



ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ
Academic Review of Economics and Administrative Sciences

ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Academic Review of Economics and Administrative Sciences

ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

ACADEMIC REVIEW OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES

Cilt:11 • Sayı:1 • ISSN: 2564-6931

Sahibi / Owner

Fakülte Adına Rektör Prof. Dr. Muhsin KAR

Editör / Editor

Yrd. Doç. Dr. Ali Eren ALPER

Editör Yardımcısı / Section Editor

Yrd. Doç. Dr. Arzum BÜYÜKKEKLİK
Arş. Gör. Ali Gökhan GÖLÇEK

Yayın Kurulu / Publication Board

Prof. Dr. Esen GÜRBÜZ
Prof. Dr. M. Başaran ÖZTÜRK
Prof. Dr. Zeki DOĞAN
Prof. Dr. Selen DOĞAN
Prof. Dr. Hasan BÜLBÜL
Prof. Dr. Haluk BENGÜ
Prof. Dr. Selim KILIÇ
Prof. Dr. Fatih YÜCEL
Prof. Dr. Murat AKIN
Doç. Dr. Zübeyir TURAN
Doç. Dr. Okyay UÇAN
Yrd. Doç. Dr. Ali Eren ALPER

Yayın Kurulu Sekreteri / Publication Secretary

Arş. Gör. Ali Gökhan GÖLÇEK

Danışma Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Hüseyin	AKAY	(Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Nalan	AKDOĞAN	(Başkent Üniversitesi)
Prof. Dr. Mehmet Ali	BİLGİNOĞLU	(Erciyes Üniversitesi)
Prof. Dr. Gönül	BUDAK	(Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Serap	ÇABUK	(Çukurova Üniversitesi)
Prof. Dr. Mümin	ERTÜRK	(Arel Üniversitesi)
Prof. Dr. Recep	KÖK	(Dokuz Eylül Üniversitesi)
Prof. Dr. Yıldırım Beyazıt	ÖNAL	(Çukurova Üniversitesi)
Prof. Dr. Kerim	ÖZDEMİR	(Balıkesir Üniversitesi)
Prof. Dr. Maria	PARLINSKA	(Warsaw University of Life Sciences)
Prof. Dr. Janina	SAWICKA	(Warsaw University of Life Sciences)
Prof. Dr. Yusuf	SÜRMEN	(Karadeniz Teknik Üniversitesi)
Prof. Dr. Semih Hüseyin	TOKAY	(Gazi Üniversitesi)
Prof. Dr. Ahmet Burçin	YERELİ	(Hacettepe Üniversitesi)

Hakem Kurulu / Referee Board
Bu Sayının Hakemleri, Ocak 2018; 11(1)

Haşim Veli	AKÇA	(Çukurova Üniversitesi)
Seçkin	AKEL	(Erciyes Üniversitesi)
Ozan	ARSLAN	(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Haluk	BAHAR	(Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
Özlem	BENGÜ	(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Cemil	ÇETENAK	(Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi)
Kadir	ÇİFTÇİ	(Pamukkale Üniversitesi)
Ali	DEDE	(Hacettepe Üniversitesi)
Zeki	DERAN	(Mersin Üniversitesi)
Samet	DOĞAN	(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Murat	EVCİ	(Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi)
Ömer	GÜLER	(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Onur	İSKENDEROĞLU	(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Mustafa Cem	KÖKSAL	(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Fatih	OĞUZ	(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
Mustafa	SARIOĞLU	(İstanbul Medeniyet Üniversitesi)
Fatih	SARKIM	(Bozok Üniversitesi)
Cihan	SAVAŞAN	(Milli Savunma Üniversitesi)
Abdullah	TANRIÖVEN	(Gazi Üniversitesi)
Fatih	TANRISEVDİ	(Adnan Menderes Üniversitesi)
Esra	TEMİZEL	(Anadolu Üniversitesi)
Okyay	TINMAZ KÖSE	(Namık Kemal Üniversitesi)
Mustafa	UÇAN	(Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi)
	YÜCEL	(İnönü Üniversitesi)

Adres: Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Bor Yolu Üzeri 51243 Kampus / NİĞDE

Tel: 0 388 225 20 12 **Faks:** 0 388 225 20 14 **E-posta:** iibfdergi@ohu.edu.tr

Web: <http://http://dergipark.gov.tr/ohuiibf>

Copyright@ohuiibfdergi2018

Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi

Tüm Hakları Mahfuzdur. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi yılda dört kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Dergide yayımlanan makalelerdeki görüşler yazar(lar)ına aittir. Yayın Kurulu tarafından benimsendiği anlamına gelmez. Yayımlanması uygun bulunmayan makaleler geri verilmez. Yayın Kurulu, yazının önüne dokunulmaksızın gerekli yazım ve cümle değişiklikleri yapma (kısaltma dâhil) hakkını saklı tutar. Dergideki makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, *Akademi Sosyal Bilimler Endeksi (ASOS)*, *IndexCopernicus*, *EBSCO*, *Sobiad*, *Academic Keys*, *Eurasian Scientific Journal Index*, *Araştırmaz*, *Journal Factor*, *JournalSeek*, *Science Library Index CAB Abstracts* ve *ProQuest* tarafından taranmaktadır.



İÇİNDEKİLER

- Doğumda Yaşam Beklentisinin Belirleyicilerinin Analizi: APEC Ülkeleri Örneği**..... 1-7
Dilek ŞAHİN
- Borsa İstanbul Sektör Endeksleri İle Döviz Kurları Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: ARDL Modeli**..... 8-28
Sinem EYÜBOĞLU
Kemal EYÜBOĞLU
- Türkiye'nin Ticaret Etkinliği: Stokastik Sınır Çekim Modeli Yaklaşımı** 29-48
Memduh Alper DEMİR
Mustafa BİLİK
- Üniversite Tanıtım Araçlarının Adayların Tercihlerine Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma: Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Örneği**..... 49-64
Selen DOĞAN
Hasan Hüseyin TÜRKMEN
- Verimlilik ve İhracat İlişkisi: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Firmalar Üzerine Bir Araştırma (2008-2016)** 65-77
Abdulvahap ÖZCAN
- IFRS ve FASB Açısından Nükleer Güç Santrali Elektrik Üretim İşletmelerinde Uygulanan Özellikli Muhasebe Konuları** 78-92
Vedat ACAR
Mustafa Fatih BOZ
- Kütahya İlinde Katı Atık Yönetiminin Maliyet ve Mekânsal Analizi** 93-110
Özer ÖZÇELİK
Aysin BARUT
- Üniversitelerde Hizmet Kalitesinin Servqual Analizi İle Ölçülmesi: Celal Bayar Üniversite'nde Bir Uygulama**..... 111-125
Mustafa GERŞİL
Hüseyin GÜVEN
- Müşteri Odaklı Pazarlama Kapsamında Engelli Turizmine Yönelik Teorik Bir İnceleme** 126-138
Funda CENGİZ
Emre Ozan AKSÖZ
- Modern, Milliyetçi ve Muhafazakar Bir Yazar ve Düşün Adamı: Peyami Safa** 139-156
Aydoğan KUTLU
- The Relationship Between Empowerment And Burnout: A Field Study On Konya Industrial Area** 157-164
Mehmet ULUTAŞ

**Küresel Tüketici Kültürüne Yatkinliğın Küresel Marka Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi:
Üniversite Öğrencileri Üzerine Uygulama** 165-176

*Alpaslan YÜCE
Çağlar SAMSA*

Pazarlama Yoğunluğu ve Firma Performansı İlişkisi: BIST'de Bir Alan Araştırması 177-191

*Yücel AYRIÇAY
Meltem KILIÇ*

**Ticaret Meslek Liselerinde Muhasebe Eğitimi: Muğla İli'ndeki Meslek Liseleri Üzerine Bir
Araştırma** 192-208

*Yavuz ÇİFTCİ
Nermin ÇEMREK*

Türkiye'de Kayıtdışı Ekonominin Ölçümü ve Avrupa Birliği Ülkeleriyle Karşılaştırılması
.....209-220

*Hünkar GÜLER
Ekrem TOPARLAK*

**The Impact of Calendar Anomalies on Stock Return and Volatility: Evidence from Turkish Stock
Market** 221-238

*Mutlu Başaran ÖZTÜRK
Mustafa UYSAL
Halil ARSLAN
Temur KAYHAN*

CONTENTS

Analysis of Determinants of Life Expectation at Birth: The Case of APEC Countries	1-7
<i>Dilek SAHIN</i>	
Examining The Relationships Among The Borsa Istanbul Sector Indices and Exchange Rates: ARDL Model	8-28
<i>Sinem EYUBOGLU</i>	
<i>Kemal EYUBOGLU</i>	
Turkey's Trade Efficiency: A Stochastic Frontier Gravity Model Approach	29-48
<i>Memduh Alper DEMIR</i>	
<i>Mustafa BILIK</i>	
A Research on The Impact of University Promotional Tools on The Preferences of University Candidates: The Case of Nigde Omer Halisdemir University	49-64
<i>Selen DOGAN</i>	
<i>Hasan Huseyin TURKMEN</i>	
Relationship Between Efficiency and Export: A Study on Firms Quoted on The Istanbul Stock Exchange (2008-2016)	65-77
<i>Abdulahap OZCAN</i>	
Specific Accounting Conditions Applied in Nuclear Power Plant Electricity Generating Operations by IFRS and FASB-ASC	78-92
<i>Vedat ACAR</i>	
<i>Mustafa Fatih BOZ</i>	
The Cost and Spatial Analysis of Solid Waste Management in Kutahya Province	93-110
<i>Ozer OZCELIK</i>	
<i>Aysin BARUT</i>	
Measurement with Servqual Analysis of Service Quality in Universities: An Application on Celal Bayar University	111-125
<i>Mustafa GERSIL</i>	
<i>Hüseyin GUVEN</i>	
A Theoretical Study on Disabled Tourism with Customer Oriented Marketing	126-138
<i>Funda CENGIZ</i>	
<i>Emre Ozan AKSOZ</i>	
A Modern, Nationalist and Conservative Thinker: Peyami Safa	139-156
<i>Aydogan KUTLU</i>	
The Relationship Between Empowerment And Burnout: A Field Study On Konya Industrial Area	157-164
<i>Mehmet ULUTAS</i>	
The Impact of Global Brand Purchase Intention on Global Consumer Cultural Tendency: A Study on University Students	165-176
<i>Alpaslan YUCE</i>	
<i>Caglar SAMSA</i>	
The Relationship Marketing Intensity and Firm Performance: A Field Investigation in BIST	177-191
<i>Yücel AYRICAY</i>	
<i>Meltem KILIC</i>	

Accounting Education in Trade Vocational High Schools: A Research on The Vocational High Schools in Mugla City 192-208

Yavuz CIFTCI
Nermin CEMREK

Measuring The Shadow Economy in Turkey And Comparing its Results with European Union Countries 209-220

Hunkar GULER
Ekrem TOPARLAK

The Impact of Calendar Anomalies on Stock Return and Volatility: Evidence from Turkish Stock Market 221-238

Mutlu Basaran OZTURK
Mustafa UYSAL
Halil ARSLAN
Temur KAYHAN



DOĞUMDA YAŞAM BEKLENTİSİNİN BELİRLEYİCİLERİNİN ANALİZİ: APEC ÜLKELERİ ÖRNEĞİ

Dilek ŞAHİN¹

Özet

Bu çalışmanın esas amacı, APEC ülkelerinde doğumda yaşam beklentisini belirleyen faktörleri analiz etmektir. Çalışmada 2000-2013 dönemleri esas alınarak panel veri analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada sonuç olarak, kişi başına düşen gelir artışı, gıda üretim endeksi, nüfus artışı ve toplam sağlık harcamaları ile yaşam beklentisi arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmüştür. Buna karşılık, enflasyon oranı ve işsizlik oranı ile doğumda yaşam beklentisi arasında negatif bir ilişki olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Doğumda Yaşam Beklentisi, Panel Veri Analizi, APEC Ülkeleri.

Jel Sınıflandırılması I1, I10, I15.

ANALYSIS OF DETERMINANTS OF LIFE EXPECTATION AT BIRTH: THE CASE OF APEC COUNTRIES

Abstract

The main aim of this study is to analyzed the factors determine of the life expectation at birth in APEC countries. Panel data analysis method was used based on the 2000-2013 periods in the study. As a result in this study, it was seen that GDP per capita growth, food production index, population growth and total healthy expenditure has positive relationship with life expectancy. On the other hand, it was seen that inflation rate and uemployment rate has negative relationship with the life expectation at birth.

KeyWords: Life Expectation at Birth, Panel Data Analysis, APEC Countries.

Jel Classification: I1, I10, I15.

¹Yrd.Doç. Dr. Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi. E-mail:dilek58sahin@hotmail.com.

GİRİŞ

Doğumda yaşam beklentisi, bireyin hayatta kaldığı ortalama süre olarak ifade edilmektedir (Bilas vd., 2014: 1). Yaşam beklentisi, bir ülkenin/bölgenin önemli ekonomik ve sosyal göstergelerinden biridir. Çünkü ekonomik gelişme sosyal şartların gelişmesini sağlayarak yaşam süresini artırmaktadır (Balan ve Jaba, 2011: 26). Sağlık alanında yaşanan olumlu gelişmeler, başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere tüm dünyada doğumda yaşam beklentisinin artmasına neden olmuştur. Daha iyi beslenme ve sağlık koşulları, tıp teknolojisindeki gelişmeler ve kamu sağlık alt yapısında yaşanan olumlu gelişmeler ortalama insan ömrünün uzamasına katkıda bulunmaktadır. Uzun ve kaliteli bir yaşam tüm bireylerin temel amacı olması nedeniyle sağlık, beşeri kalkınmanın temelini oluşturmaktadır. Çünkü yaşam beklentisinin uzamasıyla birlikte beşeri sermayenin verimliliği artmakta ve bu durum ülke ekonomisinin kalkınmasına katkıda bulunmaktadır.

Bu çalışmanın esas amacı, 16 APEC ülkesinde doğumda yaşam beklentisini belirleyen faktörleri analiz etmektir. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada bağımlı değişken olarak doğumda yaşam süresi; bağımsız değişken olarak gıda üretim endeksi, enflasyon oranı, nüfus artışı, kişi başına düşen gayri safi yurt içi hâsıla artışı, toplam sağlık harcamaları ve işsizlik oranı kullanılmıştır. Çalışmada panel veri analizi kullanılmış ve 2000-2013 dönemleri arası değerlendirmeye alınmıştır. Çalışmanın devam eden bölümleri şu şekilde organize edilmiştir. Birinci bölümde konu ile ilgili literatür taramasına yer verilmiştir. Veri setinin tanımlandığı ikinci bölümün ardından çalışmanın yöntem ve analiz sonuçlarının sunulduğu üçüncü bölüme yer verilmiştir. Son olarak sonuç kısmı ele alınmıştır.

İ.LİTERATÜR

Literatürde doğumda yaşam beklentisini belirleyen faktörlerle ilgili yapılan çalışmalardan bazılarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür: *Erdoğan ve Bozkurt (2008)*, Türkiye’de yaşam beklentisi ve iktisadi büyüme arasındaki ilişki 1980-2005 dönemleri itibariyle analiz edilmiştir. Çalışmada ARDL sınır testi modeli kullanılmıştır. Sonuç olarak, Türkiye’de yaşam beklentisi ve ekonomik büyüme arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. *Yumuşak ve Yıldırım (2009)*, 1980-2005 dönemleri arasında Türkiye’de sağlık harcamaları, doğumda yaşam beklentisi ve GSMH arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışmada zaman serisi analizi kullanılmıştır. Sonuç olarak, sağlık harcamalarından hâsılaya doğru nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. Ayrıca doğumda yaşam beklentisinde hâsılaya doğru nedenselliğin olduğu görülmüştür. *Ecevit (2013)*, 1995-2011 dönemleri arasında Türk Cumhuriyetlerinde yaşam beklentisini belirleyen faktörler analiz edilmiştir. Çalışmada panel veri analizi yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak; kentsel nüfus, kişi başına gelir, hane halkı tüketim harcamaları ve yaşam beklentisi arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu; buna karşılık nüfus yoğunluğu, ithalat ve ölüm oranları ve yaşam beklentisi arasında negatif bir ilişkinin olduğu görülmüştür. *Ali ve Ahmad (2014)*, 1970-2012 dönemleri arasında Umman’da yaşam beklentisini belirleyen faktörler analiz edilmiştir. Bu bağlamda; gıda üretimi, okullaşma oranı, enflasyon, nüfus artışı, kişi başına gelir ve CO2 emisyonu bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Çalışmada ARDL sınır testi yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak gıda üretiminin ve okullaşma oranının yaşam beklentisi üzerinde pozitif ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Diğer yandan enflasyon ve kişi başına gelirin yaşam beklentisi üzerinde negatif ve istatistiki olarak anlamsız etkisinin olduğu görülmüştür. Ayrıca, nüfus artışının yaşam beklentisi üzerinde negatif ve istatistiki olarak anlamlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. CO2 emisyonunun yaşam beklentisi üzerinde uzun dönemde pozitif ve istatistiki olarak anlamsız; kısa dönemde ise negatif ve istatistiki olarak anlamlı etkisinin olduğu görülmüştür. *Balan ve Jaba (2014)*, 1970-2008 dönemleri arasında Romanya’da yaşam beklentisini belirleyen faktörler analiz edilmiştir. Sonuç olarak, yaşam beklentisi ve ücretler, hastanedeki yatak sayısı, doktor sayısı, kütüphanelere abone olan okuyucu sayısı arasında pozitif bir ilişki mevcutken; okur yazar olmayan nüfus ve nüfus artışı arasında negatif yönde ilişki olduğu görülmüştür. *Bilas vd., (2014)*, AB(28) ülkelerinde doğumda yaşam beklentisini belirleyen faktörler 2001-2011 dönemleri itibariyle analiz

edilmiştir. Çalışmada panel veri analizi yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak kişi başına düşen GSYH artışının doğumda yaşam beklentisinin %72.6'sını; eğitim düzeyinin ise yaşam beklentisinin %82.6'sını açıkladığını görülmüştür. *Jaba vd., (2014)*, 1995-2010 dönemleri arasında seçilen 175 ülkede sağlık harcamaları ile yaşam beklentisi arasında ilişki panel veri yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışmada sonuç olarak sağlık harcamaları ve yaşam beklentisi arasında önemli bir ilişki olduğu görülmüştür. *Memarian (2015)*, 1989-2011 dönemleri arasında İran'da sağlık harcamaları, yaşam beklentisi ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Çalışmada ARDL sınır testi yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak sağlık harcamaları ve yaşam beklentisinin kısa ve uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisinin olduğu görülmüştür. Yaşam beklentisi ve sağlık harcamalarındaki artış ekonomik büyümeyi artırmaktadır. *Monsef ve Mehrjardi (2015)*, 2002-2010 yılları arasında 136 ülkede yaşam beklentisi belirleyen faktörler analiz edilmiştir. Çalışmada panel veri analiz yöntemi kullanılmıştır. Sonuç olarak, işsizlik ve enflasyonun yaşam beklentisini negatif olarak etkilediği görülmüştür. Ayrıca, brüt sermaye oluşumu ve milli gelir yaşam beklentisini negatif yönde etkilemektedir. *Sede ve Ohemeng (2015)*, 1980-2011 dönemleri arasında, Nijerya'da yaşam beklentisini belirleyen sosyo-ekonomik faktörler analiz edilmiştir. Çalışmada VAR analizi yöntemi kullanılmıştır. Bağımsız değişken olarak; orta öğretimde okullaşma oranı, sağlık alanında kamu harcamaları, kişi başına gelir, işsizlik oranı ve döviz kuru değişkenleri kullanılmıştır. Orta öğretimde okullaşma, kişi başına gelir ve sağlık alanında kamu harcamalarının Nijerya'da yaşam beklentisinin belirlenmesinde önemli olmadığı görülmüştür. Ancak işsizlik oranı ve döviz kurunun yaşam beklentisi üzerinde önemli etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. *Şahbudak ve Şahin (2015)*, BRIC ülkelerinde 1995-2013 dönemleri arasında sağlık göstergeleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki panel veri yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Analizde GSYH bağımlı değişken olarak, sağlık harcamalarının GSYH içindeki payı, doğumda yaşam beklentisi ve çocuk ölüm oranları bağımsız değişken olarak kullanılmıştır. Sonuç olarak, sağlık harcamalarının GSYH içindeki payı, doğumda yaşam beklentisi ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki olduğu; ekonomik büyüme ve çocuk ölüm oranları arasında ise negatif yönde bir ilişki olduğu görülmüştür. *Hassan vd., (2016)*, 108 seçilmiş gelişmekte olan ülkede, 2006-2010 yılları arasında yaşam beklentisi ve sağlık harcamaları, gayri safi yurt içi hasıla, eğitim endeksi, sağlık tesislerinde iyileştirme ve su kaynaklarında iyileştirme arasındaki ilişki panel veri analizi kullanılarak incelenmiştir. Ampirik analiz sonucunda, yaşam beklentisi ve ele alınan tüm açıklayıcı değişkenler arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmüştür.

II. VERİ SETİ VE MODEL

Çalışmada 16 APEC (Avustralya, Endonezya, Japonya, Malezya, Singapur, Tayland, Amerika, Çin, Meksika, Şili, Peru, Rusya, Vietnamlar, Filipinler, Yeni Zelanda, Kanada) ülkesinde 2000-2013 dönemleri arasında doğumda yaşam süresini belirleyen faktörler analiz edilmiştir. APEC (Asya-Pasifik Ekonomik İşbirliği Teşkilatı), Asya-Pasifik Bölgesindeki ekonomik gelişmeyi ve refah seviyesini artırmak amacıyla 1989 yılında kurulmuştur. APEC'e üye olan 21 ülke bulunmaktadır. Teşkilata üye ülkelerin dünya nüfusunun yaklaşık %40'ını oluşturduğu görülmektedir. Bu bağlamda dünyada önemli bir paya sahip olan bu ülkelerin doğumda yaşam beklentisi konusunda nerede olduğunun bilinmesi son derecede önemlidir. Çalışmada bağımlı değişken olarak doğumda yaşam süresi; bağımsız değişken olarak gıda üretim endeksi, enflasyon oranı, nüfus artışı, kişi başına düşen gayri safi yurt içi hâsıla artışı, toplam sağlık harcamaları ve işsizlik oranı kullanılmıştır. Çalışmada panel veri analizi kullanılmıştır.

Çalışmada kullanılan ampirik model (1) nolu Eşitlikte gösterilmiştir:

$$DYB_{it} = \alpha + \beta_1 KBGSYH_{it} + \beta_2 GIDA_{it} + \beta_3 NUFUS_{it} + \beta_4 ENF_{it} + \beta_5 SAĞLIK_{it} + \beta_6 ISZ_{it} + \mu_{it} \quad (1)$$

Çalışmada kullanılan verilere ve verilerin alındığı kaynaklara Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Veri Seti ve Tanımlamalar

Değişken	Açıklama	Kaynak
DYB	Doğumda Yaşam Beklentisi (Yıl)	Dünya Bankası
KBGSYH	Kişi Başına Düşen Gayri Safi Yurt İçi Hâsıla Artışı (%)	
GIDA	Gıda Üretim Endeksi (2004-2006=100)	
NUFUS	Nüfus Artışı (%)	
ENF	Enflasyon Oranı GSYH Deflatör % yıllık değişim	
SAĞLIK	Toplam Sağlık Harcamaları (% GSYH)	
ISZ	İşsizlik Oranı (%)	

III. YÖNTEM VE ANALİZ SONUÇLARI

Çalışmada kullanılan değişkenlere ait temel tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de sunulmuştur. Tablo 2’de değişkenlerin minimum ve maksimum değerleri ile ortalama ve standart sapmalarına yer verilmiştir. Buna göre 2000-2013 yılları arasında 16 APEC ülkesinde, kişi başına gayri safi yurt içi hâsıla artışının ortalama olarak % 3.08 düzeyinde olduğu; en yüksek değerinin % 13.6 en düşük değerinin ise %-7.84 olarak gerçekleştiği görülmektedir. Doğumda yaşam beklentisinin en yüksek değeri 83.33 iken; en düşük değeri 65’dir. Doğumda yaşam beklentisinin ortalama olarak 75.36 düzeyinde gerçekleştiği görülmektedir. Benzer şekilde gıda üretim endeksinin en düşük değeri 70.15 iken en yüksek değeri 146.76 olarak gerçekleşmiştir. Nüfus artış oranının en yüksek değeri % 5.32; en düşük değeri % -1.47 düzeyindedir. Enflasyon oranı ortalama olarak % 4.79 olarak gerçekleşmiştir. Yine enflasyon oranının en düşük değeri % -5.99; en yüksek değeri % 37.69 düzeyindedir. Toplam sağlık harcamalarının en yüksek değeri % 17.05; en düşük değeri % 1.97 olarak gerçekleşmiştir. İşsizlik oranının en yüksek değeri % 11.9; en düşük değeri % 0.7 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
DYB	75.36	5.01	65	83.33
KBGSYH	3.08	3.18	-7.84	13.6
GIDA	103.74	13.12	70.15	146.76
NUFUS	1.08	0.74	-1.47	5.32
ENF	4.79	5.35	-5.99	37.69
SAĞLIK	6.58	6.58	1.97	17.05
ISZ	5.30	5.30	0.7	11.9

Panel veri modellerinde, klasik modelin geçerliliği diğer bir ifadeyle birim ve/veya zaman etkilerinin olup olmadığının tespitinde kullanılan testlerden biri “Olabilirlik Oranı Testi” (LR)’dir. Bu teste H_0 hipotezi “klasik model doğrudur” şeklinde kurulmaktadır. H_0 hipotezi reddedilirse, birim, zaman veya hem birim hem de zaman etkilerinin olduğuna diğer bir ifadeyle klasik modelin uygun olmadığına karar verilmektedir. Tablo 3’de görüldüğü üzere, LR testi sonucunda sadece birim etkinin olduğu görülmektedir. Bu nedenle model tek yönlüdür.

Tablo 3. LR Testi

LR Testi		
	Birim Etki	Zaman Etki
X ²	716.93	0.00
Prob.	0.000	1.000

Yapılan LR testi sonucunda birim ve/veya zaman etkilerinin olduğu anlaşıldıktan sonra, bu etkilerin sabit mi yoksa tesadüfi mi olduğuna karar verilmesi gerekir. Bu bağlamda karar aşamasında Hausman testi tahminciler arasında seçim yapmak amacıyla kullanılmaktadır. Sabit ve tesadüfi etkiler modelleri arasındaki en önemli farklardan biri, birim etkilerin bağımsız değişkenlerle korelasyonlu olup olmadığı hususudur. Eğer aralarında korelasyon söz konusu değilse, tesadüfi etkiler modeli daha etkin ve geçerlidir.

Hausman testinde; H₀= Açıklayıcı değişkenler ve birim etki arasında korelasyon yoktur şeklindedir. Bu nedenle tesadüfi etkiler tahmincisi daha etkin olduğundan kullanımı uygun olacaktır. H_A=Açıklayıcı değişkenler ile birim etki arasında korelasyon vardır şeklindedir. Bu nedenle sabit etkiler modeli tutarlı olduğundan tercih edilmelidir.

Tablo 4’de görüldüğü üzere, sabit etkiler tahmincisinin tutarlı ve etkin olduğu, ancak tesadüfi etkiler tahmincisinin tutarsız olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer bir anlatımla, Hausman testi birim etkinin sabit olduğunu göstermektedir. Yapılan bu analiz tek yönlü sabit etki modelidir.

Tablo 4. Hausman Testi

Hausman Testi	
X ²	23.19
Prob.	0.000

Sabit etkiler modelinde, kalıntılardaki birimlere göre heteroskedasitenin varlığının Değiştirilmiş Wald testi sınıdığı Tablo 5’de $\varphi^2_i = \varphi^2$ şeklinde kurulan H₀ hipotezi reddedilmekte, varyansın birimlere göre değiştiği anlaşılmakta ($\varphi^2_i \neq \varphi^2$) ve dolayısıyla birimlere göre heteroskedasite olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 5. Modified Wald Testi

Modified Wald Testi	
X ²	1696.98
Prob.	0.000

Tablo 6’da modelde otokorelasyonun olup olmadığı sınıanmıştır. Otokorelasyonun olup olmadığının tespitinde Bhargava, Franzini ve Narendranathan tarafından önerilen Durbin Watson testi ve Baltagi-Wu tarafından önerilen yerel en iyi değişmez testi kullanılmıştır. Testlerin her ikisinde de otokorelasyon katsayısının sifıra eşit olduğu (p=0) H₀ hipotezi test edilmektedir. Literatürde test istatistiklerinin 2’den küçükse otokorelasyonun önemli olduğu yorumu yapılmaktadır. Tablodaki görüldüğü üzere, her iki test içinde değerler 2’den küçüktür dolayısıyla sabit etkiler modeli için otokorelasyon sorunun önemli olduğu şeklinde yorum yapılmaktadır.

Tablo 6. Otokorelasyon Testi

Modified Bhargava et al. Durbin-Watson Test	Baltagi-Wu LBI Testi
0.39449	0.59760

Sabit etkiler modelinde birimler arası korelasyonun varlığını sınamak için Pesaran'ın testi kullanılmaktadır. Tablo 7'de görüldüğü üzere, H_0 hipotezi kabul edilmekte ve dolayısıyla birimler arası korelasyonun olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 7. Birimler Arası Korelasyon

Pesaran
-0.774
Prob. 1.5613

Yapılan analizler sonucunda çalışmada; heterokedasite'nin ve otokorelasyonun olduğu buna rağmen birimler arası korelasyonun olmadığı görülmüştür. Mevcut olan heterokedasite ve otokorelasyon sorunun giderilmesinde ise, Arellano, Froot ve Rogers tahmincisi kullanılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen sonuçlar Tablo 8'de gösterilmiştir. Bulguların yer aldığı Tablo 8 incelendiğinde, bağımlı değişken doğumda yaşam beklentisi üzerinde kişi başına düşen gayri safi yurt içi hâsılda artış, gıda üretim endeksi, nüfus artışı ve toplam sağlık harcamalarının pozitif olarak etkin oldukları görülmektedir. Ancak enflasyon oranı ve işsizlik oranının doğumda yaşam beklentisi üzerinde negatif etkisi olduğu görülmektedir. Ayrıca gıda üretim endeksi, nüfus artışı ve toplam sağlık harcamalarının doğumda yaşam beklentisi üzerindeki etkisinin istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Kişi başına düşen gayri safi yurt içi hâsıla artışı, enflasyon oranı ve işsizlik oranının doğumda yaşam beklentisi üzerindeki etkisinin istatistiki olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. İstatistikî olarak anlamlı olan katsayılar yorumlandığında; gıda üretim endeksinde % 1 birimlik artış doğumda yaşam beklentisinde % 0.040 oranında bir artışa neden olmaktadır. Nüfus artışında % 1 birimlik artış doğumda yaşam beklentisini % 0.366 oranında bir artışa neden olmaktadır. Toplam sağlık harcamalarında % 1 birimlik artış doğumda yaşam beklentisini % 0.635 oranında bir artışa neden olmaktadır.

Tablo 8. Analiz Sonuçları

Değişkenler	Katsayılar	Robust Standart Hata	t-istatistiği (olasılık)
KBGSYH	0.0132684	0.0160748	0.83 (0.422)
ENF	-0.0099488	0.0111341	-0.89 (0.386)
GIDA	0.0409303	0.0074915	5.46 (0.000)*
NUFUS	0.3660721	0.1292868	2.83 (0.013)*
SAĞLIK	0.6354526	0.1286633	4.94 (0.000)*
ISZ	-0.169144	0.1079566	-1.57 (0.138)
SABİT	67.43772	0.7831221	86.11 (0.000)*

Not: Parantez içindeki değerler olasılık değerini göstermektedir. * %5, seviyesinde anlamlılık düzeyini göstermektedir.

SONUÇ

Bu çalışmanın temel amacı, APEC ülkelerinde doğumda yaşam beklentisini belirleyen faktörlerin ortaya konulmasıdır. Bu bağlamda çalışmanın literatüre katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Çalışmada 21 APEC ülkesinden 16'sı ele alınarak mekân kısıtında 2000-2013 dönemi alınarak da zaman kısıtında bulunulmuştur. Yöntem olarak panel veri analizi kullanılmıştır. Bağımlı değişken olarak doğumda yaşam beklentisi, bağımsız değişken olarak da kişi başına düşen gayri safi yurt içi hâsıla artışı, enflasyon, gıda üretim endeksi, nüfus artışı, toplam sağlık harcamaları ve işsizlik oranı değişkenleri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, kişi başına düşen gelir artışı, gıda üretim endeksi, nüfus artışı ve toplam sağlık harcamaları ile yaşam beklentisi arasında pozitif bir ilişkiye rastlanılırken; enflasyon oranı ve işsizlik oranı ile doğumda yaşam beklentisi arasında negatif bir ilişki olduğu görülmüştür. Elde edilen bulgulara dayanarak; değerlendirmeye alınan bu ülkelerde işsizlik ve enflasyon oranının azaltılarak doğumda yaşam beklentisinin uzatılmasının mümkün olacağı söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Ali, A.,& Ahmad, K. (2014). The impact of socio-economic factors on life expectancy in sultanate of Oman: an empirical analysis. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 22 (2), 218-224.
- Balan, C.,& Jaba, E. (2011). Statistical analysis of the determinants of life expectancy in Romania. *Romanian Journal of Regional Science*, 5(2), 26-38.
- Bilas, V., Franc, S.,& Bosnjak, M.(2014). Determinant factors of life expectancy at birth in the european union countries. *Coll. Antropol.* 38(1), 1–9.
- Ecevit, E. (2013). Türk Cumhuriyetlerinde yaşam beklentisinin belirleyicileri ve ampirik bir analiz. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 21, 349-363.
- Erdoğan, S., & Bozkurt, H. (2008). Türkiye’de yaşam beklentisi-ekonomik büyüme ilişkisi: ARDL modeli ile bir analiz. *The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management 2008*, 25-38.
- Hassan, F.,& Minato, N., Ishida, S.,& Nor, N. (2016). Social environment determinants of life expectancy in developing countries: a panel data analysis. *Global Journal of Health Science*, 9(5), 105-117.
- Jaba, E., Balan, C., & Robu, I. (2014). The relationship between life expectancy at birth and health expenditures estimated by a cross-country and time-series analysis. *Procedia Economics and Finance*, 15, 108-114.
- Memarian, E. (2015). The relationship between health care expenditure, life expectancy and economic growth in Iran. *J. Appl. Environ. Biol. Sci.*, 5(10), 284-290.
- Monsef, A.,& Mehrjardi, A. (2015). Determinants of life expectancy: a panel data approach. *Asian Economic and Financial Review*, 5(11), 1251-1257.
- Sede, P., & Ohemeng, W. (2015). Socio-economic determinants of life expectancy in Nigeria (1980 -2011). *Health Economics Review*, 5(2), 1-11.
- Şahbudak, E.,& Şahin, D. (2015). Sağlık ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin analizi: BIRC ülkeleri üzerine bir panel regresyon analizi. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 3(4), 154-160.
- Yumuşak, İ., & Yıldırım, D. (2009). Sağlık harcamaları iktisadi büyüme ilişkisi üzerine ekonometrik bir inceleme. *The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management*, 57-70.

BORSA İSTANBUL SEKTÖR ENDEKSLERİ İLE DÖVİZ KURLARI ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN İNCELENMESİ: ARDL MODELİ¹

Sinem EYÜBOĞLU²
Kemal EYÜBOĞLU³

Özet

Döviz kurları, başta ihracat ve ithalat işlemleri yoğun olan şirketler olmak üzere tüm şirketlerin karar alma ve uygulama süreçlerine etki eden önemli faktörlerdendir. İlaveten şirketlerin döviz kuru duyarlılıkları, faaliyet gösterdikleri sektöre göre de şekillenmektedir. Bu açıdan döviz kuru etkisinin incelenmesinde şirketlerin içinde buldukları sektörün özellikleri de büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada ise 03/01/2011-26/05/2016 dönemi için Borsa İstanbul endeksleri ile döviz kurları arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada BIST 100 Endeksi ve 23 sektöre ait hisse senedi endeksleri ile Dolar/TL ve Euro/TL döviz kurlarına ilişkin günlük veriler kullanılmıştır. Farklı seviyelerde durağan olduğu belirlenen seriler arasındaki uzun dönem ilişki ise ARDL modeli ile araştırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda çalışmada yer alan 24 endeksten sadece BIST Tekstil Deri endeksi ile Euro/TL döviz kuru arasında, Dolar/TL kuru ile ise BIST Tekstil Deri, Ticaret ve Teknoloji endeksleri arasında uzun dönem ilişki olduğunu göstermiştir. İlaveten döviz kurları ile 3 endeks arasında kısa dönemde negatif, uzun dönemde ise pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Toda-Yamamoto nedensellik testi sonucunda Borsa İstanbul endekslerinde daha çok geleneksel teorinin geçerli olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hisse senedi piyasaları, Sınır Testi, Döviz kuru, ARDL Modeli

Jel Sınıflandırılması: D53, G10

EXAMINING THE RELATIONSHIPS AMONG THE BORSA İSTANBUL SECTOR INDICES AND EXCHANGE RATES: ARDL MODEL

Abstract

Exchange rates is one of the important factor which effects the process of applying and decision making of all firms especially importer and exporter firms. Additionally, firms' exchange rate sensibility is shaping according to operated sectors. By this way it has great importance of firms' sector for analyzing exchange rate effect. In this study it is purposed to analyze the relationship between the Istanbul Stock Exchange sector indexes and exchange rates for the period of 03/01/2011-26/05/2016. For this purpose, it is used BIST 100 Index and stock indexes of 23 sectors with Dollar/TL and Euro/TL exchange rates daily data. Long term relations between the series are examined with ARDL model. The results showed that there is long term relation between only BIST Textile Leather with Euro/TL and BIST Textile Leather, Wholesale and Retail Trade, Technology indexes with Dollar/TL exchange rate of 24 indexes. Besides it is determined that there is a negative relation between exchange rates and 3 indexes in the short term and positive relation in the long term. Also Toda-Yamamoto causality test results indicated that traditional approach is more valid in Borsa Istanbul indexes.

Key Words: Stock markets, Bound Test, Exchange rate, ARDL Model

Jel Classification: D53, G10

¹ Bu çalışma "Xth International Statistics Days Conference" da sunulan çalışmanın genişletilmiş ve gözden geçirilmiş halidir.

² Dr., sinemyilmaz17@hotmail.com

³ Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF, keyuboglu@msn.com

GİRİŞ

Finansal liberalleşmenin bir sonucu olarak sermaye hareketlerinin önündeki engellerin kalkması, hisse senedi piyasaları ile döviz kurları arasındaki ilişkinin gelişmesine neden olmuştur. Bu açıdan bir ülkede meydana gelebilecek ekonomik, politik ve siyasi dalgalanmalar birbiriyle ilişkili bir biçimde hem hisse senedi piyasalarını olumsuz yönde etkileyecek hem de ülkeden sermaye kaçıışı sebebiyle ülkenin döviz kurunda yukarı yönlü bir fiyat hareketine sebep olacaktır.

Hisse senedi piyasası ile döviz kurları arasındaki bu ilişkinin incelenmesi, özellikle hem cari açığı, hem de özel sektör dış borcunun GSYH'ya oranı yüksek bir düzeyde (%41) olan Türkiye gibi sermaye hareketlerine oldukça duyarlı olan bir ülke açısından oldukça önemlidir (www.kalkinma.gov.tr). Literatürde ise hisse senetleri ile döviz kurları arasındaki ilişkiyi açıklayan geleneksel teori ve portföy teorisi olmak üzere iki temel teori bulunmaktadır. Geleneksel teoriye göre döviz kurlarından hisse senetlerine doğru bir nedensellik ilişkisi, portföy teorisinde ise geleneksel teorisinin tersine hisse senetlerinden döviz kurlarına doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu savunulmaktadır. Geleneksel teoriye göre ihracat ağırlıklı bir ülkede döviz kurlarında yaşanacak düşüş, dış ticarete rekabet dezavantajı yaratacak ve ülke ekonomisini olumsuz yönde etkileyecektir. Dolayısıyla ihracat yapan şirketlerin karlarının düşeceği beklentisinin de hisse senedi piyasalarında olumsuz bir etki oluşturacağını öngörülmektedir. İthalat ağırlıklı bir ülkede ise kurlarda yaşanacak düşüşün tam tersi bir etki yaratarak hisse senedi piyasasını olumlu yönde etkileyeceği ifade edilmektedir. Portföy teorisine göre artış gösteren bir hisse senedi piyasasına sahip bir ülke, dışarıdan sermaye akımlarını çekecek ve bu durum ulusal paraya olan talebi arttıracaktır. Bu talep artışı ise ulusal paranın değer kazanmasına yol açacaktır. Hisse senedi piyasasında yaşanacak bir düşüş ise yerli yatırımcıların servetinde bir azalmaya neden olacak ve bu para talebi ile faizlerin düşmesine dolayısıyla ülkeden sermaye çıkışlarına neden olmak suretiyle ulusal paranın değerinin düşmesine yol açacaktır (Belen-Karamelikli, 2016: 34).

Bir ülkenin ulusal para biriminin istikrarsız olması, diğer ülkelerle ekonomik faaliyette bulunan tüm sektörler ve şirketler açısından zarar veya kar ihtimali doğuracaktır. Özellikle ithal mal veya hizmetleri kullanan, uluslararası piyasalardan kaynak sağlayan şirketler üzerinde bu etkiler daha belirgin olacaktır. Kur riskinden doğacak zararlar şirketlerin maliyetlerinin artmasına neden olabilecek, dolayısıyla kar düşüşü beklentisiyle ilgili şirket hisse senetlerini olumsuz yönde etkileyecektir. Bundan dolayı sektörlerin döviz kurlarını ile ilişkisinin incelenmesi hem şirketlere hem de piyasa katılımcılarına fikir vermesi açısından yararlı olacaktır. Bu açıdan çalışmada Borsa İstanbul (BIST)'da işlem gören hisse senetlerinin oluşturduğu XU100 ve 23 sektör endeksi ile (XUSIN, XGIDA, XTEKS, XKAGT, XKMYA, XTAST, XMANA, XMESY, XUHIZ, XELKT, XULAS, XTRZM, XTCRT, XILTM, XSPOR, XUMAL, XBANK, XSGRT, XFINK, XHOLD, XGMYO, XUTEK ve XBLSM) döviz kuru arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Literatürde döviz kurları ile sektör endeksleri arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmaların az sayıda olduğu görülmektedir. İlaveten yapılan sektör endekslerini bu kadar kapsamlı bir şekilde inceleyen çalışmaya rastlanılmamıştır. Dolayısıyla çalışmanın literatüre önemli katkısı olacağı düşünülmektedir. Çalışmada döviz kurları olarak ise Türkiye dış ticaretinin önemli bir kısmını oluşturan Dolar/TL ve Euro/TL kurları kullanılmıştır. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde döviz kurları ile hisse senedi piyasaları arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar özetlenecektir. Üçüncü bölümde ise çalışmada kullanılan veri seti ve yöntemler açıklanacaktır. Çalışmanın son bölümünde ise yapılan analizler sonucu elde edilen bulgular sunulacaktır.

I.LİTERATÜR

Literatürde hisse senetleri ile döviz kurları arasındaki ilişki pek çok ülke, pek çok döviz kuru ve pek çok endeks açısından ele alınmıştır. Ancak yapılan çalışmalarda herhangi bir görüş birliğine varılamamıştır. Bu çalışmalardan, Aggarwall (1981) ABD'de 1974-1978 dönemi için hisse senedi fiyatları ile ABD Doları arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını incelemiş ve çalışma sonucunda iki değişken arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. İlaveten bu

ilişkinin kısa dönemde uzun döneme nazaran daha güçlü olduğunu vurgulamıştır. Solnik (1987) 1973-1983 dönemi için 8 ülkede (Kanada, Fransa, Almanya, Japonya, Hollanda, İsviçre, İngiltere ve ABD) hisse senedi fiyatları ile döviz kurları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve ilişkinin negatif olduğu sonucuna ulaşmıştır. Soenen-Hennigar (1988) 1980-1986 yıllarını kapsayan çalışmasında ABD’de döviz kurlarıyla pay senedi fiyatları arasında negatif bir ilişkinin var olduğunu saptamışlardır. Jorion (1990) 1971-1987 dönemini kapsayan çalışmasında ABD çokuluslu şirketlerinin hisse senedi fiyatlarının döviz kurları ile ilişkisini test etmiş ve sonuç olarak hisse senedi fiyatlarıyla döviz kuru arasında anlamlı bir ilişki bulamamıştır. Oskooee-Sohrabian (1992) ise 1973-1988 dönemi için ABD’de S&P 500 endeksi ile ABD Doları arasındaki ilişkiyi test etmişlerdir. Yapılan analizler sonucunda uzun dönemde herhangi bir ilişki bulamamışken, kısa dönemde çift yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu ifade edilmiştir. Ratner (1993) 1973-1989 yıllarını kapsayan çalışmasında S&P 500 endeksi ile ABD doları ile Kanada, Fransa, İtalya, Japonya, İngiltere ve Batı Almanya para birimleri arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar döviz kurları ile S&P 500 arasında uzun dönemde bir ilişki olmadığını göstermiştir. Mok (1993) 1986-1991 dönemi için Hong Kong’da döviz kurları ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkiyi incelediği çalışması sonucunda değişkenler arasında çift yönlü ilişki olduğunu tespit etmiştir. Abdalla-Murinde (1997) 1985-1994 yılları arasında kapsayan çalışmalarında Hindistan, Kore, Pakistan ve Filipinler’de döviz kurları ile hisse senedi fiyatları arasındaki nedensellik ilişkisini test etmişlerdir. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular Kore, Pakistan ve Hindistan’da döviz kurlarından hisse senetlerine, Filipinler’de ise hisse senedi fiyatlarından döviz kurlarına doğru bir nedensellik olduğunu belirlemişlerdir. Ajayi-Friedman vd. (1998) hisse senedi getirileri ile döviz kurları arasında bir nedensellik ilişkisi olup olmadığını 1985-1991 dönemi için Kanada, Almanya, Fransa, İtalya, Japonya, ABD, İngiltere ve 1987-1991 dönemi için ise Tayvan, Kore, Filipinler, Malezya, Singapur, Hong Kong, Endonezya ve Tayland’ı ele alarak araştırmışlardır. Çalışma sonucunda Kanada, Almanya, Fransa, İtalya, Japonya, ABD, Endonezya, Filipinler ve İngiltere’de hisse senedi getirilerinden döviz kurlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu göstermiştir. Kore’de ise döviz kurlarından hisse senedi getirilerine doğru bir nedensellik olduğu tespit edilmiştir. Malezya, Singapur ve Hong Kong’ta ise herhangi bir ilişki olduğuna dair bir bulguya ulaşamamıştır.

Granger-Huang vd.(2000) 1986-1998 dönemini kapsayan çalışmalarında Japonya, Tayvan, Singapur, Hong Kong, Endonezya, Güney Kore ve Tayland’da hisse senedi piyasaları ile döviz kurları arasındaki ilişkiyi test etmişlerdir. Çalışma sonucunda Hong Kong, Malezya, Singapur, Tayland’da iki değişken arasında çift yönlü bir ilişki olduğu vurgulanmıştır. Güney Kore’de ise döviz kurundan hisse senedi piyasasına, Filipinler’de ise hisse senedi piyasasından döviz kuruna doğru bir nedensellik olduğu belirlenmiştir. Krishnamoorthy (2001) 20 sektörü ele alarak bu sektörlerin döviz kuru duyarlılığını 1995-1997 dönemi için test etmiştir. Çalışma sonucunda tüketim ağırlıklı sektörlerde döviz kuruna olan duyarlılığının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Nieh-Lee (2001) 1993-1996 dönemini ele alarak G7 ülkelerinde (Kanada, Fransa, Almanya, İtalya, Japonya, İngiltere ve ABD) döviz kurları ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişki araştırmışlardır. Çalışma sonucunda ise uzun dönemde döviz kurları ile hisse senedi fiyatları arasında bir ilişki olmadığını bulmuşlardır. Joseph (2002) ise 1988-2000 dönemini ele alarak İngiltere’de kimya, elektrik, makine ve ilaç sektörü hisse senedi getirileri ile döviz kuru ve faiz oranı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular hisse senedi getirileri ile faiz oranları ve döviz kuru arasında ters yönlü bir ilişki olduğunu göstermiştir. Smith-Nandha (2003) 1995-2001 yıllarını ele alarak Bangladeş, Hindistan, Pakistan ve Sri Lanka’da döviz kurları ile hisse senetleri arasında uzun dönem ilişki olup olmadığını test etmişlerdir. Çalışma sonucunda iki değişken arasında ilgili ülkeler için herhangi bir uzun dönem ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Maysami-Howe vd. (2004) 1989-2001 dönemi için Singapur’da hisse senedi getirileri ve döviz kurları arasındaki ilişkiyi test ettikleri çalışmada, hisse senedi getirileri ile döviz kurları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu saptamışlardır. Mishra (2004) Hindistan’da 1982-2002 dönemini ele alarak döviz kurları ile hisse senedi fiyatları arasında herhangi bir ilişki olup olmadığını araştırmışlar ve çalışma sonucunda 2 değişken arasında bir ilişki olmadığını belirlemişlerdir.

Doong-Yang vd. (2005) 1989-2003 yıllarını kapsayan çalışmalarında altı ülkede döviz kurları ile hisse senetleri arasında uzun dönem ilişki olmadığını belirlemişlerdir. Ancak Endonezya,

Kore, Malezya ve Tayland'da hisse senetleri ile döviz kurları arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ifade etmişlerdir. Tabak (2006) 1994-2002 dönemi için Brezilya'da hisse senedi fiyatları ve döviz kurları arasındaki uzun dönemli ilişkiyi araştırmıştır. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular iki değişken arasında uzun dönemli bir ilişki olmadığını göstermiştir. İlaveten hisse senedi fiyatlarından döviz kurlarına doğru bir nedensellik ilişkisi olduğu ifade edilmiştir. Gan- Lee vd. (2006) Yeni Zelanda'da 1990-2003 dönemi için borsa endeksi ile 7 makroekonomik değişken arasındaki ilişkiyi, test ettikleri çalışmalarında döviz kurunun NZSE 40 endeksi getirilerini açıklamada önemli bir rolü olduğunu vurgulamışlardır. Ayrıca değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. İbrahim (2008) Malezya hisse senedi piyasası için 1994-2004 dönemini ele alarak sektör endeks getirileri ile döviz kuru arasındaki ilişki incelemiştir. Çalışmada sektör endeksleri olarak inşaat, tüketim malları, finans, sanayi ürünleri, tarım, gayrimenkul, demir ve madencilik, ticaret ve hizmet endeksleri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda inşaat, finans ve gayrimenkul sektörleri getirilerinin döviz kurları ile pozitif yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Ticaret ve hizmet sektörlerinin ise döviz kurları ile negatif yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Ghazali-Ismail vd. (2008) yine Malezya'da 2005-2007 dönemini ele alarak hisse senedi fiyatları ile döviz kurları arasındaki ilişkiyi test etmişler ve 2 değişken arasında uzun dönemli bir ilişki olmadığını belirlemişlerdir. İlaveten çalışmada hisse senedi fiyatlarından döviz kurlarına doğru tek yönlü bir nedenselliğin olduğunu ifade etmişlerdir. Badhani-Chimwal vd. (2009) Hindistan için 2000-2007 dönemini ele alarak sektör endeksleri ile döviz kuru arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışma sonucunda ise ihracat ağırlıklı sektörlerin döviz kuru ile negatif yönde, finans ve ithalat ağırlıklı sektörlerin ise döviz kuru ile pozitif yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada nedensellik ilişkisinin hisse senedinden döviz kuruna doğru tek yönlü olduğunu ifade edilmiştir. Aliyu (2009) Nijerya'da 2001-2008 yıllarını kapsayan çalışmada hisse senedi fiyatları ile döviz kurları arasındaki ilişkiyi test etmiştir. Çalışma sonucunda iki değişken arasında uzun dönem ilişki olduğu bulunmuştur. Nedensellik açısından ise iki değişken arasında çift yönlü bir nedensellik olduğu ifade edilmiştir.

Kutty (2010) 1989-2006 dönemi için Meksika'da döviz kurları ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişki incelemiş ve iki değişken arasında uzun dönemde herhangi bir ilişki olmadığını tespit etmiştir. Kısa dönemde ise hisse senedi fiyatlarının döviz kurlarının nedeni olduğunu ortaya koymuştur. Zhao (2010) Çin'de 1991-2009 dönemi için hisse senedi piyasası ile döviz kuru ilişkisini incelemiş, çalışma sonucunda ise uzun dönem ilişkiye dair herhangi bir bulguya ulaşamamıştır. Subayyal ve Shah (2011) Pakistan'da 1998-2009 yıllarını ele alarak hisse senedi piyasası ile döviz kuru ilişkisini araştırdığı çalışması sonucunda değişkenler arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu belirlemiştir. Yang-Tu vd. (2014) Hindistan, Endonezya, Japonya, Kore, Malezya, Filipinler, Singapur, Tayvan ve Tayland için 1997-2010 dönemini ele alarak hisse senedi fiyatları ile döviz kurları arasındaki ilişkiyi test etmişlerdir. Çalışma sonucunda Asya finansal krizi sırasında Tayland dışındaki tüm ülkelerde iki değişken arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu belirlemişlerdir. Caporale- Hunter vd. (2014) ABD, İngiltere, Kanada, Japonya, AB ve İsviçre'yi ele alarak 2003-2011 dönemi için döviz kuru ile hisse senedi ilişkisini araştırmışlardır. Elde edilen bulgular ise kısa dönemde ABD ve İngiltere'de hisse senedi getirilerinden döviz kurlarına doğru tek yönlü bir nedensellik olduğu, Kanada'da ise döviz kurundan hisse senedi getirilerine doğru, AB ve İsviçre için ise çift yönlü bir nedensellik olduğu belirlenmiştir.

Türkiye için yapılan çalışmalarda ise, Kasman (2003) BIST-100, finans, sanayi ve hizmet sektör endeksleri ile Dolar/TL arasındaki ilişkiyi incelediği araştırması sonucunda endeksler ile Dolar kuru arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını tespit etmiştir. İlaveten çalışmada sadece Dolar kurundan sanayi endeksine doğru bir nedensellik ilişkisinin olduğunu ifade etmiştir. Akkum-Vuran (2005) 1999-2002 dönemi için BIST-30, mali, sınai ve hizmet endeksi ile bazı makroekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi incelemiş ve çalışma sonucunda mali sektör ile döviz kuru değişkeni arasında negatif yönde bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çukur-Topuz (2005) 1992-2001 dönemi için döviz kuru ile BIST tekstil sektörü arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışma sonucunda firmaların birçoğunun döviz kurundan negatif olarak etkilendiği ve tekstil sektörünün reel döviz kuru riski taşıdığı ifade edilmiştir. Ayvaz (2006) BIST-100 endeksi ve sektör bazında

hisse senetleri endeksleri ile Dolar kuru arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışmada sektör endeksleri olarak, mali sektör endeksi, sanayi sektör endeksi ve hizmet sektör endeksi kullanılmıştır. Çalışmada yapılan eşbütünleşme testi sonucunda, döviz kuru ile BIST-100 endeksi, döviz kuru ile mali sektör endeksi ve döviz kuru ile sanayi sektör endeksi arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Ancak döviz kuru ile hizmet sektör endeksi arasında ilişki yoktur. İlaveten döviz kuru ile hisse senetleri fiyat endeksleri arasında çift yönlü nedensellik olduğunu ortaya konmuştur. Kasman (2006) 1986-2003 dönemi verilerini kullanarak Türkiye’de makroekonomik değişkenler (enflasyon, sanayi üretimi, M1 ve döviz kuru) ile BIST-100 arasındaki uzun dönemli ilişkiyi incelemiş ve tek bir uzun dönem ilişkisinin varlığına ulaşmıştır. İlaveten döviz kuru ile BIST-100 arasında çift yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu belirlenmiştir.

Yılmaz-Güngör vd. (2006) 1990-2003 dönemi için hisse senedi fiyatları ile tüketici fiyat endeksi, para arzı, faiz oranı, döviz kuru, dış ticaret dengesi ve sanayi üretim endeksi arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmişlerdir. Çalışma sonucunda BIST-100 ile Dolar kuru arasında uzun dönem ilişki olmadığı saptanmıştır. Özmen (2007) 1989-2006 yıllarını kapsayan çalışmada hisse senedi fiyatları ile döviz kurları arasındaki ilişkinin varlığını test etmiş ve 1994-1999 ve 2001-2006 alt dönemleri için döviz kurları ile hisse senedi fiyatları arasında uzun dönem ilişki olmadığı belirlenmiştir. Nedensellik açısından ise, 1989-1994 ve 1994-1999 dönemleri dışındaki dönemlerde, değişkenler arasında çift yönlü bir nedensellik olduğu ortaya konmuştur. Pekkaya-Bayramoğlu (2008) 1990-2007 yılları arasında kapsayan çalışmalarında döviz kuru, BIST-100 ve S&P 500 endeksi arasındaki ilişkiyi incelemiş ve endeksler ile döviz kuru arasında uzun dönemli bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Solakoğlu (2009) 1995-2006 dönemi için döviz kuru etkisini mali sektör açısından test etmiştir. Buna göre döviz kuru etkisi, banka ve özel finans kuruluşlarında pozitif, diğer sigorta finansal kiralama ve faktoring şirketleri, holding ve yatırım şirketleri, gayrimenkul yatırım ortaklıkları ve yatırım şirketlerinde ise döviz kuru etkisi negatif olarak bulunmuştur. Aydemir-Demirhan (2009) 2001-2009 yılları arasında ele alarak hizmetler, finans, sanayi ve teknoloji ile Dolar/TL arasındaki nedensellik ilişkisini test etmiş ve sonuç olarak döviz kurundan endekslere doğru negatif bir nedenselliğin geçerli olduğunu, hizmetler, finans ve sanayi endekslerinden ise Dolar/TL kuruna negatif, teknoloji endeksinden ise Dolar/TL kuruna ise pozitif bir nedensellik olduğunu ortaya koymuştur.

Cihangir-Kandemir (2010) 1998-2002 dönemi için hisse senedi getirileri ile döviz kuru, kapasite kullanım oranı, altın fiyatları, hazine bonosu faiz oranları, para arzı, TÜFE, ihracatın ithalatı karşılama oranı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Yapılan analizler sonucunda hisse senedi getirisini etkileyen tek faktörün TÜFE olduğu belirlenmiştir. Kapusuzoğlu-İbicioğlu (2010) 2001-2010 yılları arasında kapsayan çalışmalarında Dolar kuru ile BIST-100 arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmada endeks ile döviz kuru arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. İlaveten döviz kurunun endeksin tek yönlü Granger nedeni olduğunu ifade edilmiştir. Halaç-Gümüş (2010) 1988-2009 dönemi için BIST-100 ile Dolar/TL arasındaki ilişkinin uzun dönem dinamiklerini araştırdıkları çalışmanın bulgularına göre, yapısal kırılmanın gözardı edildiği eşbütünleşme testleri uygulandığında hisse senetleri piyasası ile döviz kuru arasında uzun dönemli ilişki olmadığı, ancak yapısal kırılmaların gözönünde bulundurulduğu eşbütünleşme test sonuçlarına göre, hisse senetleri piyasası ile döviz kuru serilerinin eşbütünleşik olduğu belirlenmiştir.

Doğukanlı-Özmen vd. (2010) 1999-2009 dönemi için İMKB’deki ana sektör ve alt sektör hisse senedi endekslerinin Dolar ve Euro için döviz kuru duyarlılıklarını araştırmışlardır. Çalışma sonucunda Dolar kuru ile hizmetler sektörünün negatif, mali ve sınai sektörlerinin pozitif, Euro kuru açısından, mali ve hizmetler sektörlerinin negatif, sınai sektörünün pozitif yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Sayılğan-Süslü (2011) Arjantin, Brezilya, Endonezya, Macaristan, Malezya, Meksika, Polonya, Rusya, Şili, Türkiye ve Ürdün’ü 1999-2006 için ele alarak hisse senedi getirileri ile bazı makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Sonuç olarak ise hisse senedi getirilerinin, döviz kurundan, enflasyon oranından ve S&P 500 endeksinden etkilendiği; faiz oranından, GSYİH’den, para arzından ve petrol fiyatlarından etkilenmediği bulunmuştur. Kaya-Çömlekçi (2013) 2002-2012 dönemi için BIST-100 ile çeşitli makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Çalışmadan elde edilen bulgular ise, para arzı ile hisse senedi getirileri arasında pozitif yönlü bir ilişki, Dolar/TL ile BIST-100 endeksi arasında negatif yönlü bir

ilişki olduğu ortaya konmuştur. Aktaş-Akdağ (2013) 2008- 2012 dönemini kapsayan çalışmalarında BIST-100 endeksi ile mevduat faiz oranı, tüketici fiyat endeksi, Dolar kuru, euro kuru, işsizlik oranı, sanayi üretim endeksi, ihracat tutarı, kapasite kullanım oranı, altın fiyatları, tüketici güven endeksi ve ham petrol fiyatları arasındaki ilişki araştırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular mevduat faiz oranının, tüketici fiyat endeksinin, Dolar kurunun, kapasite kullanım oranının ve tüketici güven endeksinin BIST-100 endeksi üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduklarını göstermiştir. Doğru-Recepoğlu (2013) 1980-2012 dönemi için BIST-100, sanayi endeksi, mali endeks ve hizmetler endeksleri ile Euro/TL ve Dolar/TL döviz kurları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Buna göre hem 1990-2013 döneminde hem de 2001-2013 döneminde döviz kurları ile hisse senedi fiyatlarının eşbütünleşik olduğu belirlenmiştir. Akel-Gazel (2014) 2005-2013 dönemi için BIST Sınai Endeksi ile reel efektif döviz kuru endeksi, Euro/TL ve Dolar endeksi arasındaki kısa ve uzun dönemli denge ilişkilerini incelemiştir. Elde edilen sonuçlar Sınai endeksi ile Dolar endeksi ve Euro/TL kuru arasında uzun dönemde pozitif ve istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca kısa dönemde Euro/TL ile Sınai endeksi arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Kapusuzoğlu-Büyükkara vd. (2014) 2002-2010 dönemi için Euro/TL ile 22 Borsa İstanbul sektör endeksi arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışma sonucunda Euro/TL ile kimya, sınai, hizmetler, iletişim ve ulaştırma endeksleri arasında uzun dönem ilişki olduğu belirlenmiştir.

Benli (2015) 2005-2013 dönemi için Dolar/TL kuru ile BIST-100 ve mali, sınai, hizmet ve teknoloji sektör endeksleri arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkileri test ettiği çalışmasında Dolar/TL kuru ile BIST-100 ve sektör endeksleri arasında uzun dönemli bir ilişkinin olmadığı sonucuna varılmıştır. Kısa dönemli ilişki incelendiğinde ise, Dolar/TL ile BIST-100 endeksi, dolar/TL ile teknoloji ve Dolar/TL ile hizmet sektör endeksi arasında çift yönlü, dolar/TL ile mali sektör endeksi arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu ve Dolar/TL ile sanayi sektör endeksi arasında nedensellik olmadığı bulunmuştur. Belen-Karamelikli (2016) 2006-2014 dönemi için BIST-100 endeksi ile Dolar/TL arasındaki ilişkiyi incelemiş ve iki değişken arasında eşbütünleşme ilişkisi olduğunu saptamışlardır. İlaveten döviz kurunun hisse senedi fiyatlarını negatif yönde etkilediğini dolayısıyla Türkiye’de geleneksel yaklaşımın geçerli olduğunu ifade etmiştir. Coşkun-Ümit (2016) 2000-2014 dönemi için BIST-100 endeksi getirisi ile döviz kuru, altın fiyatı, mevduat faiz oranı ve reel konut fiyat endeksi arasındaki uzun dönemli ilişkiyi incelemiş ve Maki testi sonucunda seriler arasında uzun dönemli ilişki olmadığını ortaya koymuştur. Ersoy-Koy (2016) 2011-2014 dönemi için hisse senedi fiyatları ile döviz kurları arasındaki ilişkiyi incelemiş ve BIST Sınai ve BIST Banka endekslerinin hem Dolar/TL hem de Euro/TL kurundan negatif yönde etkilendiği belirlenmiştir. Boyacıoğlu-Çürük (2016) 2006-2014 dönemi için döviz kurundaki değişimlerin imalat ve ticaret sektörlerinde faaliyet gösteren 42 firma getirisi üzerindeki etkisini araştırdıkları çalışmaları sonucunda reel döviz kuru endeksindeki değişimin hisse senedi getirisi üzerinde pozitif anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

II. METODOLOJİ

II. I. Veri Seti

03.01.2011-26.05.2016 dönemi için Dolar/TL ve Euro/TL döviz kuru ile Borsa İstanbul’da hesaplanan 24 endeks⁴ arasındaki uzun dönem ilişkinin araştırıldığı bu çalışmada hem döviz kuruna hem de endekslere ilişkin günlük veriler investing.com’dan elde edilmiştir. Çalışmada yer alan Borsa İstanbul endeksleri ise Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Çalışmada Yer Alan Endeksler

BIST Kodu	Endeks Adı	BIST Kodu	Endeks Adı
XU100	BIST 100	XTRZM	BIST Turizm

⁴ Fiyat endeksleri kullanılmıştır.

XUSIN	BIST Sınai	XCRT	BIST Ticaret
XGIDA	BIST Gıda ve İçecek	XILTM	BIST İletişim
XTEKS	BIST Tekstil ve Deri	XSPOR	BIST Spor
XKAGT	BIST Orman Kâğıt Basım	XUMAL	BIST Mali
XKMYA	BIST Kimya Petrol Plastik	XBANK	BIST Banka
XTAST	BIST Taş Toprak	XSGRT	BIST Sigorta
XMANA	BIST Metal Ana	XFINK	BIST Finansal Kiralama
XMESY	BIST Metal Eşya Makine	XHOLD	BIST Holding
XUHIZ	BIST Hizmetler	XGMYO	BIST GMYO
XELKT	BIST Elektrik	XUTEK	BIST Teknoloji
XULAS	BIST Ulaştırma	XBLSM	BIST Bilişim

II. II. Yöntem

Çalışmada yer alan tüm serilerin öncelikle doğal logaritmaları alınmış ve ardından kullanılan serilerin durağan olduğu seviyelerin tespiti için Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips-Perron (PP) birim kök testlerinden yararlanılmıştır. Bu testlerden ADF (1979) yaklaşımında istatistiksel olarak hata terimlerinin bağımsız ve homojen oldukları varsayılırken, PP (1988) yaklaşımında hata terimlerinin bağımlı ve heterojen oldukları varsayılmaktadır. ADF testi için (1) ve (2) numaralı denklemler kullanılmıştır. (1) numaralı denklem sabitli, (2) numaralı denklem ise sabitli ve trendli ADF denklemlerini göstermektedir. ADF denklemlerinde denklemin sağ tarafına oluşabilecek otokorelasyon bağımlı değişkenin gecikmeleri açıklayıcı değişken olarak eklenmektedir. ADF denklemlerinde bağımlı değişkenin gecikme uzunluklarının belirlenmesi için Schwarz Bilgi Kriteri (SIC) kullanılmıştır (Abdioğlu-Yamak, 2016: 84).

$$\Delta y_t = \beta + \delta y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$\Delta y_t = \beta + \delta y_{t-1} + \sum_{i=1}^p \phi_i \Delta y_{t-i} + \gamma trend + \varepsilon_t \quad (2)$$

(1), ve (2) numaralı denklemlerde y_t ; durağanlığı incelenen değişkeni β , δ , ϕ ve γ ; katsayıları, ε_t ; hata terimini ve p ise en uygun gecikme uzunluğunu göstermektedir. Tahmin edilen denklemlerde δ katsayısının t istatistiği MacKinnon tablo kritik değeriyle karşılaştırılarak serinin durağanlığına karar verilir. Eğer t istatistiğinin mutlak değeri MacKinnon tablo kritik değerinin mutlak değerinden büyükse seri seviyesinde durağandır. PP testinde Newey-West bağımlı değişken gecikmelerini tespit eden bir uyarılama tahmincisi olduğundan bağımlı değişken gecikmeleri söz konusu değildir. PP testi için (3) ve (4) numaralı denklemler tahmin edilmiştir.

$$\Delta y_t = \beta + \delta y_{t-1} + \mu_t \quad (3)$$

$$\Delta y_t = \beta + \delta y_{t-1} + \gamma trend + \mu_t \quad (4)$$

(3) ve (4) numaralı denklemlerde y_t ; durağanlığı incelenen değişkeni β , δ ve γ ; katsayıları, μ_t ise hata terimini ifade etmektedir. δ katsayısının t istatistiği MacKinnon tablo kritik değeriyle karşılaştırılarak serinin durağan olup olmadığına karar verilir. Serilerin durağan oldukları seviyeler tespit edildikten sonra seriler arasında uzun dönem ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.

Literatürde Engle-Granger (1987) ve Johansen (1988) gibi eşbütünlük yöntemleri sıklıkla kullanılmaktadır. Ancak bu yöntemlerin kullanılabilmesi için serilerin 1. farkında durağan olması gerekmektedir. Bu önemli kısıt, Pesaran ve diğerleri (2001) tarafından farklı seviyelerde durağan olan değişkenler arasındaki ilişkinin ortaya konmasına olanak sağlayan Sınır Testi yöntemi ile giderilmiştir. Yani serilerin I(0) veya I(1) olduğuna bakılmadan seriler arasındaki uzun dönemli ilişki araştırılabilir.

Literatürde bu yöntemin çeşitli avantajlarından bahsedilmektedir. Bu avantajlardan birincisi yukarıda bahsedildiği üzere yöntemde kullanılacak serilerin düzeyde veya 1. farkında durağan olmasının sınır testini uygulamaya engel olmamasıdır. Bu yöntemin ikinci avantajı ise kısıtsız hata düzeltme modelinin klasik eşbütünleşme testlerine göre istatistiksel olarak daha güvenilir sonuçlar verebilmesidir. Hata düzeltme modelinin en önemli özelliği ise aynı anda seriler arasındaki hem kısa ve hem de uzun dönem dinamikleri hakkında bilgi içermesidir. Sınır testinde ise test istatistiği üst kritik sınırı geçtiğinde kısa ve uzun dönem katsayıları tahmin edilebilmektedir (Belen ve Karamelikli, 2016: 38; Akel ve Gazel, 2014: 31). Bu çalışmada kullanılan seriler aynı seviyede durağan olmadığından seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisi Sınır Testi yöntemi kullanılarak test edilmiştir. Bunun için ilk önce (5) numaralı kısıtsız hata düzeltme modeli (unrestricted error correction model UECM) tahmin edilmiştir.

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 t + \sum_{i=1}^p \alpha_{2i} \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^p \alpha_{3i} \Delta X_{t-i} + \alpha_4 Y_{t-1} + \alpha_5 X_{t-1} + \mu \quad (5)$$

Yukarıdaki (5) numaralı denklemde y; ilgili Borsa İstanbul endeksini, x; döviz kurunu, α_0 ; sabit terimi, t; trend değişkenini, α_1 , α_{2i} , α_{3i} , α_4 ve α_5 ; katsayıları, μ ; hata terimini göstermektedir. Sabit ve trendi aynı anda içeren (5) numaralı denklem tahmin edildikten sonra uzun dönem ilişkinin varlığı seriler birinci dönem gecikmelerine F testi yapılarak belirlenir. Eğer hesaplanan F istatistiği Pesaran ve diğerleri (2001) tarafından belirlenmiş alt kritik değerden küçükse seriler arasında uzun dönem ilişkinin olmadığını savunan sıfır hipotezi reddedilir. Ancak hesaplanan F istatistiği üst kritik değeri aşıyorsa seriler arasında uzun dönem ilişki vardır. Hesaplanan F istatistiği alt ve üst kritik değerler arasında ise uzun dönem ilişki hakkında kesin bir yorum yapılamaz. Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edildikten sonra uzun ve kısa dönem ilişkileri belirlemek için ARDL modelleri kullanılır. Öncelikle bağımlı ve bağımsız değişkenlerin gecikme uzunlukları AIC (Akaike) veya SHC (Schwartz) bilgi kriteri yardımıyla tespit edilir. Daha sonra seçilen ARDL modelinden faydalanılarak uzun dönem katsayıları ve standart hataları elde edilir. ARDL modeli (6) numaralı denklemde gösterilmiştir.

$$Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 t + \sum_{i=1}^p \alpha_{2i} Y_{t-i} + \sum_{i=0}^q \alpha_{3i} X_{t-i} + \mu \quad (6)$$

Son olarak da (7) numaralı denklemde ifade edilen hata düzeltme modeli yardımıyla kısa dönem katsayılar tahmin edilir.

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 t + \alpha_1 EC_{t-1} + \sum_{i=1}^p \alpha_{3i} \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^p \alpha_{4i} \Delta X_{t-i} + \mu_t \quad (7)$$

(7) numaralı denklemde EC (error correction) hata düzeltme terimini temsil etmektedir. Temeli VAR sistemine dayanan ve Toda ve Yamamoto tarafından geliştirilen nedensellik sınavında ise, serilerin koentegre olması önemli değildir. Bu varsayımın en önemli avantajı ise serilerin bütünleşme derecelerinin doğru belirlenmemesi durumunda ortaya çıkacak risklerin en aza indirilmiş olmasıdır. Toda ve Yamamoto testleri entegre ve koentegre değişkenler için geçerlidir (Toda ve Yamamoto, 1995). İlgili yönteme göre seriler durağan olmasalar da serilerin seviye değerlerini içeren VAR sistemi kurulur ve görünürde ilişkisiz regresyon (SUR) yöntemi kullanılarak sistem tahmin edilir. Ardından standart Wald testi uygulanır. Toda ve Yamamoto yaklaşımına göre nedenselliğin araştırılacağı Y ve X değişkenlerine ait verilerin seviye değerlerinin yer aldığı iki değişkenli model aşağıdaki gibidir.

$$Y_t = \lambda_1 + \sum_{i=1}^k \alpha_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{max}} \alpha_{2j} Y_{t-j} + \sum_{i=1}^k \beta_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{max}} \beta_{2j} X_{t-j} + e_{1t} \quad (8)$$

$$X_t = \lambda_2 + \sum_{i=1}^k \alpha_{2i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{max}} \alpha_{2j} Y_{t-j} + \sum_{i=1}^k \beta_{2i} X_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{d_{max}} \beta_{2j} X_{t-j} + e_{2t} \quad (9)$$

(8) numaralı denkleme göre X değişkeninden Y değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisinin olduğunu söyleyebilmek için β_{1i} 'lerin bir bütün olarak sıfırdan farklı olması gerekir. Benzer şekilde

(9) numaralı denkleme göre ise Y değişkeninden X değişkenine doğru bir nedensellik ilişkisi α_{21} 'lerin birlikte sıfırdan farklı olması ile mümkündür. Burada k tahmin edilen VAR modelinin uygun gecikme uzunluğunu, d_{max} ise modeldeki değişkenlerin maksimum bütünleşme derecelerini ifade etmektedir. Böylece yöntemin başarısı, sistemde yer alan değişkenler için k ve d_{max} değerlerinin doğru bir şekilde belirlenmesine bağlıdır. Ayrıca Toda ve Yamamoto (1995) bu testin k serbestlik derecesi ile χ^2 dağılımına sahip olduğunu göstermişlerdir. Yani bu yöntemde $(k+d_{max})$ dereceden VAR sistemi kurulur ve SUR yöntemiyle tahmin edilir. Ardından katsayılar matrisinin ilk k tanesine WALD testi uygulanır (Ulusoy-Yamak vd., 2016: 19).

III. BULGULAR

Tablo 2’de çalışmada kullanılan serilere ilişkin tanımlayıcı istatistikler gösterilmiştir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Maksimum	Minimum	St. Sapma	Çarpıklık	Basıklık	Jarque-Bera ⁵
LEuro/TL	0,973	12,417	0,701	0,132	0,163	1,772	91,812
LDolar/TL	0,733	11,177	0,413	0,198	0,498	2,054	107,197
LXU100	11,176	11,442	10,812	0,141	-0,491	2,318	81,231
LXUSIN	11,079	11,393	10,678	0,168	-0,160	1,844	81,752
LXGIDA	11,616	11,879	11,196	0,161	-0,489	1,961	115,622
LXTEKS	9,521	10,369	9,315	0,249	1,755	4,944	914,635
LXKAGT	10,524	10,861	9,942	0,148	-0,840	4,771	338,504
LXKMYA	10,769	11,229	10,354	0,204	0,624	2,224	122,816
LXTAST	11,095	11,390	10,865	0,119	0,465	2,527	61,810
LXMANA	11,289	11,810	10,850	0,283	0,380	1,676	132,583
LXMESY	11,198	11,777	10,542	0,313	-0,077	1,787	85,043
LXUHIZ	10,800	11,070	10,393	0,170	-0,526	1,991	120,806
LXELKT	7,944	8,438	7,546	0,189	0,775	3,417	146,589
LXULAS	10,912	11,547	9,913	0,477	-0,601	1,814	161,900
LXTRZM	8,705	9,235	8,367	0,168	1,290	4,325	478,145
LXTCRT	11,665	12,042	11,166	0,214	-0,529	2,140	105,562
LXILTM	10,206	10,574	9,447	0,265	-1,781	5,016	952,013
LXSPOR	10,931	11,912	10,436	0,375	1,031	3,036	241,535
LXUMAL	11,503	11,843	11,127	0,132	-0,311	2,841	23,425
LXBANK	11,815	12,202	11,443	0,139	0,040	2,766	3,478
LXSGRT	11,901	12,230	11,392	0,211	-0,737	2,481	138,681
LXFINK	9,853	10,081	9,616	0,087	0,184	2,555	18,925
LXHOLD	10,919	11,184	10,484	0,162	-0,554	2,320	95,966
LXGMYO	10,526	10,742	10,257	0,099	-0,231	2,441	29,811
LXUTEK	10,315	11,067	9,828	0,309	0,692	2,553	120,267
LXBLSM	9,472	10,102	8,919	0,256	0,311	2,826	23,713

Buna göre, en yüksek oynaklığa sahip olan seri BIST Ulaştırma; en düşük oynaklığa sahip olan seri ise BIST Finansal Kiralama Faktoring endeksidir. Ayrıca çalışmada yer alan tüm serilerin çarpıklık, basıklık ve JB test istatistikleri birarada incelendiğinde normal dağılıma uymadığı belirlenmiştir.

Çalışmada öncelikle ADF ve PP birim kök testleri ile yardımıyla serilerin durağan oldukları seviyeler belirlenmiştir. Tablo 3 incelendiğinde Dolar/TL, Euro/TL, XU100, XGIDA, XTEKS, XKAGT, XKMYA, XTAST, XMANA, XMESY, XUHIZ, XULAS, XTCRT, XILTM, XSPOR,

⁵ Tüm değerler %1 seviyesinde anlamlıdır.

XSGRT, XHOLD, XUTEK ve XBLSM serilerinin 1. farkında, XUSIN, XELKT, XTRZM, XUMAL, XBANK, XFINK ve XGMYO serilerinin ise seviyesinde durağan olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle çalışmada döviz kurları ile BIST endeksleri arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkinin varlığı Sınır Testi yöntemi ile araştırılmıştır.

