bulunan seriler arasındaki uzun ve kısa dönem ilişkileri tespit etmek amacıyla ARDL modelleri (Autoregressive Distribution Lag) kurulmuştur. Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6, ARDL modeli tahmin sonuçlarını göstermektedir (X^2BG , X^2WHITE , $X^2RAMSEY$ sırasıyla otokorelasyon, değişen varyans ve model kurma hatası sınaması istatistikleri olup, parantez içindeki değerler olasılık değerleridir).

Tablo 4. Cash Serisi İçin ARDL (1,1) Modelinin Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	t istatistiği
CASH (-1)	0.790667	17.01814
ON	1.022771	6.991285
ON (-1)	-0.830684	-5.454328
C	2.065976	4.304151
ARDL (1,1) Modeli Tanısal Hata Denetim Sonuçları		
X^2BG	0.431 [0.650]	
X^2WHITE	1.837 [0.177]	
$X^2RAMSEY$	0.414 [0.521]	
ARDL (1,1) Modelinden Elde Edilen Uzun Dönem Katsayılar		
ON	0.917618	18.15557
C	9.869337	10.65934
ARDL (1,1) Modelinden Elde Edilen Hata Düzeltme Değişkeni Katsayısı		
ECM (-1)	-0.209333	-4.566905

Tablo 5. Oto Serisi İçin ARDL (3,1) Modelinin Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	t istatistiği
OTO (-1)	0.757918	10.34083
OTO (-2)	-0.109962	-1.178068
OTO(-3)	0.159877	2.632866
ON	1.199909	7.809738
ON (-1)	-1.032119	-6.092140
C	1.318539	2.596858
ARDL (3,1) Modeli Tanısal Hata Denetim Sonuçları		
X^2BG	2.996 [0.086]	
X^2WHITE	2.737 [0.100]	
$X^2RAMSEY$	2.276 [0.134]	
ARDL (3,1) Modelinden Elde Edilen Uzun Dönem Katsayılar		
ON	0.873151	14.16070
C	6.861438	6.755293
ARDL (3,1) Modelinden Elde Edilen Hata Düzeltme Değişkeni Katsayısı		
ECM (-1)	-0.192167	-3.608769

Tablo 6. House Serisi İçin ARDL (1,1) Modelinin Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	t istatistiği
HOUSE (-1)	0.841720	18.92521
ON	0.870924	7.033129
ON (-1)	-0.731771	-5.680962
C	0.948281	2.878781
ARDL (1,1) Modeli Tamsal Hata Denetim Sonuçları		
X ² BG	1.979 [0.142]	
X ² WHITE	1.882 [0.172]	
X ² RAMSEY	0.016 [0.898]	
ARDL (1,1) Modelinden Elde Edilen Uzun Dönem Katsayılar		
ON	0.879155	15.49398
C	5.991164	5.763403
ARDL (1,1) Modelinden Elde Edilen Hata Düzeltme Değişkeni Katsayısı		
ECM (-1)	-0.158280	-3.615268

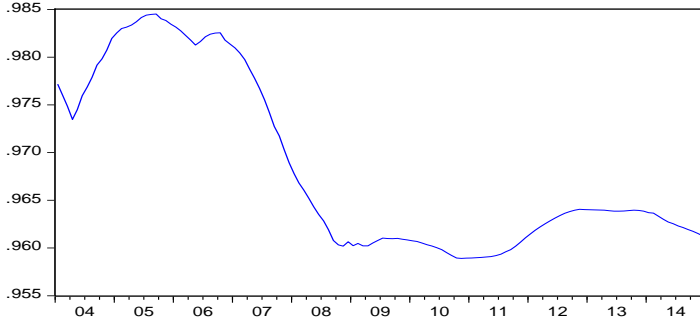
Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6 gecelik faiz oranı ile sırasıyla ihtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranları arasında uzun dönemde beklendiği gibi pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Tablo 4’te ARDL (1,1) modeli sonucu elde edilen uzun dönem katsayısı 0.92, Tablo 5’te ARDL (3,1) modeli sonucu elde edilen uzun dönem katsayısı 0.87 ve Tablo 6’da ARDL (1,1) modeli sonucu elde edilen uzun dönem katsayısı 0.88 olarak tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile para politikası faiz oranından, ihtiyaç kredisi faiz oranına uzun dönem geçiş düzeyi % 92; taşıt kredisi faiz oranına uzun dönem geçiş düzeyi % 87 ve konut kredisi faiz oranına uzun dönem geçiş düzeyi % 88 olarak gerçekleşmiştir.

İhtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranı ile politika faiz oranı arasında uzun dönemde olduğu gibi, kısa dönemde de pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki bulunmuştur. Tablo 4’de -0.21, Tablo 5’de -0.19 ve Tablo 6’da -0.16 değerini alan hata düzeltme değişkeninin katsayısı (ECM) beklendiği gibi negatif ve istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. Diğer bir ifade ile kısa dönemde politika faiz oranının, ihtiyaç kredi faiz oranına geçiş hızının yaklaşık 4.8 ay; taşıt kredisi faiz oranına 5.3 ay ve konut kredisi faiz oranına 6.2 ay olduğu belirlenmiştir.

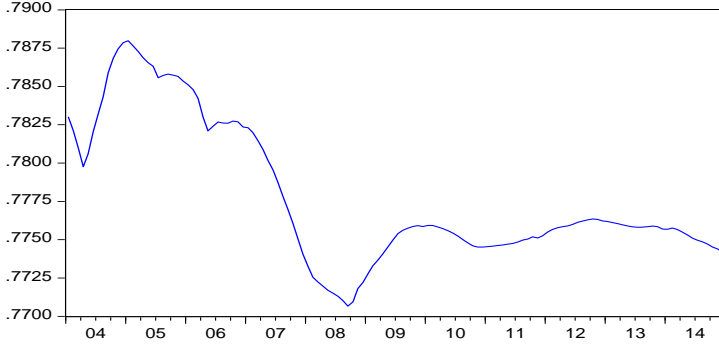
C. Türkiye’de Banka Kredi Faizlerinin Para Politikası Faiz Oranına Duyarlılığının Kalman Filtresi Analizi İle İncelenmesi

Seriler arasında uzun dönemde eşbütünlüşme ilişkisi bulunduktan sonra politika faiz oranı ile ihtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranları arasındaki zaman içerisindeki dinamik ilişkiyi incelemek için Kalman Filtresi yöntemi kullanılmıştır. Para politikası faizinin; ihtiyaç, taşıt ve konut kredi faiz oranları üzerindeki etkisini gösteren zamana göre değişen parametre tahmin (TVP) sonuçları, Şekil 1, Şekil 2 ve Şekil 3’te sunulmaktadır. Zamana göre değişen parametre tahminlerinin (TVP) ilk gözlemlerde arzulanan sonuçları yakalayamaması ve belli bir gözlem sonra sağlıklı sonuçlar vermesi nedeniyle 2002:01-2003:12 dönemi grafikten çıkarılmış olup, şekiller 2004:01-2014:04 dönemini ifade etmektedir.

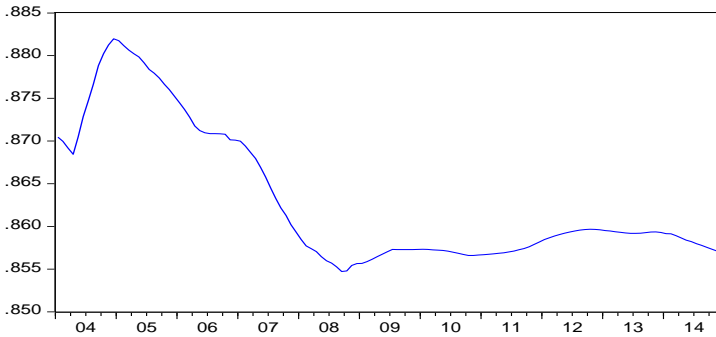
Şekil 1. İhtiyaç Kredisi Faiz Oranı Katsayısı İçin TVP Tahmini
SV1F



Şekil 2. Taşıt Kredisi Faiz Oranı Katsayısı İçin TVP Tahmini
SV1F



Şekil 3. Konut Kredisi Faiz Oranı Katsayısı İçin TVP Tahmini
SV1F



Politika faiz oranının ihtiyaç kredisi faiz oranı üzerindeki etkisi (geçiş etkisi) Şekil 1’de, taşıt kredisi faiz oranı üzerindeki etkisi Şekil 2’de ve konut kredisi faiz oranı üzerindeki etkisi Şekil 3’te gösterilmektedir. TVP sonuçları, para politikası faiz oranının ihtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranı üzerindeki

geçiş etkisinin 2008 küresel finans krizinden sonra daha istikrarlı hale geldiğini ortaya koymaktadır. 2007 yılının üçüncü çeyreği ile 2008 yılının üçüncü çeyreği arasında politika faiz oranının kredi faiz oranları üzerindeki etkisinde azalma meydana gelmiştir. Kredi faiz oranlarının, politika faiz oranının düşmesinin ardından asimetrik ayarlanma sergilemesi 2012 yılının üçüncü çeyreği ile 2013 yılının ikinci çeyreğine kadar olan dönemde de gerçekleşmiştir. TCMB'nin 2010 yılının son çeyreğinde finansal istikrar odaklı para politikası stratejisine geçmesinin ardından, politika faiz oranının kredi faizleri üzerindeki etkisi artmış ve bu etki yaklaşık 2 yıl devam etmiştir.

2011 yılı Ekim ayından itibaren yapılan parasal sıkılaştırmanın etkisiyle, tüm tüketici kredilerinin artış hızı önemli ölçüde gerilemiştir. İhtiyaç kredilerindeki yavaşlamada sıkı para politikasının yanı sıra arz yönlü unsurlar da etkili olmuştur. Nitekim söz konusu kredilere uygulanan faiz oranlarının diğer kredi faizlerine göre daha yüksek bir artış sergilediği görülmektedir. Kredi Eğilim Anketi de bankaların kredi riskine dair endişelerinin arttığına ve kredi riski güçlü döngüsellik sergileyen kredi türlerinde standartları sıkılaştırdıklarına işaret etmektedir. Ayrıca, Mart ayı sonunda yapılan ek sıkılaştırmanın etkisiyle ihtiyaç kredilerindeki faizin diğer kredilere göre daha fazla artması da bu durumu desteklemektedir (TCMB, 2012-II).

2012 yılının son çeyreğinden 2013 yılının Mayıs ayına kadar uygulanan gevşek para politikası döneminde, politika faiz oranının taşıt ve konut kredi faiz oranları üzerindeki etkisi azalmıştır. Politika faiz oranının her üç kredi faiz oranı üzerindeki etkisi 2013 yılının son çeyreğinden 2014 yılının son çeyreğine kadar azalma göstermiştir.

Kalman filtresi modeli sonuçları, ihtiyaç kredisi faiz oranı için dinamik katsayının 0.96, konut kredisi faiz oranı için dinamik katsayının 0.86 ve taşıt kredisi faiz oranı için dinamik katsayının 0.77 olduğu ortaya koymuştur.

IV. SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye'de bankalar arası para piyasası gecelik faiz oranının (para politikası faiz oranını temsilen) ihtiyaç, konut, taşıt ve ticari kredi faiz oranlarına geçiş etkisi, 2002:01-2014:12 dönemi için incelenmiştir. Türkiye'de faiz oranı geçişkenliği ile ilgili yapılmış az sayıdaki çalışmadan farklı olarak, politika faizinin banka kredi faizleri üzerindeki dinamik etkisi araştırılmıştır.

Çalışmada ilk önce ekonometrik analizde kullanılan gecelik faiz oranı, ihtiyaç, konut, taşıt ve ticari kredi faiz oranları değişkenlerinin durağanlıkları ADF, PP ve Ng-Perron testleriyle incelenmiş ve serilerin I(1) olduğu belirlenmiştir. Durağanlık analizinden sonra, gecelik faiz oranı ile her bir kredi faiz oranı arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin varlığı Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen sınır testi yaklaşımı ile analiz edilmiştir. Sınır testi sonuçları, gecelik faiz oranı ile ihtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranları arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğunu ortaya koymuştur.

Para politikası faiz oranı ile ticari kredi faiz oranı arasında eşbütünlüşme ilişkisinin bulunamaması; i) alternatif finansman kaynaklarına erişiminin kısıtlı olması sebebiyle, banka bağımlısı firmaların ticari krediler için talep esnekliğinin düşük olması ii) düşük talep esnekliğinden dolayı bankalar arası rekabet düzeyinin diğer kredi türlerine göre ticari kredilerde daha düşük olabilmesi ve iii) para politikası değişiklikleri sonucunda karşılaşılabilecek muhtemel asimetrik bilgi problemlerinin ve dolayısıyla kredi başarısızlıklarının diğer kredi türlerine göre daha maliyetli olabilmesiyle ilişkili olduğu düşünülmektedir. Türkiye’de faiz oranı geçişkenliği ile ilgili yapılmış bazı çalışmalarda da ticari kredi faiz oranının para politikası faiz oranına en az tepki gösteren kredi türü olduğu tespit edilmiştir⁸.

Gecelik faiz oranı ile ihtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranları arasında eşbütünlüşme ilişkisi tespit edildikten sonra, söz konusu değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönem ilişkisinin belirlenmesi amacıyla ARDL (Autoregressive Distribution Lag) modelleri kurulmuştur. ARDL modelleri tahmin sonuçları; ihtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranı ile politika faiz oranı arasında uzun ve kısa dönemde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Politika faizinin; ihtiyaç kredisi faiz oranına uzun dönem geçiş güzeyi % 92, konut kredisi faiz oranına uzun dönem geçiş güzeyi % 88 ve taşıt kredisi faiz oranına uzun dönem geçiş güzeyi % 87 düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Politika faizinin ihtiyaç kredisi faiz oranına kısa dönem geçiş hızı yaklaşık 4.8 ay, söz konusu geçiş hızının taşıt kredisi faiz oranına 5.3 ay ve konut kredisi faiz oranına 6.2 ay olduğu belirlenmiştir.

Çalışmada, geçiş hızı ve geçiş düzeyinin en yüksek olduğu kredi türünün ihtiyaç kredisi olduğu tespit edilmiştir. Bu sonucun, ihtiyaç kredisi için bankalar arasında rekabetin diğer kredi türlerinden daha yoğun yaşanmasıyla ve ihtiyaç kredisinin vadesinin kısa olmasıyla ilişkili olduğu düşünülmektedir. Taşıt kredisi faiz oranı ile konut kredisi faiz oranlarının uzun dönem geçiş düzeyleri birbirine yakın düzeylerde gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, kısa dönemde gecelik faiz oranındaki değişimlerden taşıt kredisi faiz oranı konut kredisi faiz oranından daha hızlı etkilenmiştir. Konut kredisi faiz oranı için geçiş hızının düşük düzeyde kalmasında faiz oranı katılığına sebep olan geçiş maliyetlerinin ve konut kredisi faiz oranının diğer kredi türlerine göre daha uzun vadeyi kapsamamasının etkili olduğu söylenebilir.

Uygulamalı analizde son olarak, Türkiye’de politika faiz oranı ile ihtiyaç, taşıt ve konut kredisi faiz oranı arasındaki dinamik ilişki zamana göre değişen parametre yöntemi (TVP) olan Kalman Filtresi yöntemiyle incelenmiştir. Kalman Filtresi sonuçları, politika faiz oranının söz konusu kredi faiz oranları üzerindeki etkisinin 2008 küresel finans krizinden sonra daha istikrarlı olduğunu ortaya koymuştur. TVP modeli sonuçları, kredi faiz oranlarının bazı dönemlerde faiz indirimlerine karşı aşağı yönlü katılık sergilediğini göstermiştir. Küresel finans krizinin ortaya çıktığı ve etkilerinin hissedildiği 2007 yılının üçüncü çeyreği ile

⁸Bkz. Aydın (2007) ve Yıldırım (2012).

2008 yılının üçüncü çeyreği arasında yapılan faiz indirimleri karşısında, para politikasının kredi faizleri üzerindeki etkisinde azalma görülmüştür. Söz konusu dönemde, kredi faiz oranlarının danışıklı banka davranışı hipotezine (collusive behavior of banks) uygun hareket ettiği belirlenmiştir. Bu dönemde, kredi faizlerinin asimetrik ayarlanma göstermesinde; küresel ekonomiye ait belirsizliklerin sürmesi, bankaların kredi riski algılamalarındaki artış ve iktisadi faaliyetlerdeki yavaşlamanın etkili olduğu söylenebilir. Benzer şekilde, gevşek para politikasının uygulandığı, 2012 yılının üçüncü çeyreği ile 2013 yılının ikinci çeyreği arasındaki dönemde para politikası faiz oranının konut ve taşıt kredileri faiz oranları üzerindeki etkisinde azalma olmuştur. Bununla birlikte, faiz indirimlerinin yapıldığı her dönem için kredi faizlerinin aşağı yönlü katılık sergilediğine ilişkin genel bir sonuca ulaşılmamıştır. TCMB'nin 2010 yılında finansal istikrar odaklı para politikası stratejisine geçmesinin ardından, para politikasının kredi faizleri üzerindeki etkisinde yaklaşık 2 yıl devam eden bir artış gerçekleşmiştir.

Kalman filtresi sonuçları, ARDL modeli sonuçlarını destekleyerek para politikası faiz oranının en çok ihtiyaç kredisi faiz oranı üzerinde etkili olduğunu göstermiştir. Analiz sonuçları, dinamik katsayının; ihtiyaç kredisi faiz oranı için 0.96, konut kredisi faiz oranı için 0.86 ve taşıt kredisi faiz oranı için 0.77 olduğunu ortaya koymuştur.

TCMB raporlarında sıklıkla, kredilerin, hane halkının tüketim eğilimini ve firmaların yatırım taleplerini göstermesi açısından yakından izlenen bir değişken olduğu belirtilmektedir. Para politikası değişikliklerinin kredi talebinin en önemli belirleyicilerinden olan kredi faizleri üzerindeki etkisi, literatürde para politikasının etkinliği ile ilişkilendirilmektedir. Türkiye'de para politikasının kredi faizleri üzerindeki etkisinin incelendiği bu çalışmada, para politikasının en çok ihtiyaç kredisi faiz oranı üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Kalman filtresi modeli sonuçları, faiz oranı geçişkenliğinde küresel finans krizinin etkili olduğunu ortaya koymuştur. Sonuç olarak, TCMB'nin ihtiyaç kredisi üzerinden kredi talebini yönlendirmede daha başarılı olduğu, taşıt ve konut kredisi faiz oranlarını da etkileme gücünün yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Aydın, H. İ. (2007). Interest Rate Pass-Through in Turkey. *Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Çalışma Tebliği*, 07/05, 1-39.
- Aziakpono, M. J. ve Wilson, M. K. (2010). Interest rate pass-through and monetary policy regimes in South Africa. *Paper for Presentation at the CSAE Conference*, 21-23 March, Oxford University, UK, 1-43.
- Beckern R., Osborn D.R. ve Yıldırım R. (2012). A threshold cointegration analysis of interest rate pass-through to UK mortgage rates. *Economic Modelling*, 29, 2504–2513.
- Borio, C. E. V. ve Fritz, W. (1995). The response of short-term bank lending rates to policy rates: across-country perspective. *Bank for International Settlements (BIS) Working Paper*, 27, 3-54.
- Cecchetti, S.G. (1999). Legal structure, financial structure, and the monetary policy transmission mechanism. *Federal Reserve Bank of New York Economic Policy Review*, 5 (2), 9–28.
- Claus, I. ve Smith, C. (1999). Financial intermediation and the monetary transmission mechanism. *Reserve Bank of New Zealand Bulletin*, 62 (4), 4-16.

- Cottarelli, C. ve Kourelis, A. (1994). Financial structure, bank lending rates, and the transmission mechanism of monetary policy. *International Monetary Fund Working Paper*, 94/39, 1-61.
- Çavuşoğlu, F. (2010). Para politikası faiz oranlarından mevduat ve kredi faiz oranlarına geçişkenlik: Türkiye örneği. Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- De Bondt, G. (2002). Retail bank interest rate pass-through: new evidence at the Euro area. *European Central Bank Working Paper*, 136, 4-42.
- De Bondt, G. J. (2005). Interest rate pass-through: empirical results for the Euro area. *German Economic Review*, 6 (1), 37-78.
- Değer, O. (2012). A comparative study for nonlinear structure of the interest rate pass-through. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Donnay, M. ve Degryse, H. (2001). Bank lending rate pass-through and differences in the transmission of a single EMU monetary policy. *Center for Economic Studies*, 1-40.
- Durán-Viquez, R. ve Esquivel-Monge, M. (2008). Policy rate pass-through: evidence from the Costa Rican economy. *Central Bank of Costa Rica Research Paper*, 1-32.
- Égert, B. ve R. MacDonald (2008), Monetary transmission mechanism in Central and Eastern Europe: surveying the surveyable. *OECD Economics Department Working Papers*, 654, 2-50.
- Ertuğrul, H. M. (2011). Türkiye’de elektrik tüketimi büyüme ilişkisi: dinamik analiz. *Enerji, Piyasa ve Düzenleme*, 2, 49-73.
- Ertuğrul, H. M. (2012). Türkiye’de döviz kuru volatilitesi ve enflasyon ilişkisi. Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Ertuğrul, H.M. ve Kenar, A. (2013). External debt and GDP relationship: a dynamic analysis for Turkey. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 2 (1), (78-94).
- Fadiran, G. O. (2012). South African market volatility, asymmetry and retail interest rates pass-through. Yüksek Lisans Tezi. Grahamstown: Rhodes University.
- Fried, J. ve Howit, P. (1980). Credit rationing and implicit contract theory. *Journal of Money, Credit and Banking*, 12 (3), 471-487.
- Frimpong, M. J ve Oteng-Abayie, E. F. (2006). Bounds testing approach: an examination of foreign direct investment, trade and growth relationships. *Munich Personal RePEc Archive*, 1-19.
- Gambacorta, L. ve Iannotti, S. (2007). Are there asymmetries in the response of bank interest rates to monetary shocks? *Applied Economics*, 39, 2503-2517.
- Gambacorta, L. (2004). How do banks set interest rates. *National Bureau of Economic Research (NBER) Working Paper*, 10295, 1-31.
- Haughton, A.Y. ve Iglesias, E. M. (2012). Interest rate volatility, asymmetric interest rate pass through and the monetary transmission mechanism in the Caribbean compared to US and Asia. *Economic Modelling* 29, 2071-2089.
- Hubbard, R. G. (2008). *Money, the financial system and the economy* (6th edition). Boston: Addison Wesley.
- Jamilov, R. ve Egert, B. (2013). Interest rate pass-through and monetary policy asymmetry: a journey into the caucasian black box. *Cesifo Working Paper*, 4131, 1-17.
- Karagöl, E., Erbaykal, E. ve Ertuğrul, H. M. (2007). Türkiye’de ekonomik büyüme ile elektrik tüketimi ilişkisi: sınır testi yaklaşımı. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8(1), 72-80.
- Klemperer, P. (1987). Markets with consumers witching costs. *The quarterly journal of economics*, 375-394.
- Lowe, P. ve Rohling, T. (1992). Loan rate stickiness: theory and evidence. *Research Discussion Paper, 9206, Reserve Bank of Australia*, 1-43.
- Mishkin, F. S. (2010). *The economics of money, banking and financial markets* (9th edition). Boston: Pearson, Global Edition.
- Moazzami, B. (1999). Lending rate stickiness and monetary transmission mechanism: the case of Canada and The United States. *Applied Financial Economics*, 1999, 9(6), 533-538.
- Mojon, B. (2000). Financial structure and the interest rate channel of ECB monetary policy. *European Central Bank Working Paper Series*, 40, 1-45.

- Narayan, P. K. ve Narayan, S. (2005). Estimating income and price elasticities of imports for Fiji in a cointegration framework. *Economic Modelling*, 22, 423-438.
- Panagopoulos, Y., Reziti, I. ve Spiliotis, A. (2007). Monetary and banking policy transmission through interest rates: an empirical application to the USA, Canada, U.K. and European Union. *Centre of Planning and Economic Research*, 93, 1-50.
- Payne, J. E. (2006a). The response of the conventional mortgage rate to the federal funds rate: symmetric or asymmetric adjustment? *Applied Financial Economics Letters*, 2, 279-284.
- Payne, J. E. (2006b). More on the monetary transmission mechanism: mortgage rates and the federal funds rate. *Journal of Post Keynesian Economics*, 29(2), 247-257.
- Payne, J. E. (2007). Interest rate pass-through and asymmetries in adjustable rate mortgages. *Applied Financial Economics*, 17, 1369-1376.
- Payne, J.E. ve Waters, G.A. (2008). Interest rate pass through and asymmetric adjustment: evidence from the federal funds rate operating target period. *Applied Economics*, 40, 1355-1362.
- Pereira, C. M. ve Maia-Filho, L. F. (2013). Brazilian retail banking and the 2008 financial crisis: were the government-controlled banks that important. *Journal of Banking & Finance* 37, 2210-2215.
- Saborowski, C. ve Weber, S. (2013). Assessing the determinants of interest rate transmission through conditional impulse response functions. *International Monetary Fund Working Paper*, 13/23, 1-36.
- Stiglitz, J. E. ve Weiss, A. (1981). Credit rationing in markets with imperfect information. *American Economic Review*, 71(3), 393-410.
- TCMB (2010). *Enflasyon Raporu-I*. Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- TCMB (2012). *Enflasyon Raporu-II*. Ankara: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası.
- Toolsema, L. A., Sturm, J. E. ve De Haan J. (2002). Convergence of pass-through from Money market to lending rates in EMU countries: new evidence. *CCSO Centre for Economic Research Working Paper*, 2002/6, 1-18.
- Vega, R. M. A. E. ve Rebucci, A. (2003). Retail bank interest rate pass-through: Is Chile atypical. *International Monetary Fund Working Paper*, 3-112, 1-35.
- Wang, K.M. ve Lee, Y.M. (2009). Market volatility and retail interest rate pass-through. *Economic Modelling*, 26, 1270-1282.
- Wang, K-M. ve Thi, T-B N. (2010). Asymmetric pass-through and risk of interest rate: an empirical exploration of Taiwan and Hong Kong. *Applied Economics*, 42, 659-670.
- Weth, M. A. (2002). The pass-through from market interest rates to bank lending rates in Germany. *Economic Research Centre of The Deutsche Bundesbank Discussion Paper*, 11/02, 1-34.
- Yıldırım, D. (2012). Interest rate pass-through to Turkish lending rates: a threshold cointegration analysis. *Economic Research Center (ERC) Working Papers in Economics*, 12/07, 1-2.
- Yüksel, E. ve Özcan, K. M. (2012). Interest rate pass-through in Turkey and impact of global financial crisis: asymmetric threshold cointegration analysis. *Journal of Business Economics and Management*, 14(1), 98-113.

SUMMARY

During business cycles, when the central bank adjusts the monetary policy, then the money market rate will be affected. In this case, the commercial banks would transfer the costs resulting from the changes of the money market rate to the retail interest rate. This process is the so-called interest rate pass-through. The importance of the interest rate in an economy is that the deposit and the lending rates directly affect the behaviors of the fund suppliers and demanders, which in turn, determines the economic growth, inflation, and the achievement of the monetary policy (Wang and Lee, 2009). The paper aims to investigate that interest rate pass-through mechanism in Turkey. We use monthly

money market rate, cash, corporate, automobile and house loan rates series covering the period 2002:01-2014:12. The all series in the analyses were obtained from Central Bank of Republic of Turkey (CBRT). We firstly analyzed stationary properties of the series by employing ADF (Augmented Dickey-Fuller), PP (Phillips-Perron) and Ng-Perron test in the empirical analysis. After determining stationary properties for the series, we investigated the existence of co-integration relationship between money market rate and cash, corporate, automobile and house loan rates employing Bound Test developed by Pesaran et al. (2001).

According to Bound Test results, while F statistics was higher than the upper bound of critical values for the cash, automobile and house loan rates series, F statistics was under than the bottom bound of critical values for corporate loan rate series. Thus, there was no co-integration relationship between the money market rate and corporate loan rate. Due to the lack of access to alternative sources of financing, bank-dependent firms have inelastic demand for commercial loans. This situation could be a reason why we didn't find a co-integration relationship between money market rate and corporate loan rate. Bound test results revealed that the existence of co-integration relationship between money market rate and cash, automobile and house loan rates separately. The short and long term static relationship between the money market rate and cash, automobile and house loan rates were analyzed by employing ARDL model (Autoregressive Distribution Lag). According to the results of the ARDL models, money market rate is statistical significant and positively affects cash, automobile and house loan rates. Lastly, the relationship between the money market rate and cash, automobile and house loan rates pass-through effects was examined by employing the Kalman Filter model. ARDL and Kalman Filter models results suggest that cash loan rate have the highest pass-through adjustment. According to the results of the Kalman Filter model, dynamic effects of the policy rate on the loan rates generally has decreased until 2008 and is more stable after the global financial crisis. Kalman Filter model results indicate that there exists the downward rigidity in lending rates during the some expansionary monetary policy which means it supports the hypothesis of the collusive pricing arrangements. However, this finding has not occurred in every monetary easing time. Analyses release that TCMB has a significant effect on the loan rates, especially cash loan and thus on the credit demand.

İşletmeden İşletmeye (B2B) Elektronik Pazaryerleri ve Gelişmekte Olan Ülkelerin Dış Ticaretinde Uygulanabilirliği

Nurdan KUŞAT*

ÖZ

Tüm dünyada yaygınlaşan liberal ticari uygulamalar ülkeler arasında ticari faaliyetlerin artmasına, ayrıca üretim ve tüketim kalıplarının değişmesine sebep olmaktadır. Ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin farklı olması ise genel ekonomik amaçlar üzerinde çok fazla farklılık yaratmamaktadır. Gelişmiş ülkeler daha çok büyümek isterken, gelişmekte olan ülkeler hem büyümek hem de kalkınmak arzusunda. Bu ortak amaca ulaşabilmek ise büyük ölçüde ekonomilerin rekabet güçlerini artırabilmelerine bağlıdır. Gelişmişlik düzeyleri fark etmeksizin, bir ekonominin gerek iç gerekse dış pazarlarda rekabet gücünü artırabilmesi, maliyetlerini en düşük seviyeye çekebilmesi ve yeni pazarlar bulabilmesi ile yakından ilişkilidir. Modern pazarlama tekniklerinden birisi olarak kabul edilen elektronik pazaryeri uygulamaları firma ve ülkelerin bu iki pozitif dışsallığı elde edebilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir.

Bu çalışmanın konusunu; birbirinden ya daha önce hiç haberi olmayan, ya da tesadüfi olarak haberdar olmuş alıcı ve satıcıları merkezi bir sanal ortamda buluşturan elektronik pazaryerleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda işletmeden işletmeye (business to business-B2B) elektronik pazaryerlerinin dış ticaret açısından başarı ve güvenilirlik kriterleri incelenmektedir. Ayrıca dünyanın en fazla katılımcısına sahip alibaba.com isimli elektronik pazaryeri uygulaması ayrıntılı olarak değerlendirilirken, Türkiye ve dünyada öne çıkan bazı B2B elektronik pazaryerleri hakkında da kısa bir değerlendirme yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dış Ticaret, Rekabet Gücü, Elektronik Pazaryerleri, İşletmeden İşletmeye Elektronik Pazaryerleri

JEL Sınıflandırması: F19, F23, M21

Business to Business (B2B) Electronic Marketplaces and Applicability in Developing Countries Foreign Trade

ABSTRACT

Liberal commercial applications that spread all over the world lead to increase in international commercial activities and also cause changes in production and consumption patterns. Differences among countries' development levels do not make much difference in countries' overall economic purposes. While developed countries try to grow-up more, developing countries are willing to grow-up and develop at the same time. Achievement of this common goal depends on countries' ability to increase their economic competitiveness. To improve the competitiveness of an economy in both domestic and foreign markets, no matter what their development levels are, is closely related with finding new markets and minimizing the costs. Electronic marketplaces applications, which is accepted as one of the modern marketing techniques has played an important role on firms and countries in achieving these two positive externalities.

This study issues that electronic marketplaces which bring together buyer and seller that do not know or be aware of in chance to each other. In this context, business to business electronic marketplaces were committed in the name of foreign trade achievement and reliability criteria.

* Yrd. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu, nurdankusat@sdu.edu.tr

(Makale Gönderim Tarihi: 03.03.2016 / Yayına Kabul Tarihi: 10.12.2016)

Doi Number: 10.18657/yonveek.281808

Therefore, while alibabagroup.co which has the most number of participants in the world electronic marketplace application is being evaluated, there is also a brief assessment about some of prominent B2B electronic marketplaces in Turkey and the world.

Key Words: *Foreign Trade, Competitiveness, Electronic Marketplaces, Business to Business Electronic Marketplaces*

JEL Classification: *F19, F23, M21*

GİRİŞ

Küreselleşen dünyanın liberal rekabet anlayışı; ilk bakışta ülkelerin, geri planda firmaların modern uluslararası pazarlama tekniklerini kullanmaları zorunluluğunu gündeme getirmektedir. Uluslararası pazarlamanın 21. yy için yeni yüzü ise elektronik pazaryerleri, ya da kısaca e-pazaryerleri uygulamaları olmaktadır. Bilgi işlem teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralel olarak, internetin ve dolayısıyla elektronik ticaretin tüm dünyada yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanması, bu pazarlama tekniğini diğer modern uluslararası pazarlama teknikleri içerisinde ön sıralara taşımaktadır.

İnternet üzerinden gerçekleştirilen bir ticarete en büyük endişe kaynağı güvenilirliktir. Özellikle de bu ticari işlemler küresel bir boyutta gerçekleştirilmesi arzulan işlemlerse, güvenlik ve güvenilirlik kavramlarının önemi daha da artmaktadır. Birbirlerini hiç tanımayan iki firma arasında gerçekleştirilen dış ticaret işlemi hem ithalatçı hem ihracatçı firma açısından birtakım tereddütlerin yaşanmasına sebep olmaktadır. İthalatçı firma açısından satın alınmak istenen malın beklentileri gerçekten karşılayıp karşılamayacağı önem kazanırken, ihracatçı firma sattığı malın bedelini sorunsuz bir şekilde tahsil etme amacını gütmektedir. Aslında ithalatçı ve ihracatçı arasındaki bu kredibilite problemi kadar önemli olan bir diğer endişe konusu ise, e-pazaryerlerinin yönetimi ile ilgili karşılaşılabilecek olumsuz durumlardır.

Elektronik pazaryerlerinin inşasında en çok sorgulanan konu bu uygulamanın ne kadar başarılı olabileceğidir. Yapılan pek çok çalışma göstermektedir ki bir elektronik pazaryeri uygulamasının başarı koşulu temelde içsel ve dışsal olarak nitelendirebileceğimiz pek çok unsurun etkisine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır.

Çalışma elektronik pazaryeri uygulamasını kavramsal olarak açıklamanın yanı sıra, küresel ticarete yeni bir pazarlama tekniği olarak gelişen işletmeden işletmeye (B2B) elektronik pazaryerlerinin başarı ve güvenilirlik özelliklerini değerlendirmeyi amaç edinmektedir. Bu amaç bağlamında, gelişmekte olan ülkeler arasında özel bir yeri olan Çin’de kurulan ve dünyada en çok katılımcıya sahip elektronik pazaryeri olarak tanımlanan B2B elektronik pazaryeri uygulaması “alibabagroup.com” değerlendirilmektedir. Ayrıca Türkiye ve dünyada öne çıkan bazı B2B pazaryeri uygulamaları hakkında kısa bir değerlendirme yapılmaktadır.

I. ELEKTRONİK PAZARYERLERİ

Son iki yüzyılın gelişmiş ülkelerinin dünya ekonomilerine bir şekilde benimsettirdiği ticari liberalizasyon, iktisat literatüründe yer alan kıt kaynakların etkin kullanımı anlayışının büyük ölçüde zayıflamasına sebep olarak, tüm

ekonomilerde aşırı üretim ve aşırı tüketim kalıplarının temel felsefe olarak benimsenmesinin yolunu açmıştır. Süreç öylesine hızlı çalışır hale gelmiştir ki, ne firmalar üretimlerini artırmaktan, ne de tüketiciler tüketimlerini kısmaktan vazgeçebilmektedirler. Artık dünya ekonomileri 1800'lü yıllarda başlayan teknoloji devrimi ile eşdeğerde sayılabilecek tarihin en büyük teknolojik devrimi ile karşı karşıyadır (Bozkurt, 2000:201-202). Nitekim bu çerçevede hızla değişen ve gelişen rekabet ortamı, firmaların daha yüksek karlar elde edebilmeleri adına, yeni müşteri gruplarına ulaşılmasını zorunlu kılmaktadır. Doney ve arkadaşlarının da (2007:1096) belirttiği gibi günümüzde %5 oranında bir karlılık artışı için en az %25 müşteri artışına ihtiyaç duyulmaktadır. Müşteri sayısının artırılması ise geleneksel pazarlama yöntemlerinin dışına çıkılarak, yenilenen modern pazarlama yöntemleri ile iç ve dış ticaret hacminin artırılmasını gündeme getirmektedir.

Anlaşılabileceği üzere günümüzün küresel ticaret anlayışına uyum sağlamak isteyen firmalar yapısal bir maliyet avantajına sahip olsalar bile, iş ve işletme modellerinde farklılaşmaya gitmeleri bir zorunluluk olmaktadır (Tai, 2011:228). Nihayetinde maliyet avantajına sahip olan pek çok firmanın iş organizasyonlarında farklılaşmaya gittiklerinin görülmesi de bu anlayışın bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Eğer bir firma müşterilerinin zihninde farklı olduğu imajını yaratamıyorsa, tek çözüm ucuza mal satmaktır. Bu satışın sürdürülebilirliği de fiyat avantajının sürekli kılınması ile mümkün olabilecektir (Tai, 2011:224).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin, tüm ekonomik olgularda olduğu gibi, modern pazarlama anlayışının şekillenmesinde de oldukça etkili olduğu aşikardır. Bu sürecin getirisi ise elektronik pazarlama anlayışı olarak kendisini göstermiştir. Fakat çalışmanın konusu elektronik pazarlamanın bir üst kategorisi olarak değerlendirilebilecek olan elektronik pazaryerleri anlayışıdır. Nihayetinde elektronik pazaryeri kavramı bir mal veya hizmetin internet ortamından satın alınmasından çok daha fazlasını kapsamaktadır. Bu farklı yapının oluşumu pazarlama işleminin hazırlık ve tamamlanma aşamaları arasındaki detaydan kaynaklanmaktadır.

Elektronik pazaryerleri İyiler'in (2009:4) ifadesiyle, çoğunlukla birbirinden ya daha önce hiç haberi olmayan, ya da tesadüfi olarak haberdar olmuş alıcı ve satıcıların merkezi bir pazaryeri üzerinden iletişime geçerek işlem yapmalarını sağlayan bir mekanizmadır. Nihayetinde bu mekanizmanın kurgusunda bir ağ bağlantısı ve doğal olarak da sanal bir organizasyon yapısı dikkat çekmektedir. Bir organizasyondan bahsettiğimize göre, bu organizasyonun çalışabilmesi, peşi sıra gelen süreçlerin başarılı bir uygulamayla birbirini tamamlaması ile mümkün olabilir. Paré (2001) işlemin hazırlık evresinin, ürünün satışıyla ilgili bilgi alışverişinin geliştiği pazarlama ve reklam eylemlerinden oluştuğunu, tamamlama evresindeyse ürünün satıcıdan alıcıya aktarımında gerekli olan tüm sipariş, faturalama, ödeme ve lojistik eylemlerinin yer aldığını belirtmektedir.

Aynı sektör içerisinde benzer ürün ve hizmetleri arz eden firmaların bir araya gelerek ortak sorunlarına uygun çözümler bulmayı amaçladıkları elektronik

ortamlar elektronik pazaryeri olarak tanımlanabilirken, Küçükyılmazlar'ın da (2006:22) belirttiği gibi, endüstriyel özelliğe sahip arama motorları, bilgi çarşıları ve iş çarşıları da elektronik pazaryerleri çerçevesinde değerlendirilebilir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimiyle paralel bir gelişme gösteren elektronik pazaryerlerinin, gerek alıcılar gerekse satıcılara yönelik pozitif dışsallıklar yarattığını söylemek mümkündür. Kioskes ve arkadaşları (2006:2) bu oluşumların, her iki kesime de fiyat ve ürünler hakkında bilgi sağlayarak araştırma maliyetlerini azaltıcı etkiler doğurduğunu ifade etmektedir. Şahin ve Demir (2011:6-7) özellikle küçük ölçekli alıcıların tek başlarına yakalama şansları olmayan avantajları bu sayede elde edebileceklerini belirtmektedir. Bakos (2009:16) elektronik pazaryerlerinin ölçek ekonomileri aracılığı ile bu sisteme üye olan firmalara mevcut ağ sistemlerini geliştirme şansı sağladığını vurgulamaktadır. Ersun ve Arslan (2011:187) ise elektronik pazaryerlerinin satıcılara geleneksel ticaret yöntemlerinin sağladığından daha fazla müşteriyle buluşma imkanı sağlayarak gereksiz stoklama maliyetlerinden kurtulmaları olanağı sunarken, alıcılara daha az tedarikçiyle uğraşarak en uygun ürüne ulaşma şansı verdiğini ifade ederler.

Elektronik pazaryerleri uygulanma ve etki alanlarına göre farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır. Dikey ve yatay olarak sınıflandırılabilen elektronik pazaryerlerinde, dikey pazaryeri anlayışı aynı endüstri içerisinde alıcı ve tedarikçileri biraraya getirmeyi amaçlayan bir uygulamadır. Chaffey'in (2007:80) ifadesiyle dikey elektronik pazaryerleri, işlemleri hızlandıran yapısıyla katma değeri artırıcı bir etki yaratım gücüne sahiptir. Yatay elektronik pazaryerleri ise, online işlemleri yönetecek güvenilir bir üçüncü tarafın önderliğinde çalışır. Violino'nun (2002:32) da belirttiği gibi yatay elektronik pazaryerleri, çoğu zaman finans kuruluşları ve telekomünikasyon işletmeleri gibi destek işletmelerin sunduğu hizmetlerden yararlanan sanal ortamlardır.

Elektronik pazaryerleri alıcı ve satıcıların kimler olduğuna ya da özel ve tüzel kişiliklerine göre de bir sınıflandırmaya tabi tutulurlar. Bu sınıflandırmada işletmeden işletmeye (B2B), işletmeden tüketiciye (B2C) ve işletmeden devlete (B2G) gerçekleşen ticari faaliyetler dikkate alınarak pazaryerlerinin sınıflandırılması ve tanımlanması söz konusudur ¹.

B2C elektronik pazaryerlerinin etkin kullanımında perakende alışverişin yaygınlığı dikkat çeker. İşletmeler bu tür pazaryerlerini veya kendilerine ait web sitelerini kullanarak ürettikleri ürünleri nihai tüketicilere satmayı amaçlar. Fakat tüketiciler bilgi eksikliği, teknolojik altyapı eksikliği ve her şeyden önemlisi bu ticarete olan güven eksikliği nedeniyle çekimser davranışlar gösterirler (Ene, 2002:11-12).

B2G elektronik pazaryerleri kamunun ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri elektronik ortamda satın almalarını sağlayarak, hem kamunun maliyetlerinin azalmasına, hem de yapılan işlemlerin halk önünde şeffaflaşmasına imkan tanıyan sanal ticaret mekanlarıdır. İşletmeler bu pazaryerleri aracılığıyla ticari

¹ B2B bir sonraki konuda ayrıntılı olarak ele alınacağı için bu bölümde değerlendirilmemektedir.

faaliyetlerini gerçekleştirirken özel iş lisansları ve teknikler kullanmak zorundadırlar (Payne, 2008:6).

II. İŞLETMEDEN İŞLETMEYE (B2B) ELEKTRONİK PAZARYERLERİ VE DIŞ TİCARET

Geleneksel pazarlama yönetim modelinin temelinde sadece firma kavramına yer verilirken, B2B elektronik pazarlamanın odağını firmanın diğer firmalarla olan etkileşimi oluşturmuştur (Vargo ve Lusch, 2011:183).

İşletmeden işletmeye (Business to Business-B2B) elektronik pazaryerleri, firmalar arasındaki hizmet, mal ve bilgi alışverişinin internet ortamında gerçekleştirilmesi faaliyeti olup, hammadde tedarikçisinden nihai tüketiciye kadar uzanan katma değer zincirini bütünleştirmek için kullanılan (Gökgül, 2014:44) bir sanal pazarlama organizasyonudur. Başaran Özdemir ve arkadaşları (2010:119) B2B elektronik pazaryerlerinin oluşumunda üç temel aktörün varlığına değinir ki, bunlar firmalar, araçlar (e-pazaryerleri) ve ticaret rejimini düzenleyen kamu yönetimi-devlettir. Bu pazaryerlerinin inşası, işletmeler arasındaki pek çok işlemin, hem alıcı hem satıcı firma adına maliyet azalışı yaratacak şekilde, pazarlama organizasyonundan çıkmasını sağlar. Diğer taraftan benzer arabuluculuk hizmetleri sanal ortamda oluşturulan bir organizasyon tarafından çok daha uygun maliyetlerle sağlanır.

B2B uluslararası elektronik pazarlama modeli bir organizasyonun sürdürülebilir rekabet avantajını kazanmasında itici bir güç oluşturmaktadır. Fakat B2B ticareti bu teknikle işlem yapmak isteyen ülkelerin geleneksel pazar işlemlerini ve dinamiklerini mutlaka etkileyecektir. Bu nedenle firmaların ön hazırlıklarını yaparak bu sürece dahil olmaları başarı şanslarını artırıcı bir faktör olacaktır.

Elektronik pazaryerlerinde gerçekleştirilen ticaret konusundaki yaygın kanı genelde işletmeden tüketiciye gerçekleşen e-ticaretin toplam e-ticaret içerisindeki payının, işletmeden işletmeye gerçekleşen e-ticarete göre daha fazla olduğu yönündedir. Oysa Mueller (2000) online bir şekilde gerçekleştirilen perakende satışların (B2C), tüm online işlemler içerisindeki payının sadece %0,064 olduğunu belirtmekte, Tregurtha ve Vinc'de (2002) B2B şeklinde değerlendirilen toptan satışların e-ticaret içerisindeki payının %9,4 ve değerinin %80 olduğunu ifade etmektedir.

Her ülkenin küresel B2B statüsündeki pazaryerlerinde belirli oranda bir pay elde etmesi muhtemeldir. Önemli olansa bu küresel pazar içerisinde hem büyük hem de sürdürülebilir oranda bir paya sahip olabilmektir. Kshetri ve Dholakia (2002) ülkelerin B2B çerçevesinde elde etmekte oldukları pazar paylarının ekonomik ağırlıklı bazı unsurlara bağlı olduğuna değinirken, bu unsurları kısaca şu şekilde ifade etmektedir: (1) Gelir, (2) Nüfus, (3) Diğer ülkelerdeki kredibilitesi, (4) Risk sermayesi, (5) Lojistik altyapı, (6) Vergi ve teşvikler, (7) Tarifeler ve tarife dış engeller, (8) Beşeri sermaye yapısı ve hükümet politikası, (9) Firmaları AR-GE'ye teşvik eden düzenlemeler, (10) Siyasi yapı, (11) Dil ve (12) Uluslararası kuruluşlar.

Bu kriterlerden anlaşılacağı üzere B2B elektronik pazaryeri payı artışında ülkelerin hem demografik, hem ekonomik, hem siyasi, hem ticari, hem kültürel yapısı etkili bir rol oynarken, dış dünyadan gelen yaptırımlar da bu süreci etkilemektedir.

Moodley ve arkadaşları (2001) e-ticaretin ve elektronik pazaryerlerinin firmalara maliyetlerini azaltma, ağ ölçeğini genişletme ve hizmet düzeyini geliştirme yönünde bir takım potansiyel faydalar sağladığını belirtmektedirler. Fakat maalesef gelişmekte olan ülkelerin uluslararası pazarlara girişi için de çok büyük bir fırsat olarak görülebilecek bu yapılanma günümüzde özellikle tarım sektöründe bu savı destekler sonuçlar yansıtamamaktadır. Leroux ve arkadaşları (2001:208-210) B2B elektronik pazaryerleri uygulamalarının tarım sektöründeki başarısızlığını, bu sektörden kaynaklanan bazı özel faktörlerle ilişkilendirmektedir ki bu faktörler: (1) Tarım değer zincirinde meydana gelen genişleme, (2) Tarımsal üretim anlayışında yaşanan karmaşa ve (3) Son kullanıcıların talebinde meydana gelen karmaşıklıklardır. Nihayetinde tarım sektörünün insan hayatı için en vazgeçilmez sektör olması bu gelişmelerin yaşanmasında en önemli gerektir.

Tüm elektronik pazaryeri uygulamalarında olduğu gibi B2B elektronik pazaryerleri de dış ticaret yapan kullanıcılarına bir takım önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajları ihracatçı ve ithalatçı firmalar açısından kısaca değerlendirmek mümkündür.

Ihracatçı firmalar B2B elektronik pazaryeri uygulamalarına dahil olarak yeni pazarlara giriş imkanı bulabilmekte, özellikle tedarik zincirinde otomasyon sistemlerini kullanma şansını elde ederek verimliliklerini artırabilmekte ve her şeyden önemlisi maliyetlerini minimize ederek ihracat pazarında rekabet gücünü üst düzeye taşıyabilmektedir. Güleş (2000:49) B2B pazaryeri uygulamalarının ithalatçı firmalara getirisini, tedarikçi bulma, yeni tedarikçilerle ilişkiye geçme, nihai mal ve hammadde alımlarında kontrol gücü sağlama yetisiyle ilişkilendirmektedir. Metin (2012:156) ise bu uygulama sayesinde ithalatçı firmaların telefon, faks, kağıt vb. ofis maliyetlerinde bir azalış yaşanacağını belirtmektedir.

A. B2B Elektronik Pazaryerlerinde Başarı

Bir firmanın rekabet gücü artışında önemli olabilecek elektronik pazaryeri uygulamalarının başarı ile taçlandırılması önem arz eder. Elektronik pazaryerlerinin özellikle rekabet gücü sağlayan faydalarından yararlanabilmek için bu mekanların sadece kurulmuş olması yeterli koşul değildir. Bu pazaryerlerini başarıya ulaştıracak ve her şeyden öte sürdürülebilir kılacak bazı başarı kriterlerine ihtiyaç olduğu aşikardır. B2B elektronik pazaryeri uygulamaları çok derin bir geçmişe sahip olmadıkları için hala gelişim ve dönüşümünü sürdüren pazarlama modelleridir. Fakat gelişim süreci içerisinde bulunulsa bile, uygulamadaki yoğunluk nedeniyle modelin başarı kriterleri pek çok çalışmada ifade edilmektedir.

Song ve Zhang (2010) B2B elektronik pazaryerlerinin yönetim maliyetlerini azaltan özelliğinin yanında, işletme içi iş akış hızını artıran özelliğine de vurgu yapmaktadır. Avlonitis ve Karayanni (2000:441) 130 sanayi

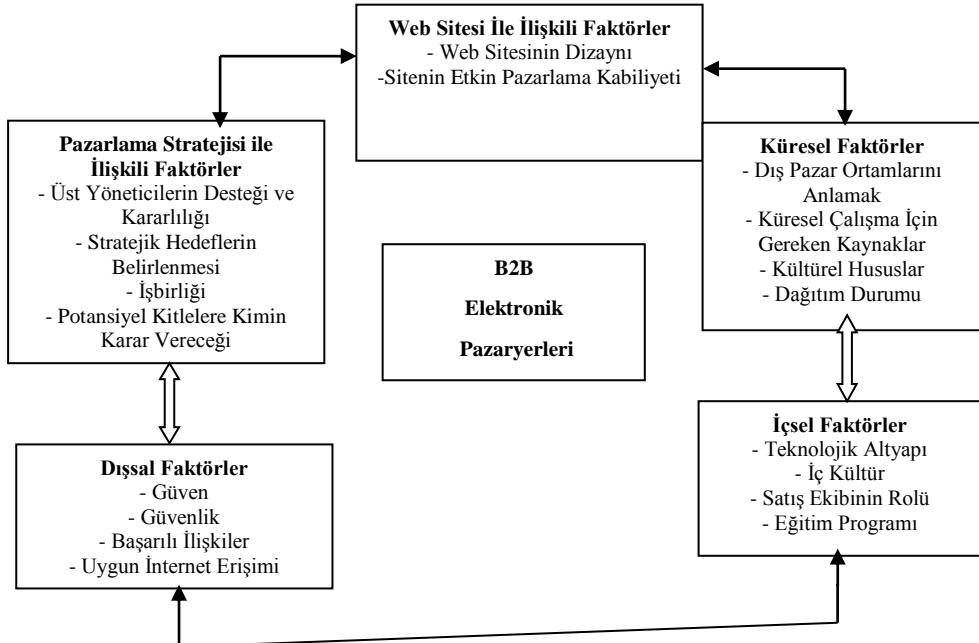
işletmesini kapsayan çalışmasında; pazaryeri kullanımındaki başarı için satış ekibinin uygun bir eğitime tabi tutulmasının internet üzerinden pazarlama stratejilerinin uygulanmasında önemli bir rol oynayacağı, fakat üst düzey yöneticilerin stratejik pazarlama planı ve interneti etkin olarak bir araya getiren desteğinin başarı için ön koşul olduğu sonucuna varmıştır.

Chan ve Swatman (2000:72) tarafından Avusturalya'nın oldukça büyük bir çelik firmasında gerçekleştirilen çalışmada, alıcı ve satıcıların tutumları, kültür, geleneksel ve online pazarlama gibi faktörlerin, B2B pazaryerlerinin başarısında etkin bir rol oynadığı tespit edilmektedir.

Furnell ve Karweni (1999:372) internet aracılığıyla gerçekleştirilen bilgi alışverişinin gelişmesinde güvenlik kriterinin önemi üzerinde durmakta ve B2B sisteminin başarısını hem alıcılar hem de satıcılar açısından güvenlik temeline oturtmaktadır. Duggan ve Devenery'ye (2000:58) göre müşteri kabulü ve dil faktörleri kadar ağ içi ve ağ dışı bütünleşmenin sağlanması da B2B elektronik pazaryerlerinin başarısında önem arz eder.

Eid ve arkadaşları da (2002:110) yukarıda elde edilmiş çalışma bulgularından yararlanarak pazarlama stratejisi, web sitesi, küresel boyut, içsel ve dışsal faktörler olarak adlandırdıkları beş kategoride başarı kriterlerini değerlendirdikleri çalışmalarında, bu faktörlerin oldukça önemli bir rol üstlendiklerini tespit etmiştir. Şekil 1 adı geçen çalışma sonucunda oluşturulan B2B elektronik pazaryerleri başarı kriterlerini 5 ana ve 21 alt kategoride göstermektedir.

Şekil 1. Sınıflandırılmış B2B Elektronik Pazaryerleri Başarı Kriterleri



Kaynak: Eid, Riyad; Trueman, Myfanwy and Ahmed, Abdel Moneim (2002) A cross-industry review of B2B critical success factors, *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, V.12, N.2, p. 114.

Eid ve arkadaşları (2002:121) 5 ana ve 21 alt kategoride tanımladıkları B2B elektronik pazaryeri başarı kriterlerini frekans derecelendirmesine tabi tutarak, başarı elde edilmesinde en yaygın karşılaşılandan en az görülene doğru bir sınıflandırma yapmışlardır. Bu değerlendirme sonuçları ise şu şekilde oluşmuştur: (1) Küresel Faktörler, (2) Pazarlama Stratejisi ile İlişkili Faktörler, (3) Dışsal Faktörler, (4) Web Sitesi ile İlişkili Faktörler ve (5) İçsel Faktörler.

Bu sınıflandırma ve ortaya çıkan derecelendirme bize; B2B elektronik pazaryerleri için en önemli başarı koşulunun küresel yapıyı anlamak ve bu yapıya uyum sağlamaktan geçtiğini göstermektedir. Bir ekonomi B2B tipi elektronik pazaryeri uygulamasına dahil olmadan önce dış pazarları iyi analiz etmek, küresel ortamda çalışmak için kaynaklarını iyi kullanmak ve ticari kültürünü de göz önüne alarak bu yolculuğa çıkmak zorundadır. Bu süreç politika yapıcılar tarafından belirlenecek sağlıklı ekonomik politikaların uygulanabilirliğinin sağlanmasıyla doğru orantılı olarak başarıyı artıracaktır.

İkinci aşamada bu uygulama için işletmelerin inisiyatif kullanmaları önem arz eder. Yerel firmaların bu pazarlama tekniğini kullanmak için sadece hevesli olmaları yeterli değildir. Aynı zamanda bu sistemi yaşatacak düzenlemeleri şirket kültürlerine yerleştirmeleri gerekir. Bu bağlamda şirket içi örgütlenmenin ast-üst ilişkileri çerçevesinde radikal bir yapılanmaya gitmesi, bu çerçevede plan ve programların yeniden oluşturulması tavsiye edilebilir.

B2B elektronik pazaryerlerinin en önemli başarı kriterlerinden bir diğeri de dışsal faktörler olarak isimlendirilen, düzgün ve güvenilir bir ağ sisteminin varlığıdır. Kaliteli olarak ifade edebileceğimiz bir ağ sistemi, firmaların kullanım değeri yüksek ve güvenli web sitelerinin varlığıyla desteklendiği takdirde, - yukarıdaki koşullar da sağlanmak kaydıyla- B2B pazaryerlerinin başarı koşullarının yaklaşık %80'ini sağlamış olacaktır. Behkamal ve arkadaşları (2009:601) gerçekleştirmiş oldukları çalışma sonuçlarıyla işletmelerin B2B işlemlerini gerçekleştirmek için uygun araçları kullanmaları gerektiği ve bu uygunluktan kastın da belirli bir kalite standardına sahip uygulamalar olduğunu vurgulamaktadırlar.

B2B elektronik pazaryerlerinde tam başarı elde edebilmek için de yine ülke içerisinde sürdürülebilir bir kurumsal ticaret anlayışının inşa edilmesi gerekir ki, bunun en temel koşulu teknolojik alt yapının her daim yenilenmesi ve konuyla ilgili eğitim programlarının sürekli kılınmasıdır.

B. B2B Elektronik Pazaryerlerinde Güven Unsuru

İyi bir pazarlama yönetiminin mevcut müşterilerine sahip çıkmanın yanında, bu müşterilerine yenilerini ekleyecek bir performansı da göstermesi beklenmektedir. Bu performansın ortaya çıkabilmesi için de güvenilir bir pazarlama sisteminin inşasına ihtiyaç olduğu yönünde bir inanış bulunmaktadır. Özellikle günümüzde B2B elektronik pazaryeri potansiyel kullanıcıları sisteme hala tam olarak güvenmemektedirler. Bu güvensizlikteki en önemli gerekçe ise bilgi eksikliğinden kaynaklanan kaygı tabanlıdır.

Lancastre ve Lages'in (2006:774) çalışması B2B elektronik pazaryerleri ile alıcılar arasında kurulan ilişkide hem iş taahhütlerinin, hem de güven unsurunun çok önemli olduğuna yönelik bulgular ortaya koymaktadır. Yine aynı çalışma sonuçları B2B elektronik pazaryerleri tarafları arasındaki iş taahhütleri ve güven unsurları üzerinde ürün fiyatları ve fırsatçı davranışların olumsuz; fesih masrafları, tedarikçi politikaları, iletişim ve bilgi alışverişinin olumlu etki bıraktığını vurgulamaktadır (Lancastre ve Lages, 2006:776).

Anderson ve Weitz (1989:312) güven kavramını "bir tarafın, diğer tarafça üstlenilen eylemleri belirlenen şartlar dahilinde yerine getireceğine dair inanç" olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda güven, özellikle B2B gibi alıcılar açısından pek çok karmaşık yapı sergileyen pazarlama yöntemlerinde oldukça büyük önem arz etmektedir. Çünkü alıcılar ihtiyaç ve amaçları doğrultusunda ortaya koydukları taleplerini maddi ve manevi belirsizliklerden uzak bir şekilde gerçekleştirmeyi tercih ederler. Güven unsuru satıcı ve alıcı arasında uzun vadeli ilişkilerin tesisinde de oldukça kritik bir role sahiptir. Özellikle dış ticaret açısından kısa vadeli ticari ilişkilerin kurulması büyük zaman ve aynı zamanda pazar kayıplarına da sebep olabilmektedir.

Sucuoğlu (2008:19-20) internette güvenlik açığına sebep olan 2 unsurun varlığından bahsetmektedir. Bunlardan bir tanesi yazılım ve ağ altyapısından kaynaklanan sorunlar olup, servis sağlayıcılar ve kişisel bilgilerin paylaşıldığı kurumlardan kaynaklanabilecek güvenlik ihlal ve açıklarıdır. İkincisi ise internet üzerinden gerçekleşen veri akışı sırasında, olası teknik açıklar nedeniyle kişisel bilgilerin kötü amaçlarla ele geçirilmesi tehlikesidir.

Metin (2012:153) güvenlik kavramının elektronik pazaryerlerini kullanan dış ticaret firmaları için ticari kredibilite anlamı taşıdığına vurgu yapar. Bu nedenle tüm elektronik pazaryeri uygulamalarında dış ticaret yapmayı amaçlayan ithalatçı ve ihracatçı firmaların, böyle bir amaçları olmayan dolandırıcılara karşı gerekli tedbirleri almaları gerektiğini belirtir (Metin, 2012:153). Amacı dış ticaret olmayan firmaların veya kişilerin belirlenebilmesi içinse normal prosedürün dışında gereksiz olarak yapılan yazışmalar veya yazışmalarda eksik bilgilerin varlığı dikkatle irdelenmelidir. Unutulmaması gereken bir diğer unsur ise, elektronik pazaryerlerinin güvenilirliğinin sadece işletmeler için değil, aynı zamanda elektronik pazaryeri yönetimleri açısından da oldukça büyük önem arz ettiğidir.

B2B uygulamalarında güven kriterinin temini ve korunmasında, B2B şirketlerinin markalaşma süreçleri de ayrı bir önem ortaya koyar. Nihayetinde güçlü bir B2B markası, piyasada kalitenin varlığını vurgulayarak güvenilirliği artırıcı etki sunabilecektir. Michaelidou ve arkadaşlarının (2011:1157) yapmış olduğu çalışma da, B2B içerisinde yer alan KOBİ'lerin markalarını sosyal medyada desteklemek için maliyetlerini artırmayı göze aldıkları yönünde bulgulara yer vermektedir.

III. B2B E-PAZARYERLERİNİN BAZI GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERDE KULLANIMI

Küresel dış ticarete rekabet üstünlüğünün elde edilmesi ve bu üstünlüğün muhafaza edilmesi, ülke ve firmaların pazara giriş zamanıyla yakından ilişkilidir. Fakat pazara ilk girenlerin mi, yoksa pazar biraz olgunlaştıktan sonra girenlerin mi daha avantajlı olacağı konusu biraz karışıktır. Lieberman ve Montgomery (1998:1121-1122) yeni bir uygulamada lider pozisyonda olmanın yüksek riskler oluşturmasına rağmen, sürdürülebilir rekabet gücünün elde edilmesinde önemli bir güç oluşturabileceğini ifade eder. Yaptıkları çalışma neticesinde benzer sonuçlara ulaşan Song ve arkadaşları ise (1999:832) mevcut uygulamaya sonradan katılanların sadece kendi hatalarıyla yüzleştiklerini, önceden yapılan hatalardan kaçınma fırsatı elde ettiklerini belirtmektedir.

B2B tipi elektronik pazaryerlerinin gelişiminin gelişmiş ülkelerde gelişmekte olan ülkelere göre daha erken gerçekleşmiş olması muhtemeldir. Bu pazaryerlerinin bilgi işlem teknolojilerinin gelişimi ve yaygın bir şekilde kullanımıyla olan bağlantısı sürecin bu şekilde çalışmasında etkin rol oynamıştır. Ayrıca B2B tipi yeni bir pazarlama stratejisine giriş kararının alınmasında yöneticiler bir kafa karışıklığı da yaşamaktadırlar. Nihayetinde bu yeni süreçte çok farklı kültürler ve iş ortamlarıyla karşılaşma olasılığı çok yüksek olup rekabette üstünlük elde edilip edilemeyeceği belirsizdir (Calantone ve diğerleri, 2010:832). Gerçekten de her ülkenin kendine has bir iş kültürü, ekonomik, siyasi ve hukuki yapısı vardır ki bu yapıya bir de sanal ortamda gerçekleştirilen bir işlem eklenince belirsizlik düzeyi had safhaya ulaşmaktadır.