Tablo 3. Değişkenlere Ait Birim Kök Sonuçları

Değişkenler	I (0)				I (1)			
	ADF		PP		ADF		PP	
	Sabitli	Sabitli ve Trendli	Sabitli	Sabitli ve Trendli	Sabitli	Sabitli ve Trendli	Sabitli	Sabitli ve Trendli
LEuro/TL	-1.451	-2.558	-1.459	-2.622	-34.955 ^a	-34.942 ^a	-34.946 ^a	-34.934 ^a
LDolar/TL	-0.464	-2.369	-0.461	-2.360	-36.894 ^a	-36.883 ^a	-36.894 ^a	-36.883 ^a
LXU100	-1.926	-2.990	-1.956	-2.993	-37.384 ^a	-37.369 ^a	-37.353 ^a	-37.339 ^a
LXUSIN	-1.293	-3.274 ^c	-1.118	-3.208 ^c	-23.407 ^a		-35.471 ^a	
LXGIDA	-1.801	-2.369	-1.612	-2.133	-37.492 ^a	-37.484 ^a	-37.872 ^a	-37.879 ^a
LXTEKS	-1.148	-2.096	-1.276	-2.233	-35.115 ^a	-35.121 ^a	-35.136 ^a	-35.140 ^a
LXKAGT	-1.920	-2.006	-2.008	-2.095	-35.347 ^a	-35.333 ^a	-35.350 ^a	-35.335 ^a
LXKMYA	-0.858	-2.506	-0.725	-2.416	-23.517 ^a	-23.515 ^a	-34.871 ^a	-34.871 ^a
LXTAST	-1.853	-2.221	-1.942	-2.306	-35.846 ^a	-35.837 ^a	-35.912 ^a	-35.903 ^a
LXMANA	-0.845	-1.943	-0.849	-1.972	-35.799 ^a	-35.785 ^a	-35.799 ^a	35.785 ^a
LXMESY	-0.449	3.078	-0.418	-3.099	-36.648 ^a	-36.638 ^a	-36.669 ^a	-36.660 ^a
LXUHIZ	-1.243	-2.854	-1.240	-2.895	-37.160 ^a	-37.144 ^a	-37.143 ^a	-37.127 ^a
LXELKT	-2.726 ^b	-2.564	-2.764 ^b	-2.629		-34.426 ^a		-34.486 ^a
LXULAS	-0.917	-1.626	-0.956	-1.711	-36.959 ^a	-36.946 ^a	-36.984 ^a	-36.971 ^a
LXTRZM	-2.612 ^c	-2.206	-2.644 ^c	-2.257		-35.689 ^a		-35.663 ^a
LXTCRT	-1.122	-3.337 ^c	-0.867	-3.270 ^c	-41.327 ^a		-42.150 ^a	
LXILTM	-1.425	-1.767	-1.411	-1.752	-36.650 ^a	-36.652 ^a	-36.664 ^a	-36.052 ^a
LXSPOR	-1.740	-1.354	-1.764	-1.446	-33.464 ^a	-33.479 ^a	-33.411 ^a	-33.415 ^a
LXUMAL	-2.633 ^c	-3.024	-2.643 ^c	-3.044		-37.326 ^a		-37.331 ^a
LXBANK	-2.943 ^b	-3.035	-2.909 ^b	-3.003		-37.664 ^a		-37.704 ^a
LXSGRT	-0.889	-3.101	0.956	-3.103	-23.700 ^a	-23.706 ^a	-35.330 ^a	-35.331 ^a
LXFINK	-2.888 ^b	-2.995	-2.846 ^c	-2.954		-37.412 ^a		-37.433 ^a
LXHOLD	-1.605	-3.079	-1.655	-3.074	-36.672 ^a	-36.659 ^a	-36.669 ^a	-36.657 ^a
LXGMYO	-2.958 ^b	-3.009	-3.057 ^b	-3.108		-37.190 ^a		-37.163 ^a
LXUTEK	-0.343	-1.768	-0.341	-1.786	-35.435 ^a	-35.420 ^a	-35.431 ^a	-35.416 ^a
LXBLSM	-0.698	-1.038	-0.765	-1.106	-34.200 ^a	-34.186 ^a	-34.173 ^a	-34.158 ^a

^{a, b, c} sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

III.I. Eşbütünlük Testi

Bu aşamada öncelikle AIC bilgi kriterine göre modellerde kullanılacak optimal gecikme uzunlukları belirlenmiştir. Buradan döviz kurları ile BIST endeksleri arasındaki uzun dönem ilişkinin araştırılması için Sınır Testine geçilmiştir. Farklı seviyeden durağan oldukları tespit edilen seriler arasındaki uzun dönem ilişkinin tahmin edildiği Sınır Testi sonuçları ise Tablo 4'te

yer almaktadır. Buna göre çalışmada yer alan 24 endeksten sadece BIST Tekstil Deri endeksi ile Euro/TL döviz kuru arasında, Dolar/TL kuru ile ise BIST Tekstil Deri, Ticaret ve Teknoloji endeksleri arasında uzun dönem ilişki olduğu ortaya konmuştur.

Tablo 4. Sınır Testi Sonuçları

Dolar/TL		Euro/TL	
Bağımlı Değişken	F istatistiği Değeri	Bağımlı Değişken	F istatistiği Değeri
LXU100	1,319	LXU100	1,041
LXUSIN	2,068	LXUSIN	1,196
LXGIDA	1,219	LXGIDA	2,294
LXTEKS	4,073^b	LXTEKS	3,600^c
LXKAGT	1,192	LXKAGT	1,002
LXKMYA	2,669	LXKMYA	1,010
LXTAST	1,546	LXTAST	0,512
LXMANA	1,249	LXMANA	1,310
LXMESY	2,326	LXMESY	1,723
LXUHIZ	1,355	LXUHIZ	1,012
LXELKT	1,418	LXELKT	1,649
LXULAS	1,190	LXULAS	1,420
LXTRZM	1,607	LXTRZM	1,265
LXTCRT	3,640^b	LXTCRT	2,249
LXILTM	1,805	LXILTM	1,869
LXSPOR	1,149	LXSPOR	1,869
LXUMAL	2,068	LXUMAL	2,094
LXBANK	2,363	LXBANK	2,442
LXSGRT	1,674	LXSGRT	1,018
LXFINK	1,878	LXFINK	1,940
LXHOLD	2,257	LXHOLD	1,311
LXGMYO	1,499	LXGMYO	1,759
LXUTEK	3,161^c	LXUTEK	2,367
LXBLSM	1,548	LXBLSM	1,182

^{b, c} sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Euro/TL ile BIST Tekstil ve ayrı ayrı olmak üzere Dolar/TL ile BIST Tekstil Deri, Ticaret ve Teknoloji endeksleri arasındaki uzun ve kısa dönemli dinamikleri belirlemek amacıyla buradan ARDL (Autoregressive Distribution Lag) modeline geçilmiştir. Modelde gecikme uzunlukları AIC kriterine göre belirlenmiştir. Tablo 5'te seriler için hesaplanan ARDL Modeli tahmin sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 5. Seriler için Hesaplanan ARDL Modeli Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Model	Katsayı	t istatistiği
LXTEKS			
LXTEKS(-1)		0.989342	262.6866 ^a
LDOLAR/TL		-0.732157	-6.747529 ^a
LDOLAR/TL(-1)		0.310891	2.034004 ^b

LDOLAR/TL(-2)	ARDL (1,3)	0.197276	1.297174
LDOLAR/TL(-3)		0.237343	2.211059 ^b
c		0.094242	2.743333 ^a
R ² = 0.988		White =0.777	LM(1) = 0.035
			LM(12)= 0.188
LXTCRT			
LXTCRT(-1)	ARDL (3,4)	0.805079	28.30739 ^a
LXTCRT(-2)		0.132845	3.657289 ^a
LXTCRT(-3)		0.055754	1.945047 ^c
LDOLAR/TL		-0.688999	-10.16788 ^a
LDOLAR/TL(-1)		0.287774	2.969814 ^a
LDOLAR/TL(-2)		0.319750	3.276708 ^a
LDOLAR/TL(-3)		-0.043342	-0.450094
LDOLAR/TL(-4)		0.131774	1.944433 ^c
c		0.069886	1.844614 ^c
R ² = 0.994		White =0.857	LM(1) = 2.059
			LM(12)= 1.181
LXUTEK			
LXUTEK(-1)	ARDL (3,4)	0.981059	34.44421 ^a
LXUTEK(-2)		-0.060524	-1.510924
LXUTEK(-3)		0.076764	2.667963 ^a
LDOLAR/TL		-0.726063	-10.89814 ^a
LDOLAR/TL(-1)		0.488383	5.087966 ^a
LDOLAR/TL(-2)		0.128616	1.320276
LDOLAR/TL(-3)		-0.002421	-0.025514
LDOLAR/TL(-4)		0.116219	1.748015 ^c
c		0.025730	0.927005
R ² = 0.997		White =1.108	LM(1) = 0.023
			LM(12)= 0.339
LXTEKS			
LXTEKS(-1)	ARDL (1,3)	-0.419179	-3.963113 ^a
LEURO/TL		0.153847	1.011633
LEURO/TL(-1)		-0.014015	-0.092585
LEURO/TL(-2)		0.296308	2.833269 ^a
LEURO/TL(-3)		0.074423	2.361213 ^b
c		0.990674	276.9742 ^a
R ² = 0.988		White =0.965	LM(1) = 0.156
			LM(12)= 0.156

^{a, b, c} sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

III.II. Uzun Dönemli İlişki

ARDL modellerinin tahmin sonuçlarına göre hesaplanan uzun dönem katsayıları ise Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. ARDL Modellerinden Elde Edilen Uzun Dönem Katsayıları

Değişkenler	Katsayı	t istatistiği
ARDL (1,3) BIST Tekstil		
LDOLAR/TL	1.252705	3.202263 ^a
c	8.841979	31.519140 ^a
ARDL (3,4) BIST Ticaret		
LDOLAR/TL	1.100139	2.774936 ^a
c	11.053396	39.321480 ^a
ARDL (3,4) BIST Teknoloji		
LDOLAR/TL	1.753078	1.820354 ^c
c	9.526912	13.906374 ^a
ARDL (1,3) BIST Tekstil		
LEURO/TL	1.818667	2.652331 ^a
c	7.980199	12.175468 ^a

^a, %1 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 6'dan görüldüğü üzere elde edilen uzun dönem katsayıları LXTEKS, LXTCRT ve LXUTEK endeksleri ile Dolar/TL kuru ve LXTEKS ile Euro/TL kuru arasındaki pozitif ilişkilerin istatistiksel açıdan anlamlı olduğunu göstermektedir.

III.III. Kısa Dönemli İlişki

Tablo 7’de seriler arasındaki kısa dönem ilişkiyi gösteren ARDL modellerine dayalı hata düzeltme modeli sonuçları yer almaktadır.

Tablo 7. ARDL Modellerine Dayalı Hata Düzeltme Modeli Sonuçları

Değişkenler	Model	Katsayı	t istatistiği
LXTEKS			
$\Delta(\text{LDOLAR/TL})$	ARDL(1,3)	-0.732157	-6.767947 ^a
$\Delta(\text{LDOLAR/TL}(-1))$		-0.434618	-4.005763 ^a
$\Delta(\text{LDOLAR/TL}(-2))$		-0.237343	-2.213759 ^b
ECM(-1)		-0.010658	-3.498457 ^a
LXTCRT			
$\Delta(\text{LXTCRT}(-1))$	ARDL(3,4)	-0.188598	-6.661684 ^a
$\Delta(\text{LXTCRT}(-2))$		-0.055754	-1.953379 ^c
$\Delta(\text{LDOLAR/TL})$		-0.688999	-10.214448 ^a
$\Delta(\text{LDOLAR/TL}(-1))$		-0.408181	-5.797407 ^a
$\Delta(\text{LDOLAR/TL}(-2))$		-0.088431	-1.241934
$\Delta(\text{LDOLAR/TL}(-3))$		-0.131774	-1.946066 ^c
ECM(-1)		-0.006323	-3.307299 ^a
LXUTEK			
$\Delta(\text{LXUTEK}(-1))$	ARDL(3,4)	-0.016240	-0.571659
$\Delta(\text{LXUTEK}(-2))$		-0.076764	-2.682061 ^a
$\Delta(\text{LDOLAR/TL})$		-0.726063	-10.940706 ^a
$\Delta(\text{LDOLAR/TL}(-1))$		-0.242414	-3.471663 ^a
$\Delta(\text{LDOLAR/TL}(-2))$		-0.113798	-1.622437
$\Delta(\text{LDOLAR/TL}(-3))$		-0.116219	-1.749470 ^c
ECM(-1)		-0.002701	-3.082124 ^a
LXTEKS			
$\Delta(\text{LEURO/TL})$	ARDL(1,3)	-0.419179	-3.976173 ^a
$\Delta(\text{LEURO/TL}(-1))$		-0.282293	-2.678848 ^a
$\Delta(\text{LEURO/TL}(-2))$		-0.296308	-2.836071 ^a
ECM(-1)		-0.009326	-3.158751 ^a

^{a, b, c} sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Buna göre LXTEKS, LXTCRT ve LXUTEK endeksleri ile Dolar/TL kuru ve LXTEKS ile Euro/TL kuru arasındaki kısa dönem ilişkiyi gösteren hata düzeltme katsayısı negatif, 1’den küçük ve aynı zamanda istatistiksel olarak %1’de anlamlı bulunmuştur. Ayrıca kısa dönemde döviz kurlarında meydana gelen bir artışın ilgili Borsa İstanbul sektör endekslerini negatif yönde etkilediği belirlenmiştir.

Dolar/TL döviz kuru ile uzun dönem ilişkili olduğu tespit elde edilemeyen 21 endeks ile Dolar/TL döviz kuru arasındaki kısa dönem ilişki ise standart en küçük kareler yöntemi ile tahmin edilmiş ve sonuçları Tablo 8’de gösterilmiştir. Tablo 8’den görüldüğü üzere Dolar/TL kurunda meydana gelen artışın 21 endeks (XU100, XUSIN, XGIDA, XKAGT, XKMYA, XTAST, XMANA, XMESY, XUHIZ, XELKT, XULAS, XTRZM, XILTM, XSPOR, XUMAL, XBANK, XSGRT, XFINK, XHOLD, XGMYO ve XBLSM) üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve negatif bir etkisi olduğu belirlenmiştir.

Tablo 8. 21 Endeks için Tahmin Sonuçları (Dolar/TL)

Değişken	K.sayı	t-ist.	Değişken	K.sayı	t-ist.	Değişken	K.sayı	t-ist.
LXU100			LXUSIN			LXGIDA		
sabit	0.0005	1.51	sabit	0.0006 ^b	2.16	sabit	0.0005	1.30
Δ LXU100(-1)	-0.1176 ^a	-4.24	LXUSIN(-1)	-0.0477 ^c	-1.73	Δ LXGIDA(-1)	-0.0732 ^a	-2.66
Δ LXU100(-2)	0.0415 ^c	1.67	Δ TL	-0.7250 ^a	-15.88	Δ TL	-0.4675 ^a	-7.64
Δ TL	-0.9485 ^a	-17.67	Δ TL(-1)	-0.2765 ^a	-5.60	Δ TL(-1)	-0.3377 ^a	-5.47
Δ TL(-1)	-0.3814 ^a	-6.35						
Wald:347.10 ^a			Wald:256.90 ^a			Wald:56.80 ^a		
LXKAGT			LXKMYA			LXTAST		
sabit	0.0003	0.91	sabit	0.0007 ^c	1.75	sabit	0.0002	0.90
Δ LXKAGT(-	0.0055	0.19	Δ XKMYA(-	0.0129	0.47	Δ LXTAST(-1)	-0.0365	-1.32
Δ TL	-0.7513 ^a	-12.89	Δ TL	-0.7881 ^a	-13.4	Δ TL	-0.7671 ^a	-16.2
Δ TL(-1)	-0.1134 ^c	-1.85	Δ TL(-1)	-0.1967 ^a	-3.17	Δ TL(-1)	-0.2114 ^a	-4.11
Wald:165.61 ^a			Wald:178.50 ^a			Wald:259.06 ^a		
LXMANA			LXMESY			LXUHIZ		
sabit	0.0009 ^b	2.07	sabit	0.0010 ^a	2.78	sabit	0.0005 ^c	1.81
Δ LXMANA(-	-0.0435	-1.54	Δ LXMESY(-1)	-0.0492 ^c	-1.79	Δ LXUHIZ(-1)	-0.0980 ^a	-3.57
Δ LXMANA(-	0.0091	0.34	Δ TL	-0.8458 ^a	-14.71	Δ TL	-0.7016 ^a	-14.9
Δ LXMANA(-	-0.0118	-0.44	Δ TL(-1)	-0.2809 ^a	-4.57	Δ TL(-1)	-0.2788 ^a	-5.55
Δ LXMANA(-	-0.0027	-0.10						
Δ TL	-0.7445 ^a	-11.5						
Δ TL(-1)	-0.3054 ^a	-4.50						
Wald:150.42 ^a			Wald:212.85 ^a			Wald:250.18 ^a		
XELKT			XULAS			LXTRZM		
sabit	0.0388 ^b	2.06	sabit	0.0008	1.55	sabit	0.0483 ^b	2.05
XELKT(-1)	0.9951 ^a	419.9	Δ XULAS(-1)	-0.0580 ^b	-2.10	LXTRZM(-1)	0.9944 ^a	367.6
Δ TL	-0.8552 ^a	-12.8	Δ TL	-0.9959 ^a	-12.82	Δ TL	-0.8205 ^a	-12.2
Δ TL(-1)	-0.2902 ^a	-4.43	Δ TL(-1)	-0.2602 ^a	-3.19	Δ TL(-1)	-0.3123 ^a	-4.72
Wald:184.74 ^a			Wald:172.93 ^a			Wald:170.54 ^a		
LXILTM			LXSPOR			LXUMAL		
sabit	-0.0003	-0.41	sabit	-0.0001	-0.18	sabit	0.1002 ^b	2.47
Δ LXILTM(-1)	-0.0172	-0.62	Δ LXSPOR(-	0.0128	0.44	LXUMAL(-	0.9913 ^a	281.3
Δ TL	-0.6170 ^a	-5.88	Δ TL	-0.7361 ^a	-7.80	Δ TL	-0.6718 ^a	-9.81
Δ TL(-1)	0.0013	0.01	Δ TL(-1)	-0.2129 ^b	-2.20	Δ TL(-1)	0.0325	0.48
			Δ TL(-2)	-0.0115	-0.12			
			Δ TL(-3)	-0.0071	-0.07			
Wald:34.62 ^a			Wald:65.15 ^a			Wald:96.62 ^a		
LXBANK			LXSGRT			LXFINK		
sabit	0.1200 ^a	0.444	sabit	0.0003	1.00	sabit	0.0924 ^b	2.18
LXBANK(-1)	0.9420 ^a	1.053	Δ LXSGRT(-	0.0119	0.42	LXFINK(-1)	0.9906 ^a	230.70
LXBANK(-2)	0.0477 ^c	0.419	Δ TL	-0.3278 ^a	-6.29	Δ TL	-0.7079 ^a	-12.92
Δ TL	-0.7846 ^a	-3.21	Δ TL(-1)	-0.0529	-1.01	Δ TL(-1)	-0.1942 ^a	-3.60
Δ TL(-1)	0.0398 ^a	3.115						
Wald:98.25 ^a			Wald:40.49 ^a			Wald:179.26 ^a		
LXHOLD			LXGMYO			LXBLSM		
sabit	0.0007 ^c	1.87	sabit	0.0829 ^c	1.90	sabit	0.0010 ^b	1.99
Δ LXHOLD(-	-0.0940 ^a	-3.45	LXGMYO(-	0.9184 ^a	33.43	Δ LXBLSM(-	0.0402	1.460
Δ TL	-0.8810 ^a	-16.07	LXGMYO(-	0.0736 ^a	2.67	Δ TL	-0.7743 ^a	-10.5
Δ TL(-1)	-0.3807 ^a	-6.43	Δ TL	-0.9278 ^a	-15.35	Δ TL(-1)	-0.1511 ^b	-2.00
			Δ TL(-1)	-0.2395 ^a	-3.68			
Wald:294.61 ^a			Wald:245.58 ^a			Wald:115.49 ^a		

^{a, b, c} sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 9’da ise uzun dönem ilişkili olduğu tespit elde edilemeyen Euro/TL döviz kuru ile 23 arasındaki kısa dönem ilişkiye dair tahmin sonuçları yer almaktadır. Buna göre Dolar/TL ile paralel yönde Euro/TL kurunda meydana gelen artışın çalışmada yer alan 23 endeksi (XU100, XUSIN, XGIDA, XKAGT, XKMYA, XTAST, XMANA, XMESY, XUHIZ, XELKT, XULAS, XTRZM, XTCRT, XILTM, XSPOR, XUMAL, X BANK, XSGRT, XFINK, XHOLD, XGMYO, XUTEK ve XBLSM) istatistiksel açıdan anlamlı olarak negatif yönde etkilediği saptanmıştır.

Tablo 9. 23 Endeks için Tahmin Sonuçları (Euro/TL)

Değişken	K.sayı	t-ist.	Değişken	K.sayı	t-ist.	Değişken	K.sayı	t-ist.
LXU100			LXUSIN			LXGIDA		
sabit	0.0003	0.81	sabit	0.0004	1.52	sabit	0.0004	1.10
ΔLXU100(-1)	-0.0626 ^b	-2.23	LXUSIN(-1)	-0.0084	-0.30	ΔLXGIDA(-1)	-0.0678 ^b	-2.45
ΔLXU100(-2)	0.0421	1.61	ΔLEURO/TL	-0.5718 ^a	-12.61	ΔLEURO/TL	-0.4654 ^a	-7.93
ΔLEURO/TL	-0.7200 ^a	-13.2	ΔLEURO/TL(-1)	-0.1247 ^a	-2.60	ΔLEURO/TL(-)	-0.2482 ^a	-4.16
ΔLEURO/TL(-1)	-0.1422 ^b	-2.45						
Wald:182.91 ^a			Wald:168.58 ^a			Wald:83.60 ^a		
LXKAGT			LXKMYA			LXTAST		
sabit	0.0002	0.49	sabit	0.0005	1.25	sabit	0.0001	0.35
ΔLXKAGT(-1)	0.0188	0.67	ΔLXKMYA(-1)	0.0360	1.30	ΔLXTAST(-1)	-0.0025	-0.09
ΔLEURO/TL	-0.5863 ^a	-10.28	ΔLEURO/TL ^a	-0.6072 ^a	-10.5	ΔLEURO/TL	-0.6186 ^a	-13.2
ΔLEURO/TL(-)	0.0008	0.014	ΔLEURO/TL(-1)	-0.0563	-0.94	ΔLEURO/TL(-)	-0.0547	-1.10
Wald:1196.75 ^a			Wald:112.52 ^a			Wald:178.03 ^a		
LXMANA			LXMESY			LXUHIZ		
sabit	0.0007	1.52	sabit	0.0008 ^b	2.22	sabit	0.0004	1.23
ΔLXMANA(-1)	-0.0041	-0.14	ΔLXMESY(-1)	-0.0228	-0.82	ΔLXUHIZ(-1)	-0.0612 ^b	-2.21
ΔLXMANA(-2)	0.0147	0.53	ΔLEURO/TL	-0.6976 ^a	-12.3	ΔLEURO/TL	-0.5531 ^a	-11.92
ΔLXMANA(-3)	-0.0217	-0.78	ΔLEURO/TL(-1)	-	-1.96	ΔLEURO/TL(-)	-0.1506 ^a	-3.098
ΔLXMANA(-4)	0.0075	0.27						
ΔLEURO/TL	-0.4853 ^a	-7.56						
ΔLEURO/TL(-1)	-0.1122	-1.71						
Wald:60.62 ^a			Wald:158.89 ^a			Wald:154.50		
XELKT			XULAS			LXTRZM		
sabit	0.0371 ^c	1.9421	sabit	0.0006	1.12	sabit	0.0496 ^b	2.05
XELKT(-1)	0.9953 ^a	413.18	ΔXULAS(-1)	-0.0376	-1.36	LXTRZM(-1)	0.9943 ^a	357.8
ΔLEURO/TL	-0.7454 ^a	-11.551	ΔLEURO/TL	-0.7997 ^a	-10.5	ΔLEURO/TL	-0.6116 ^a	-9.26
ΔLEURO/TL(-)	-0.1368 ^b	-2.1409	ΔLEURO/TL(-1)	-0.1140	-1.45	ΔLEURO/TL(-)	-0.1699 ^a	-2.59
Wald:140.05 ^a			Wald:114.33 ^a			Wald:94.59 ^a		
LXTCRT			LXILTM			LXSPOR		
sabit	0.0280	1.123	sabit	-0.0003	-0.44	sabit	-0.0002	-0.43
LXTCRT(-1)	0.8456 ^a	30.87	ΔLXILTM(-1)	-0.0105	-0.37	ΔLXSPOR(-1)	0.0311	1.09
LXTCRT(-2)	0.1520 ^a	5.545	ΔLEURO/TL	-0.6669 ^a	-6.66	ΔLEURO/TL	-0.5562 ^a	-6.07
ΔLEURO/TL	-0.5278 ^a	-8.17	ΔLEURO/TL(-1)	-0.0094	-0.09	ΔLEURO/TL(-)	-0.0773	-0.83
ΔLEURO/TL(-1)	-0.1787 ^a	-2.71				ΔLEURO/TL(-)	0.0837	0.91
						ΔLEURO/TL(-)	-0.0652	-0.71
Wald:75.91 ^a			Wald:44.53 ^a			Wald:39.49 ^a		
LXUMAL			LX BANK			LXSGRT		
sabit	0.1048 ^b	2.55	sabit	0.1200 ^a	2.62	sabit	0.0002	0.77
LXUMAL(-1)	0.9909 ^a	277.6	LX BANK(-1)	0.9420 ^a	33.8	ΔLXSGRT(-1)	0.0131	0.47
ΔLEURO/TL	-0.5169 ^a	-7.78	LX BANK(-2)	0.0477 ^c	1.71	ΔLEURO/TL	-0.1900 ^a	-3.77
ΔLEURO/TL(-1)	-0.0232	-0.35	ΔLEURO/TL	-0.7846 ^a	-9.93	ΔLEURO/TL(-)	-0.0616	-1.22
			ΔLEURO/TL(-1)	0.0398	0.49			
Wald:61.05 ^a			Wald:55.92 ^a			Wald:16.11 ^a		
LXFINK			LXHOLD			LXGMYO		
sabit	0.0961 ^b	2.21	sabit	0.0004	1.15	sabit	0.0947 ^b	2.08
LXFINK(-1)	0.9902 ^a	224.7	ΔLXHOLD(-1)	-0.0434	-1.57	LXGMYO(-1)	0.9503 ^a	34.51
ΔLEURO/TL	-0.5496 ^a	-10.2	ΔLEURO/TL	-0.6704 ^a	-12.21	LXGMYO(-2)	0.0406	1.47
ΔLEURO/TL(-1)	-0.0640	-1.20	ΔLEURO/TL(-1)	-0.1372 ^b	-2.38	ΔLEURO/TL	-0.6766 ^a	-11.2
						ΔLEURO/TL(-)	-0.0750	-1.19
Wald:107.05 ^a			Wald:1156.60 ^a					
LXUTEK			LXBLSM					
sabit	0.0011 ^a	2.59	sabit	0.0008 ^c	1.71			
ΔLXUTEK(-1)	-0.0066	-0.23	ΔLXBLSM(-1)	0.0459 ^c	1.66			
ΔLEURO/TL	-0.7260 ^a	-11.13	ΔLEURO/TL	-0.6799 ^a	-9.63			
ΔLEURO/TL(-1)	-0.2152 ^a	-3.18	ΔLEURO/TL(-1)	-0.0614	-0.84			
Wald:112.44 ^a			Wald:94.15 ^a					

^{a,b,c}%1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 10. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi Sonuçları

Nedenselliğin Yönü	F ist.	Nedenselliğin Yönü	F ist.
XU100 → Euro/TL	8.674 ^c	XU100 → Dolar/TL	2.027
Euro/TL → XU100	11.021 ^b	Dolar/TL → XU100	28.049 ^a
XUSIN → Euro/TL	0.061	XUSIN → Dolar/TL	2.326
Euro/TL → XUSIN	7.954 ^a	Dolar/TL → XUSIN	32.393 ^a
XGIDA → Euro/TL	0.844	XGIDA → Dolar/TL	5.115
Euro/TL → XGIDA	21.659 ^a	Dolar/TL → XGIDA	37.250 ^a
XKAGT → Euro/TL	0.108	XKAGT → Dolar/TL	4.504
Euro/TL → XKAGT	0.047	Dolar/TL → XKAGT	14.265 ^b
XKMYA → Euro/TL	1.492	XKMYA → Dolar/TL	0.661
Euro/TL → XKMYA	0.574	Dolar/TL → XKMYA	12.537 ^a
XTAST → Euro/TL	1.852	XTAST → Dolar/TL	0.468
Euro/TL → XTAST	0.034	Dolar/TL → XTAST	13.813 ^a
XMANA → Euro/TL	2.388	XMANA → Dolar/TL	7.849 ^b
Euro/TL → XMANA	3.652 ^c	Dolar/TL → XMANA	15.282 ^a
XMESY → Euro/TL	14.121 ^a	XMESY → Dolar/TL	1.382
Euro/TL → XMESY	10.124 ^b	Dolar/TL → XMESY	19.924 ^a
XUHIZ → Euro/TL	4.762	XUHIZ → Dolar/TL	2.271
Euro/TL → XUHIZ	16.775 ^a	Dolar/TL → XUHIZ	23.599 ^a
XELKT → Euro/TL	7.812	XELKT → Dolar/TL	4.402
Euro/TL → XELKT	16.663 ^a	Dolar/TL → XELKT	35.933 ^a
XULAS → Euro/TL	0.455	XULAS → Dolar/TL	2.439
Euro/TL → XULAS	3.125 ^c	Dolar/TL → XULAS	10.906 ^a
XTRZM → Euro/TL	0.270	XTRZM → Dolar/TL	0.959
Euro/TL → XTRZM	7.678 ^a	Dolar/TL → XTRZM	22.395 ^a
XCRT → Euro/TL	0.059	XILT → Dolar/TL	0.050
Euro/TL → XCRT	9.383 ^a	Dolar/TL → XILT	0.022
XILT → Euro/TL	2.253	XSPOR → Dolar/TL	4.357
Euro/TL → XILT	0.158	Dolar/TL → XSPOR	4.324
XSPOR → Euro/TL	0.193	XUMAL → Dolar/TL	3.118 ^c
Euro/TL → XSPOR	0.952	Dolar/TL → XUMAL	0.060
XUMAL → Euro/TL	2.040	XBANK → Dolar/TL	2.502
Euro/TL → XUMAL	0.836	Dolar/TL → XBANK	0.469
XBANK → Euro/TL	0.293	XSGRT → Dolar/TL	0.724
Euro/TL → XBANK	0.756	Dolar/TL → XSGRT	0.472
XSGRT → Euro/TL	0.193	XFINK → Dolar/TL	3.690
Euro/TL → XSGRT	0.952	Dolar/TL → XFINK	24.200 ^a
XFINK → Euro/TL	1.253	XHOLD → Dolar/TL	2.306
Euro/TL → XFINK	0.158	Dolar/TL → XHOLD	34.452 ^a
XHOLD → Euro/TL	5.325	XGMYO → Dolar/TL	4.834 ^c
Euro/TL → XHOLD	14.224 ^b	Dolar/TL → XGMYO	9.001 ^b
XGMYO → Euro/TL	2.391	XBLSM → Dolar/TL	0.134
Euro/TL → XGMYO	1.867	Dolar/TL → XBLSM	3.117 ^c
XUTEK → Euro/TL	2.058		
Euro/TL → XUTEK	0.452		
XBLSM → Euro/TL	0.396		
Euro/TL → XBLSM	0.492		

^{a, b ve c} sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 10'da Toda-Yamamoto nedensellik testine ait bulgular sunulmuştur. Tabloya bakıldığında XU100 ve XMESY endeksleri ile Euro/TL döviz kuru arasında çift yönlü, Euro/TL döviz kurundan XUSIN, XGIDA, XMANA, XUHIZ, XELKT, XULAS, XTRZM, XCRT ve XHOLD endekslerine doğru ise tek yönlü nedensellik olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın bir diğer sonucu ise XMANA ve XGMYO ile Dolar/TL döviz kuru arasında çift yönlü, Dolar/TL döviz kurundan XU100, XUSIN, XGIDA, XKAGT, XKMYA, XTAST, XMANA, XMESY, XUHIZ, XELKT, XULAS, XTRZM, XFINK, XHOLD ve XBLSM endekslerine doğru, XUMAL endeksinden ise Dolar/TL döviz kuruna doğru tek yönlü, nedensellik ilişkisinin geçerli olmasıdır.

Elde edilen bu sonuçlar Türkiye literatüründe yer alan uzun dönemli ilişki açısından Yılmaz-Güngör vd. (2006); Özmen (2007); Kapusuzoğlu-İbicioğlu (2010); Halaç-Gümüş (2010); Benli (2015); Coşkun-Ümit (2016) çalışmaları ile örtüşmektedir. Aynı zamanda kurlar ile hisse senetleri arasındaki negatif ilişki açısından ise elde edilen sonuçlar Akkum-Vuran (2005); Çukur-Topuz (2005); Kaya-Çömlekçi (2013); Belen-Karamelikli (2016) ve Ersoy-Koy (2016)'un çalışmaları ile paraleldir.

SONUÇ

Finansal liberalizasyon nedeniyle günümüzde döviz piyasaları ile sermaye piyasaları daha da yakınlaşmıştır. Özellikle bir ülkedeki ulusal para biriminin istikrarsız olması, ekonomideki tüm aktörleri etkileyecektir. Bu aktörlerin başında ise şirketler gelmektedir. Mal ve hizmet ithal veya ihraç eden, uluslararası piyasalardan dış finansman sağlayan şirketler, döviz kurlarında yaşanacak dalgalanmalardan etkilenebilecek ve bu etki şirket hisse senedi fiyatlarına olumlu veya olumsuz bir şekilde yansiyabilecektir.

Bu çalışmada 03/01/2011-26/05/2016 dönemi için hisse senedi piyasaları ile döviz kurları arasındaki ilişkinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda çalışmada BIST-100 Endeksi ve 23 sektöre ait hisse senedi endeksleri ile Dolar/TL ve Euro/TL döviz kurları ele alınmıştır. Çalışmada öncelikle serilerin durağanlığı, ADF ve PP birim kök testleriyle sınanmış ve bazı serilerin seviyesinde, bazı serilerin ise 1. farkında durağan olduğu tespit edilmiştir. Bu açıdan döviz kurları ile her bir hisse senedi endeksi arasındaki uzun dönemli ilişkinin varlığı, Sınır Testi yöntemiyle araştırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda ise elde edilen bulgular çalışmada yer alan 24 endeksten sadece BIST Tekstil Deri endeksi ile Euro/TL döviz kuru arasında, Dolar/TL kuru ile ise BIST Tekstil Deri, Ticaret ve Teknoloji endeksleri arasında uzun dönem ilişki olduğunu göstermiştir. İlaveten döviz kurları ile 3 endeks arasında kısa dönemde negatif, uzun dönemde ise pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Uzun dönem ilişki elde edilemeyen endeksler ile Dolar/TL ve Euro/TL döviz kurları arasındaki kısa dönemli ilişki incelendiğinde ise, ilgili endekslerin döviz kurlarından negatif etkilendiği tespit edilmiştir. Bu duruma maliyetlerde meydana gelebilecek artışın sebep olacağı düşünülmektedir. Maliyetlerdeki artış ise karlılığı etkileyecek ve hisse senetleri üzerinde baskı unsuru yaratacaktır. Bu açıdan elde edilen sonuçlar yatırımcılara fikir vermesi açısından faydalı olacaktır. Kısa vadede ilgili sektör hisse senetlerini ellerinden çıkarmaları yatırımcıların servetlerine olumlu bir katkı sağlayacaktır. Şirketler açısından ise döviz kurları ile ilişkilerine göre, şirketlerin futures veya forward sözleşmeler ile kendilerini kur kaynaklı risklere karşı koruma yoluna gitmeleri riskin azaltılması açısından yararlı olacaktır. Ekonomi yönetiminin ise özellikle kısa vadede döviz kurlarının sektör endeksleri üzerindeki etkilerini dikkate alarak para politikasını şekillendirmesi gerektiği belirlenmiştir.

Son olarak yapılan Toda-Yamamoto nedensellik testi Borsa İstanbul endekslerinde hisse senetleri ile döviz kurları arasındaki ilişkiyi açıklayan teorilerden daha çok geleneksel teorinin geçerli olduğunu ortaya koymuştur. Bu sonuçlar ithal ağırlıklı bir ekonomi olan Türkiye için beklenen bir sonuçtur ve literatürdeki çalışmaların birçoğuyla örtüşmektedir.

KAYNAKÇA

- Abdioğlu, Z. & Yamak, R. (2016). Türk imalat sanayinde sektörler bazında verimlilik çıktı ilişkisi: Verdoorn Yasası. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 81-91.
- Abdalla, I. S. A. & Murinde, V. (1997). Exchange rate and stock price interactions in emerging financial markets: evidence on India, Korea, Pakistan and the Philippines. *Applied Financial Economics*, 7, 25-35.

- Aggarwal, R. (1981). Exchange rates and stock prices: a study of U.S. capital market under floating exchange rates. *Akron Business and Economic Review*, 12, 7-12.
- Ajayi, R. A., Friedman, J. & Mehdian, S. M. (1998). On the relationship between stock returns and exchange rates: tests of granger causality. *Global Finance Journal*, 9(2), 241-251.
- Akel, V. & Gazel, S. (2014). Döviz kurları ile BIST sanayi endeksi arasındaki eşbütünleşme ilişkisi: bir ARDL Sınır Testi yaklaşımı. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 44, 23-41.
- Akkum, T. & Vuran, B. (2005). Türkiye sermaye piyasasındaki hisse senedi getirilerini etkileyen makroekonomik faktörlerin arbitraj fiyatlama modeli ile analizi. *İktisat İşletme ve Finans*, 20(233), 28-45.
- Aktaş, M., & Akdağ, S. (2013). Türkiye’de ekonomik faktörlerin hisse senedi fiyatları ile ilişkilerinin araştırılması. *International Journal Social Science Research*, 2, 50-67.
- Aliyu, S. U. R. (2009). Stock prices and exchange rate interactions in Nigeria: a maiden intra-global financial crisis investigation. *IUP Journal of Financial Economics*, 7(3/4), 7-23.
- Aydemir, O. & Demirhan, E. (2009). The relationship between stock prices and exchange rates: evidence from Turkey. *International Research Journal of Finance and Economics*, 23, 207-215.
- Ayvaz, Ö. (2006). Döviz kuru ve hisse senetleri fiyatları arasındaki nedensellik ilişkisi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(2), 1-14.
- Badhani, K. N., Chimwal, R. & Suyal, J. (2009). Exchange rate volatility: impact on industry portfolios in Indian stock market. *The Icfai Journal of Applied Finance*, 15(6), 33-48.
- Bahmani-Oskooee, M. & Sohrabian, A. (1992). Stock prices and effective exchange rate of dolar. *Applied Economics*, 24(4), 459-464.
- Belen, M. & Karamelikli, H. (2016). Türkiye’de hisse senedi getirileri ile döviz kuru arasındaki ilişkinin, incelenmesi: ARDL Yaklaşımı. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 45(1), 34-42.
- Benli, Y. K. (2015). Döviz kuru ile Borsa İstanbul 100 ve sektör endeksleri arasındaki ilişkinin ampirik analizi. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 4(12): 55-72.
- Berke, B. (2012). Döviz kuru ve İMKB 100 endeksi ilişkisi: yeni bir test. *Maliye Dergisi*, 163, 243-257.
- Bhattacharya, B. & Mukherjee, J. (2003). Causal relationship between stock market and exchange rate foreign exchange reserves and value of trade balance: a case study for India, paper presented at the Fifth Annual Conference on Money and Finance in the Indian Economy.
- Boyacıoğlu, M.A. & Çürük, D. (2016). Döviz kuru değişimlerinin hisse senedi getirisine etkisi: Borsa İstanbul 100 endeksi üzerine bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Nisan, 143-156.
- Caporale, G.M., Hunter, J. & Ali, F.M. (2014). On the linkages between stock prices and exchange rates: evidence from the banking crisis of 2007-2010. *International Review of Financial Analysis*, 33, 87-103.
- Ceylan, S. & Yılmaz, Ş. B. (2015). Relationship between stock prices and exchange rate. *International Journal of Social Science*, 37, 399-408.
- Chow, E. H., Lee, W. Y. & Solt, M. S. (1997). The exchange rate risk exposure of asset returns. *Journal of Business*, 70(1), 105-123.
- Cihangir, M. & Kandemir, T. (2010). Finansal kriz dönemlerinde hisse senetleri getirilerini etkileyen makroekonomik faktörlerin arbitraj fiyatlandırma modeli aracılığıyla saptanmasına

yönelik bir çalışma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 257-296.

- Coşkun, Y. & Ümit, Ö. A. (2016). Türkiye’de hisse senedi ile döviz, mevduat, altın, konut piyasaları arasındaki eşbütünleşme ilişkilerinin analizi. *Business and Economics Research Journal*, 7(1), 47-69.
- Çukur, S. & Y.V. Topuz, (2005). Döviz Kuru Riski: İMKB tekstil sektörü üzerine ampirik bir çalışma, *İMKB Dergisi*, 8(30), 19-32.
- Doğru, B. & Receptoğlu, M. (2013). Türkiye’de hisse senedi fiyatları ve döviz kuru arasında doğrusal ve doğrusal olmayan eş bütünleşme ilişkisi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi EYİ Özel Sayısı*, 17-34.
- Doğukanlı, H. Özmen, M. & Yücel, E. (2010). İMKB’de sektörel açıdan döviz kuru duyarlılığının incelenmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3), 63-86.
- Doong, S. C., Yang, S. Y. & Wang, A. T. (2005). The dynamic relationship and pricing of stocks and exchange rates: empirical evidence from asian emerging markets. *Journal of American Academy of Business*, 7(1), 118-123.
- Ersoy, H. & Koy, A. (2016). Euro ve ABD doları kurları ile pay senedi endeksleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Borsa İstanbul verileri üzerine ampirik bir çalışma. *Finans ve Bankacılık Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 21-36.
- Franck, P. & Allan Y. (1972). Stock price reaction of multinational firms to exchange realignments. *Financial Management*, 1(3), 66-73.
- Gan, R., Lee, M., Yong, H.H.A., ve Zhang, J. (2006). Macroeconomic variables and stock market interactions: New Zealand evidence. *Investment Management and Financial Innovations*, 3(4), 89-101.
- Ghazali, M. F., Ismail, W., Yaso, M.R. & Lajuni N. (2008). Bivariate causality between exchange rates and stock prices in Malaysia. *The International Journal of Business and Finance Research*, 2(1), 53-59.
- Granger, C. W. J., Huang, B. N., Yang, C. W. (2000). A bivariate causality between stock prices and exchange rates: evidence from recent asian flu. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 40, 337-354.
- Halaç, U. & Kurt, G. (2010). Hisse senedi piyasası ve döviz kuru ilişkisinin eşbütünleşme analizi: yapısal kırılmaların önemi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 47(548), 65-75.
- Ibrahim, M. H. (2008). The exchange-rate exposure of sectoral stock returns: evidence from Malaysia. *International Journal of Economic Perspectives*, 2(2), 64-76.
- Jorion, P. (1990). The exchange rate exposure of US multinationals. *Journal of Business*, 63(3), 331-345.
- Joseph, L. N. (2002). Modelling the impacts of interest rate and exchange rate changes on UK stock returns. *Derivatives Use, Trading & Regulation*, 7(4), 306-323.
- Kapusuzoglu, A., Büyükkara, G. & Tasdemir, A. (2014). Testing for cointegration and causality between sectoral indices and euro exchange rate in Turkey. *Business Management Dynamics*, 3(7), 1-13.
- Kapusuzoğlu, A. & İbicioğlu, M. (2010). Döviz kuru ile hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkinin analizi: Türkiye uygulaması. *Muhasebe Bilimi Dünyası*, 12(4), 135-153.
- Kasman, S. (2003). The relationship between exchange rates and stock prices: a causality analysis. *Dokuz Eylül University Journal of Social Science Institution*, 5(2), 70-79.
- Kasman, S. K. (2006). Hisse senedi getirileri ve makroekonomik değişkenler arasında bir ilişki var mı?. *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 21(238), 88-99.

- Kaya, V., Çömlekçi, İ. & Kara, O. (2013). Hisse senedi getirilerini etkileyen makroekonomik değişkenler 2002-2012 Türkiye örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 167-176.
- Kıran, B. (2009). Türkiye’de döviz kuru ve pay senedi fiyatlarının sınır testi analizi. *İktisat İşletme ve Finans*, 25(275), 66-88.
- Krishnamoorthy, A. (2001). Industrial structure and the exchange rate exposure of industry portfolio returns. *Global Finance Journal*, 12, 285-297.
- Kutty, G. (2010). The relationship between exchange rates and stock prices: the case of Mexico. *North American Journal of Finance and Banking Research*, 4(4), 1-12.
- Maysami, R. C., Howe, L.C. & Hamzah, M.A. (2004). Relationship between macroeconomic variables and stock market indices: cointegration evidence from stock exchange of Singapore’s all-s sector indices. *Jurnal Pengurusan*, 24, 47-77.
- Mishra, A.K. (2004). Stock market and foreign exchange market in India: are they related?. *South Asia Economic Journal*, 5(2), 209-232.
- Mok, H. (1993). Causality of interest rate, exchange rate and stock prices at stock market open and close in Hong Kong. *Asia Pasific Journal of Management*, 10(2), 123-143.
- Nieh, C. & Lee, C. (2001). Dynamic relationship between stock prices and exchange rates for G-7 countries. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 41(4), 477-490.
- Özmen, M. (2007). Farklı döviz kuru rejimleri altında hisse senetleri fiyatları ile döviz kurları arasındaki ilişkinin ekonometrik analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 519-538.
- Pekkaya, M. & Bayramoğlu, M.F. (2008). Pay senedi fiyatları ve döviz kuru arasındaki nedensellik ilişkisi: YTL/USD, İMKB100 ve S&P500 üzerine bir uygulama. *MUFAD Journal*, 38, 163-176.
- Pesaran, M. H., Shin, Y. & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289-326.
- Ratner, M. (1993). A cointegration test of the impact of foreign exchange rates on U.S. stock market prices. *Global Finance Journal*, 4, 93-101.
- Savaş, İ. & Can İ. (2011). Euro-dolar paritesi ve reel döviz kuru’nun İMKB 100 endeksine etkisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (1), 323-339.
- Sayılgan, G. & Süslü, C. (2011). Makroekonomik faktörlerin hisse senedi getirilerine etkisi: türkiye ve gelişmekte olan piyasalar üzerine bir inceleme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 35, 73-96.
- Smyth, R. & Nandha, M. (2003). Bivariate causality between exchange rates and stock prices in south asia. *Applied Economics Letters*, 10, 699-704.
- Soenen, L.A. & Hennigar, E.S. (1988). An analysis of exchange rates and stock prices: the US experience between 1980 and 1986. *Akron Business and Economic Review*, 19(4), 71-76.
- Solakoğlu, M.N. & Demir, N. (2009). Exchange-rate exposure and the financial sector. *Journal of Economic and Social Research*, 11(2), 29-42.
- Solakoğlu, M.N. (2005). Exchange rate exposure and firm-specific factors: evidence from Turkey. *Journal of Economic and Social Research*, 7(2), 35-46.
- Solnik, B. (1987). Using financial prices to test exchange rate models: a note. *The Journal of Finance*, 42, 141-149.
- Subayyal, M. & Shah, A. (2011). The cointegration between exchange rates and stock prices in highly volatile markets: evidence from Pakistan. *Middle Eastern Finance and Economics*, 15, 156-163.

- Tabak, B. M. (2006). The dynamic relationship between stock prices and exchange rates: evidence for Brazil. *International Journal of Theoretical and Applied Finance*, 9(8), 1377-1139.
- T.C. Kalkınma Bakanlığı, <http://www.kalkinma.gov.tr/Pages/TemelEkonomikGostergeler.aspx>.
- Ulusoy, A., Yamak, R. & Şahingöz, B. (2016). Faiz dışı dengenin ekonomik büyüme ve işsizlik üzerine etkisi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 8(1), 1-33.
- Yang, Z., Tu, A.H. & Zeng, Y. (2014). Dynamic linkages between asian stock prices and exchange rates: new evidence from causality in quantiles. *Applied Economics*, 46 (11): 1184-1201.
- Yılmaz, Ö., Güngör, B. & Kaya, V., (2006). Hisse senedi fiyatları ve makro ekonomik değişkenler arasındaki eşbütünleşme ve nedensellik. *İMKB Dergisi*, 9(34), 1-16.
- Zhao, H. (2010). Dynamic relationship between exchange rate and stock price: evidence from China. *Research in International Business and Finance*, 24, 103-112.

TÜRKİYE’NİN TİCARET ETKİNLİĞİ: STOKASTİK SINIR ÇEKİM MODELİ YAKLAŞIMI

Memduh Alper DEMİR¹

Mustafa BİLİK²

Özet

Bu çalışmada, Türkiye'nin dış ticaret potansiyeli stokastik sınır çekim modeli uygulanarak incelenmektedir. Ayrıca, dış ticaretteki büyümeyi kısıtlayıcı faktörleri tespit edilmektedir. Çalışma Türkiye'nin 31 dış ticaret ortağının 2003-2014 yılları arası panel verileri kullanılarak yapılmıştır. Çalışmada, dış ticareti etkileyen; kişi başına gelir, gayri safi yurt içi hasıla, nüfus yoğunluğu, uzaklık, ticari serbestlik, ortak gümrük gibi temel değişkenler modellenmiştir. Dış ticaret açısından Türkiye'nin ortalama etkinliğinin %60 olduğu ve ülke bazlı olarak %11 ile %96 arasında çıkan etkinlik sonuçlarına varılmıştır. Etkinliği ortalamanın altında kalan ülkelerdeki nedenler tartışılmış ve çözüm önerileri sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çekim Modeli, Stokastik Sınır Analizi, Etkinlik, Dış Ticaret, Türkiye

Jel Kodu: F10, F14, C13

TURKEY'S TRADE EFFICIENCY: A STOCHASTIC FRONTIER GRAVITY MODEL APPROACH

Abstract

In this study, Turkey's trade potential is examined by applying the stochastic frontier gravity model. Furthermore, restrictive factors on trade growth are determined. This article uses a panel data of Turkey's thirty-one trade partner countries from 2003 -2014. Basic variables such as per capita income, gross domestic product, population density, distance, trade freedom, common customs which are affect the trade are analyzed in the model. The findings show that Turkey's trade average efficiency score is %60 and country-pair specific scores are among between %11 and %96. Causes discussed for the countries that have below average efficiency score and finally implications presented.

Key Words: Gravity Model, Stochastic Frontier Analysis, Efficiency, Trade, Turkey

Jel Classification: F10, F14, C13

¹ Araştırma Görevlisi, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü / İzmir (alper.demir@deu.edu.tr)

² Araştırma Görevlisi, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü / İzmir (mustafa.bilik@deu.edu.tr)

GİRİŞ

Türkiye 1980'lerin öncesinde karma bir ekonomik düzene sahip, ithal ikameci bir sanayi stratejisi uygulayan ülke konumundayken 1980 sonrası serbest piyasa düzenine geçmeye çalışan, ihracata dayalı sanayileşme stratejisini benimsemiştir. Türkiye, ihracata dayalı sanayileşme stratejisi çerçevesinde ihracatını arttırmış ve bu ihracat mallarını üretirken, girdi olarak kullandığı ara malları ithal eden ülke konumuna gelmiştir. Bu süreçte yurtdışından Türkiye'nin de üretebildiği nihai tüketim mallarının bir kısmının da gelmesi serbest piyasa düzeninin gereği olarak, kaçınılmaz olmuştur.

Türkiye'nin dış ticaret politikası ile ilgili geçmişteki mihenk taşlarından biri 1996 yılında Avrupa Birliği ile yaptığı Gümrük Birliği anlaşmasıdır. Birçok imalat sanayisi ürününde üçüncü ülkelere karşı tarifelerin ve tarife dışı engellerin uygulanması Avrupa Birliğinin aldığı kararlar çerçevesinde olmakta, Avrupa Birliği ülkelerine ise bu mallar tarifersiz olarak girmektedir. Türkiye 2000'li yılların başlarına kadar bu dönüşümden gerek mikro(firma) gerekse makro düzeyde hem pozitif hem negatif anlamda ciddi etkilenmiştir.

Türkiye'nin 1990 yılındaki dış ticaret hacmi yaklaşık 28 milyar dolar, 2003 yılında 128 milyar dolar ve 2014 yılında ise 400 milyar dolardır. Türkiye'nin bu dönemde gerek ihracat gerekse ithalattaki bir numaralı ortağı Almanya'dır. Türkiye birçok kalem üründe bu ülkeyle ticari ilişkilere sahiptir. Rakamsal değerler olarak Türkiye'nin dış ticaret hacmi artmıştır. Türkiye analize konu olan dönemde Almanya dışında da birçok dış ticaret ortağına sahiptir. Bu çalışmada, Türkiye'nin gerek toplam ihracat gerekse toplam ithalatının $\frac{3}{4}$ ' ünü oluşturan 31 ülke ile iki yönlü ticareti veri setinin uygunluğu çerçevesinde 2003-2014 dönemi için incelenmektedir. Rakamsal büyüklüklerin etkinliği sorgulanmakta, Türkiye'nin toplam ve ülke bazlı piyasalardaki ticaret etkinliği ele alınarak potansiyellerinin varlığı araştırılmakta, eksikliklerin giderilmesi için çözüm önerilerinde bulunmaktadır.

Ana amacı etkinliği sorgulamak olan bu çalışmada; iki yönlü uluslararası ticareti uzaklık, Gayrisafi Yurtiçi Hasıla, ortak sınır, ekonomik entegrasyon üyeliği vb. faktörler ile inceleyen çekim modeli ile etkinlik kavramının ölçülmesinde kullanılan stokastik sınır analizi bir araya getirilerek Türkiye'nin dış ticaret ortakları ile ticaretindeki etkinliği araştırılmaktadır. Çalışma altı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm giriş, ikinci bölüm çekim modeli, etkinlik kavramı ve bu iki konunun arasındaki bağlantıyı kapsamakta, üçüncü bölüm konu ile ilgili literatürü, dördüncü bölüm çalışmanın modeli ve veri setini, beşinci bölüm ampirik bulguları ve son bölümde ise bulguların sonuç ve politika önerilerini içeren sonuç kısmından oluşmaktadır.

I. TEORİK VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışmanın teorik çerçevesi; çekim modeli ve etkinlik kavramları ile bu iki kavramın bağlantıları dikkate alınarak ortaya konulmuştur.

I.I. Çekim Modeli Kavramı

Tinbergen (1962) ve Pöyhönen(1963), Newton'un çekim modeli eşitliğini, uluslararası ticaret akımlarının analizinde ilk kullanan araştırmacılarıdır. Özellikle son yıllarda çekim modeli, uygulamalı dış ticaret analizlerinde kullanılan popüler bir araç olmuştur. Bu model başarılı bir şekilde göç, doğrudan yabancı yatırımlar ve özellikle uluslararası ticaret akımları gibi çeşitli akım türlerine uygulanmaktadır. Bu modele göre, i ülkesinden j ülkesine ihracat; ülkelerin ekonomik büyüklüklerine (Gayrisafi Yurtiçi Hasıla yada Gayrisafi Milli Hasıla), nüfuslarına, coğrafik uzaklıklarına ve söz konusu bu iki ülkenin arasındaki ortak kurumsal bazı özellikleri içeren kukla değişkenler kümesine bağlı olarak tanımlanmaktadır (Zarzoso, 2003: 176).

Anderson (1979), çekim modeli için güçlü teorik temelleri literatüre ilk kez sunmuştur. Anderson, harcama sistemi sabit ikame elastikiyetinin Cobb- Douglas versiyonundan indirgenmiş çekim eşitliğini türettiği modelinde tüketiciler malların ülkelerin kökenine göre farklılaştığını ayırt etmektedir. Literatürde bu konu Armington (1969) varsayımı olarak geçmektedir. Armington'a göre ticaret malları arasında menşei ülkeye dayalı olarak eksik ikame vardır. Anderson modelinin yatay kesit bütçe çalışmaları için alternatif olabileceği sonucuna varılmaktadır (Anderson, 1979: 107-108).

Anderson çalışmasına, farklı koşullar altında çok çeşitli mal ve faktörün bölgesel ve ulusal sınırlar arasında dolaşımını açıklamada çekim modelinin iyi bir uyum gösterdiğini belirterek başlamaktadır. Çekim denklemini şu şekilde belirtmektedir:

$$M_{ijk} = \alpha_k Y_i^{\beta_k} Y_j^{\gamma_k} N_i^{\epsilon_k} N_j^{\eta_k} d_{ij}^{\mu_k} U_{ijk} \quad (1)$$

Burada; M_{ijk} k faktörünün ya da malının i ülkesi ya da bölgesinden j ülkesi yada bölgesine dolar cinsinden akımını, Y_i ve Y_j i ve j nin gelirlerini, N_i ve N_j i ve j nin nüfusunu, d_{ij} ülkeler yada bölgeler arasındaki uzaklığı, U_{ijk} logaritmik normal dağılım gösteren hata terimini göstermektedir (Anderson, 1979: 108).

Bergstrand (1985,1989) da genel denge modelinden kısmi denge modeline giderek indirgenmiş çekim modeli eşitliği türetmiştir. Bergstrand, Cobb- Douglas yerine genel sabit ikame elastikiyetleri tercihlerini kullanmaktadır. Çekim denklemini ihracatçılar ve ithalatçılar için iki yönlü taşıma maliyetlerini fiyatlarla ağırlıklandırılmış ortalamalarını katmaktadır. Malların tam ikame olmadığını ve ithal mallarının yerli mala oranla değil birbirleri arasındaki ikamesinin yakın olduğunu göstermektedir. Bergstrand analizini Dixit ve Stiglitz (1977)'nin monopolistik rekabet modeline dayandırmaktadır (Deardorff, 1998: 10).

Deardorff (1998)'in çalışması, ürün farklılaştırmasını dikkate almayan Heckscher- Ohlin modelinden türetilen basit çekim modelidir. Heckscher-Ohlin modeline göre farklı kişi başına gelir düzeyine sahip ülkeler aynı gelir düzeyine sahip ülkelere göre daha fazla ticaret yapmaktadır. Diğer yandan, Linder hipotezi ise aynı gelir seviyesine sahip ülkelerin daha fazla ticaret yapacağına çünkü farklılaştırılmış ürünler için aynı tercihlere sahip olacağını ortaya koymaktadır. Birinci durum ticaret ortağının seçimindeki farklılığa bağlı olarak üretici ve tüketicinin homojen mallardaki serbest ticaretini içermektedir. İkinci durumsa, farklı mallar üreten ve Cobb-Douglas veya sabit ikame elastikiyetleri varsayımlarına dayanan yeniden çekim denklemine götüren durumdur. Son zamanlarda, Anderson ve van Wincoop (2003), sabit ikame elastikiyetleri varsayımı altında genel denge modelinden türetilen basit çekim eşitliğinin nasıl oluşacağını kanıtlamışlardır. (Greene, 2013: 7).

Tüm bu teorik görüşlerden sonra iki ülke arasındaki ticaretin analizini ortaya koyan en temel doğal logaritmik doğrusal çekim modeli şu şekildedir;

$$\ln F_{ij} = \beta_0 + \beta_1 \ln GDP_i + \beta_2 \ln GDP_j + \beta_3 \ln (Dist_{ij}) + \mu_{ij} \quad (2)$$

Burada; F_{ij} ülkeler arasındaki ticareti, β_0 iki yönlü ticareti etkileyen gözlemlenmeyen faktörleri kapsayan ülke çifti sabit etkisini, GDP_i ve GDP_j ihracatçı ve ithalatçı ülkelerin gayrisafi yurtiçi hasıllarını, $Dist_{ij}$ başkentler yada ekonomik merkezler arasındaki uzaklığı ve μ_{ij} hata terimini son olarak $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3$ tahmin edilecek katsayıları vermektedir (Greene,2013: 8).

Ancak, genellikle araştırmacılar diğer değişkenlerin etkilerini de görmek için genişletilmiş çekim modellerini kullanmaktadırlar. Araştırmak istedikleri konuya bağlı olarak; yüzölçümü, döviz kuru, nüfus yoğunluğu, tarife ve tarife dışı engeller, pazara erişim, rekabet, ticari açıklık, ekonomik kalkınma, ortak kültür,dil, sınır vb. değişkenleri analizlerine katmaktadırlar.

I.II. Etkinlik Kavramı

Ekonomik birimlerin performansı tartışma konusu olduğunda, verimlilik ve etkinlik kavramları ön plana çıkmaktadır. Verimlilik, çıktının girdiye oranı, etkinlik ise potansiyel çıktının

(veya girdinin) gözlemlenen çıktıya (veya girdiye) oranı anlamındadır (Fried -Lovell vd., 2008: 6). Etkinlik kavramı neoklasik iktisat kadar eski olmasına rağmen, ölçümü ile ilgili çalışmalar Koopmans (1951), Debreu (1951) ve ampirik olarak Farrell(1957) ile başlamıştır (Daraio - Simar,2007:16 ; Kalirajan - Shand, 1999: 150).

Teknik etkinliğin ölçümü, girdi ve çıktının gerçekleşen değerleri ile potansiyel değerlerinin karşılaştırılmasını içermektedir. Genel olarak etkinlik analizi, potansiyel değerler ile gözlemlenen değerlerin farklılık gösterdiği her alanda uygulanabilir. Bu doğrultuda çalışmamız, gerçekleşen ticaret hacmi ile potansiyel ticaret hacminin farklılaşabileceği hipotezinden hareketle, Türkiye'nin uluslararası ticaretinde etkinliğini tahmin ederek, ticaret partnerleri arasında karşılaştırma yapmak, ve elde edilen etkinlik değerlerinin iyileştirilmesine yönelik politika oluşumuna katkı sağlamak amacıyla yapılmıştır.

Potansiyel değerler, gözlemlenebilen büyüklükler olmadığı için tahmin edilmeye ihtiyaç duyarlar. Bu tahmin sürecini gerçekleştirmek ve teknik etkinliği ölçmek amacıyla bazı yaklaşımlar geliştirilmiştir. Literatürde, parametrik olmayan Veri Zarflama Analizi (VZA) ve parametrik Stokastik Sınır Analizi(SSA) bu yaklaşımlardan en çok kabul görenleridir (Zhang - Zhou vd., 2013: 56).

SSA, Aigner - Lovell vd.(1977) ve Meusen - Broeck (1977) tarafından birbirinden bağımsız olarak ortaya atılmıştır. Burada daha önceki modellerden farklı olarak rassal hata terimi söz konusudur. Dolayısıyla maksimum hasıladan sapmalar tümüyle etkinsizliğe atfedilmemektedir, yani burada hata terimi etkinsizlik etkileri terimi ve rassal hata terimi olarak iki parçaya ayrılmaktadır. Stokastik sınır fonksiyonunun tahmininde yatay kesit (her bir birimin bir kereliğine gözlemlendiği veri seti) veya panel veri (her bir birimin birden fazla zaman noktasında gözlemlendiği veri seti) kullanılabilir.

Yatay kesit modellerinde etkin(siz)liği tahmin etmek için birtakım dağılımsal varsayımlar gereklidir. Schmidt – Sickles (1984: 367) yatay kesit modelleri ile ilgili problemlere değinmektedir. Söz konusu problemler aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

- 1) Etkinsizliğin tahmininde kullanılan Maksimum Olabilirlik Metodu dağılımsal varsayımlara dayanmaktadır.
- 2) Teknik etkinsizlik etkileri terimi açıklayıcı değişkenlerden bağımsız olmalıdır.
- 3) Jondrow-Lovell vd. (1982) (JLMS) tahmincisi tutarsızdır. Burada tutarsızlık ifadesi ile kastedilen $u(u-v)$ in şartlı mod veya medyan değerinin, gözlem sayısı arttıkça "u" katsayısına yakınsamadığıdır.

Sınır fonksiyonunun tahmininde panel veri kullanılırsa, yukarıda söz edilen kısıtlardan bazıları ortadan kalkabilmektedir. Aynı ekonomik birime ilişkin, zaman içerisinde tekrarlanan gözlemlerin varlığı, etkinliğin daha doğru tahmin edilmesini sağlamaktadır (Mastromarco, 2008: 31).

Panel verinin kullanıldığı stokastik sınır fonksiyonu aşağıdaki gibi ifade edilebilir;

$$\begin{aligned} y_{it} &= \beta x_{it} + v_{it} - u_i & (3) \\ v_{it} &\sim i. i. d. N(0, \sigma_v^2) \\ u_i &\sim i. i. d. N^+(\mu, \sigma_u^2) \end{aligned}$$

Burada; x girdiyi, y çıktıyı ifade etmektedir. Sınır fonksiyonunda, hata terimi iki kısma ayrılmıştır. Bunlardan ilki (v_{it}) incelenen birimin kontrolünde olmayan, rassal hata terimidir ve sınır fonksiyonunun stokastik olmasını sağlar, ikincisi ise (u_i) etkinsizlik etkilerini ifade etmektedir. Denklemde yer alan, u teriminin indisinden de anlaşılacağı gibi modelde etkinsizlik etkileri zamana göre değişmemektedir. Zamana göre değişmeyen etkinsizlik modellerine örnek olarak Battese - Coelli(1988), Pitt -Lee(1981) modelleri gösterilebilir.

Sınır fonksiyonunun tahmininde ele alınan zaman dilimi uzun ise, etkinsizliğin zamana göre değişmediği varsayımı yanıtıcı sonuçlara yol açabilir. Bu katı varsayım, zamana göre değişen etkinsiz modelleri ile ortadan kalkmıştır. Zamana göre değişen etkinsizlik modellerine örnek olarak

Cornwell- Schmidt vd. (1990), Kumbhakar (1990), Battese - Coelli (1992), Lee - Schmidt (1993), Battese - Coelli (1995) modelleri gösterilebilir.

I.III Çekim Modeli ve Stokastik Sınır Analizi İlişkisi

Daha önce belirtildiği gibi, teknik etkinliğin ölçümü, girdi ve çıktının gerçekleşen değerleri ile potansiyel değerlerinin karşılaştırılmasını içermektedir. Genel olarak etkinlik analizi, potansiyel değerler ile gözlemlenen değerlerin farklılık gösterdiği her alanda uygulanabilir. Bu doğrultuda çalışmamız, gerçekleşen ticaret hacmi ile potansiyel ticaret hacminin farklılaşabileceği hipotezinden hareketle, Türkiye'nin uluslararası ticaretinde etkinliğini tahmin ederek, ticaret partnerleri arasında karşılaştırma yapmak, ve elde edilen etkinlik değerlerinin iyileştirilmesine yönelik politika oluşumuna katkı sağlamak amacıyla. Bu doğrultuda, çalışmada stokastik frontier tekniği kullanılmıştır.

Kairajan (2008)' dan yola çıkarak stokastik sınır çekim modeli aşağıdaki gibi tahmin edilebilir;

$$X_{ij} = f(Z_i; \beta) \exp(v_i - u_i) \quad (4)$$

Modelde X_{ij} i ülkesinin j ülkesine ihracatını, Z_i potansiyel ticareti belirleyen değişkenleri ifade etmektedir. Denklemi logaritmik olarak ifade ettiğimizde gerçekleşen ticaretin potansiyel ticarete oranı etkinliği vermektedir ($\exp(-u_i)$);

$$\exp(-u_i) = \frac{X_{ij}}{f(Z_i; \beta) + \exp(v_i)} = \frac{\text{Gözlemlenen Ticaret}}{\text{Potansiyel Ticaret}} \quad (5)$$

($\exp(-u_i)$) 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Bu değer 0'a eşit olması potansiyel ticaretin gözlemlenen ticarete eşit olduğu, ticarete etkinsizliğin olmadığı anlamına gelmektedir. Bu değer 0 dan büyük, ancak 1'den küçük veya 1'e eşit olması ($0 < \exp(-u_i) \leq 1$) gözlemlenen değerlerin potansiyel değerlerden küçük olduğu, birtakım faktörlerin ihracatın potansiyel düzeyin altında kalmasına sebep olduğu anlamına gelmektedir.

II. LİTERATÜR TARAMASI

Stokastik sınır analizi kullanılarak çekim modeli çerçevesinde iki yönlü ticaretin etkinliğini araştıran çalışmalar kronolojik olarak verilmiştir. Bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran yönü stokastik sınır çekim modelini Türkiye üzerine uygulayan ilk çalışma olmasıdır.

Kang - Fratianni (2006) çalışmasında yaklaşık olarak tüm dünya ülkeleri için bulabildiği gözlem sayısı kadar analizini yapmıştır. Çalışmada; Ülke, 10 coğrafi bölge, bölgesel ticaret antlaşmaları boyutunda etkinlik skorları ortaya konulmuştur. Yüksek skorlu ülkelerden dolayı, düşük etkinlik skorlu ülkeler oluştuğunu belirtilmektedir.

Armstrong- Drysdale vd. (2008), Doğu ve Güney Asya ülkelerinde etkinliği belirlemeye yönelik çalışmasını 1993-2004 yılları arası üçer yıllık dönemlere ayırarak yapmıştır. Sonuçta Doğu Asya'nın ticaret etkinliğinin Kuzey Amerika ve Avrupa ile ticaret de geri kaldığı, Güney Asya'nın ticaretinin de Çin'e ve Doğu Asya'ya kaydığı ancak etkinlik açısından daha çok yolunun olduğu görülmektedir. Bazı ülkelerin ticaret dirençlerini (kısıtlarını) azaltması ticaret performanslarını iyi yönde etkilemiştir. Örneğin Çin'in WTO (Dünya Ticaret Örgütü) üyeliği ve Avustralya'nın Doğu Asya daki anlaşmaları etkinlik skorlarına pozitif anlamda katkı sağlamaktadır.

Kalirajan - Singh (2008) çalışmalarında, 2000-2013 yılları arasında Çin'in ve Hindistan'ın ticaret ortakları ile olan ticaretlerinin etkinlik performanslarını karşılaştırmışlardır. Analizlerine yakınsama teorisini de dâhil ederek Hindistan'ın Çin'i yakalamak için yapması gereken atılımları ortaya koymaktadırlar.

Armstrong - Drysdale (2009) çalışmalarında, 65 ülkenin 1980-2006 yılları arasındaki ticaret ve doğrudan yabancı yatırımlar performanslarına bakmaktadır. Özellikle ticaret performanslarına bakıldığında etkinlik skorlarının %50 ile %80 arasında çıktığını gözlemlenmektedir.

Salim -Kabir vd. (2011) çalışmalarında, 1980-2008 yılları arasında GCC (Körfez İşbirliği Konseyi) ülkelerini ve temel ticaret ortaklarını içeren analizlerinde, konseyin ticareti artırıcı etkisini anlamlı bulmaktadırlar. Fakat üyeler arasında hala ticaret potansiyelinin yüksek olduğu belirtilmektedir.

Khan - Kalirajan (2011), Pakistan'ın Ticaret ortakları ile 1999 ve 2004 yılları için yatay kesit verileri ile yaptığı çalışmada %38 ile %42 arasında değişen etkinlik skorları elde etmişlerdir. ABD, Çin ve Japonya gibi büyük piyasalarda etkinlik skorların düşük çıktığını ve dolayısıyla potansiyel ticaretin daha fazla olduğunu ortaya koymuşlardır.

Danquah- Barimah vd. (2013), ECOWAS (Batı Afrika Ülkeleri Ekonomik Topluluğu) ülkelerinin 1970-2010 arasındaki ticaretini dikkate alan modelde bölgesel birlikteliğin etkinliği arttırdığını ortaya koymaktadırlar.

Koh (2013), Brunei Darussalem'in 40 ticaret ortağı ülke ile 2000-2011 arasındaki ticaretini modellediği çalışmada ihracat için etkinliği %25, ithalat için %56 bulmaktadır. Etkinlikteki düşüklüğün nedenini Sınırlar ötesi (behind the border) etkilere bağlamaktadır.

Sanyal -Brady vd. (2013) çalışmalarında, Çin'in REE (rare earth element) maddesinin dünya ile olan ticaretini 2001-2009 yılları için modellemişlerdir. Sınırlar ötesi (behind the border) kısıtlarının ve örtülü sınırlar ötesi (behind the border) ticaret kısıtlarının Çin'in REE ticaretini hem pozitif hemde negatif yönden etkilediğini ortaya koymaktadırlar. Yine de kısa dönemde Çin REE endüstrisinde dominant olduğundan etkinliğinin kolay bir şekilde değişmeyeceğini belirtmektedirler.

Miankhel - Kalirajan vd. (2014) çalışmalarında, Avustralya'nın 65 ticaret ortağı ile 2006-2008 yılları arasında ticareti dört büyük sektör çerçevesinde ele almaktadırlar. Sınırlar ötesi (behind the border) etkilerin potansiyel ihracat miktarının yakalanamamasında etkili olduğunu ortaya koymaktadırlar. Bir ülkenin kurumsal ve yapısal katılıkları (engelleri) azaltılmasının yolunun ticari entegrasyonlara katılması olduğu belirtilmektedir. Bu durumda etkinliğini artırıp potansiyel ticaret miktarına ulaşabileceğini belirtilmektedir.

Roperto - Edgardo (2014), Filipinlerin 69 ticaret ortağı ile 2009-2012 yılları arasında ticaretini incelemişlerdir. Etkinlik skorlarının %38- %42 arasında dağıldığını, Filipinlerin büyük piyasalar (ABD, Çin, Japonya) ile ticaretinde etkinlik skorlarının daha düşük çıktığını ortaya koymuşlardır. Buda bu anılan ülkelerle ticaretinde potansiyelinin fazla olduğunu belirtmektedirler. Filipinlerin bu potansiyeli üyesi olduğu ekonomik birlikler ve dil faktörü ile kullanabileceğini belirtmişlerdir.

Ahsan - Chu (2014), 2001- 2007 yılları arasında Bangladeş'in 41 ticaret ortağı ile yaptığı çevresel mal ihracatını modellemektedirler. Sınırlar ötesi (behind the border) kısıtlarının azaltılmasının ihracatın büyümesine katkısı olacağını belirtmektedirler.

Drysdale - Armstrong (2014), yaptıkları çalışmada 177 ülkeyi 2010-2011 yılları için değerlendirmişlerdir. Özellikle Japonya ve Çin arasındaki ilişkinin ticaretin etkinliğine rolünün büyük olduğunu belirtmişlerdir.

Effendi (2014), Endonezya'nın 25 ana ticaret ortağı ile 2002 2011 yılları için yaptığı çalışmada; 20 yıl önce Asya Serbest Ticaret Anlaşması deklarasyonunun hedeflerini gerçekleştirmek için Endonezya hükümetinin ASEAN (Güneydoğu Asya Uluslar Birliği) ülkeleri ile ihracatını artırması gerektiğini belirtmişlerdir.

Ravishankar - Stack (2014) çalışmalarında, 14 Avrupa Birliği ve 3 EFTA (Avrupa Serbest Ticaret Bölgesi) üyesi ülkenin Avrupa Birliği'ne üye olan 10 yeni eski doğu bloğu ülkesi ile ticaretini 1994-2007 yılları olan piyasa ekonomisine dönüşüm döneminde ele almışlardır. Batı Avrupa ile doğu bloğu arasındaki ticarete giderek artan etkinlik skorlarına dikkat çekmektedirler. Ayrıca serbest ticaret anlaşmalarının etkinliği arttırdığını belirtmektedirler.

Bhattacharya - Das (2014) çalışmalarında, SAARC (Güney Asya Bölgesel İşbirliği Örgütü) üyesi ülkelerin 1995 – 2008 yılları arasındaki ticaretini ele almaktadırlar. Üyelerin arasındaki potansiyel ticaretin var olduğuna dikkat çekmektedirler. Bu potansiyel kullanılırsa ülkelerarası geri kalmışlığın azalacağı yönündeki argümanı ölçmeye çalışmaktadırlar. SAARC üyesi ülkelerin potansiyel ile gerçekleşen arasındaki ihracatı etkileyen en büyük etkenin sınırlar ötesi (behind the border) kısıtlar olduğu belirtilmektedir.

Viorica (2015), 27 Avrupa Birliği üyesi ülkenin kendi aralarında ve Avrupa Birliğinin en çok ticaret yaptığı 8 birlik dışı ülke ile ticaretin 2001-2010 yılları için yaptığı çalışmada, 27 Avrupa Birliği üyesi ülkelerin ortalama etkinlik skorlarını dikkate almaktadır. Sonuçta, Kuzey Avrupa'nın sanayileşmiş ülkelerinin daha yüksek etkinlik skorlarına sahip olduğu, krizlerin Avrupa Birliği içindeki ticaret eksenlerini ve hiyerarşisini etkilemediği sadece ticaret performanslarını azalttığı belirtilmektedir.

Waheed - Abbas (2015), Bahreyn'in 1994 -2003 yılları arasında kapsayan 31 tane Ticaret ortağı için yaptığı çalışmada; döviz kuru, GCC (Körfez İşbirliği Konseyi), ABD ile olan serbest ticaret Anlaşmasının Bahreyn'in ihracatını teşvik eden faktörler olduğunu belirtmişlerdir.

Miankhel (2015), Pakistan'ın dünyanın çeşitli yerlerinden ticaret ortakları ile toplam ve sektörel ticaretini 2006-2008 ve 2009 2011 dönemleri açısından modellemektedir. Pakistan'ın kurumsal kapasitesini artırması ve bölgesel ticaretini arttırmak için politik engelleri kaldırmaya çalışması gerektiğini böylece ihracat etkinliğinin artacağını ortaya koymaktadır.

Armstrong (2015), 1990 -2006 dönemi için 65 ülke üzerinde yaptığı analizde Doğu Asya ülkelerinin etkinlik skorlarının Güney Asya ülkelerinin etkinlik skorlarından daha iyi olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Sayavong (2015) çalışmasında 2001-2011 yılları için Laos'un ihracatının yaklaşık %95 ini açıklayan dünyanın çeşitli bölgelerinden 32 ticaret ortağı ile ticareti ele almaktadır. Ülkelerin yarısında ticaret de etkinlik yüksek iken diğer yarısında istenilen seviyeye gelmemiştir. Bunun nedeni sınırlar ötesi (behind the border) kısıtlamalar ve reel döviz kuru olduğunu belirtmektedir.

Tamini - Chebbi vd. (2016), Kuzey Afrika ülkeleri için 2001-2012 yılları arasında aralarındaki ticareti hem toplam hem de 9 alt ürün grubunda modellediği çalışmalarında, ürün gruplarına göre etkinlik skorları farklılık göstermiştir. Tarımsal ürünler ve tekstil ürünlerinde ticaret de etkinliğin çok düşük olduğu gözlenmiştir. Analize konu olan ülkelerin ticaret de etkinliğini arttırmak için ulusal düzeyde ticaret politikalarında düzenleme yapılması gerektiği belirtilmektedir.

Nasir - Kalirajan (2016) çalışmalarında, gelişmekte olan ve gelişmiş Asya ekonomilerinin seçilmiş hizmetler sektöründeki ticaret performanslarını 2002-2008 yılları arasında değerlendirmişlerdir. Özellikle Doğu Asya ülkelerinde yüksek etkinlik skorlarına ulaşıldığı görülmektedir.

Nguyen - Kalirajan (2016) , 1996 -2010 yılları arasında Hindistan'ın 11 ticaret ortağı ile çevresel mal ihracatını modellemişlerdir. Çevresel mal ihracatının zayıf altyapı ve kurumlar gibi sınırlar ötesi (behind the border) kısıtlardan negatif etkilendiğini belirtmişlerdir.

Kalirajan - Liu (2016), 2006 - 2014 yılları arasında yenilenebilir enerji ticaretini RCEP (Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık) ülkeleri çerçevesinde modellemişlerdir. Bu çalışma meta-sınır çekim modelini ilk uygulayan çalışmadır. Meta- sınır çekim modeli tekniğinde ülkeler teknoloji seviyelerine bağlı olarak gruplandırılmaktadır. Bu gruplar çerçevesinde stokastik- sınır çekim modeli uygulanmaktadır. Bir anlamda meta- sınır modelleri iki aşamalı stokastik- sınır modelleri olarak düşünülebilir. Çalışma da tarife dışı engellerin kurumsal ve teknolojik farklılıkların ticarete ana bir rol oynadığı belirtilmiştir.

III. MODEL VE VERİ SETİ

Çalışmada kullanılan genişletilmiş çekim modeli Greene(2013) ve Sumani(2015) modellerinden yararlanılarak oluşturulmuştur:

$$\ln TT_{ij}^t = \alpha_0 + \alpha_1 \ln GDP_i^t + \alpha_2 \ln GDP_j^t + \alpha_3 \ln DIST_{ij} + \alpha_4 \ln DGDPPC_{ij}^t + \alpha_5 \ln DPOP DENS_{ij}^t + \alpha_6 TFI_i^t + \alpha_7 TFI_j^t + \alpha_8 COMBOR_{ij} + \alpha_9 COLONY_{ij} + \alpha_{10} CUSTOM_{ij} + \alpha_{11} dum + \exp(v_{ij}^t) + \exp(-u_{ij}^t)$$

Panel veri seti, Türkiye'nin 2003-2014 yılları arasındaki temel ticaret ortakları ile iki yönlü ticareti çerçevesinde oluşturulmuştur. Ülkelerin seçiminde temel alınan kriter şu şekilde oluşturulmuştur. Türkiye'nin toplam ihracatı/ithalatı içinde ele alınan ülkenin oranı dikkate alınmıştır. Bu oranların toplamı alınarak her sene için gerek ihracat gerekse ithalat da en az %75 oranı hedeflenmiştir. Başka bir ifade ile alınan ülkeler Türkiye'nin toplam ihracat/ithalatının en az ¾'ünden fazlasını kapsamaktadır. Ele alınan ülkeler ek 2'de gösterilmektedir. Değişkenler ve veri kaynakları Tablo 1'de verilmiştir. Çalışmada yer alan verilere ait tanımlayıcı istatistikler ise Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 1. Değişkenler ve Veri Kaynaklarının Tanımı

DEĞİŞKEN	TANIMI	VERİ KAYNAĞI
TT_{ij}^t	i ülkesi ile j ülkesi arasındaki toplam ticaret (ihracat ve ithalat toplamı)	http://wits.worldbank.org Dünya Bankası
GDP_i^t	Türkiye (i)'nin t yılındaki Gayrisafi Yurtiçi Hasılası	http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/index.aspx Uluslararası Para Fonu
GDP_j^t	Ticaret ortağının(j) t yılındaki Gayrisafi Yurtiçi Hasılası	http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/index.aspx Uluslararası Para Fonu
$DGDPPC_{ij}^t$	Türkiye (i) ile ticaret ortağının (j) kişi başına milli gelir farklarının mutlak değeri	http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/index.aspx Uluslararası Para Fonu Web sayfasından yazarlar tarafından oluşturulmuştur.
$DPOP DENS_{ij}^t$	Türkiye (i) ile ticaret ortağının (j) nüfus yoğunluklarının farklarının mutlak değeri	http://www.un.org/en/development/desa/population/index.shtml Birleşmiş Milletler
TFI^*	i ve j ülkelerinin t zamanındaki Ticari serbestlik Endeksi (Açıklık, tarife ve tarife dışı etkenlerin ölçüsü)	http://www.heritage.org/index/trade-freedom The Heritage Vakfı
$DIST_{ij}$	Türkiye (i) ile ticaret ortağının (j) arasındaki uzaklık	http://www.cepii.fr/cepii/en/bdd_modele/bdd.asp CEPII
$COMBOR$	Ortak kara sınırı için i ve j ülkesi arasındaki kukla değişken	http://www.cepii.fr/cepii/en/bdd_modele/bdd.asp CEPII
$COLONY$	Tarihi 1945 öncesi kolonik bağ için değişken	http://www.cepii.fr/cepii/en/bdd_modele/bdd.asp CEPII
$CUSTOM^{**}$	Ortak Gümrük Birliği için kukla değişken	Yazarlar tarafından AB üyelikleri dikkate alınarak oluşturuldu.