Küresel ticaret içerisindeki payı oldukça yüksek olan ve bu yapısını gelecekte de koruyacağı öngörülen Asya Kaplanlarından bir tanesi olan Çin'in; bu yüksek ticari performansının belirleyicileri konusunda literatürde pek çok çalışmaya rastlanmaktadır. Fakat Çin'deki uluslararası ticarete B2B tipi elektronik pazaryerlerinin kullanımının ticari performansı etkileyen bir unsur oluşturup oluşturmadığına dair bir açıklık bulunmamaktadır. Son 10 yıldır Çin dış ticaretinde elektronik pazaryerlerinin kullanımına dair bazı çalışmalar dikkat çekmeye başlamıştır. Çin'in dünya ticaretindeki liderliğiyle bağlantılı olarak; diğer gelişmekte olan ülkelerin de bu alanda bir strateji oluşturabilmeleri adına; bu çalışmada Çin'deki B2B tarzı elektronik pazaryerleri konusuna daha ağırlıklı bir şekilde değinilmektedir.

Zhao ve arkadaşları (2008:242) Çin firmalarının temel işletmecilik altyapılarındaki eksikliğin elektronik piyasaların gelişimine engel olduğuna vurgu yapmaktadır. Martinsons (2002:247) ise devlet tarafından bu piyasaların çalışmasına yapılan müdahalelerin piyasalarda belirsizliğe sebep olarak başarısızlıklar yaratmakta olduğunu belirtmektedir. Ayrıca bazı çıkar gruplarının da Çin'in bu tür bir değişim içerisinde yer almasına direndikleri gözlenmektedir (Martinsons, 2002:247).

A. Çin ve alibabagroup.com

Çin'in ve belki de küresel dünyanın B2B elektronik pazaryerleri ve tüm diğer elektronik pazaryerleri ile tanışmasının Alibaba isimli elektronik

pazaryerinin kurulmasıyla gerçekleştiğini söylemek çok yanlış olmayacaktır. Alibaba isimli elektronik pazaryeri 1999 yılında Çin'in Hangzhou şehrinde emekli bir İngilizce öğretmeni olan Çinli Jack Ma önderliğindeki 18 kişi tarafından kurulmuş bir pazaryeridir (<http://www.alibabagroup.com/en/about/overview>). Bu elektronik pazaryeri başarılı ve küçük işletmelerin yerel ve küresel ekonomi içerisinde daha etkin bir rol üstlenebilmesini sağlayacağı düşünülen inovasyon ve teknoloji kabiliyetlerini artırmak amacı ve bu konuda internet ağına olan inanç doğrultusunda geliştirilen bir uygulamadır (<http://www.alibabagroup.com/en/about/overview>). Bu uygulama ile tüketicilere, tüccarlara ve diğer katılımcılara istedikleri her türlü hizmet ve teknoloji sunulmaktadır.

Alibabagroup.com'un kuruluşunda yer alan temel amaçları şu şekilde özetlemek mümkündür (Guo vd., 2006:545):

- Uluslararası ticaret hacmini artırmak ve işlem maliyetlerini azaltmak,
- KOBİ'lerin online olarak daha kolay müşteri ve ürün bulmalarını sağlamak,
- Mevcut uluslararası ticarete küresel bir elektronik pazaryeri alternatifi oluşturmak.

Bu elektronik pazaryeri kuruluşundan itibaren küçük Çinli ihracatçılara, üreticilere ve malını satmak isteyen girişimcilere yardım etmekte olup, bağlantılı olan şirketlere internet tabanlı reklam ve pazarlama, elektronik ödeme, ağ hizmetleri ve mobil çözümler sunmanın yanı sıra toptan ve perakende pazaryeri liderleriyle buluşmaları konusunda da teknik destek hizmetleri sunmaktadır (<http://www.alibabagroup.com/en/about/history>).

Alibabagroup.com günümüzde 10 adet bağlantılı web sitesi aracılığı ile farklı ülkelerdeki kullanıcılarına da hizmet sunmaktadır (<http://www.alibabagroup.com/en/about/businesses>). Ayrıca Çin, Hindistan, Japonya, Güney Kore, Avrupa ve Türkiye genelinde yer alan 60'dan fazla ofisi aracılığıyla faaliyetlerini desteklemektedir (Metin, 2012:157). Bu uygulamaların başarısında rol oynayan faktörleri müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamaya tereddütsüz bir şekilde odaklanmaya, inovasyona ve girişimcilik ruhuna verdikleri öneme bağlamaktadır (<http://www.alibabagroup.com/en/about/culture>).

Alibabagroup.com'un kullanıcılarına sunduğu güvenlik tedbirleri de oldukça dikkat çekicidir. İş etiğine uymayan ve yasa dışı olarak isimlendirilebilecek her türlü mevcut veya olası davranışın bizzat takipçisi olacaklarını ve soruşturma konusunda aracılık edenlere karşı uygulanabilecek misillemelere karşı da her türlü desteği sağlayacaklarını garanti etmektedirler. (<http://www.alibabagroup.com/en/about/integrity>). Bu uygulamayı en iyi şekilde koordine edebilmek için "Alibaba Grup Dürüstlük ve Uyumluluk Ofisi" adıyla faaliyete koydukları bir şikayet ofisinden destek almaktadırlar (<http://www.alibabagroup.com/en/about/integrity>). Aslında güvenlik konusundaki bu uygulama bir tedbir olarak değerlendirilemeyebilir. Önemli olan olay gerçekleşikten sonra değil, olay ortaya çıkmadan müdahale edilmektedir. Bu amaçla alibabagroup.com ücretli üyelik uygulamasından yararlanmaktadır.

Güvenilir bir ticaret ortamı yaratabilmek adına elektronik pazaryerlerinde altın, gümüş ve bronz üyelik hatları oluşturmakta, altın üyelik için yıllık üretim kapasitesi, işçi sayısı gibi verilerin ülke ticaret ve sanayi odalarının onaylatılmasını istemektedir (Metin, 2012:161).

Alibabagroup.com katılımcı sayısının fazlalığı nedeniyle dünyanın en büyük küresel elektronik pazaryeri uygulamasıdır. Fakat buna rağmen ideal küresel elektronik pazaryerleri ile karşılaştırıldığında henüz olgunlaşmamış bir yapıya sahip olduğu gözlenmektedir (Guo vd., 2006:548). Guo ve arkadaşları (2006:548) bu eksikliğin temelinde ürün temsillerinin tam olarak sağlanamamasının, standart belge işleme mekanizmasının yetersizliğinin, uluslararası ödeme planları ve etkin bir güvenlik sisteminin kurulamamasının yattığını belirtmektedirler.

Çin böylesine büyük ve küresel bir elektronik pazaryeri uygulamasına sahip olmasına rağmen; diğer gelişmekte olan ülkelerde de olduğu gibi, B2B tipi elektronik pazaryerleri açısından gelişimin hala erken aşamasındadır (Zhao ve diğerleri, 2008:242). Bugüne kadar Çin şirketlerinin çok azının elektronik ticaret konusunda başarılı olabildiği (Martinos, 2002:571) düşünülse bile, Çin'in elektronik pazaryerlerinin dış ticaretteki kullanımı konusunda belirli bir mesafe kaydettiği ve bu yolda ilerlemeye devam edeceğini de belirtmek gerekir.

B. Çin ve GlobalSources.com²

1996 yılında kurulan ve merkezi Hong Kong'da olan Global Sources, Çin'in önde gelen B2B medya şirketlerinden biridir ve Çin Halk Cumhuriyeti ile olan uluslararası ticaretin ana kolaylaştırıcısıdır. GlobalSources.com, iyi ve güvenilir tedarikçiler, ihracatçılar ve güvenilir üreticiler bulma imkanı sağlamak ana hedefi çerçevesinde, ticaret ortaklarının iş taleplerini karşılamak için her zaman aradıkları bilgileri yaratıp sunmayı temel prensip olarak kabul etmiştir.

GlobalSources.com'u diğer B2B platformlarından benzersiz kılan başlıca özelliği, katılımcılarına her daim sağlamaya çalıştığı benzersiz medya hizmetidir. Hizmetlerinin temel işlevini küresel ticaret etkinliklerine katılım ve basılı dergilerin yanı sıra, dijital dergilerin yayınlanması, araştırma raporları hazırlanması, çevrimiçi ve özel kaynak temini hazırlanması oluşturmaktadır. Bu sayede çevrimiçi B2B elektronik pazaryeri aracılığıyla promosyon gibi çeşitli kaliteli hizmetler kullanan işletmelerin işlemlerini de kolaylaştırmaktadır.

GlobalSource.com küresel e-ticaretteki bir ilki daha gerçekleştirerek NASDAQ borsasında kote edilerek B2B elektronik pazaryeri şirketleri için bir sembol haline gelmiştir. Şirket 2000 yılında dünyanın en büyük 100 perakendecisinden 95'ine hizmet vermekte olup, 240'dan fazla ülkede kullanıcılarına pazarlama çözümleri sunmaktadır. Bu elektronik pazaryerinin 2013 yılının ilk çeyreğindeki geliri 31.3 Milyon \$ olmuş ve Büyük Çin'in değişik yerlerinde 30'tan fazla ofisi ve 4 milyonun üzerinde Çinli online kullanıcı ve abone ile dev bir topluluk oluşturmuştur.

² http://directory.tradeford.com/b2b/globalsources.com_d3.html

GlobalSources.com'da, her tedarikçi ve üreticinin güvenilirliği D&B ve Sinotrust tarafından doğrulanmış bir kayıtla sağlanır. Ürün ve şirketle ilgili bilgileri toplamak için GlobalSources.com'daki ilişkili kişilerle ziyaretçiler arasında çok sayıda görüşme yapılır. Sahtecilik veya arıza şüphesi durumunda şirket hemen tedarikçilere karşı adımlar atmakta ve onlarla ilgili herhangi bir şey kanıtlanırsa sıkı tedbirler almaktadır.

C. Çin ve made-in-china.com³

Focus Technology Co, Ltd, 1996 yılında kurulmuş olup, temel amacı kullanıcılarının kazançlarını artıracakları ve harcamalarını kısabilecekleri etkili çevrimiçi çözüm yöntemleri kullanarak müşterilerine makul ayrıcalıklar sağlamaktadır. Özellikle KOBİ'lere, yeni piyasalara kolayca nüfuz edebilecekleri ve müşterilerinin taleplerini daha gelişmiş bir şekilde karşılayacakları uluslararası ticaret camiasına ulaşabilecekleri mükemmel ortamlar sunmaktadır.

Bu web sitesi, Çin ihracat ve ticaretinin ilerlemesinin artırılması amacıyla internet kaynaklarının nüfuzunu dikkate alarak oluşturulmuştur. Bu çevrimiçi ortamdaki Odaklanma Teknolojisi sayesinde, işletme sahipleriyle iletişime geçilebilmekte, bu sayede Çin ürünleri hakkında tam, özgün ve en yeni bilgiler sağlanarak tedarikçilerle ilgili eksiksiz veriler sunulabilmektedir. Kısacası, Made-In-China.com'un uluslararası alıcılar ve Çinli tedarikçiler ile ihracatçılar ve üreticiler arasında bir köprü görevi gördüğü söylenebilir.

Made-In-China.com alıcılar için, aradıkları ürünleri bulabilecekleri ve güvenilir Çin tedarikçileriyle birkaç dakika içinde bağlantı kurabilecekleri özel bir "Ürün Dizini" bölümü mevcuttur. Bunun dışında alıcılar, ticari işlemlerinde pazarlık yapabilecekleri gibi, teklif tahtasında istek de satın alabilirler. Made-In-China.com'u diğer B2B portallarından farklı kılan bir diğer uygulama da, SGS tarafından denetlenen işletme lisansları, üretim yetenekleri ve kalite kontrol sistemleri gibi Çinli tedarikçiye ait "Denetim Raporları" nın kullanılmasıdır.

Made-In-China.com, tüm tedarikçiler, üreticiler ve ihracatçıların, teklif tahtasında ürün satabilecekleri, teklifler verebilecekleri ve şirket bilgileri ekleyebilecekleri bir yapı sunmaktadır. Ayrıca tedarikçiler teklif tahtasında, global alıcıları, ithalatçıları veya satın alma taleplerini de arayabilir.

D. Kore ve EC21.com⁴

EC21.com, milyonlarca tedarikçi ve alıcıyı dünya çapında bağlayan dünyanın en büyük çevrimiçi B2B pazarlarından biridir. 1997'den beri, KOBİ'ler için küresel ticaret fırsatlarını kolaylaştırmaktadır. Uluslararası ticaretteki öncü teknolojisi ve uzmanlığı sayesinde, uluslararası alanda tanınmış ve kullanıcılarının güvenini kazanmıştır.

Bugün EC21.com, bir milyondan fazla üye firma, üç milyon ürün, bir milyon alıcı ve aylık 3.5 milyon ziyaretçiye sahip olup, halen hızla büyümektedir.

EC21.com, 1997 yılında Kore Uluslararası Ticaret Birliği (KITA)' nin çevrimiçi ticaret kurulu olarak işe başlamıştır. Kurulduğu zamandan beri, yerel

³ http://directory.tradeford.com/b2b/made-in-china.com_d2.html

⁴ http://www.ec21.com/html/ec/AU/AU_Company_Overview.html

küçük ve orta ölçekli ihracat şirketlerine kapsamlı ticaret destek hizmetleri ve global iş fırsatları sunmaktadır.

Kore'deki KOBİ'ler için en büyük denizaşırı pazarlama şirketi olan EC21, global pazar araştırması, çevrimiçi/çevrimdışı pazarlama, ticaret eğitim programları ve denizaşırı işbirliği gibi bir dizi pazarlama hizmetleri sunmaktadır. Şirket, Avrupa Birliği (AB) tarafından finanse edilen ve yönetilen bir işbirliği programı olan "AB Ağ Geçidi Programı" nı da yönetmektedir. Özellikle EC21' in çevrimiçi pazarlama alanındaki uzmanlığı, O' nu arama motoru optimizasyonu (SEO), arama motoru reklamları ve sosyal medya pazarlamacılığında lider konuma taşımaktadır.

EC21.com elektronik pazaryeri, her ebat ve ulusun ihracatçı ve ithalatçı şirketleri için küresel ticareti kolaylaştırmaktadır. EC21.com, 2004 yılında piyasaya sunduğu premium servisi ile Çin, Hindistan, Rusya ve Malezya'daki ofisleri ve acenteleri vasıtasıyla katılımcı üyelerini desteklemektedir.

E. Türkiye ve TURKTICARET.Net⁵

2000 yılında kurulan TURKTICARET.Net, Türkiye'nin ilk ve en büyük B2B elektronik pazaryeridir. E-pazaryeri olma özelliğinin yanında katma değerli internet servisleri sunarak alanında Türkiye'nin lider firması haline gelmiştir. Kuruluşundan bu yana geçen zamanda TURKTICARET.Net, her geçen gün genişleyen hizmet yelpazesıyla, internet hizmetleri ve elektronik pazaryeri işletmeciliği alanlarında faaliyet göstermektedir.

TURKTICARET.Net'in, 10.000 USD'lik yatırım ile başlayan oluşumu, günümüzde milyonlarca dolar ciro yapar hale gelmesi ile bir başarı hikayesine dönüşmüştür. TURKTICARET.Net bugün itibarıyla İstanbul, Bursa ve birisi de Teknoloji Geliştirme Bölgesinde olan toplam 3 ofisi aracılığıyla faaliyetlerini sürdürmektedir.

Sayıları 450.000'i aşan üyeleri ile TURKTICARET.Net, ayda yaklaşık 1.500.000 tekil kişi tarafından ziyaret edilmektedir. 750.000'den fazla alan adı ile webhosting.info adlı uluslararası araştırma şirketi tarafından Türkiye'nin En Büyük Alan Adı ve Web Hosting Firması olarak gösterilen TURKTICARET.Net, dünya hosting pazarında faaliyet gösteren 60.000'den fazla firma arasında da ilk 150 firmanın içerisinde yer almaktadır.

TURKTICARET.NET, 2006 yılında Amerika'da faaliyet gösteren ICANN üyesi olup, alan adı tescil etme konusunda akredite olan bir firmanın %100 hisselerini satın alıp bünyesine katmıştır. Bu firma sayesinde global pazarlarda faaliyet gösteren alan adı tescili konusunda bilinen firmalar olan GoDaddy.com, Register.com, NetworkSolutions.com gibi firmalarla aynı akreditasyona sahip olmuş ve hizmetlerini tüm dünyaya sunar hale gelmiştir. 2008 yılı başında da B2B e-pazaryerinde dünya lideri olan 25 milyar dolar piyasa değerine sahip Alibaba.com ile Türkiye pazarı için stratejik ortaklık anlaşmasına imza atmıştır. Google ile 2005 yılından bu yana "Pazarlama Ortaklığı" çerçevesinde işbirliği yapmaktadır.

⁵ <https://www.turkticaret.net/Hakkimizda>

SONUÇ

Günümüzde gerek iç gerek dış ticarete yoğun bir şekilde kendisini gösteren “sınır tanımaz rekabet anlayışı”, gerek firmaların gerek ülkelerin sadece üretim süreçlerini değil, çok daha büyük bir ölçüde pazarlama süreçlerini de etkisi altına almıştır. Üretimde kalite, inovasyon, ürünün kullanım özelliklerinin yanı sıra maliyet düşüklüğü de; firmaların rekabet gücünü artıran birincil unsurlar olmaktadır. Fakat rekabet gücünün artırılması için sadece üretim aşamasındaki maliyet azaltımı değil, ürünün pazarlama aşamasında karşılaşılan maliyetlerde de tasarruf bir gerekliliktir. Bu bağlamda modern pazarlama anlayışının inovatif örneği olarak gelişen elektronik pazaryerleri, ürünlerini düşük maliyetlerle pazarlayarak rekabet gücünü artırmayı amaçlayan firmalar için en iyi olanakları sunmaktadır.

Elektronik pazaryerlerinin kendisinden beklenen pozitif dışsallığı yaratabilmesi ise, bu uygulamanın kabul düzeyindeki artışlara, belirli bir düzeyde üye sayısına ulaşarak işlem hacmini yükseltmesine bağlı olacaktır. Kullanıcı sayısının artması ise bu sistemin alıcı ve satıcı arasındaki iletişimi sağlıklı bir şekilde oluşturmasıyla paralel olarak gelişme gösterebilir.

İnternet ağı şirketlere, boyutu ne olursa olsun, uygun bir maliyetle uluslararası pazarlara ulaşma imkanı sağlar. Bir başka deyişle küresel iş ortamında yer alan pek çok işletmenin karşılaştığı caydırıcı engelleri ortadan kaldırır. Fakat bir şirketin uluslararası düzeyde bir elektronik pazarlama olayına girmeden önce geleneksel iş ortamını bu yeni ortamla uyumlu hale getirecek organizasyon içi ve dışı düzenlemeleri yapması gerekir. Aksi durumda özellikle B2B elektronik pazaryerlerinin uluslararası ticarete başarılı ve yaygın olarak kullanımı mümkün olamayacaktır.

Günümüzde B2B elektronik pazaryerlerinin ulusal bazda kullanımı yaygın olmakla birlikte, uluslararası arenada kullanımı hala gelişme aşamasındadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde iç pazara yönelik üretimin ağırlığı ve elektronik pazaryeri müşterilerinin çoğunluğunu iç pazara yönelik üretim yapan firmaların oluşturması (Ersun ve Arslan, 2011:200) bu yapılanmanın gerekçelerinden bir tanesidir. Bu bağlamda gelişmekte olan ülkelerin ticaret sistemleri üzerinde söz sahibi olan kurum ve kuruluşlara -ki bu kurum ve kuruluşların başında ticaretle ilişkili bakanlıklar ve Ticaret ve Sanayi Odaları gibi sivil toplum kuruluşları gelir- önemli bir rol düşmektedir. Ayrıca elektronik pazaryerlerinin kurulumu ve mevcut olanlara ulaşım imkanlarının sunulması, güvenlik sisteminin inşası, uygulamanın tanıtımı ve yaygınlaştırılması için profesyonel teorisyen ve uygulamacıların desteğine ihtiyaç bulunmaktadır.

Günümüz dünyasında küresel ticaretin gelişmiş ülkeler olarak isimlendirilen merkez ülkeler lehine sonuçlar ortaya koyan bir yapı sergilediği yönünde bir genel kanı bulunmaktadır. Çevre ülkelerin (gelişmekte olan) ise merkez ülkeler karşısında bu büyük pazardan uzun vadede çok fazla pay elde etmelerinin mümkün olmadığı düşünülmekte ve mevcut bulgular bu sonucu genellikle teyit eder görünmektedir. Fakat çalışma sonuçlarımız bize göstermektedir ki, her ne kadar küresel firmalar büyük bir ticari markayı

oluşturmak için gerekli donanımına sahip olsalar da, bu küresel markaların oluşumunda küçük girişimcilerin ve dolayısıyla çevre ülkelerinin rolü oldukça fazladır. Bu sonucun en önemli göstergesi ise Çin’de kurulup dünyanın dört bir yanında faaliyette bulunan alibabagroup.com isimli B2B elektronik pazaryeri ve çalışmamızda ele aldığımız diğer benzer işletmelerdir.

Son bir söz olarak, elektronik pazaryerlerinin güvenilirliğinin B2B elektronik pazaryeri uygulamalarının sürdürülebilirliği için son derece gerekli olduğunu ve sadece işletmeler için değil, aynı zamanda elektronik pazaryeri yönetimleri açısından da oldukça büyük önem arz ettiğini özellikle vurgulamak gerekir. Elektronik pazaryerleri bu anlamda standart bir yapı kazandıkları takdirde, özellikle gelişmekte olan ülkelerin rekabet gücü ve dolayısıyla dış ticaretleri açısından, oldukça kritik ve bir o kadar da pozitif bir yapı ortaya koyabilecektir inancındayız.

KAYNAKÇA

- Anderson, E. and Weitz, B. (1989). Determinants of Continuity in Conventional Industrial Channel Dyads. *Marketing Science*. Vol. 8 No. 4, 310-323.
- Avlonitis, G. J. and Karayanni, D. A. (2000). The Impact of Internet Use on Business-to-Business Marketing: Examples from American and European Companies, *Industrial Marketing Management*. Volume 29, Issue 5, September 2000, 441-459
- Bakos, Y.J. (2009). *A Strategic Analysis of Electronic Marketplaces* <http://pages.stern.nyu.edu/~bakos/stratemkts.pdf>
- Başaran Özdemir, F., Törenli, N. Ve Kıyan, Z. (2010) Türkiye-Avrupa Birliği Dış Ticaret İlişkileri Açısından E-Ticaret Modeli ve Düzenleyici Rejim-Yapı. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*. C.9. No.2, 117-143.
- Behkamal, B.; Kahani, M. And Akbari, M.K. (2009). Customizing ISO 9126 Quality Model for Evaluation of B2B Applications. *Information of Software Technology*. 51, 599-609.
- Bozkurt, V. (2000) Elektronik Ticaret. İstanbul: Alfa.
- Chaffey, D. (2007). *E-Business and E-Commerce Management: Strategy, Implementation and Practice*. Harlow: Pearson Education.
- Calantone, R. J. ; Di Benedetto, C. A. and Song, M. (2010). The impact of industry environment on early market entry decisions by B2B managers in the U.S. and Japan. *Industrial Marketing Management* 39 (2010), 832-843.
- Chan, C. and Swatmann, P.M.C. (1996). From EDI to Internet Commerce: the BHP Steel Experience. *Internet Research*, Vol. 10 Iss: 1, 72 - 83
- Doney, P.M.; Barry, J.M. and Abratt, R. (2007). Trust Determinants and Outcomes in Global B2B Services. *European Journal of Marketing*, Vol. 41 Iss 9/10 pp. 1096 – 1116
- Duggan, M. and Deveney, J. (2000). How to Make Internet Marketing Simple. *Communication World*, Vol 17, No.4, 58-61.
- Eid, R.; Trueman, M. and Ahmed, A.M. (2002). A Cross-Industry Review of B2B Critical Success Factors. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, V.12, N.2, 110-123.
- Ene, S. (2002). Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama. Ankara: Pusula.
- Ersun, N. ve Arslan, K. (2011). Akdeniz Ülkeleri Arasında oluşturulan Elektronik Gıda Pazarı Projesinin Uygulanmasını Engelleyen Unsurlar ve Çözüm Önerileri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, Ocak 2011, Cilt 1, Sayı 1, 181-204.
- Furnell, S.M. and Karweni, T. (1999). Security Implications of Electronic Commerce: A Survey of Consumers and Business. *Internet Research*, Vol. 9 Iss: 5, 372 – 382.
- Gökgül, M. (2010). Türkiye’de Elektronik Ticaret ve İşletmelere, Tüketicilere Sağladığı Avantajlar ve Dezavantajlar, T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Programı Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- Guo, J.; Lam, I.H.; Lei, I.; Guan, X.; Iong, P.H. and Jeong, M.C. (2006). Alibaba International: Building a Global Electronic Marketplace, *e-Business Engineering, ICEBE '06. IEEE International Conference*, 545-548.
- Güleş, H.K. (2000). Bilişim Sistemlerinin Toplam Kalite Yönetimindeki Yeri ve Önemi, *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 15(1), 23-29.
- İyiler, Z. (2009) Elektronik Ticaret ve Pazarlama, İhracatta İnternet Zamanı. Ankara: İGEME.
- Kioses, E., Pramatarı, K. ve Doukidis, G. (2006). Factors Affecting Perceived Impact of Electronic Marketplaces. *19th Bled eConference eValues*. [http://ecom.fov.unimb.si/proceedings.nsf/0/b637bd873ace4813c125718000313df6/\\$FILE/15_Kioses.pdf](http://ecom.fov.unimb.si/proceedings.nsf/0/b637bd873ace4813c125718000313df6/$FILE/15_Kioses.pdf)
- Kshetri, N. and Dholakia, N. (2002). Determinants of the Global Diffusion of B2B E-commerce. *Electronic Markets*. Volume 12, Issue 2.
- Küçükyılmazlar, A. (2006). *Elektronik Ticaret Rehberi*. İstanbul Ticaret Odası, Yayın No: 2006-3.
- Lancastre, A. & Lages, L.F. (2006). The Relationship between Buyer and a B2B E-Marketplace: Cooperation Determinants in an Electronic Market Context. *Industrial Marketing Management*, 35, 774-789.
- Leroux, N, Wortmann, M and Mathias, E., 2001. Dominant Factors Impacting on the Development of Buisnes-to-Buisness e-Commerce in agriculture. *International Food and Agribusiness Management Review* 4(2001), 205-218.
- Lieberman, M. B., & Montgomery, D. B. (1998). First-Mover (dis)Advantages: Retrospective and Link with The Resource-Based View. *Strategic Management Journal*. 19(12), 1111–1116
- Martinsons, M.G. (2002). Electronic Commerce in China: Emerging Success Stories. *Information & Management*. 39 (2002) 571–579.
- Metin, İ. (2012). Yeni Ekonomide İşletmeden İşletmeye (B2B) Elektronik Pazaryerleri: Güvenilirlik ve Güvenlik Çelişkisi. Nuray Terzi (Ed.), Yeni Ekonomi (s.151-182), İstanbul: Beta.
- Michaelidou, N., Siamagka, N.K. & Christodoulides, G. (2011). Usage, Barriers and Measurement of Social Media Marketing: An Exploratory Investigation of Small and Medium B2B Brands. *Industrial Marketing Management*. 40, 1153-1159.
- Moodley, S., Morris, M. and Barnes, J. (2001). Unlocking Value in the "NewEconomy": E-Commerce in the Apparel and Automotive Value Chains. Paper read at TIPS Conference on New Directions in the South African Economy, at Johannesburg, South Africa. 10-12 September 2001.
- Mueller, R. (2000). Emergent E-commerce in Agriculture. *AIC Issues Brief*, 14 (December). Davis: University of California,
- Paré, D. (2001). 'Does This Site Deliver? B2B E-Commerce Services for Developing Countries', <http://www.gapresearch.org/production/ecommerce.html>. (erişim 19.02.2016).
- Payne, J. (2008). E-Commerce Readiness for SMEs in Developing Countries: A Guide for Development Professionals. https://www.researchgate.net/publication/265206373_E-commerce_Readiness_for_SMEs_in_Developing_Countries_A_Guide_for_Development_Professionals (erişim 19.02.2016).
- Song, X. M., Di Benedetto, C. A., and Zhao, Y. L. (1999). Pioneering advantages in manufacturing and service industries: Empirical evidence from nine countries. *Strategic Management Journal*. 20(9), 811–836.
- Song, B. and Zhang, H. (2010). A New Operation Model of E-business, <http://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&arnumber=5566157> (erişim 19.02.2016).
- Sucuoğlu, S. (2008). Elektronik Ticaretin KOBİ'lerde Kullanımı Aydın Merkez Örneği, Adnan Menderes Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi, Aydın.
- Şahin, A. ve Demir, H. (2011) Elektronik Ticaret ve Elektronik Pazarlamanın KOBİ'lere Sağlayabileceği Avantajlar. http://www.emu.edu.tr/smeconf/turkcepdf/bildiri_17.pdf (erişim 19.02.2016).
- Tai, J. (2011). B2B 10 Rules to Transform Your Business into a Brand. Marshall Cavendish Business, Singapore.
- Tregurtha, N. and Vink, N. (2002). B2B E-Commerce and the South African Horticultural Export Industry: current status and future directions. <http://www.ids.ac.uk/idspublication/b2b-e->

[commerce-and-the-south-african-horticultural-export-industry-current-status-and-future-directions](#), (erişim 18.02.2016).

Vargo, S.L. and Lusch, R.F. (2011). It's All B2B...and Beyond: Toward a Systems Perspective of the Market. *Industrial Marketing Management*. 40, 181-187.

Violino, B. (2002). Building B2B Trust. *Computer-World*, June, 32.

Zhao, J.; Wang, S. and Huang, W.V. (2008). A Study of B2B E-Market in China: E-Commerce Process Perspective, *Information & Management*. 45, 242–248.

<http://www.alibabagroup.com/en/about/history>, erişim 29.02.2016.

<http://www.alibabagroup.com/en/about/overview>, erişim 29.02.2016.

<http://www.alibabagroup.com/en/about/businesses>, erişim 29.02.2016.

<http://www.alibabagroup.com/en/about/culture>, erişim 29.02.2016.

<http://www.alibabagroup.com/en/about/integrity>, erişim 29.02.2016.

<https://www.turkticaret.net/Hakkimizda>, erişim 22.11.2016

http://www.ec21.com/html/ec/AU/AU_Company_Overview.html, erişim 22.11.2016

http://directory.tradeford.com/b2b/made-in-china.com_d2.html, erişim 22.11.2016

http://directory.tradeford.com/b2b/globalsources.com_d3.html, erişim 22.11.2016

SUMMARY

Liberal commercial applications that spread all over the world lead to increase in international commercial activities and also cause changes in production and consumption patterns. Differences among countries' development levels do not make much difference in countries' overall economic purposes. While developed countries try to grow-up more, developing countries are willing to grow-up and develop at the same time. Achievement of this common goal depends on countries' ability to increase their economic competitiveness. To improve the competitiveness of an economy in both domestic and foreign markets, no matter what their development levels are, is closely related with finding new markets and minimizing the costs. Electronic marketplaces applications, which is accepted as one of the modern marketing techniques has played an important role on firms and countries in achieving these two positive externalities.

It is obvious that the developments which have occurred in data processing technology have been quite effective in shaping the modern marketing understanding, as in all other economic phenomena. The return of this process has emerged as an online marketing understanding. However, the subject of the study is online market places, which may be considered as an upper category of online marketing. The concept of online market place involves much more than buying or selling a commodity or service on the internet.

In a business transaction conducted on the internet number one source of worry is reliability. In particular, if these business transactions are on a global scale, the importance of safety and reliability considerably increases. A foreign trade transaction which is going to be conducted between two firms which know little about each other causes some reservations and uncertainties for both the importer and the exporter firms. What is important for the importer is whether the commodity to be bought will meet the expectations; however, what is important for the exporting firm is collecting the money for the commodity they have sold without any problems emerging. Another worry which is as important as the issue

of credibility is possible problems which may be experienced about the management of online market places.

Still another issue questioned about the building of online market places is to what extent this application will be successful. Many studies done recently show that whether an application of an online market place will be successful or not depends on many inner and outer factors.

As in all other online market place applications, B2B online market places present some advantages to those who are engaged in foreign trade and who make use of B2B. It is possible to assess these advantages shortly in terms of the exporter and importer. Exporters obtain the opportunity to enter new markets by involving themselves in B2B online market place applications and they can enhance their efficiency by obtaining the opportunity to use the supply chain automatic control systems and above all, by minimizing the costs, they can take their competitive capacity to higher levels. Likewise, importer firms may obtain the opportunity to buy desired commodities with relevant costs.

Briefly stated, B2B online market place applications provide opportunity to the foreign trade participators to benefit from positive externalities. Whether online market places can create this positive externality expected from them will depend on the increase in level of acceptance of this application and raising the trading volume by reaching a satisfactory number of members. The increase in the number of users may go parallel with whether this system can establish a healthy communication between the seller and the buyer.

An online market place application which has been reliably built may eliminate deterrents which many firms all over the world may be faced. However, a firm must do those organizational regulations which will harmonize the conventional business circumstances with these new circumstances before being involved in online marketing. Otherwise, in particular, B2B online market places will not reach the success and popularity in international commerce.

Mükelleflerin Yerel Vergi Algıları Üzerine Bir Analiz: Bursa Örneği*

R. Kutlu KORLU** Adnan GERÇEK*** Özhan ÇETİNKAYA****

ÖZ

Vatandaşların yerel vergiler hakkındaki algıları ve oluşan bilinç seviyeleri bu konudaki davranışlarına diğer bir deyişle vergi uyumlarına etki etmektedir. Bu çalışmada vergi uyumu ile ilgili teorik bilgiler verildikten sonra Bursa'da vatandaşların yerel vergilere ait algıları anket yöntemi ile ölçülmüştür. Sonuç olarak çalışmada; Bursa'da vatandaşların yerel vergiler konusunda orta düzeyde bilgi sahibi olduğu, vergi ödeme kültürünün geliştirilmesi gerektiği, vergi aflarının bu kültüre zarar verdiği, vergi ödemenin kutsal bir görev olduğu vb. ifadelere verilen cevaplarda gruplar arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yerel vergi algısı, vergi algısı, vergi uyumu, vergi bilinci, vergi psikolojisi.

JEL Sınıflandırması: H260, H210, H30.

An Analysis of Local Tax Perceptions of Tax Payers: A Case Study in Bursa

ABSTRACT

Awareness level of citizens about local taxes seem to affect their behaviours in this regard, that is to say their tax compliance. In this study, Bursa citizens' perceptions on local taxes were measured through using a questionnaire study after providing theoretical information about tax compliance. In conclusion, this study revealed that Bursa citizens had an average level of knowledge on local taxes; that tax payment culture should be improved; that tax amnesty harms this culture; and that there are significant differences among the groups with regard to answers given in statements about the fact that taxpayment is a sacred duty.

Key Words: Local tax perception, tax perception, tax compliance, tax awareness, taxpsychology.

JEL Classification: H260, H210, H30.

GİRİŞ

Belediye bütçe planının önceden belirlenen amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilmesinde en önemli noktalardan biri gelirlerin kontrolüdür. Belediyelerin gelirlerini zamanında ve istenilen seviyede elde etmesi planlanan hizmetlerin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesinde önem arz etmektedir. Bu nedenle merkezi yönetim transferleri dışında belediyelerin yerel düzeyde önemli

* Bu çalışma Uludağ Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi (BAP) tarafından desteklenen KUAP (HMYO) 2015/51 No'lu Proje kapsamında yapılmıştır. 1-4 Eylül 2016 Tarihinde Roma'da gerçekleşen XI. European Conference on Social and Behavioral Sciences'da sözlü sunum yapılmış ve çalışma özeti bildiri kitapçığında yer almıştır. Uludağ Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi'ne teşekkür ederiz.

** Öğr. Gör. Dr., Uludağ Üniversitesi, Harmancık MYO Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Programı, rkorlu@uludag.edu.tr. (Sorumlu Yazar)

*** Prof. Dr., Uludağ Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü, agercek@uludag.edu.tr.

**** Prof. Dr., Uludağ Üniversitesi İİBF Maliye Bölümü, ozhanc@uludag.edu.tr.

(Makale Gönderim Tarihi: 28.09.2016 / Yayına Kabul Tarihi: 22.11.2016)

Doi Number: 10.18657/yonveek.281955

bir gelir kalemi olan yerel vergi ve vergi benzeri gelirlerinin kontrolü, irdelenmesi gereken bir konudur.

Belediyelerin yerel vergi gelirlerinin planlanan şekilde elde edilmesi vergiyi ödeyen taraf olan yerel vergi mükelleflerinin yerel vergileri algılayış biçimi ve devamında oluşan vergi bilinci ile doğrudan ilgilidir. Yerel vergi bilinci yüksek olan mükelleflerin ve toplumların vergi uyumu yüksek olmaktadır. Literatürde yerel vergi algısını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler psikolojik, sosyal, kültürel, ekonomik, idari, demografik vb. olarak ayrılabilir. Bu faktörler arasından demografik faktörler mükelleflerin toplumdaki konumlarına ait bilgi vermektedir. Vatandaşların toplum içerisindeki konumları yerel vergilerin algılamasında anlamlı farklılıklar yaratabilmektedir. Bu durumda çeşitli demografik faktör ayrımlarına göre yerel vergi algısı değişebilmektedir.

Türkiye'nin de içinde bulunduğu birçok ülkede genel vergi algısını ölçmeye yönelik çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Buna karşın vatandaşların yerel vergi algısını ölçme konusunda pek çalışmaya rastlanmamaktadır. Bu çalışmanın literatürdeki yerel vergi algısının değerlendirilmesi ile ilgili boşluğu doldurmaya yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, literatürde temel olarak bahsedilen sosyal ve ekonomik faktörler göz önüne alınarak bireylerin yerel vergi algısı, çeşitli sayısal verilerle birlikte yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek/konum, gelir ve oturlan ilçe gibi ayrımlara tabi tutularak analiz edilmiştir. Çalışmada ilk olarak yerel vergi algısı ve yerel vergi bilinci kavramlarından bahsedilmiştir. Daha sonra çalışmada ele alınan faktörler irdelenmiştir. Çalışmanın son kısmında ise Bursa ili ve seçilen ilçelerinde 680 kişi üzerinde, vatandaşların yerel vergilerine ait algısını ölçme amaçlı yapılan anket verileri SPSS 22.0 programı yardımı ile T- Test ve ANOVA Analizlerine tabi tutularak ortaya çıkan bulgular değerlendirilmiş ve yerel vergi bilincinin geliştirilmesine yönelik öneriler sunulmuştur.

I. YEREL VERGİ ALGISI VE YEREL VERGİ BİLİNCİ İLİŞKİSİ

Bireylerin yaşadıkları olaylar karşısında içinde buldukları bilişsel ve aksiyonel süreç, algı-tutum ve davranış şeklinde olmaktadır (Yüce: 2007: 65). Algılama çevredeki uyarımların beyne iletilmesi ve anlam kazanması; tutum davranışı ortaya çıkartan eğilim; davranış ise tutum sonucunda ortaya çıkan aksiyondur (Aktan, Dileyici ve Saraç, 2003:1). Davranışsal kamu maliyesi çerçevesinde yer alan vergi psikolojisi araştırmalarında vergi mükelleflerinin vergiyi algılamaları, vergiye bakışı, (tutumu) ve davranışları incelenmektedir (Kitapçı, 2013: 29). Bu doğrultuda mükelleflerin vergiyi ödeme kararı verirken bu konudaki algıları ve hangi faktörlerden etkilendiği araştırma konusu haline gelmiştir (Kitapçı, 2013: 29).

Yerel vergi bilinci kavramı literatürde yer alan vergi bilinci kavramından yola çıkılarak mükelleflerin yerel vergi algısı açısından ele alınmaktadır. Diğer bir deyişle yerel vergi bilinci, vergi bilinci gibi vergi psikolojisi alanında bir araştırma konusu olup mükelleflerin yerel vergiler karşısındaki tutum ve davranışlarını analiz etme çabasıdır (Aktan, 2012: 14). Mükelleflerin yerel vergi bilinci ve devamında yer alan yerel vergi uyumu yerel vergilerin nasıl algılandığı

ile doğrudan ilgilidir. Yerel vergileme sürecinde algı ve bilinç, neden; uyum ise bir sonuçtur. Bu anlamda sonucu ortaya çıkartan nedenlerin kategorize edilerek incelenmesinde fayda vardır. Bahsedilenlerden hareketle genel vergi bilincinin özelleştirilmiş hali olarak yerel vergi bilinci, yerel vergileri algılamının devamında bir kişinin yerel vergiler ile ilgili ödevlerini yerine getirmesi gerektiğini fark etme, bilme ve hatırlama yeteneğine sahip olmalarını ifade etmektedir. Yerel vergi bilincinin uygulamaya yansımaları olarak karşımıza çıkan yerel vergi uyumu kavramı ise herhangi bir zorlamaya gerek kalmadan yasaların anlamına ve ruhuna uygun hareket etme olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir bakış açısı ile yerel vergi mükelleflerinin yerel vergi kanunlarına ne derece uyduğu, onların vergi ile ilgili bilinç seviyelerini göstermektedir (James ve Clinton, 2002: 29).

II. LİTERATÜR ÇALIŞMALARI

Literatürde mükelleflerin vergi algısı hakkında yapılan ilk çalışmalarda konu, vergi uyumu çerçevesinde değerlendirilmekte ve bu konuda ortaya atılan teori, fayda teorisi, rasyonel teori veya ekonomik caydırıcılık modeli gibi isimlerle anılmaktadır. Konuya bakış ilk olarak Becker (1968) tarafından (Crime and Punishment: An Economic Approach), “Suç ve Ceza: Bir Ekonomik Yaklaşım” başlıklı eser ile suçun mükellefe ekonomik maliyeti çerçevesinde yapılmıştır. Vergi uyumu konusunda temel eser niteliğindeki bu çalışma, örneğin daha geniş kapsamlı bir cezanın veya daha büyük bir denetim olasılığının vergi kaçırma azalmaya yol açması hakkında sezgisel karşılaştırmalı istatistiksel veriler içermektedir (Luttmer ve Singhal, 2014: 151). Yapılan bu çalışmanın devamında Allingham ve Sandmo tarafından kaleme alınan (Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis) Gelir Vergisi Kaçırma: Teorik Bir Analiz (1972) başlıklı eserde mükellefin vergi kaçırma veya kaçırma durumuna bakışını ekonomik açıdan ve tek yönlü olarak ele almaktadır. Fayda teorisine göre mükellefin vergi ödeme ya da ödememe durumu denetim sonucu yakalanma ve yakalanmama olasılığına bağlıdır. Diğer bir deyişle-sadece kendi kişisel faydasını düşünen-(homo economicus) mükelleflerin vergi kaçırması, yakalanma riskinin olmadığı durumda rasyonel ve yüksek derecede olası bir davranıştır. Diğer yandan mükellefler cezalandırılacaklarını düşündükleri durumda ise -rasyonel olarak-vergi ödemeyi tercih etmektedirler (Allingham ve Sandmo,1972: 324). Kolm (1973) yaptığı bir çalışmada caydırıcılık modelinin mükellef gözüyle analizini yapmış, Yitzhaki (1974) ise mükelleflerin tutumunu incelemiş ve mükellef gelirlerinin azaldığında mutlak riskten kaçındıkları ve vergi oranlarındaki bir artışın vergi kaçırma azalmaya yol açtığını tespitlerini yapmıştır (Devos, 2014: 15-17).

Literatürdeki diğer yaklaşım olan sosyal teori, fayda teorisinde mükellefin sadece çıkarını düşünen bir birey (homo-economicus) olarak görülmesi ve bu teorisinin vergi kaçırma konusunda dar ve yetersiz bir yaklaşım olması nedeni ile ortaya çıkmıştır (Frey ve Torgler, 2006: 24). Sosyal teori çerçevesinde odaklanılan “vergi ahlakı” kavramı, fayda teorisi kapsamında ele alınmamış ve konu etik yönü ile araştırılmaya başlanmıştır (Luttmer ve Singhal, 2014: 151).

Sosyal teori'nin ortaya çıkmasında bilim adamları tarafından cevabı araştırılan en önemli soru ise; "Mükellefler neden vergi öderler?" olarak literatürde yer almaktadır. Diğer bir deyişle ceza olasılığının ve denetimin düşük olduğu halde (yakalanmayacak olsalar bile) mükelleflerin neden vergilerini ödedikleri araştırmanın çıkış noktasıdır (Torgler, Schaffner ve Macintyre, 2007: 1). Bu yaklaşımda içsel motivasyonlar, toplumsal vergi algısı, dâhil olunan sosyal grubun algısı gibi etkenler mükellef ile etkileşim içerisinde (Sağlam, 2013:317).

Ekonomik ve ahlaki faktörler mükelleflerin uyumu üzerinde etkili olmakla birlikte bu faktörlerle karşılıklı etkileşim içerisinde bulunan çeşitli demografik faktörler bulunmaktadır. Birçok çalışmada demografik faktörlerin bu konu üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Bunlardan ilki yaş faktörüdür. Yaş ile vergi algısı arasındaki ilişki birçok bilim adamı tarafından araştırılmış ve farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Bazı yazarlar tarafından yapılan çalışmalarda yaş ile vergi uyumu arasında direk bir ilişkinin olduğunu belirtilmektedir; Vogel, (1974); Keenan ve Dean, (1980); Tittle, (1980); Richard ve Tittle, (1981); Warneryd ve Walerud, (1982); Groenland ve Van Veldhoven, (1983). Bazı yazarlar ise yaşın vergi uyumu üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığını belirtmişlerdir; Slemrod (1985), Grasmick ve Bursik (1990), Crane ve Nourzad (1992) (Saruç, 2015: 121). Diğer yandan, bazı yazarlar daha yaşlı kişilerin vergi uyumunun daha az olduğunu bulmuşlardır (Engida ve Baisa, 2014; 439- AAl-Mamun, Entebang, Mansor ve Yasser, 2014, 121). Tam tersi bir şekilde Dubin, Graetz ve Wilde (1987) ve Chung ve Trivedi (2003) ise yaş faktörünün vergi uyumu ile pozitif ilişki içerisinde bulunduğunu yani yaşlıların vergi uyumunun daha fazla olduğunu bulmuşlardır (Engida ve Baisa, 2014;439 - Marandu, Mbekomize ve Ifezue, 2014; 14). Yaşlı bireylerin sosyal sermayelerinin yüksek olduğu ve toplumla iç içe oldukları düşünüldüğünde bu bireylerin toplumun diğer bireylerinin bu konuda göstereceği tepkilere önem verecekleri söylenebilir. Bu durum onların vergi uyumunu sağlayan kısıtlayıcı sosyal bir yapıdır (Torgler ve Schneider, 2004: 8). Diğer yandan genç insanların paraya ihtiyaçlarının fazla olmasından dolayı gelirlerinin bir kısmını vergi olarak ödemek yerine hayat standartlarını arttırmayı tercih edebilmektedirler. (İpek ve Kaynar, 2009: 118).

Diğer demografik faktör olan gelir seviyesi ile vergi uyumu arasındaki ilişki mükellefin gelirinin bir kısmını vergi olarak vermesi nedeni ile direk ilgili ve önemli bir araştırma konusudur. Gelir seviyesi üzerine yapılan çalışmalarda farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Bazı çalışmalar gelir seviyesinin vergi uyumu üzerinde istatistiksel olarak pozitif ve anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur. Bunlar; Song ve Yarbrought (1978), Mason ve Calvin (1984), Carrol (1992), Madeo vd., (1987), Dubin vd., (1987, 1990) ve Beron vd., (1992) olarak sıralanabilir (Saruç, 2015: 114). Benzer şekilde Marandu, Mbekomize ve Ifezue de (2014) bu ilişkiyi tespit etmişlerdir. Bazı bilim adamları ise - tersi şekilde negatif ve anlamlı bir sonuç bularak- gelir düştükçe vergi kaçırmanın arttığını savunmuşlardır; Wallschutzky (1984), Clotfelter (1983), Crane ve Nourzad (1990,1992) ve Kamdar (1995) (Saruç, 2015;114- AAl-Mamun, Entebang,

Mansor ve Yasser, 2014, 121). Jackson ve Milliron (1986) ise gelir seviyesinin vergi uyumu üzerindeki etkisinin karışık olduğunu ve açık olmadığını bulmuşlardır. Benzer şekilde; Christian ve Gupta (1993) ve Hite (1997) bu konuda anlamlı bir farklılık olmadığını belirtmişlerdir (Engida ve Baisa, 2014: 438). Türkiye’de Kahramanmaraş’ta yapılan bir çalışmaya göre de gelir seviyesi ile vergi uyumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı ortaya konmuştur (Yardımcıoğlu, Akpınar, Günay, 2014: 116).

Diğer bir faktör olan eğitim seviyesinin vergi uyumu üzerindeki etkisi birçok yazar tarafından incelenmiştir. Eğitimli bireylerin, vergi kanunları, ortaya çıkardığı mali sonuçları ve bu sayede kamu hizmetlerinden faydalandığı gibi sistemsel bilgileri eğitimsiz kişilere göre daha iyi bildiği ve farkında olduğu söylenebilir (Torgler ve Schneider, 2004: 8). Bu durum eğitimli kişilerin eğitimsiz kişilere göre vergi uyumunu kolaylaştırmaktadır (Aktan’dan aktaran, İpek ve Kaynar, 2009: 120). Eğitim konusu ile ilgili bu güne kadar yapılan çalışmalarda vergi uyumu ile arasında pozitif ilişki bulan bilim adamları olmakla beraber bu konuda bir fikir birlikteliği bulunmamaktadır (Saruç, 2015; 121- AAI-Mamun, Entebang, Mansor ve Yasser, 2014, 121). Chan, Troutman ve O’bryan (2000) eğitim ve vergi uyumu arasında direk olarak bir ilişki olduğunu varsaymışlardır (Engida ve Baisa, 2014: 438). Juan vd., (1994) üniversite mezunu olan bireylerin vergi kaçırma eğilimlerinin daha düşük olduğunu belirtmektedirler. Antonides ve Robben (1995) ve Marandu, Mbekomize ve Ifezue (2014) ise yüksek eğitim düzeyinin vergi kaçırmaı arttırdığını bulmuşlardır. Scholz ve Pinney (1995) vergiler hakkında daha fazla bilgi sahibi olan mükelleflerin algıladıkları vergi denetim oranlarının düşük olduğunu belirtmişlerdir (Saruç, 2015: 121).

Cinsiyet ve vergi uyumu ile ilgili yapılan bazı araştırmalara bakıldığında ise erkek olan mükelleflerin vergi uyumunun daha yüksek olduğu, bazı araştırmalarda çelişkili ilişkiler bulunduğu ve bazılarında ise anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir. Hasseldine ve Hite (2003) bayan mükelleflerin erkek olanlara göre vergi uyumlarının daha yüksek olduğunu bulmuştur. Bu sonucu destekleyen yazarlar ve çalışmalar bulunmaktadır (Marandu, Mbekomize ve Ifezue, 2014: 14- Torgler, 2003a: 11). Richardson (2006) 45 ülke üzerinde yaptığı çalışmada cinsiyetin vergi uyumu üzerinde etkisinin olmadığını belirtmiştir (Engida ve Baisa, 2014: 438). Diğer yandan geleneksel yaşam biçimine sahip olan bayanların kendilerine olan güvenlerinin düşük olması nedeni ile vergi uyumları yüksektir (Torgler, 2003b: 52). Bayanların modern hayatın içerisine girmeleri ile vergi uyumlarında düşüş olduğu söylenebilir fakat erkeklere göre daha az risk almaya eğimli olmaları onların vergi uyumlarını arttırmaktadır (Gökbunar, Selim, Yanıkkaya, 2007: 78).

Meslek/konum faktörünün vergi uyumu üzerinde etkisinin incelenmesi gelirin kaynağı ve bu kaynak üzerinden vergi kaçırılma ihtimali çerçevesinde değerlendirilmektedir. Bazı vergi türlerinin kaynakta kesilmeleri nedeni ile kaçırılması zor ya da imkânsıza yakın, bazıları ise beyana tabi olduğundan kaçırılması daha kolay olabilir. Bu durum gelirin kaynaklarından biri olan meslek ile de ilgilidir. Kagan (1989) yaptığı çalışmada kaynakta kesilen vergilere

uyumun tam olduğunu belirtmiştir. Literatürde yapılan birçok çalışmada gelirin kaynağı ile vergi uyumu arasında anlamlı istatistiksel ilişki olduğu görülmektedir. Bu çalışmaları yapan yazarlardan bazıları Keenan ve Dean (1980), Warneryd ve Walerud (1982), Groenland ve VanVeldhoven (1983), Wallschutzky (1984), Porcano (1988) Carroll (1992), olarak sıralanabilir (Saruç, 2015: 115). Yapılan bir çalışmada ise tarımla uğraşan kişilerde vergi uyumu ile istatistiksel bir ilişki tespit edilememiştir. Özel sektörde çalışanların vergi uyumu düşük olarak bulunmuştur (Marandu, Mbekomize ve Ifezue, 2014: 6). Kahramanmaraş'ta yapılan bir çalışmada ise meslek gruplarına göre vergi uyumu arasında anlamlı farklılıklar bulunmaktadır (Yardımcıoğlu, Akpınar ve Günay, 2014: 115).

III. METODOLOJİ

A. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın bir amacı, Bursa ve 10 ilçesinde ikamet eden vatandaşların demografik ve kişisel özelliklerine göre yerel vergi algısı düzeylerini bir alan araştırması ile ortaya çıkarmak, bu konuyla ilgili literatürde yer alan bilimsel çalışmalarla karşılaştırarak bu çalışmalar arasındaki farklılıkları belirlemek ve elde edilen bulgulara dayanarak yerel vergi bilincinin geliştirilmesine yönelik öneriler sunmaktır.

B. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Yerel vergi algısının ölçülmesi için örneklemin belirlenmesinde, özellikle belediyelere ödenen yerel vergilerin mükellefleri ile belediye hizmetlerinden yararlanan vatandaşların bakış açılarının tespit edilmesi kararlaştırılmıştır. Bu nedenle araştırmanın evreni, Bursa il sınırları içinde yaşayan vatandaşlardan oluşmaktadır. 2015 yılı sonu itibariyle Bursa ilinin nüfusu yaklaşık 2.842.547 kişi (<http://www.tuik.gov.tr/>, Erişim: 15.05.2016) olduğundan, örneklem büyüklüğü %5 hata payı ve %99 güven aralığında 664 kişi olarak hesaplanmıştır. Bursa'nın Türkiye'nin en büyük dördüncü kenti olduğu ve ülkenin her bölgesinden göç aldığı dikkate alınmış ve araştırma sonuçlarının tüm Türkiye için değerlendirilebileceği düşünülmüştür.

C. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Uygulanan anket; Devos (2008), Al-Mamun, Entebang, Mansor ve Yasser (2014), Marandu, Mbekomize ve Ifezue (2014), Gerçek ve Yüce (1998), İpek ve Kaynar (2009), vd. tarafından daha önce geliştirilmiş ve uygulanmış anket ve çalışmalardan yararlanılarak oluşturulmuştur. Anket toplam 34 soru içermekte olup, bunların 24 tanesi vatandaşların yerel vergi algısı ve belediye hizmetlerine bakışını belirleyen faktörlerin tespitine yöneliktir. Söz konusu algının ölçülmesi için bu sorularda 5'li Likert ölçeğinin kullanılması tercih edilmiştir. Bu ölçekte kişilere “kesinlikle katılmıyorum”, “katılmıyorum”, “kararsızım”, “katılıyorum”, ve “tamamen katılıyorum” şeklinde seçenekler verilmiştir. Geriye kalan 10 soru ise katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, mesleği, yıllık geliri, sahip olduğu gayrimenkulü, oturduğu ilçe, haberdar oldukları belediye vergileri ve harçları ile yerel vergilerden ne anladıklarını belirlemeye yöneliktir. Bu çalışmada anket

içerisinden gerekli görülen sorular ve ifadeler üzerinden araştırma gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada açıklayıcı T- Test ve ANOVA Analizi gibi analizler yapılacağı için, araştırmanın amacına uygunluğu nedeniyle örneklemin belirlenmesinde “tesadüfî örnekleme” yöntemlerinden “zümrelere göre örnekleme” yönteminin kullanılması tercih edilmiştir. Her zümreden örnekleme girecek birimler “orantılı paylaşırma” yöntemi ile seçilmiştir. Analiz açısından veri kalitesi önem arz ettiğinden ve uygulanan anket sayısının hesaplanan örneklem hacminden daha fazla olması hedeflendiğinden, ankete katılan kişi sayısı 680 olarak belirlenmiştir. Araştırma verilerinin toplanması için geliştirilen anket, araştırma şirketi aracılığıyla Ocak 2016’da Bursa’nın 10 ilçesinde bulunan vatandaşlara uygulanmıştır. Bursa genelini temsil etmek üzere on ilçedeki nüfusun dağılımı esas alınarak anketler; Osmangazi, Yıldırım, Nilüfer, İnegöl, Gemlik, Karacabey, Mudanya, Orhangazi, Kestel ve Orhaneli ilçe merkezlerinde uygulanmıştır.

D. Araştırmanın Varsayımları ve Verilerin Değerlendirilmesi

Araştırmada bu güne kadar yapılan çalışmalar ve bu çalışmada türetilen sorular göz önüne alınarak aşağıdaki hipotezlerin doğruluğu araştırılmıştır:

Hipotez 1: Vatandaşların vergi algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 2: Vatandaşların vergi algıları yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 3: Vatandaşların vergi algıları eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 4: Vatandaşların vergi algıları gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 5: Vatandaşların vergi algıları meslek/konum gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Hipotez 6: Vatandaşların vergi algıları Bursa’da ikamet edilen ilçeye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Anketlerin değerlendirilmesinde SPSS 22. 0 programı kullanılarak betimsel istatistikler ortaya konduktan sonra vatandaşların vergi uyumu hakkında ön tespitler yapılabilmesi amacı ile aritmetik ortalama, standart sapma, frekans ve yüzde gibi istatistiksel veriler yer almıştır. Ayrıca, hipotezlerin istatistikî olarak testinin yapılması için “Bağımsız İki Grup T- Testi”, “Oneway Anova” ve “Tukey” Testleri kullanılmıştır. T- Testinde anlamlı farklılıklar değerlendirirken öncelikle tabloda yer alan ‘Levene Testi’ sonuçlarına bakılmıştır. Levene Testi’nin sonuçlarına göre gruplar arası varyans farkı yoksa ($Sign > 0,05$), “Kabul edilen varyans eşitliği” dikkate alınmıştır. İki den fazla değişkene ait soruların cevapları arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını ölçmek için Oneway Anova testi kullanılmıştır. Burada bakılan Sign değeri $0,05$ ’ten büyükse veriler arasında anlamlı bir fark olmadığı belirtilmiştir. ANOVA testi içinde ise varyansların homojen olup olmamasına göre Tukey Testi ile değişken içinde hangi gruplar ya da kategoriler arasında anlamlı farklılıklar olduğu ölçülmüştür.

E. Geçerlilik ve Güvenilirlik Analizi

Vatandaşlara uygulanan anket sorularının güvenilirliği ölçmek için en çok kullanılan güvenilirlik katsayısı olan Cronbach α katsayısı kullanılmıştır. Tüm soru grupları için Cronbach α değeri 0,703 olarak hesaplanmıştır. Cronbach α katsayısının iyileştirilmesi için “If Item Deleted” hesaplaması yapılmış ve bu aşamada iki adet soru silinmiştir. Bunun sonucunda Cronbach α değeri 0,742 olarak ölçülmüştür. Bu değer 0,70’in üzerinde olması, kullanılan ölçeğin “oldukça güvenilir” olduğunu göstermektedir (Özdamar,1999: 522).

Veri setinin analizler için uygun olup olmaması, Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) ve Bartlett testi ile elde edilen katsayıların anlamlı olmasına bağlı olduğundan, keşfedici faktör analizi uygulanmıştır. Uygulanan anketin KMO örnekleme yeterliliği ölçüsü 0,798 olarak bulunmuş olup, buna göre veri seti faktör analizi için “çok iyi” olarak tespit edilmiştir (Kalaycı,2014). Verilere uygulanan Bartlett’in küresellik testi anlamlı çıkmıştır [$\chi^2 = 4623.822$, $df = 231$ ($p = 0.000$)]. Bu sonuçlar, analiz ın uygulanabilirliğini ve değişkenler arasındaki korelasyonun varlığını göstermektedir.

IV. BULGULAR

A. Betimsel İstatistikler ve Değerlendirilmesi

Vatandaşlara uygulanan anket sonucunda; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, mesleği, yıllık geliri, sahip olduğu gayrimenkulü, oturduğu ilçe, haberdar oldukları belediye vergileri ve harçları ile yerel vergilerden ne anladıklarını belirlemeye ilişkin bilgiler toplanmıştır. Bunlardan bazılarına ait betimsel istatistik sonuçları aşağıdaki gibidir.

Tablo 1. Vatandaşlara Uygulanan Ankete Ait Betimsel İstatistik Sonuçları

	Cevaplar	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Yaş	18-30	183	26,9	26,9	26,9
	31-40	213	31,3	31,3	58,2
	41-50	162	23,8	23,8	82,1
	51-60	95	14,0	14,0	96,0
	61 ve üzeri	27	4,0	4,0	100,0
	Toplam	680	100,0	100,0	
Cinsiyet	Erkek	387	56,9	56,9	56,9
	Kadın	293	43,1	43,1	100,0
	Toplam	680	100,0	100,0	
Eğitim Durumu	İlköğretim	305	44,9	44,9	44,9
	Lise	183	26,9	26,9	71,8
	Önlisans	19	2,8	2,8	74,6
	Lisans	167	24,6	24,6	99,1
	Lisansüstü	6	,9	,9	100,0

	Toplam	680	100,0	100,0	
Meslek/Konum	Ücretli	138	20,3	20,3	20,3
	Ticaret E.	135	19,9	19,9	40,1
	Serbest M.E.	136	20,0	20,0	60,1
	Çiftçi	67	9,9	9,9	70,0
	Emekli	68	10,0	10,0	80,0
	Ev hanımı	68	10,0	10,0	90,0
	Öğrenci	68	10,0	10,0	100,0
	Toplam	680	100,0	100,0	
	Yıllık Gelir	0 - 12.000 TL	321	47,2	47,2
12.001 - 29.000		249	36,6	36,6	83,8
29.001 - 66.000		105	15,4	15,4	99,3
66.001 TL ve üzeri		5	,7	,7	100,0
Toplam		680	100,0	100,0	
İkamet Edilen İlçe	Osmangazi	220	32,4	32,4	32,4
	Yıldırım	174	25,6	25,6	57,9
	Nilüfer	103	15,1	15,1	73,1
	İnegöl	66	9,7	9,7	82,8
	Kestel	14	2,1	2,1	84,9
	Orhaneli	10	1,5	1,5	86,3
	Karacabey	22	3,2	3,2	89,6
	Mudanya	22	3,2	3,2	92,8
	Gemlik	28	4,1	4,1	96,9
	Orhangazi	21	3,1	3,1	100,0

Tablo 1 incelendiğinde ankete katılanların %58,2'si 40 yaşının altındaki bireylerden oluştuğu görülmektedir. Örnekleme oluşturan vatandaşların %56,9'unun (387 kişi) erkek, %43,1'inin (293 kişi) ise kadın olduğu anlaşılmaktadır. Yine ankete katılanlardan %44,9'u (305 kişi) ilköğretim mezunu, %26,9'u (183 kişi) lise mezunu ve %24,6'sının (167 kişi) üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Diğer taraftan anket, vatandaşların meslekleri dikkate alınarak "zümrelere göre örnekleme" yöntemi yapıldığından; ücretliler, ticaret erbapları ve serbest meslek erbaplarının oranı % 20'şer iken, çiftçilerin, emeklilerin, ev hanımlarının ve öğrencilerin oranı ise % 10'ar olacak şekilde uygulanmıştır. Ayrıca ankete katılan vatandaşların yıllık gelir durumlarına bakıldığında, % 83,8 gibi büyük bir bölümünün düşük ve orta gelir grubu içinde yer aldığı tespit edilmiştir. Son olarak vatandaşların oturdukları ilçelerin nüfus oranlarına göre örnekleme seçimi yapılmış ve veriler tabloda belirtilmiştir.

B. Vatandaşların Yerel Vergi Algısına Ait Veriler

Vatandaşların yerel vergi algısının değerlendirilmesinde ilk olarak yerel vergi ve harçlar hakkında ne kadar bilgi sahibi olduklarını ölçme amaçlı sorular yöneltilmiştir. Aşağıda Tablo 2’de ankete katılan vatandaşların yürürlükte olan belediye vergilerini hangi oranda haberdar olduklarını belirten veriler yer almaktadır. Tablo’ya göre vatandaşlar %88,2 (600 kişi) ile en fazla Emlak Vergisi daha sonra %80 (544 kişi) ile Çevre ve Temizlik Vergisi’nden haberdardır. En az haberdar oldukları vergiler ise %6,9 (47 kişi) Taşınmaz Kültür Varlıkları Katkı Payı ve %16 (109 kişi) ile Yangın ve Sigorta Vergisi olarak sıralanmaktadır. Diğer vergiler bahsedilen frekans ve oran değerleri arasında kalmaktadır.