<i>dum</i>	2008-2012 küresel finansal krizi kukla değişkeni	Yazarlar tarafından 2008 yılı sonrası 1 verilerek oluşturuldu.
------------	--	--

* Irak için TFI serisi olmadığından Ortadoğu ortalaması alınmıştır. ** Polonya için 2005 yılı ve sonrası, Romanya ve Bulgaristan için 2007 yılları sonrası 1 verilmiştir.

Tablo 2. Verilere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Gözlem	Ortalama	Standart Sapma	Minimum	Maksimum
$\ln TT_{ij}^t$	372	22.31288	0.8943335	19.89795	24.35782
$\ln GDP_i^t$	372	27.13463	0.3049734	26.4374	27.43625
$\ln GDP_j^t$	372	26.9559	1.49767	22.70785	30.4845
$\ln DIST_{ij}$	372	7.61068	0.7229731	6.091415	9.100396
$\ln DGDPPC_{ij}^t$	372	9.341584	1.237428	4.812184	11.26548
$\ln DPOPENS_{ij}^t$	372	3.829904	1.548113	-3.895063	6.026545
TFI_i^t	372	4.407115	0.0594937	4.298645	4.463607
TFI_j^t	372	4.324386	0.1990775	3.135494	4.49981
$COMBOR_{ij}$	372	0.1612903	0.3682939	0	1
$COLONY_{ij}$	372	0.1612903	0.3682939	0	1
$CUSTOM_{ij}$	372	0.4247312	0.4949679	0	1
<i>dum</i>	372	0.5833333	0.4936706	0	1

IV. AMPİRİK BULGULAR

IV.I. Panel Stokastik Sınır Çekim Modeli Sonuçları

Tablo 4, 2003-2014 yılları arasında Türkiye'nin dış ticaret ortakları ile olan ticaretinin en yüksek olasılıkla tahminlenen stokastik sınır çekim modeli sonuçlarını vermektedir.

Modeldeki etkilerin sabit veya rassal olduğunu tespit etmek için Hausman testi uygulanmıştır. Hausman testinin hipotezleri şu şekilde oluşmuştur. H_0 hipotezi rassal etkiler modelinin uygunluğunu H_1 hipotezi ise sabit etkiler modelinin uygunluğunu belirtmektedir. Buna göre test sonucu Tablo 3 de gösterilmiştir:

Tablo 3. Hausman Test Sonuçları

Sonuç (Olasılık Değeri)	Kabul/Red
1.28 (0.9958)	H ₀ Kabul

Hausman test sonucuna göre olasılık değeri 0.05 den büyük olduğu (0.9958) görülmüştür. Bunun sonucunda en yüksek olabilirlik (maximum likelihood) modelinin rassal etkiler altında tahmin edilmesi uygun görülmüştür.

Tablo 4 ün ikinci sütunu zamana göre değişmeyen etkinlik modelini, üçüncü sütun ise zamana göre değişen etkinlik modelini vermektedir. Her iki model LR (olabilirlik oranı) testi bağlamında karşılaştırılmıştır. Etkinlik tahmininde stokastik sınır analizinin uygun olup olmadığı, eğer uygunsa stokastik sınır modellerinden hangisinin kullanılması gerektiği LR testi ile araştırılmaktadır. Olabilirlik oranı testi; en yüksek olabilirlik yöntemine göre elde edilen, kümelenmiş iki modeli birbirine karşı test etmek için kullanılmaktadır (Lewis - Butler vd.,2011: 156). Burada kümelenmiş olabilirlik oranı test istatistiği aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Battase ve Coelli, 1993: 12);

$$LR = -2[\log(\text{likelihood}(H_0)) - \log(\text{likelihood}(H_1))] \quad (6)$$

Buradaki $\text{likelihood}(H_0)$ ve $\text{likelihood}(H_1)$ sırasıyla, kısıtlanmış ve kısıtlanmamış modellerin log-likelihood fonksiyonlarının değerlerini göstermektedir. Eğer LR test istatistiği kritik değeri geçiyorsa H_0 hipotezi reddedilmektedir ve kısıtlanmamış model daha uygundur. Kritik değerler Kodde - Palm (1986: 1246)'dan elde edilmektedir. Bu test sonucunda zamana göre değişen etkinlik modeli daha güçlü çıkmıştır. Zamana göre değişen etkinlik modelinin sonuçlarına bakıldığında anlamlı çıkan ve dolayısıyla toplam ticareti etkileyenler; Türkiye'nin ve ticaret ortağının milli gelirleri, Türkiye'nin ve ticaret ortağının kişi başına gelir farkları, Türkiye'nin ticaret serbestisi endeksi, ortak sınır, gümrük birliği ve uzaklık değişkenleri çıkmaktadır.

Tablo 4. Türkiye ve Dış Ticaret Ortakları İle Olan Ticaretin Panel Stokastik Sınır Çekim Modeli

Değişkenler	Zamana Göre Değişmeyen Etkinlik Modeli	Zamana Göre Değişen Etkinlik Modeli
Sabit	-8.724* (2.04)	-5.61* (1.89)
$\ln GDP_i^t$	0.93* (0.088)	0.69* (0.093)
$\ln GDP_j^t$	0.71* (0.03)	0.78* (0.030)
$\ln DIST_{ij}$	-0.61* (0.14)	-0.65* (0.09)
$\ln DGDPPC_{ij}^t$	-0.11* (.028)	-0.095* (0.023)
$\ln DPOP DENS_{ij}^t$	-0.006 (0.02)	-0.034 (0.02)
$\ln TFI_i^t$	-1.65* (0.53)	-1.19* (0.529)

$\ln TFI_j^t$	0.038 (0.092)	-0.03 (0.096)
$COMBOR_{ij}$	0.52** (0.27)	0.501* (0.22)
$COLONY_{ij}$	-0.16 (0.29)	0.074 (0.20)
$CUSTOM_{ij}$	-0.14* (.071)	-0.19* (0.06)
dum	0.022 (0.04)	-0.04 (0.045)
$\sigma^2(u)$	0.37 (0.23)	0.48 (0.42)
γ	0.907 (0.053)	0.93 (0.057)
$\sigma^2(e)$	0.41 (0.23)	0.51 (0.42)
LOG-LİKELİHOOD	17.51	28.05

Notlar: 1- () parantez içi değerler standart hatalardır. 2- * %5'de anlamlılığı ** %10'da anlamlılığı vermektedir.
 3 - $\gamma = \sigma^2(u) / \sigma^2(e)$ 4- $\sigma^2(e)$ hata teriminin varyansı 5- $\sigma^2(u)$ etkinliğin varyansı

GDP değişkenindeki anlamlı ve pozitif değerlere bakıldığında, çekim modelinin, büyük GDP'ye sahip ülkeler, daha fazla ticaret yapmaktadır önermesiyle uyumaktadır. Uzaklıkta teoriye uygun olarak anlamlı ve negatif çıkmaktadır. Kişi başına gelir düzeyi farklarının pozitif olması Heckscher-Ohlin teorisini, negatif çıkması ise Linder hipotezini desteklemektedir. Analiz sonuçları Türkiye'de Linder hipotezi (aynı gelir seviyelerindeki ülkeler daha çok ticaret yapmaktadır.) desteklenmektedir.

Türkiye'nin koyduğu tarifelerin ve tarife dışı engellerin ortaya konulduğu TFI_i verisi anlamlı ve negatif çıkmıştır yani Türkiye'de ticaret engellerinin olduğu ve ticareti negatif anlamda etkilediği gözlenmektedir. Ortak sınır verisine göre komşuluğun ticareti pozitif ve anlamlı şekilde etkilediği belirtilmektedir. Son olarak pozitif ve anlamlı olarak çıkan Türkiye'nin de içinde yer aldığı CUSTOM (ortak gümrük birliği kukla değişkeni) değişkeni bölgesel entegrasyonun ticaret üzerine artıcı etkisini doğrulamaktadır.

IV. II. Ticaret Etkinliği Skorları

Ticaret etkinliği skorları ele alınırken zamana göre değişen model dikkate alınmıştır. 2003-2014 yılları Türkiye'nin ticaret ortakları ile zamana göre değişen etkinlik skorları Ek 1'de gösterilmiştir. Ülkelere özgü etkinlik skorlarının tahmininde Jondrow-Lovell vd. (1982) formülü kullanılmıştır. Jondrow-Lovell vd. (1982) aşağıdaki formülü önermişlerdir;

$$E(u_i|\epsilon_i) = \sigma_* \frac{\phi\left(\frac{\mu_{*i}}{\sigma_*}\right)}{\varphi\left(\frac{\mu_{*i}}{\sigma_*}\right)} + \mu_{*i} \quad (7)$$

Denklemden yer alan μ_{*i} ve σ_* parametreleri aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır;

$$\mu_{*i} = \frac{-\sigma_u^2 \epsilon_i}{\sigma^2} \quad \text{ve} \quad \sigma_*^2 = \frac{\sigma_v^2 \sigma_u^2}{\sigma^2}, \quad (\sigma^2 = \sigma_v^2 + \sigma_u^2)$$

Denklem (7)'den hareketle teknik etkinlik (TE_i) şu şekilde hesaplanmıştır;

$$TE_i = \exp(-u_i) \quad (8)$$

Tüm yılların ortalama etkinlik skorları %60, minimum %11 maksimum %96 olarak tahmin edilmiştir. 2003-2014 yılları için senelik ortalamalar Tablo 5’de verilmiştir. Ortalama etkinlik skoru % 60 çerçevesinde Avusturya, Yunanistan, Hindistan, Danimarka, Japonya, Mısır, Polonya, Romanya, Suudi Arabistan, İsveç, ABD ile ticaret de etkinlik ortalamasının altında kalmaktadır. Bulgaristan, Çin, İsrail, İspanya ve Fransa da analizin son yıllarına doğru ortalama etkinlik skoru % 60’ın üstünde sonuçlar alınmıştır. 2003-2014 dönemindeki her sene de ortalamasının üstünde skor alınan ülkeler; Birleşik Arap Emirlikleri, Azerbaycan, Belçika, Birleşik Krallık, İran, Almanya, Irak, İtalya, Cezayir, Kore, Libya, Hollanda, Rusya, Ukrayna, İsviçre ülkeleridir.

Tablo 5. 2003-2014 Yılları Senelik Ortalama Etkinlik Skorları

2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
%58.6	%59.4	%60.2	%61	%61.8	%62.6	%63.4	%64.1	%64.9	%65.7	%66.4	%67.2

Ülkeler özelinde etkinlik skorlarına baktığımızda, Almanya ile ticaret %95 ve üzeri seviyelerde yer alarak analizdeki en yüksek etkinlik skorlarına ulaşmıştır. Türkiye’nin başlıca ticaret ortağının Almanya olması, Türkiye de ve Almanya da olan Alman ya da Türk menşeli firmaların varlığı, geçmişten bugüne aralarındaki siyasi, kültürel ortaklıklar, yoğun faktör hareketliliği, hem ihracat hem de ithalat miktarının yüksek olması gibi etkenlerin etkinlik skoruna yansıdığı gözlenmektedir.

Türkiye’nin enerji ve maden talebi, enerji ithalatı yaptığımız ülkelerin tarım ve imalat sanayi ürünü ihtiyacı, bu ülkelerle tarihi ve kültürel bağlarımız Cezayir, Birleşik Arap Emirlikleri, Rusya, Libya, Irak, İran, Ukrayna ve Azerbaycan ile olan ticaret de etkinlik skorlarının yüksek çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir.

Türkiye’nin; Belçika, İtalya, Hollanda, Birleşik Krallık, İsviçre ülkeleri ile yaptığı faktör hareketliliği, bu ülkelerden marka ve/veya yüksek kalite imalat sanayisi ürünü ithalatı, İsviçre dışında Gümrük Birliğinde bulunulması, pazarın yakınlığı gibi etkenler ticaret de %60-%85 arası değişen etkinlik skorlarının ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Kore’nin uzaklığının çok olması, Türkiye’nin bu ülkeden ithalatının çok, bu ülkeye ihracatının yok denecek kadar az olmasında negatif etkenlerdir. Bunlara rağmen, Kore’nin Türkiye ile yakın bağları, özellikle Kore’nin Avrupa Birliği piyasasına görece ucuz ve marka olan orta ve ileri teknoloji ürünlerine Türk halkının talebinin çok olması 2003-2014 döneminde etkinlik skorlarının yaklaşık %68’lerden %76’lara kadar çıkmasında etkili olduğu tahminlenmektedir.

Bulgaristan ve Çin, ele alınan dönemin son yıllarına doğru etkinlik skorlarının, ortalama etkinlik skoru %60’ın üzerine çıktığı ülkelerdir. Bulgaristan özelinde, 2007 yılında Avrupa Birliği üyesi olması dolayısıyla Gümrük Birliği etkisi, geçmişten gelen Türkiye ile tarihi bağları, ortak sınır, eski Doğu bloğu ülkesinden reformlarla yeni ekonomik düzene entegrasyonunun yavaş bir şekilde gerçekleşmesi vb. tüm etkenler bir araya getirildiğinde 2003 yılında %50 olan etkinliğin dönem sonunda %60 lara vardığı gözlenmektedir.

Çin, uzaklığının fazla olması rağmen, son yıllarda dünyanın en büyük ihracatçı ülke konumuna gelmesi, piyasalardaki hâkim konumunun artması, Türkiye ile olan ticaretindeki etkinlik skorlarına da yansımaktadır. Ele alınan döneme %51.7 ile başlayıp 2012, 2013 ve 2014 yıllarında %60 ve üzeri skorlara ulaşmıştır. Çin’in bu skorlarındaki artışının diğer bir etkisi de Çin’in uluslar arası fiyatlardaki rekabetçi etkisinin yüksek olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

İsrail, İspanya ve Fransa gibi ülkeler dönemin sonlarında %60 ortalama etkinlik skorunu yakalamış ülkelerden diğerleridir. İsrail ve Fransa özelinde mesafelerin yakın olması, Türkiye ile bu ülkeler arasında faktör hareketliliğinin olması, İsrail ve Fransa menşeli ürün ve firmaların piyasada

olması vb. pozitif etkenlere rağmen etkinlik skorlarının düşük yansımaları Türkiye'nin bu ülkelerle yaşadığı politik ilişkilerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

İspanya ile Türkiye'nin aynı ihracat ve ithalat desenine sahip olmasının etkinlik skorlarının sadece 2012, 2013, 2014 yılları dışındaki diğer yıllar için genel ortalama olan %60'ın altında kalmasına neden olduğuna düşünülmektedir.

Türkiye'nin ele alınan dönemde gerek genel yıllar ortalaması olan %60'ı gerekse her sene için ayrı ayrı oluşturulan sene ortalamasına söz konusu sene için yaklaşamayan ülkelere baktığımızda bu ülkelerin çeşitli nedenlerden dolayı Türkiye ile olan ticaretlerinde etkinliğin düşük çıktığı gözlenmektedir.

Hindistan ve Japonya'nın Türkiye ile uzaklığının fazla olması, Türkiye'nin ithalatının fazla olmasına rağmen bu iki ülkeye yaptığı ihracatın yok denek kadar az olması etkinlik skorlarının düşüklüğünde etkilidir. Mısır içindeki politik istikrarsızlık, Yunanistan'daki derin ekonomik kriz ve Yunan halkının satın alma gücünün azalışı, Mısır ve Yunanistan ile yaptığımız ticaretteki etkinlik skorlarına yansımaktadır.

Romanya ve Polonya'nın eski doğu bloğu ülkeler olması, piyasaya entegrasyon süreçleri ve Türkiye'nin bu ülkelerle ilişkilerinin yavaş bir şekilde artmaya başlaması bu ülkelerle yapılan ticarete etkinlik skorlarının henüz %60 seviyelerine çıkmadığını göstermektedir. Ancak her iki ülke ile artan ticaret söz konusudur. Gelecek dönemlerde istenilen seviyelere geleceği düşünülmektedir.

Avusturya, Danimarka ve İsveç ile Türkiye'nin ortak gümrük birliğinde olması, söz konusu ülkelerle olan faktör hareketliliği, bu ülkelerde piyasa ekonomisinin oturmuş olması ve ülkelerin yakın olmasına rağmen etkinlik skorları artış eğiliminde olsa da %50'nin aşağısındaki seviyelerde çıkması düşündürücü ve dikkat çekicidir.

Son olarak, ABD ve Suudi Arabistan incelendiğinde; ABD'de ticarete etkinliğin düşük çıkmasındaki nedenlerden en önemlisi uzaklıktır. Ayrıca, Türkiye'nin eskiden yaptığı savunma, hava sanayisi alımlarını artık kendisinin yapması yada alternatif başka ülkelere alması, özellikle ABD'nin ihracat yaptığı teknoloji ürünlerini Türkiye'nin yakın yada ucuz olan daha farklı piyasalardan yapması gibi nedenler etkinliğin % 20 lerin üzerine çıkmamasında etken olduğu tahminlenmektedir. Suudi Arabistan ile ticarete etkinliğe bakıldığında, her ne kadar etkinlik skorları %60'ın altında olsa da giderek artan etkinlik skorları gözlenmektedir. Ortak din, kültürel bağlar, coğrafi yakınlık vb. olguların ticari ilişkiyi arttıracakları düşünülmektedir. Petrol fiyatlarının düşmesi, en büyük petrol ihracatçısı bu ülkenin satın alma gücüne yansıdığı, bunun da doğal olarak ticaretini etkilediği olgusu etkinliğin istenilen seviyelere gelememesindeki bir başka neden olarak ortaya konulabilir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada iktisat da yer alan etkinlik ve çekim modeli konuları bir arada ele alınarak Türkiye'nin otuz bir ticaret ortağı ülke ile yaptığı ihracat ve ithalatın panel stokastik sınır çekim modeli çerçevesinde analizi yapılmıştır. Çalışmada giriş kısmından sonra çekim modeli ve etkinlik kavramıyla bağlantılı olarak stokastik sınır analizi konuları ele alınmış, ampirik regresyon bulguları ortaya konulmuş ve son olarak iki yönlü ticaret etkinlik skorları her ülke için 2003-2014 dönemi çerçevesinde belirlenmiştir.

Modelden ortaya çıkan etkinlik skorlarına bakıldığında tüm yıllar için ortalama etkinlik skorunun %60, minimum %11 ve maksimum %96 olduğu, ele alınan 2003-2014 dönemi içinde senelik dönemin başında %58.6 – dönem sonunda %67.2 arasında gelişme göstermiştir. Ortalama skor dikkate alındığında Türkiye'nin ele alınan dönemde ticaretinde %40'lık bir artış potansiyele sahip olduğu gözlenmektedir.

2014 yılı dikkate alındığında %67.2'lik bir senelik ortalama etkinlik skoru daha %33 civarı bir potansiyel artışı ortaya koymaktadır. Çalışmada ele alınan 31 ülke, 2014 yılı rakamlarına göre

Türkiye'nin yaptığı ihracatın %77'sini ithalatın %81.2' sini kapsamaktadır. Yani ele alınan veri seti $\frac{3}{4}$ oranında Türkiye'nin ticaretini yansıtmaktadır. Sonuç olarak Türkiye'nin 2014 yılı itibari ile dış ticarete ortalama %30'luk bir potansiyel artışa sahip olduğunu belirtmek mümkündür.

Bu potansiyeli değerlendirebilmek için yapılan çalışma çerçevesinde anlamlı bulunan uzaklık, Türkiye'nin ticari serbestlik endeksi, ortak gümrük, ortak sınır, Kişi başına gelir farkları, Türkiye'nin ve ticaret ortaklarının GDP değişkenleri ele alındığında aşağıdaki politika önerileri ortaya konulabilir:

- Uzaklık değişkeni çerçevesinde Türkiye, jeopolitik konumunun avantajını sağlayarak ele alınan dönemin başındaki, komşularla ve Dünya ile sıfır sorun politikasına yeniden dönüş yapmasının, siyasi krizler yaşadığı ülkelerle karşılıklı adımlar atarak gerginliğin azaltılmasının ticarete olumlu yansıtacağı düşünülmektedir.
- Türkiye'nin Ticari serbestlik değişkeninin negatif ve anlamlı çıkması, Türkiye de ticari serbestliğin toplam ticarete etkisinin azaltıcı yönde olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla Türkiye'nin korumacı önlemler alması gerektiği düşünülmektedir.
- Ortak gümrük değişkeninin anlamlı ve negatif çıkmasından dolayı da Türkiye için gümrük birliklerinin sağladığı tarifelerin ve tarife dışı engellerin ticareti azaltıcı etkisinden kurtulamadığı görülmektedir. Burada gümrük birliğinin hangi ürünleri kapsadığı yeniden ele alınması, Türkiye'nin dış ticarete rekabet gücüne sahip olduğu ürünler (özellikle tarım ürünleri) gümrük birliği kapsamına dahil edilmesi yönünde politikalar geliştirilmesi gerektiği düşünülmektedir.
- Ortak sınır değişkeni çerçevesinde, Türkiye'nin sınır ticaretini arttırıcı yapısal düzenlemeleri sağlaması gerektiği düşünülmektedir.
- Kişi başına gelir farkları değişkeni çerçevesinde, Türkiye'nin benzer kişi başına gelir düzeyinde ülkelerle ticaret yapması gerektiği öngörülmektedir.
- Türkiye'nin ve ticaret ortaklarının GDP değişkenleri ele alındığında büyük GDP'ye sahip ülkeler, daha fazla ticaret yapmaktadır hipotezi Türkiye özelinde geçerli olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Türkiye uzun dönemde büyüme yönlü politikalara odaklanması düşünülmektedir.

Sonuç olarak, Türkiye'nin bu sıralanan atılımları yaptığı takdirde potansiyelini arttırıp var olan etkinlik sınırının da üstüne çıkarak kendine yeni bir potansiyel sınır oluşturabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahsan, M. R., & Chu, S. N. (2014). "The Potential and Constraints of the Exports of Environmental Goods (EGs): the case of Bangladesh" (No. 2014-05). The Australian National University, Australia South Asia Research Centre.
- Aigner, D., Lovell, C. A. K., & Schmidt, P. (1977). Formulation And estimation Of Stochastic Frontier Production Function Models. *Journal of Econometrics*, 6(1), 21–37. [http://doi.org/10.1016/0304-4076\(77\)90052-5](http://doi.org/10.1016/0304-4076(77)90052-5)
- Anderson, J. E. (1979). A Theoretical Foundation for the Gravity Equation. *American Economic Review*, 69(1), 106–116. <http://doi.org/10.1126/science.151.3712.867-a>
- Anderson, J. E., & Van Wincoop, E. (2003). Gravity with gravitas: A solution to the border puzzle. *American Economic Review*, 93(1), 170–192. <http://doi.org/10.1257/000282803321455214>
- Armington, P. S. (1969). "A theory of demand for products distinguished by place of production". *Staff Papers*, 16(1), 159-178.
- Armstrong, S. P., Drysdale, P., & Kalirajan, K. P. (2008). Asian Trade Structures and Trade Potential: An Initial Analysis of South and East Asian Trade. *SSRN Electronic Journal*, 3–4. <http://doi.org/10.2139/ssrn.1767686>

- Armstrong, S. P., & Drysdale, P. (2009). The influence of economics and politics on the structure of world trade and investment flows. *East Asia Bureau of Economic Research Working Paper*, (61).
- Armstrong, S. P. (2015). "East and South Asia: Managing Difficult Bilateral Relations and Regional Integration Globally". *Asian Economic Journal*, 29(4), 303-324.
- Battese, G. E., & Coelli, T. J. (1988). Prediction of firm-level technical efficiencies with a generalized frontier production function and panel data. *Journal of econometrics*, 38(3), 387-399.
- Battese, G. E., & Coelli, T. J. (1992). Frontier production functions, technical efficiency and panel data: With application to paddy farmers in India. *Journal of Productivity Analysis*, 3(1-2), 153-169. <http://doi.org/10.1007/BF00158774>
- Battese, G. E., & Coelli, T. J. (1993). A stochastic frontier production function incorporating a model for technical inefficiency effects. *Australasian Meeting of the Econometric Society*. <http://doi.org/10.1007/BF01205442>
- Battese, G. E., & Coelli, T. J. (1995). A model for technical inefficiency effects in a stochastic frontier production function for panel data. *Empirical Economics*, 20(2), 325-332. <http://doi.org/10.1007/BF01205442>
- Bergstrand, J. H. (1985). The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence. *The Review of Economics and Statistics*, 67(3), 474-481. <http://doi.org/10.2307/1925976>
- Bergstrand, J. H. (1989). The Generalized Gravity Equation, Monopolistic Competition, and the Factor-Proportions Theory in International Trade. *The Review of Economics and Statistics*, 71(1), 143-153. <http://doi.org/10.2307/1928061>
- Bhattacharya, S. K., & Das, G. G. (2014). Can South-South Trade Agreements Reduce Development Deficits?: An Exploration of SAARC during 1995-2008. *Journal of South Asian Development*, 9(3), 253-285. <http://doi.org/10.1177/0973174114549129>
- Cornwell, C., Schmidt, P., & Sickles, R. C. (1990). Production frontiers with cross-sectional and time-series variation in efficiency levels. *Journal of Econometrics*, 46(1-2), 185-200. [http://doi.org/10.1016/0304-4076\(90\)90054-W](http://doi.org/10.1016/0304-4076(90)90054-W)
- Danquah, M., Barimah, A., & Ohemeng, W. (2010). Regional Integration , Trade and National Efficiency in ECOWAS Countries. *The West African Economic Review*, 2(1), 65-87.
- Daraio, C., & Simar, L. (2007). *Advanced robust and nonparametric methods in efficiency analysis: Methodology and applications*. Springer Science & Business Media.
- Deardorff, A. V. (1998). Determinants of Bilateral Trade: Does Gravity Work in a Neoclassical World? *NBER Working Paper No. W5377*, (January), 7-32. <http://doi.org/10.3386/w5377>
- Debreu, G. (1951). The Coefficient of Resource Utilization. *Econometrica*, 19(3), 273-292. <http://doi.org/10.2307/1906814>
- Dixit, A. K., & Stiglitz, J. E. (1977). Monopolistic competition and optimum product diversity. *The American Economic Review*, 67(3), 297-308.
- Drysdale, P., & Armstrong, S. P. (2014). "Japan's Foreign Economic Policy Strategies and Economic Performance".
- Effendi, Y. (2014). "Asean Free Trade Agreement Implementation for Indonesian Trading Performance: A Gravity Model Approach", *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, Ministry of Trade, 8(1).
- Farrell, M. J. (1957). The Measurement of Productive Efficiency. *Journal of the Royal Statistical Society. Series A (General)*, 120(3), pp. 253-290. [http://doi.org/10.1016/S0377-2217\(01\)00022-4](http://doi.org/10.1016/S0377-2217(01)00022-4)
- Fried, H. O., Lovell, C. A. K., & Schmidt, S. S. (2008). Efficiency and Productivity. *The Measurement of Productive Efficiency and Productivity Change*, 1-89. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195183528.003.0001>
- Greene, W. (2013). Export Potential for US Advanced Technology Goods to India Using a Gravity Model Approach. *US International Trade Commission, Working Paper*, (2013-03B), 1-43. <http://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195183528.003.0001>

- Jondrow, J., Knox Lovell, C. A., Materov, I. S., & Schmidt, P. (1982). On the estimation of technical inefficiency in the stochastic frontier production function model. *Journal of Econometrics*, 19(2-3), 233–238. [http://doi.org/10.1016/0304-4076\(82\)90004-5](http://doi.org/10.1016/0304-4076(82)90004-5)
- Kang, H., & Fratianni, M. U. (2006). International trade efficiency, the gravity equation, and the stochastic frontier. *Available at SSRN 952848*.
- Kalirajan, K. P., & Shand, R. T. (1999). Frontier Production Functions and Technical Efficiency Measures. *Journal of Economic Surveys*, 13(2), 149–172. <http://doi.org/10.1111/1467-6419.00080>
- Kalirajan, K. (2008). "Gravity model specification and estimation: revisited", *Applied Economics Letters* 15(13): 1037–1039.
- Kalirajan, K., & Singh, K. (2008). A Comparative Analysis of China's and India's Recent Export Performances *. *Asian Economic Papers*, 7(1), 1–28. <https://doi.org/10.1162/asep.2008.7.1.1>
- Kalirajan, K., & Liu, Y. (2016). "Renewable energy trade within Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP) countries: an exploratory analysis" (No. 2016-05). The Australian National University, Australia South Asia Research Centre.
- Khan, I. U., & Kalirajan, K. (2011). "The impact of trade costs on exports: An empirical modeling". *Economic Modelling*, 28(3), 1341-1347
- Kodde, D. A., & Palm, F. C. (1986). Wald criteria for jointly testing equality and inequality restrictions. *Econometrica: journal of the Econometric Society*, 1243-1248.
- Koh, W. C. (2013). Brunei Darussalam 's Trade Potential and ASEAN Economic Integration : A Gravity Model Approach, 1(December), 67–89.
- Koopmans, T. C. (1951). An Analysis of Production as an Efficient Combination of Activities. In *Activity Analysis of Production and Allocation* (pp. 225–87). Retrieved from http://www.cer.ethz.ch/resec/people/tsteger/Ramsey_Model.pdf
- Kumbhakar, S. C. (1990). Production frontiers, panel data, and time-varying technical inefficiency. *Journal of Econometrics*, 46(1-2), 201–211. [http://doi.org/10.1016/0304-4076\(90\)90055-X](http://doi.org/10.1016/0304-4076(90)90055-X)
- Lee, Y. H., & Schmidt, P. (1993). A production frontier model with flexible temporal variation in technical efficiency. *The measurement of productive efficiency: Techniques and applications*, 237-255.
- Lewis, F., Butler, A., & Gilbert, L. (2011). A unified approach to model selection using the likelihood ratio test. *Methods in Ecology and Evolution*, 2(2), 155–162. <http://doi.org/10.1111/j.2041-210X.2010.00063.x>
- Mastromarco, C. (2008). Stochastic frontier models. *Department of Economics and Mathematics-Statistics, University of Salento*.
- Meeusen, W., & Broeck, J. van Den. (1977). Efficiency Estimation from Cobb-Douglas Production Functions with Composed Error. *International Economic Review*, 18(2), 435–444. <http://doi.org/10.1080/00420986820080431>
- Miankhel, A. K., Kalirajan, K., & Thangavelu, S. M. (2014). Australia's export potential: an exploratory analysis. *Journal of the Asia Pacific Economy*, 19(2), 230-246.
- Miankhel, A. K. (2015). "Comparative Advantage, Institutions and'Behind the Border'Obstacles. Institutions and'Behind the Border'Obstacles" (December 10, 2015).
- Nasir, S. & Kalirajan, K. (2016). Information and Communication Technology-Enabled Modern Services Export Performances of Asian Economies. *Asian Development Review*.
- Nguyen, V.S. and Kalirajan, K. (2016) "Export of environmental goods: India's potential and constraints", *Environment and Development Economics*, 21(2), 158–179. doi: 10.1017/S1355770X15000224
- Pitt, M. M., & Lee, L. F. (1981). The measurement and sources of technical inefficiency in the Indonesian weaving industry. *Journal of Development Economics*, 9(1), 43–64. [http://doi.org/10.1016/0304-3878\(81\)90004-3](http://doi.org/10.1016/0304-3878(81)90004-3)
- Pöyhönen, P. (1963). A Tentative Model for the Volume of Trade between Countries. *Weltwirtschaftliches Archiv*, 90, 93–100.
- Ravishankar, G., & Stack, M. M. (2014). The Gravity Model and Trade Efficiency: A Stochastic Frontier Analysis of Eastern European Countries' Potential Trade. *World Economy*, 37(5), 690–704. <http://doi.org/10.1111/twec.12144>

- Roperto, J. D., & Edgardo, C. (2014). Philippine Export Efficiency and Potential: An Application of Stochastic Frontier Gravity Model. *World Journal of Economic and Finance*, 1(2), 006–015.
- Salim, R. A., Kabir, M. M., & Mawali, N. A. (2011). Does more trade potential remain in Arab States of the Gulf?. *Journal of Economic Integration*, 217-243.
- Sanyal, P., Brady, P. V., & Vugrin, E. D. (2013). *The Impact of Trade Costs on Rare Earth Exports: A Stochastic Frontier Estimation Approach*. Sandia National Laboratories.
- Sayavong, V. (2015). Export Growth , Export Potential and Export Resistance: A Case Study of Laos. *Journal of Southeast Asian Economies*, 32(3), 340–357. <http://doi.org/10.1355/ae32-3c>
- Schmidt, P., & Sickles, R. C. (1984). Production frontiers and panel data. *Journal of Business and Economic Statistics*. <http://doi.org/10.2307/1391278>
- Sumani, I.I. (2015) “Determinants of Ghana’s Trade Flows in Economic Community of West African States: Application of the Gravity Model”, A Master Thesis, Istanbul Technical University, Graduate School of Science Engineering and Technology.
- Tamini, L. Chebbi, H. E., & Abbassi, A. (2016). Trade performance and potential of North African countries : An application of a stochastic frontier gravity model
- Tinbergen, J. (1963). Shaping the world economy. *The International Executive*,5(1), 27-30.
- Viorica, E.-D. (2015). Econometric Analysis of Foreign Trade Efficiency of E.U. Members Using Gravity Equations. *Procedia Economics and Finance*, 20(15), 670–678. [http://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00122-7](http://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00122-7)
- Waheed, A., & Abbas, S. (2015). "Potential Export Markets for Bahrain: A Panel Data Analysis". *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 6(3), 165.
- Zarzoso, I. M. (2003). Gravity model: An application to trade between regional blocs. *Atlantic Economic Journal*, 31(2), 174–187. <http://doi.org/10.1007/BF02319869>
- Zhang, N., Zhou, P., & Choi, Y. (2013). Energy efficiency, CO2 emission performance and technology gaps in fossil fuel electricity generation in Korea: A meta-frontier non-radial directional distance function analysis. *Energy Policy*, 56, 653–662. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2013.01.033>

EK 1: ANALİZDEKİ ÜLKELERLE TİCARETDE 2003-2014 DÖNEMİ YILLIK ETKİNLİK SKORLARI, GÖZLEMLENEN VE POTANSİYEL TOPLAM TİCARET RAKAMLARI

KOD	YIL	ES	GTT	PTT	KOD	YIL	ES	GTT	PTT	KOD	YIL	ES	GTT	PTT
ARE	2003	93,69	0,82	0,87	BGR	2003	49,55	1,31	2,64	DZA	2003	89,16	1,65	1,85
ARE	2004	93,87	1,32	1,41	BGR	2004	50,63	1,85	3,65	DZA	2004	89,77	2,06	2,30
ARE	2005	94,05	1,88	2,00	BGR	2005	51,70	2,37	4,58	DZA	2005	89,77	2,50	2,78
ARE	2006	94,23	2,34	2,48	BGR	2006	52,75	3,23	6,12	DZA	2006	90,07	2,89	3,21
ARE	2007	94,40	3,71	3,93	BGR	2007	53,80	4,01	7,45	DZA	2007	90,35	3,34	3,70
ARE	2008	94,56	8,67	9,17	BGR	2008	54,83	3,99	7,28	DZA	2008	90,63	4,88	5,38
ARE	2009	94,72	3,57	3,77	BGR	2009	55,85	2,50	4,48	DZA	2009	90,90	3,81	4,19
ARE	2010	94,88	4,04	4,26	BGR	2010	56,85	3,20	5,63	DZA	2010	91,17	3,78	4,15
ARE	2011	95,03	5,36	5,64	BGR	2011	57,84	4,10	7,09	DZA	2011	91,42	2,62	2,87
ARE	2012	95,18	11,80	12,40	BGR	2012	58,82	4,44	7,55	DZA	2012	91,67	2,74	2,99
ARE	2013	95,32	10,40	10,91	BGR	2013	59,79	4,73	7,91	DZA	2013	91,91	2,72	2,96
ARE	2014	95,46	7,92	8,30	BGR	2014	60,74	4,89	8,05	DZA	2014	92,15	3,00	3,26
AUT	2003	23,99	1,30	5,42	CHN	2003	51,77	3,11	6,01	EGY	2003	27,87	0,54	1,92
AUT	2004	25,06	1,63	6,50	CHN	2004	52,83	4,87	9,22	EGY	2004	28,99	0,73	2,51
AUT	2005	26,15	1,60	6,12	CHN	2005	53,87	7,44	13,81	EGY	2005	30,11	0,96	3,17
AUT	2006	27,25	1,79	6,57	CHN	2006	54,90	10,40	18,94	EGY	2006	31,24	1,10	3,52
AUT	2007	28,35	2,20	7,76	CHN	2007	55,92	14,30	25,57	EGY	2007	32,37	1,58	4,88
AUT	2008	29,47	2,52	8,55	CHN	2008	56,92	17,10	30,04	EGY	2008	33,51	2,37	7,07
AUT	2009	30,60	2,01	6,57	CHN	2009	57,91	14,30	24,69	EGY	2009	34,66	3,26	9,41
AUT	2010	31,73	2,27	7,15	CHN	2010	58,89	19,40	32,94	EGY	2010	35,80	3,19	8,91
AUT	2011	32,87	2,79	8,49	CHN	2011	59,85	24,20	40,43	EGY	2011	36,95	4,14	11,21
AUT	2012	34,01	2,64	7,76	CHN	2012	60,80	24,10	39,64	EGY	2012	38,09	5,02	13,18
AUT	2013	35,15	2,81	7,99	CHN	2013	61,74	28,30	45,84	EGY	2013	39,24	4,83	12,31
AUT	2014	36,30	2,95	8,13	CHN	2014	62,66	27,80	44,37	EGY	2014	40,38	4,74	11,74
AZE	2003	71,53	0,44	0,61	DEU	2003	95,61	16,90	17,68	ESP	2003	51,32	3,80	7,40

AZE	2004	72,26	0,54	0,75	DEU	2004	95,74	21,30	22,25	ESP	2004	52,38	5,87	11,21
AZE	2005	72,98	0,80	1,10	DEU	2005	95,86	23,10	24,10	ESP	2005	53,43	6,57	12,30
AZE	2006	73,69	1,04	1,41	DEU	2006	95,99	24,50	25,52	ESP	2006	54,46	7,55	13,86
AZE	2007	74,38	1,38	1,86	DEU	2007	96,11	29,50	30,70	ESP	2007	55,49	8,92	16,08
AZE	2008	75,05	2,60	3,46	DEU	2008	96,22	31,60	32,84	ESP	2008	56,50	8,59	15,20
AZE	2009	75,72	2,15	2,84	DEU	2009	96,33	23,90	24,81	ESP	2009	57,49	6,60	11,48
AZE	2010	76,36	2,42	3,17	DEU	2010	96,44	29,00	30,07	ESP	2010	58,48	8,40	14,36
AZE	2011	76,99	2,33	3,03	DEU	2011	96,55	36,90	38,22	ESP	2011	59,45	10,10	16,99
AZE	2012	77,61	2,93	3,78	DEU	2012	96,65	34,50	35,69	ESP	2012	60,40	9,74	16,13
AZE	2013	78,22	3,29	4,21	DEU	2013	96,75	37,90	39,17	ESP	2013	61,34	10,80	17,61
AZE	2014	78,81	3,17	4,02	DEU	2014	96,85	37,50	38,72	ESP	2014	62,27	10,80	17,34
BEL	2003	82,50	2,41	2,92	DNK	2003	27,76	0,80	2,88	FRA	2003	51,77	6,99	13,50
BEL	2004	82,98	3,17	3,82	DNK	2004	28,87	0,98	3,39	FRA	2004	52,83	9,87	18,68
BEL	2005	83,45	3,53	4,23	DNK	2005	29,99	1,17	3,90	FRA	2005	53,87	9,69	17,99
BEL	2006	83,91	3,86	4,60	DNK	2006	31,12	1,27	4,08	FRA	2006	54,90	11,80	21,49
BEL	2007	84,36	4,60	5,45	DNK	2007	32,25	1,66	5,15	FRA	2007	55,92	13,80	24,68
BEL	2008	84,80	5,27	6,21	DNK	2008	33,39	1,86	5,57	FRA	2008	56,92	15,60	27,41
BEL	2009	85,23	4,17	4,89	DNK	2009	34,53	1,26	3,65	FRA	2009	57,91	13,30	22,97
BEL	2010	85,64	5,17	6,04	DNK	2010	35,68	1,44	4,04	FRA	2010	58,89	14,20	24,11
BEL	2011	86,05	6,41	7,45	DNK	2011	36,82	1,61	4,37	FRA	2011	59,85	16,00	26,73
BEL	2012	86,44	6,05	7,00	DNK	2012	37,97	1,71	4,50	FRA	2012	60,80	14,80	24,34
BEL	2013	86,83	6,42	7,39	DNK	2013	39,11	1,82	4,65	FRA	2013	61,73	14,50	23,49
BEL	2014	87,20	6,80	7,80	DNK	2014	40,26	2,11	5,24	FRA	2014	62,65	14,60	23,30
GBR	2003	57,34	7,17	12,51	IRQ	2003	86,57	0,94	1,09	KOR	2003	67,91	1,37	2,02
GBR	2004	58,32	9,86	16,91	IRQ	2004	86,95	2,29	2,63	KOR	2004	68,72	2,65	3,86
GBR	2005	59,29	10,60	17,88	IRQ	2005	87,32	3,21	3,68	KOR	2005	69,51	3,59	5,16
GBR	2006	60,25	12,00	19,92	IRQ	2006	87,68	2,97	3,39	KOR	2006	70,29	3,71	5,28
GBR	2007	61,19	14,10	23,04	IRQ	2007	88,03	3,49	3,96	KOR	2007	71,05	4,52	6,36
GBR	2008	62,12	13,50	21,73	IRQ	2008	88,37	5,24	5,93	KOR	2008	71,79	4,36	6,07
GBR	2009	63,03	9,39	14,90	IRQ	2009	88,71	6,08	6,85	KOR	2009	72,52	3,35	4,62
GBR	2010	63,92	11,90	18,62	IRQ	2010	89,03	7,40	8,31	KOR	2010	73,24	5,07	6,92
GBR	2011	64,81	14,00	21,60	IRQ	2011	89,34	8,40	9,40	KOR	2011	73,94	6,83	9,24
GBR	2012	65,67	14,30	21,77	IRQ	2012	89,65	11,00	12,27	KOR	2012	74,63	6,19	8,29
GBR	2013	66,52	15,10	22,70	IRQ	2013	89,95	12,10	13,45	KOR	2013	75,30	6,55	8,70
GBR	2014	67,36	15,80	23,46	IRQ	2014	90,24	11,20	12,41	KOR	2014	75,96	8,02	10,56
GRC	2003	11,50	1,35	11,74	ISR	2003	48,90	1,54	3,15	LYB	2003	84,27	1,33	1,58
GRC	2004	12,29	1,77	14,41	ISR	2004	49,98	2,03	4,06	LYB	2004	84,71	1,85	2,18
GRC	2005	13,10	1,85	14,12	ISR	2005	51,05	2,27	4,45	LYB	2005	85,14	2,37	2,78
GRC	2006	13,95	2,65	19,00	ISR	2006	52,11	2,31	4,43	LYB	2006	85,55	2,79	3,26
GRC	2007	14,81	3,21	21,67	ISR	2007	53,17	2,74	5,15	LYB	2007	85,96	1,04	1,21
GRC	2008	15,71	3,58	22,79	ISR	2008	54,20	3,38	6,24	LYB	2008	86,36	1,41	1,63
KOD	YIL	ES	GTT	PTT	KOD	YIL	ES	GTT	PTT	KOD	YIL	ES	GTT	PTT
GRC	2009	16,63	2,77	16,66	ISR	2009	55,23	2,60	4,71	LYB	2009	86,74	2,20	2,54
GRC	2010	17,57	3,00	17,08	ISR	2010	56,24	3,44	6,12	LYB	2010	87,12	2,36	2,71
GRC	2011	18,53	4,12	22,23	ISR	2011	57,25	4,45	7,77	LYB	2011	87,49	0,89	1,01
GRC	2012	19,51	4,95	25,37	ISR	2012	58,23	4,04	6,94	LYB	2012	87,84	2,56	2,91
GRC	2013	20,52	5,65	27,54	ISR	2013	59,21	5,07	8,56	LYB	2013	88,19	3,06	3,47
GRC	2014	21,54	5,58	25,91	ISR	2014	60,16	5,83	9,69	LYB	2014	88,53	2,31	2,61
IND	2003	21,91	0,79	3,62	ITA	2003	58,08	8,67	14,93	NLD	2003	63,12	3,18	5,04
IND	2004	22,96	1,18	5,14	ITA	2004	59,05	11,50	19,47	NLD	2004	64,02	4,05	6,33
IND	2005	24,02	1,50	6,25	ITA	2005	60,01	13,20	21,99	NLD	2005	64,89	4,62	7,12
IND	2006	25,09	1,80	7,17	ITA	2006	60,96	15,40	25,26	NLD	2006	65,76	4,70	7,15
IND	2007	26,18	2,65	10,12	ITA	2007	61,89	17,40	28,11	NLD	2007	66,61	5,67	8,51
IND	2008	27,28	3,00	11,00	ITA	2008	62,81	18,80	29,93	NLD	2008	67,44	6,20	9,19
IND	2009	28,39	2,30	8,10	ITA	2009	63,71	13,60	21,35	NLD	2009	68,26	4,67	6,84
IND	2010	29,50	4,02	13,63	ITA	2010	64,59	16,70	25,85	NLD	2010	69,06	5,62	8,14
IND	2011	30,63	7,25	23,67	ITA	2011	65,46	21,30	32,54	NLD	2011	69,85	7,25	10,38
IND	2012	31,76	6,64	20,91	ITA	2012	66,32	19,70	29,71	NLD	2012	70,62	6,91	9,78
IND	2013	32,90	6,95	21,12	ITA	2013	67,16	19,60	29,19	NLD	2013	71,38	6,90	9,67
IND	2014	34,04	7,49	22,00	ITA	2014	67,98	19,20	28,24	NLD	2014	72,12	6,98	9,68
IRN	2003	61,86	2,39	3,86	JPN	2003	15,82	2,08	13,15	POL	2003	26,20	0,90	3,44
IRN	2004	62,77	2,77	4,41	JPN	2004	16,74	2,87	17,15	POL	2004	27,30	1,69	6,19
IRN	2005	63,67	4,38	6,88	JPN	2005	17,68	3,34	18,89	POL	2005	28,41	2,07	7,29
IRN	2006	64,56	6,69	10,36	JPN	2006	18,65	3,48	18,66	POL	2006	29,53	2,50	8,47
IRN	2007	65,43	8,06	12,32	JPN	2007	19,63	3,95	20,12	POL	2007	30,65	3,08	10,05
IRN	2008	66,28	10,20	15,39	JPN	2008	20,64	4,36	21,13	POL	2008	31,79	3,56	11,20
IRN	2009	67,12	5,43	8,09	JPN	2009	21,66	3,01	13,90	POL	2009	32,92	3,14	9,54
IRN	2010	67,95	10,70	15,75	JPN	2010	22,70	3,57	15,72	POL	2010	34,06	4,13	12,12
IRN	2011	68,75	16,10	23,42	JPN	2011	23,76	4,56	19,19	POL	2011	35,21	5,25	14,91
IRN	2012	69,55	21,90	31,49	JPN	2012	24,83	3,93	15,83	POL	2012	36,35	4,91	13,51
IRN	2013	70,33	14,60	20,76	JPN	2013	25,92	3,86	14,89	POL	2013	37,50	5,24	13,97
IRN	2014	71,09	13,70	19,27	JPN	2014	27,01	3,58	13,25	POL	2014	38,65	5,49	14,21

Memduh Alper Demir & Mustafa Bilik

ROM	2003	42,20	1,83	4,34	SWE	2003	39,06	1,28	3,28	CHE	2003	69,64	3,33	4,78
ROM	2004	43,33	2,94	6,79	SWE	2004	40,20	1,68	4,18	CHE	2004	70,41	3,85	5,47
ROM	2005	44,45	4,07	9,16	SWE	2005	41,34	2,09	5,06	CHE	2005	71,17	4,62	6,49
ROM	2006	45,57	5,02	11,02	SWE	2006	42,47	2,28	5,37	CHE	2006	71,91	4,93	6,86
ROM	2007	46,68	6,76	14,48	SWE	2007	43,60	2,60	5,96	CHE	2007	72,64	6,21	8,55
ROM	2008	47,78	7,54	15,78	SWE	2008	44,72	2,83	6,33	CHE	2008	73,35	8,45	11,52
ROM	2009	48,88	4,47	9,15	SWE	2009	45,84	2,64	5,76	CHE	2009	74,05	5,94	8,02
ROM	2010	49,96	6,05	12,11	SWE	2010	46,95	2,87	6,11	CHE	2010	74,74	5,22	6,98
ROM	2011	51,04	6,68	13,09	SWE	2011	48,05	3,47	7,22	CHE	2011	75,40	6,52	8,65
ROM	2012	52,10	5,73	11,00	SWE	2012	49,14	3,32	6,76	CHE	2012	76,06	6,44	8,47
ROM	2013	53,15	6,21	11,68	SWE	2013	50,23	3,20	6,37	CHE	2013	76,70	10,70	13,95
ROM	2014	54,19	6,37	11,75	SWE	2014	51,30	3,34	6,51	CHE	2014	77,32	8,05	10,41
RUS	2003	89,51	6,82	7,62	UKR	2003	93,11	1,78	1,91	USA	2003	25,49	7,25	28,44
RUS	2004	89,81	10,90	12,14	UKR	2004	93,31	3,09	3,31	USA	2004	26,58	9,59	36,07
RUS	2005	90,10	15,30	16,98	UKR	2005	93,51	3,47	3,71	USA	2005	27,69	10,30	37,20
RUS	2006	90,39	21,00	23,23	UKR	2006	93,70	4,18	4,46	USA	2006	28,80	11,30	39,24
RUS	2007	90,66	28,20	31,10	UKR	2007	93,88	6,00	6,39	USA	2007	29,92	12,30	41,11
RUS	2008	90,93	37,80	41,57	UKR	2008	94,06	8,29	8,81	USA	2008	31,05	16,30	52,50
RUS	2009	91,20	22,90	25,11	UKR	2009	94,24	4,19	4,45	USA	2009	32,18	11,80	36,67
RUS	2010	91,45	26,20	28,65	UKR	2010	94,41	5,09	5,39	USA	2010	33,32	16,10	48,32
RUS	2011	91,70	29,90	32,61	UKR	2011	94,57	6,54	6,92	USA	2011	34,46	20,60	59,77
RUS	2012	91,94	33,30	36,22	UKR	2012	94,73	6,22	6,57	USA	2012	35,61	19,70	55,32
RUS	2013	92,18	32,00	34,72	UKR	2013	94,89	6,71	7,07	USA	2013	36,75	18,20	49,52
RUS	2014	92,41	31,20	33,76	UKR	2014	95,04	6,00	6,31	USA	2014	37,90	19,10	50,40
SAU	2003	47,06	1,71	3,63	SAU	2007	51,40	3,93	7,65	SAU	2011	55,56	4,77	8,59
SAU	2004	48,16	2,00	4,15	SAU	2008	52,45	5,52	10,52	SAU	2012	56,57	5,85	10,34
SAU	2005	49,25	2,85	5,79	SAU	2009	53,50	3,46	6,47	SAU	2013	57,57	5,21	9,05
SAU	2006	50,33	3,24	6,44	SAU	2010	54,54	4,66	8,54	SAU	2014	58,55	5,39	9,21

Notlar: KOD: Ülkelerin ISO kodları, YIL: Yıllar, ES: Etkinlik Skorları (%), GTT: Gözlemlenen Toplam Ticaret(milyar dolar), PTT: Potansiyel Toplam Ticaret (milyar dolar).

EK 2: ANALİZDEKİ ÜLKELERİN TÜRKİYE'NİN TOPLAM İHRACAT VE İTHALATINDAKİ ORANI

ÜLKE/YIL	2003X	2003M	2004X	2004M	2005X	2005M	2006X	2006M	2007X	2007M	2008X	2008M	2009X	2009M	2010X	2010M	2011X	2011M	2012X	2012M	2013X	2013M	2014X	2014M
DEU	15	14	14	14	13	13	12	12	11	12	9,7	11	10	11	10	11	11	12	9,2	11	9,4	11	10	11
ITA	7,2	8,2	7,1	7,3	6,9	6,8	7,3	6,6	6,3	6,2	5,7	5,9	5,5	5,9	5,5	5,8	5,6	6,3	4,2	6,5	4,4	5,9	4,6	5,7
USA	7,8	5,2	7,5	4,9	6,7	4,5	6,1	4,5	4	4,9	3,2	6,5	3,3	6,1	3,4	6,6	3,4	7,1	3,9	6,4	4	5,4	4,2	5,5
FRA	6	6,1	5,8	6,4	5,5	5,3	5,7	5,4	5,7	4,8	5,3	4,8	6,2	5,5	5,7	4,7	5,5	4,3	4,4	4,2	4,7	3,6	4,7	3,7
GBR	8,2	5,3	8,9	4,5	8	4,1	8	3,8	7,9	3,3	5,9	2,8	5,5	2,7	5,9	2,7	5,8	2,7	5,4	2,7	5,4	2,8	6,2	2,8
RUS	2,3	5,2	2,3	6,5	2,7	7,4	3,4	8	4	9	4,5	10	3	9	4	8,2	4,3	6,3	4,2	7,3	4,3	6,5	3,8	6,8
ESP	3,9	3,1	4,4	3,5	4,5	3,3	4,8	2,9	4,8	2,7	3,7	2,5	3,2	3,1	3,2	2,8	3,1	2,9	2,5	3,1	2,9	2,9	3,1	3
BEL	2,6	3	3,1	2,9	2,9	2,3	2,6	2,2	2,3	2,1	2,6	1,9	2,6	2,2	2,8	2,2	2,9	2,2	2,3	2	2,7	2	2,6	2,1
DZA	1	2,1	1,2	1,2	1,2	2	1	1,7	1,1	1,7	1	2,1	1,6	1,9	1,2	1,9	1	1,5	1,2	1,6	1,3	1,4	1,3	1,5
NLD	3	2,6	2,8	2,8	2,9	2,1	2,6	1,9	2,3	1,9	2	1,9	1,8	2,2	1,9	2	2,1	2,1	1,9	1,9	2,1	1,7	2,1	1,8
JPN	0,4	2,8	0,38	0,38	0,38	2,6	0,37	2,3	0,33	2,3	0,26	2,1	0,34	2,1	0,3	1,8	0,33	1,8	0,32	1,7	0,34	1,5	0,36	1,4
CHE	0,78	3,8	0,7	3,7	0,7	3,7	1	3,2	0,89	3,4	2,1	3,1	3,7	1,6	1,7	1,9	1	2,4	1,6	2,1	0,91	4,3	2,2	2,3
CHN	1	3,9	0,73	4,7	0,73	6,1	0,81	7,3	0,97	7,9	1,1	8	1,4	9,3	2,1	9,3	1,7	9,8	1,9	9,9	2,4	11	1,9	11
KOR	0,17	2,2	0,16	0,16	0,16	2,9	0,23	2,7	0,24	2,7	0,3	2,4	0,4	2,4	0,45	2,5	0,61	2,6	0,57	2,7	0,47	2,7	0,4	3,4
IRN	1,1	2	1,3	1,3	1,3	2,2	1,1	2,9	1,2	2,8	1,4	3,1	1,8	1,3	2,6	2,8	2,6	0,78	6,1	0,63	2,5	0,58	2,3	0,68
UKR	0,7	1,6	0,67	0,67	0,67	1,9	0,99	2	1	2,4	1,4	2,6	0,89	1,7	1,1	1,8	1,1	1,8	1,2	1,8	1,2	1,7	0,91	1,7
IND	0,15	1,1	0,23	0,23	0,23	1,2	0,27	1,3	0,88	1,5	1,2	1,3	1,3	1,5	0,67	1,9	0,63	2,9	0,58	2,7	0,53	2,7	0,73	3,2
ISR	2	0,7	1,9	1,9	1,9	0,73	1,5	0,59	1,4	0,59	1,3	0,71	1,3	0,78	1,5	0,83	1,5	0,95	1,3	0,81	1,5	1,1	1,6	1,3
ROM	1,8	1,4	2	2	2,5	2	2,7	2	3,2	1,9	2,8	1,9	1,9	1,7	1,9	2	1,9	1,8	1,5	1,6	1,5	1,6	1,6	1,6
ARE	1,4	0,17	1,7	1,7	1,7	0,21	2,1	0,26	2,6	0,32	5,3	0,39	2,6	0,51	2,7	0,39	2,5	0,77	5	1,7	3	2,4	2,7	1,5
EGY	0,66	0,32	0,67	0,67	0,67	0,27	0,77	0,32	0,75	0,44	1	0,59	2,5	0,61	1,9	0,64	2,1	0,77	2,4	0,81	2	0,89	2	0,82
SAU	1,6	1,5	1,2	1,2	1,2	1,7	1,2	1,8	1,4	1,6	1,7	1,7	1,9	1,2	2,1	1,3	1,9	0,91	2,3	1	1,9	0,92	1,8	1,1
POL	1,6	0,64	1,5	1,5	1,5	1,2	1,6	1,1	1,7	1	1,7	1,1	1,7	1,4	1,7	1,5	1,6	1,5	1,3	1,5	1,4	1,4	1,6	1,5
GRC	1,8	0,71	1,8	1,8	1,8	0,72	1,8	0,83	2	0,63	1,8	0,64	1,6	0,87	1,3	0,92	1,1	1,2	0,88	1,7	0,9	1,9	0,93	1,9
BGR	1,3	1	1,3	1,3	1,3	1,1	1,5	1,3	1,8	1,3	1,4	1	1,2	0,93	1,1	1	1,1	1,2	0,95	1,3	1,2	1,2	1,2	1,3
AZE	0,53	0,18	0,52	0,18	0,59	0,26	0,26	0,29	0,83	0,65	1	0,28	1,1	0,13	1,1	0,15	1,3	0,22	1,4	0,29	1,6	0,21	1,5	0,19
AUT	1,4	1,3	1,2	1,2	1,2	0,87	0,87	0,85	0,97	0,86	0,89	0,83	0,99	0,93	0,91	0,81	0,94	0,84	0,83	0,81	0,9	0,77	0,97	0,83
SWE	1	1,2	1	1,2	1	1,3	1,3	1,1	0,94	1,1	0,74	1,1	0,75	1,4	0,83	1,1	0,9	1,1	0,81	1	0,78	0,92	0,86	0,93
DNK	0,97	0,54	1	0,37	1	0,4	0,4	0,35	0,94	0,41	0,73	0,48	0,67	0,46	0,64	0,41	0,63	0,36	0,61	0,35	0,6	0,37	0,64	0,49
IRQ	1,6	0,16	2,6	0,45	3,4	0,38	2,7	0,27	2,3	0,37	2,7	0,65	4,5	0,67	4,8	0,71	5,7	0,041	6,7	0,1	7,2	0,069	6,5	0,12
LBY	0,49	1,5	0,49	1,4	0,49	1,6	0,53	1,6	0,55	0,25	0,75	0,26	1,7	0,34	1,7	0,24	0,51	0,063	1,3	0,19	1,7	0,13	1,2	0,11
TOPLAM	79,45	83,52	80,15	82,01	78,72	84,14	77,5	83,36	76,29	83,02	75,17	83,63	76,94	81,43	76,7	81,9	76,35	81,20	78,75	81,39	75,73	81,55	76,5	81,27

Notlar: X: İhracat, M: İthalat, DEU: Almanya, ITA: İtalya, USA: Amerika Birleşik Devletleri, FRA: Fransa, GBR: Birleşik Krallık, RUS: Rusya, ESP: İspanya, Bel: Belçika, DZA: Cezayir, NLD: Hollanda, JPN: Japonya, CHE: İsviçre, KOR: Güney Kore, IRN: İran, UKR: Ukrayna, IND: Hindistan, ISR: İsrail, ROM: Romanya, ARE: Birleşik Arap Emirlikleri, EGY: Mısır, SAU: Suudi Arabistan, POL: Polonya, GRC: Yunanistan, BGR: Bulgaristan, AZE: Azerbaycan, AUT: Avusturya, SWE: İsveç, DNK: Danimarka, IRQ: Irak, LBY: Libya.

Kaynak: <http://atlas.media.mit.edu/en/>



ÜNİVERSİTE TANITIM ARAÇLARININ ADAYLARIN TERCİHLERİNE ETKİSİNİ ÖLÇMEYE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ¹

Selen DOĞAN²

Hasan Hüseyin TÜRKMEN³

Özet

Bu çalışma, üniversite tercih dönemlerinde, adaylara üniversite/bölüm/programlar hakkında detaylı bilgi vermek amacı ile gerçekleştirilen tanıtım çalışmalarından, üniversite adaylarının daha çok hangi kaynaklardan bilgi aldığını ve tanıtım araçlarının adayların tercihlerini nasıl etkilediğini ortaya çıkarmaya yönelik olarak yapılmıştır.

Bu çalışmada cevabı aranan temel sorular “Üniversite adaylarının, üniversite ve bölüm tercih ederken hangi kaynaklardan bilgi aldığı” ve “Üniversitelerin önemli ölçüde zaman ve işgücü harcadığı tanıtım çalışmalarının adayların tercihlerini nasıl etkilediği” ni ortaya çıkarmaktır. Bu çerçevede, yapılan anket ile Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi örneği üzerinden üniversitelerin tanıtıma yönelik yapacağı faaliyetleri daha etkili ve verimli bir şekilde gerçekleştirmesine katkıda bulunmak hedeflenmiştir. Çalışma kapsamında, üniversite tanıtım araçlarının etkinliğini ve öğrencilerin üniversiteler hakkında hangi kaynaklardan bilgi aldığını ölçmeye yönelik 30 maddeli bir ölçek oluşturulmuş ve 2016-2017 Eğitim-Öğretim Yılında farklı ve yeni tanıtım araçlarından yararlanmış olabilecekleri ve tercihlerine bunu henüz yansıttıkları düşünülerek Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesinde okuyan 1. Sınıf öğrencilerinin tamamına anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre üniversitelerin tanıtım araçlarının tercihte en az kullanılan, sosyal medya dışındaki diğer tanıtım araçlarının ise etki düzeylerinin birbirine yakın olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medya araçları ise tercihte en çok kullanılan tanıtım aracıdır. Öğrencilerin tercih yaparken kullandıkları sosyal medya araçları %45.7 oranla Facebook, %18’5 oranla Instagram’dır.

Anahtar Kelimeler: Üniversite, Üniversite Tanıtım Araçları, Üniversite Tercihi, Reklam, Tanıtım Kanalları, Üniversite ve Bölüm Hakkında Bilgi Kaynakları.

A RESEARCH ON THE IMPACT OF UNIVERSITY PROMOTIONAL TOOLS ON THE PREFERENCES OF UNIVERSITY CANDIDATES: THE CASE OF NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR UNIVERSITY⁴

Abstract

This study is carried out to reveal which of the promotional activities concerning detailed information on the university/department/programs are mostly utilized by the university candidates and how the promotional tools affect the candidates’ preferences. The main questions to be answered in this study serve to find out “how the university candidates collect information from the available sources about the university and department of their choice” and “how promotional activities on which universities spend a considerable amount of time and manpower to affect the candidates’ preferences.”

¹ Bu araştırmanın gerçekleştirilmesinde bizlerden desteğini esirgemeyen Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Rektörlüğüne teşekkürü bir borç biliriz.

² Prof. Dr. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi, sdogan01@ohu.edu.tr

³ Yrd. Doç. Dr. Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Öğretim Üyesi, hhturkmen@ohu.edu.tr

⁴ We express our deepest gratitude and appreciation to the Rectorate of Niğde Ömer Halisdemir University for the support given to us in conducting this research study.

In this context, the performed questionnaire aims to contribute to making the universities more effective and productive regarding the promotional activities through the case of Niğde Ömer Halisdemir University. Within the scope of the study, a 30-item scale is developed to measure the effectiveness of university promotional tools and to determine the sources of information about the universities. During the academic year of 2016-2017, a questionnaire survey has been applied to all freshman students of Niğde Ömer Halisdemir University, considering that they might have benefited from different and new promotional tools to which they might have reflected their preferences. According to the results of the research, it is concluded that the effectiveness levels of the university promotional tools are closest to those of other promotional tools except for the social media. Social media tools are the most commonly used promotional tools. The social media tools utilized by the student in making their preferences are comprised of Facebook (45.7%) and Instagram 18.5%.

Key Words: *University, University Promotional Tools, University Preference, Advertisement, Promotional Channels, Information Sources on University and Department.*

GİRİŞ

Rekabetin bir getirisi olarak, üniversiteler güçlerini, akademik kadroları ve programlarından aldıkları kadar, doğru planlanmış iletişim stratejileri ile oluşturdukları imajları ve bilinirlikleri ile de sağlamaktadırlar. İletişim stratejilerini doğru planlamak ise kullanılacak bütün araçlara hâkim olmayı gerektirmektedir (Coşkunkurt, 2013: 10).

Türkiye’de devlet ve vakıf üniversitelerinin sayısındaki hızlı artış, devlet-vakıf fark etmeksizin, üniversiteler arasında kıyasıya bir rekabet ortamının doğmasına yol açmıştır. Bu durum, üniversitelerin çok boyutlu ve tüm mecralarda görünmeyi hedefleyen iletişim stratejileri ile gelecekte rekabet edebileceklerine işaret etmektedir. Üniversitelerin, öğrenci sayısını ve niteliğini artırmak için, tanıtım araçlarını yoğun olarak kullanmaları da kaçılmaz olmuştur. Yazılı ve görsel basın, fuarlar, tanıtım çadırları, kurumsal web siteleri, sosyal medya araçları, etkinlikler, promosyonel ürünler, doğrudan postalama gibi birçok araç, tercih dönemleri başta olmak üzere, bütün yıla yayılan frekanslarla etkin olarak kullanılmaktadır. Ancak, öğrencilerin hangi tanıtım aracından ne oranda etkilendikleri ya da üniversite tercihlerinde hangi kaynaklardan bilgi aldıkları çok fazla araştırılmamakta ve bu da tanıtım stratejilerinin belirsizlik içinde uygulanmasına neden olmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, bu konudaki belirsizliği ortadan kaldırmak için Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi örneği üzerinden giderek öğrencilerin üniversite tercihleri esnasında hangi tanıtım aracını/bilgi kaynağını kullanmayı tercih ettiğini, bunun üniversite tercihindeki etkisinin ne olduğunu ortaya koymaktır. Böylece üniversiteler, hangi tanıtım aracına hangi ağırlıkta bütçe ayırmaları gerektiğine de daha kolay karar verebilecek, tanıtıma ayrılan kaynaklar daha etkili ve verimli kullanılabilir. Bu verilere sahip olmak, bir üniversitenin tanıtım ve pazarlamaya ayırdığı maddi gücünü, insan gücünü ve zamanını en etkili kullanmasını sağlayacak ve en az girdi ile en fazla çıktıyı almasının kapılarını açacaktır. Adayın tercihlerini yaparken hangi iletişim kanallarından yararlandığını bilen üniversiteler, doğru yerde doğru zamanda onlarla buluşarak kısıtlı bütçelerini etkin kullanabilme olanağına sahip olacaklardır. Yukarıda bahsedilen rekabet ortamında üniversitelerin kendini, genç üniversite adaylarına daha etkin ve daha hızlı aktarabilmesi için geleneksel tanıtım yapılarından sıyrılıp, adayların profillerine uygun tanıtım araçlarını bulma ve onların ilgisini çekecek yöntemler geliştirme zorunlulukları vardır. Böylece üniversiteler, daha nitelikli ve daha çok sayıda öğrenci bulabileceklerdir.

“Üniversite adaylarının, üniversite ve bölüm tercih ederken hangi kaynaklardan bilgi aldığı” ve “Üniversitelerin önemli ölçüde zaman ve işgücü harcadığı tanıtım çalışmalarının adayların tercihlerini nasıl etkilediği” ni ortaya çıkarmayı hedefleyen bu çalışma kişisel nitelikte olup değişkenler ve değişkenler arası ilişkileri ele almaktan ziyade daha sonra yapılacak olan çalışmalara ışık tutmak ve büyük resme daha geniş ve objektif bir bakış açısı kazandırılması hedeflenmiştir.

I. LİTERATÜR TARAMASI

Eğitim sektörü ve onun bir alt dalı olarak üniversiteler, son yıllarda gittikçe yıldızı parlayan, yoğun talebin olduğu bir sektördür. Bu talep doğrultusunda da çok yoğun bir rekabet kaçınılmaz olmaktadır. Bu rekabette doğru ve etkin biçimde yer alabilmek için yapılan tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin de adayların daha çok tercih ettiği kanal aracılığı ile olmasında fayda görülmektedir. Türkiye’de Y kuşağı irdelendiğinde günün neredeyse 6 saatini internette geçiren bir nesil olduğu görülmektedir. Genç kuşağın araştırma, öğrenme, karar alma mekanizmaları bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanma biçimleri artık çok farklıdır. Özellikle tercih dönemi sürecinde yapılan tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinde gençlerle bilgi paylaşımı ve onların iletişim halinde olduğu tüm platformlarda bulunulması, üniversitelerin tanıtım ve bilgilendirme faaliyetlerinin beklenen sonucu yaratmasına önemli katkı sağlayacaktır.

Yapılan literatür taraması neticesinde, üniversite tanıtım/bilgilendirme faaliyetlerinin üniversite adaylarının tercihlerine etkisini ölçen çok sayıda araştırmaya rastlanmamakla birlikte aşağıda önemli görülen bazı araştırmaların özetlerine yer verilmiştir.

* Gökdoğan (2003) tarafından yapılan, “Onuncu Yılında Öğrencilerin Abant İzzet Baysal Üniversitesini Tercih Nedenleri ve Beklentileri” başlıklı çalışmada, öğrencilerin AİBÜ tanıtımında daha çok kendi çevresinden bilgilendiği, bilgisayar, yazılı ve görsel basının tanıtımda etkili olamadığı; üniversite tanıtımının yeterli düzeyde bulunmadığı, tanıtımda etkili yöntemlerin bulunması gerektiği ve lise düzeyinde üniversite sınavına girecek öğrencilere ulaşma yollarının bulunması önerilmiştir.

* Çerik ve Turhan (2006) tarafından yapılan “Kurum İmajını Etkileyen Faktörlerin Algılanması ve Bu Algılamaların Beklentilerle Karşılaştırılması: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma” başlıklı çalışmada, rekabet ortamı içerisinde faaliyet gösteren kurumların çevredeki fırsatları değerlendirerek, rekabet güçlerini geliştirmeleri ve bu yönde çevre üzerinde bir etki yaratmalarında; gerçekleştirecekleri tüm örgütsel ve yönetsel faaliyetlerin yanı sıra, iç ve dış imaj oluşturma ve geliştirme çalışmaları ile bunlara yönelik imaj yönetiminin önemli bir rol oynadığı vurgulanmaktadır. Özellikle ülkemizde de üniversiteler arasındaki rekabetin hızla artması ve üniversitelerin bu rekabet ortamındaki konumunu belirlemede, kurum imajına ilişkin algılama ve beklentilerin tespit edilmesinin gerekliliği tartışılmıştır. Bu düşünceden hareketle yapılan çalışmada; üniversite öğrencileri arasında kurum imajını etkileyen faktörlerin algılanması ve bu algılamaların beklentilerle karşılaştırılmasına yönelik bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularına göre; fakülte öğrencilerinin fakülte ve bölüme ilişkin imaj algıları ve beklentileri arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya çıkmıştır.

* Kalpaklıoğlu ve Türemez (2010) tarafından yapılan “Üniversite Adaylarının Vakıf Üniversitesi Tercihlerinde Halkla İlişkiler Çalışmalarının Etkisi” başlıklı çalışmada, 2009 yılı tercih döneminde İstanbul; Taksim, Fatih, Beşiktaş ve Bakırköy bölgelerinde üniversite adayı gençler üzerinde bu konu ile ilgili alan araştırması yapılmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir. Alan araştırması sonuçlarına göre “görsel medyada yer almanın tercih üzerinde etkili olması” beklentisinin bulgularla desteklendiği görülmüştür. Vakıf üniversitelerinin tercih edilir olabilmek için görsel basının özellikle eğitime yönelik programlarında, yazılı basının ise eğitim sayfalarında yer almaya özen göstermesi, bu tür fırsatları değerlendirmesi gerektiği ifade edilmiştir. Eğitim programlarının yanında, üniversite bünyesinde organize edilen etkinlikler, paneller, sempozyumlar, konferanslar, sosyal sorumluluk projeleri gibi çeşitli vesilelerle yazılı ve görsel basında yer alarak bilinirlik ve tanınırlıklarını artırmaları gerektiği de belirtilmiştir. Tercih edilir olabilmenin ancak tanınır olmakla gerçekleşebileceği vurgulanmıştır. “İnternetin tercih üzerinde etkili olması” beklentisi de yine alan araştırması bulgularıyla desteklenmektedir. Üniversitelerin internet sitelerinde gerek akademik gerekse üniversitedeki sosyal yaşamla ilgili bilgileri, akademik ve sosyal etkinlikleri, üniversitenin gerçekleştirdiği projeleri, burs olanakları, yurt ve beslenme imkanlarını kolay ulaşılabilecek şekilde yer alması gerektiği ayrıca; üniversitenin web sayfasının karışık, çok renkli ve gözü yorucu olmamasına, kullanımının kolay olmasına özen gösterilmesi ve bilgilerin düzenli olarak güncellenmesine önem verilmesi gerektiği vurgulanmıştır. “Hedef kitlenin yaşı göz önüne alındığında konferans, panel, festival şenlik gibi sosyal aktivitelerin, etkinliklerin ve kampüs ortamının adayların tercihi üzerinde etkili olması” hipotezi de bulgularla desteklenmiştir. Üniversite adaylarının eğitim görecekları üniversitenin akademik özelliklerinin yanında kampüsün fiziki koşulları, sosyal olanaklarının da tercihleri üzerinde etkili olduğunu belirtmiştir.

* Akar (2012) tarafından “Üniversite Seçimini Etkileyen Faktörler: İktisadi ve İdari Bilimler Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma” adlı çalışmada, tercih edilecek üniversitelerle ilgili bilgi kaynağının adaylar için önemli bir seçim faktörü olduğu ortaya konulmuştur. İnternet, iletişim ve hatta ulaşım imkânlarının baş döndüren hızlı gelişimi sayesinde adayların özgür bir şekilde, bireysel olarak, fikir liderlerine ihtiyaç duymadan da üniversiteler hakkında bilgi edinebileceği düşüncesinin rasyonel tercih yapılmasında daha kullanışlı olabileceği ifade edilmiştir. Ayrıca çalışmada, üniversitenin daha fazla tercih edilir olması için yapılacak tanıtım ve halkla ilişkiler faaliyetlerinde her türlü teknolojik bilgi kaynağı kullanmanın yanı sıra aile ve fikir lideri faktörünün adayları etkilediği düşünülerek ailelere, öğretmenlere ve rehberlik uzmanlarına yönelik de iletişim çabalarının göz önünde bulundurulması vurgulanmıştır.

* Demirtaş (2012) tarafından yapılan “Vakıf Üniversitelerinin Tanıtım Faaliyetlerinin Öğrenci Tercihleri Üzerindeki Etkileri: İstanbul Aydın Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”

başlıklı çalışmada, öğrencilerin üniversite tercihlerine etki eden öncelikli nedenleri ve tanıtım faaliyetlerinin tercihler üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırmanın evrenini, İstanbul Aydın Üniversitesinin 1. Sınıf öğrencileri ve dikey geçiş sınavı ile Üniversiteyi kazanan öğrenciler oluşturmuştur. Örneklem olarak ise İstanbul Aydın Üniversitesini 2011-2012 Eğitim-Öğretim Yılında tercih eden 5.037 öğrenci arasından, 247 kız ve 303 erkek olmak üzere 550 öğrenci oluşturmuştur. Üniversitenin kurumsal web sitesinin, öğrencilerin %90'ı tarafından görülen, duyulan ve ziyaret edilen, buna paralel olarak da en çok beğenilen tanıtım mecrası olduğu ortaya çıkmıştır. Kurumsal web sitesinde yer alan tanıtım filmi de o oranda beğenisi yüksek tanıtım faaliyeti olarak görülmektedir. Genel toplamda İstanbul Aydın Üniversitesinin tanıtım faaliyetlerinden en çok memnuniyet yaratan unsurun, Üniversitenin kurumsal web sitesi olduğu ortaya çıkmıştır. Sadece etkinlikleri bilenler içinde bakıldığında ilk sırada beğenilen faaliyet, Üniversitenin toplantı ve açılış törenlerinde devlet büyükleri ve ünlülerin yer alması olmuştur. Tanıtım etkinliklerinin bilinirliği açısından web sitesinde yer alan tanıtım filmi, Üniversitenin web sitesi, billboardlar ve afişlerden sonra üçüncü sırada yer almakta ve aynı zamanda Üniversitenin prestijini artıran unsurlar arasında bulunduğu ifade edilmiştir. Etkili görünürlük sağlama açısından web sitelerinin ve web sitelerindeki tanıtım filmlerinin üniversitelerin farkındalığını ve bilinirliğini artırmaları açısından önem taşıdığı vurgulanmıştır. Tanıtım filmlerinin, izleyenler üzerinde, görsel ve işitsel etkisi nedeniyle hafızalarda yer alarak, etkin iletişim sağladığı belirtilmiştir. Bir broşür okunurken ya da bir web sitesi incelenirken sadece gözler ile algılamanın söz konusu olduğu ancak, web sitesinde yer alan bir tanıtım filmi izlediğinde ise hem gözlerle görüntülerin algılandığı hem de seslendirme metni duyulduğu ifade edilerek, bu iki algılama yönteminin insanlar üzerinde olumlu ve kalıcı bir etki bıraktığı vurgulanmıştır. Bu bağlamda, modern iletişim ve reklam yöntemlerini kullanan, profesyonel bir tanıtım filmine sahip olan üniversitelerin, diğerlerinden bir adım öne çıktığı sonucuna ulaşılmıştır.

* Alkan (2014) tarafından yapılan “*Üniversite Adaylarının Bölüm Tercihleri: Bir Kariyer Araştırma Yöntemi Olarak Bölüm Tanıtımları*” başlıklı çalışmada, üniversite tercih dönemlerinde, adaylara üniversite ve bölümler hakkında detaylı bilgi vermek amacı ile pek çok üniversite tarafından gerçekleştirilen etkinliklerinden biri olan, yüz-yüze bölüm bilgilendirme görüşmelerinin, üniversite adaylarının tercihlerine olan etkisi araştırılmıştır. Araştırma üç ayrı çalışmadan oluşmaktadır. Çalışma 1 ve 2’de, Ankara’da bulunan bir Vakıf Üniversitesinin Psikoloji Bölümü öğretim elemanları tarafından tercih döneminde (Temmuz - Ağustos 2011) gerçekleştirilen, bölüm bilgilendirme görüşmelerine katılmış 58 üniversite adayı, Çalışma 3’te ise adı geçen bölümde öğrenim gören 167 öğrenci araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre üniversite tercih döneminde bölüm ve üniversite hakkında bilgi alan adayların bölüm hakkındaki görüşlerinin olumlu yönde değiştiği, bilgilendirme görüşmesi sonucunda ilgili bölümü tercih edeceğini belirten adayların sayısının arttığı görülmüştür. Bilgilendirme görüşmesi sonrasında, tercihleri arasında ilgili bölüme yer vereceğini belirten adayların büyük kısmının ise ilgili bölümü tercih etmedikleri bulunmuştur. Çalışma 3’te ise üniversite öğrencilerinin ilgili bölüm hakkında bilgi edinmek için kullandıkları kaynaklar ve bu kaynakların tercihleri üzerinde ne derece etkili olduğu araştırılmıştır. En önemli etkenlerin, sırası ile bölüm ziyareti, üniversite ve bölümün internet sayfaları, ÖSYM kılavuzu ve dersane rehber öğretmenler/psikolojik danışmanlar, en az etkisi olan kaynakların ise eğitim fuarları, televizyon, ilan panosu tanıtımları ve gazete ilanları olduğu bulunmuştur.

* Güven (2014) tarafından Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı’nda yapılan “*Yükseköğretim Kurumlarında Halkla İlişkiler Faaliyetleri: Atatürk ve Muş Alparslan Üniversiteleri Örneğinde*” başlıklı Yüksek Lisans Tezi’nde, genelde yükseköğretim kurumlarının halkla ilişkiler faaliyetleri, özelde ise ülkemizin en köklü üniversitelerinden biri olan Erzurum Atatürk Üniversitesi ile yine aynı bölgede her ile bir üniversite politikasına paralel olarak yakın zamanda kurulan Muş Alparslan Üniversitesinin halkla ilişkiler faaliyetlerinin konu edildiği görülmektedir. Her iki üniversitenin lisans öğrencilerine yönelik yapılan anket çalışması ve halkla ilişkiler birim yetkilileri ile yapılan mülakatlarla konunun irdelendiği ve her iki üniversitede-özellikle son yıllarda- halkla ilişkilerin kavram olarak önemsendiği ve halkla ilişkiler uygulamalarının yoğunluk kazandığı görülmektedir. Yine ankete katılan öğrencilerin “Üniversitelerin halkla ilişkiler faaliyetlerini değerlendirme” başlığı altında oluşturulan yargı cümlelerine verdikleri yanıtlarda öne çıkan ve dikkat çeken tespitlerin şunlar olduğu belirtilmiştir:

“Lisans yerleştirme sınavına girmeden önce üniversite hakkında tanıtıcı ve bilgilendirici bir halkla ilişkiler iletisi (fuar, sergi, televizyon programı gibi) ile karşılaşmaya” Atatürk Üniversitesinin Muş Alparslan Üniversitesine göre ağırlık verdiği anlaşılmaktadır. “Üniversiteyi tercih etme noktasında teşvik edici bir halkla ilişkiler iletisiyle (burs, barınma, ödül gibi) karşılaşmaya” Muş Alparslan Üniversitesinin daha fazla önem verdiği görülmektedir. Bunun en temel nedeninin, yeni ve genç bir üniversitenin kendini cazip kılma çabası olduğu söylenmektedir. Aynı şekilde, “Üniversiteyi tanıtıcı ve bilgilendirici bir mektup alma” ve “Kayıt esnasında halkla ilişkiler birimi görevlilerinin karşılayıp yol göstermesi” uygulamalarını Muş Alparslan Üniversitesinin önemseydiği dikkat çekmektedir. Bu uygulamaların temelinde, yine genç ve yeni olan üniversite ile üniversiteyi kazanan öğrenci arasında bir bağ kurma çabasının yattığı iddia edilmektedir. Bu bağlamda, üniversitelerin özellikle mevcut öğrenci ve çalışan kitlesini memnun edebilmesi ve kurumsal imaj ile itibarını artırarak yükseköğretim alanında nitelikli öğrenci tarafından tercih edilmesi noktasında halkla ilişkiler uygulamalarına gereken önemi vermesinin kaçınılmaz olduğu ifade edilmiştir.

II. YÖNTEM

II. I. Verilerin Elde Edilmesi

Çalışma kapsamında, üniversite tanıtım araçlarının etkinliğini ölçmeye yönelik olarak hazırlanan 30 maddeli bir ölçek test edilmiştir ve Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi 1. Sınıfta okuyan 30 öğrenci ile gerçekleştirilen pilot çalışma ile güvenilirlik ve geçerliliği test edilmiştir. Çalışmanın evrenini 2016–2017 Eğitim-Öğretim Yılında Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesini kazanan 6.000 1. Sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. 30 maddeli ölçeğin güvenilirlik katsayısı % 94,1 olarak belirlenirken her bir alt boyutun güvenilirlikleri ise 0,84-0,92 aralığında gerçekleşmiştir. Bu da ölçeğimizin kullanılabilirliğine işaret etmektedir.

Zaman ve maliyet kısıtları nedeni ile çalışma Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesini 2016-2017 Eğitim-Öğretim Yılında kazanan öğrenciler ile sınırlandırılmıştır. Anket formları optik okuyucuya hazır hale getirilmiş ve Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi 1. Sınıf öğrencilerinin listesi, Üniversitenin Öğrenci İşleri Daire Başkanlığından bölüm bazlı olarak temin edilmiştir. Öğrencilere anket formları bölüm bazlı olarak gönderilmiş ve 5 gün süre verilmiş ve süre sonunda anketler toplanarak optik okuyucuda okutulmuştur. Anketler öğrencilerin tamamına gönderilmiş olup geri dönüş oranı %73 olarak gerçekleşmiştir.

Çalışmada kullanılan anket formunun hazırlanmasında literatürde uygulanan anketler incelenerek yeni bir anket formu geliştirilmiştir. Pilot çalışma ile tesadüfi olarak seçilen 30 öğrenci üzerinde denenmek suretiyle ankete son şekli verilmiştir. Anketlerin geri dönüşünde tasnifi yapılmış ve optik okuyucu tarafından okunmuştur. Optik okuyucudan elde edilen çıktılar SPSS Programına aktarılmıştır. Sorular bazında frekans ve oransal dağılım tablo ve grafikleri yapılırken, bir kısım sorularda da çapraz tablolarla sonuçlar yorumlanmıştır.

Tablo 1: KMO ve Bartlett's Test Sonuçları

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,944	
Approx. Chi-Square	6791,255	
Bartlett's Test of Sphericity	df	435
	Sig.	,000

Tablo 1’de KMO değeri 0,944 bulunmuştur. Bu da verilerin Faktör Analitik Modele çok uygun olduğunu göstermektedir. Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy değeri, değişkenler tarafından oluşturulan ortak varyans miktarını bildirmektedir. Bu değer 1,00’a yakın olması verinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Bu da örneklemin analiz için oldukça yeterli olduğunu ortaya koymaktadır. P değeri <0,5 olduğundan veriler normal dağılımdadır. Bu verilerden hareketle verilerin birbiri ile ilişki gösterdiği ve veri setinin faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Keşifsel Faktör Analizi

KEŞİFSEL FAKTÖR ANALİZİ					
TANITIM ARAÇLARI	FAKTÖRLER				
	1 (Üniversitelerin Geliştirdiği Tanıtım Araçları)	2 (Sosyal Medya Araçları)	3 (Bireyin Sosyal Çevresi)	4 (Bireyin Kendi Çabaları)	5 (ÖSYM ve Danışman Destegi)
Radyolarda üniversitelere ilişkin yayımları ve reklamları takip ettim.	,771				
Meslek Odalarından bilgi aldım.	,756				
Otobüs/metro duraklarındaki reklamlardan etkilendim.	,754				
Billboardları ve afişleri takip ettim.	,744				
İŞ-KUR'un iş ve Meslek Danışmanlarını ziyaret ederek bilgi aldım.	,711				
Promosyon malzemelerinden etkilendim.	,709				
Üniversitelerde yapılan konferans/panel/seminer vb. etkinliklere katıldım.	,686				
Gazete/dergi haberleri, deneme sınavı eklerindeki ilan ve reklamlardan yararlandım.	,684				
Üniversitelerin tanıtım günlerine/tanıtım çadırlarına gittim.	,669				
Televizyonda yayınlanan tanıtım programlarını izledim.	,665				
Öğretim üyelerini ziyaret edip yüz yüze görüşerek bilgi aldım.	,648				
Üniversitelerden gelen e-postalardan bilgi aldım.	,637				
Broşür ve katalogları inceledim.	,523				
Eğitim fuarlarına katıldım.	,511				
Instagram etkili oldu.		,801			
Youtube etkili oldu.		,742			
Facebook etkili oldu.		,737			
Twitter etkili oldu.		,710			
Google etkili oldu.		,603			
Diğer internet araçları etkili oldu.		,582			
Üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerden fikir aldım.			,728		
Mezunlardan bilgi aldım.			,700		
Aile üyelerine danıştım.			,667		
Arkadaşlarıma danıştım.			,642		
Ailenin tanıdıklarından bilgi aldım.			,633		
Kurumsal web sitelerini ziyaret ettim.				,694	
Kurumsal web sitelerindeki tanıtım filmlerini izledim.				,668	
Kendim gidip ziyaret ettim.				,626	
ÖSYM kılavuzundan yararlandım.					,715
Lise/dershane rehber öğretmenlerine/psikolojik danışmanlarına danıştım.					,649

Tablo 2’de belirtilen 5 faktör (Üniversitelerin Geliştirdiği Tanıtım Araçları, Sosyal Medya Araçları, Bireyin Sosyal Çevresi, Bireyin Kendi Çabaları, ÖSYM ve Danışman Desteği) toplam varyansın %60’ını açıklamaktadır.

II. II. Güvenilirlik

Araştırmada söz konusu ölçeklerin güvenilirliğini hesaplamada Cronbach Alpha katsayısından faydalanılmıştır. Bu katsayının 0,00-0,40 aralığında olması güvenilir olmadığını; 0,40-0,60 arasında olması düşük derecede güvenilir olduğunu; 0,60-0,80 arasında olması güvenilir olduğunu; 0,80-1,00 arasında olması yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir. Genel anlamda 0,70 den büyük olmasının kabul edilir olduğu anlamına gelmektedir (Coşkun vd., 2015:126).

Tablo 3’te de görüldüğü üzere, ölçeğin güvenilirlik derecesi %94,1 çıkmıştır. Bu da ölçeğin güvenilirlik derecesinin çok yüksek olduğunu ankete katılanların tüm soruları benzer şekilde algıladığını göstermektedir.

Tablo 3: Güvenilirlik Derecesi

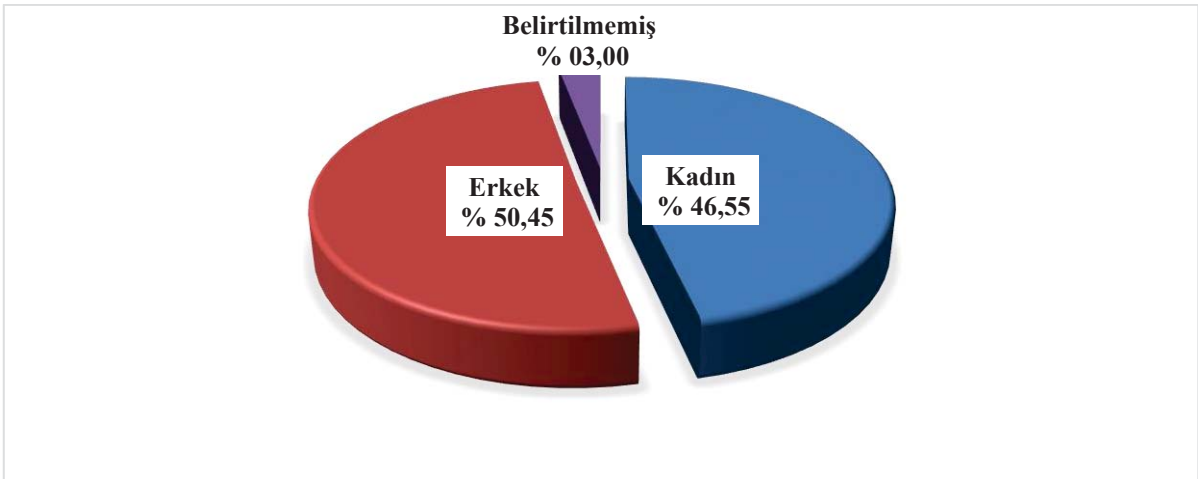
Güvenilirlik Derecesi	
Cronbach's Alpha	N of Items
,941	30

II. III. Bulgular

Araştırma bulgularının değerlendirilmesinde frekans ve çapraz tablolardan faydalanılmıştır. Çalışmaya toplam 4.397 öğrenci katılmıştır. Tablo 4 ve Grafik 1’de görüldüğü üzere araştırmaya katılanların %46,55’i kadın, %50,45’i erkektir. Araştırmaya katılanların %3’ü cinsiyet belirtmemiştir.

Tablo 4: Ankete Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı

CİNSİYET	FREKANS	ORAN (%)
Kadın	2.047	46,55
Erkek	2.218	50,45
Belirtmeyenler	132	3,00
TOPLAM	4.397	100



Grafik 1: Ankete Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı

Tablo 5: Ankete Katılanların Yaş Dağılımı

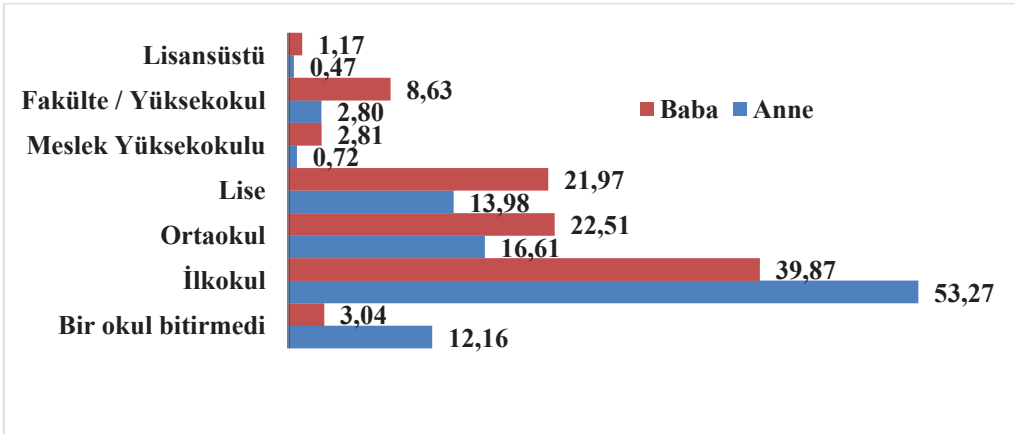
YAŞ	DAĞILIM	ORAN (%)
17 yaş altı	73	1,66
18 yaş	1.440	32,75
19 yaş	1.319	30,00
20 yaş	848	19,29
21 yaş üstü	597	13,58
Belirtilmemiş	120	2,73
TOPLAM	4.397	100

Çalışmaya katılan öğrencilerin yaş dağılımı incelendiğinde (Tablo 5), 18 ve 19 yaş grubunda kümelenme olduğu görülmektedir. Toplam öğrenciler içerisinde bu yaş gruplarındaki öğrencilerin oranı %62,75'tir.

Tablo 6: Öğrencilerin Anne ve Babalarının Eğitim Düzeylerinin Dağılımı

EĞİTİM DÜZEYİ	ANNE		BABA	
	Dağılım	Oran (%)	Dağılım	Oran (%)
Bir Okul Bitirmedi	522	12,2	130	3,0
İlkokul	2.287	53,3	1704	39,9
Ortaokul	713	16,6	962	22,5
Lise	600	14,0	939	22,0
Meslek Yüksekokulu	31	0,7	120	2,8
Fakülte / Yüksekokul	120	2,8	369	8,6
Lisansüstü	20	0,5	50	1,2
TOPLAM	4.293	100,0	4.274	100,0

Öğrencilerin ailelerinin eğitim düzeyinin dağılımı Tablo 6'da görülmektedir. Öğrencilerin anne ve baba eğitim düzeyleri ortalaması birbirine yakın görünürken annelerin %12.2 oranında bir okul bitirmediği görülmektedir. Bu oran babalarda %3'tür. Aynı benzerlik lise sonrası eğitimde de ortaya çıkmaktadır. Annelerin %4'ünün, babaların %12.6'sının lise sonrası eğitim aldığı görülmektedir. Anneler eğitim grupları içerisinde ilkokul düzeyinde %53.3 oranında kümelenirken babaların bu eğitim düzeyindeki oranı %39.9'dur. Babaların eğitim düzeyleri diğer eğitim gruplarına dağılmıştır. Annelerin okula gitme oranı %87.8 iken babaların okula gitme oranı %97'dir.



Grafik 2: Öğrencilerin Anne ve Babalarının Eğitim Düzeylerinin Dağılımı

Grafik 2’de de görüldüğü üzere, babaların eğitim seviyesinin daha yüksek, annelerin ise daha düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 7: Ankete Katılanların Akademik Birimlere Göre Dağılımı

AKADEMİK BİRİM	DAĞILIM	ORAN (%)
Eğitim Fakültesi	496	11,3
Fen Edebiyat Fakültesi	447	10,2
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	688	15,6
İletişim Fakültesi	38	0,9
Mimarlık Fakültesi	40	0,9
Mühendislik Fakültesi	470	10,7
Tarım Bilimleri ve Teknolojileri Fakültesi	68	1,5
Türk Musikisi ve Devlet Konservatuvarı	35	0,8
Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulu	45	1
Niğde Zübeyde Hanım Sağlık Yüksekokulu	123	2,8
Bor Meslek Yüksekokulu	527	12
Bor Halil Zöhre Ataman Meslek Yüksekokulu	13	0,3
Niğde Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu	647	14,7
Niğde Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu	425	9,7
Niğde Zübeyde Hanım Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu	257	5,8
Ulukışla Meslek Yüksekokulu	78	1,8
TOPLAM	4.397	100

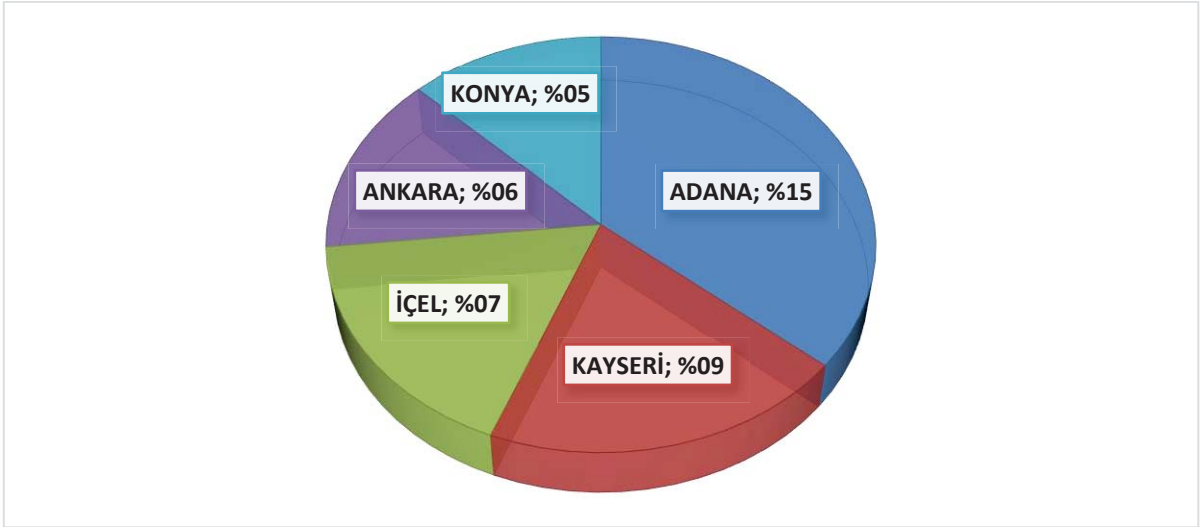
Üniversitenin akademik birimlerindeki öğrenci sayıları dikkate alınarak tüm akademik birimlere tam sayım yöntemiyle anket yapılmıştır (Tablo 7). Bu nedenle çalışmanın kapsam geçerliliği yüksek olmuştur.

Tablo 8: Ankete Katılanların Gelmiş Olduğu İllere Göre Dağılımı

GELDİĞİ İL	DAĞILIM	ORAN	GELDİĞİ İL	DAĞILIM	ORAN	GELDİĞİ İL	DAĞILIM	ORAN
ADANA	677	15,4	EDİRNE	3	0,1	MALATYA	19	0,4
ADİYAMAN	21	0,5	ELAZIĞ	14	0,3	MANİSA	20	0,5
AFYON	17	0,4	ERZİNCAN	2	0	MARDİN	16	0,4
AĞRI	12	0,3	ERZURUM	7	0,2	MUĞLA	12	0,3
AKSARAY	78	1,8	ESKİŞEHİR	11	0,3	MUŞ	3	0,1
AMASYA	8	0,2	GAZİANTEP	82	1,9	NEVŞEHİR	62	1,4
ANKARA	264	6	GİRESUN	2	0	NİĞDE	837	19
ANTALYA	74	1,7	HAKKÂRİ	2	0	ORDU	9	0,2
ARDAHAN	6	0,1	HATAY	120	2,7	OSMANİYE	112	2,5
ARTVİN	5	0,1	İĞDIR	4	0,1	RİZE	2	0
AYDIN	17	0,4	ISPARTA	8	0,2	SAKARYA	10	0,2
BALIKESİR	17	0,4	İÇEL	325	7,4	SAMSUN	23	0,5
BATMAN	10	0,2	İSTANBUL	142	3,2	SİİRT	4	0,1
BAYBURT	2	0	İZMİR	45	1	SİVAS	30	0,7
BİLECİK	4	0,1	KAHRAMANMARAŞ	76	1,7	ŞANLIURFA	40	0,9
BİNGÖL	3	0,1	KARAMAN	53	1,2	ŞIRNAK	15	0,3
BİTLİS	7	0,2	KARS	8	0,2	TEKİRDAĞ	6	0,1
BOLU	3	0,1	KASTAMONU	1	0	TOKAT	9	0,2
BURDUR	8	0,2	KAYSERİ	373	8,5	TRABZON	8	0,2
BURSA	27	0,6	KIRIKKALE	9	0,2	TUNCELİ	1	0
ÇANAKKALE	5	0,1	KIRKLARELİ	2	0	UŞAK	1	0

ÇANKIRI	3	0,1	KIRŞEHİR	22	0,5	VAN	10	0,2
ÇORUM	9	0,2	KİLİS	5	0,1	YALOVA	3	0,1
DENİZLİ	15	0,3	KOCAELİ	27	0,6	YOZGAT	41	0,9
DIYARBAKIR	15	0,3	KONYA	237	5,4	ZONGULDAK	3	0,1
DÜZCE	3	0,1	KÜTAHYA	9	0,2	BELİRTİLMEMİŞ	202	4,6

Üniversiteye tercih eden öğrencilerin illere göre dağılımı Tablo 8’de verilmiştir. Bu verilere göre il sıralamasına göre Üniversiteyi en çok tercih edenlerin başında %19 oranla (837 öğrenci) Niğde gelmektedir. Niğde’yi sırasıyla %15 ile Adana, %9 ile Kayseri, %7 ile İçel, %6 ile Ankara ve %5 ile Konya takip etmektedir (Grafik 3). Üniversiteyi tercih eden öğrencilerin illere dağılımının verildiği Tablo 8 incelendiğinde, 78 ayrı ilden öğrenci geldiği, öğrencilerin %4,6’sını oluşturan 202 kişilik bir grubun ise geldiği ili belirtmediği görülmektedir.



Grafik 3: Niğde Haricindeki Üniversiteye Öğrenci Gönderen İlk Beş İl

Üniversiteyi tercih eden öğrencilerin önemli bir kısmının çevre illerden geldikleri görülmektedir. Niğde ve Niğde’ye 250 km mesafedeki illerden üniversiteyi tercih edenlerin oranı %60,6’dır (Tablo 9). Bu veriler, öğrencilerin üniversite tercihinde kendi ailesinin bulunduğu şehirlere yakın olmasının önemli bir etken olduğunu göstermektedir.

Tablo 9: Üniversiteye 250 km'ye Kadar Mesafedeki İllerden Tercih Edenlerin Dağılımı

İL	MESAFE	ÖĞRENCİ SAYISI	ORAN (%)
NİĞDE	0	837	19
NEVŞEHİR	82	62	1,4
AKSARAY	123	78	1,8
KAYSERİ	128	373	8,5
KIRŞEHİR	173	22	0,5
KARAMAN	175	53	1,2
İÇEL	198	325	7,4
ADANA	205	677	15,4
KONYA	242	237	5,4
TOPLAM		2.664	60,6

Tablo 10: Öğrencilerin Üniversite Tercihinde Kullanmış Olduğu Tanıtım Araçları Gruplarına İlişkin Ortalamalar

TERCİHTE ETKİLİ FAKTÖR GRUBU	ORTALAMA	ORAN (%)
Üniversitelerin Geliştirdiği Tanıtım Araçları	1.874	16,66
Sosyal Medya Araçları	2.808	24,96
Bireyin Sosyal Çevresi	2.102	18,69
Bireyin Kendi Çabaları	2.200	19,56
ÖSYM ve Danışman Desteği	2.264	20,13
TOPLAM	11.248	100

Tablo 10 incelendiğinde, öğrencilerin yaklaşık %25'inin sosyal medya araçlarını, %20'sinin ÖSYM ve danışman desteğini, %19'unun kendi çabaları ile araştırma yaptıkları, %18'inin sosyal çevresini kullandığı, %16'sının ise üniversitenin geliştirdiği tanıtım araçlarını kullanarak tercihte bulunduğu ortaya çıkmıştır. Burada Üniversitenin tanıtım araçlarının tercihte en az kullanılan, sosyal medya dışındaki diğer tanıtım araçlarının ise neredeyse eşit derecede kullanıldığı sonucuna ulaşılabilir. Sosyal medya araçları ise tercihte en çok kullanılan tanıtım aracıdır.

Tablo 11: Öğrencilerin Üniversite Tercihinde Kullanmış Olduğu Sosyal Medya Dışındaki Tanıtım Araçları Gruplarına Göre Dağılımı

GRUP	TANITIM ARAÇLARI	Sayı	Hiç Etkili Değil (%)	Etkisiz (%)	Kısmen Etkili (%)	Etkili (%)	Çok Etkili (%)
Üniversitelerin Geliştirdiği Tanıtım Araçları	Kurumsal web sitelerini ziyaret ettim.	2.968	0,14	0,11	0,31	0,29	0,14
	Kurumsal web sitelerindeki tanıtım filmlerini izledim.	2.328	0,30	0,17	0,23	0,19	0,11
	Billboardları ve afişleri takip ettim	1.703	0,60	0,19	0,12	0,05	0,03
	Otobüs/metro duraklarındaki reklamlardan etkilendim	1.658	0,64	0,19	0,11	0,04	0,03
	Broşür ve katalogları inceledim.	1.795	0,42	0,20	0,19	0,13	0,06
	Promosyon malzemelerinden etkilendim.	1.577	0,61	0,21	0,11	0,04	0,03
	Üniversitelerden gelen e-postalardan bilgi aldım.	1.648	0,51	0,18	0,14	0,09	0,07
	Üniversitelerin tanıtım günlerine/tanıtım çadırlarına gittim.	1.606	0,58	0,17	0,11	0,08	0,06
	Üniversitelerde yapılan konferans/panel/seminer vb. etkinliklere katıldım.	1.587	0,58	0,18	0,12	0,07	0,06
Bireyin Sosyal Çevresi	Televizyonda yayınlanan tanıtım programlarını izledim.	1.777	0,60	0,17	0,12	0,07	0,04
	Radyolarda üniversitelere ilişkin yayınları ve reklamları takip ettim.	1.714	0,62	0,19	0,10	0,05	0,04
	Gazete/dergi haberleri, deneme sınavı eklerindeki ilan ve reklamlardan yararlandım.	1.686	0,53	0,19	0,14	0,09	0,04
	Üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerden fikir aldım.	2.694	0,18	0,09	0,23	0,25	0,25
	Arkadaşlarıma danıştım.	2.496	0,19	0,10	0,24	0,25	0,22

	Ailenin tanıdıklarından bilgi aldım.	2.247	0,23	0,10	0,21	0,23	0,22
Bireyin Kendi Çabaları	Kendim gidip ziyaret ettim.	2.448	0,30	0,15	0,21	0,19	0,15
	Öğretim üyelerini ziyaret edip yüz yüze görüşerek bilgi aldım.	1.635	0,50	0,19	0,13	0,10	0,09
	Mezunlardan bilgi aldım.	2.271	0,27	0,12	0,19	0,21	0,22
	Aile üyelerine danıştım.	2.956	0,12	0,06	0,17	0,27	0,38
	Meslek Odalarından bilgi aldım.	1.552	0,61	0,19	0,09	0,06	0,05
	İŞ-KUR'un iş ve Meslek Danışmanlarını ziyaret ederek bilgi aldım.	1.483	0,65	0,15	0,08	0,05	0,08
ÖSYM ve Danışman Destegi	ÖSYM kılavuzundan yararlandım.	3.056	0,15	0,09	0,24	0,29	0,23
	Lise/dershane rehber öğretmenlerine/psikolojik danışmanlarına danıştım	2.670	0,26	0,10	0,18	0,23	0,23
	Eğitim fuarlarına katıldım	1.858	0,52	0,17	0,14	0,10	0,08

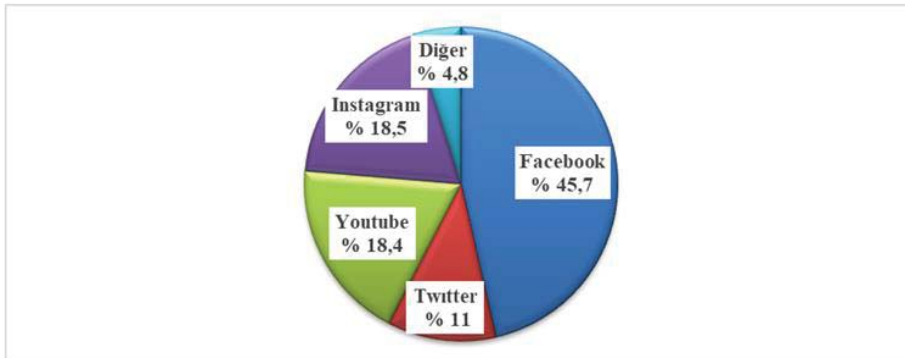
Üniversite tercihinde sosyal medya dışındaki tanıtım araçlarının etkinlik düzeylerini gösteren Tablo 11 incelendiğinde, üniversitelerin geliştirdiği tanıtım araçları içerisinde en etkili tanıtım aracının üniversitelerin web siteleri (%44), en az etkili tanıtım aracının ise promosyon malzemeleri (%7) ve otobüs/metro duraklarındaki reklamlar (%7) olduğu görülmüştür. Bireyin sosyal çevresi içerisinde ise %50 gibi en yüksek oranla üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerden etkilendiği ortaya çıkmıştır. Radyolarda üniversitelere ilişkin yayın ve reklamların ise %9 ile en az etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bireyin kendi çabaları grubu içerisinde ise en yüksek etki %65 ile aile üyeleri iken, en az etkiye sahip olan %11 ile meslek odalarından aldıkları bilgilerdir. ÖSYM Kılavuzu ve diğer danışmalar grubunda ise ÖSYM Kılavuzu %52 ile en etkili olurken, eğitim fuarları %18 ile en az etkiye sahip olan tanıtım aracı olmuştur.

Tablo 12: Tercih Sırasında Kullanılan Sosyal Medya Araçlarının Dağılımı

TÜRÜ	SAYI	ORAN (%)
Facebook	2.008	45,7
Twitter	484	11
Youtube	807	18,4
Instagram	813	18,5
Diğer	213	4,8

Öğrencilerin üniversite tercihi yaparken kullandıkları sosyal medya araçlarına göre dağılımı Tablo 12'de görülmektedir. Bu dağılıma göre öğrencilerin tercih yaparken kullandıkları sosyal medya araçları %45.7 oranla Facebook, %18.5 oranla Instagram'dır. %18.4 oranla Youtube, %11 oranla Twitter, diğer sosyal medya araçlarının oranı ise %4.8'dir.

Grafik 4: Tercih Sırasında Kullanılan Sosyal Medya Araçlarının Dağılımı



Tablo 13: Gelir Dağılımı ile Sosyal Medya Araçları Kullanım İlişkisi

GELİR GRUBU	Kişi	ORAN (%)	FACEBOOK		INSTAGRAM		YOUTUBE		TWITTER		DİĞER	
			Kişi	Oran	Kişi	Oran	Kişi	Oran	Kişi	Oran	Kişi	Oran
-1000	1.037	23,6	457	23,28	182	22,78	196	24,81	84	17,72	47	22,82
1001-2000	1.949	44,3	888	45,24	340	42,55	323	40,89	186	39,24	84	40,78
2001-3000	704	16,0	338	17,22	125	15,64	131	16,58	95	20,04	35	16,99
3001-4000	277	6,3	134	6,83	68	8,51	61	7,72	44	9,28	13	6,31
4001-5000	112	2,5	58	2,95	31	3,88	28	3,54	25	5,27	2	0,97
5001-6000	58	1,3	26	1,32	13	1,63	16	2,03	12	2,53	5	2,43
6001-7000	28	,6	14	0,71	5	0,63	7	0,89	3	0,63	2	0,97
7001-8000	17	,4	8	0,41	5	0,63	6	0,76	4	0,84	3	1,46
8001-9000	20	,5	11	0,56	10	1,25	6	0,76	5	1,05	4	1,94
9001-10000	20	,5	8	0,41	3	0,38	3	0,38	2	0,42	1	0,49
10001 +	41	,9	21	1,07	17	2,13	13	1,65	14	2,95	10	4,85
TOPLAM	4.263	97	1963	100	799	100	790	100	474	100	206	100

Öğrencilerin ailelerinin aylık ortalama gelir düzeyleri ile sosyal medya kullanım araçlarının dağılımı karşılaştırıldığında, öğrencilerin ailelerinin gelir gruplarına sosyal medya kullanım araçlarının farklılaştığı görülmektedir. Gelir seviyesi yükseldikçe twitter, gelir seviyesi düştükçe de facebook kullanım oranı artmaktadır. Tablo 13 incelendiğinde, 1001-2000 TL gelire sahip olanlarda facebook kullanımı %45.24 iken, twitter kullanımı %39.24'tür. Gelir seviyesi 10.000 TL üzerinde olanlarda facebook kullanımı %1.07 iken twitter kullanımı %2.95'e çıkmaktadır. Gelir seviyesi arttığında twitter kullanım oranı, facebook kullanım oranından daha yüksektir. Bu nedenle, gelir seviyesi ile sosyal medya kullanım araçları arasında doğrudan bir ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 14: Üniversite Tercihinde Sosyal Medya Araçlarının Etkililiği

SOSYAL MEDYA TÜRÜ	ETKİLİ (%)	ETKİSİZ (%)	TOPLAM
Facebook	73,19	26,81	100,00
Twitter	58,40	41,60	100,00
Youtube	46,13	53,87	100,00
Instagram	51,96	48,04	100,00
Diğer	71,24	28,76	100,00

Ankete katılan öğrencilerin üniversite tercihi yaparken yararlanmış oldukları sosyal medya aracının kendilerini ne derecede etkilediğine yönelik sorulara verdikleri cevapların dağılımı Tablo 14'te görülmektedir. Tablo 14 incelendiğinde, Facebook'un %70'in üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Diğer tanıtım araçları içerisinde sosyal medya en etkin tanıtım aracı olarak görülürken, sosyal medya araçları içerisinde de Facebook'un en etkili sosyal medya tanıtım aracı olarak ön plana çıktığı görülmektedir.

SONUÇ

Üniversitelerin, aday öğrencilere yönelik tanıtım/bilgilendirme çalışmalarını planlarken genel bir tanıtım/bilgilendirme stratejisi ile hareket etmek yerine, iller veya bölgeler bazında stratejiler üretebilmesinin daha iyi sonuçlar vereceği düşünülmektedir. Unutulmamalıdır ki öğrenciler, mensubu oldukları mikro ve makro çevrelerden bağımsız düşünmemekte ve ailelerinin sahip oldukları eğitim ve gelir düzeylerinden etkilenmektedirler. Bu nedenle, yapılan tanıtım/bilgilendirme yatırımlarının etkili ve verimli olması ve geri dönüşünü artırmak için, hedefleme ve bölümlendirme çalışmalarının farklı kriterler ışığında yapılması gerekmektedir.

Çalışmada ortaya konulan bulgular ile üniversite öğrencilerinin cinsiyetlerinin, yaşadıkları illerin, ailelerinin gelir düzeylerinin ve ebeveynlerinin eğitim durumlarının, onlara ulaşmada kullanılacak mecraları şekillendirebileceği görülmüştür. Öğrencilerin ailelerinin aylık ortalama gelir düzeyleri ile sosyal medya kullanım araçlarının dağılımı karşılaştırıldığında, öğrencilerin ailelerinin gelir gruplarına sosyal medya kullanım araçlarının farklılaştığı görülmektedir. Gelir seviyesi yükseldikçe twitter, gelir seviyesi düştükçe de facebook kullanım oranı artmaktadır. Bu nedenle, gelir seviyesi ile sosyal medya kullanım araçları arasında doğrudan bir ilişki olduğu söylenebilir.

“İnternetin tercih üzerinde etkili olması” beklentisi de yine alan araştırması bulgularıyla desteklenmektedir. Nitekim, TÜİK’in (http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028) 2017 yılı “Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” sonuçlarına göre evden geniş bant bağlantı ile internet erişimi olan hanelerin oranı %78,3’tür (TÜİK, 2018).Günümüzde bilgiye ulaşmanın en hızlı ve kolay yolu olan internet gençler tarafından da üniversite tercihi yapmadan önce bilgi edinmek amacıyla etkin olarak kullanılmaktadır. İnternet denilince doğal olarak ilk akla gelen kurumun resmi web sitesi olmakta; yapılan araştırmada da en etkili tanıtım aracının üniversitelerin web siteleri, en az etkili tanıtım aracının ise promosyon malzemeleri ve otobüs/metro duraklarındaki reklamlar olduğu görülmüştür. Bu bağlamda üniversitelerin internet sitelerinde gerek akademik gerekse üniversitedeki sosyal yaşamla ilgili bilgileri, akademik ve sosyal etkinlikleri, üniversitenin gerçekleştirdiği projeleri, burs olanakları, yurt ve beslenme imkanlarını kolay ulaşılabilecek şekilde yer almalıdır. Ayrıca üniversitenin web sayfasının karışık, çok renkli ve gözü yorucu olmamasına, kolay kullanımı olmasına özen gösterilmeli ve bilgiler düzenli olarak güncellenmelidir.

Üniversitelerin tanıtım çalışmaları yaparken sosyal medyaya ve web sitelerine daha fazla ağırlık vermeleri gerektiği çünkü reklam amaçlı yapılan bazı tanıtım faaliyetlerinin (billboard, otobüs durakları, promosyonlar vb.) düşünülürdüğü kadar tercihlerde etkili olmadığı, bu nedenle üniversitelerin reklam bütçelerini hazırlarken bunu da dikkate almaları önerilebilir.

Bundan sonra yapılacak çalışmalarda farklı üniversitelerden de örneklemeler seçilmesi, Niğde ili lise son sınıf öğrencileri üzerinde de benzer çalışmanın uygulanması önerilebilir. Vakıf ve devlet üniversitelerinin tanıtım araçlarını kullanmaları arasındaki farka yönelik çalışmalar da yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Akar, Cüneyt (2012), “Üniversite Seçimini Etkileyen Faktörler: İktisadi ve İdari Bilimler Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma” Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan 7(1): 97-120.
- Alkan, Neşe (2014) “Üniversite Adaylarının Bölüm Tercihleri: Bir Kariyer Araştırma Yöntemi Olarak Bölüm Tanıtımları” Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi, 5 (41): 61-74.
- Coşkunkurt, Yurdakul Elif (2013), “Üniversite Pazarlamasında İletişim Mecraları Üzerine Stratejiler: 5 İl Kapsamında Gerçekleştirilen Bir Araştırma”, İstanbul Journal of Social Sciences, ISSN:2147-3390, Fall, Issue:5, İstanbul: 1-12.
- Çerik, Şule ve Turhan Erkmen (2006) “Kurum İmajını Etkileyen Faktörlerin Algılanması ve Bu Algılamaların Beklentilerle Karşılaştırılması: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma” Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:3, Sayı:6: 1-22.
- Demirtaş, Mine (2012), “Vakıf Üniversitelerinin Tanıtım Faaliyetlerinin Öğrenci Tercihleri Üzerindeki Etkileri: İstanbul Aydın Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma”, e-Journal of New World Sciences Academy NWSA-Humanities, 4C0144, 7, (4), ISSN:1306-3111: 212-231.
- Gökdoğan, Feray (2003), “Onuncu Yılında Öğrencilerin Abant İzzet Baysal Üniversitesini Tercih Nedenleri ve Beklentileri” Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 6, Bahar: 123-135.
- Güven, Bedirhan (2014), “Yükseköğretim Kurumlarında Halkla İlişkiler Faaliyetleri: Atatürk ve Muş Alparslan Üniversiteleri Örneğinde”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.

Kalpaklıoğlu, Nur Ündey ve Yüksel Türemez (2010), “Üniversite Adaylarının Vakıf Üniversitesi Tercihlerinde Halkla İlişkiler Çalışmalarının Etkisi, AMBYO Dergisi, 17: 47-58.
TÜİK , (2018), http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028

VERİMLİLİK VE İHRACAT İLİŞKİSİ: BORSA İSTANBUL'DA İŞLEM GÖREN FİRMALAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA (2008-2016)

Abdulvahap ÖZCAN¹

Özet

Firma düzeyinde verimlilik ile ihracat arasındaki ilişki, borsa İstanbul'da faaliyet gösteren 98 firmanın 2008-2016 dönemi verileri ele alınarak incelenmiştir. Teoriye uygun olarak firmanın ihracat yapmamasının verimlilikteki değişmeyi etkileyip etkilemediği araştırılmıştır. Bunun için oluşturulan modelde işgücü verimliliği, bağımlı değişken olarak kullanılmıştır. Açıklayıcı değişken olarak da ihracat kullanılmıştır. Araştırmada sabit etkiler panel veri yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre ihracat firmaların verimliliğindeki değişmeyi pozitif olarak etkilemektedir. Araştırmada verimliliğe etki eden ihracat dışında kontrol değişkeni olarak firma büyüklüğü ve çevresel faktörleri temsilen kriz kukla değişkeni de kullanılmıştır. Ayrıca ihracat düzeyi ile verimlilikteki değişme de test edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İhracat, Verimlilik, Panel Veri Analizi, Borsa İstanbul

Jel Sınıflandırılması L25, C33, F14, F16

RELATIONSHIP BETWEEN EFFICIENCY AND EXPORT: A STUDY ON FIRMS QUOTED ON THE ISTANBUL STOCK EXCHANGE (2008-2016)

Abstract

The relationship between firm level productivity and exports was examined by taking into consideration the data for the period of 2008-2016 of 98 firms quoted on the Istanbul Stock Exchange. In accordance with the theorem, it was researched whether the firms' exports affect the change in the productivity. In the model formed for this purpose, the labor productivity was used as the dependent variable, whereas the export was used as the explanatory variable. Fixed effects panel data method was used in this study. According to the results obtained, export affects positively the change in productivity of firms. Apart from export affecting productivity in the research, firm size as a control variable and crisis dummy was used to represent environmental factors. The change in the export level and the productivity was also tested.

KeyWords: Export, Productivity, Panel Data Analysis, Istanbul Stock Exchange

Jel Classification: L25, C33, F14, F16

¹Doç. Dr. Pamukkale Üniversitesi İİBF, aozcan@pau.edu.tr

GİRİŞ

Ekonomi literatüründe dış ticaret ile verimlilik arasındaki ilişki oldukça eskidir. Klasik ve Neo-Klasik İktisat Okulun geleneksel ekonomik büyüme teorisi, ihracattaki artış ile ekonomik büyüme arasında güçlü bir ilişkinin var olduğunu kabul etmektedir. Bu teori açısından uluslararası ticaretin genişlemesi bir yandan verimliliği arttırırken, diğer yandan ihracat ürünleri üretiminde uzmanlaşmayı teşvik etmektedir. Bu uzmanlaşma dolayısıyla da ihracat sektörlerinde genel beceri düzeyinin yükseldiği görülmektedir (Ghartey, 1993:1145). Bu bağlamda, gerek birinci sanayi devrimi sonrasında ülkelere gerekse de 1980’lerde birçok iktisatçı tarafından Türkiye ve diğer gelişmekte olan ülkelere yapıldığı gibi, ticaret kısıtlamalarının azaltılması ve uluslararası ticaretin dış rekabete açılması fikirlerini içeren, piyasa uyumlu büyüme stratejileri tavsiye edilmiştir. Bu çerçevede, ortaya çıkan dışa dönük sanayileşme veya ihracata dayalı büyüme (Export Leading Growth) fikrine göre, itici güç dış talepten kaynaklanmaktadır. Dinamik karşılaştırmalı üstünlüklere dayanan bu stratejinin en belirgin özelliği, üretimin dünya piyasaları için yapılması ve dolayısıyla ihracatın arttırılmasıdır (Edwards, 1993:1358–1359). Ekonomik büyümenin anahtarı endüstrinin rekabet edebilirliğinin gelişmesine bağlıdır. Rekabetin gelişmesi ise firmanın verimlilik sürecindeki yenilikçi faaliyetlere ve dış ticarete girmesine bağlıdır (Ayadi and Matoussi, 2014:5). Makro ekonomik olarak büyüme kavramı mikro temele dayalı firmanın ve endüstrinin büyümesine bağlıdır. Bunun için ise firmanın verimli faaliyette bulunması ve verimliliğini arttırması temel amaçlardan biri haline gelmektedir. Firma verimliliği ise pazar büyüklüğü, işgücünün uzmanlaşma ve beceri düzeyine, sermaye yoğunluğuna, firmanın ortalama büyüklüğüne ve otomasyon gibi bir takım faktörlere bağlıdır.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde mikro temellere dayalı büyüme ve rekabet gücünün anahtarı olan verimliliğin dış ticaret ya da özelde ihracat ilişkisi teorik olarak ele alınacak olup ardından konu ile ilgili literatür incelemesine yer verilecektir. Daha sonra ekonometrik model tanıtımının ardından veri setinin tanıtımı yapılacaktır. Ardından ise ekonometrik tahmin sonuçlarına yer verilecektir. Çalışma sonuç bölümü ile tamamlanacaktır.

I. VERİMLİLİK VE İHRACAT İLİŞKİSİ

Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde geleneksel teorik ve uygulamalı çalışmaların son dönemlerde yapılan çalışmalardan farklı olduğu görülmektedir. Geleneksel çalışmalar ağırlıklı olarak makro yaklaşım içermektedir. Bu çalışmalarda toplulaştırılmış veriler üzerinden değerlendirme yapılarak ihracat ile toplam faktör verimliliği arasındaki ilişkinin yönü belirlenmeye çalışılmaktadır.

Öte yandan daha yeni araştırmalar ihracat ile verimlilik arasındaki ilişkiyi firma düzeyinde ele almaktadır. Bu yaklaşımlardan ilki “self selection” olarak adlandırılan kendi seçimi yaklaşımıdır. Bu yaklaşıma göre dış pazarlara açılmanın batık maliyetlerini ancak verimli çalışabilen firmalar üstlenebilir. Dolayısıyla bu firmalar dış piyasalara açılır ve bunun sonucunda da ihracat verimliliğe ilave bir etki yaratabilir (Clerides vd., 1998:2; Minondo, 2014:3). Ancak başlangıçta zaten firmanın kendisi verimli çalışmaktadır. Melitz (2003) yapmış olduğu çalışma ile bu yaklaşımı doğrulamaktadır. Sabit maliyetlerin varlığından dolayı dış ticarete ancak en verimli firmalar yönelebilmektedir. Daha sonra ise endüstri düzeyinde verimlilik bir bütün olarak yükselmektedir. Çünkü daha az verimli çalışabilen firmalar piyasayı terk etmek zorunda kalabilmektedir.

Dış ticaret ile verimlilik ilişkisi “learning by exporting” ya da “ihracat yoluyla öğrenme hipotezine” ile de açıklanmaktadır. Buna göre ihracat, firmanın yönetim sisteminde iyileşmeye gitmesine katkı sağlayarak dış piyasalarda firmaların yeni yönetim tekniklerini ve iş yapma biçimlerinin öğrenilmesi yoluyla verimliliğini artırabilmektedir (Clerides vd., 1998:3 ;Bağcı, 2010:2). Verimlilik artışı ve çalışanların yeteneklerinin gelişmesi durumu, ekonomik büyüme açısından nispeten etkin olamayan ticaret dışı sektörlerden daha verimli kaynak kullanan ihracat

sektörlerine doğru kaynakların yeniden dağılımına neden olabilmektedir. Ayrıca dış ticaret, gelişmiş teknolojilerin girişine, yaparak öğrenmeden doğan kazancın ortaya çıkmasına ve daha iyi yönetim uygulamalarının ülke girişine için gerekli olan alt yapının hazırlanmasına olanak sağlar (Moosa, 1999: 903; Giles ve Williams, 2000:3; Panas ve Wamvoukas, 2002:731). Her şeyden önce, dış ticaret gelişmiş ülkelerden daha az gelişmişlere doğru teknoloji transferini kolaylaştırmakta ve teknolojinin az gelişmiş ülkelere daha kolay uygulanmasına ve özümsemesine katkı sağlamaktadır. Göreli olarak az gelişmiş ülkelere teknoloji transferinin doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve teknolojinin taklit edilmesi şeklinde olduğu görülmektedir (Keller, 2000:18).

Bir diğer yaklaşım ise dış ticaretin “ölçek ekonomileri” sağlamasıdır. Firmanın daha geniş bir piyasada daha büyük bir taleple karşılaşması ve daha fazla üretim yapabilecek olması nedeniyle ihracat, verimliliği artırmaktadır (Ghartey, 1993:1145; Bağcı, 2010:2). Bunun yanında firmanın dış piyasalarda daha yoğun rekabetle karşı karşıya kalması da firmanın “disipline edici ithalat hipotezi” çerçevesinde verimliliğini artırmaktadır (Bağcı, 2010:2). Yoğun rekabetle karşı karşıya kalan firmalar daha hızlı gelişmek zorunda kalacaklardır. Artan rekabet firmalar üzerinde maliyetleri düşürme ve üretimi artırma etkisine yol açacaktır (Kunst ve Marin, 1989:701),bu baskı firmaların daha hızlı yenilik yapmalarına da zemin hazırlamaktadır (Holmes ve Schmitz 2001:420; Kunst ve Marin, 1989:701). Dış ticaret yaparak öğrenme ve teknoloji transferi aracılığıyla beşeri sermaye ve fiziki sermayenin oluşumuna da katkı sağlayarak büyümeyi olumlu etkilemektedir. Zamanın etkin kullanımı sağlanmaktadır (Ghartey, 1993:1145).

II. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Çalışmanın bu kısmında dış ticaret ya da özelde ihracat ile verimlilik ilişkisi çerçevesinde literatürde yer alan çok sayıda çalışmanın bir kısmına burada yer verilecektir. Literatürde yapılan son çalışmalardan biri olan Berthou vd., (2015) çalışmalarında, Avrupa ekonomileri arasında üretkenlik ve ihracat performansı arasındaki bağlara odaklanarak, rekabetçiliğin ülkeler arasında yeni bir değerlendirilmesini yapmaktadırlar. Çalışmada 2000’li yıllar boyunca 15 ülkeden 23 farklı imalat sanayindeki firma verileri toplanarak, ihracat performansı ve verimlilik ilişkisi incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre ihracatçıların ihracatçı olmayanlara göre daha verimli oldukları tespit edilerek, verimlilik kazancının ihracat deneyimiyle birlikte arttığı ileri sürülmektedir. Firma verimliliğindeki artışın firmanın hem ihracat miktarını hem de ihracatının büyüme oranını artırdığını ifade etmektedirler. Ayrıca her ülkede toplam ihracatın büyük bölümünü az sayıda verimli çalışan firmalar tarafından gerçekleştirdiğini belirtmektedirler. Kriz dönemi boyunca Avrupa’da stresli ekonomilerin ödemeler dengesini ayarlama etken olan ihracat büyümesini verimli firmalar tarafından gerçekleştirildiğini ileri sürmektedirler.

Arvas ve Uyar (2014) 2003-2008 yıllarını kapsayan bir dönem için Türk İmalat Sanayinde ihracatın verimlilik üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Çalışmalarında iki aşamalı bir yöntem takip etmişlerdir. İlk olarak Cobb-Douglas Fonksiyonundan hareketle Olley ve Pakes’in yarı parametric yöntemini kullanarak toplam faktör verimliliği değişkenini elde etmişler. Bu yöntemi kullanmalarının gerekçesi olarak da OLS ile girdilerin ağırlıklı toplamıyla verimlilik tahmininin eşzamanlılık (simultaneity biases) ve seçim (selection biases) yanlılıklarına neden olmasını göstermektedirler. İkinci aşamada ise sabit etkiler panel veri yöntemi kullanarak verimlilik ile net ihracat arasında ilişkiyi ele almışlardır. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre net ihracatçıların verimlilik düzeyinin net ithalatçı firmalara göre daha düşük olduğunu göstermektedir. Bunun gerekçesi olarak sanayilerin ithalat pazarlarında daha fazla rekabete maruz kalmalarının verimliliği artırdığına bağlanmaktadır.

Bir diğer çalışmada ise Ayadi ve Matoussi (2014), 2004-2006 dönemi için Tunus’taki 1323 imalat sanayi firması üzerinde üretkenlik ile ihracat arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Özellikle daha üretken firmaların ihraç pazarlarını kendilerinin seçip seçemeyeceğini ve ihracatın öğrenme etkisi yoluyla üretkenliklerini geliştirip geliştiremeyeceklerini belirlemeyi amaçlamışlardır. Ayrıca yenilik ve ihracat ilişkisini de ele almışlardır. Çalışmalarında uzun dönemde fason üretim yapısı gibi rejimlerin hakim olduğu tekstil ile elektronik sektöründe ihracat yoluyla öğrenme etkisi

eğiliminde belirgin bir düşüş yaşandığını belirlemişlerdir. Ayrıca, öğrenme eğiliminin tarım-gıda sanayilerinde olduğu gibi ihracat hedefinden de etkilenebileceğini tespit etmişlerdir.

Malezya imalat sanayinde firma büyüklüklerine göre ihracat ile verimlilik arasındaki ilişkinin ele alındığı çalışma ise Lee (2014) tarafından yapılmıştır. Lee (2014), panel veri yöntemi kullanarak yaptığı amprik çalışmada ihracatçı firmaların ihracatçı olmayanlara göre daha üretken olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ancak firma ölçeği büyüdükçe söz konusu verimlilik farkı önemsiz hale gelmektedir. Yani Lee çalışmasında verimlilik dikkate alındığında ihracat seçiminin küçük firmalar açısından bir bağlayıcılık unsuru olduğunu ortaya koymaktadır. Nispeten küçük ölçekli firmaları ihracata teşvik eden politikalar olarak ise beşeri sermaye ve yabancı sermayenin önemine vurgu yapmaktadır.

Hansen (2010)'in yapmış olduğu çalışmada ise firma düzeyindeki verimlilik ile ihracat faaliyeti arasındaki ilişki incelenmektedir. Çalışmasında Hansen (2010), 1994-2003 dönemi için Alman ve Avusturya ekonomilerini birlikte ele almıştır. Çalışmada ihracatçı firmaların ihracatçı olmayan firmalara göre %40 oranında daha verimli çalıştıklarını belirlemiştir. Ayrıca ihracat yapan firmaların yapmayanlara göre verimliliklerinde yıllık ortalama %1-1,5 oranında bir artış olduğunu da belirlemiştir. Firmaların kendi seçim hipotezi yaklaşımı ve dış piyasalarda faaliyette bulunmaları yani dış rekabet nedeniyle verimliliklerinde artış olduğunu sonucuna ulaşmıştır.

Peluffo (2012) ise çalışmasını, Uruguay'da 1988-2005 dönemi için imalat sanayi firmaları üzerine yapmıştır. Peluffo (2012)'nin çalışmasında, ara malı ithalatının ve ihracatın verimlilik üzerindeki etkisini ve nitelikli işgücü talebini araştırmıştır. Çalışmasında geleneksel en küçük kareler yöntemini kullanmış olmakla beraber firma farklılıkları için quantil regresyon ve nedensellik analizi için ise treatment effects (davranış etkisi) tekniğini de kullanmıştır. Çalışmanın bulgularına göre ihracat ve ara malı ithalatındaki artış, verimlilik ve yetenekli işgücü talebi artışını da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle dış ticaret faaliyetlerinin ve işgücü eğitiminin böylelikle verimlilik artışı ve daha iyi iş fırsatları suması bakımından özendirilmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Diğer sosyal politikalarla birlikte ücret eşitsizliklerinin giderilmesine katkıda bulunacağını ileri sürmektedir.

Şili Ekonomisi örneklemini inceleyen bir diğer çalışma ise Kasahara ve Lapham (2012) tarafından yapılmıştır. Kasahara ve Lapham (2012) çalışmalarında; firmaların, çıktılarını ihraç edip etmeyeceğini ve kullandığı ara girdileri ithal edip etmeyeceğini eş anlı olarak seçen farklı nihai mallar üreticilerin yer aldığı bir açık ekonomi modeli geliştirmişlerdir. 1990-1996 dönemi için imalat sanayindeki firma düzeyindeki veriler kullanılarak yapısal model belirlenmeye çalışılmıştır. Model çerçevesinde elde edilen bulgulara göre gerek nihai malların ihracatından gerekse de ara malları ithalatından dolayı ticaretin verimlilik ve refah kazancı sağladığı görülmektedir.

Mukim (2011) ise Hindistan Ekonomisinde 1990-2008 dönemi için 8000'den fazla imalat sanayi firmasını kapsayan bir örneklem ile ihracat ve verimlilik ilişkisini ele almıştır. Çalışmada firmalar arasında ihracat ile verimlilik arasındaki ilişki ve firmalarda ihracata başlama ile verimlilik ilişkisi incelenmiştir. Temel model olarak Cobb-Douglass üretim fonksiyonu kullanılarak verimlilik değişkeni elde edilmiştir. Ayrıca ihracat yapan ve yapmayan firmalar ile ihracata başlamanın firma düzeyindeki etkileri modellenmiştir. Elde edilen bulgulara göre hem firma içinde hem de firmalar arasında ihracatın verimlilikte bir sıçramaya yol açtığı şeklindedir. İhraç pazarına girişin başlangıçta firma performansına pozitif etkisi olduğunu belirtmektedir. Fakat ilerleyen dönemlerde ihracatla öğrenmenin etkisinin devamlılığı konusunda yeterli kanıt olmadığını ileri sürmektedir.

Ifwarsson (2010), uluslararası ekonomi literatüründeki pek çok çalışmada dış ticaretin büyüme üzerinde büyük bir pozitif etkiye sahip olduğuna vurgu yapmaktadır. Teorik açıdan ihracat ve ithalatın verimlilikteki artışa yol açan aynı zamanda da verimlilikteki artışın da ihracatta artışa yol açan birçok faktörün olduğunu belirtmektedir. İhracat ve verimlilik arasında güçlü ilişki olduğunu gösteren önceki çalışmalarda farklı yönlerde endojen sonuçlar elde edilirken ekzojenlik varsayımını sorgulayan daha yeni çalışmaların amprik bulgularının ise çok net olmadığı, farklı bulgular elde edildiği ileri sürülmektedir. Çalışmasının uygulama bölümünde ise Johansen koentegrasyon yaklaşımı ve hata düzeltme modeli ile kısa dönem granger nedensellik testleri

yardımları ile beş OECD ülkesinde toplam ihracat, ithalat ve toplam faktör verimliliği arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırma sonucunda iki durum dışında, uzun dönemde ilişkilerin zayıf bir şekilde desteklendiğini ve ticarete bağlı üretkenlik artışlarının güçlü bir şekilde desteklenmediğini tespit etmiştir. Çalışmasında sonuçların genellikle ülkeler arasında değişkenlik göstereceğini ve kısa dönem etkileri incelendiğinde de daha kesin sonuçların elde edilemeyeceğini iddia etmektedir. Ayrıca çalışmasından elde edilen sonuçların heterojenlik gösterdiğini, ticaretin ve özellikle de ihracatın verimlilik artışını olumlu etkilediği varsayımının sorgulanmaya değer olduğunu vurgulamaktadır.

Kore Ekonomisinde 1980-2003 dönemi için ihracat ve ithalatın toplam faktör verimliliği üzerindeki etkisini ise Kim, Lim ve Park (2007) çalışmalarında ele almışlardır. Çalışmalarında VAR analizi ve hata düzeltme modelini kullanmışlardır. Analiz sonucunda ithalattan toplam faktör verimliliğine (TFV) doğru pozitif bir granger nedensellik ilişkisi tespit edilirken ihracattan TFV'ye doğru pozitif bir ilişkiye rastlanmamıştır. İthalatın TFV üzerindeki pozitif etkisi yalnızca ithal mallarının rekabetçi baskısından kaynaklanmadığını; aynı zamanda gelişmiş ülkelerden yapılan sermaye malları ithalatının da içerilmiş teknoloji transferi özelliği taşımasının da pozitif bir etkisinin olduğunu vurgulamaktadırlar.

Fryges ve Wagner (2007), birçok mikro ekonometrik çalışmada ihracat yapan firmaların ihracat yapmayan firmalarla karşılaştırıldığında daha verimli olduklarını belirtmektedir. Öte yandan önceki çalışmalarda, ihracat yapmanın verimlilik artışı sağlamanın her zaman kesin olmadığını dile getirmektedirler. Bunun nedeni olarak ise önceki birçok çalışmanın ihracat yapan ve yapmayan şeklinde firmanın ihracat durumu ile verimlilik büyümesi arasındaki ilişkiyle sınırlı olmasına bağlanmaktadır. Fryges ve Wagner (2007) çalışmalarında yeni geliştirdikleri genelleştirilmiş eğilim skoru (GPS) yöntemini kullanarak farklı bir yaklaşım sunduklarını iddia etmektedirler. Söz konusu yeni yöntem ile Alman firmalarının ihracat-satış oranı ile emek verimliliği artış oranı arasındaki ilişkiyi test etmişler ve ihracat faaliyetinin verimlilik artışı üzerinde etkisi olduğunu sonucuna varmışlardır.

Batık maliyetlerin önemine vurgu yapan Bellone vd., (2007) ise firma verimliliği ve ihracat arasındaki ilişkide yabancı piyasalara giriş için batık maliyetlerin temel unsur olduğunu vurgulamaktadırlar. Bunun için Fransız imalat sanayindeki firmaları kapsayan geniş bir veri seti kullanılarak batık maliyetlerin yeni ihracatçı firmaları nasıl etkilediği değerlendirilmeye çalışılmıştır. Analiz sonucunda firmaların üretkenlik eğrilerinin U şeklinde olduğu sonucuna varılmıştır. Verimliliğin ihracata başlanmasıyla öncelikle düştüğünü saha sonra ise arttığını tespit etmişlerdir. Bu ilişkinin yoğun ihracat yapan firmalarda ya da sermaye yoğun veya teknoloji yoğun firmalarda daha belirgin olduğunu tespit etmişlerdir.

Sjöholm (1997), Endonezya ekonomisi için işletmelerin uluslararası ticarete katılımının verimliliği etkileyip etkilemediğini araştırmıştır. Mikro veriler kullanarak yapılan çalışmada ihracat veya ithalat yapan işletmelerin nispeten yüksek verimliliğe sahip olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca çalışmada ihracat artışı ile verimlilik artışı arasında yüksek bir ilişkiye rastlanırken ithalat ile verimlilik arasındaki sonuçların çok net olmadığı da vurgulanmaktadır.

Wong (2006) kendi çalışmasının, piyasalarını küresel rekabete açan ülkelerin verimlilikleri üzerindeki etkilerini inceleyen amprik ekonomik literatürün bir parçası olduğunu belirtmektedir. Wong (2006) çalışmasında 1997-2003 döneminde Ekvator'da ticari serbestleşmenin imalat sanayi firmalarının verimliliklerini artırıp artırmadığını amprik olarak incelenmektedir. Amprik modellemede Cobb-Douglass üretim fonksiyonundan hareketle verimlilik endeksi elde edilmiş ve çalışmanın amacına uygun olarak verimlilik endeksi ile ticari serbestleşmeye ilişkin değişkenler arasındaki ilişki ele alınmıştır. Çalışmada en küçük kareler ve GMM yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada hem ihracatçıların hem de ithalata rakip yurtiçi sektörlerin ticari serbestliğe nasıl tepki verdiğine özellikle vurgu yapılmaktadır. Dışa açılmanın gıda imalatı, mobilya, konfeksiyon ve deri gibi kimi imalat sanayi sektörlerinde toplam verimliliği artırdığı görülmüştür. Toplam verimlilikteki artışın hem pazar genişlemesine bağlı olarak üretim artışından hem de dış piyasalardaki rekabetin sonucu olarak firmaların kendi verimliliklerindeki artışından kaynaklandığı belirtilmektedir. Wong (2006), ticari serbestleşmenin özellikle ihracata yönelik imalat sanayi

firmalarında verimliliği olumlu şekilde etkilediğinin yaptığı çalışma ile kanıtlandığını belirtmektedir.

Park ve Others (2006) çalışmalarında, 1997 Asya finansal kriziyle bağlantılı olarak ihracat talebi şoklarının Çin ihracatçılarına nasıl etkilediğini 1995-2000 dönemi için panel veri yöntemi ile analiz etmişlerdir. Çalışmada basit anlamda çıktı ile ihracat ilişkisi en küçük kareler ile tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bunun için Cobb-Douglass üretim fonksiyonundan yararlanılmıştır. Ayrıca firmaların ihracat yaptığı yerlere bağlı olarak firmaya özgü döviz kuru şoku değişkenleri oluşturmuşlardır. İhracat ile ekonomik şoklar arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca döviz kuru şoku ile ekonomik şoklar arasındaki ilişki incelenmiştir. Bunların verimlilik ile ilişkisi ele alınmıştır. İhracat büyümesinin firma performansını ölçen diğer unsurlar kadar firma verimliliğini artıran önemli bir araç olduğunu belirtmektedirler. Ulusal parası büyük ölçüde değer kaybeden ülkelerin ihracatlarının daha yavaş arttığını ve ihracatın ise verimliliği artırdığını belirlemişlerdir. İhracatla öğrenme hipotezine uygun olarak da gelişmiş ülkelere yapılan daha büyük miktarlardaki ihracatın firmaların verimliliklerini artırdığını da gözlemlemişlerdir.

Wagner (2005), ülkeler ve sanayiler için genel olarak büyümeyi ve üretkenliği artırmada ihracatın rolünü araştırmıştır. Wagner çalışmasında 1995-2004 dönemine ilişkin 33 farklı ülkeden 45 mikro ekonomik temelli amprik çalışmanın stratejilerini ve bu çalışmaların sonuçlarını incelemiştir. Yapmış olduğu analitik çalışmanın sonucunda ihracatçı firmaların ihracatçı olmayanlara göre daha verimli olduklarını tespit etmekle birlikte ihracatın tek başına verimliliği artırıp artırmadığını kesin olarak belirlenemediğini tespit etmiştir.

Çalışmanın bu kısmında yer verilen son çalışma ise Yang (2003)'a aittir. Yang (2003), Tayvan elektronik sektöründeki firmalar üzerinde panel veri yöntemi ile ihracat ile verimlilik arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Çalışmasında ihracat ile verimliliğin eş zamanlı sevilere pozitif ilişkili olduğunu ileri sürmektedir. Çalışmanın amprik bölümünde yapılan nedensellik testleri ile verimlilikten ihracata doğru ve tam tersine ihracattan da verimliliğe doğru bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Bunun nedenini ise firmaların kendi seçimi (self selection hypothesis) ve ihracatla öğrenme (learning by exporting) hipotezine bağlamaktadır. Ancak ihracatla öğrenme etkisinin boyutunun daha düşük olduğunu da ifade etmektedir. Öte yandan ihracatın, firmaların verimlilik artışı üzerinde olumlu bir etkisi olsa da, dış pazara girdikten sonra bu etkinin yavaş yavaş azaldığını da tespit etmiştir.

III. VERİMLİLİK VE İHRACAT İLİŞKİSİ MODELİ

Verimlilik ile dış ticaret ya da bu çalışmada planlanan hali ile verimlilik ile ihracat arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların büyük bir çoğunluğunun hareket noktası Cobb Douglas üretim fonksiyonudur.

$$Y=A.K^{\alpha}L^{\beta} \quad (1)$$

Bu fonksiyonda A terimi toplam faktör verimliliğini göstermektedir. Y çıktıyı, K sermaye stokunu ve L ise emek değişkenini göstermektedir. K ve L'nin üzerindeki terimler ise emek ve sermayenin üretimdeki payını ya da marjinal esneklikleri ifade etmektedir.

Ancak söz konusu bu model özellikle makro modellemelerde ve zaman serisi kullanımlarında uygun olsa da mikro ekonometrik çalışmalarda K ile ifade edilen sermaye stokunun hesaplanması oldukça zor ve güvenilirliği tartışma götürmektedir. Zaman serisi analizlerinde aralıksız envanter yöntemi sıklıkla kullanılmaktadır. Geçmiş dönemde yapılan yatırımlardan hareketle cari dönem sermaye stoku hesaplanmaktadır. Sermaye stokunda meydana gelen aşınmalar ise düşülmektedir (Saygılı vd., 2005: 15). Ancak bu yaklaşımla sermaye hesaplamasında firmalar açısından bakıldığında sermayenin kullanım süresinin geçmiş dönem sermaye stokundan düşülmesi gerekmekte ki her bir firma için bunun belirlenmesi güçlük arz etmektedir. Ayrıca cari dönem sermaye stoku, geçmiş dönem sermaye stokundan hareketle hesaplanmaktadır. Bunu için bir başlangıç dönemi sermaye stoku hesaplanması gerekmekte ve

bunun içinde kullanılan yöntemde uzunca bir zaman serisi içeren yatırım tutarlarına ihtiyaç vardır. Sermayenin büyüme oranı sorunu da ortaya konması gereken bir başka sorunu teşkil etmektedir. Bu sakınca dikkate alındığında elde edilen TVF değişkeninin doğruluğu şüpheli hale gelebilmektedir. Bu nedenle tarafımızdan yapılan bu çalışmada verimlilik değişkeni olarak emek verimliliğini kullanan çalışmalar dikkate alınmıştır.

Yukarıda bahsedilen nedenden dolayı bu çalışmada Wagner (2005) ve Peluffo(2012)'nin araştırmasında kullandığı model, temel model olarak alınmıştır. Peluffo'nun modeli aşağıda yer almaktadır.

$$\ln P_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{it} + \beta_2 \text{Size}_{it} + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Bu modelde P_{it} performans ölçütü olarak ele alınmaktadır ve t zamanındaki i'inci firmanın verimlilik, istihdam veya yetenekli işgücüne ödenen ücretler gibi değişkenleri temsil etmektedir. Kukla değişkeni olarak kullanılan ve 0 veya 1 değerlerini alan X_{it} değişkeni ise dış ticaret değişkeni olarak kullanılmakta olup firmanın ihracat ve ithalat yapıp yapmadıklarını göstermektedir. Kontrol değişkeni olarak firma büyüklüğü kullanılmış ve Size_{it} ile gösterilmiştir. λ_t ile firmanın faaliyette bulunduğu çevrede meydana gelen şokları temsil etmektedir.

IV. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ, VERİ VE DEĞİŞKENLER

Panel veri yöntemi tekniği heterojen özelliklere sahip bireyler, firmalar ve ülkelerle ilgili zaman içinde araştırmacılara hem sonuç hem de tahmin teknikleri açısından önemli avantajlar sunan bir yöntemdir. Bu yöntem zaman boyutundaki karar birimlerinin heterojen özelliklerini dikkate almaktadır. Kısa zaman ve/veya az sayıda kesit gözlem durumlarında bile analiz fırsatları sunmaktadır. Özellikle tek başına zaman serisi veya tek başına yatay kesit analizi yapmakta zorlanan araştırmacılar panel veri tekniği ile analiz yapma fırsatına kavuşmaktadırlar (Kök ve Şimşek, 2011:3). Bu sayede belirli bir zaman aralığı içinde karar birimleri arasındaki davranış farklılıkları belirlenebilmektedir (Greene, 2002:284). Panel veri analizinin zaman serisi ya da yatay kesit analizlerine göre bir takım avantajları bulunmaktadır (Sun ve Parikh, 2001:190):

- gözlem sayısı daha fazladır,
- daha fazla bilgi ve değişken eklenmekte
- mevcut veriler hem zaman hem kesit boyutundan değerlendirilmekte
- içsellik ve sınırlı belirlenme sorunlarının araştırılmasına ve çözümüne sabit ve tesadüfi etkiler gibi modellerle katkı sağlayarak ekonometrik zenginleşmeyi sağlar.

Genel anlamda bir panel veri modeli aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Greene, 2002:85):

$$Y_{it} = \alpha_i + \beta X_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4)$$

Bu modelde X değişkenleri, t=1, 2, ..., n zaman birimini ve i=1, 2, ...,G kesit birimleri temsil etmektedir. Hata teriminin ortalaması sıfır ve sabit varyanslı olduğu varsayımı söz konusudur. β ise model tarafından belirlenmeye çalışılan eğim katsayılarıdır. Panel veri analizlerinde sıklıkla sabit etkiler modeli (FEM) ve rassal etkiler modeli (REM) kullanılmaktadır. FEM'de α_i grup-spesifik sabit terimi olarak belirlenmektedir ve zamanla değişmemektedir. Zamana göre değişmemesi, birimlere göre değişmediği anlamına gelmemektedir. Sabit terim birimlere göre değişebilmektedir. Birimlerdeki farklılıklar, sabit terimdeki farklılıklarla ortaya konmaya çalışılmaktadır. Oluşturulan modelde birimlerdeki davranış farklılıkları bağımsız değişkenlerle ilişkili olmayabilir. Böyle bir durumda sabit terimlerin birimlere göre rassal olarak dağılması daha uygun görüşü öne çıkmaktadır. Bu yaklaşımı esas alan model ise REM olarak bilinmektedir (Greene, 2002:285-286). Panel veri analizlerinde FEM ve REM, en çok başvurulan yaklaşımlar olması nedeniyle bu iki modelden hangisinin kullanılacağı sorusu gündeme gelebilmektedir. Bu durumda karar kriteri ise şu şekilde ortaya konabilir. Regresyon denkleminin sabit terimi tüm yatay kesitler için ve tüm dönemler boyunca sabit kalıyorsa sabit etkiler modeli

geçerlidir. Sabit terimin yatay kesitler ve tüm zamanlar için farklı olduğu durumda rassal etkiler modeli geçerlidir (Ata ve Ağ, 2010:54).

Çalışmada yönteminin uygulanmasında Eviews 9.0 paket programından yararlanılmıştır.

Çalışmada Borsa İstanbul'da faaliyette bulunan 2008-2016 dönemine ilişkin aralıksız faaliyette bulunan ve verilerine ulaşılabilen 98 firmanın verilerini kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler, Kamuoyu Aydınlatma Platformunun (KAP) resmi internet sitesinden alınmıştır. Diğer çalışmalardan farklı olarak bu çalışmada verimliliği temsil eden değişken olarak Wagner (2005) ile Fryges ve Wagner (2007)'in kullandığı değişken temel alınarak firma satışlarının firmanın istihdamına oranı değişkeni kullanılmıştır (satışlar/çalışan işgücü sayısı). Açıklayıcı değişken olarak ve dış ticareti temsilen ihracat değişkeni kukla değişken olarak kullanılmıştır. Firma t döneminde ihracat yapıyorsa 1, ihracat yapmıyorsa 0 olarak alınmıştır. Firma büyüklüğünü temsilen kullanılan ölçek değişkeni ise aktiflerin doğal logaritması alınmak suretiyle elde edilmiştir. Firmanın faaliyette bulunduğu çevrede zaman içinde meydana gelen şokları ölçmek için ise zaman kukla değişkeni kullanılmıştır. Ayrıca ihracat değişkeni de düzey değer olarak modellemede kullanılmış olup firmanın yalnızca ihracat yapıp yapmaması değil, aynı zamanda ihracat düzeyinin etkisi de görülmek istenmiştir. Tablo 1.'de çalışmada kullanılan değişkenler yer almaktadır.

Tablo 1. Çalışmada Kullanılan Değişkenler

Log(Ver)	i'inci firmanın t zamanında satışlarının işgücüne oranı. Verimliliği temsil eden bu değişkenin logaritması alınarak modelde kullanılmıştır
Dum _{ihr}	i'inci firma, t zamanında ihracat yapıyorsa 1, ihracat yapmıyorsa 0 değerini alan kukla değişken
İhracat	i'inci firmanın t zamanında yapmış olduğu ihracat düzeyi
Dum _{kriz}	T zamanında ekonomik çevrede meydana gelen beklenmeyen nitelikteki olay kukla değişkeni. Çalışmada 2009 krizi bu değişken ile temsil edilmiştir.
log _{Aktif}	Kontrol değişkeni olarak i'nci firmanın aktiflerinin logaritması kullanılmıştır

Kaynak: Tablodaki veriler tarafımızdan oluşturulmuştur.

V. ANALİZ SONUÇLARI

Eviews 9.0 paket programı yardımıyla panel veri yöntemi sonuçları elde edilmiştir. Çalışmanın bulgularına geçmeden önce kullanılan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler aşağıda Tablo 2.'de sunulmuştur.

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin İstatistikler

	LNVER	IHR	IHRAC	ZKUK	VER
Mean	5.336274	0.933107	2.45E+08	0.111111	3659784.
Median	5.358732	1.000000	26309578	0.000000	228418.7
Maximum	9.462051	1.000000	5.66E+09	1.000000	2.90E+09
Minimum	2.340461	0.000000	0.000000	0.000000	219.0085
Std. Dev.	0.523561	0.249979	6.65E+08	0.314448	97559002
Gözlem	882	882	882	882	882

Kaynak: Tablodaki veriler Eviews 9.0'dan yararlanılarak tarafımızdan oluşturulmuştur.

Çalışmada kullanılacak ve teorik kısımda açıklanan modelin belirlenmesinde söz konusu modelin rassal etkiler mi yoksa sabit etkiler mi içerip içermediğinin belirlenmesine yönelik olarak Hausman Test istatistiği kullanılmış ve Tablo 3.'te test sonuçları gösterilmiştir. Hausman test istatistiğinde $H_0=0$, model rassal etkiler içerir, $H_1 \neq 0$, alternatif hipotezi ise sabit etkiler şeklinde ifade edilebilen hipotezlerden H_0 hipotezi reddedilerek alternatif H_1 hipotezi kabul edilmiş ve kurgulanan modelin sabit etkiler içerdiği belirlenmiştir.

Tablo 3. Model-1 Hausman Test Sonucu

	Test Summary	Chi-Sq. Statis.	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Model-1	Cross-section random	4.744	3	0.19
Model-2	Cross-section random	4.186	3	0.24

Kaynak: Tablodaki veriler Eviews 9.0'dan yararlanılarak tarafımızdan oluşturulmuştur.

Oluşturulan modelin ekonomik sorunlara karşı testi de gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda Lm testi uygulanarak otokorelasyon sorunu olup olmadığı test edilmiştir. Lm testi sonuçları aşağıda Tablo 4.'te verilmiş olup H_0 =otokorelasyon vardır hipotezi reddedilerek alternatif H_1 =otokorelasyon yoktur hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. Otokorelasyon Testi

	Model-1	Model-2
lmrho_chi-sqr(1)	0.399	0.573
p-value	0.527	0.449
Durbin-Watson	1.719	1.728

Kaynak: Tablodaki veriler Eviews 9.0'dan yararlanılarak tarafımızdan oluşturulmuştur.

Tablo 5.'te tahmin edilen modelde değişen varyans sorunu araştırılmıştır. Yapılan Lm testi sonuçlarında değişen varyans sorunu olduğu görülerek White cross section düzeltmesi ile bu sorun giderilmiştir.

Tablo 5. Değişen Varyans Testi

	Model-1	Model-2
LMh_ols	0.718	0.718
chi-sqr(97)	1894.763	1821.479
p-value	0.000	0.000
LMh_fixed chi-sqr(97)	5555.547	5605.518
p-value	0.000	0.000

Kaynak: Tablodaki veriler Eviews 9.0'dan yararlanılarak tarafımızdan oluşturulmuştur.

Analiz Sonuçları Tablo 6.'da gösterilmiştir. Buna göre; teorik yaklaşımlara uygun olarak firmanın ihracat yapması firma verimliliğindeki artışı etkilemektedir. Ayrıca verimlilikteki değişmeyi belirleyen bir diğer unsur ise kontrol değişkeni olarak modele eklenen firma büyüklüğü değişkenidir. Verimlilik artışı ile ölçek arasındaki ilişkide pozitif ve anlamlı çıkmıştır.

Tablo 6. Analiz Sonuçları: Bağımlı Değişken-log(Ver)

Değişkenler	Model-1	Model-2
C	4.424* (3.845)	3.435* (3.078)
Dumihir	1.104* (2.133)	-
İhracat	-	-

logAktif	1.891* (2.894)	1.670* (2.614)
Dumkriz	-0.892** (-1.984)	-1.123* (-2.427)
R2	0.861	0.857
Düzeltilmiş R2	0.861	0.857
DW İstatistiği	1.925	1.911
F İstatistiği	59.130*	59.695*
Firma Sayısı: 98	Toplam Gözlem:882	Dönem:2008-2016

Not:1) (*)%1 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir.**2)** Parantez içi değerler t istatistiğini göstermektedir

Kaynak: Tablodaki veriler Eviews 9.0'dan yararlanılarak tarafımızdan oluşturulmuştur.

Ayrıca modelde zaman içinde meydana gelen değişmelerin firmaların faaliyette bulunduğu ekonomik çevreyi etkilediği dikkate alınarak bir kukla değişken modele dâhil edilmiştir. Bu bağlamda gerek Dünya gerekse de Türkiye Ekonomisini derinden etkileyen ve 2009 yılında tam olarak etkileri hissedilen Mortgage Krizi de dikkate alınmıştır. Çevresel ekonomik koşulları temsilen 2009 yılı kriz yılı olarak belirlenmiş ve kukla değişken olarak modele eklenmiştir. Krizin, firmaların verimliliğini olumsuz etkilemesi beklentisine uygun olarak kriz kuklası değişkeni ile verimlilik değişkeni arasında negatif ilişkiye rastlanmıştır. Kriz kukla değişkeni istatistiki olarak anlamlı ve iktisadi olarak da negatif işaretli çıkmıştır. Yani kriz döneminde firmaların verimliliğinde düşüş belirlenmiştir. Bu sonuç; satışların düşmesine karşın aynı oranda işgücü azalması sözleşmeler ve başkaca etkenlerden dolayı gerçekleşemediği için verimliliğin düştüğünü göstermektedir.

SONUÇ

Ülkelerin rekabet gücü kazanmaları ve ekonomik büyümeleri geleneksel makro yaklaşımı içeren teoriler yerine son zamanlarda mikro temelli firmaların büyümesi, etkinliği ve verimliliğine dayalı yaklaşımlarla açıklanmaktadır. Firmaların dış pazarlara açılması ve verimlilik arasındaki ilişki de bu bağlamda son yıllarda üzerinde durulan konulardan biridir. Firmanın gerek ihracat gerekse de ara girdi ithalatı yoluyla dış dünya ile entegre olması verimliliği nasıl etkileyeceği ve bu ilişkide hangi faktörlerin rol oynadığı araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Firmaların dış piyasaya girmeleri ve bunun ihracat ile ilişkisi, kendi seçim, ihracatla öğrenme, disipline edici ithalat hipotezi ve ölçek ekonomileri yaklaşımı gibi yaklaşımlarla açıklanmaktadır.