Tablo 2.Haberdar Olunan Belediye Vergileri

Yerel Vergi Türü	Duydum		Duymadım		Toplam	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Emlak	600	88,2	80	11,8	680	100
Çevre ve Temizlik	544	80,0	136	20,0	680	100
İlan ve Reklam	366	53,8	314	46,2	680	100
Elektrik ve Havagazı	369	54,3	311	45,7	680	100
Haberleşme	237	34,9	443	65,1	680	100
Eğlence Vergisi	111	16,3	569	83,7	680	100
Yangın ve Sigorta	109	16,0	571	84,0	680	100
Taşınmaz Kültür Var.	47	6,9	633	93,1	680	100

Aşağıda Tablo 3’de ise vatandaşların yürürlükte olan belediye harçlarını hangi oranda haberdar olduklarını belirten veriler yer almaktadır. Tablo’ya göre vatandaşlar en fazla %66,8 (454 kişi) ile İşyeri Açma İzin Harcı daha sonra %49,3 (335kişi) ile Tatil Günlerinde Çalışma Ruhsatı’ndan haberdardır. En az haberdar oldukları harçlar ise %10,6 (72 kişi) ile Ölçü ve Tartı Aletleri Muayene Harcı ve %4,1 (28 kişi) ile Tellallık Harcı ve olarak sıralanmaktadır. Diğer harçlar bahsedilen frekans ve oran değerleri arasında kalmaktadır.

Tablo 3.Haberdar Olunan Belediye Harçları

Yerel Harç Türü	Duydum		Duymadım		Toplam	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
İşyeri Açma İzin Harcı	454	66,8	226	33,2	680	100
Tatil Günlerinde Çalışma Ruhsatı Harcı	335	49,3	345	50,7	680	100
İşgal Harcı	335	49,3	345	50,7	680	100
Kaynak Suları Harcı	192	28,2	488	71,8	680	100
Hayvan Kesimi, Muayene ve Denetleme Harcı	108	15,9	572	84,1	680	100
Ölçü ve Tartı Aletleri Muayene Harcı	72	10,6	608	89,4	680	100
Tellallık Harcı	28	4,1	652	95,9	680	100

Aşağıda yer alan Tablo 4 vatandaşların yerel vergiler ile ilgili algısını ölçme amaçlı kendilerine yönetilen beşli likert şeklindeki ifadelere verdikleri cevapların ortalamaları ve standart sapmalarını göstermektedir. Burada

vatandaşların ifadelerine verdikleri cevapların ortalamalarının birbirine benzediğini görmeye beraber en yüksek ortalamaların 3,85 ile “vergi ödememek kul hakkında girmektir” ve 3,82 ile “vergi ödememenin kutsal bir görev olduğuna inanıyorum” ifadelerine verilen cevaplara ait olduğu görülmektedir. İfadelerine verilen cevaplar arasında en düşük ortalamaya sahip olan ise 3,26 ile “belediyeden aldığım hizmetler, ödediğim yerel vergilerin karşılığıdır” ifadesidir. İfadelerine verilen cevaplara ait genel ortalama ise 5 üzerinden 3,61 olarak tespit edilmiştir. Bu rakam vatandaşların yerel vergi algılarının yüksek olmadığını ve bilinç seviyesinin düşük olduğunu göstermektedir.

Tablo 4. Vatandaşların Vergi Algısı Düzeylerine Ait Veriler

İfadeler	N	Ortalama	Standart Sapma
Vergi ödememenin öneminin okullarda anlatılması gerektiğine inanıyorum	680	3,76	,921
Sık sık uygulanan vergi afları vergi ödeme kültürünü zedelemektedir. (zarar vermektedir).	680	3,50	1,025
Maddi durumum yeterli olmasa bile imkânlarımı zorlayarak yerel vergileri zamanında öderim	680	3,62	,948
Bir kişi vergisini ödemediğinde kendisini ayıplarım.	680	3,57	1,024
Vergi ödeme konusunda kendimi sorumlu / dürüst bir vatandaş olarak görüyorum.	680	3,75	,895
Vergi ödememenin kutsal bir görev olduğuna inanıyorum.	680	3,82	,992
Vergi ödememek kul hakkına girmektedir.	680	3,85	1,051
Yerel vergilerin nerelere harcandığına ait Belediyeler tarafından yapılan bilgilendirilme vergi ödeme isteğimi artırır.	680	3,74	1,066
Belediyeden aldığım hizmetler, ödediğim yerel vergilerin karşılığıdır.	680	3,26	,983
Yerel vergilerin tahsilâtında; ödeme noktaları, internet, taksit veya kredi kartıyla ödeme gibi imkânların sağlanması vergi ödeme isteğimi artırır.	680	3,29	1,001
Genel Ortalama	680	3,61	

C. Araştırma Hipotezlerine İlişkin Bulgular

Hipotez 1: Vatandaşların vergi algıları cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Aşağıda Tablo 5’de vatandaşların vergi algılarının cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği çeşitli ifadelerin cevap istatistikleri gösterilmektedir. T-Testi sonuçlarına göre, “Vergi ödeme konusunda kendimi sorumlu / dürüst bir vatandaş olarak görüyorum”(p=0,003)ifadesinde vatandaşların cinsiyetleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre, bayanların erkeklere göre vergi ödeme konusunda kendilerini daha az sorumlu / dürüst bir vatandaş olarak gördükleri söylenebilir.

Tablo 5. Cinsiyete Göre Vergi Algısı Düzeyi T-Testi Analizi

		Varyans Eşitliği Levene Testi		Ortalama Eşitliği için t-test				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Fark	Standart Hata
L6 - Vergi ödemenin öneminin okullarda anlatılması...	Kabul Edilen Varyans Eşitliği	,491	,484	-	678	,255	-,081	,071
	Kabul Edilmeyen Varyans Eşitliği			-	620,459	,257	-,081	,072
L7 - Sık sık uygulanan vergi afları...	Kabul Edilen Varyans Eşitliği	,122	,727	1,788	678	,074	,142	,079
	Kabul Edilmeyen Varyans Eşitliği			1,789	629,640	,074	,142	,079
L8 - Maddi durum yeterli olmasa bile yerel vergileri ödeme...	Kabul Edilen Varyans Eşitliği	12,133	,001	1,962	678	,050	,144	,073
	Kabul Edilmeyen Varyans Eşitliği			1,937	596,966	,053	,144	,074
L9 - Bir kişi vergisini ödemediğinde kendisini ayıplama...	Kabul Edilen Varyans Eşitliği	,289	,591	,154	678	,877	,012	,079
	Kabul Edilmeyen Varyans Eşitliği			,156	648,394	,876	,012	,079
L10 - Vergi ödeme konusunda sorumlu / dürüst bir vatandaş olma...	Kabul Edilen Varyans Eşitliği	9,816	,002	3,011	678	,003	,208	,069
	Kabul Edilmeyen Varyans Eşitliği			3,004	623,220	*,003	,208	,069
L12 - Vergi ödemenin kutsal bir görev olduğuna inanma...	Kabul Edilen Varyans Eşitliği	,908	,341	,011	678	,991	,001	,077
	Kabul Edilmeyen Varyans Eşitliği			,011	630,470	,991	,001	,077
L13 - Vergi ödememek kul hakkına girmekte...	Kabul Edilen Varyans Eşitliği	,314	,575	,172	678	,863	,014	,081
	Kabul Edilmeyen Varyans Eşitliği			,175	656,170	,861	,014	,080
L16 - Yerel vergilerin nerelere harcadığına ait bilgilendirilme...	Kabul Edilen Varyans Eşitliği	2,285	,131	1,748	678	,081	,144	,082
	Kabul Edilmeyen Varyans Eşitliği			1,750	631,583	,081	,144	,082
L18 - Belediyeden alınan hizmetler...	Kabul Edilen Varyans Eşitliği	,085	,771	-	678	,050	-,149	,076
	Kabul Edilmeyen Varyans Eşitliği			-	635,163	,049	-,149	,076
L20 - Yerel vergilerin tahsilâtında; ödeme imkânları sağlanması...	Kabul Edilen Varyans Eşitliği	,005	,945	-2,818	678	,005	-,217	,077
	Kabul Edilmeyen Varyans Eşitliği			-2,814	625,480	,005	-,217	,077

*Sig. >0,05 ise, Kabul Edilen Varyans Eşitliği. Sig.<0,05, Sig.<0,01 düzeyinde anlamlı fark vardır.

Hipotez 2: Vatandaşların vergi algıları yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 6’da vatandaşların vergi algılarının yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği çeşitli ifadelerin cevap istatistikleri ile gösterilmektedir. ANOVA testi sonuçlarına göre “vergi ödemenin kutsal bir görev olduğuna inanma” ifadesinde, yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (P-Değerleri < 0,05). Bu farklılıkların hangi yaş grupları arasında olduğu ise yapılan Tukey Testiyle anlaşılmıştır. Tukey Testine göre 18 -30 yaş grubu katılımcılar vergi ödemenin kutsal bir görev olduğuna diğer yaş gruplarına göre daha fazla inanmaktadırlar. Denebilir ki genç vatandaşların vergi uyumları çalışmada yer alan daha yüksek olan yaş gruplarına göre daha yüksektir.

Tablo 6. Yaş Gruplarına Göre Vergi Bilinci Düzeyi ANOVA Testi

		Kareler		Ortalama		
		Toplamı	df	Kare	F	Sig.
L6 - Vergi ödemenin öneminin okullarda anlatılması...	Grup. Ar.	3,267	4	,817	,963	,427
	Grup. İçi	572,209	675	,848		
	Toplam	575,476	679			
L7 - Sık sık uygulanan vergi afları...	Grup. Ar.	5,322	4	1,330	1,267	,281
	Grup. İçi	708,672	675	1,050		
	Toplam	713,994	679			
L8 - Maddi durum yeterli olmasa bile yerel vergileri ödeme...	Grup. Ar.	5,004	4	1,251	1,394	,234
	Grup. İçi	605,584	675	,897		
	Toplam	610,588	679			
L9 - Bir kişi vergisini ödemediğinde kendisini ayıplama...	Grup. Ar.	10,821	4	2,705	2,603	,035
	Grup. İçi	701,503	675	1,039		
	Toplam	712,324	679			
L10 - Vergi ödeme konusunda sorumlu / dürüst bir vatandaş olma...	Grup. Ar.	2,834	4	,709	,883	,474
	Grup. İçi	541,660	675	,802		
	Toplam	544,494	679			
L12 - Vergi ödemenin kutsal bir görev olduğuna inanma...	Grup. Ar.	19,383	4	4,846	5,043	*,001
	Grup. İçi	648,639	675	,961		
	Toplam	668,022	679			
L13 - Vergi ödememek kul hakkına girmekte...	Grup. Ar.	15,942	4	3,986	3,662	,006
	Grup. İçi	734,644	675	1,088		
	Toplam	750,587	679			
L16 - Yerel vergilerin nerelere harcandığına ait bilgilendirilme...	Grup. Ar.	5,659	4	1,415	1,247	,290
	Grup. İçi	765,818	675	1,135		
	Toplam	771,476	679			
L18 - Belediyeden alınan hizmetler...	Grup. Ar.	6,328	4	1,582	1,644	,161
	Grup. İçi	649,553	675	,962		
	Toplam	655,881	679			
L20 - Yerel vergilerin tahsilâtında; ödeme imkânları sağlanması...	Grup. Ar.	3,622	4	,905	,903	,462
	Grup. İçi	677,142	675	1,003		
	Toplam	680,763	679			

*Sig.<0,05 düzeyinde anlamlı fark vardır.

Hipotez 3: Vatandaşların vergi algıları eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 7’de vatandaşların vergi algılarının eğitim seviyeleri göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği çeşitli ifadelerin cevap istatistikleri ile gösterilmektedir. ANOVA testi sonuçlarına göre “vergi ödemenin öneminin

okullarda anlatılması gerektiğine inanma” ve “maddi durumum yeterli olmasa bile imkânlarımı zorlayarak yerel vergileri zamanında ödeme” ifadelerinde eğitim seviyeleri ile anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılıkların hangi eğitim seviyeleri arasında olduğu ise yapılan Tukey Testiyle anlaşılmıştır. Tukey Testine ile ilköğretim mezunlarının diğer eğitim seviyelerindeki vatandaşlara göre vergi ödemenin okullarda anlatılması gerektiğini daha az inandığı ve yine aynı şekilde ilköğretim mezunlarının maddi durumları yeterli olmasa bile imkânlarımı zorlayarak yerel vergileri zamanında ödeme eğilimlerinin daha düşük olduğu tespit edilmiştir. (P-Değerleri < 0,05).

Tablo 7. Eğitim Gruplarına Göre Vergi Bilinci Düzeyi ANOVA Testi

		Kareler		Ortalama		
		Toplamı	df	Kare	F	Sig.
L6 - Vergi ödemenin öneminin okullarda anlatılması...	Grup. Ar.	13,604	4	3,401	4,086	*,003
	Grup. İçi	561,873	675	,832		
	Toplam	575,476	679			
L7 - Sık sık uygulanan vergi afları...	Grup. Ar.	8,857	4	2,214	2,120	,077
	Grup. İçi	705,137	675	1,045		
	Toplam	713,994	679			
L8 - Maddi durum yeterli olmasa bile yerel vergileri ödeme...	Grup. Ar.	16,330	4	4,083	4,637	*,001
	Grup. İçi	594,258	675	,880		
	Toplam	610,588	679			
L9 - Bir kişi vergisini ödemediğinde kendisini ayıplama...	Grup. Ar.	9,223	4	2,306	2,214	,066
	Grup. İçi	703,101	675	1,042		
	Toplam	712,324	679			
L10 - Vergi ödeme konusunda sorumlu / dürüst bir vatandaş olma...	Grup. Ar.	8,516	4	2,129	2,681	,031
	Grup. İçi	535,978	675	,794		
	Toplam	544,494	679			
L12 - Vergi ödemenin kutsal bir görev olduğuna inanma...	Grup. Ar.	11,382	4	2,845	2,925	,020
	Grup. İçi	656,640	675	,973		
	Toplam	668,022	679			
L13 - Vergi ödememek kul hakkına girmekte...	Grup. Ar.	7,467	4	1,867	1,696	,149
	Grup. İçi	743,119	675	1,101		
	Toplam	750,587	679			
L16 - Yerel vergilerin nerelere harcandığına ait bilgilendirilme...	Grup. Ar.	13,532	4	3,383	3,013	,018
	Grup. İçi	757,945	675	1,123		
	Toplam	771,476	679			
L18 - Belediyeden alınan hizmetler...	Grup. Ar.	13,526	4	3,382	3,553	,007
	Grup. İçi	642,355	675	,952		
	Toplam	655,881	679			
L20 - Yerel vergilerin tahsilâtında; ödeme imkânları sağlanması...	Grup. Ar.	5,182	4	1,295	1,294	,271
	Grup. İçi	675,581	675	1,001		
	Toplam	680,763	679			

*Sig.<0,05 düzeyinde anlamlı fark vardır.

Hipotez 4: Vatandaşların vergi algıları gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 8’de vatandaşların vergi algılarının gelir seviyeleri göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği çeşitli ifadelerin cevap istatistikleri ile gösterilmektedir. ANOVA testi sonuçlarına göre “belediyeden aldığım hizmetler, ödediğim yerel vergilerin karşılığıdır” ve “yerel vergilerin tahsilâtında; ödeme

noktaları, internet, taksit veya kredi kartıyla ödeme gibi imkânların sağlanması vergi ödeme isteğini artırır ifadelerine veriler cevaplar dışında diğer tüm cevaplarda istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir (P-Değerleri < 0,05). Tukey Testine ile anlamlı farklılık olan tüm ifadelerde 0 - 12.000TL arasında gelir elde eden vatandaşların vergi uyumlarının düşük olduğu görülmektedir. Buradan hareketle yerel vergi algıları ile gelir seviyesi arasında ilişkinin yüksek bir seviyede olduğu belirtilebilir.

Tablo 8. Gelir Gruplarına Göre Vergi Algısı Düzeyi ANOVA Testi

		Kareler		Ortalama		Sig.
		Toplamı	df	Kare	F	
L6 - Vergi ödemenin öneminin okullarda anlatılması...	Grup.	22,284	3	7,428	9,077	*.000
	Ar.					
	Grup. İçi	553,192	676	,818		
	Toplam	575,476	679			
L7 - Sık sık uygulanan vergi afları...	Grup.	39,142	3	13,047	13,069	*.000
	Ar.					
	Grup. İçi	674,852	676	,998		
	Toplam	713,994	679			
L8 - Maddî durum yeterli olmasa bile yerel vergileri ödeme...	Grup.	57,278	3	19,093	23,326	*.000
	Ar.					
	Grup. İçi	553,310	676	,819		
	Toplam	610,588	679			
L9 - Bir kişi vergisini ödemediğinde kendisini ayıplama...	Grup.	29,215	3	9,738	9,637	*.000
	Ar.					
	Grup. İçi	683,109	676	1,011		
	Toplam	712,324	679			
L10 - Vergi ödeme konusunda sorumlu / dürüst bir vatandaş olma...	Grup.	48,061	3	16,020	21,815	*.000
	Ar.					
	Grup. İçi	496,433	676	,734		
	Toplam	544,494	679			
L12 - Vergi ödemenin kutsal bir görev olduğuna inanma...	Grup.	44,323	3	14,774	16,013	*.000
	Ar.					
	Grup. İçi	623,699	676	,923		
	Toplam	668,022	679			
L13 - Vergi ödememek kul hakkına girmekte...	Grup.	41,515	3	13,838	13,193	*.000
	Ar.					
	Grup. İçi	709,072	676	1,049		
	Toplam	750,587	679			
L16 - Yerel vergilerin nerelere harcandığına ait bilgilendirilme...	Grup.	77,653	3	25,884	25,219	*.000
	Ar.					
	Grup. İçi	693,824	676	1,026		
	Toplam	771,476	679			
L18 - Belediyeden alınan hizmetler...	Grup.	7,597	3	2,532	2,641	,049
	Ar.					
	Grup. İçi	648,284	676	,959		
	Toplam	655,881	679			
L20 - Yerel vergilerin tahsilâtında; ödeme imkânları sağlanması...	Grup.	7,605	3	2,535	2,546	,055
	Ar.					
	Grup. İçi	673,158	676	,996		
	Toplam	680,763	679			

*Sig.<0,05 düzeyinde anlamlı fark vardır.

Hipotez 5: Vatandaşların vergi algıları meslek/konumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 9’da vatandaşların vergi algılarının meslek/konumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği çeşitli ifadelerin cevap istatistikleri ile gösterilmektedir. ANOVA testi sonuçlarına göre sadece “vergi ödemenin öneminin okullarda anlatılması gerektiğine inanma” ve “belediyeden aldığım hizmetler, ödediğim yerel vergilerin karşılığıdır” ifadelerinde meslek ile anlamlı farklılıklar tespit edilmemiştir. Diğer tüm ifadelerde meslek/konumlarına göre anlamlı farklılık bulunmaktadır (P-Değerleri < 0,05). Tukey Testine göre ”Sık sık uygulanan vergi afları vergi ödeme kültürünü zedelemektir” ifadesinde “Ticaret Erbablarının” uyumlarının yüksek olduğu görülmektedir. “Maddi durumum yeterli olmasa bile imkânlarımı zorlayarak yerel vergileri zamanında ederim” ifadesine verilen cevaplarda “Emekli” ve “Çiftçilerin” vergi uyumlarının düşük olduğu ve ticaret erbaplarının vergi uyumlarının yüksek olduğu görülmektedir. “Bir kişi vergisini ödemediğinde kendisini ayıplarım” ifadesine “Çiftçilerin” vergi uyumlarının düşük “Öğrencilerin” ve “Ticaret Erbablarının” vergi uyumlarının yüksek olduğu görülmektedir. “Vergi ödeme konusunda kendimi sorumlu / dürüst bir vatandaş olarak görüyorum” ifadesinde “Ticaret Erbablarının” vergi uyumlarının yüksek olduğu görülmektedir. “Vergi ödemenin kutsal bir görev olduğuna inanıyorum”, “Vergi ödememek kul hakkına girmektedir” ve “Yerel vergilerin nerelere harcandığına ait belediyeler tarafından yapılan bilgilendirilme vergi ödeme isteğimi artırır” ifadelerinde “Çiftçilerin” düşük, “Ticaret Erbablarının” yüksek bir vergi uyumuna sahip olduğu görülmektedir. “Yerel vergilerin tahsilâtında; ödeme noktaları, internet, taksit veya kredi kartıyla ödeme gibi imkânların sağlanması vergi ödeme isteğimi artırır” ifadesinde “Serbest Meslek Erbabları” ve “Öğrencilerin” yüksek, “Çiftçilerin” düşük bir vergi uyumlarının olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Meslek Gruplarına Göre Vergi Algısı Düzeyi ANOVA Testi

		Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
L6 - Vergi ödemenin öneminin okullarda anlatılması...	Grup. Ar.	14,746	6	2,458	2,950	,008
	Grup. İçi	560,730	673	,833		
	Toplam	575,476	679			
L7 - Sık sık uygulanan vergi afları...	Grup. Ar.	40,877	6	6,813	6,812	*,000
	Grup. İçi	673,117	673	1,000		
	Toplam	713,994	679			
L8 - Maddi durum yeterli olmasa bile yerel vergileri ödeme...	Grup. Ar.	53,068	6	8,845	10,677	*,000
	Grup. İçi	557,520	673	,828		
	Toplam	610,588	679			
L9 - Bir kişi vergisini ödemediğinde kendisini ayıplama...	Grup. Ar.	28,512	6	4,752	4,677	*,000
	Grup. İçi	683,812	673	1,016		
	Toplam	712,324	679			
L10 - Vergi ödeme konusunda sorumlu / dürüst bir vatandaş olma...	Grup. Ar.	34,358	6	5,726	7,555	*,000
	Grup. İçi	510,136	673	,758		
	Toplam	544,494	679			
L12 - Vergi ödemenin kutsal bir görev olduğuna inanma...	Grup. Ar.	70,144	6	11,691	13,160	*,000
	Grup. İçi	597,878	673	,888		

	Toplam	668,022	679			
L13 - Vergi ödememek kul hakkına girmekte...	Grup. Ar.	65,158	6	10,860	10,663	*,000
	Grup. İçi	685,428	673	1,018		
	Toplam	750,587	679			
L16 - Yerel vergilerin nerelere harcandığına ait bilgilendirilme...	Grup. Ar.	55,022	6	9,170	8,614	*,000
	Grup. İçi	716,454	673	1,065		
	Toplam	771,476	679			
L18 - Belediyeden alınan hizmetler...	Grup. Ar.	10,949	6	1,825	1,904	,078
	Grup. İçi	644,932	673	,958		
	Toplam	655,881	679			
L20 - Yerel vergilerin tahsilâtında; ödeme imkânları sağlanması...	Grup. Ar.	31,997	6	5,333	5,532	*,000
	Grup. İçi	648,767	673	,964		
	Toplam	680,763	679			

*Sig.<0,05 düzeyinde anlamlı fark vardır.

Hipotez 6: Vatandaşların vergi algıları Bursa’da ikamet edilen ilçeye göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

Tablo 10’da vatandaşların vergi algılarının Bursa’da ikamet edilen ilçeye göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği çeşitli ifadelerin cevap istatistikleri ile gösterilmektedir. ANOVA testi sonuçlarına göre “Vergi ödemenin öneminin okullarda anlatılması gerektiğine inanıyorum ve “Sık sık uygulanan vergi afları vergi ödeme kültürünü zedelemektedir” ifadelerinde “Nilüfer” İlçesinde yüksek vergi uyumu bulunmaktadır (P-Değerleri < 0,05). “Maddi durumum yeterli olmasa bile imkânlarımı zorlayarak yerel vergileri zamanında öderim” ifadesinde “Orhaneli” ve “Nilüfer” İlçelerinde vergi uyumu yüksektir. “Vergi ödeme konusunda kendimi sorumlu / dürüst bir vatandaş olarak görüyorum” ifadesinde “Nilüfer” İlçesinde yüksek “Karacabey” İlçesinde düşük bir vergi uyumu bulunmaktadır. “Vergi ödememek kul hakkına girmektedir” ifadesinde “Nilüfer”, “Osmangazi” ve Orhaneli ilçelerinde vergi uyumu yüksek “Mudanya” ilçesinde ortalamalar düşüktür. “Yerel vergilerin nerelere harcandığına ait belediyeler tarafından yapılan bilgilendirilme vergi ödeme isteğimi artırır” ifadesinde “Orhaneli” ve “Nilüfer” İlçelerinde vergi uyumu yüksek “Karacabey” İlçesinde düşük bir vergi uyumu bulunmaktadır. Bu durum belediyelerin faaliyet raporlarında yer alan yerel vergi gelirleri gerçekleştirmeleri ile de benzerlik göstermektedir. Osmangazi Belediyesi %69,8, Yıldırım Belediyesi %56, Nilüfer Belediyesi %87, İnegöl Belediyesi %60,1, Karacabey Belediyesi %73, Mudanya Belediyesi %90,7, Orhangazi Belediyesi %73,9, Kestel Belediyesi %52 ve Orhaneli Belediyesi %90,6 ilçe Gemlik Belediyesi (cy), oranlarında yerel vergi geliri gerçekleştirmeleri elde etmişlerdir. (<http://www.osmangazi.bel.tr/>, <http://www.yildirim.bel.tr/>, <http://www.nilufer.bel.tr/>, <http://www.inegol.bel.tr/>, <http://www.gemlik.bel.tr/>, <http://www.karacabey.bel.tr/>, <http://www.mudanya.bel.tr/>, <http://www.orhangazi.bel.tr/>, <http://www.kestel.bel.tr/>, <http://www.orhaneli.bel.tr/>, Erişim:12.04.2016).

Tablo 10. İkamet Edilen İlçeye Göre Vergi Algısı Düzeyi ANOVA Testi

		Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	Sig.
L6 - Vergi ödemenin öneminin okullarda anlatılması....	Grup. Ar.	52,736	9	5,860	7,510	*,000
	Grup. İçi	522,741	670	,780		
	Toplam	575,476	679			
L7 - Sık sık uygulanan vergi afları....	Grup. Ar.	39,264	9	4,363	4,332	*,000
	Grup. İçi	674,730	670	1,007		
	Toplam	713,994	679			
L8 - Maddi durum yeterli olmasa bile yerel vergileri ödeme...	Grup. Ar.	27,214	9	3,024	3,473	*,000
	Grup. İçi	583,374	670	,871		
	Toplam	610,588	679			
L9 - Bir kişi vergisini ödemediğinde kendisini ayıplama...	Grup. Ar.	23,384	9	2,598	2,527	,007
	Grup. İçi	688,940	670	1,028		
	Toplam	712,324	679			
L10 - Vergi ödeme konusunda sorumlu / dürüst bir vatandaş olma...	Grup. Ar.	32,176	9	3,575	4,676	*,000
	Grup. İçi	512,318	670	,765		
	Toplam	544,494	679			
L12 - Vergi ödemenin kutsal bir görev olduğuna inanma...	Grup. Ar.	18,065	9	2,007	2,069	,030
	Grup. İçi	649,957	670	,970		
	Toplam	668,022	679			
L13 - Vergi ödememek kul hakkına girmekte...	Grup. Ar.	30,331	9	3,370	3,135	*,001
	Grup. İçi	720,256	670	1,075		
	Toplam	750,587	679			
L16 - Yerel vergilerin nerelere harcandığına ait bilgilendirilme...	Grup. Ar.	45,679	9	5,075	4,685	*,000
	Grup. İçi	725,798	670	1,083		
	Toplam	771,476	679			
L18 - Belediyeden alınan hizmetler...	Grup. Ar.	7,350	9	,817	,844	,576
	Grup. İçi	648,531	670	,968		
	Toplam	655,881	679			
L20 - Yerel vergilerin tahsilâtında; ödeme imkânları sağlanması...	Grup. Ar.	16,849	9	1,872	1,889	,051
	Grup. İçi	663,915	670	,991		
	Toplam	680,763	679			

*Sig.<0,05 düzeyinde anlamlı fark vardır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRMELER

Bu çalışmada vatandaşların yerel vergi uyumu, temel düzeyde etkili olan sosyal ve ekonomik faktörler yardımıyla önemli bir ayırım olan demografik özellikler üzerinden incelenmiştir. Vergi ödeme kültürünün geliştirilmesinde ve bununla beraber vergi ahlakının artırılmasında toplumun çeşitli kesimlerine bu konuda idari anlamda hitap etmek, politikalar geliştirmek belediyelerin yetkileri nispetinde yapabilecekleri uygulamalardır. Bu nedenle belediyelerin hizmet verdikleri ve vergi aldıkları vatandaşların vergiyi nasıl algıladıklarını ve bu konudaki bilinç düzeylerini ölçmeleri, bu konudaki politikaların geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Çalışmada ilk olarak haberdar olunan belediye vergileri sorulduğunda en fazla “Emlak Vergisi” ve “Çevre ve Temizlik Vergisi” cevapları verilmiştir. Haberdar olunan belediye harçları sorulduğunda ise en fazla “İşyeri Açma İzin Harcı” ve “Tatil Günlerinde Çalışma Ruhsatı Harcı” cevapları verilmiştir.

Vatandaşların vergi algısı düzeylerine ait veriler değerlendirildiğinde ise genel ortalamanın 5 üzerinden 3,61 olduğu görülmüştür. Bu rakam Bursa’da

vatandaşların yerel vergiler konusunda orta düzeyde bilgi sahibi olduğunu göstermektedir. Bununla beraber vatandaşların vergi ödememenin kul hakkına girmek anlamına geldiğini, vergi ödememenin kutsal bir görev olduğunu ve sık sık uygulanan vergi aflarının vergi ödeme kültürüne zarar verdiğini düşündükleri fakat yerel vergilerin tahsilâtında; ödeme noktaları, internet, taksit veya kredi kartıyla ödeme gibi imkânların sağlanmasının vergi ödeme isteklerini artırma konusunda çok etkili olduğunu düşünmedikleri görülmektedir.

Vergi uyumunun cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde ise sadece bir ifadeyle anlamlı bir farklılık görülmüştür. Bayanların kendilerini erkeklere göre vergi ödeme konusunda sorumlu / dürüst bir vatandaş olarak gördükleri tespit edilmiştir. Bu sonucun bu güne kadar yapılan çalışmalarla uyumlu olduğunu söylemek mümkündür. Vergi uyumunun vatandaşların yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği konusunda 18-30 yaş grubundaki vatandaşların diğer yaş gruplarına göre vergi ödememenin kutsal bir görev olduğuna inandıkları görülmektedir. Bahsedildiği üzere yaş gruplarına göre vergi uyumunun ölçümüne dair birçok farklı sonuç ile karşılaşmıştır. Bu çalışmada gençlerin diğer yaş gruplarına göre vergi uyumlarının yüksek olduğu söylenebilir. Vatandaşların vergi algılarının eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği konusunda ise “vergi ödememenin önemini okullarda anlatılması gerektiğine inanma” ve “maddi durumum yeterli olmasa bile imkânlarımı zorlayarak yerel vergileri zamanında ödeme” ifadelerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bu ifadelerde ilköğretim mezunlarının diğer eğitim düzeylerine göre negatif ayrıştığı ve vergi uyumlarının düşük olduğu söylenebilir. Vatandaşların vergi algılarının gelir düzeylerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği konusunda ise belirgin anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu analize göre geliri düşük vatandaşların birçok ifadeyle vergi uyumlarının düşük olduğu görülmektedir. Geliri düşük vatandaşlar yerel vergi ödemelerine gelirleri içerisinde yer ayırmak istememekte veya ayıramamaktadırlar. Vatandaşların yerel vergi algılarının meslek/konumlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği konusunda anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Buna göre gelen olarak “Ticaret Erbabları”nın, bazı ifadelerde ise “Öğrencilerin” ve “Serbest Meslek Erbabları”nın vergi uyumlarının yüksek olduğu söylenebilir. Diğer yandan “Çiftçi” olan vatandaşların vergi uyumlarının düşük olduğu çeşitli ifadeler bakıldığında görülmektedir. Vatandaşların vergi algılarının Bursa’da ikamet edilen ilçeye göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği konusunda ise anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Buna göre birçok ifadeye bakıldığında “Nilüfer” ve “Orhaneli” İlçelerinde vergi uyumunun yüksek olduğu söylenebilir. Buna karşın bazı ifadeler bakıldığında “Karacabey” ve “Mudanya” İlçelerinde vergi uyumlarının düşük olduğu görülmektedir. Bu sonuçların belediyelerin faaliyet raporlarında yer alan vergi geliri gerçekleştirmeleri ile uyumlu olduğu görülmektedir.

Sonuç olarak Bursa’da vatandaşların vergi algılarının ölçüldüğü bu çalışmada genel olarak vergi bilincinin istenilen seviyenin altında olduğu söylenebilir. Bu durumda belediyelerin yerel vergi kültürünün geliştirilmesi için

çalabalarda bulunması, yerel vergi ve harçlara ait farkındalığın artması için çeşitli iletişim araçları (billboard, yerel gazete, TV, vb.) ile yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, meslek, oturulan bölge ayrılımı yapmadan vatandaşlara ulaşması gerekmektedir. Bunun yanında vergi uyumunun düşük olduğu kesimler ve bölgeler ile ilgili tespitlerde bulunarak nedenleri araştırılmalı ve mükelleflere çeşitli kolaylıklar getirilmelidir. Tüm bu sayılanların yanında vergi ödeme kültürünün ve vergi ahlakının oluşturulması için merkezi yönetimler tarafından çıkarılan vergi aflarının son bulması, vergi ödeme ile ilgili ödül-ceza sisteminin getirilmesi, hesap verebilirliğin kuvvetlendirilmesi gereklidir. Bununla beraber okullarda çeşitli eğitimlerin verilmesi ile bu konudaki farkındalığın çocukluk çağında oluşturulmasının vergi uyumunun artırılmasında etkili olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktan Coşkun C., Dilek Dileyici ve Özgür Saraç, (2003), “Vergi, Zulüm ve İsyân”, Phoenix Yayınevi, Ankara. (Erişim:04.08.2016). <http://docplayer.biz.tr/10476891-Vergilere-karsi-tepkilerin-anatomisi.html>.
- Aktan, Coşkun. C.(2012), “Vergi Psikolojisinin Temelleri ve Vergi Ahlakı” *Çimento Endüstrisi İşverenler Sendikası*, s.14-22. <http://www.ceis.org.tr/dergi/2012ocak/makale2.pdf>.
- Allingham, M. G.,& Sandmo A. (1972), “Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis”, *Journal of Public Economics*, 1(3-4), 323-338.
- Al-Mamun A. ,Entebang H., Mansor S. A. &Yasser Q. R. (2014), “The Impact of Demographic Factors on Tax Compliance Attitude and Behavior in Malaysia”, *Journal of Finance, Accounting and Management*, 5(1), ,109-124. <http://www.gsmi-ijgb.com/Documents/JFAM%20V5%20N1%20P06%20Abdullah%20Al-Mamun%20-Tax%20Compliance.pdf>
- Becker, G. S.(1974), “Crime and Punishment: An Economic Approach”, *Journal of Political Economy* 76,169-217. <http://www.nber.org/chapters/c3625.pdf>
- Devos, K. (2014), “Tax Compliance Theory and the Literature” *Springer Netherlands*,13-64. http://www.springer.com/cda/content/document/cda_download/document/9789400774759-c1.pdf?SGWID=0-0-45-1418007-p175358280.
- Devos, K. (2008) "Tax Evasion Behaviour and Demographic Factors: An Exploratory Study in Australia,"*Revenue LawJournal: Vol. 18: Iss. 1, Article 1.* <http://www.austlii.edu.au/au/journals/RevenueLawJl/2008/1.pdf>.
- EngidaT. G.&Abera B. G. (2014), “Factors Influencing tax payers’ compliance with the tax system: An empirical study in Mekelle City, Ethiopia, *e Journal of Tax Research*,vol 12, no. 2,433–452. https://www.business.unsw.edu.au/research-site/publications-site/ejournaloftaxresearch-site/Documents/07_EngidaBaisa_Factors_Influencing_Taxpayers_Compliance.pdf
- Frey, B. S.&Torgler B. (2006), “Tax Morale and Conditional Cooperation”, *Berkeley Program in Law and Economics*, 1-42.DOI:10.1016/j.jce.2006.10.006.
- Gerçek, A.&Yüce M.(1998) “Mükelleflerin Vergiye Yaklaşımı Açısından Türk Vergi Sisteminin Değerlendirilmesi”, *Bursa Ticaret ve Sanayi Odası*, Bursa.
- Gökbunar, A. R.,Selim S.&Yanıkaya H. (2007), Türkiye’de Vergi Ahlakını Belirleyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma□, *Ekonomik Yaklaşım*, 18 (63), pp. 69-94. http://ekonomikyaklasim.org/pdfs2/EYD_V18_N63_A04.pdf.
- İpek, S. &Kaynar İ.(2009) “Demografik Faktörlerin Vergi Uyumuna Etkisi: Bir Anket Çalışmasının Sonuçları, *Maliye Dergisi*, Sayı: 157, 116-130. http://dergiler.sgb.gov.tr/calismalar/maliye_dergisi/yayinlar/md/157/07.Selcuk.ipek_ilknur.Kaynar.pdf.

- James, Simon & Clinton A. (2002) "Tax Compliance, Self-Assessment and Tax Administration", *Journal of Finance and Management in Public Services*, 2, 27-42. <https://ore.exeter.ac.uk/repository/bitstream/handle/10036/47458/james2.pdf?sequence=1>
- Kalaycı, Ş. (2014), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kaynar B., H. (2011), "Vergi Ahlakının Teorik Çerçevesi", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 20, Sayı 2, 259-278. Kitapçı, İ. (2013), *Vergi Etiği- Vergi Psikolojisi*, Seçkin Kitapevi, Ankara.
- Luttmer, E., F. P. & Singhal M. (2014), "Tax Morale", *Journal of Economic Perspectives*, Volume 28, Number 4, , 149-168. DOI: 10.1257/jep.28.4.149
- Marandu, E. E., Mbekomize C. & Ifezue A. (2014), "Determinants of Tax Compliance: A Review of Factors and Conceptualizations", Proceedings of the First Middle East Conference on Global Business, Economics, *Finance and Banking* (ME14 DUBAI Conference) Dubai, 10-12, ISBN: 978-1-941505-16-8 Paper ID_D4110, pp.1-18.
- Ömürbek N., Çiçek H. G. & Çiçek S. (2007) "Vergi Bilinci Üzerine Bir İnceleme: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Yapılan Anketin Bulguları", *Maliye Dergisi*, Sayı: 153, 102-122. http://dergiler.sgb.gov.tr/calismalar/maliye_dergisi/yayinlar/md/153/omurbek_cicek_cicek.pdf.
- Özdamar, K. (1999), *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*, Kaan Kitabevi.
- Sağlam, M. (2013), "Vergi Algısı ve Vergi Bilinci Üzerine Bir Araştırma: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerinde Vergi Algısı ve Bilinci", *Sosyoekonomi*, 315-334. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/sosyoekonomi/article/view/5000080659>.
- Saruç, N., T. (2015), *Vergi Uyumu, Teori ve Uygulama*, Seçkin Kitapevi, Ankara.
- Torgler, B. & Schneider F. (2004), "Does Culture Influence Tax Morale? Evidence From Different European Countries", CREMA Working Paper No. 2004-17. *Basel, Center for Research in Economics, Management and Arts*. <http://www.crema-research.ch/papers/2004-17.pdf>.
- Torgler, B., Schaffner M. & Macintyre A. (2007), "Tax Compliance, Tax Morale and Governance Quality", *Center for Research in Economics, Management and the Arts*, , pp.1-41. <http://www.crema-research.ch/abstracts/2007-17.htm>.
- Torgler, B. (2003a), "Tax Morale and Institutions" Yale University, *Yale Center for International and Area Studies, Crema Working Papers*, 1-36. <http://www.crema-research.ch/papers/2003-09.pdf>.
- Torgler, B. (2003b), "Theory and Empirical Analysis of Tax Compliance" *Dissertation der Universität Basel zur Erlangung der Würde eines Doktors der Staatswissenschaften, Basel, den 11.*
- Yardımcıoğlu M., Akpınar Y. & Günay Y. (2014), "Vergi Okuryazarlığı Ve Vergisel Farkındalık: Kahramanmaraş Araştırması", *KSU İİBF Dergisi*, Cilt:4, Sayı:2, 95-119. <http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/article/view/5000105617>.
- Yüce, M. (2007), "Eski Sovyet Birliği Ülkelerinde Mükelleflerin Vergiye Bakışı Üzerine Bir Çalışma" *Akademik Araştırmalar Dergisi*", Yıl:8, Sayı:31, 65-81. <http://www.tuik.gov.tr/>, (Erişim: 15.05.2016).
- <http://www.osmangazi.bel.tr/>, (Erişim: 12.04.2016).
- <http://www.yildirim.bel.tr/>, (Erişim: 12.04.2016).
- <http://www.nilufer.bel.tr/>, (Erişim: 12.04.2016).
- <http://www.inegol.bel.tr/>, (Erişim: 12.04.2016).
- <http://www.gemlik.bel.tr/>, (Erişim: 12.04.2016).
- <http://www.karacabey.bel.tr/>, (Erişim: 12.04.2016).
- <http://www.mudanya.bel.tr/>, (Erişim: 12.04.2016).
- <http://www.orhangazi.bel.tr/>, (Erişim: 12.04.2016).
- <http://www.kestel.bel.tr/>, (Erişim: 12.04.2016).
- <http://www.orhaneli.bel.tr/>, (Erişim: 12.04.2016).

SUMMARY

Timely and planned local tax collection, which constitutes an important place in municipal revenues, is significant in order for local public goods and services to be offered in optimum way. Therefore, it is necessary for citizens as taxpayers to have a high - level tax awareness. Awareness level of citizens about local taxes seem to affect their behaviours in this regard.

Looking on a general perspective, there are two main factors that influence local tax awareness: economic and social. After theoretical information on aforementioned factors were provided in this study, Bursa citizens' perceptions on local taxes were measured through using a questionnaire. The questionnaire consists of five point Likert scale along with various questions of descriptive nature and relevance. The questionnaire analysis was carried out through SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). In this procedure, frequency distribution regarding descriptive information of participants was included first. Second, awareness level of citizens about local taxes was analysed using various questions. In the third part of the analysis, local tax awareness with respect to descriptive information of participants was measured by means of T-test and Anova test.

In conclusion, this study revealed that Bursa citizens had an average level of knowledge on local taxes; that tax payment culture should be improved; that tax amnesty harms this culture; and that there are significant differences among the groups with regard to answers given in statements about the fact that tax payment is a sacred duty. Encompassing these differences, it is suggested that policies on groups, where local tax awareness should be improved, be included; that tax payment culture be formed; and that local tax realisations be increased accordingly.

Kazanç Kalitesi ve Yönetiminin İşletmelerin Finansal Performansı Üzerine Etkisi: İSO 500 İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*

Şakir SAKARYA** Zeliha SÜNBUİL KOÇAK***

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, İstanbul Sanayi Odası (İSO) sıralamasına göre 500 büyük sanayi kuruluşu listesi içinde yer alan ve aynı zamanda da hisse senetleri Borsa İstanbul (BİST)'da işlem gören işletmelerde kazanç yönetimi uygulanıp uygulanmadığının tespit edilmesi, kazanç yönetimi uygulamalarının işletmelerin finansal performansına etkisi ve kazanç yönetimi ve kazanç kalitesi arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda; 2006 - 2013 yıllarını kapsayacak şekilde 8 yıllık bir zaman dilimi incelenmiş olup, İSO 500 listesindeki işletmeler içinden Borsa İstanbul'da kayıtlı olan işletmeler seçilmiştir. Çoklu regresyon yöntemi kullanılarak kazanç yönetimi ve kazanç kalitesi ile işletmelerin finansal performansı arasındaki ilişki düzeyi açıklanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda yapılan inceleme sonucunda BİST'de kazanç yönetiminin varolduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kazanç Kalitesi, Kazanç Yönetimi, Finansal Performans, Çoklu Doğrusal Regresyon

JEL Sınıflandırması: M40, G10, G30

The Effect of Earnings Quality and Management on The Financial Performance of Enterprise: A Research on ISO 500 Enterprises

ABSTRACT

The purpose of this study; public enterprises that rank among the first 500 industrial organizations according to the ISO ranking, detection of whether earnings management is applied or not the effect of the earnings management practices on the financial performance and the explanation of the relationship between earnings management and earnings quality. In order to achieve enterprises that are registered in Borsa Istanbul between 2006 and 2013 will be selected among 500 large companies under Istanbul Chamber of Industry. The relationship of the earnings management and earnings quality with the financial performance of the enterprise will be tried to be explained with the use of Linear Regression Method. The outcomes of the analysis detected the existence of earnings management in BIST.

Keywords: Earnings Quality, Earnings Management, Financial Performance, Linear Regression

JEL Classification: M40, G10, G30

*Bu makale, Prof.Dr. Şakir SAKARYA tarafından yönetilen ve Zeliha SÜNBUİL KOÇAK tarafından hazırlanarak Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen "Kazanç Kalitesinin ve Kazanç Yönetiminin İşletmelerin Finansal Performansı Üzerine Etkisi: İSO 500 İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

** Prof. Dr., Balıkesir Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, sakirsakarya@gmail.com

*** Öğr. Gör., Balıkesir Üniversitesi, Savaştepe MYO, zskocak@gmail.com

(Makale Gönderim Tarihi: 19.04.2016 / Yayına Kabul Tarihi: 01.11.2016)

Doi Number: 10.18657/yonveek.281958

GİRİŞ

Yatırımcılar ve diğer finansal tablo kullanıcıları için finansal tabloların güvenilirliği ve kalitesi her zaman merak konusu olmuştur. 2000’li yılların başında ABD ve Avrupa’da yaşanmış olan muhasebe ve finans skandalları; kazanç kalitesi ve kazanç yönetimi kavramlarının önemini daha da arttırmış, finansal tablo kullanıcılarını, ilgilendikleri işletmenin finansal yapısını daha iyi anlama ve daha çok bilgi sahibi olma konusunda motive etmiş ve nihayetinde daha çok araştırma yapmaya ve soru sormaya yönlendirmiştir.

Dünyanın çeşitli ülkelerindeki araştırmacılar ve akademisyenler tarafından yapılan ampirik çalışmalarda ortaya konulan modeller ile işletmelerde kazanç yönetimi uygulanıp uygulanmadığı tahmin edilmeye çalışılmış, finansal raporlama, muhasebe ve denetim konusunda bütün dünya ülkelerinde hızla yasal önlemler alınmaya başlanmıştır.

Kazanç yönetimi uygulamalarının tespitine yönelik çalışmalar sadece yatırımcının korunması için değil aynı zamanda ülke ekonomisi ve toplum refahı açısından da büyük önem taşımaktadır. Kazanç yönetimi uygulamaları; kamunun sahip olduğu kıt kaynakların verimsiz alanlara yatırılmasına ve kaynak israfına yol açması, sermaye piyasalarına olan güvenin ortadan kalkması, sermaye piyasasına yeni yatırımcıların girmesinin zorlaşması, sermaye piyasalarının daralması, kaynak bulmakta zorlukla karşılaşılması gibi ülke ekonomisini olumsuz olarak etkileyecek birçok etkiye sahiptir.

Bu bağlamda; kazanç kalitesi, kazanç yönetimi ve finansal performans arasındaki ilişki düzeyini belirlemek ve kazanç yönetimi uygulamaları yapıp yapılmadığını ortaya çıkarmak amacıyla büyük işletmeler üzerine yapılmış olan bu araştırma ile yatırımcıların ve diğer finansal tablo kullanıcılarının; kazanç kalitesinin nasıl daha iyi analiz edilebileceği, kazanç yönetimi uygulamalarının nasıl tespit edilebileceği ve değerlendirilebileceği konusunda fikir sahibi olmalarına katkı sağlanması beklenmektedir.

I. KAZANÇ KALİTESİNİN KAVRAMSAL ANALİZİ

Kazanç kalitesi en genel tanımıyla, gelecekteki kazançları tahmin etmede raporlanan kazançların faydası ve işletmenin doğru kazançlarını yansıtmada raporlanan kazançların kabiliyeti şeklinde tanımlanır. FASB kazanç kalitesini, yatırımcıların cari döneme ait olan kazançları etkili bir şekilde kullanarak gelecek dönem kazançlarının tahmin edilmesindeki yararlılık olarak tanımlamıştır (SFAS No.132, par.26, FASB,1998). FASB’ın kavramsal ifadesine göre, kullanıcının, ilgilendiği konularda doğru tahmin yapma yeteneğini arttırmak üzere, karın bileşenleri ve net kara ait bölümlerini de içeren tüm finansal raporlama araçları için, kazancın tahmin edilebilmesi özelliği göz önünde tutulması gereken en önemli unsurlardan biridir. Bu açıdan bakıldığında tahmin etme gücü karar verme kullanışlılığı ile bağlantılıdır ve bu yüzden kullanıcının özellikle tahmin sürecine ve hedefine duyarlılık gösterir (Schipper ve Vincent, 2003: 97).

Dechow ve Schrand (2004)’a göre kazancın cari performansı yansıtması, kazanç verilerinin gelecekteki performansını tahmin etmede yararlı olması ve doğru olarak firmanın içsel değerini yıllık olarak gösteriyor olması gereklidir. Bu

bağlamda kazanç yönetiminin kazanç kalitesini düşüreceğini belirtmektedirler. Lo (2008) fazlasıyla yönetilmiş kazançların düşük kazanç kalitesine sahip olduğu görüşünü benimsemektedir. Ancak, kazançların yönetilmemiş olması yüksek kazanç kalitesinin garantisi değildir. Çünkü kazanç kalitesini etkileyen başka faktörler de bulunmaktadır (Yel, 2012: 122).

Kazanç kalitesine ilişkin Francis vd.(2006) yedi adet göstere belirlemektedir. Bu göstergeler muhasebe temelli ve piyasa temelli göstergeler olarak iki sınıfta ele alınmaktadır. Muhasebe temelli göstergeler “tahakkuk kalitesi”, “süreçgenlik”, “tahmin edilebilirlik” ve “değişkenlik” olmakla birlikte muhasebe raporlarından elde edilen verilere dayanmaktadır. Piyasa temelli göstergeler ise “değere ilişkinlik”, “zamanında sunum” ve “ihtiyatlılık” olarak belirlenmektedir. Bu göstergeler hem muhasebe raporlarından hem de piyasa verilerinden elde edilen bilgilere dayanmaktadır (Durak ve Gürel, 2014: 96).

Yel (2009), kazanç kalitesi ile ilgili literatürde yapılan tanımlamalardan yola çıkarak kazanç kalitesinin göstergelerini süreklilik, tahmin edilebilirlik, değişkenlik ya da istikrarlılık, ilgililik, güvenilirlik, tahakkuk kalitesi ve kazanç yönetimi başlıkları altında toplamıştır.

II. KAZANÇ YÖNETİMİNİN KAVRAMSAL ANALİZİ

Schipper (1989) kazanç yönetimini, “kişisel çıkar sağlamak amacıyla dışsal finansal raporlama sürecine kasıtlı olarak müdahale edilmesi” şeklinde tanımlamaktadır. Bu tanıma göre kazanç yönetimi dışarıya bilgi açıklama sürecinin herhangi bir aşamasında ortaya çıkabilir. Giroux (2004) ise kazanç yönetimini “istenen sonuca ulaşmak amacıyla kazançların birtakım işlemler ve isteğe bağlı muhasebe yöntemleri yoluyla düzeltilmesi” olarak tanımlamaktadır.

Küçüksözen ve Küçükkocaoğlu (2004) ise kazanç yönetimini şu şekilde tanımlamaktadırlar: Kazanç Yönetimi, bir işletmenin ekonomik performansı hakkında, işletmeyle ilgili bazı tarafların yanıtlanması ya da kamuya açıklanan kar rakamına bağlı, sözleşmeden kaynaklanan sonuçların etkilenmesi amacına yönelik olarak, yöneticilerin finansal raporlama sürecinde aldıkları kararlarla veya gerçekleştirdikleri işlemlerle finansal sonuçları değiştirmeleridir.

Aşağıdaki Tablo 1’de kazanç yönetimi yaklaşımları özetlenmektedir. Tabloda, kazanç yönetiminin farklı tanımları, beyaz, gri ve siyah şeklinde sınıflandırılarak verilmektedir. Faydacı kazanç yönetimi (beyaz) finansal raporların şeffaflığını artırırken, fırsatçı (siyah) kazanç yönetimi tümüyle gerçeğe aykırı beyan ve hileyle ilgilidir. Gri olan ise, hem fırsatçılığı hem de faydacılığı artıran muhasebe ilkeleri sınırları içinde raporların manipüle edilmesini ifade etmektedir (Özden, 2013: 15).

Kazanç yönetiminin tanımıyla ilgili bir fikir birliği sağlanamamasının nedeni olarak, kazanç yönetimi araştırması sonuçlarına göre yapılan, farklı yorumlamalar gösterilmektedir. Tanımlardaki farklılıkların nedenlerinden biri kazanç yönetiminin sadece finansal raporlama süreciyle mi yoksa finansman kararları gibi gerçekleşen birtakım faaliyetlerle mi ilgili olduğuna göre de ortaya çıkmaktadır. Bir diğer farklılık ise kazanç yönetimi algısından kaynaklanmaktadır. Beneish’in çalışmasından önceki çalışmaların çoğu, kazanç

yönetiminin fırsatçı yönü ile ilgilenmişler, faydacı yönü ile ilgilenmemişlerdir (Beneish, 2001).

Tablo 1. Kazanç Yönetiminin Farklı Tanımları

Beyaz (Faydacı)	Gri (Faydacı, Fırsatçı)	Siyah (Fırsatçı)
Kazanç yönetimi, gelecekteki nakit akışı konusunda yöneticinin gizli bilgisini yansıtmak muhasebe işlemini seçme esnekliğinden faydalanmaktadır.	Kazanç yönetimi, ya en fırsatçı yani sadece yönetimin yararına olan ya da ekonomik açıdan en faydalı olan muhasebe işlemini seçmektir.	Kazanç yönetimi, finansal raporların şeffaflığını azaltmak ya da onlar üzerinde oynayarak hileye başvurmaktır.

Kaynak: Joshua Roonen and Varda Yaari. (2008). *Earnings Management: Emerging Insights in Theory, Practice, and Research*. New York: Springer, s. 25.

III. İSO 500 İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR UYGULAMA

A. Araştırmanın Hipotezi, Kapsamı, Kısıtları ve Veri Toplama Süreci

Halka açık olan ve İSO 500 listesinde yer alan işletmelerde kazanç yönetiminin, kazanç kalitesi ve işletmelerin finansal performansı ile ilişkisinin incelendiği bu çalışmada kazanç yönetimi ile kazanç kalitesi arasında ters yönlü bir ilişki olduğu varsayılmaktadır. Başka bir deyişle; yöneticiler kazanç yönetimi uygulamaları yaptıkça kazanç kalitesi düşecektir. Bu bağlamda test edilecek olan hipotezler aşağıdaki gibidir;

H₀: İSO 500 listesi içinde yer alan işletmelerde kazanç yönetimi yoktur.

H₁: İSO 500 listesi içinde yer alan işletmelerde kazanç yönetimi vardır.

Araştırmanın evrenini İSO 500 işletmeleri oluşturmaktadır. Örneklem kümesini ise 2006-2013 yılları arasında İSO 500 listesinde yer alıp BİST’de kayıtlı olan işletmeler oluşturmaktadır. Bu bağlamda; BİST’in web sitesinden temin edilen halka açık işletmeler listesi ile İSO’nun web sitesinde yayınladığı “Türkiye’nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu” listesi karşılaştırılmış ve bu kapsamda 85 adet işletmenin halka açık olduğu tespit edilmiştir. Gözlem süresi 2006-2013 yılları arasında 8 dönem olmasına rağmen bir önceki yıl verisine ihtiyaç duyulan analizler olması sebebi ile veriler 9 dönemi içerecek şekilde toplanmıştır.

Araştırmanın sınırlarından olan kesintisiz olarak listede yer alma kriteri için geriye dönük olarak 2005 – 2013 yıllarına ait İSO 500 listeleri taranmış ve 85 işletmenin 69’unun 9 yıl boyunca listede yer aldığı belirlenmiştir. Bir diğer sınırlama olan 2005 – 2013 yılları boyunca BİST’e kayıtlı olma kriteri için ise yine BİST’in internet sitesinden temin edilen ilk işlem tarihi listesi taranmış ve 1 Ocak 2005 tarihinden sonra işlem görmeye başlamış işletmeler tespit edilmiş ve bu işletmeler kapsam dışına çıkarılmıştır. Ayrıca halka açık olup İSO 500 listesinde yer almayan işletmeler ve finansal bilgileri eksik olan işletmeler örneklem kümesine dahil edilmemiştir. İSO 500 listesinde yer alan bazı işletmelerin isimlerinin ve faaliyet sonuçlarının açıklanmasını istememesi sonucunda bu işletmelerin verilerine ulaşılamamış ve bu işletmeler de kapsam dışına çıkarılarak örneklem kümesi 60 işletme ile sınırlandırılmıştır.

Çalışmanın başlangıç dönemi olarak 2005 yılının esas alınmasının nedeni, borsada işlem gören işletmelerin yıllık ve ara dönem finansal tabloları ile yıllık raporlarını Uluslararası Muhasebe / Finansal Raporlama Standartları çerçevesinde hazırlamalarının 1 Ocak 2005 tarihi itibarı ile zorunlu kılınmış olmasıdır.

Çalışmada işletmelerin zorunlu ve ek mali tabloları ile dipnotlarına BİST ve KAP'ın web sitelerinden, çeşitli finansal oranlar ile işletmelerin finansal bilgilerine FİNNET veri tabanından ulaşılmıştır. Gözlem dönemine ilişkin veriler, işletmelerin mali tablolarında yayınlanan ham veriler incelenerek ve araştırmanın amacına uygun olarak sınıflandırılarak elde edilmiştir. 2006 - 2013 yıllarına ait 12 aylık finansal tabloları ve dipnotlarını kapsayan veri seti, 60 işletmeye ait 8 dönem ve 480 işletme/yıl gözlemden oluşmaktadır.

Hipotezlerin test edilmesine yönelik kullanılacak model ve modelde yer alan değişkenlerin açıklamaları aşağıdaki gibidir:

$$TA_{it} / A_{it-1} = \beta_0 + \beta_1[(\Delta REV - \Delta REC)_{it} / A_{it-1}] + \beta_2[PPE_{it} / A_{it-1}] + \beta_3[ROA_{it}] + \beta_4[CFO_{it} / A_{it-1}] + \beta_5[M/B]_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

TA_{it} : i işletmesinin t yılındaki toplam tahakkukları,

A_{it-1} : i işletmesinin bir önceki yıl aktif toplamı,

ΔREV_{it} : i işletmesinin t yılındaki net satışlarının cari yıl ile önceki yıl arasındaki değişimi,

ΔREC_{it} : i işletmesinin t yılındaki net ticari alacaklarının cari yıl ile önceki yıl arasındaki değişimi,

PPE_{it} : i işletmesinin t yılındaki brüt maddi duran varlıkları,

ROA_{it} : i firmasının t yılındaki aktif karlılık oranı,

CFO_{it} : i işletmesinin t yılındaki esas faaliyetlerden kaynaklanan nakit akışı,

M/B_{it} : i işletmesinin t yılındaki piyasa değeri/defter değeri,

ε_{it} : i işletmesinin t yılındaki regresyon hata katsayısı,

t : Tahmin dönemindeki yıl endeksi.

B. Araştırma Modelinin Oluşturulması

Kazanç yönetiminin tespiti ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; genellikle finansal tablolar üzerinden tahakkuk ve finansal oranlar kullanılarak oluşturulan modeller ile karşılaşılmaktadır. Healy (1985), DeAngelo (1986), Jones (1991), Dechow, Sloan ve Sweney (1995) modelleri bunlardan bazılarıdır. Tahakkuk modellerinin temelinde, tahakkuklar ihtiyari ve ihtiyari olmayan tahakkuklar olarak iki bileşene ayrılmaktadır ve kazanç yönetimi uygulamalarının bir göstergesi olarak genellikle "ihtiyari tahakkuklar" ölçü olarak kullanılmakta ve çalışmalar ihtiyari tahakkukların derecesini tahmin etmeye yönelmektedir. Bunun sebebi, yöneticilerin ihtiyari olmayan tahakkukları yasalar gereği yerine getirdikleri için müdahale edemeyecekleri varsayımdır. İhtiyari tahakkuklar ise yöneticilerin kontrolünde ve insiyatifinde olduğu için gerek yürürlükteki yasal mevzuatta yer alan boşluk ve esneklikler vasıtasıyla gerekse yasal olmayan yollarla değiştirilebilmektedir (Duman, 2010: 176).

Bu bağlamda; ihtiyari tahakkukların açıklanması oldukça zor olduğundan, araştırmaların büyük çoğunluğunda ihtiyari tahakkukların ölçümüne toplam

tahakkuklar ile başlanmaktadır. Toplam tahakkuklar ise, bilanço yaklaşımı ve nakit akım tablosu yaklaşımı olmak üzere iki şekilde hesaplanmaktadır.

Bu kapsamda, Hribar ve Collins (2002), toplam tahakkukların hesaplanmasında, bilanço yaklaşımı ve nakit akım tablosundan doğrudan hesaplama yaklaşımının hangisinin daha başarılı olduğunu incelemişlerdir. Çalışma sonucu, aynı koşullar altında nakit akım tablosundan yararlanılarak toplam tahakkukların hesaplanmasının daha iyi sonuçlar verdiğini, bilanço yaklaşımının ise toplam tahakkukların tahmin edilmesinde hatalı sonuçlar verdiğini göstermiştir (Yaşar, 2011:185). Bu nedenle, bu çalışmada, toplam tahakkukların hesaplanmasında Nakit Akım Tablosu yaklaşımı kullanılmıştır. Bu durumda, işletmenin dönem net karından, esas faaliyet sonucu sağlanan net nakit akışı çıkarılmak suretiyle, her işletme ve yıl verisi için toplam tahakkuk tutarı aşağıdaki gibi hesaplanmıştır.

$$TA_{i,t} = E_{i,t} - CF_{i,t} \quad (2)$$

TA : Toplam Tahakkuklar

E : Dönem Net Karı

CF : Esas Faaliyetlerden Kaynaklanan Nakit Akımları

t : Zaman Göstergesi,

i : İşletme Göstergesi.

Toplam tahakkuk değerlerinin yukarıdaki şekilde hesaplanmasından sonra yapılması gereken, kazanç yönetimi uygulamalarının göstergesi olarak kabul edilen ihtiyari tahakkukları belirleyebilmek amacıyla, toplam tahakkukların, ihtiyari olmayan tahakkukları ve ihtiyari tahakkuklar şeklinde iki kısma ayrıştırılmasıdır. Bu durumda;

$$TA = NDA + DA \quad (3)$$

Denklemden;

TA : Toplam Tahakkuklar

NDA : İhtiyari Olmayan Tahakkuklar

DA : İhtiyari Tahakkuklar

olacaktır. Ancak, ihtiyari tahakkukların doğrudan hesaplanamaması dolayısıyla, literatürde yapılan çalışmalarda, öncelikle toplam tahakkukların ihtiyari olmayan kısımları ölçülmektedir. Bu durumda; ihtiyari tahakkuklar aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır.

$$DA = TA - NDA \quad (4)$$

Literatürde, toplam tahakkukların ihtiyari kısmını tahmin etmek için çeşitli yöntemler kullanılmıştır. Örneğin; Healy (1985) toplam tahakkukları, McNichols ve Wilson (1988) şüpheli alacaklar karşılığını kullanmışlardır. Fakat, Healy (1985) modeli, ihtiyari olmayan tahakkukları ihtiyari tahakkuklardan ayırmamakta; McNichols ve Wilson (1988)'in metodu ise toplam ihtiyari tahakkukların hareketini incelememektedir. Bu nedenle, raporlanan kazancı etkileyen bütün muhasebe seçimlerinin net etkisini yakalayabilmek için Jones (1991), toplam tahakkukları, satışlardaki değişim ve maddi duran varlıklarla regresyona tabi tutmuştur (Yaşar, 2011: 186).