Tarafımızdan yapılan bu çalışmada da firmanın ihracat yapıp yapmamasının firma verimliliğindeki değişmeyi nasıl etkilediği incelenmiştir. Bu amaçla konuya ilişkin literatür incelemesi ele alındıktan sonra Peluffo (2012) modeli temel alınarak Türk İmalat Sanayi üzerinde 2008-2016 dönemi için test yapılmıştır. Analiz sonuçlarında teoriye uygun olarak firmaların ihracat yapıp yapmaması firma verimliliğindeki değişmeyi pozitif yönde etkilediği görülmüştür. İhracat, kendi seçimi, ihracat yoluyla öğrenme, ölçek ekonomileri, teknoloji transferi gibi yaklaşımlarla verimliliği etkilemektedir. Yine bulgulara göre firma büyüklüğü ile verimlilik değişmesi arasında pozitif bir ilişkiye rastlanmıştır. Ayrıca 2009 Mortgage Krizinin firma verimliliğindeki değişmeyi etkilediği sonucuna da varılmıştır. Aynı zamanda oluşturulan ikinci bir modelde firmaların ihracat düzeyindeki artışın verimlilik değişmesine etkileri ele alınmıştır. İhracat düzeyi arttıkça da verimlilikteki değişme pozitif bir ilişki içindedir. Bu model ölçek ekonomileri hipotezini doğrulamaktadır.

Gerek ihracat olsun gerekse de ithalat aracılığıyla olsun geniş bir pazarda çok sayıda firma ile rekabet etme, firmaların kendilerini yeni ortama ayak uydurmaları ve yönetimden üretime kadar her aşamada çeki düzen vermesine ve verimlilikleri arttırmalarına neden olmaktadır. Artan rekabet baskı, optimum ölçekle çalışmayı zorunlu kılmaktadır. Büyük pazarda faaliyette bulunma firmaların ölçek ekonomilerinden yararlanmalarını sağlamaktadır.

Dış ticaretin pozitif etkileri yanında dış piyasa payının görece yüksek olduğu firmalarda dış piyasalarda yaşanacak olumsuzluklardan da önemli derecede etkilenmelerine neden olabilmektedir. 2009 krizinin bu çalışmada firma verimliliği üzerinde olumsuz etkisi olduğu görülmektedir. Bu gibi durumlarda yurtdışı piyasalarda belirli bir ülke pazarına yoğunlaşmak yerine olabildiğince geniş bir piyasaya yayılarak pazar çeşitlenmesini iyi planlamak gerekmektedir. Dış piyasalara açılmak firmaların üstlendiği risklere bir yenisini daha ekleyerek firmaların kur riskini de iyi yönetmesini zorunlu kılmaktadır. Hem firmanın faaliyette bulunduğu ülke ekonomi politikalarına hem de dünya piyasasındaki gelişmeleri yakından takip ederek kur riskinin iyi yönetilmesi zorunlu hale gelmektedir. İleriki çalışmalarda hem dış ticaretin ithalat boyutu hem de kur riski firma sahipliği gibi firmaya özgü başkaca yönlerin araştırılması yerinde olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- ARVAS, M.A. & UYAR, B. (2014). Exports and Firm Productivity in Turkish Manufacturing: An Olley-Pakes Estimation, *International Journal of Economics and Financial Issues*, Vol. 4, No. 2, ISSN: 2146-4138, pp.243-257.
- ATA, H.A. & AĞ, Y. (2010). Firma Karakteristiğinin Sermaye yapısı Üzerindeki Etkisinin Analizi, *Ekonometri ve İstatistik*, S:11, ss.45-60)
- AYADI, M. & MATOUSSI, W. (2014). From Productivity to Exporting or Vice Versa? Evidence from Tunisian Manufacturing Sector, *African Development Bank Group Working Paper*, No. 214, pp.1-45.
- BAĞCI, K. (2010). Export Diversification and Productivity Growth. Retrieved September 12, 2017 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://www.etsg.org/ETS2010/papers/Bagci.pdf>
- BELLONE, F. & Diğerleri (2007). The U-shaped Productivity Dynamics of French Exporters *OFCE Sciences*, No:2007-01, pp.1-42.
- BERTHOU, A. & Diğerleri (2015). Assessing European firms' exports and productivity distributions: the CompNet trade Modul, *European central Bank ECB Working Paper*, No: 1788, pp.1-58.
- CLERIDES, S. & Diğerleri (1998). Is Learning by Exporting Important? Micro-dynamic evidence from Columbia, Mexico and Morocco, *Quarterly Journal of Economics*, 113(3), pp.903-948.
- EDWARDS, S. (1993). Openness, Trade Liberalization, and Growth in Developing Countries, *Journal of Economic Literature*, 31, pp.1358-96.
- FRYGES, H. & WAGNER, J. (2007). Exports and Productivity Growth: First Evidence from a Continuous Treatment Approach, *IZA Discussion Paper*, No. 2782, pp.1-23.
- GHARTEY, E. E. (1993). Causal Relationship Between Exports and Economic Growth: Some Empirical Evidence in Taiwan, Japan, and the US, *Applied Economics*, 25(8):, pp.1145-1152.
- GILES, J. A. & WILLIAMS, C.L. (2000). Export-Led Growth: A Survey of the Empirical Literature and Some Non-Causality Results (Part I), *Journal of International Trade and Economic Development*, 9:3. pp.261-337.
- GREENE, W. H. (2002). *Econometric Analysis*, 5th Edition, Prentice Hall, New Jersey, USA.
- HANSEN, T. (2010). Exports and Productivity: An Empirical Analysis of German and Austrian Firm-Level Performance, *Governance and The Efficiency of Economic Systems (GESY) Discussion Paper*, No. 317, pp.1-46.
- HOLMES, T.J. & SCHMITZ, J.A. (2001). A Gain from Trade: From Unproductive to Productive Entrepreneurship, *Journal of Monetary Economics*, 47(2), pp. 417-446.

- IFWARSSON, R. (2010). *Export, Import, Productivity and Growth: A Theoretical And Empirical Study of An Endogenous Relationship*, Master Thesis, Lund University Department of Economics.
- Kamuoyu Aydınlatma Platformu. Retrieved July 7, 2017 (de indirildi) from the World Wide Web: <https://www.kap.org.tr/tr/>
- KASAHARA, H. & LAPHAM, B. (2012). Productivity and the Decision to Import and Export: Theory and Evidence. Retrieved August 25, 2017 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://www.freit.org/WorkingPapers/Papers/FirmLevelTrade/FREIT009.pdf>
- KELLER, W. (2000). Do Trade Patterns and Technology Flows Affect Productivity Growth?, *The World Bank Economic Review*, 14(1):17-47
- KIM, S., LIM, H., & PARK, D. (2007). The Effect of Imports and Exports on Total Factor Productivity in Korea *RIETI Discussion Paper Series*, 07-E -022, pp.1-41.
- KÖK, R. & ŞİMŞEK, N. (2011). Panel Veri Analizi, <http://www.deu.edu.tr/userweb/recep.kok/dosyalar/panel2.pdf> erişim: 5.04.2011.
- KUNST, R. M. & MARIN, D. (1989). On Exports and Productivity: A Causal Analysis, *The Review of Economics and Statistics*, 71(4), pp.699-703.
- LEE, C. (2014). The Exporting and Productivity Nexus: Does Firm Size Matter, *Institute of Southeast Asian Studies ISEAS Economics Working Paper*, No.2014-1, pp.1-26.
- MELITZ, M.J. (2003). The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity, *Econometrica*, 71(6), pp.1695-1725.
- MINONDO, A. (2014). The relationship between export status and productivity in services: A firm-level analysis for Spain, *Bulletin of Economic Research*, Volume 66, Issue S1, Pages pp.138-146
- MOOSA, I. A. (1999). Is The Export-led Growth Hypothesis Valid For Australia?, *Applied Economics*, Vol.31. pp. 903–906.
- MUKIM, M. (2011). Does exporting increase productivity? Evidence from India, Retrieved August 23, 2017 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Internal-Training/287823-1256848879189/6526508-1283456658475/mukim.pdf>
- PANAS, E. & VAMVOUKAS, G. (2002). Further Evidence on the Export – Led Growth Hypothesis, *Applied Economics Letters*, Vol.9, pp.731-5.
- PARK, A. & Diğerleri (2006). Exporting and Firm Performance: Chinese Exporters and the Asian Financial Crisis, *Research Seminar In International Economics*, Gerald R. Ford School of Public Policy The University of Michigan, Discussion Paper No. 549, pp.1-47.
- PELUFFO, A. (2012). The Effects of Exports and Imported Intermediates on Productivity and the Demand for Skilled Labour: A Firm Level Analysis for Uruguay, pp.1-24. Retrieved September 8, 2017 (de indirildi) from the World Wide Web: <http://www.freit.org/WorkingPapers/Papers/FirmLevelTrade/FREIT464.pdf>
- [SAYGILI, Ş. & Diğerleri \(2005\). *Türkiye Ekonomisinde Sermaye Birikimi, Verimlilik ve Büyüme:1972-2003*, DPT Yay, No:2286, Ankara.](#)
- SJOHOLM, F. (1997). Exports, Imports and Productivity: Results from Indonesian Establishment Data, *EIJS Working Paper*, No. 33, pp.1-33.
- SUN, H. & PARIKH, A. (2001). Exports, Inward Foreign Direct Investment (FDI) and Regional Economic Growth in China, *Regional Studies*, Vol. 35(3), pp. 187–196.
- WAGNER, J. (2005). Exports and Productivity: A Survey of The Evidence From Firm Level Data, *HWWA Discussion Paper*, No:319, pp.1-27.

WONG, S. A. (2006). Productivity And Trade Openness: Micro-Level Evidence From Manufacturing Industries In Ecuador 1997– 2003, *Working Papers*, pp.1-43. Retrieved September 6, 2017 (de indirildi) from the World Wide Web: <https://www.caf.com/media/3135/SaraWong,Productivityandtradeopenness.pdf>

YANG, C.H. (2003). Exporting And Productivity: A Firm-Level Analysis Of The Taiwan Electronics Industry, *The .eveloping Economies*, XLI-3, pp. 340–61.

IFRS VE FASB-ASC AÇISINDAN NÜKLEER GÜÇ SANTRALİ ELEKTRİK ÜRETİM İŞLETMELERİNDE UYGULANAN ÖZELLİKLİ MUHASEBE KONULARI

Vedat ACAR¹
Mustafa Fatih BOZ²

Özet

Nükleer güç santrali ile elektrik üretimi yapan işletmeler ve diğer araçlarla elektrik üretimi yapan işletmeler arasındaki temel farklar; uygulanan üretim sürecinin özelliği olması ile birlikte nükleer atık yönetimi, santralin ömrü sonunda güvenilir biçimde kapatılması ve bu kapsamda oluşturulan fonlardan kaynaklanmaktadır. Nükleer güç santrali kurma ve işletmesinin yüksek teknoloji gerektirmesi nedeniyle, belirli ülkeler ve bu ülkelerdeki işletmeler bu alanda yetkindir. Nükleer enerjinin gelecekte ülke ekonomilerindeki önemi ve bu teknolojiye sahip işletmelerin çok uluslu olması göz önüne alındığında, bu işletmelerin, finansal tablolarında sundukları bilgilerin anlaşılır ve karşılaştırılabilir olması önem kazanmaktadır. Bu çalışmada, nükleer santral elektrik üretim işletmelerinde özellik gösteren harcamalar, nükleer atık ve hizmetten çekme karşılıkları ve fonunun muhasebeleştirilmesinde IFRS'nin getirdiği esaslar üzerinde durulmuş ve dünyada bu alanda faaliyette bulunan büyük işletmelerin uyguladığı FASB-ASC ile IFRS'nin uyumu konusunda bilgiler verilmiştir. Böylece nükleer santral ile elektrik üretimi yapan işletmelerin uyguladığı temel muhasebe politikalarının, IFRS ile FASB-ASC'nin ilgili muhasebe politikalarıyla karşılaştırılması tartışılması amaçlanmıştır. Bu çalışmada, ayrıca sektöre ilişkin olarak IFRS'nin IFRIC-1 ve IFRIC-5 yorumları dışında, genel standartlardaki hükümlerde incelenmiştir. Genel olarak, Nükleer Güç Santrali (NGS) işletmeleri için uygulanacak hükümler IFRS ile FASB-ASC arasında uyumludur. NGS işletmesinin önemi düşünüldüğünde, elektrik üretim santrallerinin yatırım, üretim ve tasfiye maliyetleri ile ilgili bir standardın oluşması, dünya çapındaki bu işletmelerin finansal tablolarının karşılaştırılabilir olmasına katkı sunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Nükleer güç santrali elektrik üretim işletmeleri, IFRIC-1, IFRIC-5, nükleer atık, nükleer santral işletmeden çıkarma

Jel Sınıflandırılması: O13, M41, P18.

¹ Doç.Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İİBF, vedatacar@msn.com

² Dr., KTO Karatay Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, mfatihboz@hotmail.com

SPECIFIC ACCOUNTING CONDITIONS APPLIED IN NUCLEAR POWER PLANT ELECTRICITY GENERATING OPERATIONS BY IFRS AND FASB-ASC

Abstract

The main differences between nuclear power plants electricity generating companies and the other electricity generating companies are the feature of the applied generating process, nuclear waste management, reliable shutdown of the plant at the end of its life cycle and the funds are generated from this scope. Due to the high technology requirements for establishing and operating a nuclear power plant, some countries and companies competent in this field. Given both the importance of nuclear energy in future and also country economies and the multinational nature of companies with this technology, it is important that the information they present on their financial statements is understandable and comparable. In this study, it is explained the accounting policies about special expenditures on nuclear power plant electricity generating enterprises, nuclear waste, provisions/funds for decommissioning nuclear power plants initially. Then the harmonization of IFRS with the FASB-ASC applied by large companies operating in this area is explained. The purpose of the study is to discuss the accounting policies applied by nuclear power plant generating enterprises comparatively with IFRS and FASB-ASC related accounting policies. In this study, it is also examined the provisions in the general standards other than IFRIC-1 and IFRIC-5 interpretations of the IFRS for the sector. In general, the provisions to be applied for the generating of nuclear power plants are compatible between IFRS and FASB-ASC. Considering the importance of nuclear power plant operation, the establishment of a standard for investment, production and disposal costs of power generating plants will contribute to the comparability of the financial statements of these enterprises around the world.

Keywords: *Nuclear power plants electricity generating companies, IFRIC-1, IFRIC-5, nuclear waste, nuclear decommissioning*

Jel Classification: *O13, M41, P18.*

GİRİŞ

Dünya enerjisinin büyük bölümü, nükleer füzyon enerjisinden meydana gelen güneş enerjisinden gelmektedir. Günümüzde kullanılan enerji kaynaklarının çoğu kömür, petrol ve doğal gaz gibi fosil yakıtlardır. Fosiller, tarih öncesi hayvan ve bitkilerin çürümesi ile oluşmuştur. Çok eskilerden kalma fosillerin güneş enerjisi ile büyüdüğü göz önüne alındığında, fosil yakıtlar içinde güneş enerjisinin depolandığı söylenebilir. Fosil yakıtlara ek olarak, güneş ve rüzgâr enerjisi de güneşin nükleer enerjisinden oluşmaktadır. Nükleer enerjiden elde edilmeyen enerji kaynakları olarak sadece suyun akışı ile elde edilen hidrolik güç ve yerçekimi kuvveti ile oluşan gelgit enerjisi sayılabilir (Ferguson, 2015: 23-25). Bilim insanlarının 1900'lerin başında, maddeyi oluşturan atomların elektronlarla çevrili çekirdekleri olduğunu keşfetmesi ile beraber, bu enerjinin salınması yoluyla ortaya çıkan fisyon ve füzyon sonucu ortaya çıkan ısı, günümüzde nükleer santrallerde elektrik üretmek için kullanılmaktadır (TÜBİTAK, 2015: 46).

Nükleer enerji, elektrik üretim sistemleri içinde en çok tartışılan konulardan birisidir. Nükleer enerjinin önemi değerlendirilirken, daha ziyade alışılmış teknik, ekonomik ve çevre etkileri yanında politik, stratejik ve duygusal konular da değerlendirme kapsamına alınmaktadır. Teknik bakış açısıyla nükleer güç, nükleer reaksiyon sonucu ortaya çıkan bir enerji sunmaktadır. Ancak, nükleer üretim sürecince pek çok zehirli nükleer radyoaktif atık ortaya çıkmakta, nükleer sektörü bu atıkları bertaraf edilmesi yöntemlerini geliştirmektedir. Ayrıca, nükleer teknoloji yeteneği ile beraber nükleer silah üretme imkânı da tartışma konularındandır (Breeze, 2017: 1).

Nükleer enerji ile ilgili kamuoyunda güvenlik endişesi bulunmakla beraber, nükleer santral teknolojilerinin gelişmesi ile kullanılan nükleer yakıt kaynaklarının artması, nükleer enerji yatırımlarının ekonomik olması sonucunu doğurmuştur (Towler, 2014: 157). Nükleer enerji, elektrik üretmek için uranyum, toryum gibi maddelere bağlı olması nedeniyle yenilenebilir değildir. Ancak, nispeten düşük işletme maliyeti ve ürettiği elektrik gücünün sürekliliği ile diğer enerji kaynaklarına göre avantajlar sağlamaktadır. Güneş ve rüzgâr gibi yenilenebilir enerji kaynaklarının sürdürülebilir olmaması nedeniyle, uzun vadede nükleer enerji, yenilenebilir enerjinin geleceğine bir teknolojik köprü olarak katkı sunacaktır.

Uluslararası Enerji Ajansı verilerine göre, 2017 yılında OECD ülkelerinin elektrik üretiminin kaynağının %59'unu fosil yakıtlar, %18'ini nükleer enerji, %14'nü hidroelektrik enerji ve %9'unu yenilenebilir enerji kaynakları oluşturmaktadır. Türkiye'de ise elektrik üretiminin kaynağının %51'ini doğal gaz-LNG ve ithal kömür karşılamaktadır. Türkiye'nin yerli ve yenilenebilir enerji kaynakları ile beraber, Mersin Akkuyu'da yapılacak olan 4.800 MWe kapasiteli nükleer santral gibi iki santralin daha devreye alınması ile enerjide dışa bağımlılık azalabilecektir.

Nükleer güç santralinden elektrik üretiminin dünya ve ülke ekonomisine olan önemi dikkate alındığında, bu sektördeki finansal bilgilerin anlaşılır, doğru, güvenilir ve karşılaştırılabilir olması gerekmektedir. Elektrik üretim sektörüne yönelik finansal raporlama esaslarının ülkeden ülkeye, işletmeden işletmeye, elektrik üretimin kaynağına göre farklılık göstermesi, finansal bilgi üretme maliyetini arttırmakta ve doğru bilgiye ulaşmayı kısıtlamaktadır. Dünya sanayisinin temel kaynağını oluşturan elektriğin, elektrik kaynağı ne olursa olsun elektrik üretim santrallerine yönelik muhasebe standardının olması, işletmelerin finansal tablolarının standartlaşmasına katkı sunacaktır. Finansal raporlama standartlarını oluşturan Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu'nun (IASB) görevi; dünya finansal piyasalarına etkinlik, hesap verebilirlik, şeffaflık getirmek üzere finansal raporlama standartlarını geliştirmektir (IFRS, 2016, 1). Bu açıdan bakıldığında, elektrik üretimi ile ilgili bir standartlaşmanın oluşması, finansal piyasalara, yatırımcılara etkin ve anlaşılabilir bilgi sağlayacağından IASB'nin misyonuna da uygun olacaktır.

Sektöre yönelik olarak, Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (IFRS)'nin "Hizmetten Çekme (Yedeğe Çekme), Restorasyon ve Benzeri Mevcut Yükümlülüklerdeki Değişiklikler (IFRIC-1)" ve "Hizmetten Çekme, Restorasyon ve Çevre Rehabilitasyon Fonlarından Kaynaklanan Paylar Üzerindeki Haklar (IFRIC-5)" ile ilgili yorumları bulunmakta olup, bu konu ile ilgili özel bir standart düzenlenmemiştir. Ancak, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Finansal Raporlama Standartları Kurulunun (FASB) yayımladığı standartlar (FASB-ASC) içinde, "Varlıkların İşletmeden

Çıkarılması ve Çevresel Yükümlülükler (FASB-ASC 410)” ile ilgili özel bir standart bulunmaktadır. Uzakdoğu’daki bazı büyük nükleer santral elektrik üretim işletmeleri ise ulusal standartları kullanmaktadır.

Bu çalışmada, nükleer santral elektrik üretim işletmelerinde özellik gösteren harcamalar, nükleer atık ve hizmetten çekme karşılıkları ile fonunun muhasebeleştirilmesinde IFRS ile FASB-ASC arasındaki uyum anlatılacaktır. Bir başka ifadeyle, nükleer güç santrali elektrik üretim işletmelerindeki temel muhasebe politikalarının IFRS kapsamında uygulaması ile FASB-ASC politikalarının karşılaştırmalı olarak ortaya konması amaçlanmaktadır.

Bu çerçevede, çalışmanın birinci kısmında nükleer güç santrali elektrik üretim faaliyetleri tanıtılmış, ikinci kısmında ise, nükleer güç santrali elektrik üretim faaliyetlerinin muhasebeleştirilmesinde kullanılan özellikli muhasebe politikaları IFRS ve FASB-ASC hükümleri çerçevesinde açıklanmıştır.

I. NÜKLEER GÜÇ SANTRALİ ELEKTRİK ÜRETİM FAALİYETLERİ

Nükleer santral elektrik üretim sektörü, tesisin kurulması ve işletilmesi, yüksek teknoloji ve bilgi birikimi gerektirmesi gibi nedenlerle özellikli bir sektördür. Dünyada ekonomik büyümenin artması ile beraber, enerji kaynaklarının çeşitlendirilmesi ve sürdürülebilir olması açısından, gelişmekte olan ülkelerin nükleer santralden elektrik üretmesi ve bu bilgi birikimine sahip olması kaçınılmaz bir gerekliliktir. Dünyada yenilenebilir enerji yatırımları ile beraber nükleer santral yatırımları da artmaktadır. Nükleer güç santrali (NGS) elektrik üretim faaliyetleri, temel olarak üç aşamaya ayrılmaktadır:

- Nükleer Güç Santrali Kurulum Faaliyetleri
- Nükleer Güç Santralinin İşletme Faaliyetleri
- Nükleer Güç Santralinin İşletmeden Çıkarılma Faaliyetleri

I.I. Nükleer Güç Santrali Kurulum Faaliyetleri

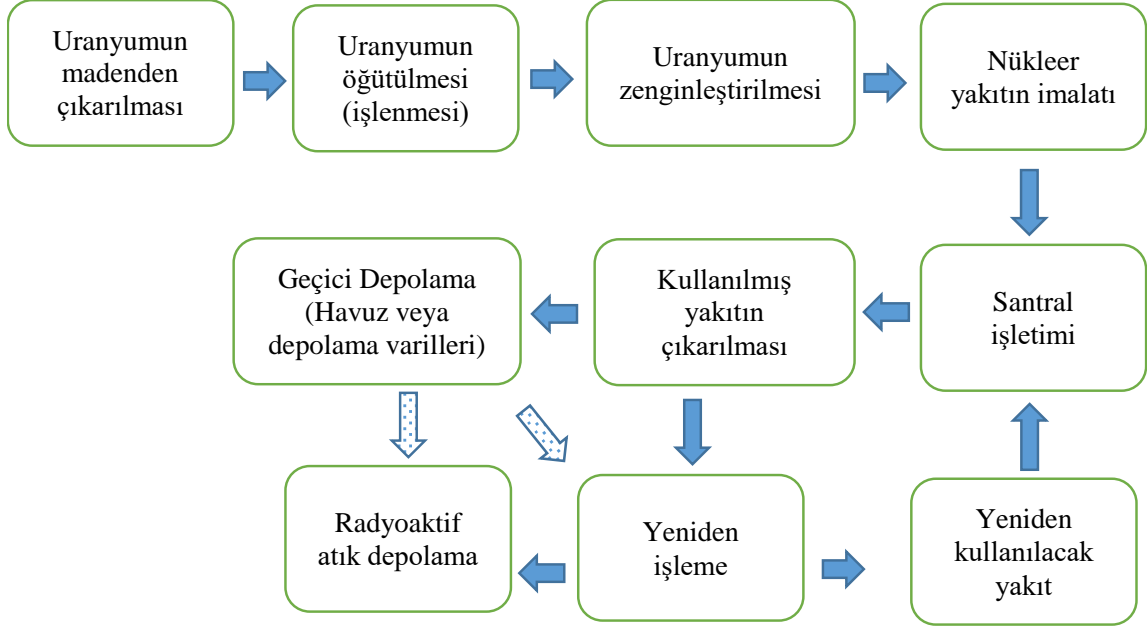
NGS’nin inşasından önce proje geliştirme faaliyetleri kapsamında, öncelikle projenin alternatifli finansal ve teknik fizibilite çalışmaları yapılır. Fizibilite çalışması sonucunda NGS anlaşması imzalanması durumunda, diğer geliştirme faaliyetleri başlayacaktır. Bu aşamada, NGS kurulumu yapılacak arazinin tahsisi ile ilgili çalışmalar, detay mühendislik çalışmaları, tüm gerekli lisans ve izinlerin alınması ile inşaat için yapılması gereken diğer ön hazırlık çalışmaları yapılmaktadır.

NGS inşaat maliyetleri, özellik gerektiren güvenlik ve kontrol sistemleri, kullanılan özel malzemeler nedeniyle, kömür ve doğal gaz elektrik santrallerine göre belirgin bir biçimde yüksektir. NGS yatırım maliyetleri, geliştirme aşamasında yapılan giderleri de kapsayan, gerekli ekipman, mühendislik ve işçilik harcamalarını içermektedir. Bunlar genellikle inşaat periyodu süresince tahakkuk eden faiz maliyetleri hariç, faizsiz yatırım maliyetini (overnight cost) ifade etmektedir. Bu faizsiz yatırım harcamalarının %80’ni mühendislik, satın alma ve inşaat (MSI) maliyetleri olup, bu %80’nin yaklaşık %70’i doğrudan giderleri (fiziki tesis ekipmanları, işçilik, malzeme), %30’u ise dolaylı giderleri (kontrol mühendisliği, destek işçilik ve malzeme) kapsamaktadır. Geriye kalan faizsiz yatırım harcamalarının %20’lik kısmı ise öngörülme maliyetlerinden (test sistemleri, personel eğitimi gibi) oluşmaktadır (WNA, 2017a). NGS yatırım maliyetlerini, güç santralinin yapısı, büyüklüğü, yasal düzenlemeler ve uluslararası işbirlikleri gibi faktörler büyük ölçüde etkileyebilmektedir (Lovering, Yip ve Nordhaus, 2016: 380).

NGS yatırım maliyetlerine, tesis için dışarıdan finansman temin edildiğinde, bu finansmanın faiz giderleri de eklenecektir. Faiz maliyeti; finansman tutarı ve kullanım süresi, kullanan işletmenin

ülke mevzuat hükümlerine göre işlem yapılmaktadır (Ferguson, 2015: 48-51). Nükleer yakıtın diğer yakıtlardan önemli bir farkı, kullanılmış yakıt olarak sistemde tekrar işlenip kullanılabilmesidir. Santral yakıtının amortismanı, depolanması veya yeniden işlenmesi işletme giderleri içinde değerlendirilecektir. Şekil 2.'de nükleer yakıt döngüsü akış diyagramı gösterilmiştir.

Şekil 2. Nükleer yakıt döngüsü akış diyagramı



Kaynak: Ferguson, 2015: s.49-51.

Nükleer ekonomi, nükleer atıkların bertarafı sorunu ve kaza riskine karşılık, nükleer santrallerin rekabetçi olması, düşük karbon salınımı ve fosil yakıt temelli santrallere göre toplam işlem maliyeti içinde düşük yakıt maliyeti, istikrarlı işletme maliyetleri ile öne çıkmaktadır. Nükleer Enerji Enstitüsü verilerine göre, nükleer, kömür ve doğal gaz elektrik üretim santrali işletme masrafları ağırlıkları aşağıdaki şekildedir (WNA, 2017b: 8):

- Nükleer İşletme ve Bakım (O&M) %66, Yakıt (Fuel) %34
- Kömür İşletme ve Bakım (O&M) %22, Yakıt (Fuel) %78
- Doğal Gaz İşletme ve Bakım (O&M) %13, Yakıt (Fuel) %87

Yukarıdaki oranlardan da anlaşılacağı üzere, NGS işletmelerinin, kömür ve doğal gaz elektrik üretim işletmelerine göre işletme giderleri içinde yakıt maliyeti daha az olmaktadır. Nükleer yakıt maliyetleri, kullanılan yakıtın yönetimi ve elden çıkarılması için gerekli masrafları da içermektedir.

Yüksek kurulum maliyetleri bulunan NGS'nin, düşük işletme masrafları ile ortalama elektrik maliyetleri, artan kapasite ile büyük ölçüde düşecektir. Bu nedenle, nükleer operatörlerin yüksek tesis kapasitesi kazanmaları hayati önem taşımaktadır. Nükleer santrallerin yakıt maliyetlerinin düşük olması, yakıtı ihtiyaç duymayan hidroenerji ve diğer yenilenebilir elektrik üreten tesisler ile rekabet edebilme imkanı vermektedir. NGS işletme sahipleri, ruhsatlarının zamanla sınırlı olması nedeniyle, tesislerin işletme ruhsatlarını uzatmak için ek yatırım planı ile yatırım yapılan ülke otoritesinin onayıyla süre uzatımı yapabilmektedirler. NGS tesislerin çalışma ömrünün uzatılması, proje fizibilitesinin olumlu olması ve ilgili ülke otoritesinin desteği olduğu sürece ekonomik açıdan cazip olabilmektedir. Örneğin, Kanada ve Fransa'daki bazı NGS işletmeleri ek yatırım planı ile düşük elektrik fiyatı taahhüdü ile ruhsatlarını uzatabilmişlerdir (WNA, 2017b: 7-22).

NGS yatırımı yapan işletmelerin, yatırım yaptıkları ülkede diğer alandaki elektrik üretim işletmeleri ile işletme giderleri açısından rekabet edebilmesinde, yatırım yapılan ülkedeki işçilik ve malzeme giderleri ile ilgili ülkenin enerji kaynaklarına uzaklığı da etkili olmaktadır.

I.III. Nükleer Güç Santralının İşletmeden Çıkarılma Faaliyetleri

Bir NGS ömrünün sonuna ulaştığında işletilemeyecektir. Bu aşamada belki de en büyük nükleer atık problemi ortaya çıkmaktadır. Nükleer fisyonun 30 veya daha fazla yıl enerji ürettikten sonra, tesis bileşenlerinin çoğu kirlenmiştir ve radyoaktif atık olarak ele alınmalıdır. Bu, hem insan gücü hem de finansal şartlar bakımından çok büyük ölçekli ve pahalı bir problemi ortaya koymaktadır. Birinci ve en temiz çözüm, tesisin tamamen sökülüp radyoaktif çöplerin güvenli bir şekilde depolanmasıdır. Bu aynı zamanda en pahalı seçenektir. İkinci orta yollu çözüm, radyoaktif bileşenleri en fazla olanları ortadan kaldırarak, tesisi 20 ila 50 yıl arasında mühürlemek ve geri kalan düşük seviyeli atığın çürütmesine izin vermektir. Birleşik Krallıktaki iki Magnox NGS tesisi 2011 yılında bu şekilde mühürlenmiş olup 65 yıl bu durumda kalması beklenmektedir. Üçüncü bir çözüm ise, Çernobil tesisinde yapıldığı gibi tesisi içerdeki her şeyle kapatmak ve yüzlerce yıl öylece bırakmaktır. Tesisi devre dışı bırakmak (birinci yöntem) maliyetli bir işlemdir. Ülkeler yaptıkları yasal düzenlemeler ile nükleer enerji üreten bir işletmenin, tesislerinin ömrü sonunda hizmetten çıkarılmasında, bu maliyetleri karşılamak üzere tesisin işletmesi sırasında yeterli fonun sağlanmasını güvence altına almaktadır (Breeze, 2017: 91-92).

OECD Nükleer Enerji Ajansı, NGS tesislerin tamamen işletmeden çıkarılması ile ilgili olarak farklı ülkelerde yaptığı bir araştırmada, bu maliyetlerin santral başına yaklaşık 230 milyon-1,2 milyar ABD doları arasında değişmekte olduğu tahmininde bulunmuştur (OECD Nuclear Energy Agency, 2016: 66). Yeni bir NGS santrali için fizibilite çalışması yapılırken, yatırım maliyetleri ile beraber yüksek hizmetten çıkarma maliyeti de hesaba katılmaktadır.

II. NÜKLEER GÜÇ SANTRALİNDE ÖZELLİKLİ MUHASEBE KONULARI

Birçok elektrik santrali sahibi enerji işletmesi, grup işletmelerinin bir parçası olarak da nükleer santrallere sahiptir. Bu tesislerin muhasebesinde, benzersiz veya özellikli muhasebe sorunları oluşmaktadır. Nükleer güç santralleri, ülkelerin nükleer düzenleme komisyonu yetkisi ve denetimi altında çalışırlar. Ülkelerdeki bu komisyon, nükleer güç santralının düzenlenmesi, nükleer malzeme üzerinde önlemlerin alınması, izlenmesi ve nükleer güç santrallerin inşası ve işletilmesi için lisans verilmesinden sorumludur. Bu düzenleyici denetim, kullanılmış nükleer yakıt, tesisin işletmeden kaldırılması ve ilgili yatırımların muhasebeleştirilmesi gibi özel muhasebe konularında yoğunlaşmaktadır. Ayrıca, nükleer yakıtın tedarikinin muhasebeleştirilmesi ve yakıtın kendisi, doğal gaz gibi diğer kullanılan yakıt türlerinin muhasebeleştirilmesinden farklıdır (PWC, 2016: 540).

Forbes dergisi tarafından halka açık 2000 işletme arasında, satış, kârlılık, varlıklar ve piyasa değeri açısından yapılan sıralamaya göre; dünyada ilk 500 işletme arasındaki NGS işletmeleri ile kullandıkları muhasebe standartları Tablo 1.'de, Avrupa'daki ilk 2000 işletme arasındaki NGS işletmeleri ile kullandıkları muhasebe standartları ise Tablo 2.'de gösterilmiştir. Tablolarda görüldüğü üzere, dünyada ilk 500 işletme arasında dokuz adet NGS işletmesi bulunmaktadır. Bu işletmelerin iki tanesi ulusal standartlarına, üç tanesi IFRS'e, dört tanesi ise FASB-ASC standartlarına göre finansal tablolarını sunmaktadır. Ayrıca, Avrupa'daki büyük NGS işletmelerin de IFRS kullandığı görülmektedir.

Tablo 1. Forbes'a göre ilk 500 işletme içinde bulunan NGS işletmeleri ve muhasebe standartları

NGS İşletmeleri	Sıralama	Ülke	Muhasebe Standardı
Korea Electric Power	97	Güney Kore	Ulusal Standart
Iberdrola	139	İspanya	IFRS
Duke Energy	148	ABD	FASB-ASC
Southern	213	ABD	FASB-ASC
EDF	249	Fransa	IFRS
American Electric	272	ABD	FASB-ASC
Tokyo Electric Power	288	Japonya	Ulusal Standart
Edison International	399	ABD	FASB-ASC
E.ON	493	Almanya	IFRS

Tablo 2. Forbes'a göre Avrupadaki ilk 2000 işletme içinde bulunan NGS işletmeleri ve muhasebe standartları

NGS İşletmeleri	Sıralama	Ülke	Muhasebe Standardı
Iberdrola	139	İspanya	IFRS
EDF	249	Fransa	IFRS
E.ON	493	Almanya	IFRS
CEZ Group	747	Çek Cumhuriyeti	IFRS
Fortum	1353	Finlandiya	IFRS

IASB ve FASB standartlarına göre finansal rapor sunan, Tablo-1 ve Tablo-2'de belirtilen büyük halka açık NGS işletmelerinin finansal tabloları incelendiğinde, NGS faaliyetlerin muhasebeleştirilmesinde öne çıkan özellikli üç konu sırasıyla; 1- Nükleer yakıt muhasebesi 2- NGS varlıklarını işletmeden çıkarma maliyetleri (asset retirement cost-ARC) ve yükümlükleri (asset retirement obligations-ARO) muhasebesi 3-NGS varlıklarını işletmeden çıkarma fonu muhasebesi olduğu görülmektedir.

II.I. Nükleer Yakıt Muhasebesi

NGS işletmeleri, yakıt tedariki ve fabrikasyonu için tedarikçileriyle genellikle uzun vadeli sözleşmeler yapmaktadır. Nükleer yakıt olarak tedarikçilerden yapılan alımlar, satın alım veya kiralama şeklinde olabilmektedir. Nükleer santralde kullanılan teknolojiye göre nükleer yakıt farklılaşabilmektedir. Örneğin, Mersin Akkuyu nükleer santralinde kullanılan teknoloji sadece Rus yakıtının kullanımına elverişli olup, Rus tedarikçi işletmelerden alım gerekmektedir (Telli, 2016: 11). Satın alma durumunda nükleer yakıt, tesisin maliyeti altında aktifleştirilirken, kiralama durumunda ise finansal kiralama hükümleri uygulanacaktır. Nükleer yakıtın tasfiye süreci, "kullanılmış (used)" ya da "harcanmış (spent)" nükleer yakıt anlamına gelmektedir.

Doğal gaz veya kömür gibi diğer yakıtların aksine, Şekil-2'deki döngüde de görüleceği üzere nükleer yakıt, uzun ömürlü bir maddi varlıktır. NGS, tedarikçiden (veya ilişkili işletmeden) temin ettiği nükleer yakıtın (yakıt çubukları) alım maliyetini, montaj ve nakliyesi ile ilgili tüm maliyetleri, yakıtın maliyeti olarak muhasebeleştirir. "IAS 16 Maddi Duran Varlıklar" Standardı hükümlerine göre, bir varlık kaleminin gelecekteki ekonomik yararların işletmeye aktarılmasının muhtemel olması ve maliyetinin güvenilir bir şekilde ölçülebilmesi durumunda maddi varlık olarak finansal tablolara yansıtılabilecektir (IAS 16.7). Ayrıca, IAS 16'ya göre, varlığın yerleştirileceği yere ve yönetim tarafından amaçlanan koşullarda çalışabilmesini sağlayacak duruma getirilmesine ilişkin her türlü maliyet de bu sabit kıymetin maliyeti olacaktır (IAS 16.16). Benzer şekilde, "FASB-ASC 360 Maddi Duran Varlıklar" Standardında, maddi duran varlıklar tipik olarak bir işletmenin ürün ve hizmetlerini üretmek ve dağıtmak için kullanılan uzun ömürlü maddi varlıklardan oluştuğu ve bu varlığın temini ile ilgili maliyetlerin de söz konusu varlığın maliyeti olduğu belirtilmiştir (FASB-ASC 360.10-360.12).

Reaktöre yerleştirilen nükleer yakıt için, üretim birimi yöntemine göre amortisman ayrılabilir. Ayrılan bu amortisman tutarı, dönemin elektrik üretim maliyetine yüklenir. Nükleer yakıtın amortisman oranı, reaktördeki toplam yakıtın maliyetine ve yakıttan üretilecek enerjiye dayalı olarak şu şekilde geliştirilebilir:

$$\frac{\text{Nükleer yakıtın dönemde ürettiği enerji miktarı}}{\text{Nükleer yakıtın tahmini enerji kapasitesi}} \times \text{Net nükleer yakıt maliyeti}$$

Net nükleer yakıt maliyeti: Aktifleştirilmiş maliyet – Birikmiş amortismanlar

Nükleer yakıt tamamen güç üretme vasfını kaybettiğinde "kullanılmış nükleer yakıt" olarak adlandırılır. Kullanılmış nükleer yakıt, fisyon ürün içeriğinden dolayı oldukça radyoaktiftir. Bu nedenle belli bir süre yakıt havuzunda soğumaya bırakılır. Soğuma işlemi tamamlandıktan sonra, harcanan nükleer yakıt uzun süreli depolama veya elden çıkarma gerektirir. Genellikle bu atıkların depolanmasından, işletmelerden aldıkları belli ücret karşılığında ilgili ülke otoriteleri sorumlu olmaktadır. Örneğin, ABD Enerji Bakanlığı, kullanılmış nükleer yakıtın ve işlenmiş üst düzey radyoaktif atığın kalıcı olarak elden çıkarılmasından sorumludur. ABD Nükleer Atık Politikası Yasası (1982) uyarınca, NGS işletmeleri harcanmış nükleer yakıtların bertaraf edilmesi için ABD Enerji Bakanlığı'na, üretilen net kilovat başına saat 0.001 ABD Doları ödemesi gerekmektedir (PWC, 2016: 545-546). Ödenen bu bedel, elektrik üretim maliyeti olarak muhasebeleştirilir. Bazı ülkelerde devlete atık bedeli ödemek yerine, NGS varlıklarının işletmeden çıkarılması için ayrılan zorunlu fona benzer olarak, nükleer atık yönetim fonu da oluşturulabilmektedir.

Kullanılmış nükleer yakıt, birden fazla geri dönüşüm geçirebilir veya tek seferde kullanılmış yakıt haline gelebilir. Her iki durumda da söz konusu kullanılmış nükleer yakıt, geçici depolama havuzuna veya varillerine alınır (Ferguson, 2015: 51) Kullanılmış nükleer yakıtın işlemde geçtikten sonra tekrar kullanma imkânı olması durumunda, yapılan geçici depolama masrafları, yakıtın maliyeti olarak aktifleştirilmelidir. Ancak, bu yakıtın tekrar kullanılmasının imkânsız olduğu

durumlarda ise, yapılan depolama masrafları dönem giderine kaydedilir. Ayrıca, kullanılmış bu yakıtların geçici depolama süreci sonundaki durumu ile ilgili olarak, önemli tahminler, taahhütler ve olasılıklarla ilgili olarak finansal tablo dipnotlarında açıklamalar yapılmalıdır.

II.II. NGS Varlıklarını İşletmeden Çıkarma Maliyetleri ve Yükümlülükleri Muhasebesi

NGS fiili ömrünü tamamladığında, tesisin tamamen sökülüp radyoaktif çöplerin güvenli bir şekilde depolanması ve toprağın iyileştirilmesine ilişkin yükümlülüklerin gereği olarak karşılık ayrılması gerekecektir. Söz konusu bu karşılık, "IAS-37 Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar" standardına göre, işletim sürecinde NGS' de kullanılan varlıkların sökülmesi, taşınması ve radyoaktif çöplerin güvenli bir şekilde depolanmasına ilişkin olarak, sektörden elde edilen en iyi tahminler ile mevcut teknoloji, ekipman ve işgücü fiyatları üzerinden gelecek için yapılan en iyi tahminler baz alınarak hesaplanmaktadır. Gelecek için tahmin edilen bu tutarın net bugünkü değeri, NGS işletmeden çıkarma maliyeti olarak, NGS varlıklarının altında aktifleştirilir ve ruhsat ömrüne göre amortisman tabii tutulur. Yükümlülük tutarı da karşılık olarak, kaynaklar arasında kayda alınır. NGS'nin işletmeden çıkarılma tarihine kadar, yaklaşan her yıl için her bilanço döneminde iskontoda kullanılan faiz oranı kadar finansman gideri oluşmakta ve bu yükümlülüğün artmasına sebep olmaktadır. Kullanılan iskonto oranı, sektörün risklerini de içeren bir oran olup, işletmedeki yatırımcıların risklerini de içerdiğinden normal faiz oranından yüksek olacaktır. "IFRIC-1 Hizmetten Çekme (Yedeğe Çekme), Restorasyon ve Benzeri Mevcut Yükümlülüklerdeki Değişiklikler" yorumu da bu konuyla ilgilidir. Bu yoruma göre, bir hizmetten çekme, restorasyon ve benzeri mevcut yükümlülüğün ölçümünde; yükümlülüğün yerine getirilmesi için gerekli olan ekonomik faydaları oluşturan kaynak çıkışlarının tahmini zamanlamasında veya miktarındaki değişikliklerden kaynaklanan değişiklikler veya iskonto oranındaki bir değişiklik maliyet modeli veya yeniden değerlendirme modeline göre muhasebeleştirilir.

IFRIC-1'de açıklandığı üzere; İlgili varlığın, maliyet modeline göre ölçülmesi durumunda:

(a) Yükümlülükte meydana gelen değişiklikler, (b) bendine uygun olarak, cari dönemde ilgili varlığın maliyetine eklenir veya bu maliyetten düşülür.

(b) İlgili varlığın maliyetinden düşülen tutar, söz konusu varlığın defter değerini geçemez. Yükümlülükte meydana gelen bir azalma, ilgili varlığın defter değerini aştığı takdirde, aşan tutar, derhal kar-zarara yansıtılarak muhasebeleştirilir.

(c) Söz konusu düzeltme sonucunda bir varlığın maliyetinde artış olması durumunda, işletme, bu durumun ilgili varlığın yeni defter değerinin tamamen geri kazanılabilir olamayacağını göstergesi olup olmadığını dikkate alır. Eğer böyle bir gösterge söz konusuysa, işletme, ilgili varlığın geri kazanılabilir tutarını tahmin ederek varlığın değer düşüklüğünü test eder ve meydana gelen her tür değer düşüklüğü kaybını IAS 36'ya göre muhasebeleştirir.

İlgili varlığın yeniden değerlendirme modeline göre ölçülmesi durumunda ise:

(a) Yükümlülükte meydana gelen değişiklikler, varlığın daha önce muhasebeleştirilmiş olan yeniden değerlendirme değer artışını veya azalışını değiştirir; bunun sonucunda:

(i) Yükümlülükte meydana gelen bir azalma ((b) bendine göre) diğer kapsamlı gelirden muhasebeleştirilir ve özkaynaktaki yeniden değerlendirme değer artışını artırır; ancak, daha önce kar veya zarar olarak muhasebeleştirilmiş olan varlığın yeniden değerlendirme değer azalışını tersine çevirdiği tutar kar-zarar olarak muhasebeleştirilir;

(ii) Yükümlülükte meydana gelen bir artış, kar veya zarar olarak kaydedilir; ancak, bu artış doğrudan varlıkla ilgili yeniden değerlendirme değer artışı hesabında bulunan herhangi bir alacak bakiyesi tutarında diğer kapsamlı gelirden muhasebeleştirilir ve özkaynaktaki yeniden değerlendirme değer artışını azaltır.

(b) Yükümlülükte meydana gelen azalmanın ilgili varlığın maliyet modeli çerçevesinde izlenmiş olsaydı muhasebeleştirilmiş olacak olan defter değerini aşması halinde, söz konusu aşan tutar derhal kar veya zararda muhasebeleştirilir.

(c) Yükümlülükte meydana gelen bir değişiklik, defter değerinin, raporlama dönemi sonunda gerçeğe uygun değer kullanılarak belirlenen değerden önemli ölçüde farklılaşmadığının teyidi açısından, varlığın yeniden değerlemeye tabi tutulması gerekebileceğinin bir göstergesidir. Bu şekilde yapılan bir yeniden değerlendirme, (a) bendine göre kar veya zarara ve diğer kapsamlı gelire aktarılacak tutarların belirlenmesinde dikkate alınır. Yeniden değerlendirme gerekliyse, bu sınıf içerisinde yer alan tüm varlıklar yeniden değerlendirilir.

(d) IFRS'e göre, kapsamlı gelir tablosunda diğer kapsamlı gelir olarak muhasebeleştirilen her bir gelir ve gider kaleminin açıklanmasını gerektirir. Söz konusu açıklamanın yapılmasında; yeniden değerlendirme değer artışında, yükümlülükte meydana gelen bir değişiklikten kaynaklanan değişiklikler ayrıca belirtilerek bu şekilde açıklanmalıdır.

İlgili varlığın düzeltilen amortismanına tabi tutarı, varlığın yararlı ömrü boyunca amortismanına tabi tutulur. Bu nedenle, ilgili varlık yararlı ömrünün sonuna geldiğinde, yükümlülükte daha sonra meydana gelen bütün değişiklikler, ortaya çıktıkça kar veya zararda muhasebeleştirilir. Bu durum, hem maliyet modeli hem de yeniden değerlendirme modeli için geçerlidir. İskontonun periyodik olarak çözülmesi, ortaya çıktığı şekilde finansman maliyeti olarak kar-zararda muhasebeleştirilir.

NGS işletmesinin maliyet modeline göre ölçülmesinin tercih ettiği varsayıldığında, IAS-37 ve IFRIC-1'e göre hesapladıkları NGS işletmeden çıkarma maliyetini, "NGS İşletmeden Çıkarma Maliyetleri" (Decommissioning Cost/Asset Retirement Obligation) hesabının borcu karşılığında, "NGS İşletmeden Çıkarma Yükümlüğü Karşılığı" (Provision for Decommissioning Cost) hesabına alacak vererek muhasebeleştirirler. Dönem sonlarında ise NGS işletmeden çıkarma maliyetleri için ruhsat ömrüne göre amortisman hesaplanır ve üretim giderlerine kaydedilir. Takip eden yıllarda, NGS işletmeden çıkarma maliyetleri tahminlerinde artış olması durumunda, "NGS İşletmeden Çıkarma Maliyetleri" (Decommissioning Cost/Asset Retirement Obligation) hesabına borç, "NGS İşletmeden Çıkarma Yükümlüğü Karşılığı" (Provision for Decommissioning Cost) hesabına alacak vererek güncelleme muhasebe kaydı yapılır. Bu maliyet tahminlerinde azalma olduğunda ise bu muhasebe kayıtlarının tersi yapılacaktır. Ayrıca her yıl, önceden öngörülen NGS kapatma tarihine yaklaşıldığından, bir yıllık iskonto oranı tutarı hesaplanarak "Finansman Giderleri-NGS İşletmeden Çıkarma Yükümlülüklerine Dair İskonto Giderleri" (Interest-Unwinding of provisions discount) hesabına borç, "NGS İşletmeden Çıkarma Yükümlüğü Karşılığı" (Provision for Decommissioning Cost) hesabına alacak verilir.

Varlıkların ömrü sonunda işletmeden çıkarılması ile ilgili olarak, FASB özel bir standart düzenlemiştir. "FASB-ASC 410 Varlıkların İşletmeden Çıkarılması ve Çevresel Yükümlülükler" Standardında, varlıkların işletmeden çıkarma ile ilgili maliyetlerin ve yükümlülüklerin hesaplanması ve muhasebe kaydına alınması detaylı bir şekilde anlatılmıştır. IASB ve FASB hesaplama ve muhasebeleştirme konularında benzer hükümler getirmektedir. FASB-ASC'ye göre, beklenen bugünkü değer tekniği, bir varlığın işletmeden çıkarma yükümlülüğünün gerçeğe uygun değerini tahmininde kullanılacak tek uygun yöntemdir (FASB-ASC 410.20).

Hem IFRS hem de FASB-ASC yükümlülüğünün ölçülmesinde bugünkü değer yaklaşımını benimsemektedir. Ancak, iskonto oranı konusunda ise belirgin bir fark vardır. FASB-ASC uyarınca iskonto oranı, işletmenin kredi itibarına göre düzeltilmiş bir risksiz faiz oranını kapsamaktadır (FASB-ASC 410.20.55.15). IFRS'e göre ise iskonto oranı, yükümlülüğe özgü riskleri yansıtmalıdır (IAS 37.47).

II.III. NGS Varlıklarını İşletmeden Çıkarma Fonu Muhasebesi

NGS varlıklarının işletmeden çıkarma fonu (Nuclear Decommissioning Trust Funds) ile ilgili olarak IFRS ve FASB-ASC'de açık bir standart bulunmamaktadır. Ancak, IASB'nin

yayımladığı “IFRIC-5 Hizmetten Çekme, Restorasyon ve Çevre Rehabilitasyon Fonlarından Kaynaklanan Paylar Üzerindeki Haklar” yorumu bu konuyla ilgilidir. Ayrıca; söz konusu yorumda belirtilen IFRS-9, IFRS-10, IFRS-11, IAS-28, IAS-37 ve IAS-39’nun bazı hükümleri bu fon hakkında uygulanmaktadır. FASB-ASC’de ise yatırımlarla ilgili ASC 320, ASC 321, ASC 323, ASC 325, ASC 326 standartlarının ilgili hükümlerine bakılmaktadır.

IFRIC-5’de belirtildiği üzere bu fonun amacı; tesislerin (nükleer santral gibi) veya bazı ekipmanların (arabalar gibi) hizmetten çekilmesi ya da çevre rehabilitasyon faaliyetlerinin (örneğin su kirliliğinin giderilmesi veya mayınlı arazinin temizlenmesi) üstlenilmesi gibi “hizmetten çekme” olarak anılacak faaliyetler sonucu ortaya çıkan maliyetlerin bir kısmını ya da tamamını finanse etmek üzere belirli varlıkların ayrılması olarak açıklanmıştır. Bu fonlara yapılan katkılar, gönüllü olabileceği gibi, bir yasal düzenleme ile de bu fonlara katkı yapılmasını öngörülebilir. NGS varlıklarının işletmeden çıkarma fonu, nükleer santral işletmesi olan ülkelerde yasal bir zorunluluktur.

Bu işletmeden çıkarma fonları, genel olarak aşağıdaki özelliklere sahiptir:

- (a) Fon, bağımsız mütevelliler tarafından ayrıca yönetilir.
- (b) Katkıda bulunanlar, hem borç hem de özkaynağa dayalı araçlara yapılacak yatırımları kapsayabilecek ve katkıda bulunanların hizmetten çekme maliyetlerini ödemelerine yardımcı olabilecek çeşitli varlıklara yatırılan fonlara katkıda bulunabilirler. Mütevelliler, fonların kendi düzenleyici belgelerinde ve yürürlükteki yasal düzenlemelerde belirlenen sınırlamalar kapsamında katkıların nasıl değerlendirileceğini belirler.
- (c) İşletmeler veya katkıda bulunanlar, hizmetten çekme maliyetlerini ödemekle yükümlüdürler. Ancak, katkıda bulunanların hizmetten çekme maliyetleri, oluşan hizmetten çekme maliyetleri ile katkıda bulunanın fon varlıklarındaki paylarının küçük olanı ölçüsünde tazmin edilebilir.
- (d) İşletmeler veya katkıda bulunanların fonda bulunan varlıkların uygun hizmetten çekme maliyetlerini karşılamak amacıyla kullanılan tutarını aşan kısmına erişimleri kısıtlı olabilir veya hiç erişimleri olmayabilir.

IFRS hükümlerine göre, fona katkıda bulunan, işletmeden çıkarma maliyetini ödeme yükümlülüğünü borç olarak muhasebeleştirir ve fondan ödeme yapılamasa dahi, işletmeden çıkarma maliyetlerini ödemekle yükümlü olmadığı sürece, fondaki payını ayrıca muhasebeleştirir. Katkıda bulunan; fon üzerinde kontrol, müşterek kontrol veya önemli etkisinin bulunup bulunmadığını IFRS-10, IFRS-11 ve IAS-28’e göre belirler. Katkıda bulunanın fon üzerinde kontrolü, müşterek kontrolü veya önemli etkisi bulunduğu durumlarda, fondaki payını yukarıda sayılan standartlara göre muhasebeleştirir. Eğer katkıda bulunan, fon üzerinde kontrole, müşterek kontrole veya önemli etkiye sahip değilse; fondan alacağı tazminat hakkını, IAS-37’ye göre bir tazminat olarak muhasebeleştirir. Bu tazminat aşağıdaki tutarların düşük olanı üzerinden ölçülür:

- (a) Muhasebeleştirilen işletmeden çıkarma yükümlülüğünün tutarı ve
- (b) Fondaki katkıda bulunanlara atfedilebilen net varlıkların gerçeğe uygun değerinde katkıda bulunanların payı.

Fona aktarılan katkıların ve fondan yapılan ödemelerin dışında tazminat alma hakkına ilişkin defter değerindeki değişiklikler, bu değişikliklerin meydana geldiği dönem içerisinde kar-zararda muhasebeleştirilir. Bir katkıda bulunanın, ilave katkıda bulunma yükümlülüğü olduğu zaman, örneğin diğer bir katkıda bulunanın iflas etmesi durumunda veya fonda tutulan yatırım varlıklarının değerleri, fondan tazminat ödemesi yapılmasına ilişkin yükümlülüğü karşılayamayacak kadar düşerse, bu yükümlülük IAS-37’nin kapsamına giren bir koşullu borçtur. Katkıda bulunan, sadece ilave katkıların yapılmasının muhtemel olması durumunda borç olarak muhasebeleştirir.

IFRIC-5’e göre, fona aktarılan katkıların ve fondan yapılan ödemelerin dışında tazminat alma hakkına ilişkin defter değerindeki değişiklikler, bu değişikliklerin meydana geldiği dönem içerisinde kar-zararda muhasebeleştirilir. Fona katkıda bulunan bir işletmenin, ilave katkıda bulunma yükümlülüğü olduğu zaman, örneğin diğer bir katkıda bulunanın iflas etmesi durumunda veya fonda

tutulmuş yatırım varlıklarının değerleri, fondan tazminat ödemesi yapılmasına ilişkin yükümlülüğü karşılayamayacak kadar düşerse, bu yükümlülük IAS-37'nin kapsamına giren bir koşullu borçtur. Katkıda bulunan, sadece ilave katkıların yapılmasının muhtemel olması durumunda borç olarak muhasebeleştirir.

“IAS-32 Finansal Araçlar: Sunum” Standardında, “finansal araç”, bir işletmenin finansal varlığı ile diğer bir işletmenin finansal borcunda ya da özkaynağa dayalı finansal aracında artışa neden olan herhangi bir sözleşme olarak tanımlanmıştır. Bir finansal varlığın nasıl sınıflandırılacağı ve ölçüleceği ise, “IFRS-9 Finansal Araçlar” standardında, işletmenin belirlediği yönetim modeline göre olacağı belirlenmiştir. IFRS-9'a göre, bir finansal varlık aşağıdaki her iki şartı birden sağlanması durumunda itfa edilmiş maliyeti üzerinden ölçülür:

(a) Finansal varlığın, sözleşmeye bağlı nakit akışlarının tahsil edilmesini amaçlayan bir iş modeli kapsamında elde tutulması,

(b) Finansal varlığa ilişkin sözleşme şartlarının, belirli tarihlerde sadece anapara ve anapara bakiyesinden kaynaklanan faiz ödemelerini içeren nakit akışlarına yol açması.

olarak belirtilmiştir. Bir finansal varlığın, gerçeğe uygun değer değişimi diğer kapsamlı gelire yansıtılarak ölçülmesi için ise aşağıdaki her iki şartın birden sağlanması gerekmektedir:

(a) Finansal varlığın, sözleşmeye bağlı nakit akışlarının tahsil edilmesini ve finansal varlığın satılmasını amaçlayan bir iş modeli kapsamında elde tutulması,

(b) Finansal varlığa ilişkin sözleşme şartlarının, belirli tarihlerde sadece anapara ve anapara bakiyesinden kaynaklanan faiz ödemelerini içeren nakit akışlarına yol açması (IAS 9.4).

İşletmeden çıkarma fonunun zorunlu olması, kullanımının tesisin devre dışı bırakılması için ayrılmış olması ve devre dışı bırakmaya fon sağlamaya yönelik olarak ilgili tarihte satılması amaçlı bir iş modeli kapsamında elde tutulduğunu göstermektedir. Ayrıca, bu finansal varlıktan vade sonlarında faiz elde edilebilmesi, gerçeğe uygun değer değişiminin diğer kapsamlı gelire yansıtılarak ölçülmesini gerekli kılmaktadır.

ABD Nükleer Düzenleme Komisyonu düzenlemelerine göre, nükleer enerji santrali lisans sahipleri, uygun seviyedeki fonlarını, tesisi devre dışı bırakma sürecinde kullanılabileceğini göstermesini gerekmektedir. Söz konusu komisyon düzenlemesine göre, lisans sahibi işletmeler, tesisin devre dışı bırakılması için mali güvence sunmalıdırlar. Bu güvence, depozito, kefalet, sigorta, ana işletme garantisi veya üçüncü kişilerce yönetilen bir fon olabilmektedir (PWC, 2016: 547). FASB-ASC 825.15.4.a fıkrasına göre, bir finansal varlık veya yükümlülük için, söz konusu 825.15.4 maddesinin diğer maddeleri kapsamına girmediği sürece gerçeğe uygun değere göre değerlendirilmesini kullanabilmektedir. Bu madde hükümleri incelendiğinde, FASB-ASC'ye göre de NGS tesisinin devre dışı bırakılması ile ilgili fonun gerçeğe uygun değerle değerlendirilmeye tabi tutulabileceği anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Çalışmada, NGS sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, bu faaliyetlerine ilişkin olarak uyguladığı özellikli muhasebe konuları inceleme konusu yapılmıştır. Sektöre bakıldığında, ABD NGS işletmelerinin FASB-ASC standartlarını, diğer ülke işletmelerinin büyük çoğunluğunun ise IFRS standartlarına göre finansal tablolarını hazırladığı görülmektedir. Bu işletmelerin finansal tablolarında ise; nükleer yakıt muhasebesi, nükleer güç santralının işletmeden çıkarılma maliyetleri ve yükümlülükleri ile bu santralin işletmeden çıkarılmasında gerekli olacak fonun ayrılması ve gerekli işlemlerinin muhasebesi öne çıkmaktadır.

IFRS standartları içinde NGS sektörüne özgü bir standart bulunmamaktadır. Ancak, IASB, bazı tesislerin veya bazı ekipmanların hizmetten çekilmesi (işletmeden çıkarılması) ya da çevre rehabilitasyon faaliyetlerinin üstlenilmesi gibi faaliyetler sonucu ortaya çıkan maliyetler ve yükümlülükler ile ilgili olarak IFRIC-1 yorumunu 2003 yılında 01.09.2004 tarihinden itibaren

geçerli olmak üzere yayımlamıştır. Ayrıca, bu yükümlülükleri finanse etmek üzere fon ayrılması için ise 2004 yılında IFRIC-5 yorumu hazırlanmış ve 2006 yılı başından geçerli olmak üzere yayımlanmıştır. FASB-ASC’de ise “Varlıkların İşletmeden Çıkarılması ve Çevresel Yükümlülükler” ile ilgili bir standart bulunmaktadır. IFRS ve FASB-ASC, yükümlülüğün ölçülmesinde bugünkü değer yaklaşımını benimsemekle beraber, yükümlülüğü bugünkü değere indirgeyen iskonto oranı konusunda aralarında belirgin bir fark vardır. FASB-ASC uyarınca iskonto oranı, işletmenin kredi itibarına göre düzeltilmiş bir risksiz faiz oranını iken, IFRS’de iskonto oranı ise, yükümlülüğe özgü riskleri de içeren normal faiz oranından yüksek bir orandır. Bunun dışında genel olarak, her iki standardın sektöre yönelik muhasebe politikalarının uyumlu olduğu görülmektedir.

NGS işletmelerinin birçoğunun farklı ülkelerde yatırımı olan çok uluslu işletme özelliği göstermesi nedeniyle, uluslararası muhasebe ve finansal raporlama esaslarında uyum daha da önem kazanmaktadır. Bu nedenle, muhasebe standartlarının, birçoğu çok uluslu niteliğe sahip işletmelerin ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte olması için yorumlar yerine, elektrik üretim sektörüne özgü bir standardın oluşturulması faydalı olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Breeze, Paul (2017). Nuclear Power. London: Academic Press, 1-92.
- ETKB Nükleer Enerji Proje Uygulama Dairesi Başkanlığı (2017). [Web: <http://nepud.enerji.gov.tr/tr-TR/Bilgi-Bankasi/Nukleer-Guc-Santrallerinin-Isleyisi-Nasildir> Erişim Tarihi:12.06.2017]
- FASB (2017). Financial Accounting Standards Boards Accounting Standards Codification. [Web: <https://asc.fasb.org/> Erişim Tarihi:20.06.2017]
- Ferguson, Charles D. (2015). Nükleer Enerji-Herkesin Bilmesi Gerekenler (Birinci Baskı). (Çev. Fatih Güdük). İstanbul: Buzdağı Yayınevi, 1-51.
- FORBES (2017). “The World’s Biggest Public Companies”. [Web: https://www.forbes.com/global2000/list/#header:position_industry:Electric%20Utilities Erişim Tarihi:15.06.2017]
- IFRS (2016). IFRS Foundation Annual Report 2016, 1. [Web: <http://archive.ifrs.org/About-us/IFRS-Foundation/Oversight/Annual-reports/Documents/IFRS-Foundation-Annual-Report-2016.pdf> Erişim Tarihi:01.06.2017]
- IFRS (2017). International Financial Reporting Standards and International Financial Reporting Interpretations Comments. [Web: <http://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/> <http://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-interpretations/> Erişim Tarihi:20.06.2017]
- Lovering , J.R., Yip, A., & Nordhaus, T. (2016), “Historical Costruction Cost of Global Nuclear Power Reactors”, Energy Policy, Vol. 91, 380.
- NEI (2017). Nuclear Energy Institute. [Web:<https://www.nei.org/Master-Documents-Folder/Backgrounders/Fact-Sheets/Types-of-Fuel-Cycle-Facilities-Countries-and-Compa> Erişim Tarihi:22.06.2017]
- OECD Nuclear Energy Agency (2016). Costs of Decommissioning Nuclear Power Plants. NEA No. 7201, 66.
- TEİAŞ (2017). Türkiye Elektrik İletim A.Ş. [Web: <http://www.teias.gov.tr/> Erişim Tarihi:14.06.2017]
- TELLİ, Azime (2016). Akkuyu Akliman’a Karşı: Nükleer Anlaşmaların İçerik Kıyaslaması. Enerji Piyasaları ve Politikaları Enstitüsü, Eppen17, 11. [Web: http://www.eppen.org/resim/haber_resim/EPPEN17.Azime-Telli.pdf Erişim Tarihi:13.06.2017]

- TMMOB EMO (2017). TMMOB Elektirik Mühendisleri Odası. [Web: http://www.emo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=88369#.WTSqKWjyhPY Erişim Tarihi:13.06.2017]
- TOWLER, Brian F. (2014). The Future of Energy. London: Academic Press, 157.
- TÜBİTAK (2015). Yakından Tanıyın Enerji (Birinci Baskı). Ankara: Gökçe Ofset Matbaacılık, 46
- PWC (2016). Utilities and power companies. 540-547. [Web: <https://www.pwc.com/us/en/cfodirect/assets/pdf/accounting-guides/pwc-utilities-power-2016.pdf> Erişim Tarihi:18.06.2017]
- WNA (2017a). World Nuclear Association. [Web: <http://www.world-nuclear.org/information-library/economic-aspects/economics-of-nuclear-power.aspx> Erişim Tarihi: 05.06.2017]
- WNA (2017b). World Nuclear Association Nuclear Power Economics and Project Structuring, Report No. 2017/001. [Web: http://www.world-nuclear.org/getmedia/84082691-786c-414f-8178-a26be866d8da/REPORT_Economics_Report_2017.pdf.aspx Erişim Tarihi: 03.06.2017]

KÜTAHYA İLİNDE KATI ATIK YÖNETİMİNİN MALİYET VE MEKÂNSAL ANALİZİ¹

Aysin BARUT²
Özer ÖZÇELİK³

Özet

Bu çalışmanın amacı Kütahya ilinde yer alan 13 ilçe özelinde belediye tarafından verilen katı atık hizmetinin, maliyet ve mekânsal analizini gerçekleştirmektir. Yapılan analizler ile daha verimli bir katı atık yönetimi için gerekli şartlar ve mevcut çöp toplama ve taşıma sisteminde maliyet azaltıcı öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Katı Atık, Katı Atık Toplama ve Taşıma Maliyeti, KÜKAB, Mekânsal Analiz

Jel Sınıflandırılması: Q50, Q53, Q59

THE COST AND SPATIAL ANALYSIS OF SOLID WASTE MANAGEMENT IN KUTAHYA PROVINCE

Abstract

The aim of this paper is to present cost and spatial analysis of solid waste served from municipality specific to 13 sub-provinces in Kütahya. Suggestions have been developed about necessary conditions for more productive solid waste management and lower the cost on existing waste collection and transportation system with applied analyses.

Key Words: Solid Waste, The Cost of Collection and Transportation of Solid Waste, KUKAB, Spatial Analysis

Jel Classification: Q50, Q53, Q59

¹ Bu çalışma Dumlupınar Üniversitesi SBE İktisat ABD’da sunulan ve TÜÇEV tarafından desteklenen Aysin Barut’un hazırladığı “Katı Atık Toplama ve Taşımanın Maliyet ve Mekânsal Analizi: Kütahya İli Örneği” başlıklı lisansüstü tezden türetilmiştir.

² Bilim Uzmanı, aysinbarut@windowlive.com

³ Yrd.Doç.Dr., Dumlupınar Üniversitesi, İİBF, ozer.ozcelik@dpu.edu.tr

GİRİŞ

Türkiye, AB'ye katılım sürecini hızlandırmak için AB Atık Direktifi'ne uyumunu sağlamaya çalışmakta olup katı atıkların usulüne uygun olarak bertaraf edilmesi hususundaki çalışmalarına ivme kazandırmıştır. Bu kapsamda Katı Atık Birlikleri, atıkların toplanması ve taşınmasında maliyet unsurunu minimize etmek için atıkların geri dönüşümünü destekleyici uygulamalar yapmaktadır. Katı atık yönetim sistemlerinde katı atıkların toplanması ve taşınması, maliyet kaleminin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. düzenli depolama sahasına olan uzaklık, araçların düşük kapasiteleri, araç sayısının azlığı ve optimum olmayan güzergah seçimi gibi unsurlar toplama ve taşıma maliyetlerini arttırabilmektedir. Bu çalışmanın amacı Kütahya ilinde yer alan 13 ilçe özelinde belediye tarafından verilen katı atık hizmetinin maliyet ve mekânsal analizini gerçekleştirmektir. Analizde kullanılan veriler Kütahya Katı Atık Yönetimi A.Ş. ve TÜİK' ten alınmıştır. Yapılacak olan analizler ile daha verimli bir katı atık yönetimi için gerekli şartlar ve mevcut çöp toplama ve taşıma sisteminde maliyet azaltıcı öneriler geliştirilecektir.

I. KÜTAHYA İLİNDE KATI ATIK YÖNETİMİ

Katı atıkların toplanması, taşınması, geri kazanımı ve bertarafına ilişkin görev ve yükümlülükler, belediye sınırları içerisinde 5393 sayılı Belediye Kanunu ile belediye başkanlıklarına, belediye sınırları dışında 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu ile il özel idarelerine verilmiştir. Kütahya ilinde oluşan katı atıkların toplanması, taşınması, bertaraf edilmesi, geri dönüşümü ve yeniden değerlendirilmesi ile ilgili katı atık yönetimi birimi oluşturulmuştur. Etkin, verimli, ekonomik ve sürdürülebilir bir atık yönetimi geliştirmeyi ve katı atık yönetimi sorununa kalıcı bir çözüm bulmayı hedefleyen Kütahya İli Yerel Yönetimler Katı Atık Bertarafı Tesisleri Yapma ve İşletme Birliği (KÜKAB) projesi, 13 Mayıs 2006 tarih ve 26167 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiş olan 5491 sayılı Kanun ile 2872 sayılı Çevre Kanunu'yla birlikte kabul edilmiştir. KÜKAB projesi kapsamında Kütahya Belediyesi tarafından AB katılım öncesi hibe programına müracaatı üzerine, Kütahya İli Yerel Yönetimler Katı Atık Bertarafı Tesisleri Yapma ve İşletme Birliği (KÜKAB), AB Çevre Projeleri Hibe Destek Programı'na kabul edilmiştir. Kütahya Belediyesi tarafından tüm ilçeler ve İl Özel İdaresi KÜKAB projesine katılmak üzere davet edilmiş ve 7 Kasım 2005 tarihinde KÜKAB oluşturulmuştur (Yılmaz ve Bozkurt, 2010: 21-22).

KÜKAB, 2016 yılı itibariyle Merkez, Tavşanlı, Domaniç, Emet, Hisarcık, Altıntaş, Dumlupınar, Gediz, Pazarlar, Şaphane, Simav, Aslanapa, Çavdarhisar Belediyelerini kapsamaktadır. 2009-2028 yılları kapsayan proje, Türkiye'nin AB Atık Direktifi'ne uyumunu ve çevre korumasını sağlayarak AB'ye katılım sürecini hızlandırmayı amaçlamaktadır. Proje kapsamında yer alan yerleşim yerlerinden toplanan katı atıkların kaynağında azaltılması, düzenli bir şekilde bertaraf edilmesi⁴, halka çevre bilincini anlatmak ve katı atıkların insan sağlığı üzerindeki olası olumsuz etkilerini azaltarak katı atık yönetimi hizmetlerini etkin kılmak hedeflenmektedir. Projenin % 62'si AB tarafından hibe olarak geriye kalan %38'lik kısmı ise projeye katılan belediyelerin öz kaynaklarından karşılanmıştır. KÜKAB projesinin uygulama ve izleme aşamasında Çevre ve Orman Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı, İller Bankası, Kütahya Belediyesi, Merkezi Finans ve İhale Birimi, AB Genel Sekreterliği ve AB Türkiye Delegasyonu kurumları tarafından koordinasyonun sağlanması ve projenin yürütülmesi konusunda bir yönlendirme kurulu kurulmuştur (Yılmaz ve Bozkurt, 2010: 22-23). Projenin hedeflerinden biri olan evsel katı atık düzenli depolama tesisi, Kütahya Merkez ilçesi, Perli Köyü Şabanözü mevkiinde 2.810.000 bin m³ kapasiteli, 246.416,5 m² yüzölçümlü alan üzerinde, 1.521 m² yüzölçümlü kapalı bir alanda yer almaktadır. İşletme, 27 Aralık 2010 tarihinde Geçici Faaliyet

⁴ Atık bertarafı, atıkların yakılması ve nihai olarak depolanması gibi kavramları kapsamaktadır. Ancak çalışmada atıkların toplanması ve taşınması işlemi atıkların ortadan kaldırılması işlemi olarak düşünülmekte ve bertaraf olarak isimlendirilmektedir.

Belgesi almış, 25 Nisan 2011 tarihinde Kütahya İli Çevre Durumu Raporu (354) ile faaliyete başlamıştır (Kütahya İl Çevre Durum Raporu, 2011: 353).

Katı atıkların toplanması ve taşınması KÜKAB tarafından ihale yöntemiyle özel bir şirket olan Kütahya Katı Atık Yönetimi A.Ş.'ne devredilmiştir. Kütahya ili çöp toplama ve taşıma maliyeti üzerine yapılan bu çalışmada Kütahya Katı Atık Yönetimi A.Ş'nden alınan verilerden yararlanılmıştır. Evsel nitelikli katı atıklar günde iki vardiya ile toplanmakta ve transfer merkezlerinden düzenli depolama sahasına dökülmektedir. Tablo 1.'de 5 Kütahya merkez ve ilçelerinin düzenli depolama sahasına olan mesafesine yer verilmiştir. İl merkezine 15 km uzaklıkta olan düzenli depolama sahasına en uzak ilçe Simav'dır.

Tablo 1: Kütahya İli Merkez ve İlçelerinin Düzenli Depolama Sahasına Olan Uzaklığı

İlçeler	Transfer Merkezi Yeri	Depo Sahasına Uzaklığı (Km)
Merkez	Yok	15
Tavşanlı	Tavşanlı	53
Domaniç	Tavşanlı	95
Emet	Emet	106
Hisarcık	Emet	126
Altıntaş	Altıntaş	45
Dumlupınar	Altıntaş	65
Gediz	Gediz	115
Pazarlar	Şaphane	130
Şaphane	Şaphane	130
Simav	Şaphane	150
Aslanapa	Aslanapa	40
Çavdarhisar	Aslanapa	70

Kaynak: Kütahya Katı Atık A.Ş'den alınan veriler doğrultusunda oluşturulmuştur.

Katı atık miktarı, mevsimlere, bölgede yaşayan insanların sosyo-ekonomik özelliklerine ve nüfusa bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir (Aydın ve Kara, 2003: 574). Tablo 2'de yıllara göre Kütahya ili merkez ve ilçelerinde kişi başına üretilen ortalama katı atık miktarına yer verilmiştir. Tabloda yıllara göre mevsimsel olarak yaz mevsiminde üretilen günlük katı atık miktarı çok fazla değişkenlik göstermezken kış mevsiminde bariz bir azalma görülmektedir. Bu azalmanın en önemli nedenlerinden biri kış aylarında kömür tüketiminin yerine doğal gaz kullanımının yaygınlaşmasıdır.

⁵ Atıkların transfer istasyonları aracılığı ile depolama alanlarına ulaştırılarak atık taşıma maliyetinin düşürülmesi gerekmektedir. Ancak, KÜKAB'ın hazırlamış olduğu verilerde transfer istasyonlarına yakınlık uzaklık verileri olmadığı için sadece depolama sahasına olan uzaklığı kullanılmaktadır.

Tablo 2: Kütahya İlinin Yıllara Göre Ürettiği Çöp Miktarı

Yıl	Anket Uygulanan Nüfus	Anket Uygulanan Belediye Sayısı	Günlük Katı Atık Miktarı(ton/gün)		Kişi Başına Düşen Günlük Katı Atık Miktarı(kg/gün)	
			YAZ	KIŞ	YAZ	KIŞ
1994	643.117	37	562	835	1,51	2,25
1995	643.117	38	610	903	1,62	2,40
1996	643.117	40	612	1,007	1,63	2,68
1997	643.117	46	619	1,028	1,59	2,64
1998	643.117	49	640	1,037	1,60	2,59
2001	656.903	77	615	1,060	1,33	2,30
2002	656.903	77	652	1,121	1,39	2,39
2003	656.903	77	664	1,158	1,39	2,43
2004	656.903	75	545	802	1,16	1,70
2006	583.910	75	597	850	1,34	1,91
2008	583.910	75	543	832	1,22	1,87
2010	590.496	72	641	915	1,38	1,97
2012	573.421	72	519	608	1,14	1,34

Kaynak: Kütahya Katı Atık A.Ş'den alınan veriler doğrultusunda oluşturulmuştur.

Kent merkezinde ve ilçelerinde katı atıkların toplanması ve taşınması için kullanılan araç sayısı ve kapasitelerine Tablo 3'te yer verilmiştir. Ayrıca toplama ve taşıma süreçlerinde çalışan personelin ve konteyner sayısının da ilçelere göre dağılımına yer verilmektedir. Günlük toplanan katı atık miktarına göre personel ve araç sayısı değişkenlik göstermektedir. Kent merkezinde 18 adet araç ve 156 adet personel bulunmaktadır. Altıntaş ve Dumlupınar ilçelerinde toplam araç sayısı 1, personel sayısı 8, Pazarlar ve Şaphane ilçelerinde toplam araç sayısı 1 ve personel sayısı 6, Aslanapa ve Çavdarhisar ilçelerinde ise toplam 3 adet personel ve kapasitesi 7m³ olan 1 adet aracı bulunmaktadır.

Tablo 3: Kütahya İli ve İlçelerinde 2104 Yılına Ait Toplama ve Taşıma İçin Kullanılan Araçların Kapasitesi, Sayısı, Personel Sayısı ve Konteyner Sayısı

Yerleşim Yeri	Personel Sayısı	Konteyner Sayısı	Araç Sayısı	Araç Kapasitesi					
				6m ³	7m ³	10m ³	13m ³	15m ³	20m ³
Merkez	156	4.500	18	1	6		10		1
Tavşanlı	69	3.959	10		3		5		2
Domaniç	3	435	1			1			
Emet	13	694	1			1			
Hisarcık	3	300	1				1		
Altıntaş	8	418	1				1		
Dumlupınar		30							
Gediz	23	1.500	4		1	1	2		
Pazarlar	6	200	1		1				
Şaphane		280							
Simav	20	1.500	4	1(3m ³)		1	2		
Aslanapa	3	136	1		1				
Çavdarhisar		200							

Kaynak: Kütahya Katı Atık A.Ş'den alınan veriler doğrultusunda oluşturulmuştur.

II. KÜTAHYA İLİNDE KATI ATIK TOPLAMA VE TAŞIMA MALİYETİNİN ANALİZİ

Katı atık yönetimi stratejisinde bertaraf hizmeti en maliyetli aşamadır. Söz konusu maliyet güzergâh seçimi, verimli çalışma ve ekipmanlarda yapılan değişikliklerle düşürülebilir. Kütahya merkez ve diğer ilçelerinde Kütahya Katı Atık Yönetimi A.Ş.'den alınan günlük yakıt masrafı, günlük personel masrafı ve günlük toplam araç masrafı verileri doğrultusunda katı atıkların toplama ve taşıma maliyetleri hesaplanmıştır. 2014 yılına ait toplama maliyeti; günlük toplam masrafın, günlük toplam çalışma zamanı ve günlük toplama zamanının oranlanması ile elde edilmiştir. Hesaplamaların sonuçları Tablo 4'de belirtilmiştir. Araç ve personel sayısı ortak olan Altıntaş ile Dumlupınar, Pazarlar ile Şaphane ve Aslanapa ile Çavdarhisar ilçeleri için toplama ve taşıma maliyetinin analizi konteyner sayısına göre yüzdesel değerleri alınarak hesaplanmıştır. Tablo 5'de ilgili ilçelerin toplama masraflarına yer verilmiştir.

Tablo 4: Kent Merkezi ve İlçelerdeki 2014 Yılına Ait Toplama Maliyeti

Yerleşim Yeri	Günlük Toplama Zamanı (St), Saat	Günlük Yakıt Masrafı TL/gün	Günlük Personel Masrafı TL/gün	Günlük Toplam Araç Masrafı TL/gün	Günlük Toplam Masraf, TL/gün	Günlük Toplama Maliyeti, TL/gün
Merkez	6	3.412	7.800	2.340	13.552	8.743
Tavşanlı	6	2.338	3.450	1.300	7.088	3.783
Domaniç	3	114	150	130	394,00	162,00
Emet	4	182	650	130	962,00	285,00
Hisarcık	3	136	150	130	416,00	146,00
Altıntaş	4	127	400	130	657,00	-
Dumlupınar	4,5					
Gediz	5,5	773	1.150	520	2.443	856,00
Pazarlar	3	91	150	130	685,00	-
Şaphane	3					
Simav	5,5	546	1.000	520	2.066	854,00
Aslanapa	4	127,00	150	130	407,00	-
Çavdarhisar	4					

Kaynak: Kütahya Katı Atık A.Ş'den alınan veriler doğrultusunda hesaplanmıştır.

Günlük toplama maliyeti, diğer ilçelere göre personel ve araç sayısının fazla oluşu gibi nedenlerle en yüksek merkez ilçede hesaplanmıştır. Hisarcık ilçesi ise günlük toplama maliyeti en düşük çıkmıştır. Tablo 3.7'de personel ve araç sayıları ortak olan ilçeler için maliyet hesaplaması yapılmıştır. Günlük toplama maliyeti, günlük toplam masrafın günlük toplam çalışma zamanı ile günlük toplama zamanı oranlanarak bulunmuştur. Tabloda yer alan ilçelerde ortak olan tek araç ilçelerdeki tüm konteynerleri topladığı için ikili gruptaki ilçelerden birinin konteyner sayısı toplam konteyner sayısına oranlanmıştır. Çıkan oran, günlük toplam masraf ile çarpılarak günlük toplama maliyeti elde edilmiştir. Altıntaş ile Dumlupınar ilçeleri için örnek toplama maliyeti hesaplaması şu şekildedir:

$$\text{Günlük toplam toplama masrafı: } 9,5 \times \frac{657,00}{13,90} = 449,02 \text{ TL}$$

$\frac{418}{448} \times 100 = \%93$. (Dumlupınar ilçesi %7) Elde edilen bu oran günlük toplam masrafın her iki ilçenin de günlük toplam toplama masrafına oranlanmıştır;

Altıntaş ilçesi günlük toplama maliyeti: $449,02 \times 0,93 = 417,58 \text{ TL}$ bulunmuştur.

Dumlupınar ilçesinin günlük toplama maliyeti ise: $449,02 \times 0,07 = 31,44 \text{ TL}$ 'dir.

Tablo 5: Personel ve Araç Sayısı Ortak Olan İlçelerde 2014 Yılına Ait Toplama Maliyeti

Yerleşim Yeri	Günlük Toplama Zamanı (St) saat	Konteynır Sayısı	Günlük Toplam Toplama Masrafı TL/gün	Günlük Toplama Maliyeti TL/gün
Altıntaş	9,5	418 (%93)	449,02	417,58
Dumlupınar		30 (%7)		31,44
Pazarlar	6	200 (%42)	142,70	60,00
Şaphane		280 (%58)		82,70
Aslanapa	8	136 (%40)	243,00	97,20
Çavdarhisar		200 (%60)		145,80

Kaynak: Kütahya Katı Atık A.Ş'den alınan veriler doğrultusunda hesaplanmıştır.

Tablo 5'e göre günlük toplama maliyeti en yüksek Altıntaş ilçesinde hesaplanmıştır. 2014 yılına ait günlük taşıma maliyeti; günlük toplam masrafın, günlük toplam çalışma zamanı ve günlük taşıma zamanının oranlanması ile elde edilmiştir. Çıkan sonuçlar Tablo 6'da belirtilmiştir. Kütahya'nın günlük katı atık taşıma maliyeti, depolama sahasına mesafesi 15 km olmasına rağmen en yüksek merkez ilçede çıkmıştır. Merkez ilçeyi Tavşanlı, Gediz ve Simav ilçeleri takip etmektedir. En düşük günlük taşıma maliyetine sahip olan ilçe ise Domaniç'tir.

Tablo 6: Kent Merkezi ve İlçelerdeki 2014 Yılına Ait Taşıma Maliyeti

Yerleşim Yeri	Günlük Taşıma Zamanı (St), Saat	Günlük Ölü Zaman Ut, Saat	Günlük Yakıt Masrafı, TL/gün	Günlük Personel Masrafı TL/gün	Günlük Toplam Araç Masrafı TL/gün	Günlük Toplam Masraf, TL/gün	Günlük Taşıma Maliyeti, TL/gün
Merkez	1,80	1,5	3.412	7.800	2.340	13.552	3.128
Tavşanlı	4,24	1	2.338	3.450	1.300	7.088	2.935
Domaniç	3,80	0,5	114	150	130	394	232
Emet	8,48	1	182	650	130	962	677
Hisarcık	5,04	0,5	136	150	130	416	270
Altıntaş	1,80	0,5	127	400	130	657	-
Dumlupınar	2,60	0,5					
Gediz	9,20	1	773	1.150	520	2.443	1.587
Pazarlar	10,40	1	205	350	130	685	-
Şaphane	10,40	1					
Simav	6,80	1	546	1.000	520	2.066	1.212
Aslanapa	1,60	0,5	127	150	130	407	-
Çavdarhisar	2,80	0,5					

Kaynak: Kütahya Katı Atık A.Ş'den alınan veriler doğrultusunda hesaplanmıştır.

Tek ortak araca sahip ilçeler için, günlük toplama maliyeti hesaplamasında olduğu gibi günlük taşıma maliyetinde de konteyner sayısı baz alınarak maliyet analizi yapılmıştır. İlgili ilçelerin günlük taşıma maliyeti hesaplamaları Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7: Personel ve Araç Sayısı Ortak Olan İlçelerde 2014 Yılına Ait Taşıma Maliyeti

Yerleşim Yeri	Günlük Taşıma Zamanı (St) saat	Konteyner Sayısı	Günlük Toplam Taşıma Masrafı TL/gün	Günlük Taşıma Maliyeti TL/gün
Altıntaş	4,40	418 (%93)	207,98	193,43
Dumlupınar		30 (%0,07)		14,55
Pazarlar	20,80	200 (%42)	542,30	228,00
Şaphane		280 (%58)		314,30
Aslanapa	4,40	136 (%40)	164,00	65,60
Çavdarhisar		200 (%60)		98,40

Kaynak: Kütahya Katı Atık A.Ş'den alınan veriler doğrultusunda hesaplanmıştır.

Hesaplamalar sonucunda tek araca sahip, en yüksek günlük taşıma maliyeti Pazarlar ilçesinde, en düşük taşıma maliyeti ise Dumlupınar ilçesinde görülmektedir.

İlçelerin 2014 yılına ait günlük toplama ve taşıma maliyetleri Tablo 8'de belirtilmiştir. Reel bir ölçüt oluşturmak için günlük toplama ve taşıma maliyetleri nüfusa bölünerek kişi başına düşen değerler bulunmuştur. Günlük toplama ve taşıma maliyeti; nüfus yoğunluğuna, artan yakıt fiyatlarına bağlı olarak yakıt tüketimine, güzergâh seçimine, trafik yoğunluğuna, atık üretiminin yoğun olduğu ilçelerdeki toplama sıklığına, depolama sahasına olan uzaklığa ve personel ile araç sayısına göre değişmektedir.

Tablo 8: Kent Merkezi ve İlçelerdeki 2014 Yılına Ait Günlük Toplama ve Taşıma Maliyeti

Yerleşim Yeri	Nüfus	Günlük Toplama Maliyeti, TL/gün	Günlük Taşıma Maliyeti, TL/gün	Günlük Toplam Maliyet, TL/gün	Kişi Başına Düşen Günlük Toplama Maliyeti, TL	Kişi Başına Düşen Günlük Taşıma Maliyeti, TL	Kişi Başına Düşen Günlük Toplam Maliyet, TL
Merkez	235.700	8.743	4.809	13.552	0,0370	0,0204	0,0574
Tavşanlı	78.100	3.783	3.305	7.088	0,0484	0,0423	0,0907
Domaniç	7.100	162,00	232,00	394,00	0,0228	0,0326	0,0554
Emet	18.400	285,00	677,00	962,00	0,0154	0,0367	0,0521
Hisarcık	5.300	146,00	270,00	416,00	0,0275	0,0509	0,0784
Altıntaş	7.300	417,58	193,43	611,01	0,0572	0,0264	0,0836
Dumlupınar	1.300	31,44	14,55	45,99	0,0241	0,0111	0,0352
Gediz	25.100	856,00	1.587	2.443	0,0341	0,0632	0,0973
Pazarlar	3.400	60,00	228,00	288,00	0,0176	0,0670	0,0846
Şaphane	4.500	82,70	314,30	397,00	0,0183	0,0698	0,0881
Simav	25.000	854,00	1.212	2.066	0,0341	0,0484	0,0825
Aslanapa	2.500	97,20	65,60	162,80	0,0388	0,0262	0,0650
Çavdarhisar	2.500	145,80	98,40	244,20	0,0583	0,0393	0,0976

Kaynak: Kütahya Katı Atık A.Ş.'den alınan veriler doğrultusunda hesaplanmıştır.

III. KATI ATIK YÖNETİMİNDE MEKÂNSAL ANALİZ ÇALIŞMALARI

Katı atık yönetimiyle ilgili mekânsal analiz çalışmaları incelendiğinde yapılan çalışmaların birkaçında kentsel katı atık üretim oranlarında mekânsal farklılık konusu işlenmiştir. Dennison vd. (1996) çalışmalarında, Dublin'in farklı bölgelerinde, evsel katı atıkların miktarlarının dağılımı ve kişi başına düşen atık üretimi oranlarının görsel bir tasviri için coğrafi bilgi sistemi kullanmışlardır. Bu çalışmada, birbirine komşu olan bölgelerin atık üretimi oranları ve evsel atık miktarlarının benzer olduğunu saptamışlardır.

Beigl vd. (2004) ve Bandara vd. (2007) yapmış oldukları çalışmalarda coğrafi sınıflandırma metodu uygulamışlar ve her sınıf için ayrı ayrı regresyon analizi gerçekleştirmişlerdir. Purcell ve Magette (2009) kentsel biyo-bozunur atık üretim oranlarını tahmin edebilmek için coğrafi bilgi sisteminden faydalanmışlardır.

Yapılan bu çalışmalarda analizler atık üretim miktarlarını karşılaştırmak için haritalama kullanımı, coğrafi sınıflandırma yoluyla atık üretim oranlarının belirlenmesi ve atık üretim oranlarının mekânsal dağılımının belirlenmesi ile oluşturulmuştur. Ancak atık üretimi, farklı bölgelerde atık üretiminin önemindeki göreceli değişimi, diğer faktörler arasındaki karşılıklı ilişkiyi ve atık üretimini etkileyen potansiyel faktörlerin çeşitliliği göz önünde bulundurularak durağan olmama durumu açısından analiz edilmelidir. Kentsel katı atık üretimi hakkındaki bu çalışmalarda, kentsel katı atık oranları ve bunların belirleyicileri arasındaki mekânsal ilişkiyi analiz etmek için yeterli mekânsal istatistik tekniği kullanılmamıştır (Keser vd., 2012).

Keser vd.'nin (2012) mekânsal bağımlılığı dikkate alarak, eş zamanlı mekânsal otoregresyon ve coğrafi ağırlıklı regresyon modelleri ile mekânsal veri analizi yapmışlar ve bu analiz için Türkiye'nin farklı illerinde evsel katı atık üretim oranları için önemli olan sosyo-ekonomik ve iklimsel faktörleri incelemişlerdir. Çalışmanın sonuçlarına göre birbirine yakın komşuluğa sahip olan iller benzer kentsel katı atık üretim oranına sahip olduğu saptanmıştır. Ayrıca kentsel katı atık üretim oranının, işsizlik oranı ve asfalt kaplı yol oranı ile anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır. Fakat bu değişkenlerin anlamlılıkları bazı iller için azalabilmektedir.

Ogwuelaka (2013) çalışmasında, Nijerya/Abuja’da farklı sosyo-ekonomik gruplar içerisinde, günlük kişi başına düşen katı atık üretim miktarları ve gelir arasındaki ilişkiyi değerlendirmiştir. Çalışmanın sonucunda gelir ve kişi başına düşen günlük atık miktarı arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Buna göre, yüksek gelir grubuna mensup insanların kişi başına düşen atık üretimi ve gelirleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç elde edilmiştir. Orta gelir grubundakilerde, ilgili değişkenler arasında istatistiksel olarak önemsiz bir fark bulunmuştur. Düşük gelir grubuna sahip olanları ise kişi başına düşen günü atık miktarı ile gelirleri arasında istatistiksel olarak bir anlamlılık bulunamamıştır.

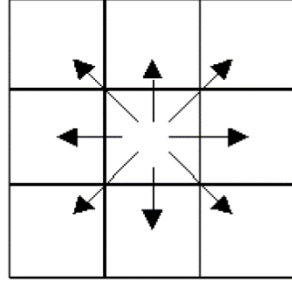
Yapılan tüm bu çalışmalarda katı atık üretiminin mekânsal belirleyicisi olarak demografik ve sosyo-ekonomik özellikler dikkate alınmıştır. Zhang vd. (2015) ise sosyo-ekonomik ve demografik unsurlara ek olarak arazi kullanımı ve arazi yapısı gibi mekânsal faktörler göz önünde bulundurularak mekânsal otokorelasyon ve lineer regresyon analizi yapılmıştır. Çalışmada, Çin’de bir ada şehrinde kentsel katı atık üretiminin mekânsal modelini ortaya çıkarmak için küresel ve yerel çapta mekânsal otokorelasyon araçlarından faydalanılmıştır. Çalışmanın sonucunda, kentsel katı atık miktarını belirlemede küresel çapta mekânsal otokorelasyonun önemli bir gösterge olduğu, yerel mekânsal otokorelasyonun ise kentteki katı atıkların miktarlarının yoğunlaştığı sorunlu bölgeleri saptamada önemli bir araç olduğu vurgulanmıştır.

IV. MEKÂNSAL ANALİZİN TEORİK ÇERÇEVESİ VE UYGULAMA

Mekânsal Analizin mekânsal istatistik değerlendirmesinde Keşfedici Mekânsal Veri Analizi (ESDA) en önemli tekniklerden birisidir. ESDA analizi coğrafi konumlar arasındaki etkileşimleri ve coğrafi konumların farklılığını ortaya koymakta olup bölgelerarası farklılıkları karşılaştırabilme fırsatı da sunmaktadır (Celebioglu ve Dall’erba, 2010).

Mekânsal analizin ortaya çıkışı Waldo Tobler’in belirttiği coğrafyanın temel yasasına dayanmaktadır. “Her şey başka her şeyle ilişkilidir. Fakat yakın şeyler, uzak şeylere göre daha fazla ilişkilidir”. Bir değişkene ait benzer değerler genellikle yakın konumlarda ortaya çıkmaktadır ve bu durum mekânsal kümelenme meydana getirebilmektedir. Örneğin, suç oranı yüksek bir şehri çevreleyen illerde suç oranı yüksek olabilir veya gelir düzeyi düşük bir bölgeyi çevreleyen bölgelerde gelir düzeyleri düşük olabilir (Anselin, 1992; Zeren, 2010). Çalışmanın bu kısmında katı atık toplama, taşıma ve toplam günlük maliyet kalemleri açısından ESDA analizi kullanılarak konumlar arasındaki etkileşimler ve coğrafi konumların farklılıkları tespit edilecektir. Çalışmada ayrıca mekânsal kümelenmelerin olup olmadığı da ESDA’nın tamamlayıcısı olan LISA analizi ile ortaya konulacaktır. Bu analizler GeoDa programı ile oluşturulmuştur.

Coğrafi konumların etkileşimlerinin ve farklılıklarının belirlenmesi mekânsal otokorelasyon ile açıklanabilmektedir. Pozitif mekânsal otokorelasyon bir tesadüfi değişkenin yüksek veya düşük değerlerinin uzayda kümelenme eğilimi olduğunda oluşmaktadır. Negatif mekânsal otokorelasyon ise coğrafi bölgelerin çok sayıda benzemeyen değerler ile komşuları tarafından çevrilme (etrafi sarılma) eğilimi olduğunda meydana gelir (Anselin, 1988; Anselin, 1999). Bu kapsamda bölgelerarası komşuluk ilişkilerinin oluşturulması gereklidir. Mekânsal istatistik literatüründe komşular ikili bir ilişki içerisinde açıklanmaktadır (0-komşu olmama, 1-komşu olma). Bu çalışmada Queen (Vezir) komşuluk ilişkisi seçilmiştir. Queen komşuluk ilişkisi, ortak sınırlar ve ortak köşeler dâhil olmak üzere ortak herhangi bir noktadan komşu olmayı ifade etmektedir. Queen komşuluk ilişkisi aşağıdaki şekilde gösterilmektedir.



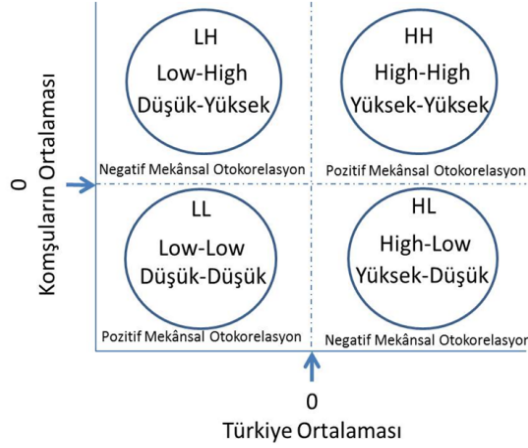
Şekil 1. Queen Komşuluk İlişkisi

Kaynak: Tuncer vd. (2015)

Uzayda bir değişkenin kendisi ile korelasyonu mekânsal otokorelasyonu ifade etmektedir. Bu değer pozitif (yüksek değerlerin yüksek komşuluk değerleri ile korelasyon içinde olması veya düşük değerlerin düşük komşuluk değerleri ile korelasyon içinde olması) veya negatif (yüksek-düşük veya düşük-yüksek değerler için mekânsal aykırı değerler olması) olabilir. Sonlu örneklerdeki ortalama, 1 (bir)'in üzerinde merkezileşmediği için pozitif mekânsal otokorelasyonun düşük bir negatif değer ile ilişkili olabileceği (örnek: -0,01) dikkate alınmalıdır. Mekânsal otokorelasyon analizi hem global (kümelenme için test) hem yerel (kümeler için test) Moran's I istatistiğinin testlerini ve görselleştirmesini içermektedir (Anselin vd., 2006). Moran's I aşağıda belirtildiği gibi formülize edilir (Anselin, 1995; Anselin vd., 2007):

$$I_t = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n w_{ij}^* x_{it} x_{jt}}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_{it} x_{jt}}$$

Formülde w_{ij}^* , i ve j olarak adlandırılan mekânsal birimler arasındaki bağlantı derecesini (standardize edilmiş dizi) ve x_{ij} , t yılında i bölgesindeki payım değişkenidir (ilgili yıl için ortalama değerden sapma olarak ölçülür). Beklenen $E(I) = -1/(n-1)$ değerden daha büyük (daha küçük) I değeri pozitif (negatif) otokorelasyonu belirtmektedir. Çalışmada 999 permütasyon uygulanarak çıkarsama yapılmıştır. 999 permütasyon, veri setinin 999 kez yeniden örneklenmesidir ve I istatistiği otomatik olarak hesaplanır. Gerçek veri seti için elde edilen değerler yeniden örneklenmiş veri setlerinden elde edilen ampirik dağılım ile karşılaştırılır.



Şekil 2. Moran Serpme Diyagramı

Kaynak: Tuncer vd. (2015)

Şekil 2’de belirtilen Moran serpme diyagramı, incelenen değişkenin mekânsal ayrışmasıyla ilgili bilgileri sunar. Yüksek değerli gözlemlerin yüksek değerli gözlemlerle olan komşuluk ilişkisi (HH) ve düşük değerli gözlemlerin düşük değerli gözlemlerle olan komşuluk ilişkisi (LL) pozitif mekânsal otokorelasyonu belirtir. Pozitif mekânsal otokorelasyonun varlığı diyagramda bu bölgede yer alan gözlemlerin kümelenme içerisinde olduğunu ve komşuluk ilişkilerinden etkilendiklerini belirtmektedir. Diyagramda pozitif mekânsal otokorelasyon bölgesinde yer alan yüksek-yüksek bölgesi hem Türkiye hem de komşuluk durumuna göre ortalamanın üzerindeki bölgeler yer almaktadır. Düşük-düşük bölgesinde hem Türkiye hem de komşularına göre ortalamanın altında kalan bölgeler bulunmaktadır (Tuncer vd., 2015).

ESDA’nın tamamlayıcısı olan LISA analizi de şunu ifade etmektedir: LISA analizi örnekleme yer alan her bir konumun yapısının istatistikî ölçümüdür (Celebioglu ve Dall’erba, 2010). Her bir konum için anlamlı mekânsal kümelenmelerin veya aykırılıkların varlığını veya yokluğunu yansıtmaktadır. Dört bölgeye ayrılan Moran serpme diyagramında yer alan sınıflandırma ile kombine edilir. LISA anlamlı lokal kümeleri (yüksek-yüksek veya düşük-düşük) veya lokal mekânsal aykırılıkları (yüksek-düşük veya düşük-yüksek) belirtir (Anselin, 1995; Anselin vd., 2007).

Anselin (1995) Moran’s I istatistiğini her bir i bölgesi ve t yılı için şu şekilde formüle etmiştir:

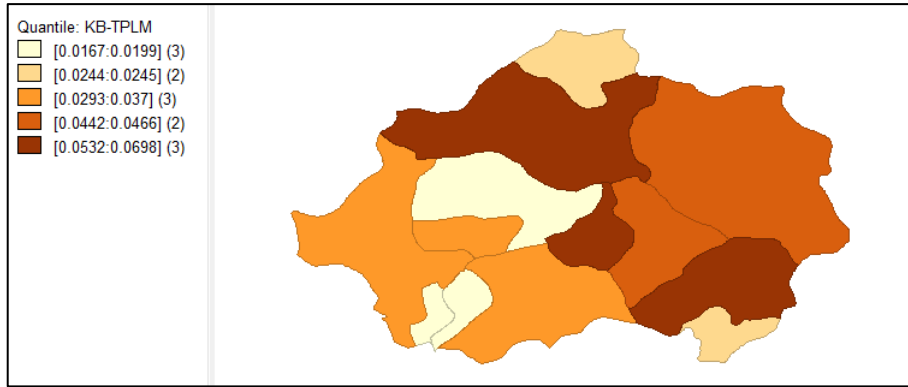
$$I_i = \left(\frac{x_i}{m_0} \right) \sum_j w_{ij} x_j \quad m_0 = \sum_i x_i^2 / n$$

ile

Formülde w_{ij} standardize edilmiş dizi ağırlık matrisi W ’nin unsurlarını ve $x_i(x_j)$, $i(j)$ bölgesindeki gözlemi ifade eder. Anlamlılık, analizde her bir gözlem için illerin komşuluğu 999 permütasyon ile rastgeleştirme (tesadüfleştirme) yöntemi temeline dayandırılmış ve %5 seviyesinde test edilmiştir. Rastgeleştirme (tesadüfleştirme) yöntemi, global ve lokal mekânsal otokorelasyon istatistiği için görünüşte anlamlılık seviyesinin hesaplanmasını tanımlamada kullanılan nümerik bir permütasyon kaynağıdır. Elimizde bulunan gerçek mekânsal muhtemel dağılımı gözlemlenmek için, gerçek verilerin uzay üzerinde 999 kez rastgele (tesadüfî) karıştırılmasıdır (Celebioglu ve Dall’erba, 2010).

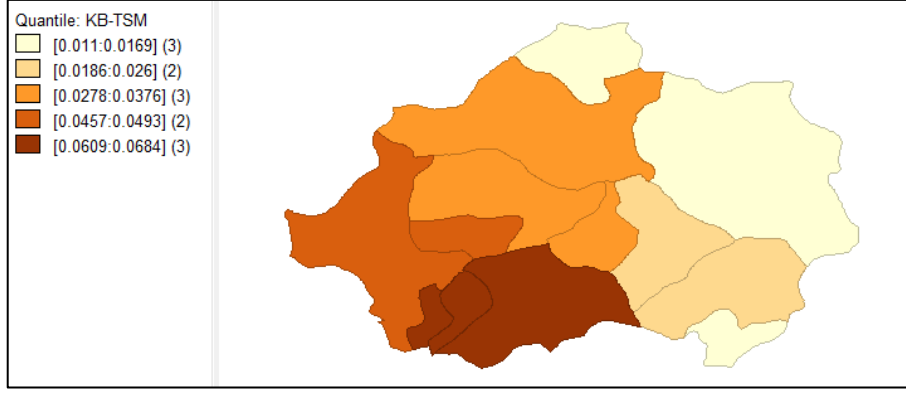


Şekil 3. Kütahya İlçe Haritası



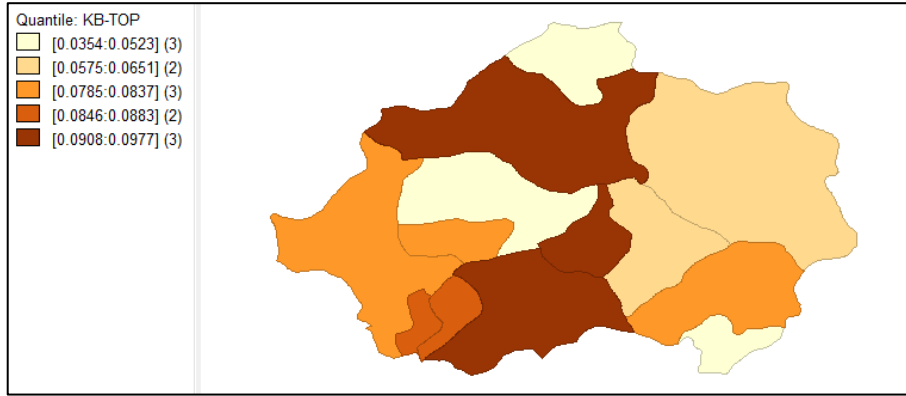
Şekil 4. Katı Atıkların Kişi Başına Düşen Toplama Maliyeti Haritası

Maliyet değerlendirmesinde ilçeler arasında kıyaslama yaparken reel bir ölçüt oluşturmak için kişi başına düşen maliyet hesaplaması dikkate alınmıştır. Bu kapsamda kişi başına düşen maliyet değerleri dağılım haritaları ile coğrafi görselleştirmeleri ortaya konmuştur. Dağılım haritaları beş renk kategorisinden oluşmaktadır. Renkler açıktan koyuya gittikçe ilgili değişkenin değerinin arttığını göstermektedir. Şekil 4'te yer alan kişi başına düşen toplama maliyetinin dağılımını incelediğimizde; Altıntaş, Tavşanlı ve Çavdarhisar ilçeleri kişi başına düşen en yüksek maliyet kalemine sahiptirler. Şaphane, Emet ve Pazarlar ilçeleri ise kişi başına düşen toplama maliyetinde en düşük maliyet kalemine sahiptirler.



Şekil 5. Katı Atıkların Kişi Başına Düşen Taşıma Maliyeti Haritası

Şekil 5’te yer alan kişi başına düşen taşıma maliyeti dikkate alındığında; Şaphane, Gediz ve Pazarlar ilçeleri en yüksek kişi başına düşen taşıma maliyetine sahip olduğu tespit edilmiştir. En düşük kişi başına düşen taşıma maliyeti ise, Dumlupınar, Domaniç ve Merkez ilçesidir.



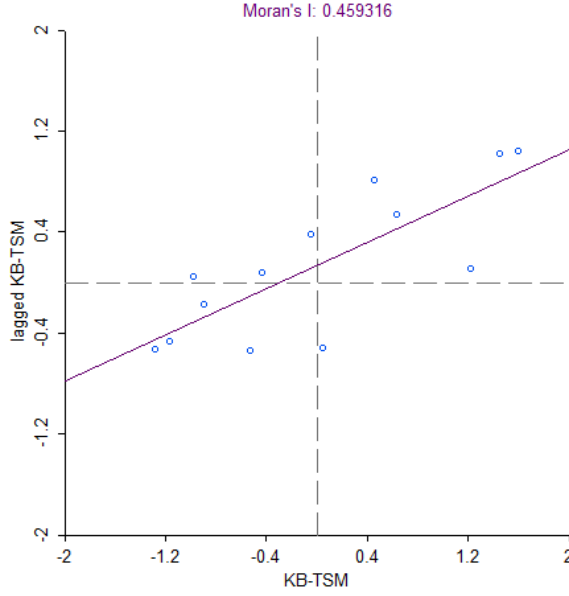
Şekil 6. Katı Atıkların Kişi Başına Düşen Toplam Maliyeti

Şekil 6’da kişi başına düşen toplama ve taşıma maliyetlerinin toplamında oluşan kişi başına düşen toplam maliyet dağılım haritası sunulmuştur. Kişi başına düşen toplam maliyette Tavşanlı, Gediz ve Çavdarhisar ilçeleri en yüksek kişi başına düşen maliyet değerlerine sahiptirler. Dumlupınar, Emet ve Domaniç ilçeleri ise kişi başına düşen toplam maliyette en düşük kişi başına düşen maliyet değerine sahiptirler.

Tablo 9: Queen Komşuluk İlişisine Göre Mekânsal İstatistik Verileri

Queen Komşuluk İlişisine Göre Mekânsal İstatistik Verileri		
Değişken	Moran's I	p-value
KB-TPLM	0,0174	0,272
KB-TSM	0,4593	0,005
KB-TOP	-0,204	0,291

Yukarıda ifade edilen coğrafi görselleştirmelerden hareketle maliyet kalemlerinde mekânsal değerlendirme yapabilmek için Queen Komşuluk İlişkisine göre mekânsal istatistikler oluşturulmuştur. Kütahya ilinin aynı zamanda Türkiye'nin coğrafi sınır yapısı Queen komşuluk ilişkisine daha uygun olduğu için çalışmada bu komşuluk ilişkisi tercih edilmiştir. Tablo 9'a göre kişi başına düşen taşıma maliyeti istatistikî olarak %1'den daha düşük seviyede anlamlı çıkmıştır. Kişi başına düşen taşıma maliyetinin Moran's I değeri 0,4593 olarak tespit edilmiştir. Bu istatistik, kişi başına düşen taşıma maliyetinde pozitif bir mekânsal otokorelasyon olduğunu ifade etmektedir. Bu doğrultuda aşağıda yer alan Şekil 7'de kişi başına düşen taşıma maliyetinin serpme diyagramı belirtilmiştir.



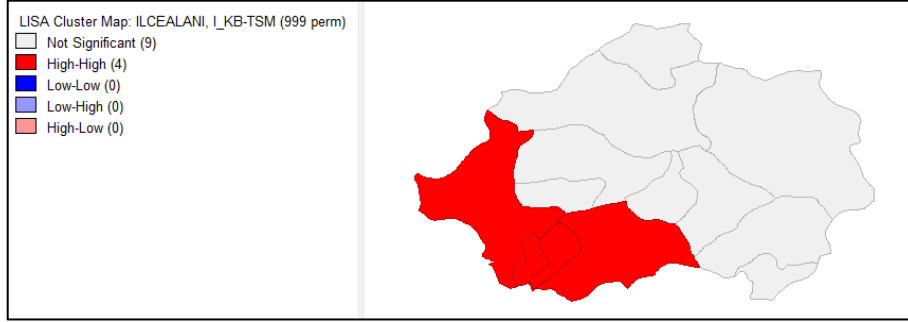
Şekil 7. Kişi Başına Düşen Taşıma Maliyetinin Serpme Diyagramı Grafiği

Tablo 10: Serpme Diyagramında Yer Alan İlçelerin Dağılımı

	HH	LL	HL	LH
KB-TSM	Şaphane Simav Hisarcık Gediz Pazarlar	Dumlupınar Merkez Altıntaş Aslanapa	Tavşanlı	Emet Domaniç Çavdarhisar

Yukarıda gösterilen kişi başına düşen taşıma maliyetinin serpme diyagramında yer alan ilçelerin dağılımı Tablo 10'da sunulmuştur. Buna göre; Şaphane, Simav, Hisarcık, Gediz ve Pazarlar ilçeleri HH komşuluk ilişkisine sahip ilçeler konumundadır. Dumlupınar, Merkez, Altıntaş ve Aslanapa ilçeleri ise LL komşuluk ilişkisine sahip ilçeler konumundadır. HH ve LL' de yer alan ilçeler pozitif mekânsal otokorelasyona sahiptir. HH'deki ilçeler kişi başına düşen taşıma maliyetinde Kütahya ili ve komşuluk ilçelerinin ortalamasından yüksek, LL'de yer alan ilçeler ise Kütahya ili ve komşu ilçelerin ortalamasından düşük olan ilçelerdir. HL bölgesinde Tavşanlı ilçesi yer almaktadır. Bu durum Tavşanlı ilçesinin kişi başına düşen taşıma maliyetinin yüksek olduğunu fakat etrafında yer alan ilçelerin düşük maliyete sahip ilçeler olduğunu ifade eder. LH' de Emet,

Domaniç ve Çavdarhisar ilçeleri yer almaktadır. Bu durum ise ilgili ilçelerin kişi başına düşen taşıma maliyetinin düşük olduğunu fakat etrafında yer alan ilçelerin yüksek maliyete sahip olduğunu göstermektedir.



Şekil 8. Katı Atıkların Kişi Başına Düşen Taşıma Maliyeti

Yukarıda ifade edilen mekânsal istatistiklerden hareketle çalışmada ayrıca LISA analizi de gerçekleştirilmiştir. LISA analizi ile kişi başına düşen taşıma maliyetinde mekânsal kümelenmelerin veya aykırılıkların varlığı veya yokluğu tespit edilebilmektedir. Şekil 8’de gösterilen LISA analizi sonuçlarına göre istatistikî olarak anlamlı çıkan dört ilçe yer almaktadır. Bu ilçeler; Pazarlar, Şaphane, Gediz ve Simav olup HH kümelenmesi oluşturmuşlardır. HH bölgesinde yer alan ilçelerde pozitif bir mekânsal kümelenme olduğunu göstermektedir. Bu bölgede yer alan ilçelerin oluşturduğu pozitif mekânsal kümelenme kişi başına düşen taşıma maliyetinin artması yönünde bir kümelenme olduğunu göstermektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Hızla artan nüfus, teknolojik gelişmeler, tüketim alışkanlıklarının değişimi, atık üretimini ve kompozisyonunu arttırmaktadır. Kontrol edilebilirliği ve sınıflandırılması zorlaşan katı atıkların çevre ve insan sağlığı üzerinde olumsuz etkileri, katı atık sorununu toplumların ve yönetimlerin gündemine taşımaktadır.

Katı atıkların toplanması ve bertaraf edilmesi yerel yönetimlerin sorumluluğunda gerçekleşmektedir. Katı atıkların sebep olduğu sorunları azaltarak ve katı atıkların yeniden değerlendirilmesiyle ekonomiye artı değer olarak kazandırma düşüncesi beraberinde mali açıdan etkin bir atık yönetimini gerektirmektedir.

Yerel yönetimlerin etkin bir katı atık yönetimi gerçekleştirmesi için öncelikle sorunu belirlemesi gerekmektedir. Sorun belirlenirken katı atıkları sadece uzaklaştırılması gereken çöp yığını olarak tanımlamak yerine atıkların yeniden kullanımını ve atık üretiminin azaltılmasını hedefleyen bir yaklaşıma taraf olunmalıdır. Bu yaklaşım, sürdürülebilir temiz bir çevre için gerekli ve önemlidir.

Yerel yönetimler katı atıkların yarattığı sorunlara çözüm ararken mevcut durumu iyi analiz etmelidir. Bu aşamada belirlenen sorunlar için uygun modeller yapılmalıdır. Modelleme, yasal düzenleme ve hukuki yapıya, bölgesel özelliklere, atıkların niteliklerine, atık toplama taşıma ve bertaraf güzergahlarının optimum olması gibi konular dikkate alınarak yapılmalıdır. Katı atık yönetiminin en önemli maliyet kalemini atıkların toplama ve taşıma aşaması oluşturmaktadır. Bu nedenle uygulanacak olan modelde bölgenin coğrafi şartlarına uygun güzergâh seçimi maliyetlerin

düşük olmasını sağlayacaktır. Yerel yönetimler sorunları belirledikten ve analiz yaptıktan sürdürülebilir katı atık yönetimi için belirlenen plana göre hareket etmelidir.

Kütahya ilinin mevcut durumu ve katı atıkların toplama ve taşınması sürecindeki maliyetlerinin belirlenmesine yönelik yapılan bu çalışma merkez ilçe dâhil olmak üzere toplam 13 ilçeyi kapsamaktadır.

Kütahya ilinin 2014 yılına ait olan katı atık toplama ve taşıma maliyetinin analizi Kütahya Katı Atık A.Ş.'den ve TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi'nden alınan veriler doğrultusunda hesaplanmıştır. Bu bağlamda, nüfusu en yoğun olan merkez ilçe, günlük atık miktarı en fazla olan ilçe olarak belirlenmiştir. En düşük nüfusa sahip Dumlupınar ilçesinde ise günlük atık miktarı en azdır. Bu sonuç, nüfusun katı atık üretimini etkileyen en önemli etkenlerden olduğu gerçeğini bir kez daha ortaya koymuştur.

Atık miktarını etkileyen diğer önemli unsurlardan biri de mevsimlerdir. Kütahya ilinin 1994-2012 yılları arasındaki kişi başına düşen günlük atık üretimi incelendiğinde mevsimsel etkinin izlerine rastlanmaktadır. Karasal bir iklime sahip olan Kütahya'da, kış mevsiminde oluşan günlük atık miktarının yaz mevsiminde oluşan atık miktarından daha fazla olduğu görülmektedir. Mevsimlerin, atık üretimi üzerindeki etkisi fark edilir derecededir.

Katı atık yönetiminin en maliyetli aşaması bertaraf hizmetidir. Atıkların toplanması, taşınması ve nihai bertarafında; güzergâh optimizasyonu, personel ve araç sayısı, sefer sayısı, döküm sahasına olan uzaklık ve yakıt masrafı maliyetleri etkilemektedir. Yapılan maliyet hesaplamaları sonucunda günlük toplama maliyetinin en yüksek olduğu ilçe, merkez ilçedir. Günlük toplama maliyetinin yüksek çıkması nüfusun ve atık miktarının fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Buna bağlı olarak da toplama işlemi için yapılan sefer sayısı, araç ve personel sayısı artmaktadır. Günlük taşıma maliyeti, sefer sayısı ve depo sahasına olan uzaklık ile doğru orantılıdır. Hesaplamalar sonucunda, günlük taşıma maliyeti en çok merkez ilçede çıkmıştır. Depo sahasına uzaklığı 15 km olmasına rağmen taşıma maliyetlerinin yüksek çıkması atık miktarı, sefer sayısı, personel ve araç sayısı ile bağlantılıdır. Merkez ilçedeki toplama araçlarının kapasitesini arttırarak araç sayısını ve sefer sayısını azaltmak, günlük toplama ve taşıma maliyetlerinin önemli oranda azalmasını sağlayacaktır.

Toplama ve taşıma maliyetlerinin azaltılmasında atıkların kaynağında ayrı toplanması ve geri kazanımı etkili olmaktadır. Geri kazanımı mümkün olan atıklar, atık kumbaralarına atılarak bertaraf edilmesi gereken atık miktarı azaltılmalıdır. Buna bağlı olarak araç sayısında ciddi bir azalma meydana gelecek ve maliyetleri düşürecektir. Kütahya'da belirli bölgelerde atık kumbaraları uygulaması gerçekleştirilmiştir. Bu uygulamadan daha fazla verim alınabilmesi için halkın bilinçlendirilmesi gerekmektedir. İlgili yetkililer, halkı bilinçlendirmek için basın yayın yolunu kullanmalı ve okullarda atıkların kaynağında ayrı toplanması ve geri kazanım konularında güncel eğitim verilmesini sağlamalıdır. Ayrıca atık kumbaralarının olmadığı bölgelerde, geri kazanımı imkânsız hale getiren sıkıştırılmalı çöp kamyonu kullanılmamalıdır.

İlçelerin, günlük toplama ve taşıma maliyetlerini nüfusa bölerek kişi başına düşen toplama ve taşıma maliyetlerinin incelenmesi sonucunda, Çavdarhisar ilçesinin kişi başına düşen en yüksek toplama maliyetine sahip olduğu belirlenmiştir. Aslanapa ilçesiyle ortak olarak tek bir araçla toplama ve taşıma hizmeti verilen Çavdarhisar ilçesinde konteyner sayısına bağlı olarak günlük toplama ve taşıma maliyeti hesaplanmıştır. Bu bağlamda Çavdarhisar'da bulunan konteyner sayısı azaltılarak ve sefer sayısı iki günde bir sefere düşürülerek kişi başına düşen toplama maliyetleri azaltılabilir.

Kişi başına düşen günlük taşıma maliyetleri hesaplaması sonucunda Şaphane, Pazarlar ve Gediz ilçelerinde yüksek maliyet değerleri bulunmuştur. Depo sahasına olan uzaklıkları, üç ilçenin taşıma sürelerini ve buna bağlı olarak taşıma maliyetlerini arttırmıştır.

İlçelere ait genel maliyet değerlendirmelerinden hareketle çalışmada ayrıca mekânsal analiz gerçekleştirilmiştir. Mekânsal analiz öncelikle coğrafi görselleştirmeler açısından daha sonra ESDA ve LISA mekânsal istatistik uygulamaları ile ortaya konmuştur. Mekânsal istatistik

verilerine göre kişi başına düşen taşıma maliyeti anlamlı çıkmış ve bu kalemde pozitif mekânsal otokorelasyon tespit edilmiştir.

Pozitif mekânsal otokorelasyona konu olan Şaphane, Simav, Hisarcık, Gediz ve Pazarlar ilçeleri HH bölgesinde; Dumlupınar, Altıntaş, Merkez ve Aslanapa ilçeleri LL bölgesinde yer almıştır. HH bölgesinde yer alan ilçeler komşuluk ilişkileri ile birbirlerini, kişi başına düşen taşıma maliyetlerini arttırma yönünde etkilemektedir. ESDA'nın tamamlayıcısı olan LISA analizinde Pazarlar, Şaphane, Gediz ve Simav ilçeleri kişi başına düşen taşıma maliyetleri kaleminde pozitif mekânsal kümelenme oluşturmuşlardır. Bu ilçelerde oluşturulacak maliyet azaltıcı önlemler komşuluk ilişkileri ile taşıma etkisi oluşturarak bu bölgelerde avantaj oluşturabilecektir. Bu kapsamda, belirlenmiş olan ilçelerde kişi başına düşen taşıma maliyetlerinin düşürülmesi için kısa vadede, Şaphane ve Pazarlar ilçelerinin günlük kişi başına düşen taşıma maliyetinin azaltılması için günlük sefer sayısı düşürülmelidir. Her iki ilçenin de atıklarını toplayan toplama aracı, 10m3 kapasiteli bir araçla değiştirilip sefer sayısı tek sefere düşürülmelidir. Gediz ve Simav ilçeleri için, mevcut araçlarının sayısı azaltılıp atıl durumda kalmış araç kapasitesi önlenerek verimlilik arttırılmalı ve bunun sonucunda taşıma maliyetleri kısmi olarak olsa da azaltılmalıdır. Uzun vadede ise, bu dört ilçeye yakın mesafede bir depolama sahası inşası için etüt çalışması ile uygun yer seçimi yapılarak kişi başına düşen taşıma maliyetleri azaltılmalıdır. Ayrıca; Pazarlar, Şaphane, Gediz ve Simav ilçelerine yakın olan illerin belediyeleri ile imkânlar birleştirilerek merkezi toplama birimleri oluşturulmalı ve bu birimlerde katı atıkların değerlendirilmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Anselin, Luc, (1992), *Spatial Data Analysis with GIS: An Introduction to Application in the Social Sciences*. Santa Barbara: National Center for Geographic Information and Analysis, University of California.
- Anselin, Luc, (1995), "Local Indicator of Spatial Association – LISA", *Geographical Analysis*, Vol:27, pp.93-115.
- Anselin, Luc, (1988), *Spatial Econometrics Methods and Models*, Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Anselin, Luc, (1999), "Interactive Techniques and Exploratory Spatial Data Analysis", P. A. Longley, M. F. Goodchild, D. J. Maguire, & D. W. Rhind, *Geographical Information Systems: Principles, Techniques, Management and Applications* pp. 251-264, New York: Wiley.
- Anselin, Luc, Syabri, Ibnu, ve Kho, Youngihn, (2006), "GeoDa: An Introduction to Spatial Data Analysis", *Geographical Analysis*, Vol:38, pp.5-22.
- Anselin, Luc, Sridharan, Sanjeev ve Gholston, Susan, (2007), "Using Exploratory Spatial Data Analysis to Leverage Social Indicator Database: the Discovery of Interesting Patterns", *Social Indicators Research* Vol:82, pp.287-309.
- Aydın, Mehmet, Emin ve Gülnihal, Kara, (2003), "Acil Durumlarda Katı Atık Yönetimi", V Ulusal Çevre Mühendisliği Kongresi, 1-4 Ekim 2003, Ankara. ss.574-583.
- Bandara, Nilanthi J. G. J., J. Patrick, A., Hettiaratchi, S. C. Wirasinghe ve Sumith, Pilapiiya, (2007), "Relation of Waste Generation and Composition to Socio-Economic Factors: A Case Study", *Environmental Monitoring and Assessment*, Volume:135, pp.31-39.
- Beigl, Peter, Gudrun, Wassermann, Felicitas, Schneider ve Stefan, Salhofer, (2004), "Forecasting Municipal Solid Waste Generation in Major European Cities". In: *Proceedings of the IEMSS International Conference on Complexity and Integrated Resources Management*, 14-17 June 2004, Osnabrueck, Germany, http://www.iemss.org/iemss_2004/pdf/regional/beigfore.pdf, (14.01.2016).
- Celebioglu, Fatih ve Dall'erba, Sandy. (2010), "Spatial Disparities Across the Regions of Turkey: An Exploratory Spatial Data Analysis", *The Annals of Regional Science*, pp.379-400.

- Dennison G.J., V.A., Dodd ve B. Whelan, (1996), “A Socio-Economic Based Survey of Household Waste Characteristics in The City of Dublin, Ireland: II. Waste Quantities.” Resources, Conservation and
- Keser, Saniye, Şebnem, Düzgün ve Ayşegül, Aksoy, (2012), “ Application of Spatial and Non-Spatial Data Analysis in Determination of The Factors That Impact Municipal Solid Waste Generation Rates in Turkey”, Waste Management, Volume:32, pp,359-371.
- Kütahya Valiliği Çevre Ve Şehircilik Müdürlüğü, (2011), Kütahya İl Çevre Durum Raporu, Kütahya.
- Ogwueleka, Toochukwu Chibueze, (2013), “Survey of Household Waste Composition and Quantities in Abuja, Nigeria”, Resources, Conservation and Recycling, Volume:77, pp:52-60.
- Purcell, Mary, ve William L., Magette, (2009), “Prediction of Household and Commercial BMW Generation According to Socio-Economic and Other Factors for the Dublin Region”, Waste Management, Volume:29, Issue:4, pp:1237-1250.
- Tuncer, Güner, Yıldız, Fazlı ve Çelebioğlu, Fatih, (2015), Kamu Maliyesi Coğrafyası, Academia Yayınevi.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2006), Belediye Atık İstatistikleri, 2004, Haber Bülteni, Sayı:210.
- Yılmaz, Abdullah ve Yavuz, Bozkurt, (2010), “Türkiye’de Kentsel Katı Atık Yönetimi Uygulamaları ve Kütahya Katı Atık Birliği (KÜKAB) Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 15, Sayı:1, ss:11-28.
- Zhang, Guoqin, Tao, Lin, Shaohua, Chen, Lishan, Xiao, Jin, Wang ve Yifang Guo, (2015), “Spatial Characteristics of Municipal Solid Waste Generation and its Influential Spatial Factors on A City Scale: A Case Study of Xiamen, China.” Journal of Material Cycles Waste Management, Volume:17 pp:399-409.
- Zeren, Fatma, (2010), “Mekânsal Etkileşim Analizi”, Ekonometri ve İstatistik, ss.18-39.

ÜNİVERSİTELERDE HİZMET KALİTESİNİN SERVQUAL ANALİZİ İLE ÖLÇÜLMESİ: CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ'NDE BİR UYGULAMA

Mustafa GERŞİL¹

Hüseyin GÜVEN²

Özet

Üniversiteler eğitim sistemi üzerinde stratejik öneme sahiptir. Hizmet kalitesini iyileştirme ve geliştirmenin ilk aşaması, hizmet kalitesinin ölçümüdür. Örgütler, sunmuş oldukları hizmetin kalitesi hakkında ne kadar fazla doğru ve güvenilir bilgilere sahip olursa, kalitenin daha yüksek düzeylere çıkarılması noktasında daha etkin olabilirler. Bu çalışma, Celal Bayar Üniversitesi'nde hizmet kalitesinin ölçümünde SERVQUAL yöntemini kullanarak, öğrencilerin beklentilerini ve algılarını beş boyutta (fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati) ve her bir ifade ile ayrı ayrı tespit ederek öğrencilerin beklentileri ve algıları arasındaki farkların her bir boyut ile her bir ifade için değerlendirilmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışma sonucunda öğrenciler açısından genel olarak Celal Bayar Üniversitesi'nin verdiği hizmetlerin tüm boyutlarda beklentilerinin altında kaldığı görülmüştür. Bunun yansısı, kalite boyutları açısından üniversite öğrencilerinin en fazla "Güven" ile ilgili özelliklere önem verdiği görülmekte iken; en az önem verilen hizmet boyutunun "Heveslilik" olduğu saptanmıştır. Ayrıca, öğrenciler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan boyut "Empati" iken en az karşılayan boyut ise, "Güven" boyutu olarak bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Hizmet, Servqual, Üniversite, Hizmet Kalitesi

Jel Kodları: M10, C4, I21, M31

¹ Doç.Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, mustafagersil@yahoo.com

² Uzman, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Doktora Öğrencisi, huseyin0709@msn.com

MEASUREMENT WITH SERVQUAL ANALYSIS OF SERVICE QUALITY IN UNIVERSITIES: AN APPLICATION ON CELAL BAYAR UNIVERSITY

Abstract

Universities have a strategic significance on education system. The first stage of betterment and improvement of service quality is the measurement of service quality. The more exact and safer information the organizations have about the service that they render, the more efficient they can become in terms of improving the quality for a higher level. This study is aimed to evaluate the differences between students' expectations and perceptions for each dimension (Tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy) and for each definition by using SERVQUAL method in order to identify the expectations and perceptions of students in five dimensions with each definition separately. At the end of the study, it is seen that generally the services of Celal Bayar University are below expectations in terms of all dimension according to the students. Besides, while it is obvious that university students give importance to the features related to "Assurance" in terms of quality dimensions, it is found that the least important service dimension is "Responsiveness". Also, whereas the quality dimension which meets the expectations is "Empathy", the one which meets the expectations the least is "Assurance".

Key Words: Service, Servqual, University, Service Quality

Jel Codes: M10, C4, I21, M31

GİRİŞ

Her insan, hayatı süresince birtakım ihtiyaçlarla karşı karşıya kalmaktadır. Bu ihtiyaçların hayati olanları ve bulunduğu koşullardaki durumlara uygun olarak diğer kişilere göre farklı olanları söz konusudur. Ancak, yine bulunulan koşullara göre aynı ihtiyaca sahip insanların bulunması normaldir. Aynı ihtiyaca sahip bu insanlara cevap vermek için sunulan hizmetler ve ürünler farklılık gösterebilir. Bu nedenle, insanlar ihtiyaçlarına cevap verebilecek ürün veya hizmetler içinden uygun olanları seçmek zorunda kalacaktır.

Bir ülkenin gelişimi düşünüldüğünde, fiziki sermaye birikiminin yanında beşeri sermayenin niteliği de önem arz eder. Beşeri sermayenin niteliğini belirleyen esas faktör eğitimidir. Eğitim ve öğretim nitelikli iş gücünün oluşmasındaki önemi büyüktür. Buradan yola çıkarak, üniversitelerin eğitim sistemi üzerinde stratejik öneme sahip olduğu söylenebilir (Gürcan-Sultan vd. 2015). Aynı zamanda üniversiteler de, diğer eğitim kurumları gibi hizmet üreten eğitim kurumlarıdır. Türkiye'de yıllar itibarıyla üniversite sayısı giderek artmaktadır. YÖK'ün listesine göre, ülkemizdeki üniversite sayısı 193'tür. Bunların 109 tanesi devlet üniversitesi, 76'sı vakıf üniversitesi ve 8'i vakıf meslek yüksekokuludur (YÖK, 2016).

Üniversitelerin sayı ve kontenjanlarındaki artış, beraberinde hizmet işletmesi olan üniversiteler arasındaki rekabeti de arttırmaktadır. Bu sebeple üniversitelerde verilen öğretim hizmetinin kaliteli olması ve ihtiyaçlara cevap verebilmesi büyük öneme sahiptir. Öğrencilerin ne beklediklerini iyi analiz edip, bu beklentilere cevap verebilecek eğitim hizmetini sağlamak gerekmektedir. Eğitimin bir hizmet olması ve üniversitelerin de hizmet üreten kurumlar olması sebebiyle, eğitim hizmetinin müşterisi konumunda olan öğrencilerin aldıkları eğitim hizmeti ve bu hizmetten duydukları memnuniyet üniversiteler açısından büyük öneme sahiptir (Tayyar-Dilşeker, 2012). Bir işletmenin rekabet avantajı kazanacağı en geçerli yol, rakiplerine göre daha kaliteli hizmet üretmek veya diğer bir deyişle, tüketici beklentilerine cevap verebilmektir (Altan-Atan vd. 2003). Üniversiteler ve yüksek eğitim kurumları, uluslararası seviyede yüksek kaliteli öğrencileri ve akademik personeli çekebilmek için birbiriyle rekabet etmek zorundadırlar. Eğitim ve öğretim, bir iş sektörü olduğu için; eğitim pazarı, müşterilere ürünleri pazarlamaya benzer standartları geliştirmektedir. Bu da eğitimde daha çok müşteri yönelimli hizmet yaklaşımının gelişmesini sağlamaktadır (Melewar-Akel, 2005).

Üniversitelerde eğitim hizmetleri soyuttur; üretim ve tüketim aynı zamanda gerçekleşir, homojen değildir, dayanıksızdır (Şahin, 2011: 60-61). Hizmetin soyut, dayanıksız ve değişken olması sebebiyle hizmet kalitesinin ölçülmesi ürün kalitesini ölçmeye göre daha zordur. Bu zorluklara karşı bir hizmet işletmesi müşteriler tarafından nasıl değerlendirildiğini bilmek ve müşteri beklentilerini daha iyi analiz edebilmek için hizmet kalitesini ölçmelidirler. Hizmetten kalite beklentisi tüketiciden tüketiciye farklılık gösterdiği için, ayrıntılı bir şekilde müşteri beklentilerini saptayabilmek zaman ve maddi açıdan işletme için sıkıntı doğurabilir. Bu nedenle SERVQUAL ve benzeri ölçekler geliştirilmiştir. Müşterilerin hizmet kalitesini değerlendirmeleri, üründe olduğu gibi yalnızca çıktıyla değil hizmetin sunumuyla da ilişkilendirilir. Hizmet kalitesi, beklenen ile gerçekleşen performans arasındaki farktan yola çıkılarak saptandığından SERVQUAL ölçeği kullanımı hem daha ayrıntılı bilgi almada hem de güncellenmesinin daha basit olması açısından hizmet kalitesini belirleyen araştırmalarda yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Yılmaz-Filiz vd. 2007).

SERVQUAL ölçeği kullanılarak yapılan birçok çalışma olmasına rağmen eğitim alanında az sayıda çalışma vardır. Bu çalışmalar şunlardır:

Altan vd. (2003) yaptıkları çalışmada; SERVQUAL ölçeğinin 22 ifadesini kullanmış ve bu ölçeğin; fiziksel özellikler, güvenilirlik, heveslilik, güvence ve empati boyutlarını doğrulanmışlardır.

Yılmaz vd. (2007) yaptıkları çalışmada, kalite boyutları açısından üniversite öğrencilerinin en fazla "hizmette yeterlilik" ve "heveslilik" boyutuna önem verdiklerini ortaya koymuşlardır.

Türel ve Aytaç (2014) yaptıkları çalışmada ise; bölüm, cinsiyet ve öğrenim gideri bazında beklenen-algılanan hizmet kalitesi farkının olmadığını; algılanan kalitenin beklentilerin altında gerçekleştiğini, dolayısıyla öğrenci beklentilerinin tam olarak karşılanmadığını vurgulamışlardır.

Çalışmanın devam eden kısmında önce hizmet, kalite ve hizmet kalitesi kavramları açıklanacak, daha sonra SERVQUAL metodu ile ilgili bilgi verilecek arkasından, Celal Bayar Üniversitesi'ndeki hizmet kalitesinin ölçümüyle ilgili yapılan çalışma değerlendirilecek ve son olarak da sonuç ve tartışma bölümüyle çalışma tamamlanacaktır.

I- HİZMET, KALİTE ve HİZMET KALİTESİ KAVRAMLARI

Akademik dünyada "Hizmet" kavramına yönelik farklı tanımlar yapılmıştır. "Hizmet; Tüketicilerin mülkiyetle ilişkisi olmaksızın satın aldıkları faydalardır" (Mucuk, 1994: 74). Bir başka tanıma göre ise; "Hizmet, tüketici gereksinimlerinin karşılanması amacıyla oluşturulan maddi niteliği olmayan bir üründür" (Kuriloff- Hemphill vd., 1993: 247).

Hizmetler genel olarak üretim içeren ve üretim içermeyen hizmetler olarak iki türlüdür (Esin, 2002: 15). Üretim içermeyen hizmetlerin genel özellikleri; soyut olması, saklanamaması yani stoklanamaması, heterojen olması, sunum ve alımın eş zamanlı olmasıdır (Bennet, 1986: 16).

"Bir ürün veya hizmetin belirlenen veya olabilecek ihtiyaçları karşılama kabiliyetine dayanan özelliklerinin toplamı" kalite olarak tanımlanır (Kuş, 1999: 4). Kotler'e göre Kalite ise, "bir ürünün müşteriler tarafından değinilen veya ima edilen istekleri karşılayabilme yeteneğine sahip niteliklerinin toplamıdır" (Kotler,1996: 56).

Kalite kavramının yeri, müşterilerin zihnindedir. Bu sebeple işletmeler, müşterilerin zihninde güçlü bir kalite algısı oluşturmalıdır. Dolayısıyla üniversiteler de hizmetlerinden yararlananların zihninde güçlü bir kalite algısı yaratmalıdır.

Verilen kalite ve hizmet tanımları ışığında hizmet kalitesi kavramı tanımlanacak olursa; "Hizmet kalitesi, müşterinin hizmeti satın aldıktan sonra o hizmetten sağladıklarının kendisinde yarattığı duygu olup, söz konusu hizmetten ne kadar tatmin olup olmadığını ifade etmektedir" (Esin, 2002). Hizmet kalitesini iyileştirme ve geliştirmenin ilk aşaması hizmet kalitesinin ölçümüdür. Örgütler sunmuş oldukları hizmetin kalitesi hakkında ne kadar fazla doğru ve güvenilir bilgilere sahip olursa, kalitenin daha yüksek düzeylere çıkarılması noktasında daha etkin olabilirler (Usta-Memiş, 2010: 334- 335).

Hizmet kalitesinin ölçülmesinde pek çok farklı yöntem kullanılmıştır. Yapılan çalışmalar farklı yönlerden incelenerek, yeni yöntemler bulunmuştur. Bu çalışmaların neredeyse hepsinde, hizmet kalitesinin geliştirilmesi yönünde önerilerde bulunulmuş, müşteri memnuniyeti, personel memnuniyeti, incelenen kurumun performansı ve verimlilik gibi farklı değişkenlerin üzerindeki etkisi incelenmiştir. Hizmet kalitesinin ölçülmesinde, günümüzde en yaygın kullanılan yöntemlerden biri de; SERVQUAL yöntemidir. Eğitim hizmetlerinde kalite düzeyinin belirlenmesi, büyük ölçüde bu hizmeti alan öğrencilerin beklenti algılarının tespit edilerek standardize edilmiş ölçütlere göre değerlendirilmesine bağlıdır. SERVQUAL metodu tam olarak bu beklenti ve algı düzeylerinin belli kriterlere göre değerlendirilmesine imkân sağlamaktadır (Türel-Aytaç, 2014).

II. HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜM METODU

Parasuraman, Zeithaml ve Berry hizmet kalitesini ölçmek için, SERVQUAL adı verilen ayrıntılı bir ölçme yöntemi geliştirmişlerdir. Bu ölçme yöntemi, 22 maddeden oluşan bölümler halindedir. İlk bölümde; tüketicinin hizmet işletmesinden beklentileri, ikinci bölümde ise, söz konusu işletmeden algıladığı hizmet performansı aynı maddeler kullanılarak ayrı ayrı ölçülmektedir. Ölçekte tamamen katılıyorum ile kesinlikle katılmıyorum arasında değişen yedili

likert ölçeği kullanılmıştır. Parasuraman, Zeithaml ve Berry öncelikle, hizmet kalitesini tanımlamaya ve onu etkileyen faktörleri bulmaya daha sonra da, ölçülebilir hale getirebilmek için her hizmet türüne uygulanabilecek genel bir model geliştirmeye çalışmışlardır (Filiz-Yılmaz vd. 2010: 63).

Müşteri beklentileri ve algılarının belirlenmesi ve sonra bu iki faktör arasındaki farkın bulunması SERVQUAL yönteminin özünü oluşturur. Bu farkın büyüklüğü, Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından hizmet kalitesi olarak tanımlanmıştır. Müşterinin hizmet algısı ve beklentisi arasındaki farkı ölçmeye çalışan Parasuraman, Zeithaml ve Berry, bir hizmet işletmesinde hizmet kalitesini etkileyecek 5 nokta tespit etmişlerdir. Boşluk (gap) adını verdikleri bu farklar hizmeti veren ile alanın beklenti ve algıları açısından birbirlerine ne kadar yaklaştıklarını ortaya koyar. Parasuraman, Zeithaml ve Berry genel olarak tüm hizmet sağlayan organizasyonlarda geçerli olan beş hizmet kalitesi boyutundan söz etmektedir. Bu boyutlar: Fiziksel özellikler, Güvenirlilik, Heveslilik, Güven ve Empati'dir.

Hizmet kalitesinin yukarıda belirtilen kriterlere göre ölçümü sonucunda üç durum ortaya çıkar;

- 1) Beklenen Hizmet > Algılanan Hizmet → Düşük Kalite
- 2) Beklenen Hizmet < Algılanan Hizmet → İdeal Kalite
- 3) Beklenen Hizmet = Algılanan Hizmet → Doyurucu Kalite

Beklenen hizmetin algılanan hizmetten büyük olması durumunda, kalite kabul edilemez düzeydedir. Beklenen hizmetin algılanan hizmete eşit olması durumunda, doyurucu kalite düzeyine ulaşılır. Son olarak, beklenen hizmetin algılanan hizmetten düşük olması durumunda ise, ideal kalite gerçekleşmiş demektir (Yılmaz, 2007).

III. UYGULAMA: ÜNİVERSİTELERDE HİZMET KALİTESİNİN ÖLÇÜLMESİ

Eğitim-öğretim düzeyi; sosyal kültürel aktiviteler ve kendilerine gösterilen ilgi bakımından öğrencilerin memnuniyet düzeylerinin ölçülmesiyle belirlenebilir. Öğrencilerin beklentilerinin ölçülmesi, bazı değişkenler açısından kolayken bazılarında ise zordur. Örneğin; üniversitelerde bulunan kütüphane, dokümantasyon veya materyal bakımından ele alındığında bunları sayılarla ifade edip ölçmek kolay olabilir. Ama, öğrencilerin kendilerine gösterilen ilgi veya kültürel aktiviteler kriterine göre beklenti hem öğrenciden öğrenciye değişeceğinden, hem de bunu sayılarla değerlendirebilmek zor olacağından SERVQUAL ve benzeri ölçekler geliştirilmiştir (Yılmaz-Filiz vd. 2007:354).

Bu çalışmada da; SERVQUAL ölçeğinden yararlanılarak Celal Bayar Üniversitesi'ndeki öğrencilerin, mükemmel üniversiteden beklentileri ve kendi üniversiteleri ile ilgili algıları arasındaki farklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, yine Celal Bayar Üniversitesi'nden hizmet alan bir öğrenci olarak hizmet kalite özelliklerine verdikleri önem belirlenmeye çalışılmıştır.

III.I Araştırmanın Amacı ve Metodolojisi

Celal Bayar Üniversitesi'nde hizmet kalitesinin ölçümünde, SERVQUAL yöntemini kullanarak öğrencilerin beklentilerini ve algılarını beş boyutta (fiziki görünüm, güvenilirlik, heveslilik, güven ve empati) ve her bir soruyla ayrı ayrı ölçerek öğrencilerin beklentileri ve algıları arasındaki farkların her bir boyut ile her bir soru için değerlendirilmesi çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Parasuraman, Zeithaml ve Berry yaptıkları çalışmalar sonucunda, müşteri beklentilerinden yola çıkarak hizmet kalitesini beş boyut altında toplamışlardır. Bu boyutlardan yola çıkarak, SERVQUAL ölçeğini geliştirmişlerdir. Dolayısıyla öğrencilerin beklenti ve memnuniyetlerini

belirlemede SERVQUAL ölçeği yeterli olacaktır. Bu araştırmada SERVQUAL ölçeği öğrencilere uygulanmış ve bulgular açıklanarak tartışılmıştır.

III.II Örneklem ve Veri Toplama Aracı

Çalışma, Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi (İİBF) öğrencilerine yönelik yapılmıştır. İİBF; İşletme, İktisat, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri (ÇEKO), Kamu Yönetimi, Ekonometri, Maliye ile Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler bölümü olmak üzere yedi bölümden oluşmaktadır. Tüm bölümlerde de normal ve ikinci öğretim mevcuttur. İİBF'nin 2015-2016 eğitim- öğretim bahar döneminde örgün öğretime kayıtlı toplam 6441 öğrencisi bulunmaktadır. Çalışma yapılırken, 1. sınıf öğrencileri ile öğrenci sayısının azlığı nedeniyle Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü öğrencileri kapsam dışında tutulmuştur. Bu nedenle, araştırmamızın evrenini 5082 öğrenci oluşturmuştur. Örneklem grubu oluşturulurken öğrencilerin bölüm bazındaki dağılımları da dikkate alınarak, tabakalı örneklem metodundan faydalanılmış ve katılımcılar tesadüfi olarak seçilmiştir.

5082 öğrenciden oluşan evren için örneklem büyüklüğünün % 5 güven aralığına göre 254 öğrenci olması yeterlidir. Ancak, ana kitleye daha yakın olması amacıyla 1000 öğrenciye anket uygulanmış ve uygulanan anketlerden toplam 926 tanesi geri dönmüştür. Geriye dönen anketlerden 31 tanesinde, ölçeklerden en az bir tanesinin doldurulmaması nedeniyle bu anketler analize alınmamıştır. Sonuç olarak, analiz 895 anket üzerinden elde edilen verilere dayanılarak yapılmıştır.

İİBF öğrencilerine yönelik uygulanan ankette; Parasuraman, Zeithaml ve Berry tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeği kullanılmıştır. Geliştirilmiş olan SERVQUAL ölçeğinde dört bölüm yer almaktadır. Soru formunun ilk bölümünde, demografik sorular vardır. İkinci bölümde öğrencilerin, hizmet kalitesini algılamının beş boyutunu, ne oldukları belirtilmeden, toplamı 100 olacak şekilde puanlamaları istenmiştir. Üçüncü bölümde, öğrencilerin mükemmel üniversiteden beklentilerini ölçmeye yarayan sorular bulunmaktadır. Dördüncü bölümdeki sorular ise, öğrencilerin kendi üniversitelerinden algıladıkları hizmet kalitesini ölçmeye çalışan sorulardır.

Parasuraman ve arkadaşlarının modelinde yer alan ifadeler aşağıdaki Tablo 1'de verilmiştir. Her bir boyutun altında yer alan ifadeler açıkça tanımlanmıştır. (Parasuraman-Berry vd 1990).

Tablo 1: Kalite Boyutları ve İfadeleri

Fiziksel Özellikler	1- Mükemmel Üniversiteler modern görünümlü donanıma sahiptir. 2- Mükemmel Üniversitelerin binaları ve ofisleri göze hoş görünür. 3- Mükemmel Üniversitelerin öğretim üyeleri (ve diğer çalışanları) temiz ve düzgün görünümlüdürler. 4- Mükemmel Üniversitelerde hizmet verilirken kullanılan araç-gereçler göze hoş görünürler.
Güvenirlilik	5- Mükemmel Üniversitelerin öğretim üyeleri ve çalışanları verdikleri sözleri zamanında yerine getirir. 6- Mükemmel Üniversitenin çalışanları öğrencinin bir sorunu olduğunda, sorunu çözmek için yakın ve samimi bir ilgi gösterir. 7- Mükemmel Üniversitelerde çalışanlar hizmetlerini ilk seferde ve doğru olarak verirler. 8- Mükemmel Üniversitelerde çalışanlar bir hizmeti daha önceden söyledikleri zamanda verirler. 9- Mükemmel Üniversiteler kayıtların ve bilgilerin hatasız tutulması konusunda çok hassastır.

Heveslilik	10- Mükemmel Üniversitede öğretim üyeleri öğrencilerin öğrenme becerilerinin ve problem çözme yeteneğinin geliştirilmesi için çaba gösterirler. 11- Mükemmel Üniversitede öğretim üyeleri yenilik, gelişim ve çağa uyum konusunda topluma önderlik yapmaya isteklidirler. 12- Mükemmel Üniversitelerin öğretim üyeleri ve çalışanları her zaman öğrencilere yardımcı olmaya gönüllüdürler. 13- Mükemmel Üniversitelerde öğretim üyeleri ve çalışanlar hiç bir zaman öğrencilerin isteklerini cevaplayamayacak kadar meşgul değillerdir.
Güven	14- Mükemmel Üniversitelerde öğretim üyeleri ve çalışanlarının davranışları öğrencilerde güven duygusu uyandırır. 15- Mükemmel Üniversitelerde öğrenci öğretim üyesi ve çalışanlarla olan ilişkilerinde kendini güvende hisseder. 16- Mükemmel Üniversitelerde öğrenciler şikâyetlerinin ve sorunlarının çözüleceğinden emindirler. 17- Mükemmel Üniversitelerde öğretim üyeleri ve çalışanlar öğrencilerin sorularına cevap verecek bilgiye sahiptirler.
Empati	18- Mükemmel Üniversitelerde çalışanlar her öğrenciyle tek tek ilgilenir. 19- Mükemmel Üniversitelerde çalışma saatleri tüm öğrencilere uygun şekilde düzenlenmiştir. 20- Mükemmel Üniversiteler her öğrenciyle kişisel olarak ilgilenen çalışanlara (öğretim üyelerine) sahiptir. 21- Mükemmel Üniversitenin öğretim üyeleri ve çalışanları öğrencilerin özel isteklerini anlarlar. 22- Mükemmel Üniversitelerde öğretim üyeleri öğrencilerin başarılarını her şeyin üstünde tutar.

III.III Veri Analizi ve Kalite Skorlarını Hesaplanması

Araştırmada elde edilen veriler, bilgisayar ortamında SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 21.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metotları (sayı, yüzde, ortalama, standart sapma) kullanılmıştır. Çalışmadaki anket sorularının ölçek güvenilirliği, Cronbach Alfa Katsayısı ile kontrol edilmiştir. Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanır (Kalaycı, 2006):

$0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,

$0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşük,

$0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek güvenilir ve

$0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Yapılan analiz sonucu, ölçeklere ait Cronbach alfa değerlerinin 0.949 olduğu görülmüştür. Bu da soruların ölçek güvenilirliğinin yüksek derece sağlandığı şeklinde yorumlanmaktadır.

SERVQUAL Skoru = Algılama Skoru – Beklenti Skoru olarak belirlendiğinden SERVQUAL Skoru -6 ile +6 arasında değişecektir. SERVQUAL skorunun pozitif bulunması, öğrencilerin beklentilerinin geçildiği şeklinde yorumlanmakta bu doğrultuda öğrencilerin, üniversite hizmetlerine yönelik kalite algılarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. SERVQUAL skorlarının negatif olması durumunda, öğrencilerin beklentilerinin karşılanmadığı, bu

nedenle öğrencilerin üniversitenin hizmetlerine yönelik kalite algılarının düşük olduğu anlamına gelecektir. SERVQUAL skorunun sıfır olması halinde, öğrencilerin beklentilerinin en azından karşılandığı, buradan yola çıkarak da üniversitelerin hizmet kalitesinin “tatminkâr” olduğu yorumu yapılabilecektir. Diğer taraftan, üniversitelerin algılanan hizmet kalitesini değerlendirmede hesaplanan negatif ve pozitif skorların derecesi de önem taşımaktadır. SERVQUAL skorunun +6’ e yaklaşması öğrencilerin beklentilerinin yüksek düzeyde karşılandığı şeklinde değerlendirilirken, -6’ e yaklaşması halindeyse öğrenci beklentilerinin hiç karşılanmadığı sonucu çıkarılabilmektedir.

III.III.I Boyutlar Bazında SERVQUAL Skoru'nun Hesaplanması

Her öğrenci için ölçeğin algı (P) ve beklenti maddelerinin (E) karşılıklı olarak farkları alınarak fark toplamları her bir hizmet kalitesi boyutunu oluşturan madde sayısına bölünür. Böylece her bir katılımcı için boyut bazında kalite skoru hesaplanır. Daha sonra her bir hizmet kalitesi boyutunun toplam SERVQUAL skorunun hesaplanması için, her bir katılımcı için hesaplanan skorlar toplanarak N katılımcı sayısına bölünür. Bulunan ortalamalar boyut bazında SERVQUAL skodur.

SQ1 = Fiziksel özellikler boyutuna yönelik SERVQUAL skoru

SQ2 = Güvenirlilik boyutuna yönelik SERVQUAL skoru

SQ3 = Heveslilik boyutuna yönelik SERVQUAL skoru

SQ4 =Güven boyutuna yönelik SERVQUAL skoru

SQ5 = Empati (Duyarlılık) boyutuna yönelik SERVQUAL skoru olmak üzere hizmet kalitesi boyutlarına yönelik SERVQUAL skorlarının hesaplanma şekli aşağıda gösterilmiştir:

$$SQ1 = [(P1 - E1) + (P2 - E2) + (P3 - E3) + (P4 - E4)] / 4$$

$$SQ2 = [(P5 - E5) + (P6 - E6) + (P7 - E7) + (P8 - E8) + (P9 - E9)] / 5$$

$$SQ3 = [(P10 - E10) + (P11 - E11) + (P12 - E12) + (P13 - E13)] / 4$$

$$SQ4 = [(P14 - E14) + (P15 - E15) + (P16 - E16) + (P17 - E17)] / 4$$

$$SQ5 = [(P18 - E18) + (P19 - E19) + (P20 - E20) + (P21 - E21) + (P22 - E22)] / 5$$

Eşit ağırlıklı SERVQUAL skoru, daha önce hesaplanan kalite boyutları skorlarının toplanıp beşe bölünmesiyle elde edilir. Eşit ağırlıklı SERVQUAL skoru aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır:

$$SQE = [(SQ1) + (SQ2) + (SQ3) + (SQ4) + (SQ5)] / 5$$

Ağırlıklı SERVQUAL skorunun hesaplanmasının matematiksel ifadesi aşağıda gösterilmiştir:

$$SQA = [(SQ1 * k1) + (SQ2 * k2) + (SQ3 * k3) + (SQ4 * k4) + (SQ5 * k5)] / 5$$

(k = Öğrencilerin her bir boyuta verdiği puanın 100’e oranlanması ile elde edilen hizmet kalitesi boyutuna ait ağırlık katsayısı)

IV. BULGULAR

Ankete katılan kişilere ait bulgular aşağıda tablolarla sunulmuştur.

IV.I. Ankete Katılan Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Anket katılan öğrencilerin cinsiyete göre dağılımı Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Öğrencilerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Cinsiyet	S	%
Erkek	316	35.3
Kadın	579	64.7
Toplam	895	100

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katkı sağlayan öğrencilerin % 35.3 'ünün erkeklerden, % 64.7'sinin ise kadınlardan oluştuğu görülmektedir.

Anket katılan öğrencilerin, okudukları bölüme göre dağılımı Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo:3 Öğrencilerin Okudukları Bölümlere Göre Dağılımı

Bölüm	S	%
İşletme	258	28.8
İktisat	104	11.6
ÇEKO	76	8.5
Kamu Yönetimi	102	11.4
Maliye	316	35.3
Ekonometri	39	4.4
Toplam	895	100

Tablo 3 incelendiğinde, araştırmaya katkı sağlayan öğrencilerin % 28.8'inin İşletme, %11.6'sının İktisat, % 8.5'inin Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri (ÇEKO), %11.4'ünün Kamu Yönetimi, %35.3'ünün Maliye ve % 4.4'ünün ise Ekonometri bölümünde öğrenim görmektedirler.

Anket katılan öğrencilerin, yaş aralığına göre dağılımı Tablo 4'te sunulmuştur

Tablo 4: Öğrencilerin Yaş Aralığına Göre Dağılımı

Yaş Aralığı	S	%
18-20	275	30.7
21-23	550	61.5
24-26	53	5.9
27 ve üstü	17	1.9
Toplam	895	100

Tablo 4 incelendiğinde; araştırmaya katkı sağlayan öğrencilerin %30.7'sinin 18-20 yaş aralığında, %61.5'inin 21-23 yaş aralığında, %5.9'unun 24-26 yaş aralığında ve %1.9'unun 27 yaş ve üstü olduğu görülmüştür.

IV.II Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Önemli Bulduğu Hizmet Kalitesi Boyutlarına Verdikleri Puanların Dağılımı

Ölçeğin ikinci bölümünde araştırma grubundan, üniversitelerden aldıkları hizmeti göz önünde bulundurarak hizmet kalitesine beş boyut üzerinden, toplamı “100” olacak şekilde puan vermeleri istenmiştir. Tablo 5’ten görüleceği üzere öğrencilerin 895 tanesi bu dağıtımı doğru olarak yapmıştır. Bu dağılım her bir öğrencinin hangi özelliğe en çok, hangi özelliğe en az önem verdiğini anlamak açısından önemlidir.

Tablo 5: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Önemli Bulduğu Hizmet Kalitesi Boyutlarına Verdikleri Puanların Dağılımı

Boyut	Hizmet Kalitesi Boyutları	N	Ort.	S.s	Min.	Max.
Fiziksel Özellikler	Üniversitenin binasının, eğitim salonlarının, donanımının ve internet salonu gibi iletişim hizmetleri verilen alanların genel görünüşü	895	18.9397	11.28801	0.00	100.00
Güvenirlilik	Üniversitede eğitim hizmetinin güvenilir ve kusursuz bir biçimde yapabilme becerisi	895	21.5575	10.75759	0.00	100.00
Heveslilik	Üniversitenin öğrencilere yardım etmek ve daha hızlı hizmet vermek konusundaki gönüllülüğü ve istekliliği	895	17.2648	9.11769	0.00	80.00
Güven	Üniversitedeki öğretim üyelerinin ve diğer tüm çalışanların bilgisi, saygısı öğrencilerde güven duygusu uyandırma becerisi, yardımseverliği, rahatlığı	895	25.0950	12.59634	0.00	96.00
Empati	Üniversitenin öğrencilere kişisel ilgi göstermesi, duyarlılığı ve öğrenciyi gözetmen tavrı	895	17.3084	9.50644	0.00	96.00

Tablo 5 incelendiğinde; araştırmaya katılan öğrenciler en yüksek puanı “Güven” boyutunda bulunan “Üniversitedeki öğretim üyelerinin ve diğer tüm çalışanların bilgisi, saygısı öğrencilerde güven duygusu uyandırma becerisi, yardımseverliği, rahatlığı” önermesine vermişlerdir. En düşük puanı ise, “Heveslilik” boyutunda bulunan “Üniversitenin öğrencilere yardım etmek ve daha hızlı hizmet vermek konusundaki gönüllülüğü ve istekliliği” önermesine vermişlerdir. Buradan hareketle, öğrencilerin en fazla “Güven” ile ilgili özelliklere daha fazla önem verildiği görülmekte iken, en az önem verilen hizmet boyutunun “Heveslilik” olduğu saptanmıştır.

IV.III. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Boyutlara ve İfadelere Göre SERVQUAL Skorlarının Dağılımı

Ölçeğin üçüncü bölümünde öğrencilerin mükemmel üniversiteden beklentilerini ölçmeye yarayan ifadeler, dördüncü bölümünde ise, öğrencilerin kendi üniversitelerinden algıladıkları hizmet kalitesini ölçmeye çalışan ifadeler bulunmaktadır. Üçüncü bölümdeki ifadelerden elde

edilen puanlar, “Beklenti”; dördüncü bölümde yer alan ifadelerden elde edilen ise “Algılama” puanlarını oluşturmaktadır. Bu ifadeler “Fiziksel Özellikler”, “Güvenirlilik”, “Heveslilik”, “Güven” ve “Empati” boyutlarına dağıtılmıştır. Bu boyutlara ilişkin Algılama ve Beklenti Ortalama ve Standart Sapma değerleri ile SERVQUAL skorları Tablo 6’da; ifadelere ilişkin Algılama ve Beklenti ortalama ve standart sapma değerleri ile SERVQUAL skorları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 6: Boyutlara İlişkin SERVQUAL Skorları

BOYUT	ALGILAMA			BEKLENTİ		SERVQUAL SKORU
	N	ORT	ST. SAP	ORT	ST. SAP	ALGILAMA- BEKLENTİ
Fiziksel Özellikler	895	3,4454	1,26107	5,3615	1,43074	-1,9161
Güvenirlilik	895	3,6285	1,41684	5,5529	1,37894	-1,9244
Heveslilik	895	3,7474	1,45619	5,6373	1,25513	-1,8899
Güven	895	3,6986	1,43757	5,6553	1,35063	-1,9567
Empati	895	3,2893	1,44824	5,1650	1,46629	-1,8757

Tablo 6 incelendiğinde; boyutlara ilişkin beklenti ve algılama ortalaması, standart sapmaları ve SERVQUAL skorları görülmektedir. Her boyutun beklenti ortalamaları algılama ortalamalarının üzerinde gerçekleşmiştir. Buradan, boyutlarla ilgili olarak öğrenciler açısından Celal Bayar Üniversitesi'nin hizmet kalitesinin, beklenen düzeyde olmadığı görülmektedir. Boyutlara ilişkin SERVQUAL skorları incelendiğinde en yüksek skorun, -1,8757 ile “Empati” boyutunda olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, öğrenciler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan boyut budur. En düşük skor ise; -1,9567 ile Güven boyutunda olmuştur. Yani, öğrenciler açısından beklentileri en az karşılayan boyut “Güven” boyutudur.