Jones modelindeki genel varsayım satışların da ihtiyari olmadığı yönündedir. Modelde işletme yöneticilerinin kazancı yüksek göstermeye çalıştıklarında satışların seviyesini hasılat henüz kazanılmadan kaydedilmediği varsayılmaktadır. Ancak kazancın yüksek gösterilmesindeki en önemli yöntemlerden bir tanesi satışların henüz gerçekleşmeden kaydedilmesidir. Dönem sonunda gelir henüz gerçekleşmeden kaydedildiğinde işletmenin satış gelirleri ve henüz satış ile ilgili nakit tahsilatı gerçekleşmediği için tahakkukları (ticari alacaklar nedeniyle) artacaktır. Ancak model, ihtiyari olmayan tahakkuklardaki artışları satışlardaki artışlarla açıkladığı için, ihtiyari olan bu tahakkuk hesaba katılmayacaktır. Jones modelindeki bu eksikliği aşmak için Dechow, Sloan ve Sweeney tarafından 1995 yılında “Düzeltilmiş Jones Modeli” olarak anılan model geliştirilmiştir.

Tahakkuk esaslı kazanç yönetimi tespit modelleri ile ilgili Dechow, Sloan ve Sweeney (1995)’in yapmış oldukları çalışmada Healy Modeli, DeAngelo Modeli, Jones Modeli, Dechow ve Sloan Modeli / modelleri test edilmiştir. Bu çalışma test edilen bütün modellerin kazanç yönetimi uygulamalarını tespit ettiğini ve “Düzeltilmiş Jones Modeli”nin en güçlü ölçümü yapan model olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Bu nedenle, ihtiyari tahakkuklar yoluyla kazanç yönetimini tahmin etmek için, Dechow, Sloan ve Sweeney’in çalışmalarında kullandıkları aşağıdaki Düzeltilmiş Jones Modeli, bu çalışmada kullanılan model için temel oluşturmuştur (Yükseltürk, 2006: 147). Bu model aşağıdaki gibi yazılabilir;

$$TA_{it} / A_{it-1} = \beta_0 + \beta_1 [(\Delta REV - \Delta REC)_{it} / A_{it-1}] + \beta_2 [PPE_{it} / A_{it-1}] + \varepsilon_{it} \quad (5)$$

Aşırı finansal performans gösteren firmalar üzerinde inceleme yapıldığında Jones ve Düzeltilmiş Jones modelinin yetersiz kaldığının Dechow, Sloan ve Sweeney (1995)’nin yaptıkları çalışmada ortaya çıkmasından sonra, Teoh, Wong ve Rao (1998) ve Kothari, Leone ve Wasley (2005) bu yetersizlikleri ortadan kaldırmak için performansla eşleştirilmiş ihtiyari tahakkuk ölçümlerini önermişlerdir. Teoh, Wong ve Rao (1998) yaptıkları çalışmada performans eşleştirme yaklaşımının, benzer performansa sahip firmalarda Jones modeliyle elde edilen tahakkuklardaki herhangi bir sistematik hatayı elimine etme kazancı sağladığını ortaya koymuşlardır. Kothari, Leone ve Wasley (2005) ise performans eşleştirme yaklaşımına bir alternatif olarak, Jones ve Düzeltilmiş Jones modelinin içine bir performans ölçümünü dahil etmeyi önermişlerdir. Yazarlar performans ölçümü olarak varlıkların getirisini kullanarak performans eşleştirme yaklaşımlarını karşılaştırmak amacıyla uygulamaya koymuşlardır. Çalışmanın sonucunda bu şekildeki bir değişikliğin orjinal Jones modelinin özelliklerini geliştirdiğini bulmuşlardır (Ayarlıoğlu, 2007: 112-113).

Sonuç olarak, 1991’de ortaya çıkan Jones modelinin özelliklerini temel alan geniş bir model ailesi ortaya çıkmaktadır. Fakat bu modellerden hiçbiri önerilerin bir kısmını veya tamamını kapsayacak şekilde birleştirilememiştir. Bazı problemler barındırmalarına rağmen Jones ve Düzeltilmiş Jones modeli

popülerliklerini her zaman korumuşlardır ve halen de literatürde geniş bir şekilde kullanılmalarına devam edilmektedir (Ayarlıoğlu, 2007: 114).

Kothari Modeli; Jones ya da Düzeltilmiş Jones Modeline finansal performans ölçümü olarak ROA (Aktif Karlılık Oranı) değişkenini ekleyerek katkıda bulunmuşlardır. Bu model aşağıdaki gibidir;

$$TA_{it}/A_{it-1}=\beta_0+\beta_1[(\Delta REV-\Delta REC)_{it}/A_{it-1}]+\beta_2[PPE_{it}/A_{it-1}]+\beta_3[ROA_{it}]+\varepsilon_{it} \quad (6)$$

Larcker ve Richardson Modeli; tahakkukların satışlardaki büyüme ile sermaye yoğunluğunun bir fonksiyonu olduğunu varsaymaktadır. Bu yüzden beklenen büyümeyi temsil etmek üzere Düzeltilmiş Jones Modeli'ne CFO (Faaliyet Nakit Akışı) ve M/B (Piyasa Değeri / Defter Değeri) değişkenlerini eklemektedir (Durak, 2010: 139). Bu model ise aşağıdaki gibi yazılabilir;

$$TA_{it}/A_{it-1}=\beta_0+\beta_1[(\Delta REV-\Delta REC)_{it}/A_{it-1}]+\beta_2[PPE_{it}/A_{it-1}]+\beta_3[CFO_{it}/A_{it-1}]+\beta_4[M/B]_{it}+\varepsilon_{it} \quad (7)$$

Kazanç yönetimi uygulamalarını ölçmek için kullanılan bütün bu modellerde bağımlı ve bağımsız bütün değişkenler değişen varyans problemini önlemek için bir önceki dönemin toplam varlıklarına bölünmüştür. Tüm modellerde toplam tahakkuklar nakit akışı yaklaşımına göre hesaplanmakta, ihtiyari olmayan tahakkuklar ise açıklayıcı değişkenler yardımıyla hesaplanmaktadır. Dolayısıyla modellerde yer alan hata terimi (ε) kazanç yönetimi uygulamalarının göstergesi olarak kabul edilen ihtiyari tahakkukların seviyesini göstermektedir. Çünkü toplam tahakkukların, ihtiyari olmayan tahakkukların dışında kalan bölümü ihtiyari tahakkukları vermektedir (Önder ve Ağca, 2013: 39).

Literatüre uygun olarak bu çalışmada da Düzeltilmiş Jones, Kothari ve Larcker ve Richardson modellerinin kazanç yönetimi ve finansal performans üzerinde anlamlı etkilerinin olduğunu belirledikleri değişkenler kullanılarak oluşturulmuş aşağıdaki model kullanılacaktır. Modelde yer alan değişkenlere ilişkin açıklamalar bir önceki bölümde verilmiştir.

$$TA_{it} / A_{it-1} = \beta_0 + \beta_1[(\Delta REV-\Delta REC)_{it} / A_{it-1}] + \beta_2[PPE_{it} / A_{it-1}] + \beta_3[ROA_{it}] + \beta_4[CFO_{it} / A_{it-1}] + \beta_5[M/B]_{it} + \varepsilon_{it} \quad (8)$$

C. Bulgular ve Yorumlar

Çalışmada, Geliştirilmiş Jones modeline, Kothari ve Larcker – Richardson modellerinde olduğu gibi finansal performans değişkenleri eklenerek oluşturulan model aracılığıyla; ISO 500 işletmelerinde kazanç yönetimi uygulanıp uygulanmadığı ve finansal performans göstergeleri ile ilişkisi test edilip, bu sonuçlar kazanç kalitesi açısından değerlendirilmiştir.

Modelde yer alan değişkenlerin ortalama ve standart sapma değerlerini içeren tanımlayıcı istatistikler Tablo 2'de verilmektedir. Buna göre, Tablo 2'de yer alan ve modelin bağımlı değişkenini oluşturan toplam tahakkuklar (TA) her bir işletme için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Örnekte yer alan 480 işletme/yıl verisinin ortalama toplam tahakkuku -0,0233 ve standart sapması 0,169'dur.

Tablo 2. Değişkenlerin Tanımlayıcı İstatistikleri

Değişken	N	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sapma
TA	480	-1,3915	1,3444	-0,0233	0,1690
REV-REC	480	-1,1745	1,7666	0,0974	0,2653
PPE	480	0,0289	2,3568	0,4710	0,2140
CFO	480	-0,6305	1,4485	0,1007	0,1698
M/B	480	0,1643	15,8190	1,8408	1,7412
ROA	480	-0,2227	0,5658	0,0770	0,1039

Toplam tahakkukların incelendiği modelde, 2006-2013 yıllarına ait finansal tablolardan elde edilen veriler kullanılarak çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon analizi, varsayımların gerçekleşmediği durumlarda doğru sonuç vermemekte ve modelin güvenilirliği olumsuz etkilenmektedir. Bu nedenle, hipotez testinden önce, incelenecek verilerin doğrusallık, çoklu doğrusal bağıntı, normallik, otokorelasyon varsayımları incelenmiş ve duruma göre gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

Öncelikle normal dağılımı önleyebileceği için veri setindeki uç değerler tespit edilmiş ve bu uç değerler veri setinden çıkarılmıştır. Çıkarılan uç değerler için ilgili serinin ortalaması alınarak eksik verilerin yerine konulmasından sonra ilk olarak, değişkenler arasındaki ilişkinin doğrusal bir ilişki gösterip göstermediği, toplu serpilme matrisi üzerinden incelenmiştir. Bu kapsamda, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilerin doğrusal olmadığı yönünde herhangi bir kanıt görülmemektedir.

Bir diğer varsayım olan çoklu doğrusal bağıntı, bağımsız değişkenlerin modele katkısını zayıflattığı için istenmeyen bir durumdur ve hipotez testinden önce incelenmesinde fayda görülmektedir. Tablo 3’de yer alan korelasyon matrisi yardımıyla değişkenler arasındaki etkileşimler görülebilir. Bu noktada bağımsız değişkenler arasında güçlü korelasyon olması durumunda bağımsız değişkenlerin modele katkısı birbirine çok yakın olmakta ve değişkenlerin modelde olması veya olmaması modelin gücünü etkilememektedir. Bağımsız değişkenler arasında 0,80 ve üzerinde korelasyon varsa, bu durum çoklu bağıntı probleminin bir göstergesidir (Kalaycı, 2010: 267).

Tablo 3’de görüleceği gibi bağımsız değişkenler arasındaki pearson korelasyon katsayısının en yüksek değeri 0,251 (0,01 anlamlılık seviyesinde) olmak üzere; aktif karlılık oranı (ROA) değişkeni ile piyasa değeri/defter değeri (M/B) değişkeni arasındadır. Değerlerin hiçbirinin 0,80’den yüksek çıkmaması değişkenler arasında çoklu bağıntı olmadığını işaret etmektedir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Sonuçları

		TA	REV-REC	PPE	CFO	M/B	ROA
TA	Pearson Sig. (1-tailed)	1	-0,079* 0,043	-0,164** 0,000	-0,80** 0,000	0,039 0,199	0,131** 0,002
REV-REC	Pearson Sig. (1-tailed)	-0,079* 0,043	1	0,133** 0,002	0,210** 0,000	0,017 0,354	0,078* 0,045
PPE	Pearson Sig. (1-tailed)	-0,164** 0,000	0,133** 0,002	1	0,177** 0,000	-0,117** 0,005	0,138** 0,001
CFO	Pearson Sig. (1-tailed)	-0,80** 0,000	0,210** 0,000	0,177** 0,000	1	0,036 0,216	0,125** 0,003
M/B	Pearson Sig. (1-tailed)	0,039 0,199	0,017 0,354	-0,117** 0,005	0,036 0,216	1	0,251** 0,000
ROA	Pearson Sig. (1-tailed)	0,131** 0,002	0,078* 0,045	0,138** 0,001	0,125** 0,003	0,251** 0,000	1

*. Korelasyon % 5 düzeyinde anlamlı (1-tailed).
**. Korelasyon % 1 düzeyinde anlamlı (1-tailed).

Ayrıca; Tablo 4’de görülen Tolerance değerlerinin en düşük 0,900 olması ve 0 (sıfır)’dan uzak olması, VIF (Varyans Artış Faktörleri) değerinin en yüksek 1,112 olması ve 10’dan küçük olması, yine aynı tabloda görülen R² değerinin 0,709 ve düzeltilmiş R² değerinin 0,706 olarak bulunması ve değerler arasında dikkate değer fark olmaması da çoklu bağıntı probleminin olmadığı sonucunu desteklemektedir. Ayrıca; modelde otokorelasyon olup olmadığını Durbin – Watson testi göstermektedir. Genellikle 1,5 – 2,5 arasında bir Durbin – Watson değeri otokorelasyon olmadığını gösterir. Tablo 4’de görüldüğü üzere bu değer 2,180’dir ve otokorelasyon olmadığını işaret etmektedir.

Varsayımlar karşılandıktan sonra kazanç kalitesini analiz etmek amacıyla oluşturulan hipotezler kontrol değişkenleri ile Çoklu Doğrusal Regresyon modeli ile test edilmiştir. SPSS 22 istatistik programı ile hesaplanan regresyon sonucunun özeti aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 4. Kazanç Yönetimi ve Finansal Performans Göstergeleri Ölçümü

Bağımsız Değişken	Katsayı (B)	t istatistiği	p değeri	Tolerans	VIF
Sabit Katsayı	0,048	4,139	0,000**		
ΔREV-ΔREC	0,056	3,420	0,001**	0,945	1,059
PPE	0,387	9,118	0,000**	0,900	1,112
ROA	-0,047	-2,316	0,021*	0,922	1,085
CFO	-0,836	-32,609	0,000**	0,924	1,082
M/B	4,038E-5	0,016	0,987	0,912	1,096
R	0,842		F istatistiği	230,967	
R ²	0,709		F önemlilik düzeyi	0,000	
Düzeltilmiş R ²	0,706		Durbin – Watson	2,180	

% 5 önemlilik düzeyinde anlamlı ** % 1 önemlilik düzeyinde anlamlı

Tablo 4’de yer alan regresyon sonucunda modelin anlamlılığını gösteren F istatistiğinin 230,967 ve bu değer anlamlılığını gösteren F önemlilik düzeyinin (sig.) 0,000 olması modelde yer alan bağımsız değişkenlerin, bu çalışmada örnek olarak seçilen İSO 500 listesinde yer alan işletmelerin tahakkuk düzeylerindeki farklılığı önemli ölçüde açıkladığını ve modelin tümüyle istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Modelin düzeltilmiş R² sonucunun %70,6 olması, toplam tahakkuk düzeylerindeki farklılığın %70,6’sının, modelde yer alan bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını göstermektedir.

Tablodan görüleceği gibi sabit terim 0,048 bulunmuştur. REV-REC değişkenine ait parametre değeri ise 0,056, ROA değişkenine ait parametre değeri 0,387, PPE değişkenine ait parametre değeri -0,047, CFO değişkenine ait parametre değeri -0,836 ve M/B değişkenine ait parametre değeri ise 4,038E-5 olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda katsayılar tablosuna göre regresyon formülü aşağıdaki gibi yazılabilir;

$$TA_{it}/A_{it-1}=0,048+0,056[(\Delta REV-\Delta REC)_{it}/A_{it-1}]+(0,-047)[PPE_{it}/A_{it-1}]+0,387[ROA_{it}]-0,836[CFO_{it}/A_{it-1}]+4,038E-5(M/B)_{it}+\varepsilon_{it} \quad (9)$$

Tabloda yer alan Beta değerleri, bağımsız değişkenlerin önem sırasını gösterir. En yüksek Beta değerine sahip olan değişken, görece olarak en önemli bağımsız değişkendir. Bu sıralamada betanın işareti dikkate alınmaz (Kalaycı, 2010: 269). Bu durumda Faaliyetlerden Kaynaklanan Nakit Akımları (CFO) en yüksek öneme sahipken, Piyasa Değeri / Defter Değeri (M / B) en düşük öneme sahiptir.

Toplam tahakkukların incelendiği modelde, işletmelerin tahakkuklarının bir bölümünün satışlardaki değişimle açıklanabildiği görülmektedir. $\Delta REV-\Delta REC$ değişkeninin katsayısı 0,056 ve t önemlilik düzeyi 0,000 olup, % 1 önemlilik düzeyinde anlamlıdır ve işareti beklenildiği şekilde pozitif çıkmıştır. Bir başka ifade ile satışlarla tahakkuklar arasında aynı yönde güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Satışlar arttığında buna bağlı olarak tahakkuklarda da artış oluşmaktadır.

Aynı şekilde satışlar gibi işletme faaliyet düzeyinin bir başka göstergesi olan işletme maddi duran varlıkları ile tahakkuklar arasında aynı yönde bir ilişki bulunmaktadır. Modelde PPE olarak ifade edilen brüt maddi duran varlıklar değişkeninin katsayısı 0,387 ve t önemlilik düzeyi 0,000 olup, % 1 önemlilik düzeyinde anlamlıdır. Model analizinde elde edilen bir diğer bulgu; aktif karlılık oranı ile tahakkukların değişkenliği arasında istatistiki olarak anlamlı olan negatif bir ilişki olduğu yönündedir. Bu sonuca değişkenin katsayı değerinin -0,47 ve t önemlilik düzeyinin 0,021 bulunması ve bu değer % 5 önemlilik düzeyinde anlamlı olduğu bulguları ile ulaşabiliriz. Bu durumda, aktif karlılık oranı arttıkça tahakkukların değişkenliği azalmaktadır.

Tablo 4’de faaliyetten kaynaklanan nakit akışı (CFO)’nın katsayısı -0,836 ve t önemlilik düzeyi 0,000 olup, % 1 önemlilik düzeyinde anlamlıdır. Bir başka

ifadeyle, faaliyetten kaynaklanan nakit akışının tahakkuklarla negatif olarak güçlü bir şekilde ilişkili olduğu görülmektedir. CFO'nun negatif işaretli olmasının nedeni, tahakkuklar nakit akışları ile ilişkili olmadığı için, kazançtaki ihtiyari tahakkukların daha fazla olmasından kaynaklanabilmektedir. Bununla birlikte, CFO'daki negatif katsayının bir kısmı, Düzeltilmiş Jones modelindeki sınıflandırma hatasından dolayı ihtiyari tahakkuk olarak düşünülen ihtiyari olmayan tahakkuklardan kaynaklanmış olabilir (Yaşar, 2011: 200).

İşletmelerin Piyasa Değeri / Defter Değeri (M/B) oranı ile tahakkukların değişkenliği arasında istatistik olarak anlamlı bir ilişki olmasa bile pozitif bir ilişki bulunmaktadır (B:4,038E-5, p değeri: 0,987). İlişki düzeyinin çok düşük olması piyasaların hisse senetlerini fiyatlandırırken tahakkukları anladığını, ihtiyari tahakkukların ise geç bile olsa yatırımcılar tarafından algılanarak fiyatlarda gerekli düzeltmenin yapıldığını göstermektedir. Yani piyasalar yarı etkin bir formda çalışmaktadır (Bayırlı, 2006: 301).

Daha önce belirtildiği üzere toplam tahakkuklar ihtiyari ve ihtiyari olmayan tahakkukların bileşiminden oluşmaktadır ve ihtiyari tahakkuklar kazanç yönetimi uygulamalarının göstergesidir. Modelde, tahmin edilen katsayılarından yararlanılarak bulunan tahmin değerleriyle, gerçek değerler arasındaki farkların bulunmasıyla elde edilen tahmin hataları (μ_{it}), t zamanındaki ihtiyari tahakkuk tutarlarını vermektedir. Tahmin hataları (μ_{it}) aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır:

$$\mu_{it} = TA_{it}/A_{it-1} - \beta_0 + \beta_1[(\Delta REV - \Delta REC)_{it}/A_{it-1}] + \beta_2[PPE_{it}/A_{it-1}] + \beta_3[ROA_{it}] + \beta_4[CFO_{it}/A_{it-1}] + \beta_5(M/B)_{it} \quad (10)$$

Jones (1991) toplam tahakkukları kullanarak yaptığı ampirik testler sonucunda ulaştığı ihtiyari tahakkukların inceleme döneminde sıfırdan farklı olması ve bu farkın ortalama olarak negatif yönde olması sebebiyle, ABD Uluslararası Ticaret Komisyonu'nun inceleme yaptığı dönemde, çalışma kapsamındaki 23 firmanın gelir azaltıcı yönde kazanç yönetimi uyguladığı yönündeki hipotezini desteklediği sonucuna ulaşmıştır. Bu sonuca göre, ihtiyari tahakkuklarının negatif yönde olması durumunda gelir azaltıcı kazanç yönetimi uygulanmakta, ihtiyari tahakkukların pozitif yönde olması durumunda gelir artırıcı kazanç yönetimi uygulanmakta olduğu söylenebilir (Dalgar ve Pekin, 2011: 38).

Tablo 5. Hata Terimi İstatistikleri

	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma
Tahmini Değer	-1,1270	0,7194	-0,0233	0,1423
Std. Tahmini Değer	-7,757	5,220	0,000	1,000
Std. Hata Tahmini Değer	0,004	0,045	0,009	0,005
Düzeltilmiş Tah. Değ. Artık	-1,1087	0,6616	-0,0234	0,1426
Artık	-0,3339	0,6250	-4,16667E-08	0,0911
Std. Artık	-3,644	6,821	0,000	0,995
Silinmiş Artık	-0,3517	0,6829	,00002	0,0957
Mahalanobis Uzaklığı	0,033	114,983	4,990	9,376
Cook's Uzaklığı	0,000	1,687	0,009	0,087
Bağımlı Değişken: TA			Gözlem Sayısı: 480	

Bu çalışmada da ihtiyari tahakkuklar başka bir ifadeyle hata teriminin tahmini değeri ortalaması Tablo 5’de görüldüğü üzere sıfırdan farklı ve negatif çıkmıştır. Bu durumda çalışmanın kazanç yönetimi uygulamalarını tespitine yönelik H_0 hipotezi reddedilir. Yani ISO 500 işletmelerinde kazanç yönetimi uygulanmaktadır. Ayrıca, işaretinin negatif yönde olması sebebiyle gelir azaltıcı kazanç yönetiminin uygulanmakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kazanç kalitesi açısından değerlendirildiğinde ise; işletmelerde kazanç yönetiminin varlığı kazanç kalitesini düşürmektedir. Bu açıdan ISO 500 işletmelerinde kazanç kalitesi düşüktür sonucuna ulaşılmıştır.

Ayrıca Jones (1991) inceleme döneminden bir yıl önceki ve bir yıl sonraki ihtiyari tahakkukların istatistiki olarak sıfırdan farklı olmamaları sebebiyle, bu yıllarda firmaların finansal tablolarında kazanç yönetimi olasılığının bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktadan hareketle çalışmamızda, yapılan regresyon analizi sonucunda bulunan ihtiyari tahakkukların sıfırdan uzaklıklarına göre yıllar itibariyle kazanç kalitesi ölçülmeye çalışılmıştır. Bu amaçla ihtiyari tahakkukların sıfırdan uzaklıklarının net olarak görülebilmesi için ihtiyari tahakkukların mutlak değerleri alınmak suretiyle hesaplanan, yıllar itibariyle ihtiyari tahakkukların sifira ortalama uzaklıkları Tablo 6’da gösterilmektedir.

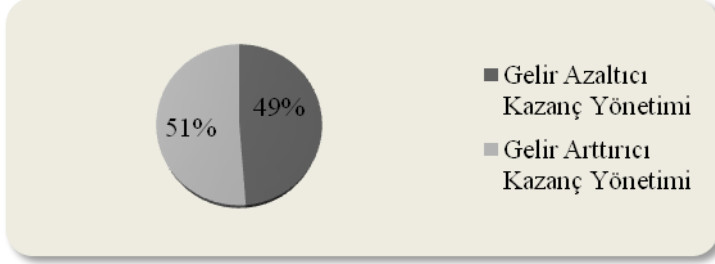
Tablo 6. Yıllar İtibariyle İhtiyari Tahakkukların Sıfıra Ortalama Uzaklıkları

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
0,0849	0,0635	0,0849	0,0467	0,0456	0,0652	0,0377	0,0550

Tablo 6’da görüldüğü üzere, çalışma kapsamındaki işletmelerin ihtiyari tahakkuklarının sıfıra ortalama uzaklığı 2006 ve 2008 yılında 0,0849 ile en yüksek iken, 2012 yılında bu oran 0,0377 olarak en düşük seviyede gerçekleşmiştir. Jones (1991)’in yaptığı çalışma göz önünde bulundurularak, işletmelerin ihtiyari tahakkuk tutarının sıfır olması beklenmektedir. Dolayısıyla ihtiyari tahakkuklarda meydana gelen sıfırdan sapmanın oranı ne kadar büyükse kazanç yönetimi olasılığı o kadar yüksektir diyebiliriz. Bu kapsamda yapılan analizin sonuçları, ISO 500 işletmeleri kazanç yönetimi uygulamaları yapmaktadır hipotezini desteklemektedir.

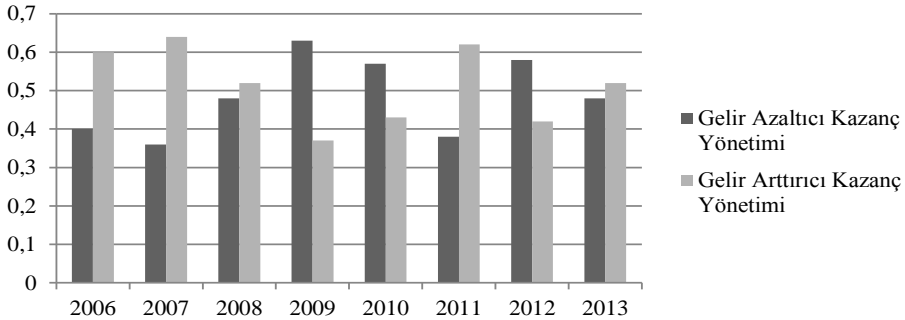
Yukarıda belirtildiği üzere ihtiyari tahakkukların yani hata terimlerinin işareti yapılan kazanç yönetimi uygulamalarının gelir arttırıcı mı yoksa gelir azaltıcı mı olduğunu göstermektedir. Pozitif işaret taşıyan hata terimleri gelir arttırıcı, negatif işaret taşıyan hata terimleri ise gelir azaltıcı kazanç yönetimi uygulamalarının bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Şekil 1’de örnekleme yer alan işletme/yıl verilerinin yapılan kazanç yönetimi uygulamalarının türüne göre dağılımı gösterilmektedir.

Şekil 1. Yapılan Kazanç Yönetimi Uygulamalarının Türüne Göre Dağılımı



Buna göre ISO 500 işletmelerinden örnekleme dahil edilen işletmelerin %51'i gelir arttırıcı kazanç yönetimi uygulaması yapmaktadır. Bu çalışma, kazanç yönetimi uygulamalarının çok az farkla da olsa gelir arttırıcı yönde yapıldığını göstermektedir.

Şekil 2. Yapılan Kazanç Yönetimi Uygulamalarının Yıllara Göre Dağılımı



Şekil 2'de ise yıllara göre işletme/yıl verilerinin yapılan kazanç yönetimi uygulamalarının türüne göre dağılımı gösterilmektedir. 2006, 2007, 2008, 2011 ve 2013 yıllarında gelir arttırıcı uygulamaların daha fazla yapıldığı görülmekte iken 2009, 2010 ve 2012 yıllarında ağırlıklı olarak gelir azaltıcı kazanç yönetimi uygulamaları yapılmıştır.

Sonuç olarak, araştırma bulguları ISO 500 işletmelerinin tahakkuk düzeyleri ile finansal performans göstergeleri arasında; Satışlar, Maddi Duran Varlıklar ve Piyasa Değeri/Defter Değeri ile pozitif yönlü, Aktif Karlılık Oranı ve Faaliyetlerden Kaynaklı Nakit Akışları ile negatif yönlü ilişki olduğu beklentilerini doğrulamaktadır. Ayrıca, yapılan analizler sonucu ulaşılan bulgular ISO 500 işletmelerinde kazanç yönetimi uygulamaları yapılmaktadır hipotezini desteklemektedir. Bu durumda; incelenen 2006-2013 dönem ve 480 işletme/yıl itibariyle işletmelerin kazançları kaliteli olarak ifade edilememektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Finansal bilgi kullanıcıları, finansal tabloların güvenilir olduğu varsayımı ile karar alırlar. Bu karar sürecinde, işletmelerin gerçek durum ve faaliyet sonuçlarını olduğundan farklı gösteren kazanç yönetimi uygulamaları, söz konusu bilgilere dayalı olarak karar alan finansal bilgi kullanıcılarını yanıltabilmektedir. Özellikle, ABD’de ve çeşitli Avrupa ülkelerinde meydana gelen finansal skandalların temelinde kazanç yönetimi uygulamalarının etkili olması, kazanç kalitesi ile ilgili şüpheleri ortadan kaldıracak önlemler alınması gerektiğini açık bir şekilde ortaya koymuştur. Kazanç yönetiminin işletmelerin finansal performansları üzerine etkisi sıkça sorgulanmakta olup, bu çalışmada, kazanç yönetiminin kazanç kalitesi üzerine etkisi araştırılmıştır.

Bu çerçevede, İSO 500 işletmelerinde kazanç kalitesinin sorgulandığı bu çalışmada, kazanç yönetimi ve finansal performans göstergelerinin ilişki düzeyi 2006-2013 yılları için araştırılmıştır. Yukarıda belirtildiği üzere kazanç yönetiminin göstergesi olarak ihtiyari tahakkuklar kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan modellerden elde edilen sonuçlar, “H₁: İSO 500 listesi içinde yer alan ve hisse senetleri BİST’de işlem gören işletmelerde kazanç yönetimi vardır” hipotezini desteklemektedir.

Çalışmada sadece 31 Aralık dönemine ait finansal tablolar incelenmiştir. Fakat, mali yıl içinde nütürleşecek şekilde kazanç yönetimi uygulamalarının da olabileceği dikkate alınarak ileride gerçekleştirilecek çalışmalarda ara dönem finansal tablolarının incelenmesi, bu dönemlerde de kazanç yönetimi uygulanıp uygulanmadığı sorusunu cevaplayacaktır.

Türkiye’nin 500 büyük sanayi kuruluşu listesinde yer alan ancak halka açık olmayan işletme sayısının çokluğu da dikkate alındığında, sadece halka açık işletmelerin inceleme sonuçları ile halka açık olmayan işletmeler için yapılacak inceleme sonuçları birbirinden farklı sonuçlar gösterebilecektir. Bu nedenle, halka kapalı işletmelerde de kazanç kalitesinin bir başka deyişle kazanç yönetiminin uygulanıp uygulanmadığının ayrıca incelenmesi son derece önemlidir.

Bir başka kısıt ise, bu çalışmanın tahakkukların genelini incelemesidir. Bu çalışma genel olarak tahakkukların yönetildiğini göstermektedir. Ancak, hangi tahakkukların en fazla ve hangi ölçülerde yönetildiği sorusuna cevap vermemektedir. İleride gerçekleştirilecek olan çalışmalarda belirli tahakkukların incelendiği yöntemlerin kullanılmasıyla bu soruların cevapları aranabilecektir.

Bu çalışmada sadece Geliştirilmiş Jones modeline belli katkılar yapan Kothari ve Larcker – Richardson modeli ve benzer işletmelerin incelendiği eşleştirme modeli kullanılmıştır. İleride gerçekleştirilecek çalışmalarda geliştirilen diğer yöntemlerin de kullanılarak hipotezlerin incelenmesi, Türkiye’de kazanç yönetiminin uygulanıp uygulanmadığı konusuna katkıda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

Ayarlıoğlu, M. A. (2007). *Kar Yönetimi Uygulamaları ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda Test Edilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Bayırlı, R. (2006). *Yaratıcı Muhasebe, Etik, Firma Değeri ve Örnek Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Beneish, M. D. (2001). Earnings Management: A Perspective. *Managerial Finance*, 27(12), 3-17.
- Dalgır, H. ve Pekin, S. (2011). Kurumsal Yönetim İle Finansal Tablo Manipülasyonu Arasındaki İlişki: İmkb Kurumsal Yönetim Endeksi'nde Yer Alan Şirketlerde Bir Araştırma. *Mali Çözüm*, 107, 19-44.
- Deangelo, L. E., (1986). Accounting Numbers As Market Valuation Substitutes: A Study Of Management Buyouts Of Public Stockholders. *The Accounting Review*, 56, 400- 420.
- Dechow, P. M. and Schrand, C. M. (2004). *Earnings Quality*. USA: The Research Foundation of CFA Institute.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G. and Sweeney, A. P. (1995). Detecting Earnings Management. *The Accounting Review*, 70 (2), 193-225.
- Duman, H. (2010). *Kamunun Aydınlatılması İlkesi Kapsamında Kazanç Yönetimi Uygulamalarının Finansal Raporlama Kalitesi ve Şirket Performansı Üzerine Etkisi: İMKB'de Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Durak, G. ve Gürel, E. (2014). Finansal Raporların Kalitesine Etki Eden Ülkeye Özgü Faktörler. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 64, 95-109.
- FASB, Statement of Financial Concept No 2, "Qualitative Characteristic of Accounting Information", 1980, s.13. http://www.fasb.org/cs/Blob_Server?blobco271, E.T: 27.03.2014.
- Francis, J., Olsson, P. and Schipper, K. (2006). Earnings Quality. *Foundations and Trends in Accounting*, 1, 259 – 340.
- Giroux, G. (2004). *Detecting Earnings Management*. USA: John Wiley & Sons Incorporated.
- Healy, P. M., (1985). The Effect Of Bonus Schemes On Accounting Decisions. *Journal Of Accounting And Economics*, 7, 85-107.
- Hribar, P. and Collins, D. W. (2002). Errors in Estimating Accruals Implications for Empirical Research. *Journal of Accounting Research*, 40(1), 105- 134.
- Jones, J. J. (1991). Earnings Management During Import Relief Investigation. *Journal Of Accounting Research*, 29 (2), 193-228.
- Kalaycı, Ş. (Editör). (2010). *SPSS Uygulamalı Çok değişkenli İstatistik Teknikleri*. 5. Baskı, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kothari, S. P., Leone, A.J. and Wasley, C. E. (2005). Performance Matched Discretionary Accrual Measures. *Journal of Accounting and Economics*, 39(1), 163-197.
- Küçüksözen, C. ve Küçükkocaoğlu, G. (2004). *Finansal Bilgi Manipülasyonu: İMKB Şirketleri Üzerine Ampirik Bir Çalışma*. 1st International Accounting Conference on the Way to Convergence, MÖDAV, İstanbul.
- Lo, K. (2008). Earnings Management and Earnings Quality. *Journal of Accounting and Economics*, 45, 350-351.
- McNichols, M. F. and Wilson, G.P. (1988). Evidence of Earnings Management From The Provision for Bad Debts. *Journal of Accounting Research*, 26, 1-31.
- Önder, Ş.ve Ağca, A. (2013). Toplam Tahakkuk Modelleri ile Türkiye'de Kar Yönetiminin Ölçülmesi: İMKB'de Yer Alan İşletmeler Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, EYİ Özel Sayı*, 23-47.
- Özden, V. E. Altuk (2013). *Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarının Kar Yönetimine Etkisi: Bağımsız Denetçilerin Algıları Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ronen, J. and Yaari, V. (2008). *Earnings Management: Emerging Insights in Theory, Practice, and Research*. New York: Springer.
- Schipper, K. and Vincent, L. (2003). Earnings Quality. *Accounting Horizons*,17, 97-110.
- Schipper, K., (1989). Commentary On Earnings Management. *Accounting Horizons*, 3 (4), 91-102.
- Teoh, S. H., Wong, T. J. and Rao, G. R. (1998). Are Accruals During Initial Public Offerings Opportunistic?. *Review of Accounting Studies*, 3, 175-208.

www.kap.gov.tr

www.finet.gen.tr

- Yaşar, A. (2011). *Bağımsız Dış Denetim Kalitesinin Kar Yönetimi Üzerine Etkisi: İMKB'de Kayıtlı İşletmeler Üzerine Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Yel, T. (2009). *Kar Kalitesi ve Dönem Karıyla Gelecek Dönem Karları ve Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişkinin İMKB'de Test Edilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Yel, T. (2012). *Kar Kalitesi ve Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişkinin İMKB'de Test Edilmesi*. *Uluslararası Yönetim, İktisat ve İşletme Dergisi*, 8 (16), 119-136.
- Yükseltürk, O. (2006). *İşletmelerde Kârı Yüksek Gösterme Yöntemleri ve Türkiye'de Hisse Senetlerinin Halka Arzı Öncesi Kârı Yüksek Gösterme Eğilimleri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

SUMMARY

Accounting and auditing scandals in various countries around the world in 2000s have increased the importance of the concepts of “Earnings Quality”, “Earnings Management”, “Reliability of the Financial Statements” and “Transparency”. Within this framework the countries have started to review the accounting and financial reporting standards, which they are currently using. These developments on the accounting and auditing field have inclined the researchers and academicians to make studies on how investors and other financial statement users in or out of the enterprise can detect whether earnings management is applied or not, how they can analyze and evaluate the earnings quality better.

The purpose of this study; public enterprises that rank among the first 500 industrial organizations according to the ISO ranking, (a) detection of whether earnings management is applied or not, (b) the effect of the earnings management practices on the financial performance and (c) the explanation of the relationship between earnings management and earnings quality.

In order to achieve enterprises that are registered in Borsa İstanbul between 2006 and 2013 will be selected among 500 large companies under İstanbul Chamber of Industry. The relationship of the earnings management and earnings quality with the financial performance of the enterprise will be tried to be explained with the use of Linear Regression Method. The study is primarily measured by accrual based earnings management are considered as an indicator of total discretionary, the discretionary accruals movement calculated earnings management practices. The outcomes of the analysis detected the existence of earnings management in BIST. In the light of these findings, it is necessary to take the earnings management applications into account when making decisions about the companies listed in the BIST.

Örgütsel Politika Algısının İhmalkârlık Üzerindeki Etkisinde İşten Ayrılma Niyetinin Aracı Rolü

Ufuk BAŞAR*

A. Kadir VAROĞLU**

ÖZ

Bu araştırmanın amacı çalışanların örgütsel politika algısının ihmalkârlık ve işten ayrılma niyetini etkileyip etkilemediği ile birlikte işten ayrılma niyetinin bu süreçteki olası aracılık rolünü ortaya çıkarmaktır. Araştırma verisi Ankara'da bir kamu kurumunun merkezi yönetim biriminde çalışan 314 katılımcıdan Ekim 2015 döneminde anket yöntemi ile toplanmıştır. Araştırma verisi regresyon analizleri ile yapısal eşitlik modelleri üzerinden analiz edilmiştir. Analiz sonuçları çalışanların örgütsel politik davranışları esenliklerine bir tehdit olarak alguladığı yaklaşımını destekler niteliktedir. Öyle ki araştırmanın bulgularına göre katılımcıların örgütsel politika algısı, işten ayrılma niyetine ve ihmalkârlığa sebep olmaktadır. Bununla birlikte işten ayrılma niyeti örgütsel politika algısının ihmalkârlık üzerindeki etkisine aracılık etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel politika algısı, İhmalkârlık, İşten ayrılma niyeti, Aracılık etkisi

JEL Sınıflandırması: D23, M12

Intention to Quit as A Mediator of The Relationship between Perceptions of Organizational Politics and Neglect of Work

ABSTRACT

The aim of this research was to uncover whether employees' perceptions of organizational politics have positive effect on both intention to quit and neglect of work as well as intention to quit has a mediating role in this process. Research data were collected from a total of 314 employees who work at central managerial department of a public organization, in Ankara, in October 2015 by means of questionnaire. Data were analyzed through regression analyses over structural equation models. Findings supported the approach that evaluates organizational politics as a threat to employees' well being. According to the findings participants' perceptions of organizational politics resulted in both intention to quit and neglect of work. Besides that, participants' intention to quit mediated the effect of perceptions of organizational politics on neglect of work.

Key Words: Perceptions of organizational politics, Neglect of work, Intention to quit, Mediation effect

JEL Classification: D23, M12

GİRİŞ

Bireyler hedeflerine ulaşmak için yaşam boyu çaba gösterirler, ancak bu süreç içerisinde zaman zaman gerek ahlâki bakımdan gerekse idari bakımdan uygun olmayan yöntemlere başvurabilirler. Kişisel çıkarlar söz konusu olduğunda bireyler politik davranışlar sergileyebilirler. Bireyler belirli amaçları gerçekleştirmek için bir araya gelerek örgütleri oluştururlar, fakat ortak bir amaç

* Dr. Öğrencisi, Başkent Üniversitesi, SBE, ufuk-basar@hotmail.com

** Prof. Dr., Başkent Üniversitesi, Rektörlük, kvaroglu@baskent.edu.tr

(Makale Gönderim Tarihi: 04.01.2016 / Yayına Kabul Tarihi: 12.09.2016)

Doi Number: 10.18657/yonveek.281961

uğruna bir araya gelmiş olsalar dahi doğalarından kaynaklanan özelliklerden ötürü kendi çıkarlarını korumak ve hedeflerine ulaşmak için yeni yollar ararlar ve ortak karar verme sürecinde görüşme ve müzakere etmeye ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle örgütler politik oluşumlar olarak düşünülebilir. Örgütleri politik varlıklar olarak ele alma düşüncesi günümüzde halen ilgi çekmekle birlikte aslında çok yeni bir yaklaşım değildir. Ancak pek çok çalışan tutum ve davranışının anlaşılmasına ve açıklanmasına yardımcı olduğu için örgütsel politika kavramı üzerinde araştırmalar devam etmektedir (Mintzberg, 1989). Bu çerçevede March (1962) örgütlerde izlenen karar verme süreçlerinden yola çıkarak işletmeleri birer politik koalisyon olarak tanımlamaya çalışmıştır. İzleyen yıllarda diğer bazı araştırmacılar da çalışmaları ile örgütlerin politik bir yaklaşımla ele alınmasına katkıda bulunmuştur. Bu bağlamda Kufman (1964) örgütleri politik sistemler olarak ele almış ve örgüt teorisi ile politik teoriyi karşılaştırarak değişik açılardan benzerlikleri ifade etmeye çalışmıştır. Zaleznik (1971) ise örgütleri kademe yükseldikçe pozisyonların azaldığı, çalışanların çıkarlarını korumak ve güç elde etmek için birbiriyle rekabet ettiği politik piramitlere benzetmiştir. Bu tarz bir yapı içinde aynı pozisyon için rekabet eden yetenekli çalışanlardan gücü elde edemeyenlerin ve hedefine ulaşamayanların örgütünü terk etme eğilimi göstereceği beklenmektedir. Bu nedenle politik davranışların çalışanlar açısından olumsuz etkilerinden bazılarının işten ayrılmaya niyet etmek, işten ayrılmak ya da işi ihmal etmek olduğu düşünülebilir. İzleyen yıllarda örgütsel politika kavramının tanımlanması ile birlikte örgütsel yaşam içerisindeki sonuçları ve etkileri üzerine pek çok araştırma yürütülmüştür. Bu bağlamda bu çalışmada çalışanların örgütsel politika algısının ihmalkârlık ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi ile birlikte işten ayrılma niyetinin örgütsel politika algısının ihmalkârlık üzerindeki etkisine aracılık edip etmediği araştırılmıştır. Araştırmada öncelikle örgütsel politika kavramının tanımı yapılmış sonrasında çalışanların işten ayrılma niyeti ve işlerini ihmal etmesi ile olan ilişkisi açıklanmıştır. Müteakiben araştırma tasarımı hakkında bilgi verilmiş ve analizler gerçekleştirilmiştir. Son olarak araştırmanın bulguları tartışılmış ve ilerideki çalışmalarla birlikte uygulamaya dönük katkıları vurgulanmıştır. Böyle bir araştırmanın bilindiği kadarıyla örgütsel politika algısı ile ilgili çalışmalara, yönetim ve örgütsel davranış yazınına ve iş yeri yönetim uygulamalarına sağlanacak katkı bakımından önem arz ettiği düşünülmektedir.

I. ÖRGÜTSEL POLİTİKA ALGISI

Bireyler ihtiyaçlarını karşıladıkça daha üst seviye ihtiyaçlarını karşılamaya çalışmakta ve sınırsız ihtiyaçları doğrultusunda her zaman kendilerine yeni hedefler belirlemektedirler (Maslow, 1943). Her ulaşılan hedef ise yeni, başka bir hedefi elde etmek için bireyleri motive etmektedir. Bu şekilde, çalışanlar örgütsel yaşamları boyunca gerek örgüt tarafından belirlenmiş olan, gerekse kendilerince belirlenmiş olan hedeflere ulaşmak için çaba sarf ederler. Ancak amaçlara ulaşmakta her zaman idari ve ahlâki açıdan kabul gören yöntemler ve araçlar kullanılmaz. İşte bu noktada örgütleri politik bir varlık haline getiren çalışan davranışları kendini gösterir. Örgütsel politik davranış,

Mayes ve Allen (1977, s. 675) tarafından örgüt yönetimince teşvik edilen hedeflerin idari ve etik açıdan kabul edilmeyen yöntemlerle elde edilmesi için ya da örgüt tarafından teşvik edilmeyen hedeflerin örgüt yönetimince kabul edilmeyen ya da kabul edilen yöntemlerle elde edilmesi için diğer çalışanlar ve yöneticiler üzerindeki etkinin yönetilmesi olarak tarif edilmiştir. Örgütsel politik davranış Tablo 1’de daha açık bir şekilde açıklanmıştır. Buna göre örgütsel politik davranış kimi zaman örgüt ve çalışanlar açısından sakıncalar doğurabilirken, kimi zamansa örgüt amaçlarına hizmet edebilmekte ve işlevsel olabilmektedir. Bu durum politik davranan çalışanların çıkarıyla örgütsel amaçların kesiştiği zamanlarda ortaya çıkmaktadır.

Tablo 1: Örgütsel Politik Davranışlar

Etkileme Aracı	Etkileme Amacı	
	Örgüt yönetimince teşvik edilen	Örgüt yönetimince teşvik edilmeyen
Örgüt yönetimince teşvik edilen	Politik olmayan davranış	Örgüt açısından işlevsel olmayan politik davranış
Örgüt yönetimince teşvik edilmeyen	Örgüt açısından işlevsel politik davranış	Örgüt açısından işlevsel olmayan politik davranış

Kaynak: Mayes ve Allen (1977, s. 675)

Örgütsel politika, çalışanların bireysel ve bazen de grup çıkarları doğrultusundaki hareketlerini açıklamaktadır. Örgütsel politika algısı ise çalışanların örgütlerini ne ölçüde politik olarak algıladığının bir göstergesidir. Çalışanlar genellikle örgütsel politik davranışları kendine hizmet eden, çıkarıcı, dürüst olmayan, ahlâk dışı davranışlar olarak algılamaktadırlar (Vigoda ve Cohen, 2002). Çalışanlar tarafından kullanılan bazı örgütsel politik davranış yöntemleri; başkalarını suçlamak ve karalamak, bilgiyi saklamak veya kendi çıkarları doğrultusunda kullanmak, diğer çalışanlar, üstler ve astlar nezdinde oluşturulan izlenimi yönetmek, olumlu bir imaj yaratmak, kendi görüş ve önerileri için destek sağlamak, güç koalisyonları oluşturmak, güçlü insanları dost edinmek, diğer çalışanlar üzerinde baskı oluşturmak gibi davranışlardır (Allen vd., 1979). Bu nedenle örgütsel politik davranış ve söylemler çalışanlar tarafından olumsuz bir bakış açısıyla, bencil, çoğu zaman diğer çalışanlar ve hatta örgütün tamamı gözden çıkarılarak yapılmış eylemler olarak değerlendirilir. Buna rağmen bazı çalışanlar örgütsel politik davranışlar sayesinde amaçlarına ulaşabilmekte ve kazanç sağlayabilmektedirler. Öyle ki bazı çalışanlar gerekli yetkinliğe sahip olmadıkları halde yetkin rakiplerini saf dışı bırakarak, politik oyunlar sayesinde terfi edebilmekte ya da ödüllendirilebilmektedirler (Vigoda-Gadot, 2007). Yine de politik yöntemlerle elde edilen kazançlar diğer çalışanlar tarafından ahlâk dışı ve haksızca elde edilmiş olarak görülmekte ve yönetimin adilliği zedelenmektedir. Böylelikle çalışanların yönetime olan inancı ve güveni sarsılmakta, örgütüyle arasındaki bağ zayıflamaktadır (Vigoda, 2001). Hatta çoğu çalışan, kendi yerinde gözü olan diğer çalışanların politik davranışları nedeniyle örgüt içerisindeki yerini kaybedebileceği korkusunu taşımaktadır. Bu nedenle çalışanlar genellikle örgütsel politik davranışları kendi esenliklerine bir tehdit

olarak algılanmaktadır (Cropanzano vd., 1997). Daha çok yönetim boşluğunun olduğu zamanlarda, yönetimin örgütsel politik davranışlara göz yumduğu durumlarda ve çalışma ortamının rekabete çok açık olduğu iklimlerde örgütsel politik davranışlar artar. Örgütsel politikaya genellikle örgütten ayrılarak, örgütte kalarak ancak politik oyunlara katılmayarak ya da politik oyunların bir parçası olarak tepki gösterilir. Örgütte kalarak politik oyunlara katılmayan çalışanlar kendilerini işlerine verirler. Böylelikle bireysel verimlilik ve görev verimliliği artar. Örgütte kalarak politik oyunların bir parçası olan çalışanlar ya başarılı olup hedeflerine ulaşırlar ya da başarısız olarak yoğun bir tatminsizlik ve stres yaşarlar. Örgütten ayrılmak isteyen ancak ekonomik ve sosyal açıdan imkânı olmayan çalışanlar ise mecburen örgütte kalarak işe geç gelmek, devamsızlık yapmak ya da işini ihmâl etmek gibi davranış ve tutumlarla tepkilerini gösterebilirler (Ferris ve Kacmar, 1992; Ferris vd., 1989; Farrel ve Rusbult, 1992; Kacmar ve Carlson, 1997). Bu nedenle örgütsel politika, işten ayrılma niyeti ve ihmalkârlık arasındaki ilişkileri açıklamanın konuya açıklık getireceği düşünülmektedir.

II. ÇALIŞANLARIN İŞTEN AYRILMA NİYETİ, İŞLERİNE YÖNELİK İHMALKÂRLIĞI VE ÖRGÜTSEL POLİTİKA ALGISI

Çalışanlar pek çok sebepten dolayı işlerini bırakmaya ve örgütlerinden ayrılmaya niyet edebilirler. İşten ayrılma niyeti, çalışanların kendi istekleriyle, bilinçli bir şekilde işlerini bırakmaya yönelik aldığı karardır (Koslowsky vd., 1997). İş tatminsizliği, yaşlılık, yetersiz eğitim, yetersiz yükselme imkânları (Martin, 1979), stres, düşük iş serbestliği, yetersiz ve yıkıcı liderlik, örgütsel adaletsizlik (Griffeth ve diğerleri, 2000), işyeri zorbalığı ve aşağı yönlü bezdirme davranışları (Simons, 2008) gibi sebepler çalışanların işten ayrılmaya niyet etmelerine sebep olan faktörlerdendir. Pek çok çalışan işten ayrılmaya niyet edebilir. Ancak bunlardan çok azı işinden gerçekten ayrılabilir. İşinden ayrılmaya niyet edip ekonomik imkânsızlıklar, ailevi sebepler, yeni bir iş bulamama ve diğer sosyal gerekçelerden ötürü işinden ayrılamayan çalışanlar tepkilerini farklı şekilde ortaya koyarlar. Bu tepkilerden biri çalışanların yaptığı işi bilinçli bir şekilde ihmâl etmesi olabilir (Farrel ve Rusbult, 1992). Örgütsel bağlamda ihmalkârlık, yoğun bir şekilde tatminsizlik yaşayan çalışanların organizasyonun durumunun kötüleşmesine pasif bir şekilde izin vermesi olarak tanımlanmaktadır (Rusbult vd., 1988). İhmalkârlık çalışanların iş tatminsizliğinden kaynaklanmaktadır. Çalışanların iş tatminsizliğine ise yetersiz liderlik ve yöneticilik, etik olmayan çalışma ve örgüt iklimi, örgütsel adaletsizlik ve çalışanlar arasında algılanan eşitsizlik gibi faktörler sebep olmaktadır. Çalışanlar işlerine yönelik ihmalkârlık gösterdiğinde işe geç kalırlar ya da işe hiç gelmezler, işle ilgili çabalarını azaltırlar, çalışma saatinde işle ilgisi olmayan konularla ilgilenirler, daha çok hata yaparlar ve dikkatsizce çalışırlar (Farrel, 1983; Rusbult vd., 1988).

Örgütsel politika algısı bahsedildiği üzere çalışanlar tarafından kendi esenliklerine bir tehdit olarak algılanmaktadır. Örgütsel politikanın fazlaca algılandığı örgütlerde çalışanlar bir şekilde amaçlarını politik araçlarla gerçekleştirmeye çalışırlar. Böyle bir durumda politik yöntemler kullanmayan

çalışanların başarılı olma ihtimali azalmaktadır. Bununla birlikte çalışanların örgüt yönetimine karşı güveni azalmakta, haksız terfi ve ödüllendirmeler yaygınlaşmakta ve adaletsizlik algısı yükselmektedir. Böylelikle örgütsel politik davranışların sebep olduğu riskler çalışanların iş tatminsizliği ve yoğun stres yaşamalarına sebep olmaktadır. Ayrıca yetersiz olan çalışanlar politik yöntemler sayesinde terfi ettikçe ve ödüllendirildikçe, dürüst ve etik ilkelere bağlı olan çalışanlar zamanla çabalarının boşuna olduğunu düşünmeye başlayacaklardır (Cropanzano vd., 1997; Randall vd., 1999; Kacmar vd., 1999). Bu nedenle örgütsel politika algısının çalışanlar açısından olumsuz etkilerinin olabileceği değerlendirilmektedir. Nitekim Iscan (2005) ile Miller ve Nicols'ın (2008) bulgularına göre örgütsel politika algısı çalışanların örgütsel adaletsizlik algısına sebep olmaktadır. Bununla birlikte Huang vd. (2003) ve Karatepe vd.'nin (2012) bulgularına göre örgütsel politika algısı çalışanların tükenmesine yol açan faktörlerden biridir. Ayrıca, Kacmar vd. (1999), Vigoda (2000), Huang vd. (2003), Miller vd. (2008), Chang vd. (2009), Daskin ve Tezer, (2012), Iscan (2005) ile Yang vd.'ne (2013) göre çalışanların örgütsel politika algısı işten ayrılma niyetinin, Vigoda, (2000, 2001) ile Atinga vd.'ne (2014) göre işe yönelik ihmalkârlığın önemli sebeplerinden biridir. Bu bulguların sonucunda çalışanların örgütsel politik davranışları kendi esenliklerine bir tehdit olarak algıladığını ve olumsuz tepki verdiğini söylemek mümkün görünmektedir. Nitekim Adams'ın (1965) eşitlik teorisine göre çalışanlar eşit muamele görmek ve adil bir çevrede yaşamak istemektedirler. Çalışanlar kendi kazanç/emek oranını diğer çalışanların oranlarıyla karşılaştırırlar. Bu karşılaştırma sonucunda oran değerleri eşit çıkmazsa, oran değeri nispeten düşük olanlar haksızlığa uğradığını düşünüp eşitsizliği düzeltmeye yönelik tepki gösterirler. Örgütsel politika, çalışanlar arasında haksız kazanca sebep olabildiği için çalışanların kazanç/emek oranını eşitsiz hale getiren faktörler arasında sayılabilir. Bu nedenle çalışanlar eşitsizliğe sebep olan örgütsel politik davranışlara olumsuz tepki göstermektedirler. Buraya kadar yapılan tartışmaların ve bahsi geçen çalışmalarda elde edilen bulguların paralelinde çalışanların örgütsel politika algısının işten ayrılma niyetine ve işe yönelik ihmalkârlığa yol açması beklenmektedir. Bu nedenle araştırmanın ilk hipotezi şu şekilde geliştirilmiştir:

Hipotez 1: Çalışanların örgütsel politika algısı, işten ayrılma niyetine ve işe yönelik ihmalkârlığa sebep olur.

Buraya kadar yapılan değerlendirmelerin ışığında çalışanların işten ayrılma niyetinin işlerini ihmal etmelerine sebep olabileceği, böylece örgütsel politika algısının işe yönelik ihmalkârlık üzerindeki etkisine aracılık edebileceği düşünülmektedir. Çünkü örgütsel politika algısından dolayı işten ayrılmaya niyet eden her çalışan, daha önce bahsedildiği nedenlerden ötürü işinden ayrılamayabilecektir. Bu nedenle araştırmanın ikinci hipotezi şu şekilde geliştirilmiştir:

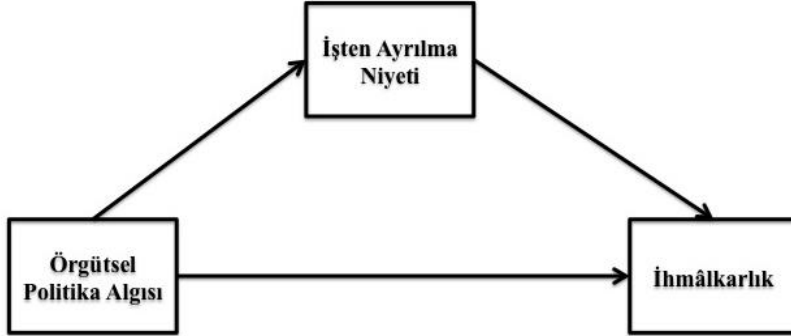
Hipotez 2: Çalışanların işten ayrılma niyeti, örgütsel politika algısının işe yönelik ihmalkârlığı üzerindeki etkisine aracılık eder.

III. YÖNTEM

A. Araştırma Modeli

Araştırmada oluşturulan model Şekil 1’de görülmektedir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



B. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Ankara’da bir kamu kurumunun merkezi yönetim biriminin çalışanları oluşturmaktadır. Evren büyüklüğü araştırmanın yapıldığı birimin personeli ile sınırlandırılmış olup 402 kişiden oluşmaktadır. Araştırmanın örnekleme uygun örnekleme yöntemine (Büyüköztürk vd., 2009) göre belirlenmiş olan, araştırmaya gönüllü olarak katılan 314 çalışandan oluşmaktadır. Katılımcıların yaşları 22 ila 59 arasında değişmekte olup yaş ortalaması 34.53’dir (SS=8.50), 120’si (%38) erkek, 194’ü (%62) kadındır, 14’ü (%4) lise, 226’sı (%72) üniversite, 58’i (%19) yüksek lisans ve 16’sı (%5) doktora derecesine sahiptir, 152’si (%48) evli, 162’si (%52) bekârdır, çalışma süresi 1 ila 34 yıl arasında değişmekte olup ortalama 8.58 yıldır (SS=7.42).

C. Kullanılan Ölçüm Araçları

Örgütsel politika algısı

Katılımcıların örgütsel politika algısı Hochwarter vd. (2003) tarafından geliştirilen ve Türkçe’ye Akdoğan ve Demirtaş (2014) tarafından uyarlanan 6 maddeli, her bir madde 1 ile 5 arası puanlanan (1:kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Artan puanlar her bir maddenin kuvvetini göstermektedir. Ölçekteki maddeler “Bu işyerinde çalışanlar, işyeri çıkarlarından daha çok kendi çıkarlarını düşünürler”, “Bu işyerinde çalışanlar, çıkar pastasından kendi paylarını almak için arka planda işler çevirirler” gibi ifadelerden oluşmaktadır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen değerler ($\Delta\chi^2=17.741$, $SD=7$, $\Delta\chi^2/SD = 2.53$, $p= 0,013$, $GFI = .98$, $IFI = .99$, $CFI = .99$, $RMSEA = .07$, $RMR = .02$) tek boyutlu yapıyı doğrulamaktadır. Tek boyut altında varyansın %71.01’i açıklanmaktadır. Maddelerin faktör yükleri .80 ile .86 arasında değişmektedir. Ölçeğin KMO örneklem uygunluğu değeri .89 olarak bulunmuş ve Barlett normal dağılım test

sonucu anlamlı ($p=0.000$) çıkmıştır. Ölçeğin güvenilirliği ise $\alpha= .91$ olarak hesaplanmıştır.

İşten ayrılma niyeti

Katılımcıların işten ayrılma niyeti Walsh vd. (1985) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye Ok (2007) tarafından uyarlanan 5 maddeli, her bir madde 1 ile 5 arası puanlanan (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Artan puanlar her bir maddenin kuvvetini göstermektedir. Ölçekteki maddeler “Sık sık bu işi bırakmayı düşünüyorum”, “Başka bir kurumda başka bir iş arıyorum” gibi ifadelerden oluşmaktadır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen değerler ($\Delta\chi^2= 2.121$, $SD= 3$, $p= 0.548$, $\Delta\chi^2/SD = .70$, $GFI = .99$, $IFI = .99$, $CFI = .99$, $RMSEA=.01$, $RMR = .01$) tek boyutlu yapıyı doğrulamaktadır. Tek boyut altında varyansın %68.10'u açıklanmaktadır. Maddelerin faktör yükleri .67 ile .88 arasında değişmektedir. Ölçeğin KMO örneklem uygunluğu değeri .82 olarak bulunmuş ve Barlett normal dağılım test sonucu anlamlı ($p=0.000$) çıkmıştır. Ölçeğin güvenilirliği ise $\alpha= .88$ olarak hesaplanmıştır

İhmalkârlık

Katılımcıların ihmalkârlık düzeyleri Rusbult vd. (1988) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye Yaşın (2013) tarafından uyarlanan 6 maddeli, her bir madde 1 ile 5 arası puanlanan (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) Likert ölçeği ile ölçülmüştür. Artan puanlar her bir maddenin kuvvetini göstermektedir. Ölçekteki maddeler “Artık çalışmak içimden gelmiyor, daha yavaş çalışıyorum ve daha çok hata yapıyorum”, “İşimde çok fazla çaba harcamadığımı hissediyorum” gibi ifadelerden oluşmaktadır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen değerler ($\Delta\chi^2=17.684$, $SD= 6$, $p= 0,007$, $\Delta\chi^2/SD = 2.94$, $GFI = .98$, $IFI = .99$, $CFI = .99$, $RMSEA = .07$, $RMR = .03$) tek boyutlu yapıyı doğrulamaktadır. Maddelerin faktör yükleri .73 ile .88 arasında değişmektedir. Tek boyut altında varyansın %65.58'i açıklanmaktadır. Ölçeğin KMO örneklem uygunluğu değeri .84 olarak bulunmuş ve Barlett normal dağılım test sonucu anlamlı ($p=0.000$) çıkmıştır. Ölçeğin güvenilirliği ise $\alpha= .89$ olarak hesaplanmıştır.

Ç. Araştırma Deseni ve Süreci

Bu çalışma kesitsel araştırma desenine göre tasarlanmıştır. Araştırmaya başlanmadan önce birim yöneticisine araştırmanın konu ve kapsamı hakkında bilgi verilmiş ve kurum bilgileri gizli kalmak koşuluyla çalışmayı yapmak için gerekli izinler alınmıştır. Araştırma verisi anket tekniğine uygun olarak Ekim 2015 döneminde, Ankara'da toplanmıştır. Anketler çalışanlara yazar tarafından dört haftalık zaman dilimi içerisinde, değişik iş günlerinde dağıtılmış ve dağıtılan günün sonunda teslim alınmıştır. Toplam 340 adet anket dağıtılmıştır. Dağıtılan anketlerden 321 tanesi teslim alınmıştır. Teslim alınan anketlerden 7 tanesi hatalı ve eksik doldurulduğu için araştırmaya dâhil edilmemiştir. Geri kalan 314 anket formu üzerindeki veriler SPSS yazılımına girilmiş, kullanılan ölçüm araçlarının geçerlilik ve güvenilirlik testleri yapılmış, değişkenler arasındaki korelasyonlar ölçülmüş, betimleyici istatistikler hesaplanmış ve araştırmanın hipotezleri AMOS

yazılımı üzerinde, yapısal eşitlik modelleri kurularak regresyon analizleri ile test edilmiştir.