Tablo 7: Öğrencilerin İfadeler İlişkin Beklenti, Algılama Ve SERVQUAL Skorları

	İFADE NO	ALGILAMA			BEKLENTİ		SERVQUAL SKORU
		N	ORT	ST. SAP	ORT	ST. SAP	ALGILAMA- BEKLENTİ
Fiziksel Özellikler	1	895	2,9228	1,57358	5,1419	1,89577	-2,2191
	2	895	2,8904	1,53747	5,2771	1,81569	-2,3867
	3	895	4,6156	1,70655	5,6101	1,60037	-0,9945
	4	895	3,3527	1,51498	5,4170	1,60636	-2,0643
Güvenirlilik	5	895	3,8810	1,69632	5,7209	1,58716	-1,8399
	6	895	3,4927	1,81397	5,6036	1,72871	-2,1109
	7	895	3,4586	1,71060	5,3680	1,62679	-1,9094
	8	895	3,6023	1,62544	5,5191	1,56181	-1,9168
	9	895	3,7080	1,77333	5,7875	1,47585	-2,0795

Heveslilik	10	895	3,6700	1,65240	5,8337	1,50145	-2,1637
	11	895	3,9105	1,70104	5,8629	1,46116	-1,9524
	12	895	3,8600	1,76135	5,6378	1,54839	-1,7778
	13	895	3,5045	1,80881	5,2146	1,67092	-1,7101
Güven	14	895	3,6980	1,66099	5,6992	1,53607	-2,0012
	15	895	3,7066	1,65785	5,6378	1,56634	-1,9312
	16	895	3,2105	1,78561	5,4989	1,64426	-2,2884
	17	895	4,1792	1,78276	5,7854	1,54428	-1,6062
Empati	18	895	2,9944	1,76879	4,9552	1,90084	-1,9608
	19	895	3,3330	1,87563	5,0992	1,86072	-1,7662
	20	895	3,2196	1,80732	5,0633	1,83261	-1,8437
	21	895	3,0794	1,67003	5,0022	1,75960	-1,9228
	22	895	3,8201	1,86275	5,7052	1,62250	-1,8851

Tablo 7 incelendiğinde; ifadelerle göre ortalama, standart sapma ve SERVQUAL skorları görülmektedir. Her ifadenin beklenti ortalamaları algılama ortalamalarının üzerinde gerçekleşmiştir. Buradan, öğrenciler açısından Celal Bayar Üniversitesi'nin hizmet kalitesinin beklenen düzeyde olmadığı görülmektedir.

SERVQUAL skorları incelendiğinde en yüksek skorun -0,9945 ile üçüncü (Öğretim üyeleri ve diğer çalışanları temiz ve düzgün görünümlüdürler) ifadeyle olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, öğrenciler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan ifade budur. En düşük skor ise, -2,3867 ile ikinci ifadeye (Üniversitesinin binaları ve ofisleri göze hoş görünür) aittir. Yani, öğrenciler açısından beklentileri en az karşılayan ifade ikinci ifadedir.

IV.III.I Fiziksel Özellikler Boyutu:

Fiziksel Özellikler boyutunun SERVQUAL skorları incelendiğinde; en yüksek skorun -0,9945 ile üçüncü (Öğretim üyeleri ve diğer çalışanları temiz ve düzgün görünümlüdürler) ifadeyle olduğu görülmektedir. Dolayısıyla öğrenciler açısından Fiziksel Özellikler boyutunda hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan ifade budur. En düşük skor ise, -2,3867 ile ikinci ifadeye (Üniversitesinin binaları ve ofisleri göze hoş görünür) aittir. Yani, bu boyutta öğrenciler açısından beklentileri en az karşılayan ifade ikinci ifadedir.

IV.III.II Güvenirlilik Boyutu:

Güvenirlilik boyutunun SERVQUAL skorları incelendiğinde en yüksek skorun -1,8399 ile beşinci (Öğretim üyeleri ve çalışanları verdikleri sözleri zamanında yerine getirir) ifadeyle aittir. Dolayısıyla öğrenciler açısından Güvenirlilik boyutunda hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan ifade budur. En düşük skor ise, -2,1109 ile altıncı ifadeye (Üniversitesi çalışanları öğrencinin bir sorunu olduğunda, sorunu çözmek için yakın ve samimi bir ilgi gösterir) aittir. Yani, bu boyutta öğrenciler açısından beklentileri en az karşılayan ifade altıncı ifadedir.

IV.III.III. Heveslilik Boyutu

Heveslilik boyutunun SERVQUAL skorları incelendiğinde ise, en yüksek skorun -1,7101 ile on üçüncü (Öğretim üyeleri ve çalışanlar hiç bir zaman öğrencilerin isteklerini cevaplayamayacak kadar meşgul değildir) ifade edildiği görülmüştür. Heveslilik boyutunda hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan ifade budur. En düşük skor ise; -2,1637 ile onuncu (Öğretim üyeleri öğrencilerin öğrenme becerilerinin ve problem çözme yeteneğinin geliştirilmesi için çaba gösterirler) ifadeye aittir. Yani, bu boyutta öğrenciler açısından beklentileri en az karşılayan ifade onuncu ifadedir.

IV.III.IV Güven Boyutu

Güven boyutunun SERVQUAL skorları incelendiğinde ise, en yüksek skorun -1,6062 ile on yedinci (Öğretim üyeleri ve çalışanlar öğrencilerin sorularına cevap verecek bilgiye sahiptirler) ifade edildiği görülmektedir. Dolayısıyla öğrenciler açısından Güven boyutunda hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan ifade budur. En düşük skor ise, -2,2884 ile on altıncı (öğrenciler şikâyetlerinin ve sorunlarının çözüleceğinden emindirler) ifadeye aittir. Yani, bu boyutta öğrenciler açısından beklentileri en az karşılayan ifade on altıncı ifadedir.

IV.III.V. Empati Boyutu

Empati boyutunun SERVQUAL skorları incelendiğinde, en yüksek skorun -1,7662 ile on dokuzuncu (Çalışma saatleri tüm öğrencilere uygun şekilde düzenlenmiştir) ifade edildiği görülmektedir. Dolayısıyla öğrenciler açısından Empati boyutunda hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan ifade budur. En düşük skor ise -1,9228 ile yirmi birinci (Öğretim üyeleri ve çalışanları müşterilerinin özel isteklerini anlarlar) ifadeye aittir. Yani bu boyutta öğrenciler açısından beklentileri en az karşılayan ifade yirmi birinci ifadedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Araştırmanın bu bölümünde çalışmaların sonucundan bahsedilecektir. Araştırma sonucunda aşağıdaki verilere ulaşılmıştır;

Genel olarak öğrencilerin beklentileri, Celal Bayar Üniversitesinin verdiği hizmetlerden daha yüksektir. Öğrenciler daha fazlasını beklemektedir. Aygün (2015)'de Bitlis Eren Üniversitesi'nde de benzer bir sonuç bulunmuştur.

Kalite boyutlarına 100 üzerinden verilen puanlar dikkate alındığında, araştırmaya katılan öğrenciler en yüksek puanı “Güven” boyutunda bulunan “Üniversitedeki öğretim üyelerinin ve diğer tüm çalışanların bilgisi, saygısı öğrencilerde güven duygusu uyandırma becerisi, yardımseverliği, rahatlığı” önermesine vermişlerdir. En düşük puanı ise, “Heveslilik” boyutunda bulunan “ Üniversitenin öğrencilere yardım etmek ve daha hızlı hizmet vermek konusundaki gönüllülüğü ve istekliliği” önermesine vermişlerdir. Özgül ve Devebakan'ın (2005) Ege ve Dokuz Eylül Üniversiteleri'nde yaptığı çalışmalarında, öğrenciler “Güven” ve “Güvenirlilik” boyutlarına en çok önem verirlerken, en önemsiz boyut her iki üniversitede de “Empati (Duyarlılık)” boyutu olarak ortaya çıkmıştır.

Boyutlara ilişkin SERVQUAL skorları incelendiğinde en yüksek skorun, “Empati” boyutunda olduğu görülmektedir. Dolayısıyla öğrenciler açısından hizmet kalitesi olarak beklentileri en fazla karşılayan boyut budur. En düşük skor ise, Güven boyutunda olmuştur. Yani, öğrenciler açısından beklentileri en az karşılayan boyut “Güven” boyutudur. Özgül ve Devebakan (2005)'in yaptığı araştırmada, en düşük SERVQUAL skorunun Dokuz Eylül Üniversitesi'nde “Empati”, Ege Üniversitesi'nde ise “Fiziksel Özellikler” boyutunda olduğu görülmüştür. İkinci en kötü skorun ise, her iki üniversitede de “Güven” boyutunda olduğu görülmüştür.

İfadelere ilişkin SERVQUAL skorları incelendiğinde hizmet kalitesi olarak beklentileri en çok karşılayan ifadenin “Öğretim üyeleri ve diğer çalışanları temiz ve düzgün görünümlüdürler” olduğu görülmektedir. Beklentileri en az karşılayan ifade ise, “Üniversitesinin binaları ve ofisleri göze hoş görünür” olmuştur. Hizmet kalitesi olarak beklentileri en çok ve en az karşılayan ifadelerin aynı boyutta olması ilginç bir sonuç olarak karşımıza çıkmıştır. Beklentileri en çok karşılayan ifadenin “Öğretim üyeleri ve diğer çalışanların temiz ve düzgün görünümlüdür” olmasının sebebi, üniversitelerin resmi bir kuruluş olması özellikle idari personelin belirli bir giyim şekline tabi olması olabilir. Beklentileri en az karşılayan ifadenin “Üniversitenin binaları ve ofisleri göze hoş görünür” ifadesinin olması Celal Bayar Üniversitesi'nin eski bir üniversite olması ve dolayısıyla bina yapılarının eski olmasının bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Ayrıca Cevher (2015)'in yaptığı bir araştırmada öğrencilerin özellikle somut unsurlara yönelik donanım ve tesis değerlendirmelerinin olumsuz olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yine Aygün (2015) tarafından yapılan araştırma sonucunda, öğrenciler görsellik konusunda üniversiteleri yetersiz bulmaktadır. Celal Bayar Üniversitesi'nde öğrenci fikirleri ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda binalar ve ofislerde yapılabilecek düzenlemeler hizmet kalitesini artırabilir.

Bu araştırmanın örneklem kütesi, Celal Bayar Üniversitesi İİBF'de bulunan öğrencilerdir. Dolayısıyla elde edilen bulgular bu örneklem kütesinin görüşleri ile kısıtlıdır. Üniversitelerin hizmet kalitelerini iyileştirmeye yönelik uygulamaları gerçekleştirebilmeleri için farklı bölümlerde okuyan öğrencilerin de görüşlerine ihtiyaç vardır. Her bir bölüm için gerçekleştirilecek bir çalışma üniversitenin genelini temsil etmesi açısından önemlidir. Bu sayede üniversiteler öğrencilerinin hizmet kalitesi beklenti ve algılarını bölüm bazında belirleyebilecektir. Bu durum, hem üniversitenin kendi hizmet kalitesini daha iyi belirleyebilmesine, hem de hizmetlerini bölüm bazında farklılaştırma yoluna gitmesine imkân sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Altan, S., Atan, M. & Ediz, A. (2003). SERVQUAL Analizi İle Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Yüksek Eğitimde Bir Uygulama. 12. Ulusal Kalite Kongresi. Kal Der-Türkiye Kalite Derneği. Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı, İstanbul.
- Aygün, M.S. (2014). Hizmet Kalitesinin Öğrenci Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Bitlis Eren Üniversitesi Örneği. Yüksek Lisans Projesi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş
- Bennett, D. (1986). Production System Design. Butterworths.
- Cevher, E. (2015). Yükseköğretimde Hizmet Kalitesi Ve Kalite Algısının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(39): 804-814.
- Devebakan, N. (2005). Sağlık İşletmelerinde Algılanan Hizmet Kalitesi Ve Ölçümü. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kalite Yönetim Temsilcisi, İzmir.
- Esin, A. (2002). Iso 9001-2000 Işığında Hizmette Toplam Kalite. Ankara, Odtü Yayıncılık.
- Filiz, Z., Yılmaz, V. & Yağizer, C. (2010). Belediyelerde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Analizi İle Ölçümü: Eskişehir Belediyelerinde Bir Uygulama", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(3): 59-76.
- Filiz, Z. (2011). SERVQUAL Yöntemiyle Yurt İşletmesinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi. International Journal Of Research And Development, 3(1): 38-49.
- Gedik, P. (2007). Kalite Maliyetleri Ve Kalite Maliyet Sistemi: Adana'da Toplam Kalite Maliyetini Uygulayan Bir İşletmede Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana, Turkey.
- Gülcan, Z., Sultan, S. Ve Vurgun, Ş. (2015). Öğrenim Gördükleri Programa İlişkin Öğrenci Memnuniyetinin Ölçülmesi: Nazilli Meslek Yüksekokulu Örneği. Elektronik Mesleki Gelişim Ve Araştırma Dergisi, 3, Özel Sayı.
- Kalaycı, Ş. (2006). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. Asil Yayıncılık, Ankara.
- Kotler, P. (1996). Marketing Management. 8th Edition Prentice –Holl, Englewood Cliffs, Nj.

- Kuriloff, A., Hemphill J. M. & Cloud D. (1993). Starting And Managing The Small Bussiness. Mc Graw-Hill Edition, Singapore.
- Kuş, M. (1999). Kalite Kavramı, Avrupa Birliği Kalite Politikası Ve Türkiye'deki Kalite Faaliyetleri. Ankara: TC Sanayi Ve Ticaret Bakanlığı Avrupa Topluluğu Koordinasyon Genel Müdürlüğü.
- Melewar, T.C. & Akel, S. (2005). The Role Of Corporate İdentity İn The Higher Education Sector. Corporate Communications, An International Journal, 10 (1): 41-57.
- Mucuk, I. (1994). Pazarlama İlkeleri. Der Yayınları, 6. Baskı, İstanbul.
- Özgül, E. & Devebakan, N. (2005). Üniversitelerde Servqual Tekniği İle Algılanan Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2): 93-116
- Parrasuraman.A., Berry,L.L. Ve Zeithaml,V.A. (1985). A. Conceptual Model Of Service Quality And İts İmplications For Future Research, Journal Of Marketing, 49 (4): 41-50.
- Parrasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml,V.A. (1990). Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions And Expectation. Free Press,USA.
- Şahin, G. G. (2011). Üniversite Düzeyinde Turizm Eğitiminde Hizmet Kalitesi Beklenti Ve Algısına Yönelik Ankara'da Bir Araştırma. İşletme Araştırmaları Dergisi 3(4): 49-65.
- Tayyar, N. & Dilşeker F., (2012). Devlet Ve Vakıf Üniversitelerinde Hizmet Kalitesi Ve İmajın Öğrenci Memnuniyetine Etkisi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 28(2): 184-203
- Türel, N. & Ayar, O. (2014). Meslek Yüksekokulu Eğitiminde Hizmet Kalitesinin SERVQUAL Yöntemi İle Ölçümü: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesinde Bir Uygulama", Akademik Bakış Dergisi, 43 (Kasım-Aralık): 1-15.
- Usta, R. & Memiş, L. (2010). Belediye Hizmetlerinde Kalite: Giresun Belediyesi Örneği, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15 (2): 333-355.
- Yılmaz, V., Filiz, Z., & Yaprak, B. (2007). SERVQUAL Yöntemi İle Yükseköğretimde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(1): 299-316.
- Yılmaz, İ. (2007). Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Müşteriler Ve Yöneticiler Açısından Ölçülmesi: İzmir Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir, Turkey.
- YÖK (Yükseköğretim Kurulu), [Http://Www.Yok.Gov.Tr/Web/Guest/Universitelerimiz, Erişim Tarihi: 15.05.2016].

MÜŞTERİ ODAKLI PAZARLAMA KAPSAMINDA ENGELLİ TURİZMİNE YÖNELİK TEORİK BİR İNCELEME

Funda CENGİZ¹
Emre Ozan AKSÖZ²

Özet

Çalışmanın amacı, engelli turizm pazarını, sahip oldukları özellikler, istekler ve beklentiler doğrultusunda, müşteri odaklı pazarlama karması unsurları açısından incelemektir. Bu amaç doğrultusunda engelli bireylerin turizm ile olan ilişkilerinin daha iyi anlaşılması ve daha isabetli pazarlama çalışmalarının gerçekleştirilebilmesi hedeflenmiştir. Çalışmada öncelikle engelli bireylerin turizm ile olan ilişkileri ve pazarlama karması kavramı incelenmiş ardından konuya ilişkin akademik çalışmalar ışığında bu pazar grubu, müşteri odaklı pazarlama karması unsurlarının her biri için ayrı ayrı değerlendirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Engelli Turizmi, Turizm Pazarlaması, Müşteri Odaklı Pazarlama Karması

Jel Kodları: L83, M31, Z33

A THEORETICAL STUDY ON DISABLED TOURISM WITH CUSTOMER ORIENTED MARKETING

Abstract

The main aim of this research is analysing the disabled tourism market toward its characteristics, demands and supplies in terms of customer oriented marketing mix. To this end, the aim of the study is to better understand the relationship between disabled tourists and tourism and also realizing more optimal marketing mix. At first, the terms of the relationship between disabled tourists and tourism, and marketing mix were analysed and then this market segment was examined for each marketing mix elements by using previous literature.

Key Words: Disabled Tourism, Tourism Marketing, Customer Oriented Marketing Mix

Jel Codes: L83, M31, Z33

¹ Yrd.Doç.Dr. Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, funda.cengiz@adu.edu.tr

² Doç.Dr. Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi, ozana@anadolu.edu.tr

GİRİŞ

Rekabetçi bir pazar yaklaşımı, işletmeler açısından uzun dönemli başarı için son derece önemlidir (**Chen-Uysal, 2002**). Günümüzde, giderek artan rekabet ortamında başarılı olmak isteyen her işletme için müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak kaliteli ürünler sunmak bir zorunluluk haline gelmiştir (**Peterson-Wilson, 1992**). Dünya genelinde çok sayıda turizm işletmesi bu zorlu rekabet ortamında kendilerini başarıya götürecek pazarlama stratejilerini ve yönetim uygulamalarını ise müşteri odaklı bir yaklaşımla, mevcut ve potansiyel turistlere ilişkin elde ettikleri bilgi temelinde şekillendirmektedirler (**Uysal, Chen ve Williams, 2000**).

Turistlerin ürüne ilişkin algılarını ve seyahat davranışlarını içeren bilgi temelini oluşturulması, turizm ürününün konumlandırılmasında öncelikli bir araç olarak kullanılabilmesi gibi, ayrıca işletme yöneticilerinin ve pazarlamacılarının ürünlerini daha iyi pozisyonlayarak talebi artırmalarına da olanak verecektir (**Uysal-Chen vd. 2000**). Hedef pazara nüfus etmek ya da bu pazarda mevcut konumu sürdürmek adına turizm işletmeleri genellikle pozitif ürün algısı yaratmakla mücadele ederler. Turizm işletmeleri, pozitif ürün algısı yaratmak için ise arz ettikleri turistik ürün ile turistlerin bu ürüne ilişkin beklentilerinin eşleştirilmesine, mevcut kaynakların çoğaltılmasına ve bu kaynaklara ilişkin mevcut algıların zenginleştirilmesine ihtiyaç duyarlar (**Uysal-Chen vd. 2000**).

Her ne kadar engelli bireyler diğer sosyal gruplarla benzer turizm isteğine ve ihtiyacına sahip olsalar da (**Yau, McKercher ve Packer, 2004; Blichfeldt-Nicolaisen, 2011**) temel olarak fiziksel, sosyal ve davranışsal engeller ve kısıtlamalar nedeniyle çoğunlukla turizm aktivitelerinin dışında bırakılmaktadırlar (**Shaw-Coles, 2004; Yau-Mckercher vd. 2004**). Buna karşın, engelli bireylerin tatil aktivitelerine katılımlarında, turizm ürününü kullanmalarında ve tecrübe elde etmelerinde artan oranlarda bir eğilim gözlenmektedir (**Blichfeldt-Nicolaisen, 2011**). Bu eğilime dayalı olarak turizm endüstrisinin, engelli turistlerin seyahat davranışlarının, beklentilerinin, ihtiyaç ve kısıtlılıklarının daha iyi anlayarak erişilebilir ürünler tasarlaması ve pazarlaması gerektiği söylenebilir (**Blichfeldt-Nicolaisen, 2011**). Bu sebeple, turizm işletmeleri, engelli turizmüne yönelik geliştirecekleri stratejilerde öncelikli olarak mevcut ve potansiyel müşterilerin beklentilerini dikkate almalıdırlar. Engelli turizmi pazarının turizm endüstrisi için karlı bir pazar haline gelmesi bu grup içinde yer alan alt grupların en iyi şekilde anlaşılacak doğru pazar konumlandırması ile mümkün olacaktır (**Buhalis, Eichhorn, Michopoulou ve Miller, 2005**).

Çalışmanın temel amacı, işletmelere bu pazara erişmede ve ürünlerini daha iyi pozisyonlayarak talebi artırmalarında kolaylık sağlayacak müşteri temelli pazarlama karmasının içeriğinin nasıl olması gerektiği konusunda teorik bir altyapı sağlamaktır. Çalışmada öncelikle engelli turizmi ve müşteri odaklı pazarlama kavramları genel olarak ele alınmış, ardından konuya ilişkin yapılan akademik çalışmalar ve kaynaklar ışığında müşteri odaklı pazarlama karması unsurlarının her biri engelli pazarını oluşturan bireylerin özellikleri, istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda değerlendirilmiştir.

I. ENGELLİ BİREYLER VE TURİZM

Dünya Sağlık Örgütü (**WHO, 2001**) Engelli bireyi; “Sağlık açısından “sakatlık” bir noksanlık sonucu bir insana oranla normal sayılabilecek bir işi yapabilme yeteneğini kaybeden ve/veya yeteneği kısıtlanan birey.” biçiminde tanımlamıştır. Engelli bireyler, engelin gerçekleştiği kaynağa ve sebeplere göre değişik şekillerde sınıflandırılmaktadır. Yaşlı nüfusun ileri yaş ile birlikte ortaya çıkan engelleri de bir engellilik türü olarak ele alındığında 7 ana engellilik türü tanımlanmaktadır; (**Burnett-Baker, 2001; Buhalis-Eichhorn vd. 2005**):

- 1) Fiziksel engelliler ve hareket güçlüğü çeken bireyler

- 2) Kör ve görme güçlüğü çeken bireyler
- 3) Sağır ve işitme güçlüğü çeken bireyler
- 4) Konuşma engelli ve konuşma güçlüğü çeken bireyler
- 5) Zihinsel engelliler ve öğrenme güçlüğü çeken bireyler
- 6) Gizli ve/veya uzun dönemli sağlık sorunları olan bireyler
- 7) Yaşlı bireyler

Dünya Turizm Örgütü, engelli turisti “çevresel kısıtlamalar nedeniyle engellerine bağlı olarak seyahatleri süresince sorunlarla karşılaşan, konaklama ve diğer turizm hizmetlerine ulaşmada özel ihtiyaçları olan, özellikle, fiziksel, görme ve zihinsel engelli bireyler ile yaşlılar gibi sağlık koşulları nedeniyle özel bakıma ihtiyaç duyan bireyler” biçiminde tanımlamıştır (WTO, 2001).

Dünya genelinde giderek artan yaşlı nüfusun, yüksek oranda engelli olma ve kronik sağlık sorunu yaşama riski eklendiğinde, engelli nüfusundaki artış gelecek yüzyılın en önemli sorunlarından biri olarak işaret edilmektedir (Buhalis-Eichhorn vd. 2005; WHO ve WB, 2011; European Commission 2010; ITB, 2012; ENAT, 2012). 2010 Dünya nüfus tahminlerine dayalı olarak dünya üzerinde değişik engelli türlerine sahip bir milyar kişi yaşadığı belirtilmektedir (WHO-WB, 2011).

Engelli bireyler seyahatlerinde karşılaşabilecekleri sorunları aşmada desteğe ihtiyaç duymaktadırlar, bu nedenle seyahatlerinde onlara bu konuda yardımcı olacak birey ya da bireylerle seyahat etmektedirler (Vignuda, 2001; McKercher, Packer, Yau ve Lam 2003; Ray ve Ryder 2003; Buhalis-Eichhorn vd. 2005). Dünya genelindeki toplam engelli nüfusuna, seyahatleri süresince bu bireylere eşlik eden aile bireyleri, arkadaşlar, özel bakıcılar vb. bireyler de eklendiğinde, potansiyel erişilebilir turizm pazarının büyüklüğü 133 milyon olarak tahmin edilmektedir. Bu rakam ortalama olarak dünya üzerindeki her 100 kişiden 10'unun engelsiz ya da erişilebilir seyahat ihtiyacı olduğunu göstermektedir (ITB 2012; ENAT, 2012). Aslında, tüm bireylerin seyahatleri süresince aradıkları konfor ve kalite ihtiyaçlarının karşılanabilmesi adına belirli düzeylerde erişilebilirliğe ihtiyaç duydukları düşünüldüğünde, bu rakamın tahmin edilenin de üstünde olacağı söylenebilir (Vignuda, 2001; McKercher-Packer vd. 2003; Ray ve Ryder 2003; Buhalis-Eichhorn vd. 2005).

Tüm dünyada giderek önemi artan engelli pazarının gelişimini destekleyici yönde, gerek yasal gerekse çevresel düzeyde pek çok yenilik ve iyileştirme gerçekleştirilmektedir (Burnett- Baker, 2001; Richards, Pritchard ve Morgan, 2010). Buna karşın, turizm alanında bu önemli pazarı ve özellikle engelli bireylerin turizmle olan ilişkilerini farklı açılardan inceleyen akademik çalışmalarda önemli bir eksiklik vardır (Lee, Agarwal ve Kim, 2012; Richards-Pritchard vd. 2010). Konuya ilişkin araştırmalar incelendiğinde, engelli bireylerin turizm aktivitelerine katılmalarında pek çok sorunla karşılaştıkları görülmektedir (Yau-McKercher vd. 2004). Engelli olsun ya da olmasın, her bireyin tatil ihtiyacının eşit olduğu geniş ölçüde kabul gören bir düşünce olmasına karşın (Yau-McKercher vd. 2004), engelli bireylerin turizme katılma olanaklarının engelli olmayan bireylere oranla çok daha düşük olduğu söylenebilir (Turco, Stumbo ve Garncarz, 1998). Araştırmalar engelli bireylerin turizm aktivitelerine katılım oranlarının erişilebilirlikle paralel olduğunu göstermektedir (Israeli, 2002; McKercher-Packer vd. 2003).

II. PAZARLAMA KARMASI VE MÜŞTERİ ODAKLILIK

Amerika Pazarlama Derneği'nin (American Marketing Association) 2013 yılında kabul ettiği pazarlama tanımına göre pazarlama; müşteriler, kullanıcılar, ortaklar ve genelinde toplum için gerçekleştirilen yaratıcılık, iletişim, dağıtım ve alım-satım dayalı faaliyetler,

işlemler ve süreçlerin toplamıdır. Genişletilmiş kapsamıyla pazarlama, sadece mal ve hizmetlerin değil, fikir ve ideolojilerin de hedef kitlelere yayılmasını ve benimsetilmesini kolaylaştıran bir etkinlikler sistemi olarak görülmektedir (**Mucuk, 2010**). Akademik yazın incelendiğinde, yirminci yüz yılın ilk üçteyinde geleneksel pazarlama üzerinde odaklanıldığı, son çeyreğinde ise başta ilişki pazarlaması olmak üzere modern pazarlama yaklaşımlarına odaklandığı görülmektedir (**Alabay, 2008**). 1950'lerden günümüze pazarlama alanında yaşanan köklü değişime etki eden temel faktörler teknolojik gelişmeler ve internetin yaygınlaşması, küreselleşme ve tüketicinin eğitim ve iletişim düzeyindeki artış olarak işaret edilmektedir (**Kotler-Lane, 2006**). Pazarlama alanında yaşanan değişim işletmenin hedef pazardaki pazarlama hedeflerini gerçekleştirebilmek için kullandığı pazarlama araçları kümesi olarak tanımlanır (**Kotler-Lane, 2006**).

Pazarlama karması, günümüzde pazarlamanın temel modeli olarak değerlendirilmektedir. Bir işletmenin pazar hedefine ulaşabilmesi, pazarlama karması bileşenlerinin tutarlı ve gerçekçi bir yaklaşımla kurgulanmasıyla olanaklıdır (**Alabay, 2008; Mucuk 2010**). İlk olarak, 1964 yılında Journal of Advertising Research dergisinde Neil Borden tarafından yayınlanan "The Concept of The Marketing Mix" isimli makalede kullanılan pazarlama karması kavramı, pazarlama teorisinin temel kavramlarından biridir. Borden, pazarlama karması elemanlarını oniki başlık (ürün planlama, fiyatlandırma, markalama, dağıtım kanalları, kişisel satış, reklam, tutundurma, ambalajlama, sergileme, hizmet, fiziksel dağıtım ve analiz) altında toplamıştır. Pazarlama karması kavramının, bir pazarlama modeli olarak ortaya konması ise E. Jerome McCarthy tarafından gerçekleştirilmiştir. McCarthy, 60'lı yıllarda modern pazarlama yaklaşımlarının pazarlamanın 4P'si olarak adlandırılan ürün (product), fiyat (price), dağıtım (place) ve tutundurma (promotion) üzerine kurulması gerektiğini belirtmiştir (**Sümer-Eser, 2006**).

Ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurmadan oluşan geleneksel pazarlama karması modeli zaman içerisinde çeşitli eleştiriler almıştır (**Grönroos, 1994**) Bunların başında "4P"nin ürünler için geliştirildiği, bu nedenle hizmet üreten işletmeler için yetersiz kaldığıdır. Bu eleştiriler doğrultusunda Booms ve Bitner isimli iki akademisyen, geleneksel pazarlama karmasına 3 adet bileşen eklemişlerdir. Pazarlamanın "7P"si olarak anılan genişletilmiş pazarlama karması elemanları; 4P + İnsan (People), Fiziksel Kanıt (Physical Evidence) ve Süreç (Process) olarak şekillenmiştir (**Üner, 2001; Kotler, Brown ve Makens, 2006**).

Pazarlama anlayışları tüketici temelli şekillenmeye başladıkça, geleneksel pazarlama karması da tüketici odaklı bir şekilde tekrar yorumlanmıştır. 1993 yılında Prof. Robert Lauterborn 4C karmasını ileri sürmüş ve yeni bir anlayışı ortaya atmıştır. 4C ile ortaya çıkan yeni bakış açısı ile birlikte artık müşteriler odak noktası haline gelmişlerdir. Hizmet sektörü de değerlendirildiğinde, genişletilmiş pazarlama karması olan "7P"nin tüketici merkezli yaklaşımı, karşımıza "7C" olarak çıkmaktadır (**Avcıkurt, Demirkol ve Zengin, 2009**). Tablo 1'de hizmet pazarlama karmasının her bir karma unsuruna karşılık gelen müşteri odaklı pazarlama karması unsurları toplu biçimde görülebilmektedir.

Tablo 1. 7P'den 7C'ye Geçiş

Hizmet Pazarlama Karması Unsurları (7P)	Müşteri Odaklı Pazarlama Karması Unsurları (7C)
1-Ürün (Product)	1-Müşteri Değeri (Customer Value)
2-Fiyat (Price)	2-Maliyet (Cost)

3-Yer (Place)	3-Erişilebilirlik (Convenience)
4-Tutundurma (Promotion)	4-Müşteri İletişimi (Customer Communication)
5-İnsan (People)	5-Önemseme (Consideration)
6-Fiziksel Kanıt (Physical Evidence)	6-Onaylama (Confirmation)
7-Süreç (Process)	7-Eş güdümlü (Coordination)

Kaynak: Avcıkurt, C., Demirkol Ş. ve Zengin, B. "Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında 7P ve 7C".

III. ENGELLİ BİREYLERİN MÜŞTERİ ODAKLI PAZARLAMA KARMASI UNSURLARI AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Son yıllarda yapılan akademik çalışmalar, engelli bireylerin sahip oldukları engel türüne bağlı olarak seyahat ve turizme ilişkin tecrübeleri, bakış açıları ve ihtiyaçları açısından oldukça farklı gruplara ayrılması gerektiğini ortaya koymuştur (**Fleischer-Pizam, 2002**). Bu bağlamda, araştırmaların vardığı ortak sonuç, bu gruplara uygun ve tatmin edici turizm ürünleri ve hizmetleri sunabilmek için hedef pazarı oluşturan engelli bireylerin kendi içinde en doğru biçimde alt gruplara ayrılarak, bireyselleştirilmiş ürün ve hizmetlerin sunulması gerektiğidir. Turizm işletmeleri, bu pazara doğrudan ulaşabilmek için ürün ve hizmetlerini geliştirmede engellilik halinin farklı türlerini ve seviyelerini değerlendirmelidirler (**Buhalis-Eichhorn vd. 2005**).

Yapılan akademik çalışmalardan hareketle bu önemli pazar grubuna yönelik başarılı pazarlama çalışmalarının gerçekleştirilmesi için geleneksel pazarlama karmasının yetersiz kalacağı açıktır. Engelli bireylere yönelik uygulanacak pazarlama çalışmalarında, geliştirilecek pazarlama karmasının müşteri odaklı olması ve her bir pazarlama karması unsurunun pazarı oluşturan bireylerin özellikleri doğrultusunda şekillendirilmesi gerektiği söylenebilir. Her bir karma unsuruna ilişkin oluşturulacak müşteri bilgi temeli, en hızlı ve etkili şekilde bu pazara ulaşmada önemli rol oynayacaktır. Bu bağlamda çalışmada, müşteri odaklı pazarlama karması unsurlarını, engelli bireylerin özellikleri, seyahat davranışları, karşılaştıkları engeller, istek ve ihtiyaçları açısından değerlendirmek suretiyle turizm işletmelerine pazarlama karması yaklaşımlarında yeni bir bakış açısı kazandırmak amaçlanmıştır. Müşteri odaklı pazarlama karması unsurları engelli turistler özelinde aşağıdaki biçimde değerlendirilmiştir.

III.I. Müşteri Değeri (Customer Value):

Müşteri temelli pazarlama karmasında "Müşteri Değeri" geleneksel pazarlama karmasında "Ürün" unsuruna karşılık gelmektedir. Ürün kavramı genellikle somut özellikler üzerine yoğunlaşmış olsa da, günümüzde tüketiciler bir ürün satın aldıklarında, ürünün somut özelliklerinden daha fazla şeyi satın almaktadırlar (**Odabaşı-Oyman, 2010**). Bu noktada müşteri değeri pazarlama karmasında hedef tüketicinin işletme açısından somut ürünün ötesinde, o ürünü kullanacak müşteriye verilen önemin ortaya konmasını ifade eder. Böylece, tüketiciye işletme için, o işletmenin ürün ve hizmetlerini kullanıyor olmasının ötesinde bir değer verildiğinin hissettirilmesi ile işletme ve tüketici arasında duygusal bir bağın kurulması sağlanır. Güçlü müşteri memnuniyeti için müşteri ihtiyaçlarına uygun müşteri değeri yaratmak önemlidir. Müşteri değeri, müşteri için fayda yaratma temeline dayanır. Fayda fazla ise müşteri değeri yüksektir, aksi durumda müşteriler ürün bazında kendilerine atfedilen değer düşük olduğunu düşünürler. Üretilen ürün veya hizmetin müşteriye değer sunması ve müşterinin ihtiyacını karşılaması gerekir (**Smith, 1994**).

Müşteri değeri engelli bireylerin turizm aktivitelerine katılmada etkili olacak unsurların başında gelmektedir. Bu pazar segmenti heterojen bir yapıya sahiptir ve turistik aktivitelere katılım pek çok farklı nedenden etkilenebilmektedir (**Fleischer-Pizam, 2002**). Engelli turizmi kendine has özellikleri

olan bir turizm türüdür ve bu nedenle pek çok turizm işletmesi engelli bireylerin turizme ilişkin beklenti ve isteklerini diğer pazar gruplarından ayırmakta güçlük çekmektedirler. Belirlenemeyen bu istek ve beklentiler neticesinde engelli bireyler tatillerinin başlangıcından bitimine pek çok sorunla karşılaşır. Bu pazar grubuna yönelik geliştirilecek ürün-fayda kapsamında turizm işletmelerinin temel sorunları ise engelli bireylere yönelik basmakalıp düşüncelerden kaynaklanmaktadır. Hiç şüphesiz engelli bireylerin sahip oldukları engel türüne dayalı özellikli ürün ihtiyaçları vardır. Örneğin, fiziksel engelli bir birey için özel park yerinin ya da engeline uygun döşenmiş bir otel odasının işletmede mevcut olması uygun ürün yaratma ölçeğinde başarılı bir yaklaşım olsa da fayda yaratmayabilir. Bunun nedeni, düşünüldüğünün aksine engelli bireylerin seyahatlerine yönelik beklentilerinin temelinde diğer bireylerden farklı olmayan dinlenme, eğlence, sosyalleşme ve yeni yerler görme gibi temel motive faktörlerinin yattığının göz ardı edilmesidir (**Burnet-Baker, 2001; Fleischer-Pizam, 2002; Rice, 2006**).

McKercher (2003) yaptığı çalışmada engelli bireylerin tatilleri süresince karşılaştıkları psikolojik engellerin, işletme personelinin olumsuz tutumlarının ve tatillerine ilişkin doğru ve ulaşılabilir bilgi eksikliğinin, onları karşılaştıkları fiziksel engellerden çok daha fazla olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Burnet ve Baker (2001) yaptıkları çalışmada engelli bireylerin engel derecelerine göre turizme katılım nedenleri arasındaki farklılıkları incelemiş ve düşük ve orta seviyede engelli olan bireylerin, diğer engelsiz bireyler ile benzer nedenlerle tatile çıktıklarını ve tatile yönelik temel motivasyonlarının farklılaşmadığını ortaya koymuştur; buna karşın engel derecesi yükseldikçe, özellikli ürünlere duyulan ihtiyaç doğrultusunda tatile ilişkin beklentinin de değiştiğini belirtmişlerdir. Bunun ötesinde yaşlı bireylerin yaşları nedeniyle sahip oldukları engelleri olmasına karşın işletmeler tarafından engelli olarak tanımlanmak istemedikleri ve engellilere yönelik özellikli ürün ve hizmetleri kullanmaktan kaçındıkları belirtilmektedir (**ENATNOP; VisitBritain 2003**). Var ve diğerleri'nin (2011) Türkiye'de yaşayan fiziksel engelli bireylerin seyahat özelliklerini araştırdıkları çalışmada, katılımcılardan %69,3 gibi yüksek bir oranı temel tatil amaçlarının eğlence ve dinlenme olarak belirtmişlerdir. Toplam katılımcılardan sadece %1,4'ü sağlık ve engellerine yönelik özel amaçlarla seyahat ettiklerini belirtmiştir.

Bu bağlamda, engelli turizmüne yönelik müşteri değeri unsurunda engelli bireylerin herşeyden önce turist olma istekleri göz ardı edilmemelidir. Onlara tatilleri boyunca sunulacak ürün ve hizmetlerin, bir taraftan onların tatillerini engelleri açısından kolaylaştırıcı olması gerektiği gibi diğer taraftan da turizmin doğası gereği onları mutlu eden ve kısa süreliğine de olsa onları rutinlerinden ve engelli kimliklerinden soyutlayacak biçimde tasarlanmalı ve sunulmalıdır.

III.II. Maliyet (Cost):

Müşteri temelli pazarlama karmasında "Maliyet" unsuru geleneksel pazarlama karmasında "Fiyat" unsuruna karşılık gelir. Fiyat, hem işletmeler hem de tüketiciler için önemli bir pazarlama bileşenidir. İşletmeler, maliyetlerini karşılayarak kâr sağlayabilecek fiyatlar belirlemek zorundadırlar (**Mucuk, 2010**). Doğru bir pazarlama stratejisi müşteriye en uygun ürün ya da hizmeti en az maliyetle ve en iyi koşullarda sunan, karşılığında kâr getiren stratejidir. Her müşterinin işletmeye maliyeti değişkenlik gösterir. Bu nedenle işletmeler müşterilerini kendilerine en çok kazandıran, az kazandıran ve kazandırmayan müşteriler olarak bölümlerler. En düşük maliyetli müşteri, işletmeden sürekli alışveriş yapan, işletmeyi ve ürünlerini destekleyen, gönüllü olarak işletmenin müşterisi olmaya devam eden müşteridir.

İşletmeler çok düşük maliyetlerle ve basit uygulamalarla işletmelerini çok daha erişilebilir kılma olanağına sahiptir. Turizm işletmelerinin bu pazara yönelik yapacakları yeni yatırımlar ya da iyileştirmelerde öncelikli olarak düşündükleri konu, yatırımın geri dönüş oranının ne olacağıdır. Yatırımın geri dönüş oranı, yönelinen hedef pazar, pazardaki mevcut ve potansiyel müşteri nüfusu ve bu nüfusun harcama konusundaki istekleri ile doğru orantılıdır. Grady ve Ohlin'nin (2009) otel işletmelerinin yöneticilerine yönelik yaptıkları araştırmada, araştırmaya katılan tüm otel yöneticileri

engelli turistlere yönelik yapılacak yeni yatırımların ya da iyileştirmelerin yaratacağı maliyetin, bu bireylerin ürünlere olan talebinin artması ile karşılanabileceğine inanmalarına karşın, yöneticilerden sadece %20'si bir sonraki sene için engelli turizmini geliştirmeye yönelik yatırımlar planladıklarını belirtmişlerdir. Benzer biçimde Burnett ve Baker'in (2001) araştırma sonuçlarında turizm işletmelerinde, bu pazara yönelik yapılacak yatırımların yüksek maliyetli olduğuna ilişkin olumsuz bir düşüncenin hâkim olduğunu belirtmişlerdir.

Her ne kadar turizm işletmelerinde engelli pazarının maliyetli bir pazar olduğuna ilişkin görüş hâkim olsa da, engelli bireyler üzerine yapılan çalışmalar bunun aksini ortaya koymaktadır. 2003 yılında İngiltere'yi ziyaret eden engelli turistler üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmaya göre engelli bireylerin sanılanın aksine tatillerinde, engellilere yönelik özel hizmet sunan konaklama işletmeleri yerine kitle turizmine hizmet sunan standart konaklama işletmelerini tercih ettikleri belirlenmiştir. Katılımcılar, engellilere yönelik hizmet sunan konaklama işletmelerini tercih etmemelerinin nedenlerini ise; öncelikle yüksek fiyatlı olmaları, ardından ayrımcı uygulamaların olması ve kendilerine eşlik eden bireylerin bu işletmelerin dışında kalmaları olarak sıralamışlardır (**ENAT\NOP; VisitBritain 2003**). Ayrıca araştırma sonucuna göre katılımcılar standart konaklama işletmelerinde konaklayarak kendilerine bu işletmeler tarafından sağlanacak engellerine yönelik teknik donanımlara ve hizmetlere de ekstra ücret ödemeye gönüllü olduklarını belirtmişlerdir.

Shaw ve Coles'un (2004) engelli turistlerin seyahatlerine ilişkin engelleri üzerine yaptıkları araştırmanın sonucuna göre ise bu bireyler için fiziksel erişilebilirlik kadar ekonomik sınırlılıklar da seyahatleri açısından büyük bir engel teşkil etmektedir. Araştırmacılar, engelli turizmde fiziksel engeller kadar finansal kısıtlılıkların da erişilebilir turizmin önemli bir sorunu olduğunu belirtmişlerdir. Burnet ve Baker (2001) araştırmalarında fiyat kararlarının engelliler için çok önemli olduğunu ancak işletmelerin uygun fiyat sağlamak adına düşük kaliteli ürün ve hizmetlerle bu pazara ulaşmasının da mümkün olmayacağını belirtmişlerdir.

Tüm bu araştırmalar ışığında, gerek işletmeler gerekse engelli bireyler açısından çok önemli olan maliyet unsurunun pazarlama karmasının da başarısını belirleyecek unsurlardan biri olduğu açıktır. Bu bağlamda işletmeler engelli bireylerin temel ihtiyaç ve isteklerini en net biçimde belirleyerek, yatırımlarını bu bilgi temelinde şekillendirmeli, gereksiz ve talep edilmeyen ve sonucunda işletmeye ek maliyetler getiren ürün ve hizmetlerden kaçınılmalıdır. Ancak bu tarz bir yatırım anlayışı sonucunda engelli bireylerin talep edeceği düzeyde, uygun fiyatlı, kaliteli ve gerçekten onların ihtiyaçlarını karşılayacak ürün ve hizmetlerin sunulması mümkün olacaktır.

III.III. Erişilebilirlik (Convenience)

“Erişilebilirlik” unsuru geleneksel pazarlama karmasındaki “Dağıtım” unsurunun müşteri odaklı yeni tanımıdır. Ürün ya da hizmetin, pazara müşterinin en kolay biçimde satın alınmasını sağlayacak biçimde ulaştırılması, sunulması esasına dayanmaktadır. Müşteri ulaşabildiği ürünü ya da hizmeti satın alır. Bu pazar içinde var olmanın temel kurallarından biridir (**Smith. 1994**).

Engelli turizminin temelinde erişilebilirlik yatmaktadır (**Eurobarometer, 2001**). Erişilebilirlik “engelli bireylerin fiziksel çevre, ulaşım, bilgi ve iletişim teknolojileri ve diğer sistem ve olanaklara engelli olmayan diğer bireyler ile eşit koşullarda ulaşma olanağı” biçiminde tanımlanmaktadır (**Eurobarometer, 2001**).

Turizm işletmelerinin engelli bireylere yönelik erişilebilir hizmetler sunmasında dikkate almaları gereken öncelikli konu erişilebilirliğin içeriğinin tam olarak anlaşılmasıdır. Erişilebilirlik için engelli bireylere uygun fiziksel koşulların sağlanması bu kavramın temelini oluştursa da, kavram sadece fiziksel olanaklarla değil aynı zamanda web siteleri, yazılı dökümanlar, işaretler, iletişim, ulaşım ve engelliliğin türüne göre ihtiyaç duyulabilecek diğer tüm olanaklarla ilgili geniş kapsamlı bir kavramı ifade etmektedir (**McKercher-Paker vd. 2003**). Örneğin, erişilebilir bilgi açısından, bir engelli birey

seyahati ile ilgili doğru ve erişilebilir bilgiye ulaşması sonucunda bir yıl içinde birden fazla seyahat etmektedir (**Buhalis-Eichhorn vd. 2005**). Turizm yöneticileri ise çoğunlukla kavrama geniş açıdan bakmak yerine erişilebilirlik kavramını daha çok tesislerinin erişilebilirliğini geliştirmeye yönelik girişim ve yatırımlar olarak ele almaktadırlar (**Rice, 2006**). Bu bağlamda engelli bireylere yönelik erişilebilirlik unsurunun sadece fiziksel koşul ve imkanların uygunluğunun ötesinde ihtiyaç duyulabilecek her ürün ve hizmet ölçeğinde ve işletme ölçeğinden çıkarılarak destinasyon ve genelinde ülke bazında ele alınması gerekmektedir.

III. IV. Müşteri İletişimi (Customer Communication)

“Müşteri iletişimi” geleneksel pazarlama karmasında yer alan “Tanıtım” unsurunun karşılığıdır. Yapılacak bütün tanıtım faaliyetlerinin müşteriyi hedef almasını ve ona değer vermesini içerir (**Avçıkurt-Demirkol vd. 2009**). Hedef kitleyi yanıltmaktan kaçırarak ve onunla doğru iletişim kurmayı başaran tanıtım, müşteri odaklı pazarlama anlayışının tanıtım stratejisini oluşturur. Müşteri hakkında elde edilen her bilgi onlarla en doğru zamanda ve kanaldan iletişim kurmayı ve iletişimin sürekliliğini sağlar (**Uysal vd. 2000**).

Rice’in (2006) otel yöneticilerinin engelli turistlere yönelik bilgi düzeylerindeki farklılıkları tespit etmek amacı ile yaptığı araştırmada, yöneticilerin engelli turistlerin ihtiyaçlarının nasıl karşılanması gerektiğine yönelik isabetli ya da tutarlı bir görüşlerinin olmadığı bunun ötesinde pazara ilişkin kayda değer ya da farklı bir bakış açısına sahip olmadıkları sonucuna ulaşmıştır. Doğru bilginin ancak bu pazarı doğru anlayan işletmelerce sunulacağı düşünüldüğünde, bu karma unsurunun başarıyla uygulanmasındaki öncelikli adım, işletmelerde engelli bireylere yönelik bir bilincin oluşturulması gerektiğidir. Bu bilincin ötesinde, engelli bireylerin diğer bireylerden farklı olarak tatilleri öncesinde, sırasında ve sonrasında karşılaştıkları sorunlara ve bunlar sonucunda oluşan istek ve ihtiyaçlarına yönelik bilgilerin temin edilmesi onların turizme katılımlarını artıracağı gibi işletmeye olan bağlılıklarını da sağlayacaktır (**Yau-McKercher vd. 2004**).

İşletmeler açısından iletişim bilgi temin etmek kadar elde edilen bilginin işlenerek buna uygun bilgi sağlanmasını da ifade etmektedir. Engelli bireyler için gidilecek destinasyon, konaklanacak işletme, sunulan hizmetler hakkında doğru ve ulaşılabilir bilgi seyahatlerini planlamada ve turizm aktivitelerine katılmalarında oldukça önemli rol oynar (Grady-Ohlin, 2009).

III.V. Önemseme (Consideration)

Müşteri ürünlerini ya da hizmetlerini tercih ettiği işletmenin kendisine değer vermesini ve diğer müşterilerinden ayrı özel bir yere koymasını ister. “Önemseme” unsuru geleneksel pazarlama karmasında yer alan “İnsan” karma elemanı ile eşdeğer tutulmaktadır. Buna göre, tüketici ürünü tercih etmekle bir itibar ve kişisel ilgi beklemektedir (**Avçıkurt-Demirkol vd. 2009**).

Engelli bireyler çoğunlukla normal hayatın dışında tutulan ve negatif yönlü ayrımcılığa maruz bırakılan bireylerdir (**Aitchison, 2003; Lee vd. 2012**). Bu durum onların psikolojik açıdan toplumdan ve sosyal yaşamdan kaçmalarına ve kendilerine yönelik olumsuz tutum geliştirmelerine neden olur. Tam tersi bu bireylerin ihtiyacı toplumda kabul görmek, insanlar tarafından saygı duyulmak ve özel ihtiyaçlarının anlaşılmasıdır (**Aitchison, 2003; Buhalis-Eichhorn vd. 2005**). Böyle hassas psikolojiye sahip bir pazar grubuna yönelik geliştirilecek pazarlama karmasında “önem” unsuru, onların sosyalleşmesi ve kendilerini gerçekleştirmesine olanak sağlayacak turizm olayına katılımlarını destekleyici ve artırıcı bir değer taşımaktadır.

Lee ve diğerleri (2012) engelli bireylerin turizme katılma motivasyonlarını etkileyen içsel, dışsal ve çevresel faktörlere yönelik gerçekleştirdikleri çalışmada öğrenilen çaresizlik ile her üç faktör arasında pozitif yönlü ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Engelli bireyler, toplumda dışlanma, hor görülme, anlaşılma vb. düşünceleri nedeniyle özel ilgiye ihtiyaç duyan bireylerdir. Turizm

işletmelerinde görev yapan personel ise önem unsurunun başarıya ulaşmasında aktif rol oynamaktadırlar.

Engelli bireylere yönelik bilinç düzeyi düşük, onların ihtiyaç ve isteklerine uygun hizmet sunamayan, eğitim düzeyi yetersiz personel engellilere yönelik sunulacak hizmetin kalitesini, erişilebilirliğini ve yeterliliğini olumsuz yönde etkileyecektir. Buna karşın onların duygularını anlayan, sorunlarını çözmek için yardım etmeye istekli olan, özel ihtiyaçları konusunda bilinçli ve eğitilmiş personel engelli bireylerin tatilleri süresince karşılasacağı pek çok problemi ortadan kaldırmaya çalışabilir. (Grady-Ohlin, 2009; Poria, Reichel ve Brandt, 2010).

Önem ayrıca engelliliğin türüne ve derecesine göre de ele alınması gereken bir pazarlama karması unsurudur. Engellilik derecesi yüksek olan bireyler tatilleri süresince özel bakıma, tıbbi desteğe ve tedaviye ihtiyaç duyabilirler (Burnet-Baker, 2001). Bu nedenle işletmelerin bu hizmetleri sunacak personele ve ekipmana ya da aracı kuruluşlara ihtiyacı vardır. Bu hizmetlerin sunulması ile engelli turistler sadece ihtiyaç duydukları bakım hizmetine kavuşmazlar aynı zamanda kendilerini önem verildiğini hissederler. Bu his onların tatilleri boyunca rahat olmalarını ve tatillerinden en yüksek tatmini almalarını sağlar (Grady-Ohlin, 2009).

III.VI. Onaylama (Confirmation)

Müşteri yönünden pazarlama çalışmalarının onaylanması, işlemlerin planlanan düzeyde, istenilen şekilde gerçekleşmesine bağlıdır. İşlemler sürecini müşteri benimsediği zaman ancak pazarlama çalışmaları amacına ulaşabilir. “Onaylama” geleneksel pazarlama karması elemanlarından “Fiziksel Kanıt” unsuruna karşılık gelmektedir. Hizmetin üretildiği yerin şekli, araçlar, personel giysileri, renkler, logo vb. unsurlar bu karma unsuru altında ele alınır (Avçıkurt-Demirkol vd. 2009).

Onaylama unsurunun gerçekleşmesi için ön koşul işletmenin bir bütün olarak ele alınması gerekliliğidir. Turizm işletmeleri farklı engellere sahip bireyleri, onların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik erişilebilirliğin işletmenin her aşamasında sağlandığına ilişkin temin edebilmelidir (Grady-Ohlin, 2009). Örneğin otel işletmesinde lobby ve diğer alanlarda fiziksel engellilere yönelik lavabo düzenlemeleri, asansörler vb. uygulamalar olmaması halinde tek başına engelli odalarının mevcut olması engelli bireyler için bir anlam taşımaz.

Onaylama unsuru açısından göz önüne alınması gereken diğer önemli koşul ise farklı engellere sahip bireylerin farklılaşan ihtiyaç ve istekleridir. Görme engelli ya da görme düzeyi düşük bireyler ve/veya zihinsel engelli ya da öğrenme güçlüğü çeken bireyler için işletmede kullanılan renkler, yazıların boyutları, yön işaretleri ve semboller tatilleri süresince daha rahat hareket etmeleri için önem taşımaktadır.

III.VII. Eş güdüm (Coordination)

“Eş güdüm” geleneksel pazarlama karması elemanlarından “Süreç” unsuruna karşılık gelmektedir. Buna göre, hizmetin müşteriye ulaşmasıyla ilgili aşamalar, müşteri eş güdümü çerçevesinde gerçekleştirilmelidir. Eş güdüm yaklaşımı, tüketicileri sürece dâhil etmektedir (Avçıkurt-Demirkol vd. 2009).

Eş güdüm unsuru kapsamlı bir bakış açısını gerektirmektedir. Bu potansiyel pazarın giderek artan önemine karşın, turizm işletmelerinin sundukları ürün ve hizmetlerinin satın alınmasında engelli bireylere yönelik ötekileştirme ya da dışlama politikası uygulayan işletmeler hala mevcuttur (Horner-Swarbrooke, 2004). Bu durum engelli bireylerin turizm olayına katılmaları konusunda isteksizleştirmekte ayrıca engelli bireyler ile turizm işletmeleri arasında sağlıklı bir ilişkinin oluşmasını engellemektedir (Shaw-Coles, 2004).

Engelli bireyler ile eşgüdümün sağlanmasında ve onların sürecin her aşamasına dâhil edilmesinde öncelikli adım bu ayrımcı bakış açısının elimine edilmesidir. Başarılı bir eşgüdümün sağlanması için ikinci koşul ise bu bireylerle satış öncesi iletişim kurarak onları daha iyi anlamak ve değişen ihtiyaç ve isteklerini takip etmektir (Gray vd. 2002). Bu unsorda göz ardı edilmemesi gereken diğer bir konu ise seyahat sürecinin engelli birey için başlangıcından bitimine normal bir bireye göre daha karmaşık ve zor olduğudur. Bu zorlu süreç engelli bireyin kişisel olarak turizme katılma isteği ile başlar, kendini ve engeline bağlı olarak yapabileceklerini en isabetli şekilde değerlendirmesi ile devam eder. Bu değerlendirmenin ardından kendine uygun tatil yerleri ve biçimleri hakkında güvenilir bilgiler temin eder, elde ettiği bilgiler doğrultusunda seyahatini yönetir ve deneyimler (Yau ve diğerleri, 2004).

Seyahat sürecinin her aşamasında desteğe ihtiyaç duyan engelli bireyler için eş güdümün sağlanması bir taraftan onlara seyahatlerinin başlangıcından bitimine kolaylık ve fayda sağlayacak diğer taraftan bu süreç içinde işletme bireye ilişkin ihtiyaç duyduğu bilgileri temin ederek bu bilgileri pazarlama karmasının tüm unsurlarının daha başarıyla gerçekleştirilmesi için kullanabilecektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, müşteri temelli pazarlama karması unsurları, engelli bireylerin özellikleri, seyahat davranışları, engel türlerine göre farklılaşan istek ve ihtiyaçları kapsamında değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme ile dünya genelinde giderek önemi artan engelli turizm pazarından pay almak isteyen turizm işletmelerine, pazara daha etkili ve isabetli ulaşmaları adına geliştirecekleri pazarlama karmalarına yol gösterici bir bilgi temeli oluşturmak amaçlanmıştır.

Akademik yazında konuya ilişkin yapılan turizm ve pazarlama çalışmaları, bu pazarın heterojen yapısına ve diğer pazar gruplarından farklılığına dikkat çekmektedir. Çalışmalar, engelli pazarına ulaşmada geleneksel pazarlama karması unsurlarının yetersiz kaldığını, daha bireyselleştirilmiş ve müşterinin temel alındığı bir bakış açısıyla geliştirilecek pazarlama karmasının, bu pazarda başarı için bir ön koşul olduğunu işaret etmektedir. Müşteri temelli pazarlama karması unsurlarının başarıyla uygulanmasındaki ön koşul ise hiç şüphesiz hedef pazarın özelliklerinin ve beklentilerinin en iyi biçimde bilinmesi ile mümkün olacaktır.

Engelli bireylerin tatile yönelik temel motivasyonlarının sanılanın aksine diğer bireyler gibi eğlence ve dinlenme olduğu, konaklama tercihlerini engellilere yönelik özel konaklama işletmeleri yerine daha çok kitle turizmine hizmete veren standart konaklama işletmelerinde gerçekleştirdikleri, kalite ve fiyat açısından her ne kadar ekonomik anlamda güçlü olmasalar da düşük kaliteli hizmet ve ürünleri talep etmedikleri, özel ihtiyaçlarına yönelik sunulacak ürün ve hizmetler için ayrıca bedel ödemeye gönüllü oldukları, engellerinin sürekli belirtilmesinden ve bunu onlara hissettirecek ürün ve hizmetlerden kaçındıkları ve ötesinde rahatsızlık duydukları, tatilleri süresince işletme personelinin kendilerine yönelik tutumları, yaşadıkları ekonomik kısıtlamaların, doğru ve erişilebilir bilgiye ulaşmada yaşadıkları güçlüklerin, bu sürede karşılaştıkları fiziksel engeller kadar onları seyahat fikrinden alıkoyduğu, seyahatin başlangıcından bitimine geçtikleri aşamaların diğer bireylere göre çok daha fazla iletişim gerektiren ve işletme ile karşılıklı ilişkiyi içeren bir yapıya sahip olduğu, bu pazara yönelik araştırmada ortaya konan en önemli bilgilerdir. Müşteri temelli pazarlama karması unsurlarının her biri bu bilgilerden hareketle geliştirilmelidir. Bu çalışma teorik temellidir ve ileride bu konuda ampirik çalışmalar yapılması önerilmektedir. Ampirik araştırmalar ile müşteri temelli pazarlama karması unsurlarının sektör ve engelli bireyler açısından daha geniş kapsamlı incelenmesi mümkün olacağı gibi, yeni bilgilerin de eklenmesi ile konunun çok daha sağlıklı ele alınabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aitchison, C. (2009). Exclusive discourses: Leisure studies and disability, *Leisure Studies*, 28(4), 375–386.
- Alabay, M. N. (2008). *CRM rekabet stratejisi olarak müşteri ilişkileri yönetimi*, Ankara: İlke Yayınevi.
- Alkibay, S. & Üner, M. (2001). Algılama haritaları: Departmanlı mağazalar üzerine ampirik bir inceleme”, *G.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 3(3).
- American Marketing Association, [<https://www.ama.org/AboutAMA/Pages/Definition-of-Marketing.aspx>]
- Bi, Y., Card, J. A. & Cole, S. T. (2007). Accessibility and attitudinal barriers encountered by Chinese travellers with physical disabilities. *International Journal of Tourism Resesearch*, 9, 205–216.
- Blichfeldt, B. & Nicolaisen, J. (2011). Disabled travel: Not easy, but doable”. *Current Issues in Tourism*, 14 (1), 79–102.
- Buhalis, D., Eichhorn, V., Michopoulou, E. & Miller, G. (2005). OSSATE Accessibility market and stakeholder analysis, 1-88
http://www.accessibletourism.org/resources/ossate_market_analysis_public_final.pdf
- Burnett, J. J. & Baker, H. B. (2001). Assessing the travel-related behaviors of the mobility-disabled consumer. *Journal of Travel Research*, 40(1), 4–11.
- Chen, J.S. & Uysal, M.(2002). Market positioning Analysis A Hybrid Approach”, *Annals of Tourism Research*, 29 (4), 987–1003
- Daniels, M. J., Rodgers, E. B. D. & Wiggins, B. P. (2005). “Travel tales”: an interpretive analysis of constraints and negotiations to pleasure travel as experienced by persons with physical disabilities, *Tourism Management*, 26(6), 919–930.
- Darcy, S. (2010). Inherent complexity: disability, accessible tourism and accommodation information preferences”, *Tourism Management*, 31(6), 816–826.
- Darcy, S. Cameron, B., & Pegg, S. (2010). Accessible tourism and sustainability: a discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 515–537.
- ENAT-European Network for Accessible Tourism (2012). The underestimated market potential of barrier-free tourism, world travel monitor forum, Pisa.
[<http://www.accessibletourism.org/resources/enat-the-underestimated-market.pdf>]
- Eurobarometer (2001). Attitudes of Europeans to Disability. European Commission.
[http://europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/eb/ebs_149_en.pdf]
- European Commission (2010). European disability strategy 2010–2020: A renewed commitment to a barrier-free Europe, no. 636 [http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=URISERV%3Aem0047]
- Fleischer, A. & Pizam, A. (2002). Tourism constraints among Israeli seniors, *Annals of Tourism Research*, 29(1), 106-123.
- Grady, J. & Ohlin, J.B. (2009). Equal access to hospitality services for guests with mobility impairments under the Americans with disabilities act: implications for the hospitality industry, *International Journal of Hospitality Management*, 28, 161-169.
- Grönroos, C. (1994). From marketing mix to relationship marketing: towards a paradigm shift in marketing, *Management Decision*, 32(2), 4-20.

- Horner, S. & Swarbrooke, J. (2004). Tourism and travellers with disabilities, in international cases in tourism management, *Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann*, 324–337.
- Israeli, A. A. (2002). A preliminary investigation of the importance of site accessibility factors for disabled tourists, *Journal of Travel Research*, 41(1), 101–104.
- ITB World Travel Trends Report (2012). *ITB Berlin & IPK International* [www.itb-berlin.de/.../itb]
- Kotler, P., Brown, J.T. & Makens, J. C. (2006). *Marketing for hospitality and tourism*, New Jersey: Pearson/PrenticeHall.
- Kotler, P. & Lane, K. K. (2006). *Marketing Management*, (12. Baskı). Prentice Hall Inc., New Jersey-USA
- Lee, B. K., Agarwai, S. & Kim, H. J. (2012). Influences of travel constraints on the people with disabilities intention to travel: an application of Seligman's helplessness theory. *Tourism Management*, 33, 569-579.
- McKercher, B., Packer, T., Yau, M. & Lam, P. (2003). Travel agents: facilitators or inhibitors of travel for people with disabilities? *Tourism Management*, 24(4), 65–74.
- Mucuk, I. (2010). *Pazarlama ilkeleri*, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Murray, M. & Sproats, J. (1990). The disabled traveller: tourism and disability in Australia. *Journal of Tourism Studies*, 1(1), 9-14.
- Odabaşı, Y. & Oyman, M. (2010). *Pazarlama İletişimi Yönetimi*, İstanbul: MediaCat.
- Petersen, R. A. & Wilson, W. R. (1992). Measuring consumer satisfaction: fact or artifact, *Journal of Marketing Science*, 20(1), 61-71.
- Poria, Y., Reichel, A. & Brandt, Y. (2011). Dimensions of hotel experience of people with disabilities: an exploratory study, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(5), 571-591
- Ray, N. M. & Ryder, M. E. (2003). Eibilities tourism: an exploratory discussion of the travel needs and motivations of the mobility-disabled. *Tourism Management*, 24, 57–72.
- Richards V, Pritchard A. & Morgan N. (2010). (Re)envisioning tourism and visual impairment. *Annals of Tourism Research* 37(4), 1097–1116.
- Shaw, G. & Coles, T. (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the uk: a preliminary survey, *Tourism Management*, 25, 397–403
- Sümer S. I. & Eser, Z. (2006). Pazarlama karması elemanlarının evrimi, *G. Ü. İ.I.B.F. Dergisi*, 8(1) 165-186.
- Turco, D. M., Stumbo, N. & Garncarz, J. (1998). Tourism constraints – people with disabilities, *Parks and Recreation Journal*, 33(9), 78–84.
- Uysal, M., J. Chen & Williams, D. (2000). Increasing state market share through a regional positioning, *Tourism Management*, 21, 89–96.
- WHO (2001) International Classification of Functioning (ICF). Geneva: World Health Organization [http://www.who.int/classifications/icf/en/]
- World Tourism Organization (WTO) (2001). *Tourism 2020 Vision. Europe*. (4). ISBN: 978 9284403806.
- World Report on Disability, (2011). World Health Organisation & World Bank. [http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report.pdf]

- Var, T., Yeşiltaş, M., Yaylı, A. & Öztürk, Y. (2011). A study on the travel patterns of physically disabled people, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(6), 599-618.
- Vignuda, J. (2001). Promotion of barrier-free tourism for people with disabilities in the Asian and Pacific region, Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (ESCAP). *Seminar on Sustainable Development of Ecotourism in Pacific Island Countries*, Kasım, 17–18, 2001 Suva, Fiji.
- Yau, M., McKercher, B., & Packer, T. (2004). Traveling with a disability. More than an access issue. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 946–960.

MODERN, MİLLİYETÇİ VE MUHAFAZAKAR BİR DÜŞÜN ADAMI: PEYAMI SAFA

Aydoğan KUTLU¹

Özet

Peyami Safa, 1950'lerden 1980'lere kadar Türk düşüncesini en çok etkileyen yazarlardan biridir. Safa, 1930'lardan itibaren kaleme aldığı kuramsal çalışmalarıyla Kemalizm'e içerden bir yorum eklemeye çalışmıştır. Yine, 1950'lerden itibaren yazdığı köşe yazılarıyla da Soğuk Savaş koşulları içinde Türkiye'de antikomünizmin popüler temalarının biçimlenmesinde etkili olmuştur. Bu açıdan onun romanları, uygarlık, maneviyat, din, millet gibi konuları işleyerek kültürel alanla siyasal alanı bir araya getiriyordu. Bu bağlamda bu çalışma, Peyami Safa'nın entelektüel, edebi ve siyasi kişiliğini bir arada, bütüncül bir biçimde ele alınıp tartışılmasını hedeflemektedir. Bu amaçla, önce, onun düşüncesinin temel motifleri ve ilgi alanları irdeleniyor ve ardından siyasal fikirlerinin yoğunlaştığı konular, onun düşünüşünün diğer boyutlarıyla karşılıklı bağlantılarıyla beraber, ortak bir bağlam içinde tartışılıyor. Böylece onun entelektüel ilgileri ile siyasal fikirleri arasında çapraz bağlantılar kurulmaya çalışılıyor.

Anahtar Sözcükler: Milliyetçilik, Muhafazakarlık, Antikomünizm, Kemalizm, Edebiyat

JEL Kod: Z19

A MODERN, NATIONALIST AND CONSERVATIVE THINKER: PEYAMI SAFA

Abstract

Peyami Safa is one of the writers who influenced the Turkish thought from 1950s until to 1980s. From the 1930s, Safa tried to add an internal comment to Kemalism through his theoretical studies. Again, with the column writings he wrote since the 1950s, he became effective in the shaping of the popular themes of the anti-communism in Turkey under the conditions of the Cold War. In this respect, his novels have committed issues such as civilization, spirituality, religion, nation; thus bringing the political sphere together with the cultural sphere. In this context, this study aims to discuss Peyami Safa's intellectual, literary and political personality together in a holistic way. For this purpose, first, the basic motives and interests are examined, and then, the topics that his political ideas intensify are being discussed in a common context, with mutual links to other aspects of his thinking. Thus, cross-links between his intellectual interests and his political ideas are being tried to be established

Key Words: Nationalism, Conservatism, Anti-communism, Kemalism, Literary

JEL Code: Z19

¹ Arş. Gör., Kastamonu Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, Akutlu@kastamonu.edu.tr

GİRİŞ

“Peyami Safa, gözlerini dünyaya bir cihan devletinin çocuğu olarak açmış ve olgunluk dönemine, büyük savaş sonunda paramparça olan bir imparatorluğun küllerinden doğan, yeni, kendi iç meselelerine gömülmüş ve dünya dışında bırakılmış küçük bir devletin vatandaşı olarak giren bir aydın nesline mensuptur. Siyasi haritaların büyük ölçüde değiştiği Birinci Dünya Savaşı yıllarını, ayakta kalabilmek için yaşının çok üzerinde bir şuur uyanıklığı içinde kavga veren bir yetim, Mütareke ve Milli mücadele yıllarını ise istikbal vaat eden bir romancı olarak yaşadı” (Ayvazoğlu, 2000: 115).

Ayvazoğlu, belagatli bir üslûpla Safa’yı yaşadığı zaman ve coğrafya temelinde, ustalıkla kavıyor. Burada ben, başka bir şey yapmaya çalışacağım, Safa’nın düşüncesinin, siyasi fikirleri odaklı olarak temel unsurlarını ve iç bağlantılarını tespit etmek ve açıklamak.

Tekâmül [olgunlaşma], tereddüt, tecessüs [merak], buhran, hakikat, istihale [başkalaşım], vetire [süreç], uzviyet [organizma]... Peyami Safa okumalarımın sonra onunla ilgili olan bu yazıya başlarken zihnimde kalan sözcükler bunlar. Nominalist bir yargıya varıp kırk küsur yıl yazı yazmış bir muharriri üç beş sözcüğe sığdırmak gibi bir niyetim yok ama bu sözcüklerin ve ifade ettikleri anlamların Peyami Safa’nın düşüncesinin koordinat düzleminde önemli noktaları karşıladığını düşünüyorum. Bu çalışmada amacım, Peyami Safa’nın düşüncelerinin içeriğine -en azından- genel çizgileriyle nüfuz edebilmek, temel kavramlarını ve bunları kullanma biçimini tespit edebilmek ve üslûbunu gösterebilmektir.

Çalışmanın planı, bu amaç gözetilerek iki bölüm olarak düşünülmüştür. Birinci bölümde okura Peyami Safa’yı ve onun düşüncesini daha yakından tanıtmak amacıyla düşüncesinin temel unsurları işlenmiştir. Yazarın kısaca hayatı, Batı’ya bakışı, felsefi görüşleri, mistisizmle ilişkisi, edebiyatının temel sorunları ve şahsiyet kavramı bu bölümün konularını oluşturuyor. Son konu olan şahsiyet kavramı, ikinci bölümde işlenen yazarın siyasi fikirlerine bir hazırlık niteliği taşıyor. İkinci bölümde, onun millet ve milliyetçilikle ilgili görüşleri, *Türk İnkılâbına Bakışlar* eseri, anti-komünizmi, demokrasi, din-laiklik ve muhafazakârlığa bakışı ele alınıyor. Sonuç bölümünde de bugün açısından Safa’nın milliyetçi-muhafazakâr duruşunun ne anlama geldiği, ifade ettiğiyle ilgili bir değerlendirme yapılıyor.

I. EDEBİYATÇI VE DÜŞÜNÜR YÖNLERİYLE PEYAMİ SAFA

I.I. Peyami Safa’nın Hayatı

2 Nisan 1899’da İstanbul’da dünyaya geldi. Babası İsmail Safa, Servet-i Fünun şairlerindedir. Abdülhamit’i devirmek için bazı siyasi teşebbüslerin içinde yer aldığı gerekçesiyle Sivas’a sürgün edilir. Burada eski bir hastalığı nükseder ve hayatını kaybeder (1901). İsmail Safa’nın ölümü üzerine aile İstanbul’a döner ve Abdullah Cevdet gibi bazı aile dostlarının yardımıyla geçinmeye çalışırlar. 1908’de Peyami Safa’nın o ünlü, *Dokuzuncu Hariciye Koşuşu*’nda anlattığı kemik hastalığı başlar. Hastalık ve babasızlıktan kaynaklanan maddi sıkıntılar nedeniyle düzenli bir eğitim alamaz². Vefa Lisesi’nden ayrılır ve ailesinin geçimine katkıda bulunmak için çalışmaya başlar. 1914’te Posta-Telgraf Nezareti’nde işe girer. Daha sonra memurluktan ayrılır ve Rehber-i İttihat Mektebi’nde öğretmen olur. Yakın dostu Mustafa Şekip Tunç ile burada tanışır. Kendi kendine öğrendiği Fransızcasını geliştirir. 1918’de kısa bir süre

² Ancak fakirlik ve hastalığın, yazarın kendi kendini yetiştirmesinde önemli itici güçler oldukları söylenebilir. En azından Peyami Safa’nın kendi değerlendirmesi bu şekildedir. “Fakirlik ve hastalık dirilticidir: Korkutur ve iradeyi kırbaçlar, uyuklayan enerjileri ayaklandırır. Zenginlik, sıhhat ve zeka, insanın kendisine haddinden fazla güven verdiği için, afyon gibi uyuşturur, tembelliğe, ihmallere ve gevşekliğe sevkeder. Başarmak için, korku da ümit kadar şarttır. İnsana fakirliğin ve hastalığın öğrettiklerini hiçbir okul ve kitap veremez” (Safa, 1978: 115).

Düyun-u Umumiye’de³ çalıştıktan sonra gazetecilik hayatına atılır Ağabeyi İlhami Safa’nın *Yeni Asır* gazetesinde, Asrın Hikayeleri adıyla yazdığı popüler hikâyelerle dikkat çeker. *Son Telgraf*, *Tasvir-i Efkâr* gazetelerinde çalıştıktan sonra 1928’de *Cumhuriyet* gazetesinin edebiyat sayfası editörüdür.

Çok önemli siyasi ve sosyal değişimlerin yaşandığı bir dönemin genç bir aydınıdır Peyami Safa. Ayvazoğlu’nun haklı olarak dikkat çektiği gibi, “gerek Peyami Safa’nın neslinden gerekse ondan önceki nesilden Osmanlı aydınının Mütareke ve Milli Mücadele’den sonraki ruh hallerinin pek fazla incelendiği söylenemez” (Ayvazoğlu, 2008: 82). İçinde büyüdükleri, alışkın oldukları kültür dünyasının fikirleri sorulmadan tasfiyesi, bu kuşaklarda önemli travmalar yaratmış olmalıdır. 1920’ler ve 30’larda içine daldıkları bohem hayatın⁴ önemli bir nedeni de budur. Gece hayatına, alkol ve uyuşturucu kullanımına, behimi hazlara düşkünlüğün had safhada olduğu bu dönemi Safa, *Bir Tereddüdün Romani*’nda anlatır. Bu roman aynı zamanda bohemen çıkışın ve mistisizme yönelişin ilk aşamalarını oluşturur. Bu arada Safa’nın yaşamında çok önemli değişiklikler olmuştur. 1931’de annesi Server Bedia’yı kaybeder.

Safa’nın bu dönemi, ilişkide olduğu kişiler ve düşünceler açısından oldukça zengindir. 1928’de Nazım Hikmet’le dost olur. Bu dostluk, *Dokuzuncu Hariciye Koğuşu*’nu ona ithaf edecek kadar gelişir (Ayvazoğlu, 2008: 180, 520). Safa, Serteller’in çıkardığı Resimli Ay dergisinde “Putları Yıkıyoruz” kampanyasına açık destek verir. Öte yandan sosyalizme bu dönemde dahi “teveccüh” etmez. 1931’de *Fatih-Harbiye*’yi yayımlar. 1932’de Ahmet Ağaoğlu çevresine yaklaşır. Ancak onun liberalizmini fazla ferdiyetçi bulur ve intisap etmez⁵. 1935’te Nazım Hikmet’le arasındaki soğukluk, düşmanlığa dönüşür. *Kültür Haftası*’nı neşreder (1936). Avrupa seyahatine çıkar ve izlenimlerini *Büyük Avrupa Anketi* adıyla kitaplaştırır. 1937’de Nebahat Hanım’la evlenir ve bu evlilikten oğlu İsmail Merve dünyaya gelir (1938). İnkılabın felsefesini yapmak için kaleme sarılır ve *Türk İnkılabına Bakışlar*’ı (1938) yazar.

İkinci Dünya Savaşı yıllarında Almanya’yı destekler⁶, *Çınaraltı* dergisinde koyu milliyetçi makaleler yayınlar. Sırasıyla *Tasvir*, *Vakit* ve *Ulus* gazetelerinde yazar. Savaş sonrasında demokrasiye geçişi tehlikeli bulur ve DP’yi sosyalistlerle işbirliğine girmekle suçlayıp CHP’ye yaklaşır. 1949’da *Matmazel Noraliya’nın Koltuğu*’nu yayınlar. 1950 seçimlerinde CHP Bursa milletvekili adaydır ancak kaybeder. 1951’de *Yalnızız* romanını neşreder, *Seksoloji* dergisinde yazmaya başlar. 1953’te *Türk Düşüncesi* dergisini yayınlamaya başlar. Derginin yayını, aralarla 1961’e kadar sürecektir. Bu arada CHP’nin “devrimbaz” kadrolarla doluğunu ve sola kaydığını düşünmeye başlar ve bu partiyle arası soğur. *Ulus*’tan *Milliyet*’e geçer. Ayvazoğlu’na göre bu dönem, Peyami Safa’nın en parlak ve güzel dönemidir (Ayvazoğlu, 2008: 443). *Türk Düşüncesi*, küçümsenmeyecek bir başarı kazanmış, gazeteden yüksek bir ücret almış ve üstelik -son romanlarıyla birlikte- şöhretinin zirvesine ulaşmıştır.

³ *Sözde Kızlar* romanında yazarı temsil eden, âkil ve bilge adam Nadir’in de Düyun-u Umumiye’de çalışıyor olması tesadüf olmasa gerektir.

⁴ Bohem hayat tarzı iki savaş arası dönemde Avrupa aydın kesimlerinde de yaygındır. Faşizmin yükselişi, 1929 bunalımı gibi nedenlerden beslenir ve içinde yaşanan dönem, bir çöküş çağı olarak algılanır. Bu atmosferin ürünü olan eserler Türk aydınca da bilinmekte ve okunmaktadır (örn. O. Spengler’in *Batı’nın Çöküşü* kitabı ki Safa’nın bu kitaba atıf yaptığı makaleleri vardır). Bu çalışmanın çerçevesi Türkiye ile sınırlı olduğundan Türk aydınının Batı’yla etkileşimine girmiyorum.

⁵ Buna karşın Ağaoğlu’nun medeniyet kuramını doğrudan kabul eder ve *Türk İnkılabına Bakışlar*’da kullanır. Buna göre üç medeniyet vardır: Batı, Şark İslam ve Şark Budist. Batı ve Şark İslam aynı Akdeniz kültürüyle yoğrulmuşken Şark Budist medeniyeti daha farklı ve iptidai bir gelişme çizgisi izlemiştir. Görüldüğu gibi bu tasavvur, oryantlizmi kendi doğusuna yansıtma açısından çok işlevseldir.

⁶ Peyami Safa’nın Alman destekçisi olması üzerine çok yazılmıştır. Örneğin Nadir Nadi, tek kelime Almanca bilmeyen Safa’nın radyodan Hitler’in Danzig nutkunu dinlerken bayıldığını öne sürmüştür (Ayvazoğlu, 2008: 355 vd.). Bu iddianın abartılı olduğu söylenebilir. Zira Safa’nın (1979) *volk* ile halkı karşılaştırdığı bir çalışması bulunmaktadır. Öte yandan Safa’nın Alman hayranı olduğu, yakınlarının şahitliği ışığında sabittir. Örneğin, yeğeni ressam Behçet Safa o dönemle ilgili olarak “Nazi bayrakları, hatta Hitler’in imzalı Kavgam kitabı vardı. Ufacıktım, o radyodan savaşı dinler ve kumandan gibi harita üzerinde Nazi ordusunun Stalingrad’a kadar nasıl gidip döndüğünü takip ederdi” demiştir. B. Safa’nın röportajı için bkz. *Hürriyet Pazar*, 31.10.2004.