IV. BULGULAR

Araştırmanın betimleyici istatistikleri ve değişkenler arasındaki korelasyon değerleri Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2: Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Korelasyon Değerleri

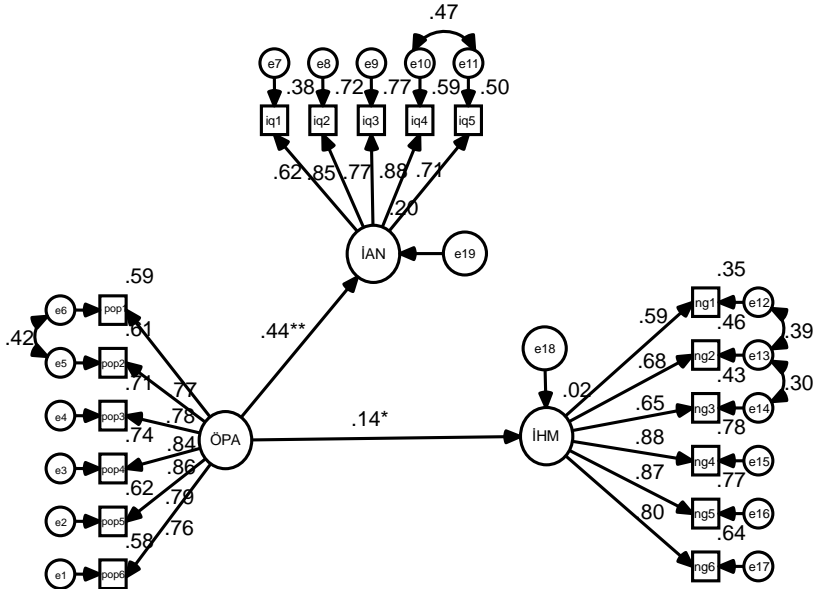
Değişkenler	ORT	SS	ÖPA	İAN	İHM
ÖPA	3.61	1.01	1		
İAN	2.68	1.03	.41**	1	
İHM	2.22	.95	.12*	.29**	1

** $p < .01$, * $p < .05$ (ÖPA: Örgütsel politika algısı, İAN: İşten ayrılma niyeti, İHM: İhmalkârlık)

Elde edilen bulgulara göre katılımcıların önemli ölçüde politika algısı oluşturdukları (ORT= 3,61, SS= 1.01), işten ayrılmaya niyet ettikleri (ORT= 2,68, SS= 1.03) ve işlerini ihmal ettikleri (ORT= 2.22, SS= .95) görülmektedir. Bununla birlikte, her bir değişken arasındaki aynı yönlü ve anlamlı korelasyon değerleri geliştirilen hipotezler etrafında yapılan tartışmaları desteklemekte, bir sonraki safhada regresyon analizlerini yapmayı ve araştırma hipotezlerini test etmeyi mümkün kılmaktadır.

Araştırmanın hipotezleri yapısal eşitlik modelleri üzerinde iki safhada analiz edilmiştir. İlk safhada çalışanların örgütsel politika algısının işten ayrılma niyeti ve işe yönelik ihmalkârlık üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Oluşturulan yapısal eşitlik modeli Şekil 2’de görülmektedir.

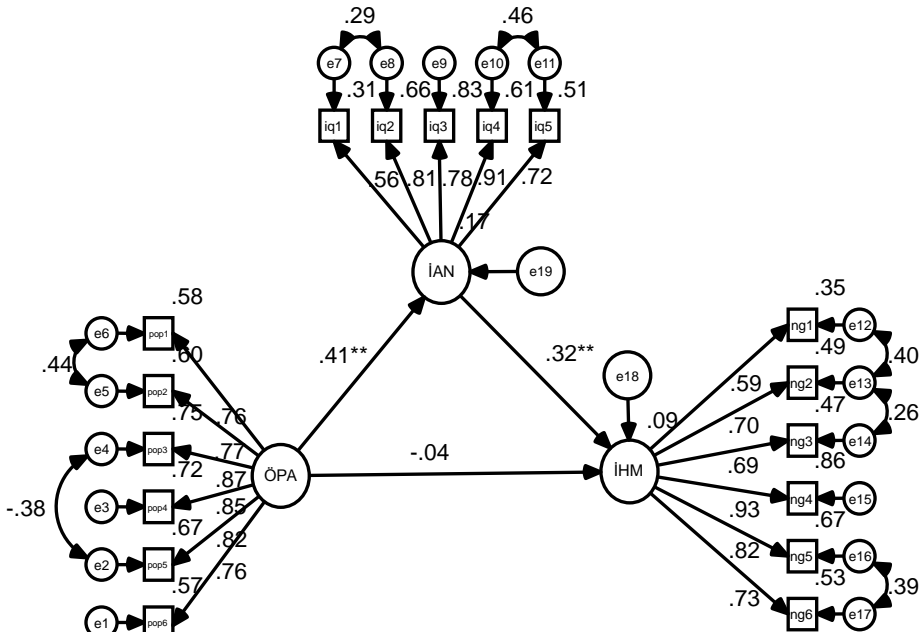
Şekil 2: Örgütsel Politika Algısının İşten Ayrılma Niyeti ve İhmalkârlık Üzerindeki Etkisi



** $p < .01$, * $p < .05$, ÖPA: Örgütsel Politika Algısı, İAN: İşten Ayrılma Niyeti, İHM: İhmalkârlık

Şekil 2’de yer alan yapısal eşitlik modelinde görülen yollar (ÖPA->İAN, ÖPA->İHM) üzerindeki değer standart β katsayısıdır. Modelin geçerli uyum değerlerine sahip olduğu ($\Delta\chi^2=287.493$, $SD= 113$, $p= 0.000$, $\Delta\chi^2/SD = 2.54$, $GFI = .90$, $IFI = .95$, $CFI = .94$, $RMSEA = .07$) görülmüştür. Elde edilen bulgular çalışanların örgütsel politika algısının işten ayrılma niyetini ($\beta=.44$, $p<.01$) ve ihmalkârlığı ($\beta=.14$, $p<.05$) pozitif yönlü etkilediğini göstermektedir. Bu nedenle araştırmanın ilk hipotezi desteklenmektedir. Örgütsel politika algısının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinin ihmalkârlık üzerindeki etkisine kıyasla daha kuvvetli olması, işten ayrılma niyetinin örgütsel politika algısı ile ihmalkârlık arasındaki aracı rolüne ışık tutmaktadır. Nitekim araştırmanın 2’nci safhasında işten ayrılma niyetinin aracılık etkisi (Baron ve Kenny, 1986) araştırılmıştır. Oluşturulan yapısal eşitlik modeli Şekil 3’te görülmektedir.

Şekil 3: Aracılık Modeli



** $p < .01$, * $p < .05$, ÖPA: Örgütsel Politika Algısı, İAN: İşten Ayrılma Niyeti, İHM: İhmalkârlık

Şekil 3’te yer alan yapısal eşitlik modelinde görülen yollar (ÖPA->İAN, ÖPA->İHM ve İAN->İHM) üzerindeki değer standart β katsayısıdır. Modelin geçerli uyum değerlerine sahip olduğu ($\Delta\chi^2=203.593$, $SD=109$, $p=0.000$, $\Delta\chi^2/SD = 1.86$, $GFI = .93$, $IFI = .97$, $CFI = .97$, $RMSEA = .05$) görülmüştür. Elde edilen bulgulara göre çalışanların işten ayrılma niyeti örgütsel politika algısının ihmalkârlık üzerindeki etkisine tam aracılık etmektedir. Çünkü aracılık modeli oluşturulduğunda örgütsel politika algısı ile ihmalkârlık arasındaki yol anlamsız hale gelmiştir. Bu nedenle araştırmanın son hipotezi de desteklenmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırmanın bulgularına göre her bir değişken arasında anlamlı ve aynı yönlü korelasyon değerleri vardır (Tablo 2). Bu durumda araştırma değişkenlerinin doğru orantılı olarak değişikliğe uğradığından bahsetmek mümkün görünmektedir. Diğer bir ifade ile katılımcıların örgütsel politika algısı arttıkça işten ayrılma niyeti ve işlerine yönelik ihmalkârlığı da artmaktadır. Bu değerlendirme araştırmanın hipotezlerine ve oluşturulan yapısal eşitlik modellerine mesnet teşkil eder niteliktedir. Nitekim araştırmanın her iki hipotezi de desteklenmiştir. Araştırmanın bulguları çalışanların örgütsel politika algısını esenliklerine bir tehdit olarak gördüğü yaklaşımını destekler niteliktedir. Elde edilen bulgulara göre örgütsel politika algısı hem işten ayrılma niyetinin hem de işe yönelik ihmalkârlığın bir öncülüdür. Başka bir ifade ile örgütsel politik davranışlar katılımcıların hem işten ayrılmaya niyet etmesine, hem de işini ihmal etmesine sebep olmaktadır. Bu bulgular örgütsel politika algısının işten ayrılma niyetine sebep olması bakımından Kacmar vd. (1999), Vigoda (2000), Huang vd. (2003), Miller vd. (2008), Chang vd. (2009), Daskin ve Tezer, (2012), İscan (2005) ile Yang vd.'nin (2013), işe yönelik ihmalkârlığa sebep olması bakımından ise Vigoda, (2000, 2001) ile Atinga vd.'nin (2014) bulgularını desteklemekte ve geliştirmektedir. Bununla birlikte araştırma bulgularının hem Adams'ın (1965) eşitlik teorisinin, hem Maslow'un (1943) ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinin hem de Vroom'un (1964) beklenti teorisinin yorumlanmasına görgül bulgularla yeni bir bakış açısı kazandırdığı düşünülmektedir. Öyle ki araştırmamızın bulgularına göre ihtiyaçların karşılanması için her zaman örgüt yönetimi veya toplum tarafından kabul görmüş yöntemler veya araçlar kullanılmamaktadır. Hatırlanacağı üzere örgütsel politika, örgüt yönetiminde teşvik edilen veya edilmeyen bireysel amaçların elde edilmesi için kullanılan çeşitli araçları ve yöntemleri açıklamaktadır. Bu araçlar idari ve etik açıdan kabul edilebileceği gibi kabul edilmeyebilir de. Araştırmamızın bulguları katılımcıların örgütsel politik davranışlar sergilediğini göstermektedir, bu nedenle örgütlerin birer politik varlık (Mintzberg, 1989) olduğu yaklaşımını görgül bulgularla Türkiye bağlamında desteklemektedir. Bu bakımdan çalışanların amaçlarını gerçekleştirmek uğruna kullandığı araçların örgütsel politik davranışları var ettiği görülmektedir. Ayrıca bu açıdan ele alındığında motivasyon teorilerinin örgütlerin neden birer politik varlık olduğunu açıklamakta kullanılabileceği değerlendirilmektedir. Bu nedenle Maslow'un (1943) ihtiyaçlar hiyerarşisi, Mc Clelland'ın (1961) ihtiyaç kuramı, Alderfer'in (1972) ERG kuramı, Vroom'un (1964) beklenti kuramı ve Adams'ın (1965) eşitlik kuramı gibi motivasyon teorileriyle örgütsel politik davranış arasında nedensel bir bağ kurmanın mümkün olduğu düşünülmektedir. Çalışanların beklentileri onları yaptıkları işe motive etmektedir. Çalışanlar ödüllendirildikçe ve beklentileri karşılandıkça daha da motive olmaktadır. Ancak beklentiler karşılanmadığı zaman tatminsizlikten dolayı işten ayrılmaya niyet etmek ya da yapılan işi bilinçli bir şekilde ihmâl etmek gibi davranışlar sergilenebilmektedir. Çünkü politik yöntemlerle elde edilen başarılar diğer çalışanlar arasında eşitsizlik hissi yaratmaktadır. Politik oyunlara katılmayan

çalışanlar politik araçlar sayesinde elde edilen başarı ve mükâfatların haksızca elde edildiğini düşünmektedirler. Diğer bir ifade ile çalışanların kazanç/emek oran karşılaştırmasında eşitsizlik ortaya çıkabilmektedir. Örgüt yönetimine güveni sarsılan ve örgütsel adaletsizlik algısı geliştiren çalışanlar ise sonunda işten ayrılamaya niyet edebilmekte ya da eğer bu mümkün olmazsa işlerini bilinçli bir şekilde ihmâl edebilmektedirler. Nitekim bu çalışmada elde edilen bulgular da katılımcıların örgütsel politika algısının işten ayrılma niyetine ve ihmalkârlığa sebep olduğunu göstermektedir. Bu bulgunun yukarıda yapılan tartışmayı desteklediği düşünülmektedir. Diğer taraftan, ileride yapılacak çalışmalarda bahse konu motivasyon teorilerinin süreç içerisindeki rolünün açık bir şekilde araştırılmasının konuya ilişkin çalışmalara ışık tutabileceği değerlendirilmektedir.

Araştırmamızda elde edilen diğer bir bulgu ise katılımcıların işten ayrılma niyetinin örgütsel politika algısının işe yönelik ihmalkârlık üzerindeki etkisine tam aracılık etmesidir. Bilindiği kadarıyla bu yapı ilk defa araştırmamız ile test edilmiştir. Önceki çalışmalarda (Farrell ve Rusbult, 1992; Withey ve Cooper, 1989) çalışanların işten ayrılması ve işe yönelik ihmalkârlığı arasındaki ilişki araştırılmış olsa da işten ayrılma niyetinin örgütsel politika algısının çalışanlar üzerindeki etkisine aracılık edip etmediğini araştıran çalışmalara rastlanmamıştır. Bu bakımdan elde edilen bulgunun yönetim ve örgütsel davranış alanına katkı sağladığı değerlendirilmektedir. Bu bulgu aynı zamanda çalışanların çaresizlik karşısında takındıkları tutumu açıklamaları açısından da önemlidir. Şöyle ki elde edilen bulgular katılımcıların örgütsel politik davranışlar karşısında işten ayrılmaya niyet ettiğini göstermektedir. Ancak ülkemizin ekonomik ve çalışma koşulları dikkate alındığında her çalışanın istediği zaman işini bırakamayacağı aşikârdır. Çünkü iş bulmanın oldukça zor olduğu ülkemiz koşullarında iş yerinde olumsuz anlamda ne yaşarsa yaşasın pek çok çalışanın bu duruma katlanmayı tercih edeceği düşünülmektedir. Diğer taraftan işten ayrılmaya niyet edilmesine rağmen bunu gerçekleştiremeyip örgütte kalanların ise bir şekilde hoşnutsuzluğunu göstermeyi tercih etmesi beklenmektedir. Nitekim araştırma bulguları böyle bir durumda katılımcıların işe yönelik ihmalkârlığa meyeldiğini göstermektedir. Hatırlanacak olursa çalışanların işe yönelik ihmalkârlığı; işe kronik bir şekilde geç kalmak ya da hiç gelmemek, iş saatinde başka işlerle uğraşmak ve yapılan işte daha çok hata yapmak gibi davranışlardan oluşmaktadır (Farrell ve Rusbult, 1992). Buradan anlaşılan örgütsel politik davranışların çalışanlar üzerinde yarattığı hoşnutsuzluğun açık bir şekilde aslında su yüzüne çıkmasıdır. Diğer bir ifade ile örgütsel politik davranışlar nedeniyle tatminsizlik yaşayan çalışanlar, işlerinden ayrılmaya niyet edebilmekte ancak ailevi, ekonomik, sosyal ve benzeri diğer nedenlerden dolayı işlerinden ayrılamamaktadırlar. Bu durumda ise çalışanlar tepkilerini işlerini ihmal ederek gösterebilmektedirler. Böylece tecrübe edilen eşitsizlik ve adaletsizlik algısından dolayı işlerin ihmal edilmesi suretiyle örgüt bir bakıma cezalandırılmaya çalışılıyor olabilir.

Araştırmanın bahsedilen bulgularının yanında maddi sınırlılık ve zaman kısalığı gibi imkânsızlıklardan dolayı bazı kısıtları da bulunmaktadır. Bunlardan

biri araştırma tasarımı olarak yalnızca kesitsel yöntemin kullanılmış olmasıdır. Hâlbuki böyle bir çalışma boyutsal bir tasarımla gerçekleştirilmiş olsaydı ulaşılmak istenen nedensel ilişkiler daha sağlıklı ortaya koyulabilirdi. Diğer bir kısıt veri toplama tekniği olarak yalnızca anket kullanılmasıdır. Hatırlanacağı üzere bu yöntemde katılımcıların araştırma konusu hakkındaki düşünceleri anket maddeleri ile sınırlandırılmaktadır. Hâlbuki anket ile toplanan veri mülâkat ile desteklenebilseydi araştırmanın yürütüldüğü örgütteki politik yapı ve çalışanların sosyal ağ yapısı daha net ortaya koyulabilirdi. Araştırmanın diğer bir kısıtı ise çalışmanın yalnızca bir örneklem üzerinde yürütülmesidir. Eğer aynı araştırma başka bir örneklem üzerinde tekrarlınsaydı, elde edilen bulgular daha genellenebilirdi.

Araştırmanın sayılan kısıtlarına rağmen elde edilen bulguların hem uygulayıcılara hem de araştırmacılara fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Öyle ki araştırmacılar gelecekte yapacağı çalışmalarda burada kullanılan modeli geliştirerek yeni bulgular elde edebilirler. Örneğin örgütsel politika algısının psikolojik sözleşme ihlali üzerindeki etkisi ile birlikte işten ayrılma niyeti ve işe yönelik ihmalkârlık gibi değişkenlerle etkileşimini içeren yeni modeller kurulabilir. Bununla birlikte ileride yapılacak araştırmalarda burada kullanılmış olan model değişik örneklem üzerinde denemek suretiyle elde edilecek sonuçlar karşılaştırılabilir ve kuramsal açıdan yapılan değerlendirmeler tekrar ele alınabilir. Her ne kadar belirlenen araştırma evreninin küçüklüğü nedeniyle elde edilen bulgular genelleştirilemeyecek olsa da araştırmanın bulguları bu çalışmada ele alınan değişkenlerle ilişkili durumlarla karşılaşan diğer örgüt yönetimlerine fikir verebilir. Bu bakımdan ele alındığında örgütsel politik davranışların örgütsel yaşamda kaçınılmaz bir olgu olmasına rağmen çalışanlar üzerindeki olumsuz etkileri dolayısıyla örgüt yönetimleri tarafından müsamaha edilmemesi gereken bir faktör olduğu düşünülmektedir. Çünkü örgütsel politik davranışların, dürüst ve hakkaniyetle çalışan, yetkinlik seviyesi yüksek çalışanların örgütsel adaletsizlik algısı dolayısıyla hayal kırıklığına uğramasına, yoğun iş tatminsizliği yaşamasına ve dolayısıyla işinden ayrılmasına veya işini ihmal etmesine sebebiyet verdiği görülmektedir. Bu nedenle örgüt yönetiminin adalet ve eşitlik ilkelerine bağlı kalmasının, örgütsel politik davranışlarla hedeflerini elde etmeye çalışan personeli hoş karşılamamasının, dürüstlük ve çalışkanlık gibi erdemleri öne çıkartmasının, çalışanları motive edeceği, iş tatminini ve örgütsel bağlılığı arttıracığı değerlendirilmektedir. Bu bağlamda bu araştırma ile elde edilen bulguların hem gerçek hayattaki örgütsel uygulamalar hem de akademik çalışmalar açısından kayda değer öneme sahip olduğu ve gelecek çalışmalara yeni bir pencere açtığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. L. Berkowitz (Ed.), *Experimental Social Psychology* (s.267–299). New York: Academic Press.
- Akdoğan A., & Demirtaş Ö. (2014). Etik liderlik davranışlarının etik iklim üzerindeki etkisi: örgütsel politik algılamaların aracılık rolü. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 16(1), 103–120. doi: 10.5578/jeas.7819

- Allen R. W., Madison D. L., Porter L. W., Renwick P. A., & Mayes B. T. (1979). Organizational politics tactics and characteristics of its actors. *California Management Review*, 22(1): 77–83. doi: 10.2307/41164852
- Alderfer, C. P. (1972). *Existence, relatedness, and growth: Human needs in organizational settings*. New York: Free Press.
- Atinga, R. A., Domfeh, K. A., Kayi, E., Abuosi, A., & Dzansi, G. (2014). Effects of perceived workplace politics in hospitals on nurses' behavioural intentions in Ghana. *Journal of Nursing Management*, 22(2), 159–169. doi: 10.1111/jonm.12178
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173–1182. doi: 10.1037/0022-3514.51.6.1173
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemleri*, Ankara: Pegem Akademi.
- Chang, C., Rosen, C. C., & Levy, P. E. (2009). The relationship between perceptions of organizational politics and employee attitudes, strain, and behavior: A meta analytic examination. *Academy of Management Journal*, 52(4), 779-801. doi: 10.5465/AMJ.2009.43670894
- Cropanzano, R., Howes, J. C., Grandey, A. A., Toth, P. (1997). The relationship of organizational politics and support to work behaviors, attitudes, and stress. *Journal of Organizational Behavior*, 18, 159-180. doi: 10.1002/(SICI)1099-1379(199703)18:2<159::AID-JOB795>3.0.CO;2-D
- Daskin M., & Tezer M. (2012). Organizational politics and turnover: An empirical research from hospitality industry. *Tourism*, 60(3): 273–291. <http://hrcak.srce.hr/93005?lang=en>
- Farrel D. (1983). Exit, voice, loyalty, and neglect as responses to job dissatisfaction: a multidimensional scaling study. *Academy of Management Journal*, 26(4): 596–607. doi: 10.2307/255909
- Farrel, D., & Rusbult, C. E. (1992). Exploring the exit, voice, loyalty, and neglect typology: the influence of job satisfaction, quality of alternatives, and investment size. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 5(3), 201–218. doi: 10.1007/BF01385048
- Ferris G. R., & Kacmar K. M. (1992). Perceptions of organizational politics. *Journal of Management*, 18(1), 93–116. doi: 10.1177/014920639201800107
- Ferris, G. R., Russ, G. S., & Fandt, P. M. (1989). Politics in organizations. R. A. Giacalone, & P. Rosenfeld (Ed.), *Impression management in the organization* (s. 143-170). Hillside, NJ: Erlbaum.
- Griffeth, R. W., Hom, P. W., & Gaertner, S. (2000). A meta-analysis of antecedents and correlates of employee turnover: update, moderator tests, and research implications for the next millennium. *Journal of Management*, 26(3), 463–488. doi: 10.1177/014920630002600305
- Hochwarter, W. A., Kacmar, C., Perrewe, P. L., & Johnson, D. (2003). Perceived organizational support as a mediator of the relationship between politics perceptions and work outcomes. *Journal of Vocational Behavior*, 63(3): 438–456. doi: 10.1016/S0001-8791(02)00048-9
- Huang, I., Chuang, C. J., & Lin, H. (2003). The role of burnout in the relationship between perceptions of organizational politics and turnover intentions. *Public Personnel Management*, 32(4), 519–531. doi: 10.1177/009102600303200404
- Iscan, Ö. F. (2005). Siyasal arena metaforu olarak örgütler ve örgütsel siyasetin örgütsel adalet algısına etkisi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 60(1), 149–171. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/42/446/5006.pdf>
- Kacmar, K. M., & Carlson, D. S. (1997). Further validation of the perceptions of politics scale (POPS): A multiple sample investigation. *Journal of Management*, 23(5), 627–658. doi: 10.1177/014920639702300502
- Kacmar, K. M., Bozeman, D. P., Carlson, D. S., & Anthony, W. P. (1999). An examination of the perceptions of organizational politics model: Replication and extension. *Human Relations*, 52(3), 383–416. doi: 10.1177/001872679905200305

- Karatepe, O. M., Babakus, E., & Yavas, U. (2012). Affectivity and organizational politics as antecedents of burnout among frontline hotel employees. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 66–75. doi: 10.1016/j.ijhm.2011.04.003
- Koslowsky, M., Sagie, A., Krausz, M., & Singer, A. D. (1997). Correlates of employee lateness: Some theoretical considerations. *Journal of Applied Psychology*, 82, 79–88. doi: 10.1037/0021-9010.82.1.79
- Kufman, H. (1964). Organization Theory and Political Theory. *The American Political Science Review*, 58(1), 5–14. doi: 10.2307/1952750
- Martin, T. N. (1979). A Contextual Model of Employee Turnover Intentions. *Academy of Management Journal*, 22(2): 313–324. doi: 10.2307/255592
- March, J. G. (1962). The business firm as a political coalition. *The Journal of Politics*, 24(4), 662–678. <http://www.jstor.org/stable/2128040>
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychology Review*, 50, 370–396. doi: 10.1037/h0054346
- Mayes B. T., & Allen R. W. (1977). Toward a definition of organizational politics. *Academy of Management Review*, 2(4), 672–678. doi: 10.5465/AMR.1977.4406753
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, N.J.: D. Van Nostrand,
- Miller, B. K., & Nicols, K. M. (2008). Politics and justice: A mediated moderation model. *Journal of Managerial Issues*, 20(2), 214–237. <http://www.jstor.org/stable/40604605>
- Miller, B. K., Rutherford, M. A., & Kolodinsky, R. W. (2008). Perceptions of organizational politics: A meta-analysis of outcomes. *Journal of Business Psychology*, 22, 209–222. doi: 10.1007/s10869-008-9061-5
- Mintzberg H. (1989). Politics and political organization. H. Mintzberg (Ed.), *Mintzberg on management* (s. 236–252). New York: The Free Press.
- Ok, B. (2007). *Correlates of organizational commitment: A special emphasis on organizational communication*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ortadoğu Teknik Üniversitesi, Ankara.
- Randall, M. L., Cropanzano, R., Bormann, C. A., & Birjulin, A. (1999). Organizational politics and organizational support as predictors of work attitudes, job performance, and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 20, 159–174. doi: 10.1002/(SICI)1099-1379(199903)20:2<159::AID-JOB881>3.0.CO;2-7
- Rusbult C. E., Farrel D., Rogers G., & Mainous A. G. III (1988). Impact of exchange variables on exit, voice, loyalty and neglect: an integrative model of responses to declining job satisfaction. *Academy of Management Journal*, 31(3), 599–627. doi: 10.2307/256461
- Simons S. (2008). Workplace bullying experienced by Massachusetts registered nurses and the relationship to intention to leave the organization. *Advances in Nursing Science*, 31(2): 48–59. doi: 10.1097/01.ANS.0000319571.37373.d7
- Vigoda, E., & Cohen, A. (2002). Influence tactics and perceptions of organizational politics: A longitudinal study. *Journal of Business Research*, 55, 311–324. doi:10.1016/S0148-2963(00)00134-X
- Vigoda-gadot, E. (2007). Leadership style, organizational politics, and employees' performance: An empirical examination of two competing models. *Personnel Review*, 36(5), 661–683. doi: 10.1108/00483480710773981
- Vigoda E. (2001). Reactions to organizational politics: A cross-cultural examination in Israel and Britain. *Human Relations*, 54(11): 1483–1511. doi: 10.1177/00187267015411004
- Vigoda E. (2000). Organizational politics, job attitudes, and work outcomes: exploration and implications for the public sector. *Journal of Vocational Behavior*, 57, 326–347. doi: 10.1006/jvbe.1999.1742
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. New York: Wiley.
- Walsh, J. P., Ashford, S. J., & Hill, T. E. (1985). Feedback obstruction: the influence of the information environment on employee turnover intentions. *Human Relations*, 38(1), 23–46. doi: 10.1177/001872678503800102
- Withey, M. J., & Cooper, W. H. (1989). Predicting exit, voice, loyalty, and neglect. *Administrative Science Quarterly*, 34, 521–539. doi: 10.2307/2393565

- Yang, J., Treadway, D. C., & Stepina, L. P. (2013). Justice and politics: Mechanisms for the underlying relationships of role demands to employees' satisfaction and turnover intentions. *Journal of Applied Social Psychology, 43*, 1624–1635. doi: 10.1111/jasp.12115
- Yaşın F. (2013). İş doyumsuzluğuna verilen tepkiler ölçeği. *Nesne Psikoloji Dergisi, 1*(2), 1–20. doi: 10.7816/nesne-01-02-0
- Zaleznik, A. (1971). Power and politics in organizational life. *McKinsey Quarterly, 7*(4), 52-69. <http://eds.a.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=038a0c8f-e0f7-42d8-9ce3-8af9dc5f1cbc%40sessionmgr4004&vid=3&hid=4202>

SUMMARY

The aim of this research was to analyze whether employees' perceptions of organizational politics have effects on both neglect of work and intention to quit, and whether intention to quit mediates the prospective association between perceptions of organizational politics and neglect of work. Organizational politics refer to the management of influence on others to obtain ends either sanctioned by the organization or not sanctioned by the organization through approved or unapproved means. Perceptions of organizational politics on the other hand refer to the extent to which employees perceive their organization to be politic in nature. Employees generally perceive organizational politic as self-serving, unethical and selfish behaviors. Intention to quit refers to the conscious decision of employees towards leaving their organization and neglect of work refers to the employees' passive allowance of conditions to deteriorate by spending less effort and attention on their work.

The research data were collected by questionnaire from a sample of 314 employees who work at the central management department of a public organization in October 2015. The data were analyzed through structural regression models. Findings provided support for the approach that employees perceive organizational politics as a threat to their well-being. Findings also indicated that there was a positive association between perceptions of organizational politics and intention to quit, as well as between perceptions of organizational politics and neglect of work. In other words perceptions of organizational politics were the source of both intention to quit and neglect of work. Moreover, intention to quit mediated the association between perceptions of organizational politics and neglect of work. To the best of our knowledge we were the first to establish these associations. Therefore, we believe that our findings might have filled a gap in the field of management, may help solve some of problems of practitioners and bring researchers in new aspects.

Ruhsal Zeka ve Çalışma Algısı Üzerine Bir Analiz*

Ümmühan YİĞİT SEYFİ** Sevinç KÖSE***

ÖZ

Günümüz işletmeleri farklı kültürlerden ve kuşaklardan çalışanların bir arada faaliyet gösterdiği mozaik örgüt yapısına sahiptir. Bu yapıda işletmelerin çalışanlarıyla birlikte varlıklarını bir bütün olarak sürdürebilmeleri için ruhsal zeka yeteneklerinin geliştirilmesi gerekmektedir. Ruhsal zeka bütüncül yaklaşımı sağlayan birleştirici bir düşünme türüdür. Ruhsal zeka; kim olduğunun farkında olmak ve bu farkındalıkla hayatı yaşamaktır. Bu araştırma ruhsal zeka ile çalışma algısı arasındaki ilişkilerin niteliğini sorgulamak üzere tasarlanmıştır. Araştırma amacına yönelik öncelikle ilgili yazın incelenmiştir. Araştırma verilerinin toplanmasında Ruhsal Zeka Öz-Rapor Envanteri (SISRI-24), İş Görme Anlayışı Ölçeği (İGA) kullanılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler SPSS 22 istatistik paketi ile analiz edilmiştir. Demografik verilerden yararlanılarak örneklemin profili belirlendikten sonra, ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik analizleri, faktör analizleri yapılmıştır. Araştırma hipotezlerini test etmek üzere korelasyon, regresyon, t testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır. Ruhsal zeka ile çalışma algısı arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ve kurulan model kabul edilmiştir. Ruhsal zeka düzeyindeki artış çalışma algısını pozitif yönde etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Zeka, Ruhsal Zeka, Çalışma Algısı, İş Görme Anlayışı, İnsan Kaynakları Yönetimi

JEL Sınıflandırması:M12, M14, M54

The Analysis on Spiritual Intelligence and Working Perception

ABSTRACT

In today's world, companies have mosaic organization structure in that employees with different cultures and generations work together. In this structure, to sustain existence of the companies with their employees as a whole, it is important to improve spiritual intelligence of employees. Spiritual intelligence is a kind of connective thinking that provides holistic approach. Spiritual intelligence is being aware of who you are and is living life with this awareness. This research is designed to understand the nature of the relationships between spiritual intelligence and working perception. First of all the related literature were examined aiming for research purpose. The survey instrument through which the research were conducted consists of 'The Spiritual Intelligence Self-Report Inventory (SISRI-24), Work Mentality(IGA) Questionnaire. The data were analyzed using Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 22. After profiles were determined benefiting from demographic data of the sample, the reliability and validity of the instruments, factor analysis were performed. Correlation, regression, t-test and ANOVA techniques have been used to analyse the data. Results of the study indicate that there is a statistically significant positive relationship between spiritual intelligence and work perception and established model was adopted. The increase in spiritual intelligence level positively affects the work perception.

Key Words: Intelligence, Spiritual Intelligence, Working Perception, Work Mentality, Human Resources Management

JEL Classification: M12, M14, M54

* Bu çalışma, ilk yazarın "X ve Y Kuşaklarının Ruhsal Zeka Özellikleri ile Çalışma Algıları Üzerine Bir Analiz" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

** Dr., yigitseyfi@gmail.com

*** Prof. Dr., Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, sevinc.kose@cbu.edu.tr

(Makale Gönderim Tarihi: 08.04.2016 / Yayına Kabul Tarihi: 29.11.2016)

Doi Number: 10.18657/yonveek.281963

GİRİŞ

Çalışanların örgüt açısından etkinlik ve verimliliğini artırma çabası her zaman güncelliğini korumuştur. Çalışma hayatındaki dönüşümler ve sürekli yenilenmeler, kişilerin çalışma disiplinlerini etkilemekte ve çalışan davranışlarının yeniden okunması ihtiyacını doğurmaktadır.

Bu araştırma, ruhsal zeka özellikleri ile çalışma algısı arasındaki ilişkilerin niteliğini ortaya koyarak, ruhsal zeka özellikleriyle çalışma algısının beklenen yönde yönlendirilmesini sağlamak amacıyla planlanmıştır. Konuyla ilgili çeşitli yerli ve yabancı kaynaklar, kuramsal araştırma sonuçları değerlendirilmiştir. Yazın taraması, “ruhsal zeka bilinci gelişen çalışanlarda, çalışma algısı ve iş görme anlayışı pozitif yönde etkilenir” beklentisini ortaya çıkarmıştır. Bu pozitif eğilimle çalışanlar arasındaki çatışmaların da azalacağı umulmaktadır. Ruhsal zeka özelliklerinin geliştirilmesiyle iş görenlerin çalışma algıları istenilen yönde etkilenebilir. Bu yönüyle çalışmamız günümüz iş dünyasının çalışan sorunlarına farklı bir perspektiften çözüm önermesi açısından önemlidir.

Ruhsallığın temelinde, insan varlığının da özünü oluşturan, dört ana kavram bulunmaktadır: beden, akıl, kalp ve ruh. Moxley'e (2000) göre; bireylerin verimliliği için bu dört unsurun bir araya getirilmesi gerekmektedir. Bu unsurlar arasında işbirliği ve uyuma olmazsa, insan yaptığı işten haz alamaz, kendini ifade edemez ve işlerinde yeterli olamaz. Levy'nin (2000) ifadesiyle; insanın tatmin edilmesi gereken hem fiziksel ve zihinsel hem de duygusal ve ruhsal ihtiyaçları vardır. İşine gittiği zaman hiç kimse bu ihtiyaçlarından sıyrılarak, bunları kapı önünde bırakıp ofisine giremez (Baloğlu ve Karadağ, 2009, s. 173-175).

Yönetimde sadece üretim artışına odaklanan bir anlayış rekabeti artırırken, yenilenme ruhunu azaltmaktadır. Uyumlu çalışmaya yönlendirirken, durgunluğa yol açmaktadır. Çalışanlarda bağlılıktan ziyade itaat duygusu ön plana çıkmaktadır. Warren Bennis'in ifadesiyle bu anlayışa sahip örgütler; “insan ruhunun hapishaneleri” haline gelir (Bennis, 2001, s.13). Bu esareten ancak kendilerine “niçin” sorusunu soran ve cevabını arayan yönetici ve çalışanların ruhu kurtulabilir (Özdemir ve Yiğit Seyfi, 2015, s. 231).

“Ruhsal zeka ile çalışma algısı arasında anlamlı bir ilişki olabilir mi?” sorusunu düşündüren faktörlerin başında; insanın işinde anlam, amaç, bütünlük ve sosyallik arayışı gelmektedir. Ayrıca çalışma algısının sadece fiziksel değil, ruhsal sebeplerle de alakalı olması; kaynağı her ne olursa olsun, algı sonucu oluşan sıkıntıları aşmada ağırlıklı olarak ruhsal çözümlerin kullanılması; ruhsal ve duygusal alandaki yeteneklerin yetersizliğinin veya eksikliğinin örgütün gelişmesinde ve büyümesinde engel olması; ruhsal zekanın örgüt yaşamında rolü ve önemi, ruhsal zeka ve kişilik arasında ilişkinin olduğunu gösteren araştırma bulguları; klasik yönetim anlayışının yerini, beden işçiliğinden ziyade insanda kalp, kafa ve ruh bütünlüğü gerektiren çalışma anlayışına bırakması; bilgi toplumunda iş değerlerindeki dönüşümün (yenilikçilik, esneklik, kendini gerçekleştirme ve farklılığını ortaya koyma, sorumluluk yüklenebilme, vizyon

sahibi olma, diğer inançlara ve insan haklarına saygı, andan keyif alma, değişime ayak uydurabilme, şeffaflık gibi), ruhsal zeka yetenekleriyle örtüşüyor olması ruhsal zeka ile çalışma algısı arasında anlamlı bir ilişkinin olabileceği düşüncesini kuvvetlendirmiştir. Bu yönüyle çalışma algısının istenilen biçimde yönlendirilmesinde, ruhsal zekanın önemli bir rolü olduğu düşünülebilir.

Günümüzün çalışma anlayışında insanı fiziksel, zihinsel, duygusal ve ruhsal yönüyle bir bütün olarak ele alan yaklaşımlara ihtiyaç olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bütüncül bir yaklaşım ve düşünme türü olarak ruhsal zeka ve özellikleri çalışan algısında ve davranışlarında, yeni fark edilen bir değişken olarak araştırmacının karşısında, cevaplanmayı bekleyen pek çok sorusuyla durmaktadır. Bu araştırmanın ana teması olan ruhsal zeka kavramı için öncelikle ‘Ruhsal zeka bilimsel bir gerçek mi, yoksa özellikle iş dünyasının ilgisini cezbetmek için uydurulmuş bir efsane mi?’ sorusunun tatmin edici seviyede cevabı aranmıştır. Gardner’a göre, bir yeteneğin zeka olarak nitelenebilmesi için; onunla ilgili beyinde duyarlı bir alanın bulunması ve bu alanın hasar görmesi halinde, bu yeteneğin de büyük ölçüde yitirilmesi gerekir (Gardner, 2012, s. 5-6). Bu bağlamda başta A. Damasio’nun (1994), (2000) ve bunu destekleyen klinik araştırmaları olmak üzere ruhsal yeteneklerin bir zeka olarak nitelenebilmesi için anatomik ve fizyolojik alt yapısıyla gerekli ölçütleri karşıladığı, geniş çaplı yapılan yazın araştırması sonucunda görülmüştür.

Uluslararası yazında kendine geniş yer bulan ruhsal zeka; ülkemizde yeni fark ettirilmeye çalışılan bir konu olarak, akademik yazında yeterince tartışılmamıştır. Bu araştırmanın, pozitif bilimin sağlam verilerine dayanarak, disiplinlerarası bir yaklaşımla ele alınması, pozitif bilimin ve metafiziğin işbirliğiyle rasyonel tabana oturtulmaya çalışılması yönüyle yazına yeni bir kaynak olarak katkıda bulunacağı umulmaktadır. Ancak ayrıntısına girmek bu makalenin sınırlarını kat kat aşacağından uygulama ağırlıklı biçimde yer verilmesinin daha önemli olacağı düşünülmüştür.

I. YAZIN TARAMASI VE KURAMSAL ÇERÇEVE

A. Ruhsal Zeka

Ruhsal zeka; insanların anlamlı kararlar verirken, var olan konular üzerinde düşünürken, günlük hayattaki problemleri çözerken ve aynı zamanda çalışma ve refah düzeyini artırma yolunda kullandıkları ruhsal kaynakları, değerleri ve nitelikleriyle somutlaştırdıkları bir yetenekler kümesidir (Forghania vd., 2014, s. 292; Akgemci ve Bekiş, 2013, s. 288). Bir başka ifadeyle ruhsal zeka; potansiyel olarak var olan ruhsal yeteneklerin ve kaynakların pratikte uygulanması olarak tanımlanmaktadır.

Ruhsal zeka kavramını ilk olarak ortaya çıkaran araştırmacılar Zohar ve Marshall olmuştur. Ruhsal zeka insanın; yeniyi üretebilme, kuralları gerektiğinde değiştirebilme, ahlak duygusunun aktifleştirilmesi, katı kuralları anlayışla ve merhametle esnetebilme, anlayış ve merhametin sınırlarını tespit edebilme, olayları farklı perspektiften değerlendirebilme kabiliyetini geliştirmektedir (Zohar ve Marshall, 2004, s. 18).

Ruhsal zeka; bilişsel zeka(IQ) ve duygusal zeka(EQ)'nın ruhsal korelasyonunu belirtmek için kullanılan bir terimdir. EQ gibi, ruhsal katsayı (SQ) kullanımı bilimsel araştırma ve tartışma alanında daha yaygın hale gelmektedir. Stephen Covey'e göre SQ, merkez ve tüm zekaların en temelidir çünkü diğerleri için rehberlik kaynağı olmaktadır (Covey, 2004'den aktaran Chaudhary ve Aswal, 2013, s. 1509). Zohar'a göre, zeka çeşitlerinin sayısı ne kadar artarsa artsın temelde bu zeka çeşitleri, beyindeki üç temel sinir sistemimizden biriyle bağlantılıdır yani IQ, EQ ve SQ'nun varyasyonlarıdır. İdeal olanı; IQ, EQ ve SQ'nun birlikte ve birbirlerini destekleyerek çalışmalarıdır. Beyinlerimiz bunu yapabilecek şekilde tasarlanmıştır (Zohar ve Marshall, 2004, s. 16-17). Bir ifadeyi, akıl zekamızla algılar ve duygusal zekamızla içselleştiririz. Kavramak, yani derin anlamı yakalamak üçüncü boyut olan ruhsal zekamızın işlevidir (Uslu Üstten, 2008, s. 17,37).

Gardner'ın, bilimsel kriterlerle niceliksel olarak ölçülme zorluğundan dolayı çoklu zeka kuramında yer vermemesine rağmen, Emmons, (2000); Wolman, (2001); Vaughan, (2002); Nasel, (2004); Zohar ve Marshall (2004); Amram, (2007) gibi teorisyenler ve araştırmacıların bir çoğu ruhsal zekanın özerk bir insan zekası veya beceri kümesi olarak tanınması için gayret etmişlerdir (aktaran King, 2008, s. 38).

“Ruhsal zekanın temeli, anlam bulma özleminde ve ihtiyacında yatar” (Aydıntan, 2009, s. 260). Ruhsal zeka eksikliğinde; depresyon, şiddet dolu bir yaşam, uyuşturucu bağımlılığı, aile hayatı ve arkadaş ilişkilerinde ve hayatta başarısızlık gibi sorunlarla karşılaşıldığı somut bir bilgi olarak bulunmaktadır. Batı, terk ettiği değerleri modern yaşamın kazanımlarını koruyarak “psikoloji” kimliğiyle tekrar hayata geçirmeye başlamıştır. Bunun ifade şekillerinden biri de duygusal zeka ve bir üst boyutunu keşfedenler için ise hem bilişsel hem de duygusal zekayı kapsayan ruhsal zeka kavramı olmuştur. “Kızgın, asi, sinirli, kaygılı, dürtüsel, saldırgan tavırların azalıp; nazik, şefkatli tutumların artması akıl ve kalbin birleştirilerek eğitilmesini gerektirir” (Tarhan, 2013, s. 21-22). Bu işbirliği ise ruhsal zekanın bir fonksiyonudur.

Ruhsal zekanın beyindeki sinirsel temellerini aşık hale getiren temel araştırmaların çoğu, bilim adamları tarafından yapılmıştır. Örneğin; M.Persinger, V.S.Ramachandran'ın araştırmaları; W.Singer'in “bağlayıcı sorunu” çalışması; R.Llinas'ın “40 Hz'lik salınımlar” çalışması; Terrance Deacon'un dilin kökenine ilişkin çalışması (aktaran Zohar ve Marshall, 2004, s. 25-27).

Son çalışmalar 40 Hz'lik frekans aralığında yoğunlaşmaktadır (Singer, 1999, s. 391). Nöronlar arasındaki ilişki yönlerini belirlemek mümkün olmasa da, birbirlerinden uzak beyin yapıları arasındaki işbirliğini anlamada bu salınımlar önemli bir bilgidir (Başar, 2013, s. 291). Beyinde bilinçli aktivite sırasında sıklıkla kaydedilen beyin çapındaki bu salınımlar deneyimlerimizin bir arada tutulması ve geniş bir anlam çerçevesine yerleştirilmesi konusunu aydınlatmaktadır. Zohar'a göre; 40 Hz'lik salınımlar ruhsal zekamızın sinirsel alt yapısıdır (Zohar ve Marshall, 2004, s. 104).

Zeka kavramını Zohar'ın ele aldığı şekilde değerlendirdiğimizde, bilişsel zeka; rasyonel, mantıklı düşünmeyi, problem çözmeyi sağlayan zeka türüdür ve “neokorteks” tarafından yönetilir. Duygusal zeka; duyguların tanınmasını, ifade edilmesini ve bireyin kendisini karşıdakinin yerine koyarak düşünmesini sağlayan zeka türü olarak “amigdala” tarafından yönetilir. Ruhsal zeka ise neye inanacağımızı, ne soracağımızı, neyi değiştireceğimizi ve ne geliştireceğimizi belirler ve “frontal lob (ön lob)” tarafından yönetilir (Uslu Üstten, 2008, s. 92).

Diğer beyin alanlarıyla karmaşık ilişkiler içinde bulunan frontal lob; alnın etrafında bulunan, bilinçli kararların alındığı, yeni şeyler geliştirme, problem çözme, karar verme ve planlama gibi maksatlı faaliyetleri kapsayan ve ahlak, duygu, akıl, hırs gibi insan davranışlarının yer aldığı hayatta kalma mekanizmamızı işleten bir alandır. Bu alan limbik sistemden gelen uyarıların işlemekte ve sosyal davranışlarımızı kontrol etmektedir (E. Keleş ve Çepni, 2006, s. 73; Jensen, 1998, s.9). Frontal lobun işleviyle insan, hem analitik hem duygusal düşünerek olaylara çeşitli açılardan bakar ve sonuçta iradesini kullanır (Tarhan, 2013, s. 33). Amigdalanın ani ve hatta fevri tepkilerine karşı tampon vazifesi görerek daha akılcı ve uygun bir tepki verilebilmesine olanak tanır. Böylelikle ruhsal zeka hissettiklerimize düşüncelerimizi katarak şuurlu davranışlar sergilememizi sağlamaktadır.

İç dünyamızı zenginleştirmede aktif rol oynayan ruhsal zeka, Zohar tarafından 12 özellik ile ifade edilmektedir: öz farkındalık, kendiliğindenlik, vizyon ve değeri yönlendirme, bütüncüllük, şefkat, farklılıkları kutlamak, alan bağımsızlığı, temel sorular sorma veya kökten sorgulama eğilimi, yeniden çerçeveleme yeteneği, zorlukların yapıcı kullanımı, alçakgönüllülük ve meslek anlayışı (Zohar, 2004).

Uluslararası yazında yaygınlaşan ruhsallık, ruhsal kurumlar, iş yeri ruhsallığı ve ruhsal liderlik gibi kavramlar ruhsal zekayla ilgili olup bunlarla ruhsal zekanın farklı yönleri ifade edilmektedir. Kurumların kişisel ve örgütsel açıdan ihtiyaç duyduğu “derinden bağlılık ve anlam arayışı” ruhsal zeka yeteneklerinin aktifleştirilmesiyle karşılanabilecektir (Özdemir ve Yiğit Seyfi, 2015, s. 232).

Ruhsal zekanın tanımladığı; bireyin kendini bilmesi, kontrol etmesi ve motive etmesi, anı değerlendirebilmesi, vizyon sahibi olabilmesi, bütüncül bir düşünce yeteneği geliştirebilmesi, problemlere farklı açılardan bakabilmesi, koşulsuz diğerlerini sevebilmesi, şefkatli olması, derin empatiyi hissedebilmesi, etkin ilişkiler kurup sürdürebilmesi, farklılıkları soruna değil fırsata dönüştürebilmesi, diğer kişilere anlayışla yaklaşabilmesi, kendi inançlarını yaşayabilmesi, gerektiğinde kalabalığa karşı durabilmesi, yaşamın anlamını araması, temel sorular sorma veya kökten sorgulama eğilimi, durum veya sorunları yeniden biçimlendirebilmesi, zorluklar karşısında direnebilmesi, alçak gönüllü olabilmesi ve insanlığa hizmet etme bilinci, özetle kendi kendini yönetebilmesi özellikleri öğrenilebilir becerilerdir. İnsanoğlu bu becerileri geliştirerek yaşamdaki başarısını ve doyumunu üst düzeylere çıkarabilir.

B. Çalışma Kavramı ve İş Görme Anlayışı

Çalışma kavramını Tınar (1996) ve Bozkurt (2000)'un tanımlarından yararlanarak: “Bedensel, zihinsel ve ruhsal enerji harcayarak maddi ve manevi bir kazanç karşılığı kendisi veya başkaları için değerli mal ve hizmetler ürettiği amaçlı ve sürekli sosyal bir faaliyet” olarak tanımlayabiliriz.

İş görme anlayışı (İGA); “bireylerin, grupların veya kurumların belli bir amaca ulaşmak üzere gerçekleştirdikleri etkinlikler sırasında, sahip oldukları değer ve bilgilerin etkisiyle geliştirdikleri bir tutum” (Aldemir vd., 2003) olarak tanımlanmaktadır.

Bilgi toplumuna geçişle birlikte çalışma hayatına ilişkin değerlerde dönüşümler yaşanması iş görme anlayışını da etkilemiştir. Sanayi toplumundaki imalat ağırlıklı işlerden bilgi ve hizmet işlerine doğru olan yöneliş, nitelikli işgücüne ihtiyacı da birlikte getirmiştir. Aşırı uzmanlaşma ile insanın bedensel olarak dahi bütününe ihtiyaç duymayan klasik yönetim anlayışı yerini; beden işçiliğinden ziyade insanda kalp, kafa ve ruh bütünlüğü gerektiren çalışma anlayışına bırakmıştır.

Günümüz örgütleri; değerleri, inançları ve tutumlarındaki farklılıktan dolayı işe yaklaşımları, tatmin ve motivasyon araçları birbirinden apayrı grupların ve kuşakların faaliyet gösterdiği çalışma alanı haline gelmiştir. Bu mozaik örgüt yapısında çatışmaları azaltmak ve verimliliği sağlamak için çalışanlara karşı sergilenecek doğru tavırları, kullanılacak doğru enstrümanları bulmak; her bir gruba göre farklı davranırken diğer taraftan bunlar arasındaki dengeleri sağlamak çoğu yönetici için güç bir süreç olarak görülmektedir (Köse vd., 2014, s. 152). Ancak ruhsal zeka özelliklerinin kazanımıyla çalışma algısındaki farklılıklar avantajlı hale dönüştürülebilir.

C. Ruhsal Zekanın Örgüt Yaşamında Rolü ve Önemi

Ruhsal değerlere sahip bireylerin bulunduğu örgütler, takım çalışmasına yatkındırlar. Bireysel olarak da dinleyen, öğrenen, deneyen, gelişen ve geliştiren üretici bir kişilik yapısına sahiptirler (Baloğlu ve Karadağ, 2009, s. 173). Ayrıca ruhsal zeka, hem üstlerin hem de astların birbirlerine derin anlayışlar beslemelerini ve akabinde buna uygun davranışlar sergilemelerini kolaylaştırmaktadır.

Örgütlerde esneklik düzeyi yüksek insanlar yeni fikirlere açıktırlar ve değişimlere direnç göstermezler. Esnek olma kapasitesi ise yüksek seviyede gelişmiş ruhsal zekanın göstergelerindedir (Zohar ve Marshall, 2004, s. 30).

Ruhsal zekaya sahip liderler, hem kendi faaliyetlerine yön veren açık ve net kişisel değerlere ve inançlara sahiptirler hem de çalışanların hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak davranışlarını etkileyecek örgütsel vizyon ve değerleri belirleyebilme kaynaklarına sahiptirler. Böylelikle belirledikleri amaç ve değerler doğrultusunda örgütte istedikleri dönüşümü gerçekleştirebileceklerdir (Aydıntan, 2009, s. 259). Özleriyle kurdukları bağ sayesinde alçak gönüllülüğü elden bırakmayarak kendilerini bir kenara koyup, çalışanlara, kuruma ve müşterilere daha iyi hizmet verebilmektedirler (Baloğlu ve Karadağ, 2009, s. 176). Bu kişiler belirsiz, zor ya da sıkıntılı durumları çabuk aşabilmekte, hatta

sonrasında eski performanslarının üstünde başarı gösterebilmektedirler. Ayrıca yaşamlarını sorgulayarak köklü değişimlere kolay uyum sağlayabilmektedirler (Kesken ve Ayyıldız, 2008, s. 739).

Zohar; tüm düşünme modellerinin değişiyor olduğu çağımızda, bilişsel ve duygusal zekamızın yüksek olsa dahi bizlere yetmeyeceğini ve ruhsal zekamızla bağlantı kurmamız gerektiğini ifade etmektedir (Zohar ve Marshall, 2004, s. 402). Çünkü ruhsal zeka düşüncelerimiz ile duygularımızın makul bir şekilde davranışa dönüştürülmesinde önemli düzeyde role sahiptir.

Bu araştırmanın kuramsal arka planına dayanarak diyebiliriz ki: İnsan kaynakları yöneticilerine göre, bireylerin işe girmeleri bilişsel zeka düzeyleriyle (IQ), terfileri duygusal zeka düzeyleriyle (EQ) gerçekleşirken kurum için vaz geçilmez eleman olmaları ise ruhsal zeka düzeyleriyle (SQ) gerçekleşmektedir.

II. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

A. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın temel sorusu: ruhsal zeka ile çalışma algısı arasında bir ilişki olup olmadığıdır. Araştırma sorusuna bağlı olarak, geliştirilen ana hipotez: “Ruhsal zeka ile çalışma algısı arasında anlamlı düzeyde ilişki bulunmaktadır.” Bağımlı değişken çalışma algısında; bağımsız değişken olarak kişinin ruhsal zeka düzeyi ele alınmıştır. Böylece çalışma yaşamı ve örgütü ele alan çalışmalarda şimdiye kadar incelenmeyen bir konu olduğu için yazındaki önemli bir eksikliğin giderileceği düşünülmüştür.

Araştırmanın evreni; Celal Bayar Üniversitesi’nde görevli olan akademisyenlerdir. Gönüllü örnekleme tekniği kullanılarak dönen anket sayısı araştırma örneklemleri olarak alınmıştır. Bu çapta bir çalışma için yazında araştırma örnekleminin asgari 138 veri olması gerekmektedir. Çalışma 219 geçerli veri ile sürdürülmüştür.

Araştırmanın kısıtları; maliyete ve zamana ilişkin kısıtlar nedeniyle Türkiye’deki farklı üniversitelerde görev yapan akademisyenlere yönelik bir araştırma yapılamamıştır. Araştırmada devlet-vakıf üniversitesi akademisyenleri arasındaki farklılıklar gözlemlenmemiştir.

Bireylerin ruhsal zeka özelliklerini belirlemek için ‘The Spiritual Intelligence Self-Report Inventory (SISRI-24) - Ruhsal Zeka Öz-Rapor Envanteri’ ölçüm aracı olarak kullanılmıştır. 2008’de David B. King tarafından geliştirilen ölçek 24 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek 5’li likert olarak, ‘benim için hiç doğru değil’ ve ‘benim için tamamen doğru’ aralığında düzenlenmiştir. Çalışma algısını belirlemek için ‘İş Görme Anlayışı (İGA)’ ölçeği kullanılmıştır. Aldemir, Arbak ve Timurcanday Özmen (2003) tarafından ülkemiz kültürel özellikleri dikkate alınarak geliştirilmiş olan İGA ölçeği, 58 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek 5’li likert olarak, ‘hiç temsil etmemektedir’ ve ‘tam anlamıyla temsil etmektedir’ aralığında düzenlenmiştir.

Üç kısımdan oluşan anket formunda katılımcıların demografik özelliklerini tanımlamaya yönelik sorular, ruhsal zeka düzeylerini ölçen SISRI-24 ölçeği ve çalışma algısını ölçen İGA ölçeği bulunmaktadır. Araştırmanın amacını

gerçekleştirmeye yönelik veriler e-posta yoluyla anket uygulaması yapılarak toplanmıştır.

B. Verilerin İstatistiksel Analizi

Araştırma verilerinin analizlerinde IBM Statistical Package Social Studies (SPSS) 22 programı kullanılmıştır. Öncelikle demografik özelliklerle ilgili bulgular, ortalama ve standart sapma gibi tanımlayıcı istatistikler incelenmiştir.

Verilerin faktör analizine uygunluğu açısından örneklemin yeterlilik tespiti için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi ve modelin geçerlilik tespiti için Bartlett Küresellik testi yapılmıştır. Temel Bileşenler Faktör Analiziyle (Principal Component Analysis-PCA) ölçeklerin boyutları belirlenmiş ve faktör ağırlığı olarak 0,40 ve üzeri temel alınmıştır.

Araştırmanın amacı, ruhsal zeka ile çalışma algısı arasındaki ilişkinin niteliğini belirlemek olduğu için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon katsayısı r değeri için farklı yazarlar farklı önerilerde bulunmakla birlikte Cohen'e göre; $0,1 < r < 0,29$ ise zayıf ilişki düzeyinden; $0,30 < r < 0,49$ ise orta ilişki düzeyinden; $0,50 < r < 1,0$ ise yüksek ilişki düzeyinden bahsedilebilmektedir (Cohen, 1988'den aktaran Pallant, 2010, s. 134). Sonuçlar % 95 güven aralığında, anlamlılık $p < 0,05$ düzeyinde çift yönlü olarak değerlendirilmiştir.

C. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Tanımlanması

Araştırmaya katılan 219 akademisyenin demografik yapısıyla ilgili özellikler incelendiğinde, katılımcıların (%65)'i 1960-1979 ve (%35)'i 1980-2000 tarihleri arasında doğmuştur. Katılımcıların % 53'ü erkek, %47'si kadındır. Katılımcılar ağırlıklı olarak (%71) doktora ve üstü düzeyinde öğrenime sahiptir. Katılımcıların eğitim alanı açısından dağılımı; sosyal bilimler (%47), fen bilimleri (%33) ve sağlık bilimleri (%19) şeklindedir. Katılımcıların %26'sının deneyimi 1-6 yıl arasında, %15'inin deneyimi 7-12 yıl arasında, %23'ünün deneyimi 13-18 yıl arasında, %19'unun deneyimi 19-24 yıl arasında, %17'sinin deneyimi 25 yıl ve üzeridir. Katılımcıların ağırlıklı olarak %77'si evlidir ve yetişme dönemindeki aile büyüklüğü ağırlıklı olarak (%39) 4 kişiliktir.

D. Ruhsal Zeka Ölçeğiyle İlgili Analizler

Bu araştırmada SISRI-24 ruhsal zeka ölçeği için Cronbach's Alpha (% 92) bulunduğundan yüksek bir güvenilirliğe sahiptir. Bartlett Küresellik testi ve KMO testi değerleri faktör analizi için verilerin uygun olduğunu ifade etmektedir ($p < 0,05$; $KMO > 0,50$) (Field, 2013, s. 685). 24 ifadeli ruhsal zeka ölçeğine faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucu ulaşılan dört faktörlü yapı toplam 22 ifadeden oluşmuş, 2 ifade yeterli yük almadığı için kapsam dışında kalmıştır (Tablo 1).

Tablo 1: SISRI-24 Ölçeği Faktör Analizi

Faktörün Adı	Faktörü Oluşturan İfadeler	Faktör Ağırlıkları	Faktör Açıkl. (%)	Güvenil. Değeri (α)	Faktör Ortalamaları	Std. Sapma
Farkındalık	Hayatın maddesel olmayan yönlerini tanımak ruhsal ilerlememde bana yardımcı oluyor.	,832	37,506	,890	3,6606	0,68
	Hayatın maddesel olmayan yönlerinin farkındayım.	,727				
	İnsan hayatında beden, kişilik ve duygulardan daha anlamlı olan niteliklerin olduğunu düşünüyorum.	,653				
	Kendimi daha iç, derinlemesine, fiziksel olmayan şekilde tanımlayabiliyorum.	,629				
	Herhangi bir hata yaptığımda, yine de onun altında bir anlam bulabiliyorum.	,570				
	Hayatımdaki olayların anlamını sık sık düşünürüm.	,564				
	Maddesel ve ruhsal dünyam arasında rahatça dolaşabiliyorum.	,558				
	Kendim ve diğer insanlar arasındaki derin bağın farkındayım.	,551				
	Yaşamın anlamını ve amacını bulmam bana stresli durumlarla baş etmemde yardımcı oluyor.	,534				
	İnsanoğlulu ve diğer tüm evren arasındaki ilişki hakkında düşünebiliyorum.	,503				
Kişisel Anlam Üretimi	Hayattaki amacım doğrultusunda kararlar verebiliyorum.	,804	8,326	,801	3,8077	0,62
	Düşüncelerimi, hislerimi ve farkındalıklarımı kontrol edebiliyorum.	,667				
	Gündelik hayatımda amaç ve anlam bulabiliyorum.	,644				
	Hayatımın amacını ya da sebebini tanımlayabiliyorum.	,611				
	Hayata anlam vermek ve yaşamın farkında olmak hakkında fazla mesafe kaydettim.	,602				
Önemli Varoluşsal Düşünme	Varoluşun temelini sık sık sorgularım ya da bunun üzerinde çok fazla düşünürüm.	,836	7,158	0,748	3,6027	0,80
	Varoluş nedenimi ya da amacımı düşünmek için zaman harcarım.	,824				
	Ölümden sonra ne olacağı konusunda düşünüp, tartışabiliyorum.	,554				
	Kendi iç dünyamın görünenden yani fiziksel bedenden daha derin olduğunun farkındayım.	,473				
Bilinçli Durum Genişlemesi	Yaşam, ölüm, gerçeklik ve varoluş gibi konularda kendi teorilerimi geliştirdim..	,747	5,119	,614	3,4061	0,73
	Bilinç ve farkındalığımı arttırmak için kendi tekniklerimi geliştirdim.	,682				
	Farkındalığım arttığında sorunları ve seçenekleri daha iyi görebiliyorum.	,435				
Toplam Açıklanan Varyans: %58,110		Kaizer-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği: ,899				
Bartlett Küresellik Testi Ki kare: 2229,278		sd: 231		p değeri: ,000		

E. İş Görme Anlayışı Ölçeğiyle İlgili Analizler

Bu araştırmada İGA ölçeği için Cronbach's Alpha (**% 81**) olduğundan yüksek bir güvenilirliğe sahiptir. Bartlett Küresellik testi ve KMO testi değerleri faktör analizi için verilerin uygun olduğunu ifade etmektedir (**p < 0,05; KMO > 0.50**) (Field, 2013, s. 685). 58 ifadeli İGA ölçeğine faktör analizi uygulanmıştır. Analiz sonucu ulaşılan sekiz faktörlü yapı toplam 39 ifadeden oluşmuş, 19 ifade yeterli yük almadığı için kapsam dışında kalmıştır (Tablo 2). Statü Odaklı İGA boyutunun güvenilirlik değeri **0,40**'ın altında olduğu için hipotez testlerinde değerlendirilmeye alınmamıştır.

Tablo 2: İGA Ölçeği Faktör Analizi

Faktörün Adı	Faktörü Oluşturan Değerler	Faktör Ağırlıkları	Faktör Açıklayıcılığı (%)	Güv. Değeri (α)	Faktör Ortalamaları	Std. Sapma					
Girişimcilik Odaklı	Girişkenlik	,690	14,781	0,748	3,9113	0,53					
	Çalışkanlık	,671									
	İradelilik	,612									
	İleri Görüşlülük	,598									
	Disiplin	,587									
	Girişimcilik	,531									
Akılcılık Odaklı	Bireyin Hak ve Özg.Önem Verm.	,710	11,405	0,708	4,2274	0,46					
	Yetkinliğe Önem Vermek	,626									
	Bilimsellik	,606									
	Kurallara Uymak	,499									
	Tevazu	,496									
	Ayrıntılara Önem Vermek	,462									
	Riya Odaklı İGA	Gösteriş					,640	6,483	0,696	2,1297	0,64
Hizipçilik		,582									
Himayecilik		,582									
Bağımlılık		,537									
Duygusalılık		,522									
İkiyüzlülük		,508									
Yaşam Değerleri Kökenli	Kanaatkarlık	,650	4,933	0,660	3,0447	0,63					
	Kadercilik	,609									
	Gelenekçilik	,516									
	Dostluk	,462									
	Milliyetçilik	,449									
	Din	,447									
Sadakat Odaklı	Vefa	,768	4,342	0,607	3,0650	0,77					
	Sadakat	,734									
	İtaatkarlık	,469									
	Sorguculuk	,756									
Profesyone İlik Odaklı	Sorumluluk	,562	3,744	0,609	3,9952	0,53					
	İş Birliği	,507									
	Bilgi Paylaşımı	,426									
	Çıkar Odaklı	Kuşkuculuk					,684	3,6	0,605	19,25	0,59
		Katılık					,640				

	Maddiyatçılık	,518				
	Çıkarıcılık	,439				
	Rütbe ve Makama Önem Verm.	,436				
Statü Odaklı	Uzlaşmacılık	,655	3,469	0,372	2,918 ²	0,72
	Rekabet	,532				
	Saygınlık	,474				
Toplam Açıklanan Varyans: %52,798		Kaizer-Meyer-Olkin Ölçek Geçerliliği: ,755				
Bartlett Küresellik Testi Ki kare: 2649,192		sd: 741		p değeri: ,000		

İstatistik sonuçları, her iki ölçek için de faktörlerin iç tutarlılığının yüksek olduğunu ve tüm faktörlerin kendi içlerinde anlamlı seviyede farklılaştığını göstermektedir ($p < 0,05$).

F. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Ruhsal Zeka ile Çalışma Algısı Arasındaki İlişkinin Test Edilmesi

H₁: Ruhsal zeka ile çalışma algısı arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır.

Tablo 3: Ruhsal Zeka İle Çalışma Algısı Arasındaki İlişki İçin Korelasyon Analizi

		SQ	İGA
SQ	Pearson Correlation	1	,322**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	219	219
İGA	Pearson Correlation	,322**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	219	219

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Ruhsal zeka ile çalışma algısı arasında orta seviyede ve 0,01 düzeyde pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır ($r=0,322, p < 0,05$ ve H₁ kabul) (Tablo 3).

Ruhsal zekanın çalışma algısını etkileyip etkilemediğini görebilmek için ANOVA sonuçlarına bakılmıştır (Tablo 4). F değeri anlamlı bulunduğu için bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde etkisi vardır ($F = 25,1; p < 0,05$). Dolayısıyla ruhsal zeka ile çalışma algısı için kurulan regresyon modelimiz istatistiksel olarak anlamlı bir modeldir.

Tablo4: Regresyon Analizi İçin ANOVA Tablosu

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,593	1	1,593	25,082	,000 ^b
	Residual	13,785	217	,064		
	Total	15,379	218			

a. Dependent Variable: İGA

b. Predictors: (Constant), SQ

Tablo 5'e göre; t değeri her düzeyde anlamlı bulunduğu için ($p < 0,05$) ruhsal zeka değişkeninin katsayısı istatistiksel olarak anlamlıdır. O halde ruhsal

zekadaki 1 standart sapma miktarı değişim, çalışma algısında % 32.2 kadar değişime neden olabileceği değerlendirilmiştir.

Tablo 5: Regresyon Katsayıları
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,630	,112		23,438	,000
	sq_ortalama	,152	,030	,322	5,008	,000

a. Dependent Variable: İGA

Özetle modelimizin tahmini sonucu aşağıdaki gibidir:
Çalışma Algısı = 2,630 + 0,322 * (Ruhsal Zeka)

Faktörler Arasındaki İlişkilerin Test Edilmesi

Ruhsal zeka faktörleriyle çalışma algısı faktörleri arasında ilişkiyi test eden 28 alt hipotez (H_{2a} ... H_{2g}, H_{3a} ... H_{3g}, H_{4a}... H_{4g}, H_{5a}...H_{5g}.) bulunmaktadır.

Tablo 6: Faktörler Arasındaki İlişki İçin Korelasyon Analizi

Faktörler		Farkındalık H _{2a} ... H _{2g}	Kişisel Anlam Üretimi H _{3a} ... H _{3g}	Önemli Varoluşsal Düşünme H _{4a} ... H _{4g}	Bilinçli Durum Genişlemesi H _{5a} ... H _{5g}
Girişimcilik Odaklı	Pearson Correlation	,140*	,375**	,045	,247**
	Sig. (2-tailed)	,038	,000	,506	,000
Akılcılık Odaklı	Pearson Correlation	,125	,252**	-,057	,163*
	Sig. (2-tailed)	,065	,000	,402	,016
Riya Odaklı	Pearson Correlation	,136*	-,007	,088	,075
	Sig. (2-tailed)	,045	,912	,196	,272
Yaşam Değ. Kökenli	Pearson Correlation	,342**	,188**	,176**	-,057
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,009	,397
Sadakat Odaklı	Pearson Correlation	,204**	,166*	,087	,048
	Sig. (2-tailed)	,002	,014	,198	,476
Profesyonelli k Odaklı	Pearson Correlation	,188**	,252**	,142*	,251**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,036	,000
Çıkar Odaklı	Pearson Correlation	-,044	-,072	,003	-,026
	Sig. (2-tailed)	,518	,292	,965	,697

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Faktörler arasındaki ilişkiyi gösteren Tablo 6'daki korelasyon analizi incelenerek ilgili 28 hipotez ve sonuçları aşağıdaki gibi verilmiştir.

H₂: Ruhsal zekanın farkındalık faktörüyle çalışma algısının faktörleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır.

Korelasyon analizine göre H₂ hipotezi; çalışma algısının girişimcilik odaklı, riya odaklı, yaşam değerleri kökenli, sadakat odaklı ve profesyonellik odaklı İGA için kabul edilmekte ve ruhsal zekanın farkındalık faktörüyle aralarında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$; Tablo 6). H₂ hipotezi; çalışma algısının akılcılık odaklı ve çıkar odaklı İGA için reddedilmiştir ($p > 0,05$; Tablo 6).

H₃: Ruhsal zekanın kişisel anlam üretimi faktörüyle çalışma algısının faktörleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır.

H₃ hipotezi; çalışma algısının girişimcilik odaklı, akılcılık odaklı, yaşam değerleri kökenli, sadakat odaklı ve profesyonellik odaklı İGA için kabul edilmekte ve ruhsal zekanın kişisel anlam üretimi faktörüyle aralarında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$; Tablo 6). H₃ hipotezi; çalışma algısının riya odaklı ve çıkar odaklı İGA için reddedilmiştir ($p > 0,05$; Tablo 6).

H₄: Ruhsal zekanın önemli varoluşsal düşünme faktörüyle çalışma algısının faktörleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır.

H₄ hipotezi; çalışma algısının yaşam değerleri kökenli ve profesyonellik odaklı İGA için kabul edilmekte ve ruhsal zekanın önemli varoluşsal düşünme faktörüyle aralarında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$; Tablo 6). H₄ hipotezi; çalışma algısının girişimcilik odaklı, akılcılık odaklı, riya odaklı, sadakat odaklı ve çıkar odaklı İGA için reddedilmiştir ($p > 0,05$; Tablo 6).

H₅: Ruhsal zekanın bilinçli durum genişlemesi faktörüyle çalışma algısının faktörleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır.

H₅ hipotezi; girişimcilik odaklı İGA, akılcılık odaklı İGA ve profesyonellik odaklı İGA için kabul edilmekte ve ruhsal zekanın bilinçli durum genişlemesi faktörüyle aralarında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmaktadır ($p < 0,05$; Tablo 6). H₅ hipotezi; riya odaklı, yaşam değerleri kökenli, sadakat odaklı ve çıkar odaklı İGA için reddedilmiştir ($p > 0,05$; Tablo 6).

Araştırma Hipotezlerine İlişkin Bulguların Bazı Demografik Değişkenler ile Test Edilmesi

Araştırmamızın bu aşamasında yeni bir değişken olarak ruhsal zeka ile demografik değişkenler arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığı üzerinde durulacaktır. Katılımcıların çoğunluğu benzer eğitimi aldığı için eğitim düzeyi bir değişken olarak test edilmeyecektir.

H₆: Ruhsal zekanın faktörlerine ait ortalamalarda, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Analize göre, bu çalışmada ruhsal zekanın bilinçli durum genişlemesi faktör ortalaması kadın katılımcılarda istatistiki açıdan anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur (H₆ hipotezi, $p < 0,05$; $t = -2,379$). Kadın ve erkek akademisyenler arasında ruhsal zekanın diğer faktörlerinde istatistiki açıdan anlamlı farklılık bulunmamıştır.

H₇: Ruhsal zekanın faktörlerine ait ortalamalarda, medeni duruma göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Analize göre, bu araştırmada ruhsal zekanın kişisel anlam üretimi faktör ortalaması evli katılımcılarda istatistiki açıdan anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur (H_7 hipotezi, $p<0,05$; $t=2,097$). Evli ve bekar akademisyenler arasında ruhsal zekanın diğer faktörlerinde istatistiki açıdan anlamlı farklılık bulunmamıştır.

H_8 : Ruhsal zekanın faktörlerine ait ortalamalarda, eğitim alanına göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_8 hipotezi, ruhsal zekanın bilinçli durum genişlemesi faktörü için kabul edilmiştir ($p<0,05$; $F=2,764$). Post-Hoc Tukey testine göre, Fen Bilimlerinde görevli akademisyenler ile Sağlık Bilimlerinde görevli akademisyenler arasında bilinçli durum genişlemesi düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_9 : Ruhsal zekanın faktörlerine ait ortalamalarda, mesleki tecrübeye göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_9 hipotezi, farkındalık ($p<0,05$; $F=2,931$) ve kişisel anlam üretimi ($p<0,05$; $F=3,781$) faktörleri için kabul edilmiştir. Post Hoc Tukey testine göre; mesleki tecrübesi (7-12 yıl) arası olan akademisyenlerin farkındalık düzeyi ile (1-6 yıl) ve (19-24 yıl) arası olanlar arasında anlamlı farklılık vardır. Mesleki tecrübesi (7-12 yıl) arası olan akademisyenlerin kişisel anlam üretimi düzeyi ile diğer gruplar arasında anlamlı farklılıklar vardır. (7 -12 yıl) arası olanlar söz konusu faktörlerde gruplar arasında en düşük ortalamayı almışlardır. Ayrıca mesleki tecrübesi (7 -12 yıl) arası olanlar ile 25 yıl ve daha çok olan akademisyenlerin ortalaması söz konusu boyutlarda ortalamanın altında değer almıştır.

H_{10} : Ruhsal zekanın faktörlerine ait ortalamalarda, yetişme dönemindeki aile büyüklüğüne göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_{10} hipotezi, farkındalık ($p<0,05$; $F=4,004$) ve kişisel anlam üretimi ($p<0,05$; $F=4,283$) faktörleri için kabul edilmiştir. Post Hoc Dunnett t-testine göre; yetişme döneminde aile büyüklüğü 2 kişi olan akademisyenlerin, aile büyüklüğü daha geniş olanlara göre farkındalık düzeyi daha düşüktür. Yetişme döneminde aile büyüklüğü 2 kişi olan akademisyenlerin sayısı örnekleme az olmakla birlikte, farkındalık düzeyi ortalaması 2,86 iken diğer grupların ortalaması 3,7 ile 4 arasındadır. Post Hoc Tukey testine göre; aile büyüklüğü 4 olanlar ile 6 ve daha geniş olan akademisyenlerin kişisel anlam üretimi düzeyi anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Yetişme döneminde aile büyüklüğü 6 ve daha geniş olan akademisyenlerin kişisel anlam üretimi düzeyi ortalaması 4,03 iken aile büyüklüğü 4 kişi olanların kişisel anlam üretimi düzeyi ortalaması 3,63'tür.

H_{11} : Ruhsal zekanın faktörlerine ait ortalamalarda, yaşa göre anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H_{11} hipotezi, kişisel anlam üretimi ($p<0,05$; $t=3,859$) ve bilinçli durum genişlemesi ($p<0,05$; $t=2,112$) faktörleri için kabul edilmiştir. Sonuca göre kişisel anlam üretimi ve bilinçli durum genişlemesi faktör ortalamaları, X kuşağından (doğum tarihi 1960-1979 arasında olan) katılımcılarda, Y kuşağından (doğum

tarihi 1980-2000 arasında olan) katılımcılara göre istatistiki açıdan anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ruhsal zeka ile çalışma algısı arasında anlamlı düzeyde ilişki olup olmadığını test eden hipotez sonuçlarına göre, yapılan korelasyon analizinde ruhsal zeka ile çalışma algısı ortalamaları arasında anlamlı düzeyde pozitif yönlü ilişki olduğu bulunmuştur. Ruhsal zekanın çalışma algısını ne ölçüde etkilediğini anlayabilmek için yapılan regresyon analizi sonucu, kurulan model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ruhsal zekadaki 1 standart sapma miktarı değişim, çalışma algısında % 32.2 kadar değişime neden olabileceği değerlendirilmiştir. O halde bu araştırma sonuçlarına göre; ruhsal zeka düzeyindeki artış, iş görme anlayışını pozitif yönde etkilemektedir ve ruhsal zeka düzeyinin geliştirilmesi için atılan adımlardan çalışma algısını da olumlu yönde etkileyeceği beklenebilir.

Faktörler arasında ortaya çıkan en yüksek korelasyon; kişisel anlam üretimi faktörüyle girişkenlik, çalışkanlık, iradecilik, ıleri görüşlülük, disiplin ve girişimcilik ifadelerinden oluşan girişimcilik odaklı İGA faktörü arasında görülmektedir. O halde, bireyin hayatında amaç ve anlam bulabilmesi, bu amaç doğrultusunda kararlar verebiliyor olması, düşüncelerini, hislerini ve farkındalıklarını kontrol edebilmesi ve yaşamın farkında olması; bir işe çekinmeden girebilmesine, insanlarla kolaylıkla ilişki kurabilmesine, çalışmayı sevmesine, iradeli davranmasına, ileride olabilecekleri önceden düşünebilmesine, sistematik, programlı ve zamanlı olmasına, yeni işlere girerken kaçınmamasına olumlu yönde etkide bulunmaktadır.

Faktörler arasında ortaya çıkan ikinci sırada yüksek korelasyon; farkındalık faktörüyle kanaatkarlık, kadcercilik, gelenekçilik, dostluk, milliyetçilik ve din ifadelerinden oluşan yaşam değerleri kökenli İGA faktörü arasında görülmektedir. O halde, hayatın maddesel olmayan yönlerini tanımak, insan hayatında beden, kişilik ve duygulardan daha anlamlı olan niteliklerin olduğunu düşünebilmek, kendini daha iç, derinlemesine, fiziksel olmayan şekilde tanımlayabiliyor olmak, herhangi bir hata yaptığında yine de onun altında bir anlam bulabilmek ve hayatındaki olayların anlamını sık sık düşünmek, kendi ve diğer insanlar arasındaki derin bağın farkında olmak, insanoğlu ve tüm evren arasındaki ilişki hakkında düşünebilmek; bireyi daha kanaatkar yapmakta ve kültürel, milli ve dini değerlere bağlı, dostluk ilişkilerine önem veren bir anlayış kazanmasında etkili olmaktadır diyebiliriz.

Faktörler arasında ortaya çıkan üçüncü sırada yüksek korelasyon ise bilinçli durum genişlemesi faktörüyle profesyonellik odaklı İGA ve girişimcilik odaklı İGA arasında bulunmaktadır. Bu sonuçtan; kişinin bilinç ve farkındalığını artırmak için kendi tekniklerini geliştirebiliyor olmasının, farkındalığı arttığında sorunları ve seçenekleri daha iyi görebiliyor olmasının; iş görürken profesyonellik ve girişimcilik odaklı iş görme anlayışını olumlu yönde destekleyeceğini çıkarabiliriz.

Ayrıca ruhsal zekanın tüm faktörleriyle profesyonellik odaklı İGA arasında anlamlı düzeyde ilişki bulunmuştur. Bunun tersine, ruhsal zekanın hiçbir faktörüyle çıkar odaklı İGA arasında anlamlı düzeyde ilişki bulunmamıştır.

Ruhsal zeka ile demografik değişkenler arasında anlamlı farklılıkların olup olmadığını test eden analizlere göre, faktörler arasında anlamlı düzeyde bulunan sonuçlar şu şekildedir:

Cinsiyet değişkeni açısından; ruhsal zekanın bilinçli durum genişlemesi ortalaması kadın katılımcılarda anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur.

Medeni durum değişkeni açısından; ruhsal zekanın kişisel anlam üretimi faktör ortalaması evli katılımcılarda anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur.

Eğitim alanı değişkeni açısından; Fen Bilimlerinde görevli akademisyenlerle Sağlık Bilimlerinde görevli akademisyenler arasında ruhsal zekanın bilinçli durum genişlemesi düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu boyuttaki ifadeleri Fen Bilimlerinde görevli akademisyenler kendileri için 'biraz doğruya yakın ifadeler' olarak buluyorken Sağlık Bilimlerinde görevli akademisyenler kendileri için 'çok doğruya yakın ifadeler' olarak bulmuşlardır.

Mesleki tecrübe değişkeni açısından; (7 -12 yıl) arası olanlar ruhsal zekanın farkındalık ve kişisel anlam üretimi faktörlerinde gruplar arasında en düşük ortalamayı almışlardır. Ayrıca mesleki tecrübesi (7 -12 yıl) arası olanlarla 25 yıl ve daha çok olanların ortalaması söz konusu boyutlarda ortalamanın altında değer almıştır.

Aile büyüklüğü değişkeni açısından; aile büyüklüğü 4 olanlarla 6 ve daha geniş olan akademisyenlerin ruhsal zekanın kişisel anlam üretimi düzeyi anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Aile büyüklüğü 6 ve daha geniş olan akademisyenlerin kişisel anlam üretimi düzeyi ortalaması daha yüksektir.

Yaş değişkeni açısından; ruhsal zekanın kişisel anlam üretimi ve bilinçli durum genişlemesi faktör ortalamaları, X kuşağından olan katılımcılarda anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur. Ruhsal zeka ortalamasının X kuşağından olan katılımcılarda anlamlı olarak daha yüksek bulunması ise yazıyla uyumludur (Aydıntan, 2009).

Çalışmasında SISRI-24 ruhsal zeka ölçeğini kullanan Çat (2014)'ın araştırma bulgularında ruhsal zeka ile cinsiyet ve medeni durum arasında anlamlı bir farklılık bulunmazken, mesleki tecrübesi 0-6 yıl arası olanlarla 25 ve üstü yıl olanlar arasında ruhsal zekaya verilen yanıtlar açısından anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Araştırma akademisyenlerin ruhsal zeka özellikleriyle çalışma algısı arasındaki ilişkilerin niteliği ile sınırlandırılmış ve bu ilişkinin çalışma yaşamındaki diğer kesimlere (sanayi sektörü, sağlık ve hizmet sektörü gibi) yansımalarının nasıl olduğu sorusuna yanıt arayacak biçimde tasarlanmamıştır. Bu araştırmadan elde edilen bulgular ve çalışmanın kısıtları, çalışmanın devamı niteliğinde değerlendirilebilecek yeni araştırmalar için aşağıda yer alan bazı önerilerde bulunmaktadır.

Ruhsal zeka özellikleri ile çalışma algısı arasındaki ilişkinin niteliği çalışma yaşamındaki diğer kesimler için de araştırılabilir. Ruhsal zeka özellikleri

ile çalışma algısı arasındaki ilişkilerin örgüt kültürüne nasıl yansıdığı araştırılabilir. Ruhsal zeka düzeyi ile stres düzeyi, takım çalışması, kişilik, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışları, iş tatmini, vb. konularda ilişkilerin niteliği ve örgüt kültürü açısından yansımaları araştırılabilir. Ruhsal zeka düzeyinin geliştirilmesi adına neler yapılabileceği araştırılabilir. Örgütlerde ruhsal zeka düzeyinin geliştirilmesine yönelik faaliyetlerin etkisini inceleyen araştırmalar yapılabilir. Özellikle de ruhsal zeka özelliklerinin örgüt yaşamındaki etkilerini görmek açısından söz konusu araştırmalar anlamlı ve faydalı olabilir.

Çağımızın işletmeleri farklı kültürlerden ve kuşaklardan çalışanların bir arada faaliyet gösterdiği mozaik örgüt yapısına sahiptir. İşletmelerin çalışanlarıyla birlikte her açıdan varlıklarını bir bütün olarak sürdürebilmeleri için mozaik metaforundan ebru metaforuna geçiş yapmaları önerilebilir. Mozaikteki parçacıklar yapaydırlar, bütün içinde oldukları gibi kalırlar, kaynaşmazlar ve zamanla aşınarak ayrılırlar. Oysa ebruda renkler iç içe kaynaşmış olağanüstü bir birliktelik ve bütünlük sergiledikleri için isteseniz de ayırmak mümkün değildir.

Attila Durak'ın ifadesiyle "Ebruya uzaktan bakarsanız, renkler karışmış gibi görünür ama yakınına gittiğinizde hiçbir zaman renklerin birbirinin içine girmediğini görürsünüz" (Celal, 2007). Renkler birbirlerine dokunurlar, birbirlerine yer açarlar, ve yoğunluk nedeniyle yüzeyde yer bulamadıkları zaman içe doğru derinleşirler, ama kendi karakterlerini de korurlar. İşte ruhsal zeka bireye ebru metaforundaki gibi bir kişilik kazandırmaktadır. Farklı kültürlerden ve kuşaklardan çalışanların bir arada iş görmesiyle meydana gelen mozaik örgüt yapısında ruhsal zeka yeteneklerinin geliştirilmesiyle çalışanlara ebru karakteri kazandırılabilir ki, işletmelerin istikballeri adına buna ihtiyaçları vardır.

Ruhsal zeka bağlama göre farklı bir anlam ve değer taşıdığından, bir başka ifadeyle insanların içinde yaşadığı kültür ve din gibi toplumun kalıplarına göre ruhsal zekaya yüklenen anlam değişeceğinden bu araştırma farklı bağlamlarda farklı sonuçlar verebilir.

Ancak araştırmanın kuramsal arka planına dayanarak oluşan beklentiye göre; ruhsal zekanın biyolojik yeri olan frontal alanın işlevine dikkatleri yönlendirdiğimizde ruhsal zekanın özünde ayrımcılık, kategorileştirme ve sınıflandırma yerine ebrudaki gibi bütüncül bir anlayış hakimdir. Gerekliğinde prensipler bir başka deyişle kırmızı çizgiler esneyebilir. Ruhsal zeka yeteneklerinin geliştirilmesiyle bireylerin, hangi kuşaktan ve kültürden olursa olsun, hem özel hayatında hem iş hayatında birlik ve beraberliği sürdürebilmek, bütünlüğü koruyabilmek için ortak bir amaç ve değerler sisteminde birleşecekleri umulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akgemci, T., ve Bekiş, T. (2013, Ekim). Liderlikte Ruhsal Zeka Üzerine Bir Alan Araştırması. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(26), 283-300. <http://sead.selcuk.edu.tr/sead/article/download/167/166>
- Aldemir, C., Arbak, Y., ve Özmen, Ö. (2003). Türkiye'de İşgörme Anlayışı: Tanımı Ve Boyutları. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 5-28. <http://www.yad.baskent.edu.tr/makale.htm#MAKALELER>

- Amram, Y. (2007, August). The Seven Dimensions of Spiritual Intelligence: An Ecumenical, Grounded Theory. *Association, Paper Presented at The 115th Annual Conference of The American Psychological Association*. San Francisco, CA. http://www.yosiamram.net/docs/7_Dimensions_of_SI_APA_confr_paper_Yosi_Amram.pdf
- Aydıntan, B. (2009). Ruhsal Zekânın Dönüştürücü Liderlik Üzerine Etkisini Araştıran Uygulamalı Bir Çalışma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(2), 257-274. <http://e-dergi.atauni.edu.tr/atauniiibd/article/viewFile/1025003840/1025003668>
- Baloğlu, N., ve Karadağ, E. (2009). Ruhsal Liderlik Üzerine Teorik Bir Çözümleme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 15(58), 165-190. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/kuey/article/viewFile/5000050594/5000047842>
- Başar, E. (2013). Translational Research: Brain Oscillations In Neuropsychiatric Disease. *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 15(3), 291-300. <http://www.dialogues-cns.com/publication/brain-oscillations-in-neuropsychiatric-disease/>
- Bennis, W. (2001). *Bir Lider Olabilmek*, Çev: Utku Teksöz. İstanbul: Sistem Yayıncılık
- Bozkurt, V. (2000). *Püritanizmden Hedonizme Yeni Çalışma Etiği* (1. b.). Bursa: Alesta
- Celal, M. (2007, Temmuz 19). Ebru: Kültürel Çeşitlilik Üzerine Yansımalar. *Cumhuriyet Kitap Eki*. <http://www.metiskitap.com/catalog/text/68888>
- Chaudhary, B., ve Aswal, M. (2013, October 7). Imparting Spiritual Intelligence Curriculum In Our Classrooms. *European Academic Research*, 1(7), 1508-1515. <http://euacademic.org/UploadArticle/112.pdf>
- Çat, S. (2014). *Acil Yardım, Kurtarma Ve Müdahale Çalışanlarının Ruhsal Zeka Ve Tükenmişlik Düzeylerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Çalışma: Gümüşhane İli Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gümüşhane Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gümüşhane
- Covey, S. (2004). *The 8th Habit: From Effectiveness to greatness*. Free Press
- Damasio, A. (1994). *Descartes' Error : Emotion, Reason, And The Human Brain*. London: Penguin
- Damasio, A. R. (2000). *The Feeling of What Happens: Body and Evolution in the Making of Consciousness*. (1. b.). New York: Harvest
- Emmons, R. A. (2000). Is spirituality an intelligence? Motivation, Cognition, and the Psychology of Ultimate Concern. *The International Journal for the Psychology of Religion*(10), 3-26. Doi:10.1207/S15327582IJPR1001_2
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (4. b.). London: Sage.
- Forghania, A. K., Dehkordib, A. M., Mobarakic, M. H., ve Toulid, M. N. (2014). Studying the Effects of Employee's Spiritual Intelligence on Work Engagement in Ferdowsi University of Mashhad. *Asian Journal of Research in Business Economics*, 4(8), 292-304. <http://www.indianjournals.com/ijor.aspx?target=ijor:ajrbem&volume=4&issue=8&article=026>
- Gardner, H. (2012, Haziran). The Theory of Multiple Intelligences. <http://www.pz.harvard.edu/sites/default/files/Theory%20of%20MI.pdf>
- Jensen, E. (1998). *Teaching With The Brain In Mind* (2. b.). Virginia, USA: Association for Supervision and Curriculum Development Alexandria.
- Keleş, E., ve Çepni, S. (2006). Beyin Ve Öğrenme Yıl 3, Sayı 2, Aralık 2006. *Türk Fen Eğitimi Dergisi*, 3(2), 66-82. <http://egitimaraastirmasi.ueuo.com/ogrenme/2006aralik.pdf>
- Kesken, J., ve Ayyıldız, N. A. (2008). Liderlik Yaklaşımlarında Yeni Perspektifler: Pozitif Ve Otantik Liderlik. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 729-754. https://www.academia.edu/6423052/L%C4%B0DERL%C4%B0K_YAKLA%C5%9EIM_LARINDA_YEN%C4%B0_PERSPEKT%C4%B0FLER
- King, D. B. (2008). *Rethinking Claims Of Spiritual Intelligence: A Definition, Model, And Measure*. (Unpublished Master's Thesis). Trent University, Canada.
- Köse, S., Oral, L., ve Tetik, H. T. (2014). Y Kuşağının Birinci Ve İkinci Yarısında İş Değerlerinin Karşılaştırılması Üzerine Bir Araştırma. *HUMANITAS Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, *Uluslararası Hakemli Dergi*(3), 149-165. <http://humanitas.nku.edu.tr/article/viewFile/5000107778/5000100511>

- Levy, R. B. (2000). My Experience as Participant in The Course of Spirituality for Executive Leadership. *Journal of Management Inquiry*, 9(2), 129-131. <http://jmi.sagepub.com/content/9/2/129.full.pdf+html>
- Moxley, R. S. (2000). *Leadership and Spirit*. San Francisco,CA: Jossey-Bass.
- Nasel, D. D. (2004). *Spiritual Orientation in Relation to Spiritual Intelligence: A Consideration of Traditional Christianity and New Age/Individualistic Spirituality*. (Unpublished Doctoral Dissertation). University of South Australia.
- Özdemir, S., ve Yiğit Seyfi, Ü. (2015). A Transformation From the Cages of Spirits to the Spiritual Organizations: Different Solutions to Employee Oriented Issues. *The 2015 WEI International Academic Conference Proceedings* (s. 230-234). Harvard, USA: The West East Institute. <http://www.westeastinstitute.com/wp-content/uploads/2015/07/Selim-TX.pdf>
- Pallant, J. (2010). *SPSS Survival Manual* (4. b.). New York, USA: McGraw-Hill Open
- Singer, W. (1999, February). Striving for Coherence. *Nature*, 397, 391-393. http://cognitrn.psych.indiana.edu/busey/erp/Singer_Nature.pdf
- Tarhan, N. (2013). *Duyguların Psikolojisi* (13. b.). İstanbul: Timaş.
- Tınar, M. Y. (1996). *Çalışma Psikolojisi*. İzmir: Necdet Bükey.
- Uslu Üstten, A. (2008). Kuantum Biliminin Getirdiği Yenilikler Işığında Ruhsal Zekânın Edebiyat Eğitiminde Kullanılması. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). *Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü*, Ankara.
- Vaughan, F. (2002). What is Spiritual Intelligence? *Journal of Humanistic Psychology*, 42(2), 16-33. <http://www.francesvaughan.com/files/Spiritualintell.pdf>
- Wolman, R. N. (2001). *Thinking With Your Soul: Spiritual Intelligence and Why It Matters*. New York: Harmony.
- Zohar, D. (2004, September). How The Bush Administration Has Deminished America's Spiritual Capital. *Tikkun Magazine*(19). http://jstrandetypepad.com/blog/2004/11/leadership_12_k.html
- Zohar, D., ve Marshall, I. (2004). *Ruhsal Zekamızla Bağlantı Kurmak*. (B. Erdemli, ve K. Budak, Çev.) İstanbul: Meta.

SUMMARY

In today's working conception, it seems to have needed approaches which tackle human as a whole with physical, mental, emotional and spiritual aspects. In this context, spiritual intelligence is a holistic approach and a type of consideration. This research is formed to question the nature of connections between the spiritual intelligence and perception of work.

For the concept of spiritual intelligence, which is the main topic of the research; Firstly, further question was searched for an satisfactory answer. "Is spiritual intelligence a scientific fact or a legend, which is particularly made to attract the attention of business World?" As a result of extensive literature survey, It has been found that the anatomical and physiological sub-structure meets the necessary criteria in order to qualify psychic abilities as an intelligence. The majority of the basic research revealed that scientists made the nervous base in the brain of the spiritual intelligence evident. Concepts are becoming widespread in international literature such as spirituality, spiritual institutions, workplace spirituality, and spiritual leadership which are related to spiritual intelligence and these concepts may express different aspects of spiritual intelligence.

Spiritual intelligence is a set of skills in which people embody spiritual resources, values and qualities they use it while making meaningful decisions,

thinking about existing issues, solving daily life problems and at the same time increasing their level of work and wealth. In other words, spiritual intelligence is defined as the practical application of potentially existing spiritual abilities and resources.

At the beginning of the factor, "Is there a meaningful connection between spiritual intelligence and work perception?" This question made people think about the search for meaning, purpose, integrity and sociability in their work. Furthermore, the study perception is not only physical but also related to spiritual reasons; Whatever the source, the use of spiritual solutions predominantly to overcome the distress resulting from perception; The inadequacy or lack of talents in the spiritual and emotional areas impedes the development and growth of the organization; The role and importance of spiritual intelligence in organizational life; Research findings showing that there is a connections between spiritual intelligence and personality; the place of classical management mentality must be supplanted by things which requires heart, mind and soul integrity rather than physical labor; The fact that the transformation of job values is matched with mental intelligence abilities has strengthened the idea that there may be a meaningful relationship between spiritual intelligence and work perception.

Within the scope of this research, it was concluded that there is a meaningful connection between spiritual intelligence and work perception, and the formed model was adopted. The increase in the level of mental intelligence affects the perception of work positively.

Based on the theoretical background of this research we can say that: According to human resources managers, when individuals get a job, it is related to cognitive intelligence levels (IQ) and when they get a promotion, it is related to emotional intelligence levels (EQ) but if individuals demand to be irreplaceable for the institution, it is related to spiritual intelligence levels.

Today's business operations has a mosaic structure in which people from different cultures and generations work together. It is necessary to develop spiritual intelligence skills for the stated institutions to continue their existences together with their employees. Spiritual intelligence makes people produce new things, change the rules when it is necessary, activate the sense of decency, bend the strick rules with compassion and understanding, be able to identify the limits of understanding and compassion, and be able to evaluate events from different perspectives.

Spiritual intelligence, which plays an active role in enriching our inner world is expressed by danah zohar (2004) with 12 attributes: self-awareness, spontaneity, being vision and value led, holism, compassion, celebration of diversity, field independence humility, tendency to ask fundamental "Why?" questions, ability to reframe, positive use of adversity and sense of vocation. These features are learnable skills.

Mankind can improve these skills and take life's success and satisfaction to the higher levels. It is a function of spiritual intelligence to avoid sudden and hot tempered behaviours and to be able to analyze events from various angles,

both analytically and emotionally, with mind and heart cooperation. Spiritual intelligence makes us show conscious behaviours by adding our thoughts to what we feel.

Differences in perception of work can be made advantageous by developing spiritual intelligence skills. Thus, it is hoped that individuals will unite in a common purpose and values system in order to be able to maintain unity and solidarity in both private and business life, whatever culture and generation they belong to.

Supplier Selection for A Textile Company Using The Fuzzy TOPSIS Method

V. Sinem ARIKAN KARGI*

ABSTRACT

The rapid changes that occur nowadays increase the uncertainties around companies and make the decision process harder. The problems encountered in real life predominantly have complex structures and depend on multiple criteria and alternatives. For that reason, fuzzy and multiple-criteria decision making methods are gaining importance. The aim of this study is to help a textile company, which produces shirt-making fabric, choose the most suitable yarn supplier from a number of alternatives. To solve the company's problem in choosing the right supplier, the fuzzy TOPSIS method was proposed in order to handle the linguistic variables used by the decision makers. In the study, the criteria determined by the decision makers were taken into consideration and three suppliers were evaluated to identify the most suitable one.

Key Words: Fuzzy Sets, Fuzzy TOPSIS, Selecting Supplier in Fuzzy Environment, Textile
JEL Classification: C44, D81, L67

Bir Tekstil Firmasında Bulanık TOPSIS Yöntemiyle Tedarikçi Seçimi

ÖZ

Günümüzde yaşanan hızlı değişim, işletmelerin çevresindeki belirsizlikleri arttırmış, karar verme işlemini de zorlaştırmıştır. Gerçek hayatta karşılaşılan problemlerin yapısı çoğunlukla karmaşık aynı zamanda birden çok kriter ve alternatifi içermektedir. Bu nedenle bulanık çok kriterli karar verme yöntemlerinin kullanılması önem kazanmıştır. Çalışmamızın amacı gömleklik kumaş üretimi yapan bir tekstil işletmesinin kullanacağı ipliğin alternatif tedarikçileri arasından en uygun olanının seçimine yardımcı olmaktır. İşletmenin tedarikçi seçim problemine karar vericilerin sözel değerlendirmelerinde yer alan belirsizliği ele alabilmek için bulanık TOPSIS yöntemi önerilmiştir. Çalışmada, karar vericiler tarafından belirlenen kriterler göz önüne alınarak üç tedarikçi firma arasından işletme için en uygun tedarikçi firma belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bulanık kümeler, Bulanık TOPSIS, Bulanık Ortamda Tedarikçi Seçimi, Tekstil

JEL Sınıflandırması: C44, D81, L67

INTRODUCTION

In today's competitive conditions, managers should make the right decisions in order to keep the business enterprise stable, and gain and sustain any competitive advantage. Most business enterprises acknowledge the importance of links between companies to maintain a competitive structure and increase their market share. For this reason, businesses started to re-establish their connections with suppliers and customers on the basis of collaboration and of creating shared values. The collaboration developed with suppliers has benefits for both product

* Arş. Grv. Dr., Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ekonometri Bölümü, vesa@uludag.edu.tr

quality improvements and cost reduction, while increasing the flexibility of production.

Choosing a supplier is a decision-making problem that involves taking many different criteria into consideration to deliver a solution. It is not easy to make correct and effective decisions when the complexity of the problem's structure is increasing and the results have greater impact on the business. For that reason, utilizing scientific methods is becoming a requirement.

The aim of this study is to help a textile company, which produces shirt fabric, choose the most suitable yarn supplier from a number of alternatives. Therefore, the fuzzy TOPSIS (Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution) method is recommended to companies because it is one of the multiple-criteria fuzzy decision-making methods and is easy to apply. The FTOPSIS method is a multiple-criteria decision-making method that helps makes group decisions by interpreting uncertainties based on the linguistic assesment of the employees.

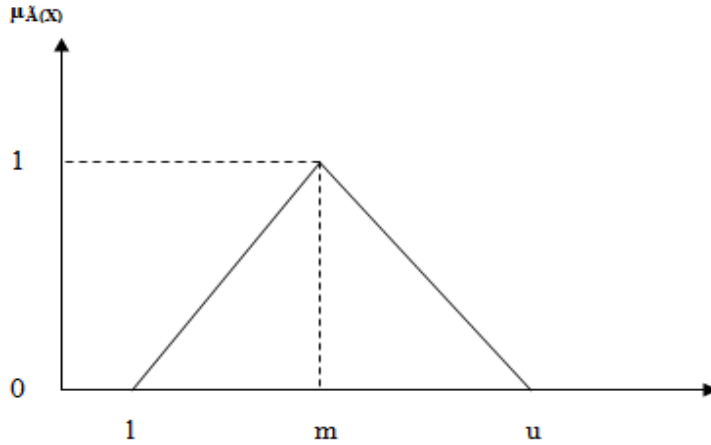
To interpret and understand the FTOPSIS model clearly, fuzzy sets and fuzzy numbers are explained first in the Fuzzy Sets Theory section. Then the fuzzy TOPSIS method is explained. In the application section, the most suitable yarn supplier for a textile company producing shirt fabric is then determined using the FTOPSIS method.

I. FUZZY SETS THEORY

Fuzzy sets were interpreted for the first time in the article titled "Fuzzy Sets" by Lotfi A. Zadeh in 1965 (Zadeh, 1965:338). In this study, Zadeh noted that human thinking is mostly fuzzy, not definitive. Therefore, he expressed a two-valued logic system using 0 and 1 fails to define that thinking (Elmas, 2011:186). Fuzzy logic principles provide the ability to interpret those uncertainties. A fuzzy set is defined with a membership function where each element has degrees of membership that vary between 0 and 1 (Zadeh, 1965:338). Membership degrees are continuous for a fuzzy set. A fuzzy set is shown with a tilde symbol over a letter (\tilde{A}). For the fuzzy set \tilde{A} , the membership function is defined as $\mu_{\tilde{A}} : E \rightarrow [0,1]$ (Hohle and Rodahaugh, 1999: 63).

Different fuzzy numbers can be used for different types of studies. In general, triangular or trapezoidal fuzzy numbers are used for practical applications. In this study, triangular fuzzy numbers have been used. A triangular fuzzy number is shown below in Figure 1. A triangular fuzzy number is shown as $(l/m, m/u)$ or (l,m,u) . The symbols l,m,u represent the minimum possible value, the possible value and the maximum possible value respectively (Mahmoodzadeh et al., 2007:303).

Figure1.Triangular Membership Function



A triangular membership function and its elements are represented as follows:

$$\mu_{\tilde{A}} = \begin{cases} 0 & , x < l \\ (x - l)/(m - l) & , l \leq x \leq m \\ (u - x)/(u - m) & , m \leq x \leq u \\ 0 & , x > u \end{cases} \quad (1)$$

The distance between two triangular Fuzzy numbers can be calculated by vertex method $\tilde{m} = (m_1, m_2, m_3)$ and $\tilde{n} = (n_1, n_2, n_3)$ represent two fuzzy numbers and the calculation of the difference between \tilde{m} and \tilde{n} with the vertex method is shown in Equation 2 below(Chen,2000:3).

$$d(\tilde{A}, \tilde{B}) = \sqrt{\frac{1}{3} [(m_1 - n_1)^2 + (m_2 - n_2)^2 + (m_3 - n_3)^2]} \quad (2)$$

II. FUZZY TOPSIS METHOD

The TOPSIS method was developed by Hwang and Yoon in 1981 and is one of the multiple-criteria, decision-making (MCDM) methods. In general the TOPSIS method is based on the chosen alternative being closest to the positive ideal solution and furthest from the negative ideal solution. In the TOPSIS method, crisp numbers are used in performance analysis and for the weight of importance of criteria. However, human thinking in decision making is uncertain in general, and preferences can not be estimated with crisp values. Therefore, in measuring human decisions, new methods using TOPSIS with fuzzy numbers were developed when numerical values failed. The fuzzy TOPSIS method was developed to eliminate the uncertainty in human decision making and is also one of the multiple-criteria, decision-making methods that are used in solving problems with linguistic uncertainty and which require a group decision (Chen, 2000:1-9).

The first studies on the fuzzy TOPSIS method are summarized below. The first application of the fuzzy TOPSIS method was made by Chen (2000) in a system analysis engineer's selection problem. After that, Shih, Yuan and Lee (2001) used this method for a company's vehicle selection problem, Chu (2002) used in an incorporation site selection problem, Tiryaki and Ahlatçioğlu (2005) used in portfolio selection problem, Jahanshahloo, Hosseinzadeh and Izadikhah (2006) used in the ordering of fifteen Iranian banks using their financial ratios, Chen et al. (2006) used in a supplier choice problem, Wang and Chang (2007) used in the evaluation of trainer planes in a fuzzy environment, Benitez et al. (2007) used in evaluating the service quality of three hotels, Wang (2008) used in measuring the financial performance of three regional airway enterprises in Taiwan, Kelemenis and Askounis (2010) used in employee selection problem, Matin et al. (2011) used in employee selection problem of an Iranian company and Ashrafzadeh et al. (2012) used in deciding on warehouse locations, by utilizing triangular fuzzy numbers; and they showed that the fuzzy TOPSIS algorithm is highly applicable. The application steps of the fuzzy TOPSIS algorithm are summarized below (Chen, 2000:6).

Step 1: A committee of decision makers is formed. Alternatives are determined for the committee and the criteria used for their evaluation.

Step 2: Linguistic variables used to evaluate the alternatives and to calculate importance weights of the criteria are determined.

Step 3: Linguistic variables are converted to fuzzy numbers to use in the importance weights of decision makers and for evaluating alternatives.

Step 4: A fuzzy decision matrix and normalized fuzzy decision matrix are formed.

Step 5: A weighted, normalized decision matrix is obtained.

Step 6: Fuzzy positive and negative ideal solutions are determined.

Step 7: Distances of each alternative to the fuzzy positive and fuzzy negative ideal solutions are calculated.

Step 8: Closeness coefficients are obtained for each alternative.

Step 9: According to the closeness coefficients, the ranking of the alternatives can be determined.

The most distinctive property of the FTOPSIS method, is that decision criteria can have different importance weights. Decision makers use suitable linguistic variables to determine the importance weights of decision criteria and to evaluate alternatives according to those criteria. The linguistic variables are shown as triangular fuzzy numbers in Table 1 and Table 2 (Chen, 2000: 6).

Table 1. Linguistic Variables for The Importance Weight of Each Criterion

Linguistic Variables	Triangular Fuzzy Numbers
Very Low (VL)	(0,0,0.1)
Low (L)	(0,0.1,0.3)
Medium Low (ML)	(0.1,0.3,0.5)
Medium (M)	(0.3,0.5,0.7)
Medium High (MH)	(0.5,0.7,0.9)
High (H)	(0.7,0.9,1.0)
Very High (VH)	(0.9,1.0,1.0)

Table 2. Linguistic Variables for The Ratings

Linguistic Variables	Triangular Fuzzy Numbers
Very Poor (VP)	(0,0,1)
Poor (P)	(0,1,3)
Medium Poor (MP)	(1,3,5)
Fair (F)	(3,5,7)
Medium Good (MG)	(5,7,9)
Good (G)	(7,9,10)
Very Good (VG)	(9,10,10)

In this study, the fuzzy TOPSIS method used is based on the model that Chen developed. The mathematical definition of the fuzzy TOPSIS method is given below (Chen, 2000:1–9).

The importance weights of the criteria and the criteria values of alternatives are calculated by using Equation (3) and Equation (4), where K decision makers exist and \tilde{w}_j^K indicates the importance weight of the Kth decision maker, and \tilde{x}_{ij}^K indicates the criteria values of the ith alternative.

$$\tilde{x}_{ij} = \frac{1}{K} [\tilde{x}_{ij}^1 (+) \tilde{x}_{ij}^2 (+) \dots (+) \tilde{x}_{ij}^K] \tag{3}$$

$$\tilde{w}_j = \frac{1}{K} [\tilde{w}_j^1 (+) \tilde{w}_j^2 (+) \dots (+) \tilde{w}_j^K] \tag{4}$$

A fuzzy multiple-criteria decision problem matrix and the criteria weight vector with n criteria and m alternatives is given below.

$$\tilde{D} = \begin{bmatrix} \tilde{x}_{11} & \tilde{x}_{12} & \dots & \tilde{x}_{1n} \\ \tilde{x}_{21} & \tilde{x}_{22} & \dots & \tilde{x}_{2n} \\ \cdot & \cdot & \dots & \cdot \\ \tilde{x}_{m1} & \tilde{x}_{m2} & \dots & \tilde{x}_{mn} \end{bmatrix}, \tilde{W} = [\tilde{w}_1, \tilde{w}_2, \dots, \tilde{w}_n] \quad (5)$$

Here, $\forall i,j \tilde{x}_{ij}$ and for $j=1,2,\dots,n \tilde{w}_j$ are linguistic variables, and those linguistic variables are expressed with the triangular fuzzy numbers as $\tilde{x}_{ij}(a_{ij}, b_{ij}, c_{ij})$, and $\tilde{w}_j = (w_{j1}, w_{j2}, w_{j3})$. \tilde{D} and \tilde{w} represent the fuzzy decision matrix and the importance weights of the decision criteria respectively. The next step, after forming the fuzzy decision matrix, is to normalize the decision matrix. The normalized fuzzy decision matrix is shown as \tilde{R} and is represented by Equation (6) given below.

$$\tilde{R} = [\tilde{r}_{ij}]_{m \times n} \quad i=1,2,\dots,m \ ; \ j=1,2,\dots,n \quad (6)$$

The normalized fuzzy decision matrix is calculated with the equations given below, where B and C represent the benefit criteria set, and cost criteria set, respectively.

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{c_j^*}, \frac{b_{ij}}{c_j^*}, \frac{c_{ij}}{c_j^*} \right), j \in B;$$

$$\tilde{r}_{ij} = \left(\frac{a_j^-}{c_{ij}}, \frac{a_j^-}{b_{ij}}, \frac{a_j^-}{a_{ij}} \right), j \in C; \quad (7)$$

$$c_j^* = \max_i c_{ij} \quad j \in B;$$

$$a_j^- = \min_i a_{ij} \quad j \in C.$$

The reason for using the normalization method is to ensure the normalized triangular fuzzy numbers are in the [0,1] interval.

After obtaining the normalized fuzzy decision matrix, the weighted normalized fuzzy decision matrix is calculated using Equation (8) below, since each criterion as a different importance weight.

$$\tilde{V} = [\tilde{v}_{ij}]_{m \times n} \quad i=1,2,\dots,m \quad j=1,2,\dots,n \quad (8)$$

The elements of this matrix are calculated using the equation

$$\tilde{v}_{ij} = \tilde{r}_{ij} (\otimes) \tilde{w}_j.$$

In the weighted normalized fuzzy decision matrix, $\forall i,j \tilde{x}_{ij}$ values are normalized positive triangular fuzzy numbers and are in the [0,1] interval.

After that, the fuzzy positive ideal solution (A^*) and the fuzzy negative ideal solution (A^-) should be determined. This is expressed in Equations (9) and (10).

$$A^* = (\tilde{v}_1^*, \tilde{v}_2^* \dots \tilde{v}_n^*) \tag{9}$$

$$A^- = (\tilde{v}_1^-, \tilde{v}_2^- \dots \tilde{v}_n^-) \tag{10}$$

Here there exists $\tilde{v}_j^* = (1,1,1)$ values, as many as the number of decision criteria in (A^*), where $j=1,2,\dots,n$. Similarly, there exists $\tilde{v}_j^- = (0,0,0)$ values, as many as the number of decision criteria in (A^-).

For each alternative, the calculation of distances to the (A^*) and (A^-) are shown in equations (11) and (12) below.

$$d_i^* = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij}, \tilde{v}_j^*), i=1, 2, \dots, m \tag{11}$$

$$d_i^- = \sum_{j=1}^n d(\tilde{v}_{ij}, \tilde{v}_j^-), i=1, 2, \dots, m \tag{12}$$

Where $d(\tilde{v}_{ij}, \tilde{v}_j^*)$ and $d(\tilde{v}_{ij}, \tilde{v}_j^-)$ are the distances between two fuzzy numbers, these distances are calculated by using the Vertex method.

After calculating the distances to the positive ideal solution and to the negative ideal solution, closeness coefficients (CC_i) are determined for each alternative in order to obtain a ranking. Each closeness coefficient is calculated using the equation given below.

$$CC_i = \frac{d_i^-}{d_i^* + d_i^-} \quad i=1, 2, \dots, m \tag{13}$$

It is obvious that if $A_i=A^*$, then $CC_i = 1$ and if $A_i= A^-$, then $CC_i = 0$. In another words, as the value CC_i gets closer to 1, the alternative A_i will be closer to the positive ideal solution and further from the negative ideal solution. Through graded ranking of CC_i , the ranking of all alternatives can be obtained, and the best possible alternative can be chosen. Evaluation results for the alternatives can be defined according to their closeness coefficients. In order to determine the evaluation results, the [0,1] interval was divided into five sub-intervals and linguistic variables were set for each sub-interval. The acceptance criteria of these five classes are shown in Table 3.

Table 3.Acceptance Criteria

Closeness Coefficient (CC _i)	Evaluation
$CC_i \in [0,0.2)$	Not recommended
$CC_i \in [0.2,0.4)$	Recommended with high risk
$CC_i \in [0.4,0.6)$	Recommended with low risk
$CC_i \in [0.6,0.8)$	Acceptable
$CC_i \in [0.8,1.0)$	Accepted and preferred

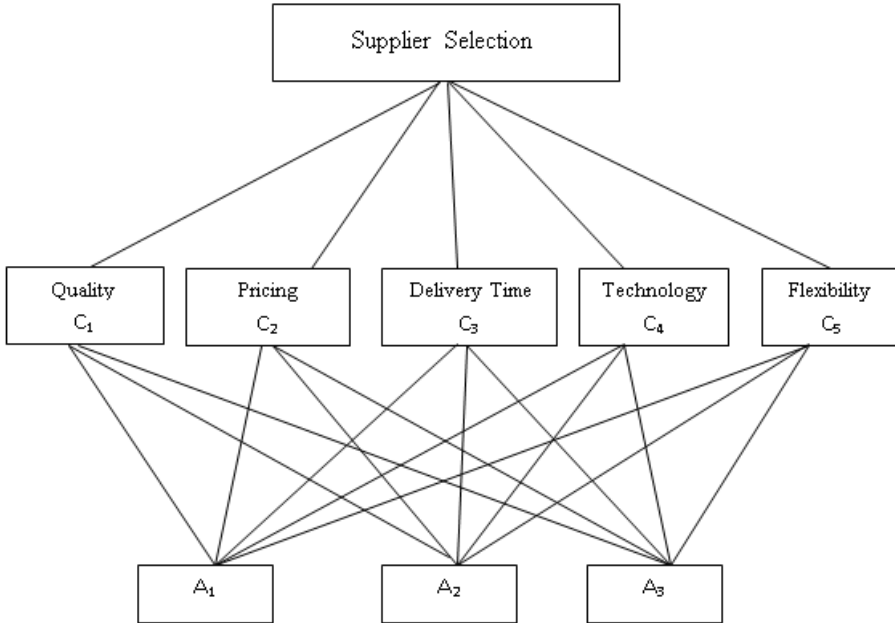
III. APPLICATION

The company that was chosen for the application is a textile company located in the Bursa textile industrial area, producing fabric used for making shirts. For the company, customer satisfaction is very important. However, other factors like quality or pricing are also important. For that reason, choosing the supplier is strategically important. There are many conflicting criteria with this problem. In conventional methods, some of the criteria are not taken into consideration, since they cannot be represented with crisp values. In addition to this, these methods cannot handle the uncertainties that the decision makers encounter during the process(Öztürk, Ertuğrul ve Karakaşoğlu,2008:798). For that reason, the fuzzy TOPSIS method, which is one of the multiple-criteria decision methods, had been proposed to the company for solving the supplier selection problem.

The criteria used in supplier selection were determined with a meeting we made with production, purchasing and quality managers. Three suppliers would be evaluated using five main criteria. The main criteria for our model were: quality, pricing, delivery time, technology and flexibility.

The hierarchical structure of the criteria, and alternatives used in supplier selection can be seen in Figure 2. With the five criteria determined, the three supplier alternatives were evaluated with the fuzzy TOPSIS method, and the best possible selection for the company was made. Alternative suppliers were represented as $A_i=(A_1, A_2, A_3)$ and the decision criteria used for evaluating those alternatives were represented as $C_i=(C_1, C_2, C_3, C_4, C_5)$.

Figure2. Hierarchical Structure of the Supplier Selection Problem



Decision makers determine the importance weights of the criteria by using the linguistic variables shown in Table 1. Table 4 shows the result of the decision-makers evaluations of the decision criteria by using the linguistic variables.

Table 4. Evaluations of Decision Makers for Decision Criteria Using The Linguistic Variables

	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅
D ₁	VH	H	VH	MH	MH
D ₂	H	MH	H	MH	MH
D ₃	VH	H	H	H	MH

D_i : i. Decision Maker, C_i : i. Decision Criteri

Evaluation results as triangular fuzzy numbers are shown in Table 5.

Table5. Evaluation Results of the Decision Criteria as Triangular Fuzzy Numbers

	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅
D ₁	(0.9,1,1)	(0.7,0.9,1)	(0.9,1,1)	(0.5,0.7,0.9)	(0.5,0.7,0.9)
D ₂	(0.7,0.9,1)	(0.5,0.7,0.9)	(0.7,0.9,1)	(0.5,0.7,0.9)	(0.5,0.7,0.9)
D ₃	(0.9,1,1)	(0.7,0.9,1)	(0.7,0.9,1)	(0.7,0.9,1)	(0.5,0.7,0.9)

Decision makers evaluated the supplier alternatives for each criterion, by using the linguistic variables shown in Table 2. Table 6 shows the alternative supplier evaluation results of the decision makers for each criterion, by using the linguistic variables.

Table 6. Alternative Supplier Evaluations of Decision Makers by Using the Linguistic Variables

		Suppliers		
Decision Makers	Criteria	A1	A2	A3
D1	C1	VG	MG	MG
	C2	G	F	MG
	C3	VG	MG	F
	C4	G	F	G
	C5	G	MG	MP
D2	C1	VG	MG	G
	C2	G	MG	F
	C3	G	F	G
	C4	G	MG	MG
	C5	G	F	M
D3	C1	G	G	VG
	C2	VG	F	MG
	C3	G	F	F
	C4	G	F	MG
	C5	G	MG	MP

The evaluation results were converted to the fuzzy triangular numbers by utilizing Table 2, in order to form the fuzzy decision matrix calculations. Evaluation results as triangular fuzzy numbers are shown in Table 7.

Table 7. Representations of Alternatives Evaluation Results as Triangular Fuzzy Numbers

		Suppliers		
Decision Makers	Criteria	A1	A2	A3
D1	C1	(9,10,10)	(5, 7, 9)	(5, 7, 9)
	C2	(7, 9,10)	(3, 5, 7)	(5, 7, 9)
	C3	(9,10,10)	(5, 7, 9)	(3, 5, 7)
	C4	(7, 9,10)	(3, 5, 7)	(7, 9,10)
	C5	(7, 9,10)	(5, 7, 9)	(1, 3, 5)
D2	C1	(9,10,10)	(5, 7, 9)	(7, 9,10)
	C2	(7, 9,10)	(5, 7, 9)	(3, 5, 7)
	C3	(7, 9,10)	(3, 5, 7)	(7, 9,10)
	C4	(7, 9,10)	(5, 7, 9)	(5, 7, 9)
	C5	(7, 9,10)	(3, 5, 7)	(3, 5, 7)
D3	C1	(7, 9,10)	(7, 9,10)	(9,10,10)
	C2	(9,10,10)	(3, 5, 7)	(5, 7, 9)
	C3	(7, 9,10)	(3, 5, 7)	(3, 5, 7)
	C4	(7, 9,10)	(3, 5, 7)	(5, 7, 9)
	C5	(7, 9,10)	(5, 7, 9)	(1, 3, 5)

After the decision makers evaluate the criteria and the alternatives by using the linguistic variables, the importance weights of the criteria are determined by using the evaluation results of criteria, which are obtained from the three decision makers, and with the help of Equation (4). The importance weights of the criteria are given in Table 8.

Table 8. Importance Weights of the Decision Criteria

Criteria	Weights
Quality (C1)	(0.83,0.97,1)
Pricing (C2)	(0.63,0.83,0.97)
Delivery Time (C3)	(0.77,0.93,1)
Technology (C4)	(0.57,0.77,0.93)
Flexibility (C5)	(0.50,0.70,0.90)

The Fuzzy decision matrix is formed by using Table 7 and with the help of Equation (3).

The Fuzzy decision matrix is shown in Table 9.

Table 9. Fuzzy Decision Matrix

	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅
A ₁	(8.33,9.67,10)	(7.67,9.33,10)	(7.67,9.33,10)	(7, 9,10)	(7, 9,10)
A ₂	(5.67,7.67,9.33)	(3.67,5.67,7.67)	(3.67,5.67,7.67)	(3.67,5.67,7.67)	(4.33,6.33,8.33)
A ₃	(7,8.67,9.67)	(4.33,6.33,8.33)	(4.33,6.33,8)	(5.67,7.67,9.33)	(1.67,3.67,5.67)

The normalized fuzzy decision matrix is formed by using Equation (7). The normalized fuzzy decision matrix is shown in Table 10.

Table 10. Normalized Fuzzy Decision Matrix

	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅
A ₁	(0.83,0.97,1)	(0.77,0.93,1)	(0.77,0.93,1)	(0.7,0.9,1)	(0.7,0.9,1)
A ₂	(0.57,0.77,0.93)	(0.37,0.57,0.77)	(0.37,0.57,0.77)	(0.37,0.57,0.77)	(0.43,0.63,0.83)
A ₃	(0.70,0.87,0.97)	(0.43,0.63,0.83)	(0.43,0.63,0.83)	(0.57,0.77,0.93)	(0.17,0.37,0.57)

After obtaining the normalized fuzzy decision matrix, the weighted normalized fuzzy decision matrix is formed by the multiplication of each element of this matrix and the related criterion weight. This matrix can be seen in Table 11. For instance, the calculation of the weighted normalized fuzzy decision value of alternative A₁, according to the criterion C₄, is shown below.

$$\tilde{v}_{14} = (0.7,0.9,1)(\otimes)(0.57,0.77,0.93) = (0.40,0.69,0.93)$$

Table 11. Weighted Normalized Fuzzy Decision Matrix

	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅
A ₁	(0.69,0.94,1)	(0.48,0.77,0.97)	(0.59,0.86,1)	(0.40,0.69,0.93)	(0.35,0.63,0.90)
A ₂	(0.47,0.75,0.93)	(0.23,0.47,0.75)	(0.28,0.53,0.77)	(0.21,0.44,0.72)	(0.21,0.44,0.75)
A ₃	(0.58,0.84,0.97)	(0.27,0.52,0.80)	(0.33,0.58,0.83)	(0.32,0.59,0.86)	(0.08,0.26,0.51)

By using the maximum and minimum values of each criteria column of the weighted normalized fuzzy decision matrix, the fuzzy positive ideal solution (\tilde{A}^*) and the fuzzy negative ideal solution (\tilde{A}^-) are determined.

$$\tilde{A}^* = [(1,1,1), (0.97,0.97,0.97), (1,1,1), (10.93,0.93,0.93), (0.90,0.90,0.90)]$$

$$\tilde{A}^- = [(0.47, 0.47, 0.47), (0.23, 0.23, 0.23), (0.28, 0.28, 0.28), (0.21, 0.21, 0.21), (0.08, 0.08, 0.8)]$$

After that, the distance between each alternative to the positive and negative ideal solutions for each criterion is calculated using the vertex method. For example, for the first criterion, the distance calculation between the first alternative and the positive and negative ideal solutions is given below.

$$d(A_1, A^+) = \sqrt{\frac{1}{3} (1 - 0.69)^2 + (1 - 0.94)^2 (1 - 1)^2} = 0.17$$

$$d(A_1, A^-) = \sqrt{\frac{1}{3} (0.47 - 0.69)^2 + (0.47 - 0.94)^2 (0.47 - 1)^2} = 0.43$$

For the other five criteria, the calculation results of the distances of the three alternatives to the positive and negative solutions are given in Table 12.

Table 12. Distances to the Positive and Negative Ideal Solutions

	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅
d(A ₁ , A ⁺)	0.17	0.33	0.25	0.32	0.35
d(A ₂ , A ⁺)	0.34	0.53	0.51	0.49	0.49
d(A ₃ , A ⁺)	0.26	0.49	0.47	0.38	0.64
d(A ₁ , A ⁻)	0.43	0.55	0.56	0.51	0.59
d(A ₂ , A ⁻)	0.31	0.33	0.32	0.32	0.45
d(A ₃ , A ⁻)	0.37	0.37	0.36	0.44	0.26

After calculating the distances between the alternatives and the fuzzy positive and fuzzy negative ideal solutions, the closeness coefficients are calculated for the three alternatives. The results can be seen in Table 13.

Table 13. Closeness Coefficients and The Ranking of Alternatives

	d _i ⁺	d _i ⁻	CC _i	Ranking
A ₁	1.41	2.63	0.65	1
A ₂	2.36	1.73	0.42	3
A ₃	2.24	1.8	0.44	2

Since the closeness coefficients are ranked from the biggest to the smallest, as CC₁>CC₃>CC₂, the ranking of alternatives is determined as A₁, A₃, A₂. By looking at the acceptance criteria of alternatives in Table 13, the alternative A₁ is determined to be "Acceptable", and the alternatives A₂ and A₃ are determined to be "recommended with low risk".

RESULTS

In today's competitive conditions, it is important for companies to obtain their raw materials on time from the right supplier and with low cost to maintain their business. Thus, companies are trying to find the suppliers that can give

service with good quality, competitive prices and who can be flexible when orders change.

In the supplier selection problem, linguistic uncertainties occur because the decision makers are individuals. In this study, the fuzzy TOPSIS method, as one of the fuzzy multiple-criteria, decision-making methods, was used for the solution to the problem where a group decision has to be made and linguistic uncertainties exist. The aim of this study is to help a textile company producing shirt-making fabric choose the most suitable yarn supplier from various alternatives. With the fuzzy TOPSIS method, the decision makers can make linguistic assessments of the weights that they give to the criteria and supplier alternatives. Furthermore, since the fuzzy TOPSIS method is effective for group decisions, it makes the decision process simpler by preventing possible conflicts between decision makers.

In this study, five decision criteria were determined, with the help of the literature information and the opinions of the decision makers of the company, to evaluate the supplier alternatives. These were quality, pricing, delivery time, technology and flexibility. With the decision-makers opinions, it was determined that the relative importance weights of the decision criteria, ranked from the highest to the lowest, were quality, delivery time, pricing, technology and flexibility.

When the closeness coefficients of the alternatives in this application were studied, it was seen that alternative A_1 had the highest coefficient value with (0.65) and ranked as first. For that reason, we recommended to the company that A_1 was the best alternative. It can be seen that the closeness coefficients of the other alternatives, 0.42 and 0.44, are in the interval that can be recommended with low risk. Thus, we stated to the company that it is not suitable to work with the alternatives A_2 and A_3 .

REFERENCES

- Ashrafzadeh, M., Rafiei, F.M., Isfahani, N.M. and Zare, Z. (2012). Application of Fuzzy TOPSIS Method For the Selection of Warehouse Location: A Case Study, *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*, 3(9):655-671.
- Benitez, J.M., Martin, J.C., Roman, C. (2007). Using Fuzzy Number For Measuring Quality Of Service In The Hotel Industry, *Tourism Management*, 28(2), 544-555.
- Chen-Tung, C. (2000). Extensions Of The TOPSIS For Group Decision-Making Under Fuzzy Environment, *Fuzzy Sets and Systems*, 114(1), 1-9.
- Chen-Tung, C., Ching-Torng, L., Fu Huang, S. (2006). A Fuzzy Approach For Supplier Evaluation And Selection In Supply Chain Management. *International Journal Of Production Economics*, 102(2), 289-301.
- Elmas, Ç. (2011). *Yapay Zekâ Uygulamaları*, Ankara: Seçkin.
- Hohle, U. and Rodaheugh, S. E. (1999). *Mathematics Of Fuzzy Sets, Logic, Topology And Measure Theory*, USA: Kluwer Academic
- Jahanshahloo, G.R.-Lotfi, Hosseinzadeh F. , Izadikhah M. (2006). Extension Of The TOPSIS Method For Decision Making Problems With Fuzzy Data, *Applied Mathematics And Computation*, 181, 1544-1551
- Kelemenis, A. and Askounis, D. (2010). A New TOPSIS-Based Multi-Criteria Approach To Personnel Selection, *Expert Systems with Applications*, 37(7), 4999-5008

- Mahmoodzadeh,S.,Shahrabi, J.,Pariazar,M. and. Zaeri M. S.(2007). Project Selection by Using Fuzzy AHP and TOPSIS Technique, *International Journal of Social, Management, Economics and Business Engineering* 1(6): 301-306.
- Matin, H.Z.,Fathi, M.R, Zarchi,M.K ve Azizollahi,S.(2011) The Application of Fuzzy TOPSIS Approach To Personnel Selection For Padir Company,Iran, *Journal of Management Research*, 3(2),1-13.
- Öztürk,A.,Ertuğrul,İ. ve Karakaşoğlu,N.(2008). “Nakliye Firması Seçiminde Bulanık AHP ve Bulanık TOPIS Yöntemlerinin Karşılaştırılması, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F dergisi, 25(2):785-824.
- Shih, H., Yuan, W. Lee, E. (2001). Group Decision Making for TOPSIS. *IEEE*, 3 (1),2712-2717.
- Ta-Chung,C. (2002). Facility Location Selection Using Fuzzy TOPSIS Under Group Decisions. *International Journal Of Uncertainty, Fuzziness And Knowledge- Based Systems*, 10 (6), 687-701.
- Tiryaki, F. and Ahlatcioglu, M. (2005). Fuzzy Stock Selection Using a New Fuzzy Ranking and Weighting Algorithm, *Applied Mathematics and Computation* ,170 (1), 144–157.
- Wang, T.C and Chang,T.H (2007). Application of TOPSIS in Evaluating Initial Training Aircraft Under a Fuzzy Environment, *Expert Systems with Applications*, 33(4),870-880
- Wang,Y.J. (2008). Applying FMCDM to Evaluate Financial Performance of Domestic Airlines in Taiwan”, *Expert Systems with Applications*, 34(3),1837-1845Zadeh, L.A. (1965). Fuzzy Sets, *Information and Control*, 8: 338–353.

Vergi Uyumunu Belirleyen Faktörlere Genel Bir Bakış

Volkan YURDADOĞ* Ramazan GÖKBUNAR** Barış TUNÇAY***

ÖZ

Vergi toplama hakkı, devletlerin bağımsızlık göstergelerinden birisidir. Dünya tarihine bakıldığında vatandaşlarından vergi toplamayan hiçbir devlet olmadığı görülmektedir. Gönüllü vergi uyumu ve vergi kaçakçılığı gibi konular, verginin kendisi kadar eski olup, verginin varlığından bu yana önemli araştırma alanları olmuştur. Günümüzde de vergi uyumu literatüründe kişiler “niçin vergi öderler ya da niçin vergi ödemek istemezler?” sorularına cevap aranmaktadır.

Ekonomik, sosyo-psikolojik, politik, etik, yönetsel ve hukuki boyutları olan vergi uyumunu belirleyen faktörler çok çeşitlidir. Tüm ülkelerde giderek artan şekilde sürdürülebilir bir kamu finansmanı oluşturulması ihtiyacı nedeniyle vergi uyumu üzerinde yoğun bir şekilde araştırmalar yapılmaktadır. Çalışmada amaç, vergi uyumunu belirleyen faktörleri genel olarak incelemektir.

Anahtar Kelimeler: Vergi Uyumu, Vergi Kaçakçılığı, Vergi Denetimi.

JEL Sınıflandırması: H20, H26.

An Overview of The Factors Determining Tax Compliance

ABSTRACT

The right to collect taxes is one of the independence indicators of the states. Given the history of the world, there seems to be no state that did not collect taxes from citizens. Topics such as voluntary tax compliance and tax evasion are dated back to the taxation itself. They have constituted an important research area since the early days of tax collection practices. Today, there is a search for answers in the relevant literature to the following questions; “Why do people pay taxes?” or “Why are people reluctant to pay taxes?”.

There is a variety of factors affecting tax compliance that incorporates a range of dimensions including interalia economic, socio-psychological, political, ethical, administrative and legal. Due to the growing need for the establishment of a sustainable public finance system across the world, there is an intensive research agenda on tax compliance. Overall, the purpose of this study is to discuss the factors that affect and determine tax compliance.

Key Words: Tax Compliance, Tax Evasion, Tax Audit.

JEL Classification: H20, H26.

GİRİŞ

Vergi ödemek temel bir vatandaşlık görevidir. Vergi uyumu konusu, verginin kendisi kadar eski bir konu olup, vergi yükünün geniş bir kitle üzerinde olması nedeniyle güncelliğini korumaktadır. Geçmişten günümüze bireyler, “Verginin ne olduğu ve neden vergi ödedikleri” gibi soruların cevabını arayarak verginin meşruiyetini/hukuksallığını ve ödedikleri vergilerin hesabını hep sorgulamışlardır.

* Yrd. Doç. Dr., Çukurova Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, vyurdadog@cu.edu.tr

** Prof. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, ramazan.gokbunar@cbu.edu.tr

*** Araş. Gör., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, baris.tuncay@cbu.edu.tr

Vergi uyumunun politik, ekonomik, yasal, psikolojik ve sosyolojik boyutları söz konusudur. Özellikle vergi uyumu ile ilişkili ekonomik unsurların bazı yönleri halihazırda bilinmektedir (Bayer ve Cowell, 2015: 38). Son yıllarda vergi uyumu literatüründe “İnsanlar neden vergi kaçırır?” sorusu yerine artık “İnsanlar neden vergi öder?” sorusuna cevap aranmakta olup, bireyleri vergisel yükümlülükleri yerine getirmede daha uyumlu davranmaya, doğru bilgi vermeye nelerin öncülük ettiği merak edilmektedir (Kitapçı, 2014: 25; Gökbnar ve Gökbnar, 2007: 91). Özellikle vergi uyumsuzluğunun açıklanması ve nihai olarak vergiye uyumsuzluk düzeyinin azaltılması oldukça önemlidir (Andreoni v.d., 1998: 818). Devletin vergileme konusundaki temel görevi, vatandaşları vergi yükümlülüklerini yerine getirme ve vergi kurallarına uygun davranma hususunda motive etmektir. Örneğin (Kirchler v.d., 2008: 210-211): Vatandaşlar, (i) vergiye uyum sağlamadıklarında bunun kendileri için maliyetinin yüksek olacağını hesaplayabilir veya (ii) toplumun bir üyesi oldukları için kendilerini vergiye uyum sağlamada yükümlü hissedebilirler.

Günümüzde vatandaşların devletin sunduğu kamusal mal ve hizmetlerin finansmanına yaptıkları cebri katkılar olarak kabul edilen (Canbay, 2009: 4) vergiler, toplumsal bir hizmetin karşılığı olsa da bireylerin kullanılabilir gelir, servet ve harcamalarında azalmalara yol açmaktadır. Dolayısıyla vergiler çoğunlukla bireyler tarafından bir yük olarak hissedildiğinden, bu yükten kurtulmak için vergiden kaçınma, vergi kaçakçılığı gibi çeşitli yasal ve yasal olmayan yollara başvurulabilmektedir (Karaaslan ve Sandalcı, 2015: 38). Mükelleflerin vergi kanunlarındaki boşlukları kullanarak vergiden kaçınmaları durumu, vergi uyumsuzluğu olarak kabul edilmemekle birlikte tartışmalı bir konudur (Benk ve Budak, 2015: 167).

Bu çalışmada, maliye literatüründe vergi uyumunu belirleyen faktörler konusunda yapılan çalışmalar genel olarak incelenecektir.

I. GENEL OLARAK VERGİ UYUMU

Vergi mükelleflerinin, vergisel ödevlerini tam olarak yerine getirdiklerinde vergiye uyum sağladıkları düşünülür. Günümüzde bireylerin vergiye uyumu/vergi kaçırmamaları iyi vatandaşlık göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Vergi uyumu, radyoda doğru frekansı ayarlamak gibidir. Radyonun ayar düğmesi rastgele çevrilirse, kendi kendine mükemmel bir şekilde çalışıyor olmasına rağmen, bulunan kanal hakkında hiçbir fikir sahibi olunmaz ya da bulunan kanaldaki dilin anlaşılacağına hiçbir garantisi yoktur. Fakat radyo doğru bir kanala ayarlanırsa, o kanalın yayınının dinlenmesi umulur ve daha da önemlisi, radyolarını aynı kanala ayarlayanların aynı şeyi dinleyecekleri öngörülür (Eiser, 1986: 342).

Genel olarak üç grup vergi mükellefi vardır (Torgler, 2007: 103): (i) hiç vergi kaçırmayan mükellefler, (ii) şimdi ya da ileride vergi kaçırmayı deneyecek ve bu çabayı sürdürecektir olan mükellefler, (iii) vergi kaçırmayı alışkanlık haline getirenler. Bir bireyin vergi uyumu konusundaki istekli olma hali zamanla değişebilir.

Vergi uyumu literatüründe benzer mali sisteme sahip olan pek çok ülkede farklı vergi uyumu deneyimleri olduğuna dair kanıt bulunmaktadır. Bu konuyla ilgili temel çıkarımlar şunlardır (Torgler, 2002: 664): (i) bireyler, etik olmayan bir şekilde vergi kaçırma eğilimine uyma görüntüsü verebilmekte, (ii) vergi mükelleflerine etik değerler kazandırıldığında vergiye uyum artabilmekte, (iii) vergi kaçırıcılarla arkadaş olan bireylerin kendileri de vergi kaçırma eğilimine yatkın hale gelebilmekte, (iv) sosyal bağ /aidiyet duygusu daha güçlü toplumlarda vergi uyumu daha yüksek olabilmektedir. Vergiye uyumu yükseltmek için denetimler ve cezalar gibi geleneksel zorlayıcı politikaların uygulanmasında hükümetler için sınırlamalar bulunmakta, daha çok gönüllü uyum politikaları başarılı olabilmektedir.

Vergi uyumu konusunun genel çerçevesi “karşıt (zıt) vergileme iklimi” ve “sinerjik vergileme iklimi” arasında sürekli değişmektedir. Karşıt iklimde vergi mükellefi ve vergi otoriteleri birbirlerine karşı; sinerjik iklimde ise birlikte/işbirliği halinde çalışırlar. Bu vergileme iklimleri (Kirchler vd., 2008: 211):

(i) Zıt vergileme iklimi “polis ve hırsız” davranışı olarak nitelendirilebilir. Vergi otoriteleri vergi mükelleflerini “hırsız” gibi algırlar; vergi mükellefleri de baskıcı vergi otoritelerini polis gibi hissederler ve onlardan gizlenmenin doğru olduğunu düşünürler. Böyle bir ortam, vergiye gönüllü uyum düzeyini azaltmakta ve mükelleflerin vergiye uyumsuzluğun kendileri açısından oluşturacağı faydalar ve maliyetler arasında bir karşılaştırma yapmasını rasyonel kılmaktadır.

(ii) Sinerjik vergileme iklimi, vergi otoritesinin (Devlet) toplum için kamu hizmeti sunduğu ve vergi mükelleflerinin de devletin hizmet sunduğu aynı toplumun bir parçası olduğu düşüncesi ile nitelendirilebilir. Bu çerçevede vergiye gönüllü uyum daha fazla gerçekleşmekte olup, vergi idareleri, vergi mükelleflerinin davranışlarını desteklemeyi ve daha şeffaf uygulamaları amaçlamaktadır.

James Alm ve Michael Mckee'nin yaptığı deneysel çalışmalara göre, vergi uyumuna ilişkin ortaya çıkan bazı sonuçlar şunlardır (Alm ve Mckee, 1998: 270):

- Sık yapılan vergi denetimi, yakalanma olasılığının az ve doğrusal olmayan etkisine rağmen daha yüksek vergiye uyumu özendirir.
- Düzenli vergi denetimleri, vergi uyumunu artırmada rastlantısal denetimlerden daha etkilidir.
- Vergi ceza oranlarındaki artış marjinal olarak vergiye uyumu artırır.
- Marjinal vergi oranlarındaki bir artış vergiye uyumu azaltır.
- Vergiye uyum kararı iş gücü arzı kararını özendirir.
- Reel gelirden artış, vergiye uyumu artırır.
- Ödenen vergi karşılığında iyi bir kamu hizmeti alındığı düşüncesi mükellefleri daha fazla vergi ödemeye yönlendirir.
- Vergiye uyum ödülle teşvik edilebilir.

- Vergiye uyum, bireylerin adaletsizliğin kaynağına bakmadan (Örneğin; vergi ya da harcama yönlü) diğerlerine göre kendilerine adaletsiz davranıldığını hissettikleri durumlarda azalır.
- Bireyler, kendi seçtikleri ve destekledikleri kamu programıyla karşılaştıklarında daha fazla vergiye uyum gösterirler.
- Belirli bir dönemde uygulanan vergi affı sonrasında vergi suçlarına gerekli yaptırım uygulanmazsa, bir sonraki vergi affında vergi uyum düzeyi daha düşük olur.
- Bireylerin vergi uyum düzeyini etkileyen en önemli unsur olan sosyal kurallar, birey davranışları ve hükümet politikalarından etkilenir.

Vergi uyumunu şekillendiren vergi ahlakının kurumsal, sosyal ve psikolojik belirteçleri konusundaki temel çalışmalar aşığıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1: Vergi Uyumunu Literatürünü Gözden Geçirme

Schanz (1890)	Politik sistemin, mükellefler ve vergi yetkilileri arasında yakın bir mübadele ilişkisini kolaylaştırmasının değerlendirilmesi.
Schmölders (1951-1952)	Mükelleflerin kamu politikalarından memnuniyet derecesinin değerlendirilmesi.
Schwartz ve Orleans (1967)	Bireylerin sosyo-ekonomik durumlarının değerlendirilmesi.
Spicer ve Lundstedt (1976)	(a) Mükelleflerin vergi ödeme karşılığı olarak gördükleri devletten elde ettikleri kamusal malların niceliği/niteliği konularının değerlendirilmesi. (b)Mükelleflerin, diğer mükelleflerin vergiden kaçındığını hissetmesinin değerlendirilmesi.
Lewis (1979)	Vergilerin miktarı ile elde edilen kamu mallarının değeri arasındaki boşluğun değerlendirilmesi.
Spicer ve Becker (1980)	Vatandaşların adil olmayan vergi sistemi uygulaması hakkındaki düşüncelerinin değerlendirilmesi.
Benjamini ve Maital (1985), Gordon (1989)	Vatandaşların hissettikleri vergi yükü ve vergi kaçakçılığının üzerlerinde oluşturduğu psikolojik etkinin değerlendirilmesi.
Elffers v.d. (1987)	Vergi mükelleflerinin vergi sisteminden olduğu kadar vergi yönetiminden de memnuniyetlerinin değerlendirilmesi.
Cowell (1992)	Hissedilen vergi adaletinin değerlendirilmesi.
Smith (1992)	Kamu yetkililerine olan güvenin mükellefleri gönüllü vergi ödemeye yönlendirmesi konusunun değerlendirilmesi.
Sheffrin ve Triest (1992)	Vergi sistemine karşı negatif bir tutum içinde olma ve diğer mükelleflerin dürüst davranmadığını hissetmenin bireylerin vergiden kaçınma olasılığını artırması konusunun değerlendirilmesi.
Alm v.d. (1992), Bordignon (1993)	Sağlanan kamu hizmetlerinin maliyetinin doğru hesaplandığı ve dağıtıldığına olan düşüncenin mükelleflerde daha fazla oranda vergi ödemek zorunda oldukları düşüncesine yol açmasının değerlendirilmesi.
Erard ve Feinstein (1994)	Suçluluk duygusu ve kamu ayıbı konularının değerlendirilmesi.
Falkinger (1995)	Vergi sistemindeki adaletin değerlendirilmesi.

Pommerehne v.d. (1997)	Vergi mükelleflerinin doğrudan demokrasi sistemiyle karar verici olarak katılımının değerlendirilmesi.
Tyler (1997, 2001)	Adalet (prosedürel) anlayışının yetkililerin meşruluğunu sağlamadaki öneminin değerlendirilmesi.
Scholz ve Lubell (1998)	Dürüst vatandaşların devlete güvenleri ve vergi sistemindeki adaleti hissetmelerinin değerlendirilmesi.
Feld ve Frey (2002a)	Vergi yetkilileri ve vergi mükellefleri arasındaki ilişki ile kurumsal farklılıkların değerlendirilmesi.
Feld ve Frey (2002b)	Vergi yetkililerince mükelleflerin vergi ödemeye zorlanmış bireyler olarak görülüp/görülmemesinin değerlendirilmesi.
Tyler ve Huo (2002)	Meşruluğun algılanması: (a) vergi sisteminde adaletin hissedilmesi, (b) vergi otoritesine güven (c) kurumun kendilerini temsil edebilirliğinin değerlendirilmesi.
Orviska ve Hudson (2002)	Vatandaşlık görevi ve kanuna itaatın değerlendirilmesi.
Torgler (2003a)	Kamu yetkililerine güven konusunun değerlendirilmesi.
Torgler (2003b)	Politik katılım hakları üzerindeki farklılıkların değerlendirilmesi.
Wenzel (2005)	Adaletsizlik algısının vergi sisteminin meşruluğunun sorgulanmasına yol açması konusunun değerlendirilmesi.
Braithwaite ve Ahmed (2005)	Popüler olmayan politikaların vergi ahlakını aşındırması, ve vergi sisteminin etkinliğini tehlikeye atması konularının değerlendirilmesi.
Torgler (2005)	Ödenen vergi ve gerçekleştirilen kamu hizmetleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi.
Schnellenbach (2006)	Kamu politikalarının meşruluğunun hissedilmesi konusunun değerlendirilmesi.
Barth v.d. (2006)	Vergi yükünün adaletsiz dağıtıldığı hissedilmesinin mükelleflerde vergi kaçırmanın haklı olduğu düşüncesine yol açmasının değerlendirilmesi.
Torgler (2007)	(a) Ahlaki kurallar ve düşünceler, (b) adalet, (c) vergi mükellefleri ve hükümet arasındaki ilişkinin niteliğinin değerlendirilmesi.
Fortin v.d. (2007)	Hissedilen adaletsizliğin vergi kaçakçılığını artırmasının değerlendirilmesi.
Torgler v.d. (2008)	Yerel özerklik ve vergi ahlakı arasındaki pozitif ilişkinin değerlendirilmesi.

Kaynak: Roberto Dell' Anno. (2009). *Tax Evasion, tax morale and policy maker's effectiveness. The Journal of Socio- Economics.* 38. s. 990.

II. VERGİ UYUMUNU BELİRLEYEN FAKTÖRLER

A. Vergi Uyumu ve Vergi Bilinci

Normatif kamu maliyesi yaklaşımına göre “devlet”in sosyal refahı veya kamu yararını maksimize etmeye çalıştığı varsayıldığından, aynı zamanda bir seçmen olan vergi mükellefinin, kamu kesimini algılaması ve siyasal otoriteden beklentisi göz ardı edilmektedir (Pinar, 2000: 98). Bu kapsamda, vergi ödemeye gönüllü olduğu, vergi sisteminin meşruluğunu kavradığı düşüncesiyle vatandaşların büyük bir kısmının kamu politikalarında hedeflenen amaçlara güvendiklerinde, vergi kaçırma veya vergiden kaçınma olasılıklarını düşünmeksizin vergi yükümlülüklerini yerine getirdikleri düşünülmektedir.

Devletin vergi kanunlarını saydam, uygulanabilir ve mükellef odaklı şekilde düzenlenmesi vergi bilincinin artmasına fayda sağlayabilmektedir (Çetin Gerger, 2011: 61).

B. Vergi Uyum ve Denetim

Vergi uyumu araştırmalarında denetim olasılıklarının önemi üzerine yapılan çalışmalarda zayıf etkiler bulunmuştur. Örneğin, vergi mükelleflerinin gelirlerini yakından incelemeye alarak onları korkutmak düşük ve orta gelirli vergi mükelleflerinde vergiye uyumu azaltabilir (Kirchler, v.d., 2008: 215).

Genellikle vergi denetimi ve ceza oranı gibi konular verginin dürüst olarak ödenmesine yol açmasına rağmen, vergi uyumunun temel nedeni, ya yetkililer tarafından zorlama ya da gönüllü davranış şeklinde ortaya çıkmaktadır (Kirchler ve Wahl, 2010: 333).

Yapılan deneysel araştırmalarda, vergi denetimlerinin geri dönüşünün ve sonuçlarının kısa sürede ortaya çıktığı (Kogler v.d., 2016: 81), daha fazla vergi denetiminin daha fazla vergi uyumuna yol açtığı ve vergi uyumunun, gelirin artan, vergi oranlarının ise azalan bir fonksiyonu olduğu sonucuna varılmıştır (Torgler, 2002: 662).

C. Vergi Uyum ve Para Cezaları

Vergi uyumu birçok değişikenden etkilenen karmaşık bir karar olup, bu konuda vergi uyumsuzluğu tehdidinin tespiti ve cezalandırılması açık bir etkidir (Cummings v.d., 2009: 456). Para cezalarıyla vergiye uyum arasındaki ilişki tutarsız sonuçlar vermektedir. Bazı çalışmalara göre, para cezalarının yüksek olduğu durumlar, denetim olasılıklarından daha fazla vergiye uyumla ilgili iken diğer çalışmalarda aksine para cezaları ile vergiye uyum arasında ilişki kurulamazken, denetim ihtimalleri ve vergiye uyum arasında ilişki kurulmaktadır (Kirchler v.d., 2008: 215).

Vergi denetiminde yakalanma ihtimallerini dikkate alarak vergiye tabi işlemlerini beyan etmemeleri halinde mükelleflerin ödeyecekleri vergi cezası, vergiye tabi işlemlerini beyan etmeleri halinde ödeyecekleri vergi miktarından daha düşük olması durumunda, vergi kaçırma eğiliminde olabileceklerdir. Ayrıca mükelleflerin denetim geçirme ve ceza görme ihtimali de yüksek ise vergi kaçakçılığı düzeyi düşecektir (Batirel, 1996: 53).

D. Vergi Uyum ve Vergi Oranı

Rasyonel uyum kararlarıyla ilgili ekonomik modeller, marjinal vergi oranının uyum üzerindeki etkisi veya artan vergi oranlarının*, uyumu artırma

*Klasik Ekonomik Teori'ye göre, vergi oranlarındaki artışın kişinin kaçıracağı vergiyi azaltacağı öngörüsü teorik olarak iki nedenle açıklanabilir (Saruç ve Sağbaş, 2004: 65): (i) Cezaların mükellefler tarafından beyan edilmeyen matrah üzerinden değil de çoğu ülkede olduğu gibi kaçırılan vergi miktarı üzerinden alındığı varsayımıyla, vergi oranlarındaki artış cezalarda da bir artış etkisi gösterecek ve mükellef öncesine göre daha az vergi kaçıracaktır. (ii) Ampirik çalışmalarda genel olarak insan davranışlarını doğru açıkladığı gözlenen Azalan Mutlak Risk Sevme (Decreasing Absolute Risk Aversion-DARA) varsayımına göre, kişiler gelirleri arttıkça eskisine oranla daha çok risk almakta, öte yandan gelirleri azaldıkça risk sevmemeleri artarak daha az risk almaktadırlar.

beklentisi üzerinde belirsizlikler söz konusu olsa da çoğu ampirik araştırma, yüksek vergi oranlarının uyumu azalttığı şeklindedir (Kirchler v.d, 2008: 215).

Vergi oranının etkisi devlete olan güvene bağlıdır. Güven düşük olduğunda yüksek vergi oranı, vergi mükellefleri için adaletsiz bir uygulama olarak görülebilir. Güven yüksek olduğunda aynı seviyedeki vergi oranı topluma bir katkı olarak değerlendirilebilir (Kirchler v.d, 2008: 216).

Vergi uyumu, hedeflenen vergi hasılatının gerçekleşmesi için önemli bir unsurdur. Daha yüksek vergi uyumu vergi hasılatını arttıracaktır (Savitri ve Musfialdy, 2016: 68) .

E. Vergi Uyumu ve Vergi Bilgisi

Vergi bilgisi vergiye uyumla doğrudan ilgilidir. Vergilerin kullanımında öznel vergi bilgisi ve kullanımı güvenle doğrudan ilgiliyken, eksik veya yanlış anlama doğrudan güvensizlikle ilgilidir. Vergiler hakkındaki bilgi düzeyinin yüksekliğinin vergiye uyumunu artırdığı, aksine daha az bilgi düzeyinin ise uyumsuzluğa neden olduğu ileri sürülmektedir. Artan eğitim-öğretim ve vergi mükellefi hizmetleri, otoriteye güveni artırmakta ve gönüllü vergi uyumuna yardımcı olmaktadır. Kısaca, vergi uygulamaları hakkındaki bilgi seviyesi otoritenin gücüne katkı yapmaktadır (Kirchler v.d., 2008: 216-217).

Vergi otoriteleri, bireylere veya kurumlara vergi borçlarının tamamını ödeyip ödemediklerini kolay bir şekilde soramaz; hiçbir işletme de normal olarak böyle bir suç unsurunu kendiliğinden rapor etmez. Vergi afları istisnai bir durum olarak işletmelere sorunlu mali durumlarını bildirmeleri için bir teşvik oluşturur ve sundukları bilgiler ayrıca değerlendirilir (Mikesell ve Birskyte, 2007: 1050).

F. Vergi Uyumu ve Karar Verme Süreçlerine Katılım

Doğrudan demokrasi, vergiye uyum üzerinde olumlu etki yapmaktadır. Bu durumda, vatandaşlar bütçeleme sürecinde daha fazla yer alabilmekte ve vergi sistemleri ile ilgili daha fazla bilgi almak isteyebilmektedirler. Bilgili vatandaşlar, kamu harcamasının haklı görüldüğü zamanlarda vergi artışlarını gönüllü olarak benimsemektedirler (Kirchler v.d., 2008: 216-217).

Politik karar alma sürecinde vatandaşların özellikle harcama konusu ve mali sorunlara katılımı, bireysel vergi ödemelerini artırmaktadır. Örneğin; İsviçre’de yüksek demokratik hakların varlığıyla birlikte vergi gelirlerinin de arttığı belirlenmiştir (Halla ve Schneider, 2008: 8).

G. Vergi Uyumu ve Vergiye Karşı Davranışlar

Vergi kaçakçılığına karşı vergi mükellefinin pozitif davranışları mükellefin negatif davranışlarına göre daha az uyumlu davranmasına neden olur. Vergi kaçırmaya yönelik davranışların olumlu görüldüğüne de rastlanılabilmektedir. İş adamlarının vergiye karşı davranışlarını araştıran bir ankette cevap verenlerin yarısı iş adamlarının hile ile vergi kaçırmalarını onaylarken sadece üçte biri onları vergi kaçakçısı ve hırsız olarak nitelendirmiştir (Bknz.; Kirchler v.d., 2008: 216-217; Schmolders, 1960-64).

H. Vergi Uyumu ve Normlar

Davranışların yanında kişisel, sosyal ve ulusal normlar da vergiye uyumu belirleyen önemli belirleyicilerdir. Davranışsal amaçlar kişisel normlarla

belirlenir. Davranışsal standartlar olan normların üç farklı şekli söz konusudur. Bunlar (Kirchler v.d., 2008: 217-218):

(i). Bireysel normlar ve ahlaki konular, Makyavelizm, egoizm, normlara bağımlılık ve değerlerle ilgilidir. Bireysel normlar ile değerler ve vergi etiği birbirleriyle örtüşmekte olup, vergi etiğiyle ilgili ahlaki durumların geliştirilmesi gönüllü uyumu artırır.

(ii). Vergi yükümlüleri, vergiye uymamamanın yaygın olduğuna ve bunun örnek aldıkları grup içinde kabul edilebilir bir davranış olduğuna inanmaları durumunda kendileri de vergiye uymayacaklardır. Dolayısıyla, sosyal normlar ve vergiye uyum arasındaki ilişki karmaşıktır.

(iii). Birçok çalışmada, yönetime olan güvenin söz konusu olduğu ve ulusal normlar oluşturulduğu durumda, gönüllü vergi uyumunun artacağı vurgulanmaktadır.

I. Vergi Uyum ve Adalet Algısı

Adaletle ilgili araştırmalar, vergiye uyum üzerindeki adalet ile düşünceler için sürekli ve tutarlı bir kanıt sağlamasa da algılanan adalet, vergiye gönüllü uyumu artırır. Mevcut yapı içerisinde algılanan adalet güvenle bağlantılıdır. Çünkü adil vergi uygulamaları, güvenin inşasına ve sürdürülmesine yardım eder. Cezalandırıcı adalet güç boyutuyla da bağlantılıdır. Cezalandırıcı adalet anlayışı, yanlış yapanları bulmaya ve onları para cezasına çarptırmaya bağlıdır. Sonuçta aşırı güç gereksiz olarak algılanır ve bu durum güven duygusunu düşürebilir (Kirchler v.d., 2008: 219).

Daha fazla bireyin mali kuralların geliştirilmesi sürecine dahil olması, yüksek adalet algısını ortaya çıkarmaktadır. Yüksek adalet algısı, yetkili makamlara olan güveni de arttırarak daha yüksek bir seviyede vergi uyumunu ortaya çıkarmaktadır (Casal v.d., 2016: 142).

İ. Vergi Uyum ve Vergi Ahlakı

Vergi ahlakı, mükelleflerin içsel ve dışsal etkenlere bağlı olarak iç dünyalarında oluşturdukları, yakalanma riski ve yasal cezalara bağlı olmayan, onların vergiye ilişkin tutum ve davranışlarına yön veren inanç ve değerler bütünüdür (Çoban ve Deyneli, 2013: 111).

Çoğu insan vergisini öder, vergi uyumu nihai aşamada gözlenen bir eylemdir. Uyum veya uyumsuzluk sadece fırsat, vergi oranları ve yakalanma olasılığının değil, aynı zamanda bir bireyin uyma ve kaçırma istekliliğinin bir fonksiyonudur. Vergi ahlakı kuvvetli olduğunda, vergi uyumu nispeten yüksektir (Torgler, 2002: 658).

J. Vergi Uyum ve Kamu Harcamalarının Kullanımı

Kamu harcamalarının etkin ve verimli kullanıldığı algısı mükelleflerin vergi uyumunu artırır.

Vergilerin, kamu hizmeti yerine borç finansmanında kullanılması (Çelikkaya ve Gürbüz, 2006: 130) mükelleflerin, kamu harcamalarından sağladıkları faydanın düşük olduğunu düşünmeleri sonucunda vergiye gönüllü uyumu olumsuz yönde etkilemektedir.

SONUÇ

Mükellefler vergi uyumu konusunda çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Mükelleflerin özellikle vergi bilincine sahip olmaları, vergiye gönüllü olarak uyum sağlamaları açısından olumlu bir etki sağlarken, vergi denetimi ve para cezaları konusunda yapılan çalışmalarda vergi mükelleflerinin davranışları bazı farklılıklar gösterse de genel olarak uyum konusunda mükellefler vergi ödeme/ödememe konusunda nihai olarak kendileri açısından en çok fayda sağlayacakları durumu tercih etmektedirler. Vergisini sürekli olarak ödeyen vergi mükellefleri söz konusuysen, tam tersi vergi ödemekten kaçınan ya da riski tercih ederek vergi kaçıran mükellefler de ortaya çıkabilmektedir. Ayrıca vatandaşların önemli bir düzeyde vergi ahlakına sahip olmaları ve vergi toplanırken adaletli olduğu konusundaki genel düşünce vergiye uyum sağlama konusunda uyumu artırıcı bir etki gösterirken yine vatandaşların zaman içerisindeki birikimler sonucu sahip oldukları vergi kültürlerinin de yüksek düzeyde olması vergiye karşı tutum ve davranışlarını olumlu olarak etkilediği görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Alm, J. & Jackson, B.R. & McKee, M. (1992). Estimating The Determinants of Taxpayer Compliance with Experimental Data. *National Tax Journal*, 45, 107–114, <https://www.ntanet.org/NTJ/45/1/ntj-v45n01p107-14-estimating-determinants-taxpayer-compliance.pdf>.
- Alm, J. & McKee M. (1998). Extending the Lessons of Laboratory Experiments on Tax Compliance to Managerial and Decision Economics. *Managerial and Decision Economics*, 19(4-5), 259-275. doi: 10.1002/(SICI) 10991468 (199806/08) 19:4/53.0. CO; 2-2.
- Andreoni, J. & Erard B. & Feinstein J. (1998). Tax Compliance. *Journal of Economic Literature*, 36 (2), 818-860, <http://econweb.ucsd.edu/~jandreoni/Publications/jel1998.pdf>.
- Barth, E. & Cappelen, A.W. & Ognedal, T. (2006). Fair Tax Evasion. Memorandum. Department of Economics. Oslo University.
- Batrel, Ö. F. (1996). Vergi Kaçakçılığı ve Vergiye Gönüllü Uyum. *Vergi Dünyası*, 175, 52-55.
- Bayer, R. & Cowell F. (2015). Tax Compliance by Firms and Audit Policy. *Research in Economics*, 70, 38-52.
- Benk, T. & Budak T. (2015). Vergi Uyumunda Paradigma Dönüşümü: Neo-Klasik Perspektiften Bütüncül Yaklaşımına Geçiş. Prof. Dr. Metin Taş'a Armağan: Gazi Kitabevi, 165-184.
- Benjamini, Y. & Maital, S. (1985). Optimal Tax Evasion and Optimal Tax Evasion Policy. In: Gartner, W., Wenig, A. (Eds.). *The Economics of the Shadow Economy*: Springer Verlag, Berlin, 245–264.
- Braithwaite, V. & Ahmed, E. (2005). A Threat To Tax Morale: The Case of Australian Higher Education Policy. *Journal of Economic Psychology*, 26 (4), 523–540.
- Bordignon, M. (1993). A Fairness Approach To Income Tax Evasion. *Journal of Public Economics*, 52, 345–362.
- Canbay, T. (2009). Dünya Vergileme Anlayışındaki Değişim (Antikçağdan Günümüze). Bursa: Dora.
- Casal S. & Kogler C. & Mittone L. & Kirchler E. (2016). Tax Compliance Depends on Voice of Taxpayers. *Journal of Economic Psychology*, 56, 141-150.
- Cowell, F.A. (1992). Tax Evasion And Inequity. *Journal of Economic Psychology*, 13 (4), 521–543.
- Cummings, R. G. & Vazquez M. J. & McKee M. & Torgler B. (2009). Tax Morale Affects Tax Compliance: Evidence From Surveys and an Artefactual Field Experiment. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 70, 447–457, doi:10.1016/j.jebo.2008.02.010.
- Çelikkaya, A. & Gürbüz H. (2006). Mükelleflerin Vergiye Gönüllü Uyumunu Etkileyen Faktörlerin Analizi: Bir Alan Çalışması. *İktisat İşletme Finans İnceleme-Araştırma*, 21 (247), 122-139.

- Çetin Gerger, G. (2011). Mükellef Hakları ve Vergiye Gönüllü Uyum. İstanbul: Legal, doi : 10.3848/iif.2006.247.0084.
- Çoban, H. & Deyneli F. (2013). Vergi Ahlakı ve Sosyal Sermaye. *Finans-Politik & Ekonomik Yorumlar*, 50(584), 109-118.
- Dell'Anno, R. (2009). Tax Evasion, Tax Morale and Policy Maker's Effectiveness. *The Journal of Socio- Economics*, 38, 988-997, doi:10.1016/j.socec.2009.06.005.
- Eiser, J. R., (1986). *Social Psychology: Attitudes, Cognition and Behavior*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Elffers, H. & Weigel, R.H. & Hessing, D.J. (1987). The Consequences of Different Strategies For Measuring Tax Evasion Behavior. *Journal of Economic Psychology*, 8, 311-337.
- Erard, B. & Feinstein, J.S. (1994). The Role of Moral Sentiment And Audit Perceptions in Tax Compliance. *Public Finance/Finances Publiques*, 49, 70-89.
- Falkinger, J. (1995). Tax Evasion, Consumption of Public Goods and Fairness. *Journal of Economic Psychology*, 16 (1), 63-72.
- Feld, L.P. & Frey, B.S. (2002a). Trust Breeds Trust: How Taxpayers Are Treated. *Economics of Governance*, 3, 87-99.
- Feld, L.P. & Frey, B.S. (2002b). The Tax Authority and The Taxpayer. An Exploratory Analysis. In: Paper Presented at the 2002 Annual Meeting of the European Public Choice Society, Belgrate, Italy.
- Fortin, B. & Lacroix, G. & Villeval, M. (2007). Tax Evasion ad Social Interactions. *Journal of Public Economics*, 91 (11-12), 2089-2112.
- Gordon, J.P.F. (1989). Individual Morality and Reputation Costs As Deterrents To Tax Evasion. *European Economic Review*, 33 (4), 797-805.
- Gökbnar, R. & Gökbnar, A. (2007). Mükellef Davranışları, Vergi Etiği ve Vergi Uyum. *Vergi Dünyası*, 26 (311), 91-100.
- Halla M. & Schneider F. (2008). Taxes and Benefits: Two Options to Cheat on the State. IZA Discussion Paper No: 3536, <https://www.deutsche-digitale-bibliothek.de/binary/IZEDBPXFCYSYCM15HKK7SJ3ASMZO5J4SN/full/1.pdf>.
- Karaaslan, A. & Sandalcı U. (2015). Vergi Ahlakını Belirleyen Faktörlerin Analizine Yönelik Bir Uygulama. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 52(607), 37-54.
- Kirchler E. & Hoelzl E. & Wahl I. (2008). Enforced Versus Voluntary Tax Compliance: The "Slippery Slope" Framework. *Journal of Economic Psychology*, 29, 210-225, doi: 10.1016/j.joep.2007.05.004.
- Kirchler E. & Wahl I. (2010). Tax Compliance Inventory TAX-I: Designing An Inventory For Surveys of Tax Compliance. *Journal of Economic Psychology*, 31, 331-346, doi:10.1016/j.joep.2010.01.002.
- Kitapçı, İ. (2014). Vergi Etiği-Vergi Psikolojisi. Ankara: Seçkin.
- Kogler C. & Mittone L. & Kirchler E. (2016). Delayed Feedback on Tax Audits Affects Compliance and Fairness Perceptions. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 124, 81-87.
- Lewis, A. (1979). An Empirical Assessment of Tax Mentality. *Public Finance/Finances Publiques*, 34 (2), 245-257.
- Mikesell, J. L. & Birskyte L. (2007). The Tax Compliance Puzzle: Evidence from Theory and Practice. *International Journal of Public Administration*, 30, 1045-1081, doi: 10.1080/01900690701221423.
- Orviska, M. & Hudson, J. (2002). Tax Evasion, Civic Duty and The Law Abiding Citizen. *European Journal of Political Economy*, 19, 83-102.
- Pınar, A. (2000). Vergilemenin Siyasal İktisad: Literatüre Bir Bakış. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 55(2), 97-111.
- Pommerehne, W.W. & Hart, A. & Feld, L.P. (1997). Steuerhinterziehung Und ihre Kontrolle in Unterschiedlichen Politischen Systemen. *Homo oeconomicus*, 14, 469-487.
- Saruç, N. T. & Sağbaş İ. (2004). Mükelleflerin Vergi Eşitliğini Algılaması Vergi Kaçırma Eğilimi İlişkisi. *Finans-Politik & Ekonomik Yorumlar*, 41(482), 64-74.

- Savitri, E. & Musfiably. (2016). The Effect of Taxpayer Awareness, Tax Socialization, Tax Penalties, Compliance Cost at Taxpayer Compliance with Service Quality as Mediating Variable. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 219, 682-687.
- Schanz, G. Von. (1890). *Die Steuern der Schweiz in ihrer Entwicklung seit Beginn des 19. Jahrhunderts*. I–V. Stuttgart.
- Scholz, J.T. & Lubell, M. (1998). Trust and Taxpaying: Testing The Heuristic Approach To Collective Action. *American Journal of Political Science*, 42, 398–417.
- Schmölders, G. (1951–1952). Finanzpsychologie. *FinanzArchiv*, 13, 1–36.
- Schmölders, G. (1960). *Das Irrationale in der öffentlichen Finanzwirtschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Schmölders, G. (1964). *Finanzwissenschaft und Finanzpolitik*. Tübingen: J. c. B. Mohr (Paul Siebeck).
- Schnellenbach, J. (2006). Tax Morale and The Taming Of Leviathan. *Constitutional Political Economy*, 17 (2), 117–132.
- Schwartz, R.D. & Orleans, S. (1967). On Legal Sanctions. *University of Chicago Law Review*, 34, 282–300.
- Sheffrin, S.M. & Triest, R.K.. (1992). Can brute deterrence backfire? Perceptions and attitudes. In: Slemrod, J. (Ed.). *Why People Pay Taxes*. University of Michigan Press, Ann Arbor. 193–208.
- Smith, K.W. (1992). Reciprocity and Fairness: Positive Incentives For Tax Compliance. In: Slemrod, J. (Ed.), *Why People Pay Taxes*. University of Michigan Press, Ann Arbor. 223–250.
- Spicer, M.W. & Lundstedt, S.B. (1976). Understanding Tax Evasion. *Public Financ*, 31, 295–305.
- Spicer, M.W. & Becker, L.A. (1980). Fiscal Inequity and Tax Evasion: An Experimental Approach. *National Tax Journal*, 33, 171–175.
- Torgler, B. (2002). Speaking to Theorists and Searching for Facts: Tax Morale and Tax Compliance in Experiments. *Journal of Economic Survey*, 16 (5), 657-684.
- Torgler, B. (2003a). Tax Morale, Rule-Governed Behaviour And Trust. *Constitutional Political Economy*, 14 (2), 119–140.
- Torgler, B. (2003b). Tax Morale and Institutions. Center for Research in Economics, Management and the Arts (CREMA). Working Paper. n. 2003-09, Switzerland.
- Torgler, B. (2005). Tax Morale in Latin America. *Public Choice*, 122 (1–2), 133–157.
- Torgler, B. (2007). *Tax Compliance and Tax Morale (A Theoretical and Empirical Analysis)*: Edward Elgar Publishing Limited.
- Torgler, B. & Schneider, F. & Schaltegger, C.A.. (2008). Local Autonomy, Tax Morale and the Shadow Economy. Center for Research in Economics, Management and the Arts (CREMA). Working Paper n. 24. Switzerland.
- Tyler, T.R. (1997). The Psychology of Legitimacy: A Relational Perspective On Voluntary Deference To Authorities. *Personality and Social Psychology Review*, 1 (4), 323–345.
- Tyler, T.R. (2001). Trust and Law-Abidingness: A Proactive Model of Social Regulation. *Boston University Law Review*, 81 (2), 361–406.
- Tyler, T.R. & Huo, Y.J., (2002). *Trust in the Law: Encouraging Public Cooperation with the Police and Court*. Russell Sage Foundation New York.
- Wenzel, M. (2005). *The Multiplicity of Taxpayer Identities and Their Implications For Tax Ethics*. Working Paper. 73. Centre For Tax System Integrity Research School of Social Sciences. Australian National University.

SUMMARY

Undoubtedly, tax is the main source of income for the state. It is very important for the state to voluntarily adapt the taxation, which is the most important source of income. In this study, studies on tax compliance have been examined and tried to reveal the factors determining the willingness of individuals to pay taxes.

Paying taxes is a civic duty. The issue of tax compliance is as old as the tax. From past to present individuals, have always questioned the legitimacy / legality of taxation and searching for answers to questions such as "what is the tax and what taxes are paid?".

Topics such as voluntary tax compliance and tax evasion are dated back to the taxation itself. They have constituted an important research area since the early days of tax collection practices. Taxpayers are considered to be in compliance when they fully fulfill their tax duties. Nowadays, individuals tax compliance / tax evasion is regarded as a sign of good citizenship.

As long as taxpayers are convinced that taxation policies are legitimate, intact and efficient, it is assumed that they are willing to comply in the collection process and unwilling to avoid the taxes.

There are various factors that affect taxpayer's willingness to comply to the taxation policies. Awareness of the effects of taxation is considered a positive factor in terms of tax compliance. On the other hand taxpayers prefer to act rationally when it comes to declare their tax positions, specifically speaking; when the possible gains penalty of cheating the system worth the reward, they prefer to do so regardless of their awareness level.

While personal factors such as level of moral integrity and belief of value return from the system may affect this process positively, it is assumed that these cases will be outliers and won't have a statistically significant proportion within the population to influence the macroeconomic behavior.

Likya Yolu'nu Yürüyen Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve Memnuniyet Düzeyleri

Yılmaz AKGÜNDÜZ*

Gaye KIZILCALIOĞLU**

ÖZ

Bu çalışma ile Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin demografik özellikleri, seyahat motivasyonları, genel memnuniyet düzeyleri ve geleceğe yönelik davranışsal niyetlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında veriler, kolayda örnekleme yöntemi tercih edilerek Mart-Nisan 2014 döneminde Likya Yolu'nu yürüyen turistlerden anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Söz konusu anket formu turistlerin seyahat motivasyonlarını, memnuniyet düzeylerini ve demografik özelliklerini belirlemeye yönelik ifadelerin yer aldığı üç bölüm olarak tasarlanmıştır. Alan araştırması sonunda 407 geçerli ankete ulaşılmıştır. Hipotezleri test etmek için yapılan korelasyon ve regresyon analizleri sonucunda; Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin seyahat motivasyonlarının sosyalleşme ve kendini gerçekleştirme, bağımsız seyahat etme, dünyayı tanıma, deneyim arayışı ve sakinlik arayışı olarak incelenebileceği tespit edilmiştir. Ayrıca sosyalleşme ve kendini gerçekleştirme motivasyonunun turistlerin genel memnuniyet düzeyini pozitif olarak etkilediği; genel memnuniyet düzeyinin ise turistlerin tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Likya Yolu, Seyahat Motivasyonu, Turist Memnuniyeti, Destinasyon Sadakati.

JEL Sınıflandırması: M10, L83.

Travel Motivations and the Satisfaction Levels of the Tourists Walking the Lycian Way

ABSTRACT

This study aims to determine the demographics, travel motivations, general satisfaction levels and future behavioral intentions of the tourists walking The Lycian Way. The data collected in the scope of the study were obtained from the tourists who walked in The Lycian Way in the March-April 2014 period by using the convenience sampling method with the questionnaires. The questionnaires were designed to determine the travel motivations, satisfaction levels and demographic characteristics of the tourists in three parts each of which containing expressions to define the abovementioned properties. At the end of the field study, 407 valid questionnaires were attained. As a result of the correlation and regression analyses; performed to test the hypothesis, it has been determined that the travel motivations of the tourists walking in The Lycian Way could be examined under the titles such as socializing and self-realization, traveling independently, knowing the world, searching for experience and quietness. It has also been determined that socializing and self-realization motivation affects the general satisfaction level positively. It has been observed that the general satisfaction level has a negative effect on the intention of revisiting the same place and on the intention of recommending it to other people.

Key Words: The Lycian Way, Travel Motivation, Tourist Satisfaction, Destination Loyalty

JEL Classification: M10, L83.

* Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Seferihisar Fevziye Hepkon UBY, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, yilmazakgunduz@hotmail.com

** Bilim Uzmanı, gayepazar@hotmail.com

GİRİŞ

Turizm rotaları son yıllarda gelişme gösteren turizm trendleri arasında yer almaktadır (Meyer, 2004). Turizm rotaları turistik ürün geliştirmeye katkıda bulunmakla birlikte aynı zamanda yeni deneyimler kazanmak isteyen ziyaretçileri kendisine çekmektedirler. Gelişmekte olan turizm trendleri, standartlaşmış kitle turizminden uzaklaşarak daha bireysel, daha esnek ve daha anlamlı deneyim sağlayan alternatiflerin önem kazanmasına neden olmuştur (Hummelbrunner ve Miglbauer, 1994).

Her zaman yapılan aktivitelerin dışında bir deneyim yaşama arzusu içinde olan turistlerin turizm ürününden beklentileri; kültür ve bilgi düzeyini artırması, eğlenceli ve kaliteli bir boş zaman değerlendirme yönünde olmaktadır (Božić ve Berić, 2013). Likya Yolu bu anlamda, beklentilerin hepsine cevap verebilen alternatif bir turistik üründür. Likya Yolu, 1996 yılında Garanti Bankası'nın kültür ve sanata destek projeleri yarışmasında, Kate Clow'un Likya Yolu adlı projesinin birinci seçilmesiyle günümüze kazandırılmıştır. Clow ve gönüller tarafından işaretlenip haritalanan yol 1999 yılında hizmete açılmıştır. Üç bin yıllık tarihi bir ticaret yolu olan Likya Yolu, Fethiye Ölüdeniz'den Antalya'ya kadar uzanmaktadır. Tarih ve doğanın iç içe geçtiği Likya Yolu'nun uzunluğu 509 kilometredir ve 23 etaptan oluşmaktadır (Turgut ve Clow, 2010).

Bu araştırma Likya Yolu'nu yürüten turistlerin demografik özelliklerini, seyahat motivasyonlarını, genel memnuniyet düzeylerini ve gelecekteki davranışsal niyetlerini belirlemek amacıyla tasarlanmıştır. Bu kapsamda öncelikle turistlerin seyahat motivasyonları ve memnuniyet düzeyleri konularının kuramsal çerçevesi oluşturulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın araştırma bölümünde ise Likya Yolu'nu yürüten turistlerden toplanan veriler analiz edilmiştir. Son olarak analiz sonuçları değerlendirilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

I. KURAMSAL ÇERÇEVE

A. Turistlerin Seyahat Motivasyonları

Turizm alanyazında turist davranışlarını açıklayan çok sayıda motivasyon teorisi ve yaklaşımı yer almaktadır (Kasim vd., 2013). Örneğin, McIntosh ve arkadaşları (1995), Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisindeki ihtiyaçları, seyahat gereksinimlerine uyarlayarak seyahat motivasyonlarını fiziksel, duygusal, kültürel, kişilerarası ve statü/prestij olarak açıklamaya çalışmışlardır. Kabul gören bir diğer teori, itme ve çekme faktörleri teorisidir (Damijanac ve Sergio, 2013). Dann'e (1977) göre kişi, seyahat kararı alırken itme ve çekme faktörlerinin etkisi altında kalmaktadır. İtme faktörü, seyahat isteğine neden olan ihtiyacı göstermektedir. Kişinin tatile çıkmaya karar vermesini sağlamaktadır. Çekme faktörü ise destinasyon ve destinasyonda kullanılabilir olan ürünleri içermektedir (Heitmann, 2010).

Iso-Ahola'nın geliştirdiği teoride, iki motivasyon faktörü bulunmaktadır. Faktörlerden ilki içsel ödül arayışı, ikincisi ise rutin hayattan uzaklaşmaktır. Iso-Ahola bu faktörleri kişisel ve kişiler arası olarak ikiye ayırmıştır (Hsu ve Huang, 2008). Pearce'ın 1988 yılında geliştirdiği Seyahat Kariyeri Merdiveni Modeli, Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisinden uyarlanarak geliştirilmiştir. Teoriye göre

turist motivasyonu beş farklı seyahat ihtiyacı düzeyinden oluşmaktadır (Bowen ve Clarke, 2009; Musai vd., 2013; Pearce ve Lee, 2005). İhtiyaçlar, merdiven ya da hiyerarşi olarak organize edilmiştir. Teoriye göre en alt düzeyde bulunan seyahat ihtiyacı dinlenme ihtiyacıdır. İkinci düzeyde uyarılma ihtiyacı, üçüncü düzeyde insan ilişkisi ihtiyacı, dördüncü düzeyde özsaygı ve gelişim ihtiyacı, beşinci düzeyde tüm ihtiyaçların giderilmesi yer almaktadır (Pearce ve Lee, 2005; Hsu ve Huang, 2008; Heitmann, 2010; Paris ve Teye, 2010; Musai vd., 2013).

Alanyazında seyahat motivasyonları ile ilgili çok sayıda çalışmaya rastlanılmıştır (Demir, 2010a; Evren ve Kozak, 2012; Harman, 2012). İncelenen çalışmalar itme ve çekme faktörlerinin seyahat motivasyonu üzerindeki etkisi ve diğer seyahat motivasyon teorileri üzerine yoğunlaşmıştır. Alanyazında seyahat motivasyonlarını belirlemek amacıyla yalnızca itme faktörlerini (Demir, 2010b; Ma, 2010) ve yalnızca çekme faktörlerini (Demir, 2010a; Evren ve Kozak, 2012) inceleyen çalışmalar olduğu gibi her iki faktörü ele alan (Kozak ve Rimmington, 2000; Klenosky, 2002; Yoon ve Uysal, 2005; Jang ve Wu, 2006; Yüksel ve Yüksel, 2008; Mohammad ve Som, 2010; Pesonen, 2012; Damijanić ve Šergo Sergo, 2013) çalışmalar da bulunmaktadır. Kasim ve arkadaşlarının (2013) Malezya'daki bir adaya yönelik yerel turistlerin seyahat motivasyonlarını belirlemek için yapmış oldukları çalışma sonucunda en önemli motivasyon faktörü beden ve zihin canlanması olarak, en az önemli motivasyon faktörü ise kültürel yerleri ziyaret etmek olarak belirlenmiştir.

Jönsson ve Devonish'in (2008) Barbados Adası'nı ziyaret eden turistlerin seyahat motivasyonları üzerinde uyruk, cinsiyet ve yaşın etkisini belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmada Kozak'tan (2002) uyarılanan 14 seyahat motivasyonu unsurunu kültürel, zevk ve fantezi, dinlenme ve fiziksel olarak dört faktörde incelemişlerdir. Bu çalışmada seyahat motivasyonlarını etkileyen en önemli faktör dinlenme, en az önemli olan faktör ise kültür olarak belirlenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda Barbados'a gelen turistlerin seyahat motivasyonları uyruklarına ve yaşlarına göre anlamlı farklılıklar gösterirken, cinsiyetin seyahat motivasyonları üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir.

Terblanche'nin (2012) Magoebaskloof'u ziyaret eden maceracı turistlerin seyahat motivasyonlarını belirlemek için yapmış olduğu çalışmada motivasyon unsurları yedi faktör (prestij, grup birlikteliği, bilgi arayışı, kaçış ve rahatlama, çekicilik, ilişki kurma ve yenilik) olarak ele alınmıştır. Araştırma sonucunda turist motivasyonunu etkileyen faktörlerin en önemli üç faktörün sırasıyla kaçış ve rahatlama, grup birlikteliği ve bilgi arayışı olduğu belirlenmiştir.

Yoon ve Uysal'in (2005) motivasyon ve memnuniyetin destinasyon sadakati üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmada 24 itme ve 28 çekme motivasyon unsuru belirlenmiştir. Yapılan faktör analizi sonucunda itme faktörleri heyecan, bilgi ve eğitim, dinlenme, başarı, aile birlikteliği, kaçış, güvenlik ve evden uzaklaşma olarak sekiz faktörde incelenmiştir. Çekme faktörleri modern atmosfer ve aktiviteler, yaban hayatı, güvenilir hava, doğal manzara, aktiviteler, farklı kültürler, temizlik ve alışveriş, gece hayatı ve yerel mutfaklar, ilginç kasaba ve köyler, su aktiviteleri olmak üzere

10 faktörde ele alınmıştır. Yapılan çalışma sonucunda çekme faktörlerinin itme faktörlerinden ayrı olarak destinasyon sadakati üzerinde belirleyici olduğu saptanmıştır.

B. Turist Memnuniyeti

Müşteri memnuniyeti, pazar bölümlendirmesi yapabilmek ve pazar yapısını anlayabilmek için en çok üzerinde durulan konulardan biridir (Dolnicar ve Le, 2008). Memnuniyet araştırmaları, yönetim ve pazarlama disiplinleri ile ilişkilidir. Hizmet pazarlaması ve yönetimi ile ilgili 17.000'den fazla yayınlanmış makale varken bunların çok küçük bir kısmı turizm sektörü ile ilgilidir (Latu ve Everett, 2000).

Turizm sektöründeki temel varsayımlardan biri farklı insanların farklı turizm ihtiyaçlarının olduğu, diğeri ise memnun olmuş turistin seyahat deneyiminden dolayı ilgili destinasyonu tekrar ziyaret edeceğidir (Dolnicar ve Le, 2008). Müşteri sadakati, müşterinin kendisi için alternatiflerin olduğu bir ortamda belirli bir işletme, ürün veya hizmete yönelik içten bağlılık, tesadüfi olmayan alışveriş eğilimi arzusu ve eylemidir (Bayuk ve Küçük, 2007). Bu bağlamda destinasyon turistik bir ürün olarak düşünülürse destinasyon sadakati, pek çok alternatifin olduğu bir ortamda ilgili destinasyona yönelik tekrar ziyaret etme niyeti ve başkalarına tavsiye etme niyeti olarak tanımlanabilmektedir (Yoon ve Uysal, 2005).

Turist memnuniyetinin önemini, destinasyondan memnun olarak ayrılan turistin pozitif reklam etkisi yaratarak yeni turist kazanımını kolaylaştırması ve eski müşteriyi yüksek maliyetli pazarlama çalışmalarına ihtiyaç duyulmadan tekrar ilgili destinasyona çekmesi oluşturmaktadır. Memnun olmamış turistler ise yakınlarına şikayetlerini anlatarak destinasyona yönelik kötü bir izlenim oluşturmaktadır. Tazminat ödemeleri ile son bulan şikayetler olabileceği gibi şikayetler ile mücadele etmek zaman alıcı ve maliyetlidir (Swarbrooke ve Horner, 2007). Ayrıca memnun olarak ayrılan turistlerin, memnuniyetlerini kitle iletişim araçları ile paylaşabildikleri için memnuniyet kritik bir öneme sahiptir (Baker ve Crompton, 2000).

Müşteri memnuniyetini sağlamak için turistleri tanımak ve ihtiyaçlarını önceden tahmin edebilmek çok önemlidir. Yapılan çalışmalar yeni bir müşteri elde etme maliyetinin, eski müşteriyi muhafaza etmekten daha maliyetli olduğunu göstermektedir (Bogoro vd., 2013). Aynı zamanda turistik işletmeler için rekabet avantajı ve keşif fırsatı yaratmaktadır. Üst düzey bir müşteri tatmini müşteri sadakatini oluşturmasının yanı sıra talebin fiyat karşısındaki esnekliğini azaltmaktadır. Daha düşük işlem maliyetleri oluşturmakta ve başarısızlıkların maliyetini düşürmektedir (Huh, 2002).

Sangkaworn ve Mujtaba'ya göre (2010) turizm endüstrisinde müşteri memnuniyeti süreci, seyahat kararı veren turistin herhangi bir turistik ürün satın almasıyla başlamaktadır. Eğer turistik ürün turist beklentilerini karşılıyorsa memnuniyet, karşılamıyorsa memnuniyetsizlik oluşmaktadır (Tidichumremporn vd., 2010'da belirtildiği üzere). Diğer bir ifadeyle bir kişi satın aldığı ürün veya hizmetten memnun kalmışsa, beklentileri tamamen karşılanmış demektir (Kotler

vd., 2008). Ancak turistin genel memnuniyet düzeyini yalnızca destinasyon belirlememektedir. Aynı zamanda destinasyonda nasıl davranıldığı ve nasıl hizmet verildiği de genel memnuniyeti etkilemektedir (Prayag, 2009).

Alanyazında turist memnuniyeti ile ilgili çalışmaların büyük bir kısmı destinasyona yönelik turist sadakati ile ilişkilendirilmiştir (Baker ve Crompton, 2000; Kozak ve Rimmington, 2000; Prebensen, 2003; Duman ve Öztürk, 2005; Valle vd., 2006; Prayag, 2008; Prayag, 2009; Okello ve Yerian 2009; Chen ve Chen 2010; Cam 2011; Hosany ve Prayag 2011; Alrousan ve Abuamoud, 2013; Osman ve Sentosa, 2013; Tomar ve Tomar, 2013). Bunun yanı sıra turist memnuniyeti seyahat tipine (Weiler ve Ham, 2001); beklenti ve algılanan değere (Song vd., 2011); önem, performans ve seyahat motivasyonlarına (Meng vd., 2008); turist tipolojilerine (Hosany ve Prayag, 2011); hizmet deneyimine (Prebensen, 2003) ve destinasyon imajına göre (Al-Majali, 2012; Sadeh vd., 2012) alanyazında incelenmiştir. Bu çalışmalar arasında yer alan Devesa ve arkadaşlarının (2010) İspanya'da yer alan Segovia kırsal alanındaki turizm faaliyetlerine katılan turistlerin seyahat motivasyonları ve genel memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmada, farklı ihtiyaçları olan turistlerin farklı beklentileri olduğu ve bu farklılıkların genel memnuniyet düzeyini etkileyebileceği belirlenmiştir.

Okello ve Yerian'ın (2009) Tanzanya'da koruma altına alınmış altı milli parka yönelik ziyaretçi memnuniyeti düzeyini ve ziyaretçilerin tekrar ziyaret etme niyetlerini belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmada turistlerin memnuniyet düzeyleri oldukça yüksek olarak belirlenmiştir. Ayrıca araştırmaya katılan turistlerin %86'sının destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetinde olduklarını da belirlemişlerdir. Ekiz ve Köker'in (2012) ise Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ni ziyaret eden yabancı turistlerin Kıbrıs'a yönelik memnuniyetlerine neden olan faktörleri belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada çevre ve güvenlik, ikamet ve restoran tesisleri, alışveriş ve turizm mekanları, ulaşım tesisleri ve yerel mutfağın turist memnuniyetini pozitif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir.

II. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

O'Leary ve Deegan (2003) seyahat motivasyonlarını, turistlerin ihtiyaçları ve arzularını etkileyen seyahat eğilimi olarak ifade etmişlerdir (Mlozi ve Pesamaa 2013'te belirtildiği üzere). Pearce ve Caltabiano'ya göre (1983) seyahat motivasyonları, turistik davranışları anlamaya yardımcı olmasının yanı sıra insanlar neden seyahat eder ve insanların satın alma davranışlarını ne başlatır sorularına cevap aramaktadır (Kasim vd., 2013'te belirtildiği üzere). Daha önce yapılmış çalışmalarda (Demir, 2010a; Harman, 2012) seyahat motivasyonuna etki eden faktörler ile turist memnuniyeti arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda en önemli soru turistleri nelerin memnun ettiği (Prebensen, 2003).

Motivasyon çalışmaları turistlerin istek, ihtiyaç ve beklentilerini anlamaya çalışmaktadır (Latu ve Everett, 2010). Her ne kadar turistlerin sosyo-demografik özellikleri ve karakterleri turist davranışını etkilese de turistin öznel

deneyimiyle ilgili diğer faktörler bu karmaşık süreci daha güçlü bir şekilde açıklamaktadır. Bu bağlamda motivasyon ve memnuniyet turizm alanında bireysel davranışları belirleyen iki temel faktör haline gelmektedir (Devesa vd., 2010). Yapılan açıklamalara ve çalışmalara bağlı olarak H₁ ve H₂ geliştirilmiştir.

H₁ Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin seyahat motivasyonları ile genel memnuniyet düzeyleri arasında pozitif bir ilişki vardır.

H₂ Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin seyahat motivasyonları, genel memnuniyet düzeylerini pozitif olarak etkilemektedir.

Nadir örnekler (Jang ve Feng, 2007) dışında müşteri memnuniyeti, müşteri sadakatinin güvencesidir. Memnuniyet, her zaman sadakatle sonuçlanamayabilir. Fakat şüphesiz sadık müşteri, memnun müşteridir (Jones ve Sasser, 1995). Valle ve arkadaşlarına göre (2006) turist memnuniyeti ve deneyimi destinasyonu tekrar ziyaret etme niyetinin belirleyicisidir. Yapılan açıklamalara ve çalışmalara bağlı olarak H₃ ve H₄ hipotezleri önerilmiştir.

H₃ Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin genel memnuniyet düzeyi gelecekte tekrar ziyaret etme niyetlerini pozitif olarak etkilemektedir.

H₄ Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin genel memnuniyet düzeyi tavsiye etme niyetlerini pozitif olarak etkilemektedir.

III. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

A. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Kapsamı

Bu çalışmanın temel amacı Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin seyahat motivasyonlarını etkileyen faktörleri belirlemektir. Ayrıca turistlerin memnuniyet düzeylerinin tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi de amaçlanmaktadır.

Turistin karar verme sürecini etkileyen destekleyici tutundurma faaliyetleri turizm pazarında rekabet fırsatı yaratabilmektedir (Kotler vd., 2008). Bu araştırma ile elde edilen bilgilerin pazar bölümlendirmesi yapan ve pazarlama çalışmalarını planlayan turizm işletmelerinin doğru kararlar almasına yardımcı olacağı düşünülmektedir. Özellikle tutundurma mesajının belirlenmesi ve iletişim kanalının seçilmesinde Likya Yolu ve güzergahında yer alan destinasyon yöneticileri ve turizm işletmelerine önemli katkılar sağlayacağı öngörülmektedir. Yapılan taramalarda Likya Yolu'nu yürüyen turistlerle ilgili ampirik bir araştırmaya ulaşılamamış olmasının da yapılan bu çalışmanın önemini artırdığı düşünülmektedir. Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin seyahat motivasyonları ve genel memnuniyet düzeyleri ile ilgili Türkiye'deki ilk çalışma olması araştırmanın akademik önemini oluşturmaktadır.

Bu araştırmanın evrenini Likya Yolu'nu yürüyen yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Ancak Likya Yolu'nu yürüyen turistlerle ilgili resmi istatistiklere ulaşılamamıştır. Bu nedenle Turgut ve Clow (2006) tarafından belirtilen 12.000 kişi evren olarak kabul edilmiştir. Sınırsız evren büyüklüğünde 0,95 güven aralığındaki örneklem büyüklüğü 384 olarak hesaplanmıştır (Ural ve Kılıçlar, 2006). Ana kütleliyi oluşturan kişiler belirli olmadığı için örnekleme tekniği olarak kolayda örnekleme yönteminin seçilmesine karar verilmiştir.

Anket uygulaması 2014 yılının Mart ve Nisan aylarında gerçekleştirilmiştir. Anket uygulaması Likya Yolu'nun Hisarönü-Faralya, Faralya-Kabak Koyu, Kaş-Aperlai, Mavikent-Gelidonya Feneri, Gelidonya Feneri-Adrasan, Adrasan-Olympos etaplarında Likya Yolu'nun üzerinde yüz yüze görüşme tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Anketlerin bir kısmında tur rehberleri ile işbirliği yapılmıştır. Yapılan alan araştırması sonunda 407 kullanılabilir ankete ulaşılmıştır. Hedef olarak konulan 384 kişiden oluşan örneklem büyüklüğünün yaklaşık %3 oranında geçildiği görülmektedir.

B. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama tekniklerinden anket yöntemi tercih edilmiştir. Anketin birinci bölümünde Likya Yolu'nu yürüten turistlerin seyahat motivasyonlarını belirlemek amacıyla yararlanılan Motivasyon Ölçeği yer almaktadır. Bu ölçek Paris ve Teye (2010) tarafından geliştirilmiş ve Harman (2012) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Ölçek 7 boyut ve 26 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin yanıt kategorileri 5'li Likert derecesine göre düzenlenmiştir. 5'li Likert derecesini "Kesinlikle katılmıyorum" (1), "Katılmıyorum" (2), "Ne katılıyorum ne katılmıyorum" (3), "Katılıyorum" (4) "Kesinlikle katılıyorum" (5) olarak belirlenmiştir.

Anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerine ilişkin sorular yer almaktadır. Anketin üçüncü bölümünde Likya Yolu'nu yürüten turistlerin memnuniyet düzeyi ve destinasyon sadakati üzerine çoktan seçmeli sorular yer almaktadır. Bu bölümdeki sorular Valle ve arkadaşlarının (2006) çalışmalarından yararlanılarak oluşturulmuştur. Turistlerin memnuniyetini belirlemek amacıyla hazırlanan üç sorudan ikisinin yanıt kategorileri hiç memnun değilim (1), çok memnunum (5) olarak; diğer sorunun ise yanıt kategorisi evet-hayır şeklinde ifade edilmiştir. Destinasyon bağlılığını belirlemek amacıyla hazırlanan iki ifadenin de yanıt kategorisi Evet, Hayır ve Belki olmak üzere üçlü derecelendirilmiştir. Turistlerin memnuniyeti ve destinasyon sadakatlerine ilişkin ifadeler bir ölçek olarak değil, bağımlı değişken ifadesi olarak ele alındığı için geçerlilik ve güvenilirlik analizi yapılmamıştır. Anket formu Türkçe ve İngilizce dillerinde hazırlanmıştır.

B. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın ilk kısıtlılığı kullanılan örnekleme yöntemidir. Bu araştırmada ana kütlelin tamamına ulaşmak mümkün olmadığı için kolayda örnekleme yönteminin kullanılmasına karar verilmiştir. Araştırmanın ikinci kısıtlılığı alan araştırması yapılırken yürüyüşe elverişli olması bakımından Likya Yolu'nun yüksek sezonlarından Mart ve Nisan aylarının tercih edilmesidir. Araştırmanın üçüncü kısıtlılığı anket yöntemini araştırmacının kendisi yaptığı için Likya Yolu'nun bütün etaplarına ulaşmanın zaman, maddi kaynak ve erişebilirlik açısından yeterli olmaması nedeniyle yalnızca altı etapta yapılmış olmasıdır. Ayrıca Likya Yolu'nu yürüten turistler yol üzerinde yorgun ve bitkin olmaları nedeniyle anketi cevaplama konusunda isteksiz davranışlar göstermişlerdir. Bu nedenle örneklem büyüklüğünün artırılmaması araştırmanın diğer bir sınırlılığı olarak kabul edilebilir.

IV. BULGULAR

A. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Alan araştırması sonunda 407 turistten toplanan veri geçerli olarak kabul edilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların %51,8'inin (211 kişi) kadın; %53,1'inin (216 kişi) evli olduğu görülmektedir. Katılımcıların %56,5'i 45 yaş ve altında, % 48,4'ünün (197 kişi) önlisans ve lisans eğitimi, %48,4'ü 3001 TL ve üzerinde gelire sahiptir. Ayrıca araştırmaya katılanların önemli bir bölümü (%65,6'sı -267 kişi-) Türk Vatandaşıdır.

Tablo 1: Ziyaretçilerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı (n:407)

Demografik Özellikler	n	%		n	%
Cinsiyet			Aylık Gelir		
Kadın	211	51,8	1000 TL ve altı	35	8,6
Erkek	196	48,2	1001 TL -1500 TL	25	6,1
Medeni Durum			1501 TL -2000 TL	56	13,8
Evli	216	53,1	2001 TL -2500 TL	64	15,7
Bekar	191	46,9	2501 TL -3000 TL	30	7,4
Yaş			3001 TL -3500 TL	25	6,1
30 ve altı	89	21,9	3501 TL -4000 TL	28	6,9
31-45 yaş grubu	141	34,6	4001 TL -5000 TL	42	10,3
46 ve üzeri	177	43,5	5001TL ve üzeri	102	25,1
Eğitim Düzeyi			Milliyet		
İlköğretim ve Lise	94	23,1	Türk	267	65,6
Önlisans ve Lisans	197	48,4	Alman	84	20,6
Lisansüstü	116	28,5	İngiliz	14	3,4
			Diğer	47	10,2

B. Geçerlilik ve Güvenirlilik Analizi

Öncelikle çalışma kapsamında yararlanılan Motivasyon Ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ölçeğin yapısal geçerliliği açıklayıcı faktör analizi ile belirlenmiştir. Yapılan KMO testinin anlamlı çıkması sonucu veri setine faktör analizi uygulanmıştır. Uygun faktör sayısının belirlenmesinde öz değerler 1'den büyük olanların seçilmesine, faktörlerin en az 3 maddeden oluşmasına, faktör yükünün en az 0,40 olmasına, binişik durumdaki maddelerin faktör yük farkının en az 0,10 olmasına ve Varimax dönüşümü kullanılmasına karar verilmiştir (Büyüköztürk, 2012).

Tablo 2: Seyahat Motivasyonlarına Yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler/İfadeler	Faktör Yüğü	Özdeğer	Açıklanan Varyans %	Ortalama	Güvenirlık
<i>Sosyalleşme ve Kendini Gerçekleştirme</i>		4,230	17,624	3,553	,892
Aidiyet hissine sahip olmak	,765				
Kendime olan güvenimi arttırmak	,733				
Yakın dostluklar geliştirmek	,714				
Diğer gezginlere eşlik etmek	,653				
Diğerleri ile yeni arkadaşlıklar geliştirmek	,583				
Yaşamımdaki yeni dönemlere hazırlanmak	,565				
Hayal gücümü kullanmak	,538				
Ziyaret ettiğim yerlere bir şekilde katkı sağlamak	,531				
<i>Bağımsız Seyahat Etme</i>		3,060	12,750	3,568	,783
Seyahatimi kendi kendime organize etmek	,722				
Mümkün olduğunca uzun süre seyahat etmek	,706				
Daha önce gidilmemiş ücra yerlere gitmek	,639				
Düşük bir bütçe ile seyahat etmek	,575				
<i>Dünyayı Tanıma</i>		2,654	11,060	4,022	,783
Dünya hakkındaki bilgimi arttırmak	,814				
Yerel halktan insanlar ile etkileşime girmek	,730				
Diğer kültürleri keşfetmek	,669				
Bağımsız ve açık görüşlü olmak	,578				
<i>Deneyim Arayışı</i>		2,459	10,246	3,796	,751
Ailem ve arkadaşlarım ile paylaşabileceğim deneyimler yaşamak	,772				
Arkadaşlarımla iyi vakit geçirmek	,592				
Özel etkinliklere katılmak	,562				
Heyecan yaşamak	,546				
Hayatımda bir kere yapabileceğim faaliyetleri yapmak	,499				
<i>Sakinlik Arayışı</i>		2,216	9,235	4,162	,753
Zihinsel olarak rahatlamak	,773				
Sakin bir atmosferde bulunmak	,734				
Fiziksel olarak rahatlamak	,714				
Açıklanan toplam varyans: % 60,915 Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği: % 92,5 p<0,05 Barlett's Küresellik Testi X ² : 4471,474 Ölçeğin genel ortalaması: 3,761; Ölçeğin tamamı için Alpha: 0,9926					

Yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan 24. maddenin binişik madde olduğu ve faktör yükü farkının 0,10 altında olduğu; 14. maddenin faktör yükünün 0,40'ın altında olduğu saptanmıştır. Bu nedenle 14 (kendini keşfetmek) ve 24. madde (yeteneklerimi göstermek) ölçekten çıkarılarak faktör analizi tekrarlanmıştır. 24 maddeden oluşan ölçek beş faktörde toplanmış ve toplam varyansın % 60,915'ini açıklamıştır.

Söz konusu beş faktörün hangi başlıklar altında toplandığının tespit edilmesi amacıyla döndürülmüş bileşenler matrisi kullanılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda ölçeğin orijinaline bağlı kalınarak birinci motivasyon faktörü

sosyalleşme ve kendini gerçekleştirme, ikinci faktör bağımsız seyahat etme, üçüncü faktör dünyayı tanıma, dördüncü faktör deneyim arayışı ve beşinci faktör sakinlik arayışı olarak isimlendirilmiştir. Faktör analizinde yer alan değişkenlere ilişkin verilerin ortalama, güvenilirlik, faktör yükü ve öz değerleri Tablo 2'de gösterilmektedir.

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda hem ölçeğin alt boyutları itibariyle hem de ölçeğin tamamı için hesaplanan Cronbach's Alpha katsayısının 0,70'in üzerinde olduğu bulgulanmıştır. Alanyazında 0,70 ve üstü değerlere sahip ölçekler yüksek derecede güvenilir olarak nitelendirilmektedir (Hair vd., 2010).

Açıklayıcı faktör analizi ile elde edilen ölçek boyutlarını test etmek amacıyla birinci düzey doğrulayıcı faktör (DFA) analizi uygulanmıştır. Ölçeğin DFA sonuçları $X^2=839,37$ ve serbestlik derecesi (df)=242 olarak gerçekleştirilmiştir. Bu sonuçlar ölçek için uygun ve kabul edilebilir bir durumu ifade ederken, $X^2/df<5$ ($839,37/242=3,47$) olarak bulunmuştur. Çalışmada ölçek için elde edilen RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü) değerinin 10'dan küçük olması (RMSEA=0,078) ölçeğe ilişkin modelin kabul edilebilir bir uyum gösterdiğini açıklamaktadır.

Tablo 3'de görüldüğü gibi gözlenen değişkenlere ait standardize çözümlene değerleri 0,63 ve 0,86 arasında, t-değerleri 1,96'in üzerinde bulgulanmıştır. Bu tüm parametrelerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Ayrıca Tablo 3 incelendiğinde ölçekteki faktörlerin birleşik yapı güvenilirliklerinin 0,70 düzeyini aştığı, faktörlerin ortalama açıklama varyanslarının 0,50'yi aştığı belirlenmiştir. Elde edilen bulgular motivasyon ölçeğini oluşturan boyutların içsel tutarlılıkları ve yapıyı açıklama güçlerinin yeterli olduğunu doğrulamaktadır.

Tablo 3: Doğrulayıcı Faktör Analizi

Gizil ve Gözlenen Değişkenler	CSL	t-değeri	R ²	CR	AVE
<i>Sosyalleşme ve Kendini Gerçekleştirme</i>				,89	,51
Aidiyet hissine sahip olmak	,78	18,26	,61		
Kendime olan güvenimi arttırmak	,78	18,24	,61		
Yakın dostluklar geliştirmek	,72	16,32	,52		
Diğer gezginlere eşlik etmek	,66	14,41	,44		
Diğerleri ile yeni arkadaşlıklar geliştirme	,70	15,71	,49		
Yaşamımdaki yeni dönemlere hazırlanmak	,70	15,79	,49		
Hayal gücümü kullanmak	,69	15,44	,48		
Ziyaret ettiğim yerlere bir şekilde katkı sağlamak	,66	14,44	,44		
<i>Bağımsız Seyahat Etme</i>				,82	,54
Seyahatimi kendi kendime organize etmek	,68	14,47	,46		
Mümkün olduğunca uzun süre seyahat etmek	,77	16,91	,59		
Daha önce gidilmemiş ücra yerlere gitmek	,73	15,48	,53		
Düşük bir bütçe ile seyahat etmek	,75	16,09	,56		

<i>Dünyayı Tanıma</i>					
Dünya hakkındaki bilgimi arttırmak	,63	12,94	,40	,81	,52
Yerel halktan insanlar ile etkileşime girmek	,73	15,50	,53		
Diğer kültürleri keşfetmek	,81	17,97	,66		
Bağımsız ve açık görüşlü olmak	,69	14,39	,48		
<i>Deneyim Arayışı</i>					
Ailem ve arkadaşlarım ile paylaşabileceğim deneyimler yaşamak	,68	12,80	,46	,83	,54
Arkadaşlarımla iyi vakit geçirmek	,75	15,48	,56		
Özel etkinliklere katılmak	,63	14,52	,40		
Heyecan yaşamak	,86	17,86	,74		
Hayatımda bir kere yapabileceğim faaliyetleri yapmak	,74	15,32	,55		
<i>Sakinlik Arayışı</i>					
Zihinsel olarak rahatlamak	,63	12,70	,41	,75	,50
Sakin bir atmosferde bulunmak	,79	16,68	,50		
Fiziksel olarak rahatlamak	,70	14,42	,66		
CSL: Completely Standardized Loading (Standardize Edilmiş Değerler)					
CR: Composite Reliability (Birleşik Yapı Güvenirlikleri)					
AVE: Average Variance Extracted (Ortalama Açıklanan Varyans)					

Diğer uyum indeksleri Tablo 4’de görülmektedir. Uyum iyiliklerine bağlı olarak ölçeğin amprik veri ile tutarlı ve istatistiksel olarak geçerli olduğu anlaşılmaktadır. Uyum iyiliği indekslerinin dışında ölçeğin geçerliliğinin ve güvenilirliğinin sınanmasında standardize edilmiş değerleri (CSL- Completely Standardized Loading), t-değerleri, faktörlerin birleşik yapı güvenirlikleri (CR- Composite Reliability) ve açıklanan varyanslarının da (AVE- Average Variance Extracted) incelenmesi gerekmektedir.

Tablo 4: Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İyiliği	Ölçme Modeli Uyum İyiliği Değerleri	İyi Uyum İyiliği Değeri	Kabul Edilebilir Uyum İyiliği Değeri
χ^2/df	3,47	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$2 < \chi^2/df \leq 5$
RMSEA-Root Mean Square Error of Approx	0,078	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$
GFI-Goodness Fit Index	0,85	$0.95 \leq GFI \leq 1.00$	$0.90 \leq GFI < 0.95$
AGFI-Adjusted Goodness of Fit Index	0,82	$0.90 \leq AGFI \leq 1.00$	$0.85 \leq AGFI < 0.90$
SRMR-Standardize Root Mean Square Residual	0,96	$0 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 < SRMR \leq 0.10$
CFI-Comparative Fit Index	0,056	$0.97 \leq CFI \leq 1.00$	$0.95 \leq CFI < 0.97$

C. Hipotez Testleri

Araştırmanın birinci hipotezini (H_1 :*Likya Yolu’nu yürüyen turistlerin seyahat motivasyonları ile genel memnuniyet düzeyleri arasında pozitif bir ilişki vardır*) test etmek üzere korelasyon analizini yapılmıştır. Yapılan analizin sonucunda seyahat motivasyonu faktörlerinden sadece dünyayı tanıma faktörü ile genel memnuniyet düzeyi arasında düşük düzeyde pozitif anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir ($r=0,155$ $p<0,05$). Diğer motivasyon faktörleri ile genel

memnuniyet düzeyi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu nedenle H_1 kısmen kabul edilmiştir. Tablo 5'de korelasyon analizi sunulmuştur.

Tablo 5: Korelasyon Analizi

Değişken	Genel Memnuniyet
Genel memnuniyet	1
Sosyalleşme ve Kendini Gerçekleştirme	,049
Bağımsız Seyahat Etme	,035
Dünyayı Tanıma	,155**
Deneyim Arayışı	-,014
Sakinlik Arayışı	,076

** p<0,01

Araştırmanın ikinci hipotezini(H_2 : *Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin seyahat motivasyonları genel memnuniyet düzeylerini pozitif etkilemektedir*) test etmek için çoklu regresyon analizine başvurulmuştur. Tablo 6'ya göre seyahat motivasyonu faktörleri ile genel memnuniyet düzeyi arasında pozitif ancak güçlü olmayan bir ilişki olduğu ($r=0,238$) tespit edilmiştir. Ayrıca belirlilik katsayısı (r^2) 0,057 olarak hesaplanmış olup, turistlerin genel memnuniyet düzeylerindeki değişimlerin %5,7'sinin motivasyon faktörlerine bağlı olduğu söylenebilir. Analiz sonuçlarına göre genel memnuniyetin %19'u sosyalleşme ve kendini gerçekleştirme faktörüne bağlıdır. Bir başka ifadeyle kişinin motivasyonda sosyalleşme ve kendini gerçekleştirme motivasyonu geçerliyse Likya Yolu'ndan memnun olma düzeyi %19 olacaktır. Diğer bir ifadeyle de sosyalleşme ve kendini gerçekleştirme motivasyonundaki bir birimlik artış genel memnuniyet üzerinde %19 oranında bir artışa neden olmaktadır. Bu sonuca bağlı olarak H_2 kabul edilmiştir.

Tablo 6: Seyahat Motivasyonu Faktörlerinin Genel Memnuniyet Üzerine Etkisi

Bağımsız Değişkenler	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Anlamlılık
	β	Std. Hata	β		
Sabit	3,688	,240		15,381	,001
Sosyalleşme ve Kendini Gerçekleştirme	,189	,077	,211	2,244	,026
Bağımsız Seyahat Etme	,001	,060	,001	,015	,988
Dünyayı Tanıma	,025	,074	,033	,345	,731
Deneyim Arayışı	-,028	,073	-,034	-,389	,698
Sakinlik Arayışı	,033	,060	,044	,558	,577

R: 0,239, R²: 0,057, ΔR^2 : 0,039, F: 3,135, P: 0,009

Araştırmanın üçüncü hipotezini(H_3 :*Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin genel memnuniyet düzeyi gelecekte tekrar ziyaret etme niyetlerini pozitif olarak etkilemektedir*) test etmek için yapılan regresyon analizi sonucunda genel

memnuniyet düzeyi ile gelecekte tekrar ziyaret etme niyeti arasında negatif ancak güçlü olmayan bir ilişki olduğu ($r=0,095$) tespit edilmiştir (Tablo 7).

Ayrıca belirlilik katsayısı (r^2) 0,009 olarak hesaplanmış olup, turistlerin gelecekte tekrar ziyaret etme niyetindeki değişimlerin % 9'unun genel memnuniyete bağlı olduğu belirlenmiştir. Genel memnuniyetin gelecekte tekrar ziyaret etmeye yönelik etkisi negatif yönlüdür ($\beta=-0,111$). Genel memnuniyet düzeyi arttıkça gelecekte tekrar ziyaret etme niyeti bundan negatif etkilenmektedir. Buna bağlı olarak pozitif yönde önerilen H_3 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 7: Genel Memnuniyet Düzeyinin Gelecekte Tekrar Ziyaret Etme Niyeti Üzerine Etkisi

Bağımsız Değişken	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Anlamlılık
	β	Std. Hata	β		
Sabit	2,042	,263		7,771	,001
Genel Memnuniyet	-,111	,058	-,095	-1,916	,056

R: 0,095, R²: 0,009, ΔR^2 : 0,007, F: 3,672, P: 0,056

Araştırmanın son hipotezini (H_4 :*Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin genel memnuniyet düzeyi tavsiye etme niyetlerini pozitif olarak etkilemektedir*) test etmek için yapılan regresyon analizine göre genel memnuniyet ile tavsiye etme niyeti arasında negatif ancak güçlü olmayan bir ilişki olduğu ($r=0,301$) tespit edilmiştir (Tablo 8). Ayrıca belirlilik katsayısı (r^2) 0,091 olarak hesaplanmış olup, turistlerin genel memnuniyet düzeylerindeki değişimlerin % 9,1'inin motivasyon faktörlerine bağlı olduğu söylenebilir. Genel memnuniyetin tavsiye etmeye yönelik etkisi negatif yönlüdür ($\beta=-0,193$). Genel memnuniyet düzeyi arttıkça tavsiye etme niyeti bundan negatif etkilenmektedir. Bu sonuca bağlı olarak H_4 reddedilmiştir.

Tablo 8: Genel Memnuniyet Düzeyinin Tavsiye Etme Niyeti Üzerine Etkisi

Bağımsız Değişken	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Anlamlılık
	β	Std. Hata	β		
Sabit	1,991	,138		14,409	,001
Genel Memnuniyet	-,193	,030	-,301	-6,349	,001

R: 0,301, R²: 0,091, ΔR^2 : 0,088, F: 40,304, P: 0,001

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Kuramsal Çıktılar

Turizm endüstrisinin kişilerin isteklerine, ihtiyaçlarına, ilgi alanlarına ve demografik özelliklerine göre şekillendiğini söylemek mümkündür. Turistlerin bireysel özelliklerine göre ürün sunmak, memnuniyet düzeylerini artırmak ve doğru pazarı bölümlendirmesi yapabilmek için seyahat motivasyonlarının bilinmesi gerekmektedir (Francis, 2003). Bu çalışmada Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin demografik özellikleri ve seyahate yönelen güdüler belirlenerek; bu

güdülerinin memnuniyetlerine ve tekrar ziyaret etme niyetlerine olan etkisi ortaya konulmuştur.

Bu araştırma, Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin dünyayı tanıma amaçlarının seyahat sonrasındaki genel memnuniyetleri ile pozitif yönlü bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir. Likya Yolu'nun farklı etaplardan oluşması ve neredeyse her bir etapta farklı uygarlıklara ait eserlerin görülebilmesi turistlerin kendilerinden önce yaşamış uygarlıklar hakkındaki bilgilerini artırmaktadır. Hatta bu uygarlıklarının bıraktığı eserlerin günümüzde de geçerliliğini koruduğunu görmeleri mümkün olmaktadır. Bu nedenle bir turist dünyayı tanımak amacıyla Likya Yolu'nu yürürse, genel tatmin düzeyinin artacağını söylemek mümkündür.

Likya Yolu'nu yürüyen turistler üzerinde yapılan bu araştırmada, sosyalleşme ve kendini tanıma amacıyla seyahate katılan turistlerin, yaptıkları seyahatin genel memnuniyet düzeylerini artırdığı belirlenmiştir. Likya Yolu yürüyüşü genellikle bir rehber eşliğinde yapılan seyahatlerle gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle de çok sayıda insan aynı tura dahil olarak Likya Yolu'nu yürümektedirler. İnsanların bir arada olmaları bir gruba ait olmalarına ve yeni arkadaşlıklar kurmalarına fırsatlar yaratmaktadır. Ayrıca Likya Yolu'nu yürüyebilmenin fiziksel bir yeterlilik gerektirmesine bağlı olarak turistler kendi yeterliliklerini görme fırsatına da sahip olabilmektedirler. Bu nedenle de Likya Yolu'nu yürüme amacı sosyalleşme ve kendini gerçekleştirme olan turistlerin, gerçekleştirdikleri bu seyahatin genel memnuniyet düzeylerini artırdığı söylenebilir.

Yapılan bu araştırma Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin genel memnuniyet düzeylerinin tekrar ziyaret etme niyetleri üzerinde azaltıcı bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Daha önce yapılan çalışmalarda genel memnuniyet düzeyinin tekrar ziyaret etme (Baker ve Crompton, 2000; Kozak ve Rimmington, 2000; Valle vd., 2006; Dolnicar ve Le, 2008; Okello ve Yerian, 2009; Cam, 2011; Osman ve Sentosa, 2013; Tomar ve Tomar, 2013) niyetini artırdığı belirlenmiş olmasına rağmen; turistler için oldukça zorlu etaplardan oluşan Likya Yolun'u yürüyen turistlerin, bu çalışmada tekrar Likya Yolu'nu ziyaret etme niyetinde olmadıkları belirlenmiştir. Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin en önemli motivasyon faktörleri dünyayı tanıma ve sakinlik arayışıdır. Dünyayı tanımak amacıyla seyahat eden bir turist için ikinci defa aynı destinasyonu seyahat etmek yerine, farklı bir kültür rotasını veya destinasyonu tercih etmesi olasıdır. Bu nedenle insanların Likya Yolu'na yaptıkları seyahat sonunda genel olarak memnun olmalarına rağmen; dünyanın farklı yerlerini görmek güdüsüyle hareket ettikleri için Likya Yolu'na tekrar gelmek yerine farklı destinasyonları tercih etmek istedikleri söylenebilir.

Likya Yolu'nun tamamını yürüyebilmek için turistlerin, kişiden kişiye değişmesine rağmen ortalama olarak dört ayını ayırması gerekmektedir. Bu da her yıl 20 gün tatil yapan bir turist için neredeyse altı yıl, tatilinin tamamını bu rota üzerinde geçirmesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle Likya Yolu'nu yürüyen

turistlerin genel tatmin düzeyi yüksek olsa bile, aynı etapları uzun dönemde tekrar yürümek istememektedir (Jang ve Feng, 2007).

Genellikle yüksek düzeyde bir hizmetten memnun olan insanlar, söz konusu hizmeti etrafındaki insanlara tavsiye ederler (Finn vd., 2009; Hosany ve Prayag, 2013). Fakat bu çalışmada Likya Yolu'nu yürüyen insanların, memnuniyet düzeyleri arttıkça etrafındaki insanlara tavsiye etme niyetlerinin azaldığı belirlenmiştir. Bu beklenmeyen azaltıcı etkinin nedeni olarak, fiziksel riski fazla olan Likya Yolu'nu yürüyen insanların, etrafındaki insanların bu kültür rotasına ayıracakları zaman, çaba ve bütçe ile farklı destinasyonları görmelerinin mümkün olacağı düşünceleri olduğunu söylemek mümkündür.

Uygulayıcılara Yönelik Çıktılar

Yapılan bu çalışmada Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin çoğunun 46 yaş ve üzerinde, evli, 5001 tl üzerinde aylık gelire sahip, üniversite mezunu Türk vatandaşları olduğu belirlenmiştir. Turizm işletmelerinin başarılı olmalarında örgütsel kaynakların belirlenen hedef kitlenin istek ve beklentilerine uyarlanması önemlidir. Aksi durumda hizmetin yapısal özellikleri gereği önemli kayıplar ortaya çıkabilmektedir. Likya Yolu üzerinde bulunan turizm işletmesi yöneticileri pazarı demografik özelliklerine göre bölümlendirme yapmak istediklerinde pazarlama karması elamanlarını 46 yaş ve üzerindeki, 5001 tl üzerinde aylık gelire sahip, üniversite mezunu Türk vatandaşlarına göre düzenleyebilirler. Niche pazarda faaliyet göstermek isteyen turizm işletmelerinin araştırma kapsamında elde edilen diğer demografik verilerden yararlanmaları da mümkündür.

Bu çalışmada Likya Yolu'nu yürüyen turistleri harekete geçiren en önemli güdünün dünyayı tanıma olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle Likya Yolu'nun sahip olduğu değerlerin korunması ve sürdürülebilirlik ilkesi doğrultusunda kullanılması işletmelerin uzun dönemli varlığını sürdürmeleri için gereklidir. Likya Yolu'nda bulunan işletme yöneticilerinin faaliyetleri nedeniyle ortaya çıkabilecek zararı en aza indirmeleri ve kamu kurumları tarafından yapılacak sürdürülebilirlik çalışmalarına destek vermelerinin yararlı olacağı düşünülmektedir.

Yapılan bu çalışmada Likya Yolu'nu yürüyen turistlerin genel olarak seyahatlerinden memnun oldukları belirlenmiştir. Ancak memnun olan turistlerin Likya Yolu'nu tekrar ziyaret etmek istemedikleri ve tanıdıklarına da tavsiye etme niyetinde olmadıklarını belirlenmiştir. Bu nedenle Likya Yolu'nu yürüyerek sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal değerleri hakkında bilgi sahibi olan turistlerin bu yolu ikinci defa ziyaret etmek istemedikleri söylenebilir. Likya Yolu'nun başlı başına bir turist çekim gücüne sahip olsa da bölgedeki işletme yöneticileri, kamu yöneticileri ile işbirliği içerisinde bölgede ve işletmelerinde yaratacakları farklılıklarla turistlerin tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetlerini artırabilirler.

Kamu Yöneticilerine Yönelik Öneriler

Likya Yolu'nun tüm etaplarında bulunan konaklama tesislerinin sayısı ve kapasitesi hakkında resmi istatistiksel bir bilgiye ulaşılamamıştır. Bu durum turizm araştırmalarını ve turizm planlamasını engellemektedir. Bu nedenle Likya

Yolu'nu yürüten turistlerin sayısı, Likya Yolu'ndaki turizm işletmelerinin tür, sayı ve kapasitelerini içeren istatistiklerin sağlanması hem uygulayıcılara hem de araştırmacılara yararlı olacağı düşünülmektedir.

Yapılan araştırma sonucunda Likya Yolu ile ilgili resmi bir web sitesine rastlanamamıştır. Likya Yolu ile ilgili web sitelerinin blog yazarları, gezginler ve rehberler tarafından oluşturulduğu görülmüştür. Potansiyel turistlerin bilgi ihtiyacının karşılanmak için interneti kullanmaları durumunda sağlıklı bilgiye ulaşmaları zorlaşmaktadır. Bu nedenle kamu kuruluşlarının özel sektörün desteğini alarak Likya Yolu'nu tanıtıcı bir web sitesi oluşturmalarının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Likya Yolu boyunca 76 tane antik kent bulunmaktadır. Ancak henüz Likya Yolu, Avrupa Konseyi Kültür Rotaları arasında yer alamamıştır. Destinasyon planlamacıları Likya Yolu'nun Avrupa Konseyi Kültür Rotaları'na dahil edilmesini sağlayarak ve Konsey ile işbirliği içerisinde Likya Yolu'nun bilinirliğini arttırabilirler. Böylelikle potansiyel ziyaretçi sayısının artması mümkün olabilir.

Araştırma esnasında Likya Yolu'nda çöplerin toplanmadığı, tabela ve levhaların yerinin değiştirildiği görülmüştür. Hijyen ve güvenlik açısından problem yaratabilecek konularda turizm işletmelerinin ve kamu yöneticilerinin daha titiz davranmaları önerilebilir.

Gelecekte Yapılacak Araştırmalar İçin Öneriler

Gelecekte yapılacak araştırmalar için öneriler getirmek mümkündür. Yapılan bu araştırmanın katılımcılarının %65'inin Türk vatandaşı olması nedeniyle bundan sonra yapılacak araştırmalar Likya Yolu'nu yürüten yabancı turistler örneğinde yapılabilir. Böylelikle farklı milliyetlere sahip turistler arasında karşılaştırma imkanı olabilecektir.

Bu araştırmada alan araştırması Mart ve Nisan aylarında yapılmıştır. Gelecekte yapılacak araştırmalar Likya Yolu'nun bir diğer yüksek sezonu olan Eylül ve Ekim aylarında gerçekleştirilebilir. Böylelikle farklı sezonlarda Likya Yolu'nu yürüten turistler arasında karşılaştırma imkanı olur.

Bu araştırma kültür rotalarından biri olan Likya Yolu üzerine yapılmıştır. Türkiye'de Kültür Rotaları Derneği kayıtlarına göre 17 adet kültür rotası bulunmaktadır. Gelecekte yapılacak araştırmalar Karia Yolu ve Idyma Yolu gibi diğer kültür rotaları üzerine tasarlanabilir. Böylelikle Türkiye'deki kültür rotalarını yürüten turistlerin motivasyon ve tatmin düzeyleri arasında karşılaştırma yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Al-Majali, M.M. (2012). International Tourist Satisfaction. *International Business Research*. 5 (9): 210-216.
- Alrousan, R.M. & Abuamoud, I.M. (2013). The Mediation of Tourists Satisfaction on The Relationship Between Tourism Service Quality and Tourists Loyalty: Five Stars Hotel in Jordanian Environment. *International Business Research*. 6 (8): 79-90.
- Baker, D.A. & Crompton, J.L. (2000). Quality, Satisfaction and Behavioral Intentions. *Annals of Tourism Research*. 27 (3): 785-804.

- Bayuk, M. N. & Küçük, F. (2007). Müşteri Tatmini ve Müşteri Sadakati İlişkisi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (1): 285-292.
- Bogoro, P., Maimako, S.S. & Kurfi, A.F. (2013). Assessing The Role of Infrastructure on Customer Satisfaction with National Parks in North East Nigeria *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 4 (10): 826-843.
- Bowen, D. & Clarke, J. (2009). *Contemporary Tourist Behaviour Yourself and Others As Tourists*. Oxford: Cab International.
- Božić, S. & Berić, D. (2013). Tourist Valorization of Cultural Route The Trail of The Roman Emperors. *European Researcher*, 55, 7 (2): 1902-1913.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Cam, T. (2011). Explaining Tourist Satisfaction and Intention to Revisit (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Nha Trang: Nha Trang Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Chen, C. & Chen, F. (2010). Experience Quality, Perceived Value, Satisfaction and Behavioral Intentions for Heritage Tourists. *Tourism Management*, 31, 29-35.
- Damijanić, A.T. & Šergo, Z. (2013). Determining Travel Motivations of Wellness Tourism. İçinde D. Benic (Editör) *Ekonomic Thought and Practice* (ss. 3-18). Dubrovnik: Periodical of The University of Dubrovnik.
- Dann, G.M.S. (1977). Anomie, Ego-Enhancement and Tourism. *Annals of Tourism Research*, 4 (4): 184-194.
- Demir, Ş.Ş. (2010a). Çekici Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisi: Dalyan Örneği. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 10 (3): 1041-1054.
- Demir, Ş.Ş. (2010b). Tatil Satın Alma Sürecinde İtici Faktörler, Bilgi Arama ve Memnuniyet İlişkisi: Yerli Turistler Üzerine Bir Araştırma, *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1 (4): 119-132.
- Devesa, M., Laguna, M. & Palacios, A. (2010). The Role of Motivation in Visitor Satisfaction: Empirical Evidence in Rural Tourism. *Tourism Management*, 31, 547-552.
- Dolnicar, S. & Le, H. (2008). Segmenting Tourists Based on Satisfaction and Satisfaction Patterns. İçinde A. Yüksel (Editör) *Tourist Satisfaction and Complaining Behaviour: Measurement and Management Issues in The Tourism and Hospitality Industry* (ss. 186-204). New York: Nova Science Publishing.
- Duman, T. & Öztürk, A.B. (2005). Yerli Turistlerin Mersin Kızkalesi Destinasyonu ve Tekrar Ziyaret Niyetleri ile İlgili Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16 (1): 9-23.
- Ekiz, E.H. & Köker, N.E. (2012). Destinasyon Tatmininin Belirleyicileri: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'ni Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Algılamaları. *Küresel İletişim Dergisi*, 2 (4): 45-63.
- Evren, S. & Kozak, N. (2012). Eskişehir'in Çekici Faktörlerinin Günöbirlik Ziyaretçilerin Bakış Açılıyla Değerlendirilmesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23 (2): 220-232.
- Finn, A., Wang, L. & Frank, T. (2007). Attribute perceptions, customer satisfaction and intention to recommend e-services. *Journal of Interactive Marketing*, 23, 209-220.
- Francis, C. (2003). Tourism overview. İçinde B. Lubbe (Editör) *Tourism Management in Southern Africa* (ss.29-69). Cape Town: Maskew Miller Longman.
- Hair, J.F., Black, B., Babin, B., Anderson, R.E. & Tatham, R. L. (2009). *Multivariate Data Analysis*. New York: Pearson Prentice Hall.
- Harman, S. (2012). Sırtçantalı Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve İlgilenimleri: İstanbul'a Gelen Sırtçantalı Turistler Üzerine Bir Araştırma. (*Basılmamış Doktora Tezi*) Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Heitmann, S. (2010). Tourist Behaviour and Tourism Motivation. İçinde P. Robinson, S. Heitmann ve P. Dieke (Editörler), *Research Themes for Tourism* (ss. 31-44). Oxford: Cab International.
- Hosany, S. & Prayag, G. (2011). Patterns of Tourists' Emotional Responses, Satisfaction, and Intention to Recommend. *Journal of Business Research*, 30, 1-7.

- Hosany, S. & Prayag, G. (2013). Patterns of tourists' emotional responses, satisfaction, and intention to recommend. *Journal of Business Research*, 66, 730–737.
- Hsu, C.H.C. & Huang, S. (2008). Travel Motivation: A Critical Review of The Concept's Development. İçinde A. Woodside ve D. Martin (Editörler), *Tourism Management Analysis, Behaviour and Strategy* (ss.14-27). Oxford: Cab International.
- Huh, J. (2002). Tourist Satisfaction with Cultural/Heritage Sites: The Virginia Historic Triangle. (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*) Virginia: State Üniversitesi Virginia Politeknik Enstitüsü.
- Hummelbrunner, R. & Miglbauer, E. (1994). Tourism promotion and potential in Peripheral Areas: The Austrian case. *Journal of Sustainable Tourism*, 2, 41-50.
- Jang, S. & Wu, C.E. (2006). Seniors' Travel Motivation and The Influential Factors: An Examination of Taiwanese Seniors. *Tourism Management*, 27, 306-316.
- Jang, S.S. & Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction, *Tourism Management* 28, 580–590.
- Jones, T.O. & Sasser, W.E. (1995). Why Satisfied Customers Defect. *Harvard Business Review*, 6838, 1-14.
- Jönsson, C. & Devonish, D. (2008). Does Nationality, Gender and Age Affect Travel Motivation: A Case of Visitors to The Caribbean Island of Barbados. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 25 (3-4): 398-408.
- Kasim, A., Dzakiria, H., Park, C., Azila, N., Nor, M. & Mokhtar, F.M. vd. (2013). Predictors of Travel Motivations: The Case of Domestic Tourists to Island Destinations in Northwest of Malaysia. *Anatolia: An International Journal of Tourism Research*, 24 (2): 188-205.
- Klenosky, D.B. (2002). The Pull of Tourism Destinations: A Mean-end Investigation. *Journal of Travel Research*, 40 (4): 385-395.
- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V. & Saunders, T. (2008). *Principles of marketing*. Harlow: Pearson Education.
- Kozak, M. (2002). Comparative Analysis of Tourist Motivations by Nationality and Destinations. *Tourism Management*, 23, 221-232.
- Kozak, M. & Rimmington, M. (2000). Tourist Satisfaction with Mallorca, Spain as An Off-Season Holiday Destination. *Journal of Travel Research*, 38, 260-269.
- Latu, T.M. & Everett, A.M. (2000). Review of Satisfaction Research and Measurement Approaches (Tech. Rep. No. 183). Dunedin, New Zealand: University of Otago, Department of Management.
- Ma, B. (2010). A Trip Into the Controversy: A Study of Slum Tourism Travel Motivations. İçinde P. Conn (Chair), Undergraduate Humanities Forum Research. University of Pennsylvania Humanities Forum, Pennsylvania, United States of America.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R. & Ritchie, J.R.B. (1995). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New York: Wiley.
- Meng, F., Tepanoo, Y. & Uysal M. (2008). Measuring Tourist Satisfaction by Attribute and Motivation: The Case of Nature-Based Resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14 (1): 41-55.
- Meyer, D. (2004). *Tourism Routes and Gateways: Key Issues for The Development of Tourism Routes and Gateways and Their Potential for Pro-poor Tourism*. Sheffield Hallam Üniversitesi, Deniz Aşırı Kalkınma Enstitüsü'nden 10 Mayıs 2014 tarihinde www.odi.org.uk/resources/docs/4040.pdf internet sitesinden edinilmiştir.
- Mlozi, S. & Pesamaa, O. (2013). Adventure Tourist Destination Choice in Tanzania. *Current Issues in Tourism*, 16 (1): 63-95.
- Mohammad, B.A.A. & Som, A.P.M. (2010). An Analysis of Push and Pull Travel Motivations of Foreign Tourists to Jordan. *International Journal of Business and Management*, 5 (12): 41-50.
- Musai, M., Mahrera, M. & Arkadani, H.M. (2013). Motivational factors of travel to war places in Iran. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3 (1): 314-323.

- Okello, M.M. & Yerian, S. (2009). Tourist Satisfaction in Relation to Attractions and Implications for Conservation in The Protected Areas of The Northern Circuit, Tanzania. *Journal of Sustainable Tourism*, 17 (5): 605-625.
- O'Leary, S. & Deegan J. (2003). People, Pace, Place: Qualitative and Quantitative Images of Ireland as a Tourism Destination in France. *Journal of Vacation Marketing*, 9 (3): 213-226.
- Osman, Z. & Sentosa, M. (2013). Mediating Effect of Customer Satisfaction on Service Quality and Customer Loyalty Relationship in Malaysian Rural Tourism. *International Journal of Economics Business and Management Studies*, 2 (1): 25-37.
- Paris, C.M. & Teye, V. (2010). Backpacker Motivations: a Travel Career Approach. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19 (3): 244-259.
- Pearce, P. (1988) *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Springer Verlag.
- Pearce, P.L. & Caltabiano, M. (1983). Inferring Travel Motivations from Travelers' Experiences. *Journal of Travel Research*, 22 (2): 16-20.
- Pearce, P.L. & Lee, U. (2005). Developing The Travel Career Approach to Tourist Motivation. *Journal of Travel Research*, 43 (3): 226-237.
- Pesonen, J.A. (2012). Segmentation of Rural Tourists: Combining Pull and Push Motivations. *Tourism and Hospitality Management*, 18 (1): 69-82.
- Prayag, G. (2008). Image, Satisfaction and Loyalty The Case of Cape Town. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 19 (2): 205-224.
- Prayag, G. (2009). Tourists' Evaluations of Destination Image, Satisfaction and Future Behavioral Intentions The Case of Mauritius. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 26, 836-853.
- Prebensen, N. (2003). *Tourist Satisfaction with a Destination: Antecedents and Consequences*. Finnmark College Konaklama İşletmeciliği Departmanından (10 Mart 2014) tarihinde http://www.esade.edu/cedit2004/pdfs/52_Prebensen.pdf internet adresinden edinilmiştir.
- Sadeh, E., Asgari, F., Mousavi, L. & Sadeh, S. (2012). Factors Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2 (2): 1557-1560.
- Sangkaworn, C. & Mujtaba, B. G. (2010). Marketing Practices of Hotels and Resorts in Chiang Mai: A Study of Products, Pricing, and Promotional practices. *Journal of Management and Marketing Research*, 4(1): 165-183
- Song, H., Veen, R., Li, G. & Chen, J.L. (2011). The Hong Kong Tourist Satisfaction Index. *Annals of Tourism Research*, 39 (1): 459-479.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Elsevier.
- Terblanche, H. (2012). Travel Motives of Adventure Tourists: A Case Study of Mageobaskloof Adventures. (*Başılmamış Yüksek Lisans Tezi*) Potchefstroom: North-West Üniversitesi.
- Tidichumremporn, T., Janasak, S., Mujtaba, B.G., Khunsongkiet, P., Duangjai, N. & Bhawanantechanon, N. (2010). Measuring the Satisfaction of Domestic and International Tourists toward Lanna Cultural Tourism Products: A Study of Progress in Chiang Mai Walking Street Activities. *Journal of Business Studies Quarterly*, 1 (3): 31-52.
- Tomar, R.S. & Tomar, D.S. (2013). Measuring Foreign Traveler's Satisfaction with Traveling Agencies in India. *Journal of Business and Management*, 12 (1): 26-32.
- Turgut, İ. & Clow, K. (2010). *Lilya Yolu'nda Yürümek*. İstanbul: Mart Matbaacılık.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Valle, P., Silva, J.A., Mendes, J. & Guerreiro, M. (2006). Tourist Satisfaction and Destination Loyalty Intention: A Structural and Categorical Analysis. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 1 (1): 25-44.
- Weiler, B. & Ham, S. (2004). Relationship Between Tourist and Trip Characteristics and Visitor Satisfaction: A Case Study of The Panama Canal Watershed. *Monash University Business and Economics*, 59 (4): 1-11.
- Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). An Examination of The Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. *Management Tourism*, 26, 45-56.
- Yüksel, A. & Yüksel, F. (2008). Different Nationalities, Different Holiday, Motivations and Attribute-Seeking Patterns. İçinde A. Yüksel (Editör) *Tourist Satisfaction and Complaining*

Behavior: Measurement and Management Issues in The Tourism and Hospitality Industry (ss.167-185). New York: Nova Science Publishers.

SUMMARY

Lycian Way which is 23 stages and 509 km length is visited by thousands of tourists each year because of its natural and cultural beauty. In this research, it is aimed to determine demographical characteristics, travel motivations, general satisfaction levels and intention to revisit of tourists walking Lycian Way. In this context, Travel Motivations Scale, a questionnaire form consisting of multiple choice items and demographic questions to determine the satisfaction level of tourists and destination loyalty, has been prepared in Turkish and English. This questionnaire has been applied face to face with the tourists in Hisarönü, Faralya, Kaş, Mavikent, Gelidonya Feneri and Adrasan Stages of Lycian Way in March and April of 2014 with convenience sampling method. At the end of the data collection process, a total of 407 available surveys were obtained. 31 years old or above that age; nearly half of them have associate degrees and undergraduate academic degrees; most of them are from Turkey and Germany. The validity and reliability of the Travel Motivations Scale were determined by exploratory and confirmatory factor analysis. It has been determined in the study that the travel motivations of the tourists walking The Lycian Way can be examined under the titles such as socializing and self-realization, traveling independently, knowing the world, searching for experience and quietness.

The scope of the research proposed to test the hypothesis, correlation and regression analyses were conducted. A meaningful relation between the item knowing the world and general satisfaction level has been determined at correlation analysis. It has also been determined that socializing and self-realization motivation affect the general satisfaction level meaningful. It has been observed that the general satisfaction level has a negative effect on the intention of revisiting the same place and on the intention of recommending it to other people. Based on the results of the research, it has been empirically proven that level of overall satisfaction with walking tourists who self-realization with basic travel motivation have a high in the Lycian Way. However, it is possible to say that tourists walking on the Lycian Way do not intend to revisit and recommend it to others, although their satisfaction level is generally high. Theoretically, it is accepted that there is a significant positive relationship between satisfaction, revisit and recommendation. It is believed that the main reason why this empirical research does not support the theory is that the Lycian Way is composed of many stages and physical difficulties in walking these stages. In order to be able to walk the entire Lycian Way, the next stage may be preferred by the tourists to continue the next stage by not walking the same step a second time or a different stage.

MANİSA CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
YÖNETİM VE EKONOMİ DERGİSİ
(YAZIM KURALLARI VE YAYIN İLKELERİ)

Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi, kurulduğu 1995 yılından günümüze değin başta İktisat, İşletme ve Maliye olmak üzere Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler ile Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri gibi çeşitli bilim alanlarında yayın hayatını sürdürmektedir.

“*Uluslararası hakemli dergi*” niteliğine sahip CBÜ İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Nisan, Ağustos ve Aralık aylarında olmak üzere yılda üç kez yayınlanmaktadır. Dergimiz, “*EconLit Veri Tabanı*”, “*EBSCO Veri Tabanı*”, “*ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı*”, “*Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS)*”, “*DOAJ Veri Tabanı*”, “*Index Copernicus*”, “*DergiPark*”, “*ProQuest*” ve “*SOBİAD*” veri tabanlarına kayıtlıdır. Editörlüğümüze gelen makaleler, bir ön incelemeden sonra Hakem Kurulu içerisinde konunun uzmanı olan iki, gerektiğinde üç hakemin değerlendirmesinden geçmektedir.

Dergimizin bundan sonraki sayılarında yayınlanması arzu edilen çalışmaların aşağıda belirtilen yazım kurallarına ve diğer koşullara uygun bir şekilde editörlüğümüze ulaştırılması gerekmektedir.

•Dergiye ancak başka bir yerde yayınlanmamış veya halen yayınlanmak üzere değerlendirme sürecinde olmayan yazılar gönderilebilir. Hakem değerlendirme süreci sonunda yazı yayına kabul edilirse, yazının tüm yayın hakları CBÜ İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi’ne aittir.

•Başlık makaleyi betimleyici olmalı, makalenin esas konularını teşkil etmelidir. Türkçe ve İngilizce başlıklar mümkünse 12 kelimeyi aşmamalıdır. Yazının başlığı büyük harflerle **15 punto ve koyu** olarak yazılmalı; Özet yerine “**Öz**” kavramı kullanılmalıdır. Öz makalenin ana bölümlerinin her birinin kısa özetini içermeli, okuyucunun makaleyi bütünüyle okumaya karar vermesini sağlayacak bilgileri içermelidir. Öz, özet dahil tüm ana başlıklar **11 punto büyük harflerle**, alt başlıklar ise **küçük harflerle, koyu ve 11 punto** olarak yazılmalıdır. Sayfanın altında yazarların kurumları ve iletişim bilgileri yer almalıdır.

•Dergimize gönderilecek makaleler Türkçe veya yabancı dilde (İngilizce, Fransızca veya Almanca) olabilir. Makalenin Türkçe ve İngilizce dilleriyle hazırlanmış en çok 100-250 kelimelik özetinin de eklenmesi gerekir (İngilizce ve Türkçe başlık da yer almalıdır). Ayrıca bu özetin altında, çalışmanın alanını tanımlayabilecek Türkçe ve İngilizce “anahtar sözcükler, (keywords)” de bulunmalıdır.

•Özet, makalenin **sonunda (İngilizce)** yer almalı, minimum 500 kelimedenden oluşmalı ve verilen bilgiler öz’e oranla daha geniş kapsamlı ifade edilmelidir. Araştırma metninde yer almayan herhangi bir bulgu veya sonuca yer verilmemelidir. Metin içindeki bilgilere referansta bulunulmamalıdır.

•Dergimiz Yıl:2009 Cilt:16 Sayı:1 den itibaren ***Journal of Economic Literature*** (JEL) Kodu uygulamasına geçmiş bulunmaktadır. Gönderilecek çalışmalarda yazarın JEL Kodlarını da belirtmesi gerekmektedir. Türkçe ve İngilizce özetlerin altında, anahtar kelimeler (en az 3 en çok 5 kelime) ile (JEL) kodu bulunmalıdır. JEL Kodlarının belirlenmesi ile ilgili internet başvuru adresine aşağıdaki bağlantıdan ulaşılmaktadır:

<http://www.aeaweb.org/econlit/jelCodes.php>

•Yazılar A4 ebatlı kağıda aşağıdaki biçimde yazılmalıdır. Makale kaynakça dahil; Sayfa sayısı olarak **25 sayfayı**, kelime sayısı olarak da **8000 kelimeyi** geçmemelidir.

Üst : 3 cm Sol : 4 cm Alt : 4 cm Sağ : 4 cm

Karakter : Times New Roman 11 punto Satır Aralığı : 1.5

•Makale, iibf-dergi@cbu.edu.tr e-posta adresine gönderilmelidir. Ayrıca yazar/lar tarafından imzalı "Yayın Devir Hakkı Formu" nun da taranarak aynı e-posta adresine gönderilmesi gerekmektedir.

•Yazıda yer alan konu başlıkları I,II,III, ... gibi Romen rakamlarıyla, alt başlıklar ise A,B,C, ... gibi büyük harflerle sıralanmalıdır. Makaleyi bölümlere ayırmada ondalık sistem kullanılmalıdır. Tablo ve şekillerin hazırlanmasında derginin boyutları ve genel dizayn dikkate alınmalıdır. Şekillere ve tablolara başlık ve sıra numarası verilmeli ve sayfaya ortalanmalıdır. Başlıklar tabloların üstünde şekillerin ise altında yer almalıdır. Denklemlere sıra numarası verilmelidir. Sıra numarası parantez içinde ve sayfanın en sağında bulunmalıdır.

- Tüm yazılar; Amerikan Psikologlar Derneği (American Psychological Association, **APA**) tarafından yayınlanan “ **The Publication manual of the American Psychological Association (6th edition), 2001** “ isimli kaynaktaki belirtilen yazım ilkelerine uygun bir biçimde yazılmalıdır. Apa'nın 6. Baskısı yazarların dikkate alacağı versiyon olmalıdır. Bahsedilen kaynağa ilişkin internet adresi ; <http://www.apastyle.org/> , http://www.muhsenberg.edu/library/reshelp/apa_example.pdf Kaynaklar latin alfabesi ile yazılmış olmalıdır.
- Dergilerin varsa **DOI** numaraları kaynağın sonuna eklenmelidir. Örneğin; *Silverson, B. E. (2011). Fundamental of Personal Initiative. Journal Of Management and Economics: General, 224, 202 – 253. Doi: 10.1037/0056- 3245.134.2.248* Yoksa makaleye dair URL numaraları yazılır , <http://www2.bayar.edu.tr/yonetimekonomi/dergi/pdf/C22S12015/1-%2014.pdf>
- Klasik eserlerin (Adam Smith , Marx , Locke vb) özgün tarihleri biliniyorsa kaynağın sonunda şu şekilde verilmektedir : (Özgün eser 1882 tarihlidir)
- Aynı soyadlı yazarlardan, yayını daha eski olsa bile adının ilk harfi alfabetik olarak önce gelen kaynakçada önce belirtilmektedir. Örneğin;

Vasfi, E. (1998). *Hukuki Terimler*, Ankara: Vadi. Vasfi, L. (2007). *Hukuk Reformları Sürecinde Türkiye'nin İnsan Hakları Sorunu. İnsan Hakları Haberciliği*, (derl.) Sevdâ Alankuş, İstanbul: STE Vakfı.

- Kitap ve Raporların kaynakçada gösteriminde önce yayınlandığı yer ve sonra kitabevi, yayınevi adı “ kitabevi” “yayınevi” “yay” vb. **ekler** belirtilmeksizin verilir. Örneğin;

Ankara: Dost

İstanbul: Nesa

İstanbul: Sabancı Vakfı

New York, NY: McGraw – Hill

- **Tek Yazarlı Kitap**

Ansel, N. (2006). *Sessiz Gün*. İstanbul: Deki.

Carlsen, S. (2009). *Matrix: Ya da Sapkınlığın İki Yüzü*. Bahadır Turan (Çev.). İstanbul: Encore.

- **Çok Yazarlı Kitap**

Abisel, N., Arslan, U.T., Behçetoğulları, P., Karadoğan, A., Öztürk, S.R. & Ulusay, N. (2005). *Çok Tuhaf Çok Tanıdık*. İstanbul: Metis.

- **Editörlü Kitap**

Katip, M. (Ed.) (2007). *Kamusal Fayda*. Ankara: İmge.

- **Editörlü Kitapta Bölüm**

AKYOL, B. (2004). *Saha Çalışmalarında Kamusal Alan Kavramı*. Kemal Özbek (Ed.), *Kamusal Alan Dahilinde* (s. 689-713). Ankara: Dost.

- **Birden Çok Baskısı Olan Kitap**

Straight, W. Jr. & Wallis, E. B. (2004). *The Elements of World*(7. Baskı). New York: Longman.

- **Sadece Elektronik Basılı Kitap**

O'Keefe, E. (n.d.). *Egoism & the cnsts in Western values*. erişim

[http://www.onlineoriginals.com/showitem .asp litem I 135](http://www.onlineoriginals.com/showitem.asp?item=135)

- **Kitabın Elektronik Versiyonu**

Shelton, M. A (1989). *Magazine addiction? A study of Social Life [DX Reader version]*. Retrieved from

<http://www.ebookstore.tandf.co.uk/html/index.asp>

- **Elektronik Adresten Yararlanılan Kaynakta**

Kaynağın erişilebileceği URL verilir ,
<http://www.antraksinema.com/makale.php?id=729>

- **Elektronik Makaleler**

Bulunması durumunda digital object identifier (DOI) numarası belirtilmelidir.

Rousseau, S. C. (2009). *What is Freedom ?*. *Knowledge Management Research & Practice*. Advance online publication. doi: 10.1057/palgrave.kmrp.8500141

- **Elektronik Gazete Makaleleri**
Seran, Ö. (2010, 21 Ocak). *Televizyon alışkanlıklarımız ve çocuklar*.
www.hurriyet.com.tr
- **Daha Önceki Bir Baskının Yeni Basımı (Özellikle Klasik Eserlerde)**
Smith, A. (1976). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. E. Cannan (Ed.). Chicago: University of Chicago Press. (İlk baskı 1776).
Metin İçinde Kullanımı : (Smith, 1776/1976)
- **Kitaptan Çevrilmiş Bölüm**
Kaynakçada: Hengel, M. (1958). *The Best Quality*. T. Prast (Çev.). Chicago: Charles Scribner's Son. (İlk baskı. 1912-1917).
- **Rapor ve Teknik Makaleler**
Özer, H. (2008). *Mediscap Turkey 2000* (Report No. 2). Ankara: SERAUM
- **Dergi Tek Yazarlı Makale**
Cenah, Y. (2009). Geçmişin Sosyolojik Baskısı: Tarihsel ve Toplumsal Akla Doğru. *Toplum ve Bilim*, 12, 202-240.
- **Dergi Çok Yazarlı Makale**
Bilken, F. S., Çelik, P. (1998). Müzakere Yöntemleri. *Kültür ve İletişim*, 2 (1), 397-414.
- **Yazarı Belirsiz Editör Yazıları**
Editorial: "What is a Chaos" [Editorial]. (2006). *Journal of Management and Business*, 25, 8-10.
- **Yazarı Belirsiz Gazete Ve Dergi Yazıları İçin**
Kaynakçada: Türkiye ve Rusya İlişkileri Ne Yönde: Bir Tarih, İki Devlet. (2003, 13 Aralık). *Hürriyet*, 36.
Metin İçinde : (Türkiye Rusya İlişkileri Ne Yönde, 2003)
- **Yazarı Belli Gazete ve Dergi Yazıları**
Öymen, F. (2013, 29 Aralık). *Siyaset ve Ekonomi*. Milliyet, s.21.
- **Basılmamış Tezler , Poster Yazılar , Tebliğler**
Eğer Yök'den indirilmiş ise Url adresi kaynağın sonuna yazılmalıdır.
Erkan, F. (2012). *Politika ve Yansıması: Mardin'de Sosyolojik Altyapı*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Celal Bayar Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- **Ansiklopediler**
Kaynakçada: Ottomans: History. (1997). *Encyclopaedia Britannica* içinde (12. Baskı. Cilt. 14, s. 1170- 1188). Chicago: Encyclopaedia Britannica.
Metin İçinde: (Ottomans: History, 1987)
- **Sözlükler**
Kaynakçada: Hellmender. (208). *Political Dictionary* (11. Baskı). Los Angeles, Longman.
Metin İçinde: (Helmmender, 2008)

- **Görüşme**

Şenay, YILDIZ. (2012).Rusya Ukrayna'ya Girse Çekoslovakya Gibi Olur. Cengiz SAGAN ile söyleşi. Akşam. 28 Temmuz 2003.Erişim Tarihi 13 Ocak 2004, <http://www.aksam.com.tr/roportaj/rusya-ukraynaya-girse-cekoslovakya-gibi-olur/haber-289039>

- **Televizyon Programı**

Kaynakçada: Long, T. (Yazar), ve Moore, S. D. (Yönetmen). (2002). Bart vs. Lisa vs. 3. Sınıf [Televizyon Dizisi]. B. Oakley ve J. Weinstein (Yapımcı), Simpsonlar içinde. Bölüm: 1403 F55079. Fox.

Metin İçinde Gösterimi: (Simpsonlar, 2002)

- **Film**

Kaynakçada: Micheal, K. (Yönetmen/Senaryo Yazarı). (2001). Economist[Film]. U.S.: Warner Bros.

Metin İçinde Gösterimi: (Economist, 2001)

- **Fotoğraf**

Kaynakçada: Ara, Güler. (1987). Ankara Milli Parkı [Fotoğraf]. Güzel Sanatlar Fakültesi, Ankara.

Metin İçinde Gösterimi : (Ara, 1987)

Makale yayınlama süreci şöyledir:

-Makale; “Hakem Kurulu” içerisinde belirlenecek hakemlerin değerlendirme sürecinden geçtikten sonra, eğer varsa, düzeltmeleri yapması için yazara geri gönderilecektir. Yazar, hakem tarafından istenen düzeltmeleri yaptıktan sonra, makaleyi, yazının düzeltme istenilen nüshası ile birlikte geri göndermelidir.

-Yazı ve makalesi yayımlanan her yazara derginin ilgili sayısından 1(Bir) adet gönderilir. Ayrıca telif ücreti ödenmez.

Bu duyuruda belirtilen kurallara uyulmamasının tüm sorumluluğu yazar(lar)a aittir. Böyle bir durumda hakem değerlendirme raporuna bakılmaksızın Dergi Yayın Komisyonu ilgili makaleyi yayınlamama hakkını saklı tutar.

YAZIŞMA ADRESİ

Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ

(Maliye Bölümü Öğretim Üyesi-Yönetim ve Ekonomi Dergisi Editörü)

Manisa Celal Bayar Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Uncubozköy Mevkii 45030 MANİSA-TÜRKİYE

e-posta: iibf-dergi@bayar.edu.tr

MANİSA CELAL BAYAR UNIVERSITY
THE FACULTY OF ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES
JOURNAL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS

CBU, Journal of Management and Economics (ISSN-1302-0064/E-ISSN-2458-8253) is a bi-annual, international, multi-disciplinary and peer reviewed journal. Articles from a variety of social science disciplines like economics, business administration, international relations, political science and public administration have been published since 1995. Journal of Management and Economics is a referred international journal published thrice a year, April, August and December. Manuscripts in Turkish, English, German and French are welcomed.

Guidelines for Submitting Articles

- Manuscripts submitted to the journal will first be viewed by the Editorial Board then forwarded to the referees. In line with the evaluation of the referees, Editorial Board will make the final decision, either in favour or against publication, or return the manuscript back to the author for any revision required by the referees. Authors will be informed of the decision of the Editorial Board regarding publication in the shortest time possible. Manuscripts which are not published will not be returned back the authors.

- The article should begin with an indented and italicised summary (abstract) of around 100 words, which should describe the main arguments and conclusions of the article. Abstract should be accompanied by up to 5 key words or phrases that characterise the content of the article.

- **References should be in text in parenthesis and give the author's surname, year of publication and page number.** Footnotes should be preferred for any explanation. The required format is Microsoft Word for Windows. (at least version 6.0) Text should be typed single-spaced, in Times New Roman, font size 11. (Font size for Resources is 9). The whole article should not exceed 20 pages and the margins for a page should be as follows: Top 3 cm, Bottom 4 cm, Left 4 cm, Right 4 cm.

- Apart from the one on a computer disc, two hard copies of the manuscript should be submitted. In one copy, which will be sent for review, first page should not include name(s) of author(s) but just the title of article.

CONTACT INFORMATION

Prof. Dr. A. Kemal ÇELEBİ

Editor of Journal of Management and Economics

Manisa Celal Bayar University

The Faculty of Economic and Administrative Sciences

Uncubozköy Mevkii 45030 MANİSA - TURKEY

e-mail: iibf-dergi@bayar.edu.tr