1954'ün sonlarında ağabeyi İlhami Safa'yı kaybeder. Çöküş başlamıştır. Menderes'le ve DP'yle kurduğu sıcak ilişki, basın DP'yle yaşadığı sorunlar nedeniyle onu zor duruma düşürür. 1959'da *Milliyet*'ten ayrılır, *Tercüman*'a geçer. Bir yıl sonra buradan kovulacaktır. 27 Mayıs döneminde gericilikle suçlanır ve çok hırpalanır. 1961 Şubat'ında oğlu Merve'yi kaybeder ve sağlığı iyice bozulur. 15 Haziran 1961'de hayatını kaybeder.

I.II. Peyami Safa'da Mistisizm

Peyami Safa'yı Türk düşünce tarihinde özgün bir yere koymamızı sağlayan önemli bir etmen, onun kendine özgü mistisizmidir. Safa'ya göre “[m]istisizm, insan ruhu ile varlığın esası arasında birleşme imkânına inanmaktır. Mahrem ve dosdoğru (vasitasız) bir birleşme, ki normal bilgi ve varlıktan ayrı ve üstün bir bilgi ve varlık tarzı tesis eder” (Safa, 1979: 175). Bu tanımda iki önemli husus vardır: Varlığın esası ve mahrem ve dosdoğru birleşme. Safa'nın varlıktan kastettiği kâinatın bütünü kapsayan bir anlam birliğidir. Mahrem ve dosdoğru birleşmede mahrem, ruhun içinden hareketle; dosdoğru ise aklın ve duyuların aracılığı (vasıtası) olmadan, dünyadan ve maddeden sıyrılarak varlığın ilkesiyle birleşmeyi anlatır.

Masivanın her zerresine sinmiş bir ruhi özün (Safa buna spiritüel esans der) varlığından hareketle bütüncül bir evren tasavvur eder. Bütüncül evren tasavvuru, Safa'nın bilimle ilgili düşüncelerinin de temelini oluşturur. *Yalnızız*'da, şu parçada mistik bilim anlayışı çok nettir:

“Eski dünya ilminin en büyük hatalarından biri de ihtisas bölümlerine ayrılan ilimlerin ‘bütün’ü gözden kaçırdıkları için hiçbir hadiseyi esaslı ve doğru izah edemediklerinin anlamamış olmalarıydı. (...) [Simeranya’da] hadiseler, ‘bütün’ün ışığı altında incelenir. Bir şeyin içinde her şey mevcut olduğu için bir mesele [başka] bir meseleyi bünyesinde taşır. Meselâ insan ruhunu anlamadan atomu izah etmek mümkün değildir. Dalga mekaniği ile hazım fonksiyonu, yahut bir öksürükle bir yıldızın düşmesi arasında sıkı münasebetler vardır ve bunlar bir büyük oluş prosesinin ayrı ayrı görünüşleridir” (Safa, 2006: 55-56).

Safa'nın bilimi mistik bir temele oturtma çabası, bilimde hâkim olduğunu düşündüğü pozitivist-materyalist zihniyeti kırma, bu zihniyeti aşma gayretiyle doğrudan ilgilidir. Öte yandan onun bilimi mistisizmden kurtarma çabasında; komünizmle olan kavgasında mevzi kazanma gayesini de teşhis edebiliriz. Bu sayede kendini “bilimsel” olarak tanımlayan Marksizm'e karşı, demodelik isnat eder. Nitekim Safa'nın mistisizme yönelişinin, Nazım Hikmet ve Serteller ile arasının açıldığı 1930'larda başladığını (Ayvazoğlu, 2008: 427) söyleyebiliyoruz.

Ancak Peyami Safa'nın mistisizme yönelişini yalnızca anti-komünistliğiyle ve idealistliğiyle açıklayamayız. Mistisizm, onun kendi kendisiyle yaşadığı sorunlarda bazı cevaplar sağlamış olmalıdır. Özellikle şüphe⁷ ve tereddüt ile sürdürdüğü mücadelede mistisizm ona bir çıkış yolu olmuş gibi gözüküyor. Öte yandan yakın arkadaşı N. Fazıl'ın aksine, İslam temelli bir kurtuluş yoluna hiçbir zaman yönelmeyen Peyami Safa, daha çok Fransızca literatüre dayanan, “parapsikolojik ve metapsişik olaylarla fazla haşır neşir olan” ve “İslami renk ve muhteva taşıma[yan]” (Ayvazoğlu, 2008: 428; ayrıca Bora, 2003: 77-78) bir mistisizmle ilgilenmiştir. Bu durumun nedeni, onun genel tarih felsefesinde ve Avrupa'ya bakışında aranmalıdır.

I.III. Avrupa, Medeniyet ve Tarih

Türk milliyetçi-muhafazakâr düşüncesinde Avrupa ve genel olarak Batı; gerilimli bir ilişki içerisinden kavranır. Bir yandan bizden üstünlüğü nedeniyle zoraki olarak kabul edilirken diğer yandan otantik değerlerimizi yozlaştıran tekinsizliğiyle teşhir edilir. Öte yandan Batı'nın üstünlüğü genelde pragmatik kabullerle geçiştirilirken asıl literatür, tekinsizliği üzerine odaklanır. Bora'nın (2002) “negatif Batı imgesi” olarak adlandırdığı bu temel motif, gerilimli doğası nedeniyle taklitçiliği ve yabancılaşmayı lafzen aynı anda tespit etmeye ve sarih batılılaşmayı vazetmeye

⁷ *Bir Allahsız Cevap* adlı bir yazısında, Allah'a çocukluk çağından itibaren inandığını söyler ve şöyle devam eder: “Bütün ömrüm bu inancımı kontrol etmekle geçti. Mizacım bakımından, inanmaktan ziyade şüphe etmeye meylim vardır” (Safa, 1978: 27).

dönüktür. Gerçekte ise “Modernizm ve kapitalizmin sorunlar yumağını *Batılılaşma* kavramıyla indirgemeye (...) [ve] Batı’yı bir ‘sorumlu’ olarak *dışlaştırmaya* elverişli bir referans sistemi” (Bora, 2002: 268) olarak işler ve yabancı olanın tespitini ve ona karşı birleşme zemininin oluşturulmasını sağlar.

Bu çerçevede Peyami Safa’ya baktığımızda, genel milliyetçi-muhafazakâr çizgiden önemli bir farklılığı görüyoruz. Safa’da Avrupa hayranlığı çok daha açık bir şekilde ifadesini bulur. “Avrupa bir devdir. (...) Avrupa büyüklük, Avrupa aydınlık, Avrupa temizlik, Avrupa düzgünlük, Avrupa kalabalık, Avrupa zenginlik, Avrupa canlılık demektir. Orada her şey büyüktür” (Safa, t.y.: 20).

Avrupa’nın “büyüklüğü”nün arkasındaki etken, Avrupa’ya Antik Yunan’dan tevarüs eden riyaziye ve hendese (matematik ve geometri) ruhudur. İsviçre’de örneğin, bu ruh şöyle yansır:

“Hendese ruhu bu memlekete o kadar hâkim ki milimetreler bile belediyenin ölçüsünden kaçmamıştır. Şu iki taraftaki kumları saysanız belki tanelerinin sayısı birbirine müsavi gelecektir. Bütün yollar, binalar, ağaçlar, tarlalar, tabiat, sanat ve cemiyet aynı riyaziye kafasının içindeki plana göre tenasüp [orantı] almış” (Safa, ?: 30).

Safa’nın matematikten hareketle tespit ettiği Avrupa rasyonelliği, *Türk İnkılabına Bakışlar*’daki medeniyet çözümlemesinin de temelini oluşturacaktır. Ancak oraya gelmeden, Avrupa bahsinde, bu rasyonelliğin Avrupa’nın biricikliği fikrini Safa’ya aşıladığını söylemeliyiz. “Riyaziye bilgilerini öğrenme değil riyazi kanunlarla düşünme” (Safa, 1978a: 101) anlamında bir rasyonelliğin bizde ve Avrupa dışında her yerde eksik olduğunu düşünen Safa, ilerlememiz için Avrupalılaşmamız gerektiği fikrindedir. “(...) Doğu’yu Batı’dan ayıran en büyük fark, Doğuluların Batılılar gibi rasyonel (yâni akıl nizâmına bağlı düşünce ve irade)den mahrum, yalnız bir ânın duygusuna ve heyecanına bağlı şekilde çalışmalarıdır” (Safa, 1971a: 120).

Safa, Doğu’yla Batı’yı karşılaştırdığı yerlerde sıklıkla Oryantalist hükümlere kayar. Nitekim Gazali’yle ilgili fikirleri, “İsmail Hakkı İzmirli [tarafından] müsteşriklerin [oryantalistlerin] eksik ve yanlışlarla, hatta saptırmalarla dolu sözlerine [fazla] güvenme” (Ayvazoğlu, 2008: 328) olarak eleştirilmiştir ki bu eleştiri pek de haksız değildir. Safa, Fransızca literatürden çok geniş bir alanda okumalar yapmış ancak bu okumalardan edindiği fikirleri eleştirel bir filtreden pek geçiremeyip doğrudan Batılı yazarlara atıflarla tezlerini geliştirmeye çalışmıştır. Bu yüzden de “malumatfuruş”lukla (Yalçınkaya, 2004: 210) suçlanır.

Batı’nın “aşırı” rasyonelliğinin materyalizme götürdüğü şerhini düşmekle beraber bizim öncelikle rasyonelleşmemiz yani Batılılaşmamız gerektiği düşüncesinden vazgeçmez. Çünkü “Türk düşünürünün kültür toprağı Batı’dır. Batı’nın fikir tarihine dahil veya ondan türeyen problemleri düşünürken, Batı düşünceleriyle konuşmak, tartışmak (...) ihtiyacındadır” (Safa, 1963: 100) şeklinde düşünür.

Safa’nın Batı karşısındaki ısrarı, onun dünya tarihi değerlendirmesiyle doğrudan ilgilidir. Peyami Safa’nın tarih görüşü, diyalektik bir çelişkinin kutupları arasında insanoğlunun savrulması üzerinedir. Hegel’in mutlak tininin idea ve doğa konaklarından geçerek kendini açıklaması gibi Safa’da da tarih, mistisizm ve materyalizm konaklarından geçerek ilerler. Ortaçağ, katıksız maneviyat ve mistisizm çağıdır. Rönesans ibreyi tabiata çevirir, insanı tabiat karşısında muzaffer kılar. Ancak onun deyimiyile “teknik zafer, manevi bozgun”la birlikte yaşanmıştır. Şimdi olması gereken, insana kendisinden üstün gayeleri hatırlatmak, insan merkezli düşüncenin yerine Allah merkezli bir düşünme biçimini getirmektir. Ne Ortaçağ’daki gibi dünyaya kör bir mistisizm ne de Rönesans’taki gibi insan üstü varlıklara bigâne bir pozitivizm; ikisinin “terkibi” (sentezi) olan yeni bir çağ, yeni bir felsefe gerekmektedir. Bu noktada Safa’nın düşüncesi, milliyetçi-muhafazakârlığın “doğru Batılılaşma” tezine açılır. Ona göre pozitivist Batı, geçen asırda kalmıştır. Avrupa’nın kendisi de materyalizmin yıkıcılığını ve yanlışlığını anlamaktadır. Bu yüzden Batılılaşan biz, en güncel ve en doğru Batı’yı anlamaya ve öğrenmeye çalışmalıyız. Aksini yapmak, onların düştüğü hataları tekrarlamak olacaktır.

I.IV. Peyami Safa'da Felsefe

Peyami Safa'nın çok genç yaşlarından itibaren felsefeye ilgi ("tecessüs") duyduğunu, farklı felsefe ekollerinden etkilendiğini, Türk Felsefe Cemiyeti'ne üye olduğunu biliyoruz. Türk Felsefe Cemiyeti'ne 1933'te sunduğu *Felsefe ve Diyalektik* adlı tebliğ⁸, onun felsefi görüşlerini anlamak açısından iyi bir başlangıç sağlayabilir. Safa'ya göre "felsefe demek, herkesten farklı bir kâinat izahı yapmak, yeni bir kâinat yaratmak demektir". Her felsefi sistem başka bir felsefi sistemin aksi iddialarının ispatıdır. Bu yüzden felsefe tarihi, bitmek tükenmez karşılıklı eleştirilerin sonsuz ve faydasız bir uzanışıdır. O nedenle felsefi araştırmalarda takınılacak doğru tutum "teyid ve tekid" (onama ve pekiştirme/tekrarlama) değil, "nakz ve tenkid" (çürütme ve eleştirme)dir. Safa, doğru felsefi yöntemin diyalektik olduğu sonucuna ulaşır. Ama nasıl bir diyalektik? Safa'ya göre diyalektik iyi ve kötü olmak üzere iki anlamı vardır. İyi anlamda diyalektik, "zıt kaziyelerin birinden diğerine geçerek yüksek kategoride bir senteze varması"dır. Kötü (fena) diyalektik ise "sofizm ya da paradoks haline tereddit eden [yozlaşan] zıt mefhumlar arasında ustaca ve kurnazca bir köşe kapmaca oynamak, bir fasit daire içinde münakaşayı nâmütenahi [sonsuzca] uzatmaktır". Safa'nın kendi kullandığı diyalektik, bir tür retorik olan kötü anlamıyla diyalektik değil, iyi anlamda diyalektiktir.

Safa'nın felsefi görüşlerini dile getirdiği bir başka eseri, 1939'da yayınladığı *Felsefi Buhran* adlı risaledir. Safa'ya (1939: 10) göre "her felsefi cehdin [çalışmanın] gayesi, dünyayı bir vahdet halinde tasarlamak"tır. Ancak her felsefe, bir adam (filozof) tarafından geliştirir. Filozof ise diğer felsefeleri inkar ederek kendi sistemini kurar. "İşte bütün felsefi buhran, daha yakışıklı adıyla hakikat buhranı buradadır. Felsefe, insanlığın değil tek insanın felsefesi ve hakikati, külli ve âlemşümül değil, tek adamın hakikati olarak kaldıkça, asli ve mutlak manasıyla bir felsefe, bir hakikat bulunmuş diyebilir miyiz?" (Safa, 1939: 10) Hayır, diyemeyiz. Çünkü her felsefi hakikat, "filozofun şahsi anlayış nizamı"ndan (Safa, 1939: 13) başka bir şey değildir. Üstelik her felsefi sistem, sabit ve kapalı yapısıyla hayatın sürekli değişen ve dönüşen özelliğini göz ardı etmek durumunda kalır. Çünkü hayatı bir sistem içine sokmak, "akan bir suyu avucun içinde hapsedmeye benzer; ki hakikat diye elimizde avucumuzda kalan şey o akan suyun bütün hızı, bütün hacmi ve tam kütleli değil, sadece bir ıslaklıktır" (Safa, 1939: 16). Peki çözüm ne? Safa'ya göre (Safa, 1939: 17) "dava, sistemle hayat ve düşünceyle realite arasında olmaktan ziyade (...) kelime ile mana arasında"dır. Kabul etmemiz gereken, "mananın tekâmül ettiği [olgunlaştığı] fakat kelimenin sabit" (Safa, 1939: 18) olduğudur. Zira, yüzyıllardır aynı sözcükleri kullanmamıza rağmen bunların anlamları tekâmül etmiştir. "Bu manalar, bu kelimeler içinde, çocukluk elbiselerini giymiş bir büyük adam gibi zarflarının içine sığmamak sıkıntısı içindedirler" (Safa, 1939: 18). Bu yüzden "içimizde bütün pencerelerin dışarıya açıldığını zannettiğimiz anlar var ki her şeyi sezer gibi oluyoruz; fakat dilimiz takatsiz kalıyor". Safa'nın ulaştığı sonuç, felsefi buhranın terminolojiden kaynaklanan bir sorun olduğudur. Biz, hakikate sezgiyle, kendimize dönerek ulaşabiliriz. Bu noktada Safa'nın felsefi görüşleri, Bergsonculuğa ve mistisizme açılır.

İki savaş arası dönemin çöküş atmosferi, her şeyden şüphe eden felsefesi, nihilizmi; Safa'nın sonraki dönemlerinde bir tepkinin de zembereğini kurmuş gibi gözüküyor. Göreceliği reddeden bir tek hakikat arayışının, bireyi topluluk adına silen organizmacı ("uzviyetçi") görüşünün hatta faşizme meyleden düşüncesinin ilk nüvelerini Safa'nın bohem-sonrası döneminin arayışlarında bulabileceğimizi düşünüyorum.

I.V. Peyami Safa Edebiyatı: Batılılaşma, Kadın ve Endişe

Safa'nın düşünce yazıları temel alındığında, her ne kadar bazı şerhler düşmüş olsa da, Batı düşüncesine ve Avrupa medeniyetine sempatiyle baktığı açıktır. Bununla birlikte düşünce yazılarında kendini gösteren bu hayırhah yaklaşım, edebiyat ürünlerine ve özellikle de meşhur romanlarına gelince ortadan kalkmakta ve hatta yerini Batılılaşmaya düşmanlığa bırakmaktadır. Düşünce yazıları ile romanlar arasındaki bu çelişki, Batı felsefesine saygı duymaktan Batılılaşmayı

⁸ Bu tebliğin tam metnine ulaşamadım. Ayvazoğlu (2008: 306)'ndeki özetten yararlandım. Bu paragraftaki bütün alıntılar mezkur eserdendir.

yozlaşmayla özdeşleştirmeye savrulma, nasıl açıklanabilir? Bu soruya, Moran, Türkeş ve Gürbilek'e dayanan bir çözümleme ile yanıt arayacağım.

Berna Moran⁹ (1987), Peyami Safa'nın romanlarının karakter örgüsünün 4 kişiden oluştuğunu söyler. Batı'nın maddi kültürüyle başı dönen genç kız; Batılı, bencil, maddiyatçı birinci erkek; Doğulu, idealist, maneviyatçı ikinci erkek ile yazarı ve sağduyuyu temsil eden bilge adam. Romanların düğümü, genç kızın Doğulu ve Batılı erkekler arasında yaşadığı kararsızlıkla örülür. Kararsız genç kızın Doğu'yu ve Batı'yı temsil eden erkekler arasında salınımı, yazara, kendi ideolojisini anlatının içinde tartışma olanağı sağlar. Alaturka ve alafranga yaşamların karşılaştırması, Doğu – Batı çatışmasına, bu da felsefi düzeyde idealizm – materyalizm tartışmasına açılır.

Bu şema içinde genç kızın seçiciliği, “Türk toplumunun iki uygarlığın değerleri arasındaki bocalayışını yansıtmak ve alafranga hayata özenmenin genç kızlarımız için nasıl bir tehlike yarattığını göstermek” (Moran, 1987: 223) amacı taşır. Anlatı içinde erkeklerin konumlarının “statik” olması, anlatının genç kız odağında ilerlemesini gerektirir. Bu noktadan hareketle, Safa'nın romanlarındaki genç kız karakterlerin özellikleri (Moran, 1987: 215 vd.) irdelenmelidir.

Peyami Safa'nın romanlarındaki genç kız, Batılılaşmış zengin bir aileden, genellikle Fransızca ya da İngilizce bilen uyanık bir kızıdır. Batılılaşmış, yoz bir ailede büyümüştür. Ancak akrabaları, anne-babaları kadar yozlaşmamıştır. Ne var ki; yine de Batı uygarlığının göz kamaştırıcılığından kendini alamaz. Genç kızların Batılılaşmış erkeğin kişiliğinde Batı uygarlığına zaaf göstermeleri, Safa'yı “fena halde öfkelen[dir]ir, [yazar] onları yüzeysellikte, hatta bilinçsizlikle suçlar” (Moran, 1987: 217). Safa'nın seçici rolü verdiği, dolayısıyla etkin olması gereken genç kızların sık sık bilinçsiz davranmaları, romanlardaki çözümün tesadüflerle gerçekleşmesi çelişkilidir. Bu çelişkinin arkasında, Safa'nın Batılılaşmış aile kızlarını geleneksel bir kalıba sokma çabası vardır. “Kadının ebediyeti zekasında değil rahmindedir. Yeni kadın yaratıcılığının merkezini şaşırmıştır” (Safa, 1999a: 180). Safa'nın kadınlara genel bakışı, maskülinist hatta misojinist yargılarla doludur. “Bütün romanlarından çıkan sonuç şu: Kadın erkekten aşağıdır; onun yeri evidir, görevi de ana ve iyi bir eş olmak. (...) Yazarımız kadının okumuş olmasını, onun doğal bir hakkı saydığı için istemez; erkeği düşünerek, erkeğin kadında aradığı doyurucu, güzel bir nitelik olarak ister. Hiçbir romanında kadın kahramanı geçimi için çalışmaz, koca eğitiminden bu yolda yararlanmaz, evliyse kocasının eline bakar, bağımlıdır ona” (Moran, 1987: 220).

Peki neden, Doğu'nun kayırdığı bir Doğu-Batı çatışması romanlarının asıl konusunu oluşturuyor ve aşk ilişkisi aracılığıyla kadın kimliğine irca ediliyor? Bu sorunun genel bir açıklamasını, Osmanlı-Türk modernleşme çizgisi içinde edebiyatın ve özellikle de romanın bir *medium* haline gelmesinde bulabiliriz.

“Avrupa'nın bizzat tetkiki sonucu toplumlar arasındaki farklılıkların müşahedesi Osmanlı aydınlarını derinden etkilemiştir. Ne var ki, modernleşmeyi kavramsallaştıracak donanımına sahip değildi Osmanlı aydını; fikirlerdense görüntülere kilitlendiler. (...) Mesele, aydınların anlam dünyasında yekpare bir Doğu-Batı çatışması biçiminde yerleşmesiyle sonuçlandı. Avrupa'yı tetkikleri esnasında roman sanatının popülaritesini görmüşlerdi, felsefi ve teorik metinlere uzaktılar ve hepsi de edebiyata aşınaydılar. Sonuç kaçınılmazdı; Tanzimat dönemi aydınları roman yazmayı bir görev bildiler” (Türkeş, 2003: 590).

Modernleşmenin siyasal düzen değişikliği seviyesine ulaşması, bildik dünyanın yok olması nedeniyle yeni bir kimlik arayışına yönelme durumunda kalan Türk aydını “geleneği temsil eden babanın artık varolmamasından kaynaklanan, gerektiğinde sığınabileceği güvenli bir korunaktan yoksunluğun yol açtığı paranoyayla baş etmek durumundadır” (Berktaş, 2002: 275). Bu ise, “kendi denetiminde bir ‘yeni kadın imgesi’ yaratmak ve yeni koşullar altında bile değişmeyen bir şeyler olduğunu kanıtlamak üzere eski ataerkil ideolojiyi yeni koşullara uygun biçimde yeniden üretmek” (Berktaş, 2002: 275) ile yapılabilir.

⁹ Berna Moran, Peyami Safa'yla akrabadır. Safa'nın amcası “Ali Kâmi Akyüz'ün kızı Mesture'den torunudur” (Ayvazoğlu, 2008: 26, dn. 10).

Bu açıklama, Osmanlı-Türk aydınının Doğu-Batı algısı ve kadına bakışı konusunda çok şeyi açıklığa kavuşturuyor ancak başta sorduğumuz soru hâlâ yanıtız kalmaktadır. Aradığımız yanıtı, Gürbilek'te bulabileceğimizi düşünüyorum. Gürbilek'in kullandığı şekliyle iki kavram, "etkilenme" ve "kadınılaşma" endişeleri Safa'nın tutumunu anlamak için yararlı olabilir.

Geleneksel bir toplumda roman yazmanın bizatihi kendisi Batılı bir iştir. Yazar Avrupa'yı görmüş, bilmiş, oranın dilini, kültürünü öğrenmiş olarak okurun karşısına çıkar. Batı'ya hayrandır ama bu hayranlık, kendini kaybetme korkusuyla birlikte gerilimli bir ilişki içinde yaşanır. "Etkilenenin yerli, etkileyenin yabancı olması, üstelik yerlinin bu karşılaşmaya baştan yenik girmesi, borçluluğun verdiği sıkıntının, ikincilliğin yol açtığı huzursuzluğun, nihayet 'kendi kendisi olma' ısrarının nasıl yaşandığını da daha baştan kesin bir biçimde belirlemiştir" (Gürbilek, 2007: 32). Yazar, okurun karşısında etkilenmediğini -çünkü etkilenme aslında sù-i tesir yani kötü etkilenme, yozlaşma, yabancılaşmadır- ispat etme endişesi duyar. Bu endişeyle baş etmek için, etkilenme eser içinde bir kadına yüklenir. Yazar, böylece etkilenmeyi dışsallaştırarak "Ben değilim, o!" diyebilir ve endişeyi hafifletebilir. Ama kesinlikle gideremez. "Çünkü problem hem oradadır, yazarın kafası bununla meşguldür; hem de uzaktadır problem, cinsiyet ayrımı sayesinde yazarın uzağına, tehlikesiz bir bölgeye, etkilenmeye fazlasıyla açık kudretsiz cinsin alanına taşınmıştır" (Gürbilek, 2007: 33-34). Bu açıdan Safa'nın biyografisindeki ayrıntılarla romanlarını karşılaştırmak ilginç sonuçlar verebilir. Örneğin *Sözde Kızlar*'ın finalinde aktris olma heveslisi Belma, bu hevesi yüzünden "hükümet, muhit ve cemiyet" adına kendini cezalandırır. "Amm aktrisliği zihnim almıyor, bir Müslüman kızına yakıştıramıyorum" (Safa, 2000: 215). Ne var ki, artist olma hevesi, bizatihi Safa'nın bir hevesidir. 1914'te tiyatrocu olma hevesiyle konservatuar imtihanına girmiş ancak savaş yüzünden imtihanı düzenleyen Fransız aktör, konservatuar kurmaktan vazgeçmiştir (Ayvazoğlu, 2008: 55-57).

Etkilenmenin bir başka biçimi züppeleşmektir. Osmanlı-Türk romanında züppe olmak ise çoğunlukla "efemine" olmaya denk gelir. Burada da yazar, kendisine yöneltilebilecek züppelik suçlamasını romanındaki bir karaktere yansıtır. Züppelik, eril gücün kaybıyla ve kadın hâkimiyetine girmeye ilgili bir durum olarak işlenir. Züppeliğin Batılılaşmış erkeğe isnat edilmesi, Moran'ın tespit ettiği şemanın işleyiş mantığını ortaya çıkarır:

"Bu romanların esas problemi, okumuş Doğulu erkeğin Batılılaşmış kadının gözünde yeniden saygınlık kazanmasıdır. Yarayı kim açmışsa o iyileştirebilir. Batılılaşmayla birlikte erkekliğinden olan, Batı'ya açılmış kadının gözünde sakil [sıkacı, çirkin] bir taşralıya dönüşen Doğulu erkeği bir dava adamı olarak yeniden yüceltecek olan da yine o kadının hayranlığını kazanmaktır. Kadın dejenere olmanın eşiğinde, tam 'Beyoğlu kadını' olacakken birden tercihini yapar. Maneviyattan yana yapılan tercih aslında küçük düşürülmüş yerliliğe, gururdan başka sermayesi kalmamış kudretsiz delikanlıya yapılmış bir haysiyet iadesinden başka bir şey değildir" (Gürbilek, 2007: 66).

I.VI. Peyami Safa'da Şahsiyet Kavramı

Peyami Safa'nın siyasi fikirlerine geçmeden önce, onun zihinsel evreni içinde kurucu bir kavram olduğunu düşündüğüm "şahsiyet" kavramından bahsetmem gerekiyor. Şahsiyet kavramı, bir taraftan fert kavramına ve ondan neşet ettiği kabul edilen liberalizm, demokrasi, özgürlük fikirlerine duvar olurken diğer taraftan organizmacı görüşler üzerinden millet ve milliyetçiliğe açılan kapı olur.

Safa'nın şahsiyet vurgusu, milliyetçi fikirlerinin gelişimiyle beraber ön plana çıkmıştır. Savaş döneminde *Çınaraltı*'nda yayınlanan "İlim Karşısında Milliyetçilik" serisi içindeki yazılar bu açıdan önemli bir aşamayı oluştururlar. Örneğin *Psikoloji ve Milliyetçilik* makalesinde şu tespitle söze başlar: "Psikoloji bakımından artık bu fert mefhumunun terk edilmesi ve yerine şahıs mefhumunun ikame edilmesi gerekiyor" (Safa, 1979: 75). Çünkü fert, kurgusal bir kavramdır. "Tahlili kolaylaştıran bir ölçü kıymetindedir" (Safa, 1979: 75). Ne psikolojide ne sosyolojide ne de biyolojide mutlak bir ferdiyet yoktur. Zira, "ferdiyet, fertlerin kendi benzerleriyle temasları ve cemiyete intibaklar neticesinde yerini şahsiyete verir" (Safa, 1979: 75).

Safa, ferdiyet ile şahsiyet arasındaki ayrımı, insanın biyolojik yanı ile sosyal yanı arasından çizer. “İnsanın ferdiyeti bir ata, şahsiyeti bir süvariye benzetilebilir. Uzviyetimiz [organizmamız] üzerine cemiyetimiz binmiştir. Bu birleşmeden fert değil, şahıs doğar. *Biz ferdiyetimizle hayvan, şahsiyetimizle insanız*” (altını ben çizdim, Safa, 1979: 75-76). Hayvana karşı insanın savunulması, yüceltilmesi, başta belirttiğim “duvar” ve “kapı” tavırlarının da gerekçesini oluşturur.

İlk olarak duvar metaforunu ele alalım. Safa, *opus magnumu Matmazel Noraliya'nın Koltuğu*'nda, Yahya Aziz'in ağzından özgürlüğe cepheden saldırır: “Hürriyeti yanlış anlayan bir dünyadayız. İnsan hür doğmaz” (Safa, 2004: 283). Çünkü yaşadığımız dünya, fert ile şahsiyet arasında ayrımı görememekte, ikisini birbirine karıştırmaktadır. İnsanın gerçekten insan olması, bir şahsiyet geliştirmesi ile mümkündür. Şahsiyeti göz ardı ederek bütün “biyolojik” insanlara özgürsün demek, özgürlüğü katletmektir. Safa, fikrini kadınlarla ilgili örneklerle geliştirir. “Her Türk kadınına verdiğimiz hürriyeti reddeden köylü kadını, hâlâ erkeği görünce yere eğiliyor ve ona arkasını dönüyor” (Safa, 2004: 283). “Halbuki münevver Türk kadını inkılâptan çok evvel çarşafı atmış ve kaçgöçü kaldırmıştı” (Safa, 2004: 284).

Safa'nın şahsiyet odaklı fikirleri, Fransız Devrimi'nin getirdiği “Bütün insanlar eşittir” mottosunu temelinden reddederek çok net bir muhafazakâr tavra açılır. *Dünyada İnsan Var mı?* adlı yazısında, Fransız muhafazakâr düşünürü de Maistre'den ünlü bir pasajı alıntılar: “Meclislerimiz insan için kanun yapmak istediler. Halbuki dünyada bir tek insan, bomboş bir hayal... İtalyanlar, Ruslar ilah... gördüm; fakat insan denilen mahlûka bütün ömrümde hiç rastlamadım. Bütün milletler için yapılan bir kanun hiçbiri için yapılmamış demektir” (Safa, 1978a: 92-93). De Maistre'nin görüşü, Safa için iki yönden mükemmeldir; birincisi, soyut bir insan varlığını kökten reddederek onun şahsiyet fikrine geçerlilik kazandırmakta; ikincisi bu reddi millet adına yaparak “gerçek” insanın ancak dahil olduğu milletle var olabileceğini, -şahsiyet kazanabileceğini- savlamaktadır.

İkincisi olarak “kapı” metaforunu açıklayacak olursak, aynı yazıda, “zamanımızda mücerret insanın haklarını arayan bütün fikirlerin, hoş olduğu kadar boş bir hayal olduğu anlaşılıyor. İnsan, ancak mensup olduğu ırk ve millet tipi içinde gerçek bir varlıktır” (Safa, 1978a: 93) der. Çünkü şahsiyet, toplumsallaşmayla, toplumun bir üyesi olmakla gelişir. Hatta, kişi topluma karşı durduğunda bile böyledir. Zira, “devamlı bir değişme halinde bulunan cemiyetin baskıları arasında; tekâmüle tâbi oldukları için değişmeye mahkûm olanları vardır. Cemiyet bunları değiş[tir]meye inkılâpçı büyük şahsiyetleri memur eder” (Safa, 1975: 76). Safa'nın toplum görüşü, mistik bir birlik ima eden; bütünün, parçaların toplamından fazla olduğu (sinerjik); canlı bir organizma fikrine dayanır. Öte yandan organizma olarak toplum, Safa'nın düşünüşünde doğrudan millete tekâbüle eder. Çünkü ona göre millet, Hegelyen bir tekâmülün en üst aşamasını oluşturur. Bütün toplumlar, ya yok olmak ya millet olmak zorundadır. Milletin niçin ve nasıl toplumun en üst ve en son gâyesi olduğunu, sonraki bölümde açıklamaya çalışacağım.

II. PEYAMİ SAFA'NIN TEMEL SİYASAL TEMALARI

Peyami Safa'nın felsefi ve edebi yaklaşımları ile siyasi fikirleri birbirleriyle örtüşerek aynı entelektüel karakter içinde bütünleşmektedirler. Böylece, örneğin onun kadın ve Batılılaşmayla ilgili görüşleri antikomünizmine özgün bir ton kazandırırken, mistisizmi din ve milletle ilgili tasavvurunu etkilemektedir. Roman ve köşe yazarı olarak Safa'nın fikirlerinin esas motiflerini inceledikten sonra, siyasi fikirlerinin önde gelen temalarına geçebiliriz.

II.1. Millet ve Milliyetçilik

Savaş üzerine yazdığı bir yazıda Peyami Safa, savaşların milliyetçilik yüzünden çıktığı tezine karşı çıkar ve “milletler arasındaki ihtilâfların menşei milliyet fikri değil, milliyet fikrinin menşei milletler arasındaki ihtilâflardır” (Safa, 1979: 74) der. Uluslar arası sorunların birçok sebebi vardır ve bunlar hiçbir zaman tamamen çözülemez. Bu yüzden bu sorunlar nedeniyle milletler,

birbirlerine karşı düşmanca bir tavır takınırlar. Savaş, düşmanlığın doruk noktasını oluşturur. Milletleri tekâmüle erdiren, bu savaşların yarattığı atmosferdir. Çünkü “harp hali veya harp tehdidi milletlerin ruhunu çalkalar; bir ilaç şişesinin dibine çöken tortuların havalanması gibi milli ruhun altına sinen içtîmâî alâkalar da harekete gelir ve kolektif şuurun yüzüne çıkar. Böyle anlarda milli ruh, ferdi iştahları susturur” (Safa, 1979: 72).

Safa'nın buradaki düşünme biçimi totolojik ve tarih-dışıdır. Tarihin belli dönemlerinde biçimlenen olguları (Napolyon Savaşları'nın Alman milliyetçiliğini, Sedan Savaşı'nın Fransız milliyetçiliğini tahrik etmesi gibi) bağlamından kopararak tarihin başına kadar götürür ve o andan bugüne gelen bir gerçeklik olarak sunar. Bu yüzden “insanlık tarihi, milliyet fikrini, milletlerin teşekkülü vakiasının, tohumundan en yüksek dalının ucuna kadar, olgunlaştığını gösteren milli taazzuv [uzuvlaşma, şekillenme] hadiselerinin silsilesinden başka bir şey değildir” (Safa, 1979: 86) hükmüne ulaşır.

Safa'nın kurduğu modeli –tarih-üstü bir milletin varlığı ve savaşlarla bu milletin kendi bilincine yani milliyetçiliğe ulaşması- daha iyi anlayabilmek için milleti nasıl anladığına bakmak gerekiyor. Safa'ya göre milletlerin yaşadıkları tekâmül vetiresinin mahiyeti “melez milletten halis millete, kozmopolit milletten yekpare millete doğru”dur (Safa, 1971b: 71). Melez, halis, yekpare... Safa'nın bu niteleme sıfatlarıyla başlaması, fikirlerinin nereye doğru savrulacağını da ipuçlarını veriyor. Daha açık ve kuramsal bir şekilde ifade etmek gerekirse, milletin tanımlanmasında yararlanılan klasik ayırmada, etnik – teritoryal ayırımında (Smith, 2002: 182) Safa'nın konumlanması, etnik ulus tanımının çok yakınındadır. Nitekim şöyle devam eder: “Burada ‘halis millet’ terkihi de ırkçılığı hatıra getirebilir. Bu halisliği, kanda mı arıyoruz? Millet gibi tarih beraberliğinin teşkil ettiği bir sosyal grup çoğunluğunun çeşitli unsurlarını yalnız ırk gibi tek prensibe bağlamaktan uzağız. (...) Fakat, her milletin çoğunluğunu vücuda getiren ırki cevherin, o milleti bozulmaktan ve soysuzlaşmaktan koruyan bir maya olduğuna şüphe yoktur” (Safa, 1971b: 71-72).

Safa'nın milletin tanımlanmasında yaşadığı kararsızlık, neredeyse her şeyi, milli kimliği tahkim etmek için seferber etmesine neden olur. “Bir milletin fertleri arasında ruh beraberliğini vücuda getiren müşterek hatıralar, emeller, büyük tarih anları, dil birliği ve sevgisi, edebi ve kültürel zevk, (...) aynı memleket içinde yaşamının verdiği karşılıklı sevgi ve empati” (Safa, 1971b: 72), insanları birbirlerine bağlamada etkin rol oynar. Ancak burada Safa, çok önemli bir şerh düşer: “ırki vasıfların eksikliğini diğer mevcut vasıfların kuvveti telafi edebilir” (Safa, 1971b: 72).

Safa'nın milliyetçiliğinin daha özgün bir yanı, mistisizm ile harmanlanmış olmasıdır. Örneğin *Matmazel Noraliya'nın Koltuğu*'nda yine Yahya Aziz'in ağzından şu yorumu dinleriz:

“Dinler insanın iştah, şehvet, kazanç hırsı ve kibir halinde kuduran ben'ini Allah'ta eritmeye çalışmışlardır. Hümanizm onu insanlık idealinde uyuşturmaya savaşır. Nasyonalizm fena fil'millet'i emreder. Ben'in Allah'ta yok olmaya koşması azizleri, insanlıkta yok olmaya koşması dahileri, millette yok olmaya koşması kahramanları yaratmıştır” (Safa, 2004: 279-80).

İnsanın kendisini kendinden üstün bir varlık veya gâye için feda etmesi, bir yanıla mistisizmle ilgilidir. Nitekim Safa da, tasavvufi bir kavram olan *fenafillah*'ı (Allah'ta yok olma), daha asri olduğunu düşündüğü (!) “millette yok olma” (fenafilmillet) biçimine dönüştürmüştür. Diğer yanıla üstün bir varlık veya gâye için ben'in feda edilmesi, sebebi ne olursa olsun, aynı zamanda ben'in *kendini yok etmesidir*. Bu açıdan nihilist bir anlam da taşır. Safa'nın ideal ile ilgili yazılarında Nietzsche'den alıntılar yapması, nihilizmi def etmek için ideali ön plana çıkarmaya çalıştığı şeklinde değerlendirilebilir. Safa'nın ideale bağlı insanlar, romanlarında kullandığı ifadeyle “dava adamları” arayışı, savaş döneminde bütünüyle kahramanın yüceltilmesine dönüşmüştür.

II.II. Türk İnkılâbına Bakışlar ve İnkılâbın Felsefesi

Peyami Safa'nın siyasal fikirlerinin eksenini çizirken temel alınması gereken eseri *Türk İnkılâbına Bakışlar*'dır. Bu eseri, hem görece erken bir tarihte onun fikirlerinin kompakt bir nüvesini oluşturur hem de gelecekteki değişimi ve dönüşümü açısından bir kerteriz noktasıdır.

Peyami Safa'nın amacı, Türk İnkılâbının doğru tahlilini yapmaktır. Bunun için Tanzimat ve Meşrutiyet'e döner. Tanzimat, yarım adamların yarım yamalak yaptıkları, memleketi buhrana sürükleyen bir iştir. Meşrutiyet'te ise 3 akımı tespit eder. İslamcılık, Garpcılık, Türkçülük. Bunlar, İttihat Terakki'yle birlikte iktidar olurlar. Savaşlar, bu akımların imtihanı olur. İslamcılık şehit olmuş, Garpcılık ve Türkçülük ağır yaralanmıştır. Atatürk bu noktada devreye girer. Türkçülük ve Garpcılığın kangren olmuş uzuvlarını atarak Türk devletini milliyetçi ve medeniyetçi bir temelde kurar¹⁰. Milliyetçilik ve medeniyetçilik, Türk inkılâbının üzerinde yükseleceği ilkelere. "Atatürk inkılâbının değişmez iki prensibi vardır: Milliyetçilik, medeniyetçilik" (Safa, 1988: 54). Ancak bu iki ilkenin de genel olması; Safa'yı bunların doğru yorumlarını geliştirmeye sevk eder.

Milliyetçilik açısından Safa'nın fikri, öncelikle, her milletin kendine özgü bir milliyetçiliği olduğudur. "Dünyanın bütün milliyetçilikleri, bugüne kadar, şiddetli bir müdafaa insiyakından doğmuş olmakla beraber, içinden çıktıkları milli bünyenin talep ettiği hususi bir tekâmül takip etmişlerdir" (Safa, 1988: 121). Türk milliyetçiliği, Türkiye'ye özgü bir milliyetçiliktir. Bu noktada Safa, Türk milliyetçiliğinin anti-emperyalist olduğu iddialarını reddeder. "[Sosyalist anlayış] bütün milli kavgaları ve kalkınmaları sadece anti emperyalist bir kurtuluş hareketi şeklinde gösterir. Böylece yarı müstemleke halinde yaşayan esir milletlerde burjuva ve kapitalist nizamına karşı bir mukavemet uyandırmak ister. Bu sosyalist görüşüyle bir Habeş'in, bir Çinli'nin, bir Kamboçlu'nun ve bir Türk'ün hiçbir farkı yoktur" (Safa, 1988: 60). Son cümle için "sözde olumsuz" cümle diyebiliriz. Türk'ün Habeş'le, Kamboç'la eşit olması, her milletin kendine özgü olduğunu savunan Safa için kabul edilemez bir beynelmilelciliktir. Öte yandan Safa'nın, Türk milliyetçiliği neden anti-emperyalist değildir?'e verdiği açık bir cevabı da yoktur. Safa, Türk milliyetçiliğinin Alman ve İtalyan yani Faşist ve Nasyonal Sosyalist örneklerle de benzemediğini düşünür ve bunu sınıfsal çözümleme ile söyler. "Türkiye'de, İtalya'da olduğu kadar büyük sermaye hareketi, Almanya'da olduğu kadar işçi kesafeti [yoğunluğu] yoktur. (...) İtalya'nın ve Almanya'nın sosyalist milliyetçiliğini doğuran ekonomik şartlar Türkiye'de olmadığı için, Kemalizm, sosyalist görüşe yaklaşmadığı gibi faşist milliyetçiliğe de yabancısıdır" (Safa, 1988: 124).

Medeniyetçilik çözümlemesi daha karışık. Öncelikle "Kemalizm anane düşmanı mıdır?" sorusunu olumsuz yanıtlayarak başlar. Safa'nın gelenek karşısında Kemalizm yorumu tam da muhafazakâr siyaset felsefesinin¹¹ seçici gelenekçiliğini yansıtır. "Türk inkılâbı, dini ananeler arasından, yalnız medeni inkişafa engel olan âdetleri ve prejüjeleri [önyargıları] tasfiye etmiş, ötekilere gene laik prensibinden dolayı müdahaleyi düşünmemiştir" (Safa, 1988: 64). Görüldüğü gibi Safa, kendini merkeze oldukça yakın konumlamakta, Kemalizm'in ifade tarzına benzer biçimde değerlendirme yapmaktadır. Medeniyetçiliğe tekrar dönersek, Türk inkılâbının yaptığı şey, "[Batılı gelenek ve âdetlerin benimsenmesiyle] İslam beynelmileliyeti içinden çıkararak Hıristiyan beynelmileliyeti içine gir[mektir]" (Safa, 1988: 65). Aslında Peyami Safa'nın kendine yüklediği görev de burada başlamaktadır aslında. Türkiye'nin bu tarihi medeniyet değişikliğinde kılavuz olmak, inkılâbın doğru felsefesini yapmak ister¹². Bunun için de Avrupa¹³ ve Şark'ın doğru yorumlarını yapmaya yönelir.

¹⁰ Süleyman Seyfi Öğün (1997:119-20), Peyami Safa'nın Osmanlı'yı çok rahat bir şekilde bertaraf ettiğine dikkat çeker. Homojenleşmiş, tarihi sıfırlanmış Türk İnkılâbı, Safa'yı heyecanlandırmaktadır.

¹¹ "Muhafazakârlık felsefesi bütün benzerlerinde olduğu gibi seçmecedir. Faydalı bir gelenek geçmişten gelmeli ve aynı zamanda kendi içinde de çekici olmalıdır" (Nisbet, 2007: 80)

¹² Peyami Safa'nın "inkılâbın felsefesini yapmaya çalışan" tek düşünür olduğuna inanması, onun sol Kemalist çevrelerle sert kavgalarının bir etkeni (ve bizim için açıklayıcısı) olabilir. Safa'ya göre Rus emperyalizminin ajanları olan Komünistler, Atatürk'ün yaptığı inkılâba nüfuz edip onu sola bükmeye çalışıyorlardı ki bu, onu öfkelenmek için yeterli bir nedendi.

¹³ Peyami Safa'nın Batı yerine Avrupa terimini kullanması ilginç. 1939'da ABD'nin Türkiye için bir ilgilenilecek yer olmadığını gösteren bu durum savaş sonrasında değişecektir. "Amerikan toplumunun

Avrupa, hem bir kıta hem de bir kafadır. Avrupa kafasını vücuda getiren üç kaynak vardır: Antik Yunan, Roma ve Hıristiyanlık. Yunan, Avrupa'ya zeka disiplini kazandırmıştır. Roma buna hukuku eklemiş, Hıristiyanlık ise Avrupa'nın birliğini manevi düzlemde ve Tanrı'nın sembolizminde tamamlamıştır.

Şark'a gelince, iki farklı Şark vardır. İslami Şark ve Brahman-Budist Şark. İslami Şark, Akdeniz kökenlidir ve Hıristiyanlık dışında Avrupa medeniyetinin diğer kaynaklarına da varistir. Ama ne yazık ki "Avrupa'nın ve ondan görerek bizim en büyük hatalarımızdan biri de bu iki şarkı birbirine karıştırmak olmuştur. Şark denilince birbiriyle hiç münasebeti olmayan bir Müslüman'la bir Budist aynı zamanda göz önüne gelir" (Safa, 1988: 80). Safa'nın tutumu, oryantlizmi eleştirmek yerine oryantlist iddiaları daha doğuya kaydırmaktan başka bir şey değildir. Nitekim, "(...) bütün Şark dünyasına isnat edilen uyuşukluğun yalnız Budizm'e has olduğunu ve Müslümanlığa mal edilemeyeceğini (...) görmek mümkündür" (Safa, 1988: 84) diyebilmektedir!

Safa'nın hem oryantlizmi eleştirememesi hem de Türk-İslam olanın özcü üstünlüğünden vazgeçememesi, medeniyet çözümlemesinin finalinde nev-i şahsına münhasır bir "kıvraklık" yapmak zorunda bırakmıştır. Medeniyetlerin tekâmülünü çaprazlamıştır. Ortaçağ'da Yunan felsefesi ve bilim zihniyeti Türk-İslam filozoflarınca devam ettirilmiştir. Aynı dönemde Avrupa ise koyu bir mistisizme bağlıydı. Rönesans'a gelindiğinde, "Hıristiyan garp akılcı ve tabiatçı düşüncüyü İslam şarkından alırken, İslam şarkı imancı ve ilahiyatçı düşüncede yavaş yavaş Hıristiyan şarkın tesir sahasına giriyordu" (Ayvazoğlu, 2008: 326). Sonuç olarak "Hıristiyan garp düşüncesinde Müslüman'dır ve İslam şark düşüncesinde Hıristiyan'dır" (Ayvazoğlu, 2008: 329). Bu sonuç, Kemalizm'in medeniyet değişikliğini köktencilikten kurtarmakta ("yeni bir şey almıyoruz, bize ait bir şeyi geri alıyoruz") ve medeniyet değişikliğinin başarılabilir bir şey olduğunu göstermektedir.

Safa'nın Türk Devrimi'nin gerçekte ne olduğunu açıklama çabası, *Türk İnkılabına Bakışlar*'dan sonra da devam eder. Örneğin *Türk Düşüncesi ve Batı Medeniyeti* adlı bir yazısında (Safa, 1963: 12 vd.) İngiliz tarihçi A. Toynbee'nin Batı'nın meydan okumasına uğrayan toplumları açıklarken kullandığı iki kavramı okuyucularına aktarır. Birincisi zelotizm'dir ki geçmişte sığınak aramak, deve kuşu gibi başını kuma gömmektir. İkincisi herodyanizm'dir ki bu da muzaffer Batı'yı aynı araçlarla yenmeye çalışmaktır. Safa'ya göre herodyanizm, her ne kadar zelotizmden üstün olsa da iki zaafı malûldür. Birincisi yaratıcı değil taklitçi olması, ikincisi halka yayılmayıp bir azınlık hareketi olarak kalmasıdır. Ona göre Türk İnkılabı, bir üçüncü seçenek olmaya adaydır. Öte yandan Türk Devrimi'nin radikal bir kopuş olduğu düşüncesinden gittikçe uzaklaşır. Özellikle 1950'lerde *Türk Düşüncesi* dergisinde yazdığı makalelerde Osmanlı geçmişiyle ve İslam'la daha barışık bir çizgiye geçer (Güvenir, 1989: 260-61).

II.III. Anti Komünizm

"Anti komünizm asla sadece anti komünizm değildir". Türkiye'deki Soğuk Savaş ortamında hatta ondan da önce anti komünizm, zararlı ve fena olanı işaret edip dışsallaştıran, adeta "joker" gibi kullanılan bir söz ve simgeler bütününe işaret etmiştir. Anti komünizmin Türkiye'de niçin bu şekilde gerçekleştiğini Taşkın, gecikmiş uluslaşmaya bağlar. "Acilen türdeş bir ulus yaratma ve bu kurguyu yine o aciliyet içinde kitlelere 'öğretme' zorunluluğundan doğan bir reaksiyonerlikti söz konusu olan" (Taşkın, 2002: 618). Anti komünizmin başarısında en büyük pay sahibi, her halde ahlakçılık olmuştur. Bu başarı ise, "özünde sosyo-ekonomik, politik kökenli gerilimleri, kültürel karşıtlık diline hapsedebilme yeteneğin[dedir]" (Taşkın, 2002: 632). Ahlakçı dilin işleyişi, Batı'nın baştan yozlaşmış olduğu kabulünden hareket eder ve komünizmi yoz Batı'nın ifrâta varmış biçimi olarak tahayyül eder. Bu şekilde hem komünizmin Müslüman-Türk'e fitraten yabancı olduğu ispat hem de solcuların bizatihi kendileri yabancılaşmışlıklarıyla teşhir edilir (Bora, 2002a: 255).

Bu çerçeve içinde Peyami Safa, Türkiye'de anti komünist neşriyatın patlamasından çok önce, hem Nazım Hikmet gibi önemli bir komünistin aleyhinde hem de yapabildiği kadarıyla

muhafazakârlığı, an'anelere bağlılığı, dine hürmetkârlığı" (Bora, 2002b: 155) Safa'nın 1945 sonrası yazılarında tematik olarak kullanılacaktır.

sosyalizmi “açıklayan”, farklı ekonomi sistemlerini karşılaştıran, Marksizm’i “eleştiren” ve belki de en önemlisi, “solcuların gerçek yüzünü ifşa eden” yazılar yazmıştır. Bu yazıların kitaplaştırılarak anti komünist neşriyata eklenmesi, gençlerin maneviyatını güçlendiren romanlarıyla birlikte Safa’nın sağ kesimler için “makbul” ve “mümtaz” bir kişilik haline gelmesini sağlamıştır.

Safa’nın önemli bir özelliği, anti komünist neşriyatın hemen her biçiminde ve simgeselliğinde yazması, anti komünist cephaneliği tüketici bir şekilde kullanmasıdır. Ahlakçılık, daha çok romanlarındaki Marksistler üzerinden dolaşıma girer. *Yalnızız*’da serbest cinsel ilişkinin meşruluğunu biyoloji ile kanıtlamaya çalışan Besim’e Samim cevap verir: “Tam komünist ahlakı bu” (2006: 98). *Matmazel Noraliya’nın Koltuğu*’nda komünist Saim, “kızlarda burjuva cemiyetinin bütün hurafeleri zar hurafesiyle birlikte kaybolur (...) Kadının inkılâbı cinsi hürriyetinden başlar” (2004: 144-45) der. Siyaset odaklı anti komünist yazılarında iki kategoriye kullanır “mâhutlar” ve “gafiller”: “Mahutlar Moskova’nın emrindedirler. Gafiller mâhutların tesir ablukası içinde, onların yarı münevvere yutturdıkları ve Türk inkılâbı, ilerilik, Atatürkçülük, devrimcilik afyonu ile gözleri gerçeğe yumulu kişilerdir” (1971b: 22). Bu “çözümleme”, Türkiye’de gerçek manasıyla Marksist olmadığı, Marksist geçinenlerin ya ajan oldukları ya da bu nazariyeyi bilmedikleri teziyle güçlendirilir. Safa, Marksizm’in felsefi ve iktisadi yönden tenkidine de çalışmıştır. Felsefi eleştirisi, *Komünist Manifesto* ve *Ekonomi Politîğin Eleştirisine Katkı*’nın Önsöz’ü odaklıdır. Bilindik, harcâlem tezleri dillendirir. Ekonomik determinizm, toplumun iki sınıfa indirgenmesinin imkânsızlığı, sınıflar arasında mücadele kadar işbirliğinin de olduğu vs. (Safa, 1979: 137 vd.). İktisadi tezlerinde ise üretim sürecinde herkesin aynı işi yapmadığı için eşit ücret verilemeyeceğini söyler ve kapitalistlerin işçileri aşırı sömürmelerini önlemek için devletin müdahale ettiği korporatist ve solidarist bir ekonomi kurulmasını öğütler. Çünkü, komünist işçi sınıfının çıkarını, kapitalist kendi çıkarını savunurken müdahaleci devlet, iki tarafın karşısında ortak çıkarla, genel iradeyle, ulusal çıkarla yer alır (Safa, 1979: 40 vd.).

II.IV. Erken Dönem Türk Muhafazakârlığı ve Peyami Safa

Bir siyasal ideoloji olarak muhafazakârlığı anlayabilmenin en iyi yolu, bir bütün olarak onun unsurlarını oluşturan dogmaları tespit etmektir (Nisbet, 2007: 74 vd.). Gelenek ve tarih, bunlara dayanan tüm otoriteler (devlet-kilise-aristokrasi), soyut akla ve ondan türetilen özgürlük ve eşitliğe duyulan kuşku, muhafazakârlığın temel dogmaları olarak sayılabilir.

Ne var ki, tüm bu dogmalar ve genel olarak siyasal muhafazakârlık, boşlukta kendiliğinden zuhur etmemiştir. Muhafazakârlığın doğuşuna büyük ölçüde karşı-devrimci tepki neden olmuştur. Beneton’un belirttiği gibi, “muhafazakârlar yalnızca Devrim’in uygulamalarını mahkum etmiyorlardı, devrimin ortaya attığı ilkeleri başından beri reddediyorlardı” (Beneton, 1991: 11). Öte yandan muhafazakârlığın devrimle ve devrimin temsil ettiği modernizmle ilişkisi, her ülkede bu kadar köktenci olmadı.

Türk muhafazakârlığına gelirse, öncelikle bunun “modern Türkiye’nin kuruluşuna paralel” (Çiğdem, 1997: 44) geliştiğini söylemeliyiz. Türkiye’nin özgül koşulları, muhafazakârlığın hem Batı ve Batılılaşmayla ilişkisini hem de gelenekle kurulan (“koruyacak şeylerin ne olduğuna karar verme” değil “yaratma” (Çiğdem, 1997: 45) şeklindeki) özel ilişkinin de temelini oluşturmuştur.

Türk muhafazakârlığıyla ilgili olarak çok sık yapılan bir tespit, özellikle Erken Cumhuriyet döneminde, “milliyetçi muhafazakâr entelijansiyanın kültür ve edebiyat kökenli” (Taşkın, 2007: 11; ayrıca Çiğdem, 1997: 47) olmasıdır. Kültür çevrelerinden geliyor olmanın hem siyasal iktidarla kurulan ilişkinin özel niteliğini -bir yandan siyasi çevreden olmadığı için gerilimle malûl, öte yandan rakip bir hizip olmadığından daha sorunsuz olma- belirlediğini ifade edebiliriz. Bu durum, ayrıca Türkiye’deki bütün değişimlerin makro ölçekte kültürel değişim veya yozlaşma olarak işaretlenmesine, anti komünizmde gördüğümüz gibi, gelişen kapitalizmin geleneksel yapıları çözmesinden, süblime etmesinden doğan bütün sorunların kültüre irca edilmesine de sebep olmuştur. Adeta kültür, determinist Marksizm’in alt yapı kavramı kadar fetişleştirilmiştir. Bu perspektiften baktığımızda, Safa’nın özellikle romanlarındaki ifrata varmış, paranoyaklaşmış Batı’yla ve Batılılaşmış çevrelerle kavgası daha anlamlı bir hal alıyor.

Erken dönem milliyetçi muhafazakâr mütefekkirlerin siyasi iktidarla ilişkileri de klasik muhafazakârlığın (özellikle karşı-devrimci Fransız muhafazakârlığının) ezberinden bakıldığında çok şaşırtıcı görünür. “Herkes Kemalist’tir; herkesin taraf olduğu Kemalizm de devletin, ulusun ve şahsiyetin yeniden kurulmasını hedeflemektedir. Temel sorun ise Kemalizm’in ne olduğu sorusu etrafında çetrefilleşmektedir. (...) [Çatışma] eğer devrim yeni bir toplum yaratacaksa, yeni toplumu oluşturacak parçaların neler olacağı gibi sorular etrafında gelişen farklı Kemalizm ve Modernizm anlayışları arasında yoğunlaşmaktadır” (İrem, 1997: 60). Bu açıdan *Safa’nın Türk İnkılâbına Bakışlar*’da yapmaya çalıştığı, devrimi sola bükmeye çalışanlara karşı Kemalizm’in sarih ve doğru değerlendirmesini, M.Ş. Tunç’un ifadesiyle felsefesini yapma olarak görülebilir.

Erken dönem muhafazakârlığının Osmanlı geçmişiyle kurduğu ilişkinin çok zayıf olduğunu -hatta hiç olmadığını- söyleyebiliriz. Bu açıdan tarihin sıfırlanarak yeni bir devlet ve düzen kurma çabasının muhafazakâr aydınlara niçin makbul gözüktüğünü ve bunun muhafazakârlık içinde nereye konulabileceğini tartışmamız gerekmektedir. Önce, görece zayıf bir tez olarak dönemin revaçta olan felsefelerinin etkisini gösterebiliriz. Bergsonculuğun, vitalizmin özneye etkin eylem yüklediği (“yaratıcı hamle” vs.), bu felsefelere meftun olan muhafazakâr aydınları da cezp ettiği şeklinde uslamlama yapılabilir. İkinci ve daha ciddi bir tez olarak “milliyetçilik ile muhafazakârlığın eklenmesi”nden (Bora, 2003: 62 vd.) bahsedebiliriz. 19. yüzyılın ortalarında Fransa’da başlayan bu süreçte temel saik “milliyetçiliğin anlamlandırılmasında, eşit yurttaşların katılımı esasına dayanan iradi ve evrenselci tasarım ile, bir Cemaate doğuştan aidiyete bağlanan aşkın bir kader ortaklığı ideolojisi arasındaki gerilimde ikinci kutbun belirginleşerek milli devlete hâkim olması”dır (Bora, 2003: 62). 1930’lar Türkiye’inde bu eklenmenin -en azından Safa’nın şahsında- tamamlandığını söyleyebiliriz. Bunun konumuz açısından anlamı, Osmanlı kozmopolitliğinden homojenleşmiş bir toplum (“millet”) üstünde yükselen milli bir devlete geçişin Safa’yı ve kuşağını milliyetçi heyecanlara sürüklediği ve “saf” muhafazakârlığı gölgede bıraktığıdır. Üçüncü olarak muhafazakârlığın bazen kendisinin de devrimci olabileceği (Bora, 2003: 76), daha doğrusu -Çiğdem’in mezkur sözleriyle- korunacak şeylerin yaratılmasını hedefleyebileceği gerçeğidir. Safa’nın *Türk İnkılâbına Bakışları* bu açıdan da tipik örnektir. “Türk inkılâbından evrensel önemde, dünyayı değiştirici bir cevher çıkarma iddiasıyla (...) [İnkılâbın] Doğu-Batı arasında sıkışmışlığını aşacak bir yeni medeniyet kurma kabiliyetini vaaz eder” (Bora, 2003: 76-77).

Sıkışmışlığın ötesine çıkmaya çalışan Safa’nın girişimi başarısız olduktan sonra mevcut medeniyetin kendi iç gerilimlerine daha muhafazakâr bir şekilde eğilmeye başlayacaktır. Din ve laiklik tartışması, bu açıdan kilit mesele haline gelir.

II.V. Din ve Laiklik

Safa’nın düşüncesinde din ve laiklik tartışması, birkaç düzlemle birlikte işler, interaktif bir belirlenim içindedir. Siyasal muhafazakârlık ve onun altın öğüdü ılımlılık, “ne o ne de o” tavrı ilk düzlemidir. Bir başka düzlem, anti komünizmdir. Laiklik cephesindeki bir kısım yazarçizer, ona göre halkın samimi dini duygularını tahrip ederek huzursuzluk yaratmakta, komünist propaganda için uygun atmosfer yaratmaya çalışmaktadır. Bir üçüncü düzlem, doğru ve geçerli bilim felsefesiyle ilgilidir. Laikliği pozitivist bir içerikle doldurmak, bilimdeki asri gelişmeleri göz ardı ederek yobazlaşmaktır. Bu düzlem, Safa’nın mistisizmiyle de yakından ilgilidir.

Safa’nın din ve laiklik tartışmasında iki kutup yer alır. Mürteci ve devrimbaz. Safa’ya göre ikisi de eşit düzeyde yobazdır. Doğru tutum ise muhafazakârlıktır.

“Mürteci, muhafazakârın soysuzlaşmış tipidir. Geçmiş geleceğe bağlayan köprüyü geçmek istemez, ona arkasını döner ve zamanın tek buudu içinde kakılıp kalır. Muhafazakâr bu köprüyü kurar ve üstünden geçer. Bir ayağı geçmişte olmayan bir köprüünün geleceğe kurulamayacağını bilir, geçmişle ilgisini kesen devrimbazdan ayrılır. Devrimci değil, inkılâpçidir. Devirmez, yaratır, geçmişin temelleri üzerine geleceğin çatısını kurar. (...) Geçmişe sırtını çeviren devrimbazla geleceğe sırtını çeviren mürteci, zihin yapısı bakımından aynı adamdır, zamanın üç buudunu kavrayamaz, içinde yaşadığı halin öncesiyle sonrası arasındaki münasebetin idrâksizliği içindedir” (Safa, 1971a: 8).

Safa'nın buradaki sözleri, yoruma yer bırakmayacak kadar açıktır. Mürteci ve devrimbazı geçmişten geleceğe uzanan devamlılık çizgisini (ki bu, tam da muhafazakârlığın tarih ile geleneği birbirine perçinlediği somut tecrübe bütününe denk gelir (Nisbet, 2007: 76)) koparmakla suçlanırlar. Ancak muhafazakâr hem sahip çıkar, hem de yaratır. Burada da geleneğin seçici olarak ele alınması ve muhafazakâr devrimcilikle karşı karşıyayız. Safa, inkılâpla devrimin ayrıştırılmasını, *İnkılâbın Mimarisi* yazısında tekrar ele alır.

“Evet, Osmanlı kültürü, melez ve orijinal, son haddine varmış bir olgunluktan çürümeye doğru giderken temelli bir değişmeye mahkumdu. Yalnız kendisi değil, mensup olduğu medeniyet çevresi de buna mahkumdu. Fakat bir kültür değişmesi, yerine gelmesi özlenen yeni kültürün tam şuuru ve ışığı ile mümkün olur. Bizde ise, Tanzimat'tan beri inkılâp hareketleri kültür çevrelerinden ve onun halka sirayet etmiş tam şuurundan değil, saraydan, ordudan ve devletten gelmiştir. Konağı yıktık. Fakat onun sağlam kalmış malzemesinden yeni bir bina da nasıl faydalanacağımızı bilmediğimiz için, onun yerine bir apartman çıkamadık”¹⁴ (Safa, 1971a: 102-3).

Devrimbazların dine saldırılarında, Atatürk inkılâbının arkasına saklandıklarını düşünür. Bu arada laiklik – din tartışmasının klişeleşmiş tezlerini de kullanır. Türkiye’de ruhban yoktur (Safa, 1971a: 176), dindarlık gericilik değildir (Safa, 1971a: 193), din dersini devlet kontrolünde verilmesi irticanın önlenmesi için gereklidir (Safa, 1971a: 168) vs. Safa, devrimbazların elinden “Türkiye, İslam yüzünden geri kaldı” tezini de alır. “Türkiye'nin din yüzünden geri kaldığı propagandası iftiradır. Türk tarihinin yükseliş devirlerinde dinimize bağlılığımız da zirveye ulaşmıştı. Din yüzünden gerilemedik, gerilediğimiz için bağlarımız gevşedi” (Safa, 1971a: 176).

II.VI. Safa'nın Demokrasi Üzerine Düşünceleri

Safa'nın özgürlükle ilgili düşüncelerinde, özgürlüğü önemsizleştiren, ikincileştiren, kuşkulu bir ifade tarzı egemendir. Örneğin bir yazısında, Almanya, Rusya, *Ancien Regime* Fransası'nı örnek göstererek gelişmiş ülkelerin özgürlük ile bu seviyelerine gelmediklerini söyler ve şöyle devam eder: “Hürriyet lüzumsuzdur demek istemiyorum, fakat sahası ayrıdır. Monarşi ve diktatörlük rejimleri altında ilerlemiş pek çok memleket vardır. Hürriyet rejiminde gerilemiş memleketler olduğu gibi. Bununla birlikte her ileri millet hürdür. Fakat bu hürriyet, ileriliğin sebebi değil, neticesidir” (1971a: 225). Safa'nın özgürlüğü ele alışı, muhafazakâr bir denge içindedir.

Safa'nın demokrasi ile ilgili düşünceleri, onun muhafazakârlığını sınavabileceğimiz iyi bir örnektir. Yukarıda, Safa'nın, şahsiyeti ferdiyetin karşısına diktiğinden bahsetmiştim. Ferdiyet, biyolojik olarak insan olmaktı. Toplumun (ve tabii ki milletin) bize yükledikleriyle beraber şahsiyet kazanıyor ve gerçek insan oluyorduk. Ferdiyet, gerçekliğe tekabül etmeyen soyut bir insan kavramsallaştırmasına dayandığı için, ferdi temel alan bütün kurum ve yapılar Safa'nın gözünden gayri meşru değilse bile sakat bir meşruiyete sahiptiler. Demokrasi açısından sorun, özgürlük ile şahsiyet arasında hiçbir bağ kurulmamasıdır. Aptalla zeki, bilgili ile bilgisiz aynı özgürlük ile eşitlendiklerinde, “iki ahmak bir dahiden üstün” (2004: 284) olacağı için demokrasi kolayca demagojiye sürüklenir.

Elitist bir tınısı da olan bu demokrasi kavramsallaştırması, Safa'nın siyasi tavır alışlarında da gözlemlenebilir. En belirgin örnek, Demokrat Parti'nin kuruluşunun ardından bu partiye karşı duyduğu kuşkuudur ki 1950'lerin ortalarına kadar sürmüştür. Öte yandan demokrasi muhalifi tutumu, kendi içinde tutarlı bir temele de sahiptir. “Sanayi burjuvası oluşmamış, Aydınlanma'yı yaşamamış, hasretini çektiği düzenin filozoflarını doğurmamış hatta yabancılarının bile eserlerini

¹⁴ Berman (2005:27) modern olmayı şöyle tanımlar: “Modern olmak, bizlere serüven, güç, coşku, gelişme, kendimizi ve dünyayı dönüştürme olanakları vaat eden; ama bir yandan da sahip olduğumuz her şeyi yok etmekle tehdit eden bir ortamda bulmaktır kendimizi.” Modernizmin bu şekliyle en çok mimariye uygun olduğu açıktır. Safa özelinde, konak ve apartman, ahşap ve beton arasındaki mücadelede tercihinin ikincilerden yana olması şaşırtıcıdır. Ahşap Türk evlerinin *Fatih-Harbiye, Bir Tereddüdün Romanı* gibi romanlarında romantizm ve nostaljiden uzak bir şekilde, eski, yıkık dökük olarak tasviri, bir tür Modernizm, yaratıcı yıkıcılık olarak görülebilir.

diline çevirmemiş, sosyal sınıfları belirginleşmemiş, çalışan ve çalıştıranların menfaatleri sendikalaşmamış bir ülkede liberal demokrasinin yaşamasına imkân yoktu” (akt. Ayvazoğlu, 2008: 385). Kısaca, alt yapısı olmadığı için demokrasiye karşı duran Safa'nın görüşleri, özellikle 27 Mayıs döneminde bir hayli değişecektir. Türkiye'nin birçok ileri Batı memleketinde olduğu gibi gerçek inkılâp ve ilerleme hareketlerini reddetmeyen bir muhafazakâr partiye ihtiyaç duyulduğunu söyleyen Safa'ya göre gericilikten kurtuluş da ancak bu şekilde olabilir. Çünkü inkılâplar zorla muhafaza edilirse tepki uyandırır. Samimi bir demokrasi içinde eşit söz hakkı tanınarak geniş kitleler sisteme dahil edilebilir. “Üst tarafı çok denenmiş ve bize boşu boşuna vakit kaybettirmiştir. Bir milletin ruhunu kazanmayan hiçbir parti ve fikir için süreklilik ümidi kalmamıştır” (*DP'nin Mirası*'ndan akt. Ayvazoğlu, 2008: 493). Görüldüğü gibi, Safa'nın demokrasi düşüncesi süreç içinde dönüşüm geçirmiştir. Batılı anlamda toplumsal sınıfların, felsefi temellerin oluşmadığı bir bağlamda demokrasinin işleyebileceğine duyulan kuşkudan, kitlelerin desteğini kazanacak bir muhafazakâr partinin gerekli olduğu inancına geçmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Peyami Safa'nın edebi ve felsefi düşünceleri ile siyasi mülahazalarını bir araya getirmek, onun düşüncesini bütünselliği içinde anlayabilmek ve onun düşünce hayatımız içindeki özgünlüğünü kavrayabilmek için önemlidir. Bu bağlamda örnek vermek gerekirse, Türk muhafazakârlığı içinde Safa'nın kendine has konumu, mistisizmle ilişkisi irdelenmeden boşlukta kalacaktır. Yine Batıcılık ve Batılılaşma konusunda yaşadığı savrulmalar, onun medeniyet ve tarihe bakışıyla antikomünist görüşlerinin gerilimi içinde anlam kazanabilir. Öte yandan yine aynı Batılılaşma meselesi, romanlarının temel bir motifine dönüşürken; kadından dine, bilimden ahlaka uzanan çapraz eksenler oluşturarak siyasi fikirlerinin üzerinde yükseldiği entelektüel kaideyi oluşturur.

Safa'nın gündelik ve toplumsal hayatla, inanç ve felsefeyle ilgili genel fikirleri olarak adlandırılabilir olan bu entelektüel kaidenin kendisi de, yaşadığı dönemin koşullarıyla yoğrulup tekrar biçimlenirken aynı zamanda süreklilik içinde bir dönüşüm geçirmiştir. Öte yandan Peyami Safa'nın popülaritesinin yükselişi ve düşüşü, bu dönemin koşulları dikkate alınmadan anlaşılabilir. DP ile CHP arasındaki siyasi rekabet içinde 1950'li yıllarda canlanan laiklik ve din çatışmasında Safa, her iki tarafın “aşırıları” yobazlıkla suçlayıp muhafazakâr bir dengeyi savunmuş; Batı medeniyetine sempatisini hiç kaybetmemesine rağmen milliyetçiliğine giderek daha çok muhafazakâr bir ton kazandırmıştır. Onun ödün vermez sosyalizm ve Marksizm aleyhtarlığı; yerli değerlere bağlı, ahlaklı ve okumuş genç erkek kahramanların idealize edildiği romanlarıyla birlikte, Soğuk Savaş koşulları içinde yetişen sağcı neslin akıl hocası ve idol yazarı konumunu uzun bir dönem korumasını sağlamıştır.

Öğün'ün belirttiği gibi, “40'lı, 50'li, 60'lı, 70'li yılların okuma fırsatı bulan, içlerinden ekser miktarda ilahiyatçı, tarihçi ama pek çok mühendis ve tabip çıkan taşralı çocukları, izbe yurt köşelerinde, etüt saatlerinde hep Peyami Safa'nın manevi rahle-i tedrisinden geçtiler. Peyami Safa'nın muhafazakâr projesi, 1980'lere kadar Türk sağının şekillenmesinde son derece etkili oldu” (Öğün, 1997: 149). Ancak, bu belirleyici etki, 1980'lerden itibaren aşınmaya ve kaybolmaya başlamıştır. Peyami Safa'nın 1980 sonrasında yetişen kuşaklara eskisi gibi hitap etmemesinin nedenlerini irdeleyerek onun düşüncelerinin güncelliğinin muhasebesi yapılabilir.

Öğün'e göre, en önemli etken modernleşme ve kapitalistleşmenin muhafazakâr ve mütedeyyin kesimleri de içerir hale gelmesiydi. Kuşkusuz kapitalist ilişkiler Türkiye'de çok önceden oluşmuştu. Ancak kapitalist toplumsallaşma biçimleri, bu kesimleri içerecek yoğunluğa 1980'lere kadar ulaşamamıştı, bu kesimlerin tepkisi de pre-kapitalist değerleri ön plana çıkarmak ve yoksunluğu bir erdem olarak görüp yaşamak olmuştu. Peyami Safa'nın ideolojik desteği burada devreye giriyordu. Kapitalistleşen, Batılılaşan ve böylece yozlaşanlara ahlaksız yaftasını yapıştırıyor ve onları rezil ediyordu. Ayrıca bir de Gürbilek'in dikkat çektiği nokta vardı (2007: 11): Gururdan başka sermayesi kalmamış, küçük düşmüş Doğulu erkeği bir dava adamı haline getirip Batılılaşmış kızı kurtarmasını sağlıyor ve tekrar iade-i itibar kazandırıyor.

Özalıcı bir muhafazakârlık, yoğunlaşan ve genişleyen kapitalist ilişkiler ağıyla birlikte, bu yoksunluk – erdem ilişkisinin sonunu getirdi. “Bilgi toplumunun internet tutkunu, sigara içmeyen, gözlüklü, bıyiksız, at kuyruklu ya da Amerikan traşlı, ama mutlaka beyaz dişli, Fatih Kolejli ‘clear-cut’”(vurgu orijinal, Gürbilek, 2007: 150) muhafazakâr aile çocukları, kapitalizmin tam ortasında yaşamaya başlamışlardı. Artık, Şinasi’nin sakinliği, Ferit’in mistikliği, Samim’in yalnızlığı¹⁵ onlara hiçbir şey ifade etmiyordu.

Soğuk Savaş’ın bitişi, Safa’nın muhafazakârlığını geçersizleştiren başka bir etmendi. Bütün yozlaşmışlıkların izafe edildiği şahsiyetsiz, kanı bozuk, Allah, vatan ve hükümet düşmanı komünist artık yoktu. Onun ortadan kalkışı, “dava”nın da sona erişiydi.

Safa’nın yenilgisi, “başından itibaren kültüre şatafatla yüklediği, tarihsel ama aslında son derece de tarih-ötesi, nominalist anlam”la (Gürbilek, 2007: 148) ilgiliydi. Mananın, irade ile maddeyi yenebileceği ancak 1980’lere kadar savunulabildi. Perdenin arkasında, kapitalizm “dinsel tutkuların, şövalyece coşkunun, dar kafalı duygusallığın kutsal titreşimlerini, bencil hesapların buzlu sularında boğ[uyordu]” (Marx-Engels, 2002: 119). 1980 sonrası bambaşka bir muhafazakârlığın, geleneğini tekrardan seçici olarak inşa ettiği bir dönem olacaktı.

KAYNAKÇA

- Ayvazoğlu, B. (2000). Doğu batı açmazında Peyami Safa. *Doğu-Batı*, sayı: 11, 107-31.
- Ayvazoğlu, B. (2008). *Peyami: Hayatı sanatı felsefesi dramı*. İstanbul: Kapı.
- Beneton, P. (1991). *Muhafazakârlık*, çev. C. Akalın. İstanbul: İletişim.
- Berktaş, F. (2002). Doğu ile Batı’nın birleştiği yer: Kadın imgesinin kurgulanışı. *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce 3: Modernleşme ve Batıcılık*, ed. U. Kocabaşoğlu, İstanbul: İletişim, 270-85.
- Berman, M. (2005). *Katı olan her şey buharlaşıyor*, çev. Ü. Altuğ - B. Peker. İstanbul: İletişim.
- Bora, T. (2002a). Milliyetçi-muhafazakâr ve İslamcı düşünüşte negatif Batı imgesi. *Modern Türkiye’de siyasi düşünce 3: Modernleşme ve batıcılık*, ed. U. Kocabaşoğlu, İstanbul: İletişim, 251-68.
- Bora, T. (2002b), Türkiye’de siyasal ideolojilerde ABD/Amerika imgesi: Amerika: ‘En’ Batı ve ‘başka’ Batı. *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce 3: Modernleşme ve Batıcılık*, ed. U. Kocabaşoğlu, İstanbul: İletişim, 147-69.
- Bora, T. (2003). *Türk sağının üç hâli*. İstanbul: Birikim.
- Çiğdem, A. (1997). Muhafazakârlık üzerine. *Toplum ve Bilim*, sayı: 74, 32-51.
- Demirel, T. (2002). 1946 sonrası muhafazakâr modernleşmeci eğilimler üzerine bazı değinmeler”. *Modern Türkiye’de siyasi düşünce 3: Modernleşme ve batıcılık*, ed. U. Kocabaşoğlu, İstanbul: İletişim, 218-38.
- Gürbilek, N. (2007). *Kör ayna, kayıp Şark: Edebiyat ve endişe*. İstanbul: Metis.
- Güvenir, M. (1989). Peyami Safa üzerine. *AÜSBF Dergisi*, cilt 44, sayı: 1-2, 253-64.
- İrem, C. N. (1997). Kemalist modernizm ve Türk gelenekçi-muhafazakârlığının kökenleri. *Toplum ve Bilim*, sayı: 74, 52-101.
- Mardin, Ş. (2004). Tanzimat’tan sonra aşırı Batılılaşma”. *Türk modernleşmesi*, İstanbul: İletişim, 23-81.
- Marx K.-Engels F. (2002). *Komünist manifesto ve komünizmin ilkeleri*. çev. M. Erdost, Ankara: Sol.
- Moran, B. (1987). *Türk edebiyatına eleştirel bir bakış*, c.1. İstanbul: İletişim.
- Nisbet, R. (2007). *Muhafazakârlık düş ve gerçek*, çev. K. Bülbül. Ankara: Kadim.
- Öğün, S. S. (1997). Türk muhafazakârlığının kültür kökleri ve Peyami Safa’nın yanılıgısı. *Toplum ve Bilim*, sayı: 74, 102-54.
- Safa, P. (t.y.). *Büyük Avrupa anketi*. Ankara: Kanaat.

¹⁵ Şinasi, Ferit ve Samim, sırasıyla Peyami Safa’nın üç önemli romanının, *Fatih-Harbiye*, *Matmazel Noraliya’nın Koltuğu* ve *Yalnızız*’ın Doğucu, yerli baş karakterleridir.

- Safa, P. (1939). *Felsefî buhran*. Ankara: Çığır Mecmuası.
- Safa, P. (1963). *Doğu Batı sentezi*. İstanbul: Yağmur.
- Safa, P. (1971a). *Din inkılap irtica*, der. E. Göze, N. Köseoğlu. İstanbul: Ötüken.
- Safa, P. (1971b). *Kızıl çocuğa mektuplar*. İstanbul: Milli Ülkü.
- Safa, P. (1978a). *20. asır Avrupa ve biz*. İstanbul: Ötüken.
- Safa, P. (1978b). *Eğitim gençlik üniversite*. İstanbul: Ötüken.
- Safa, P. (1979). *Nasyonalizm sosyalizm mistisizm*. İstanbul: Yağmur.
- Safa, P. (1988). *Türk inkılabına bakışlar*. Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih YK.
- Safa, P. (1999a). *Bir tereddüdün romanı*. İstanbul: Ötüken.
- Safa, P. (1999b). *Cânân*. İstanbul: Ötüken.
- Safa, P. (1999b). *Fatih-Harbiye*. İstanbul: Ötüken.
- Safa, P. (2000). *Sözde kızlar*. İstanbul: Ötüken.
- Safa, P. (2004). *Matmazel Noraliya'nın koltuğu*. İstanbul: Ötüken.
- Safa, P. (2006). *Yalnızız*. İstanbul: Ötüken.
- Smith, A. D. (2002). *Ulusların etnik kökeni*. çev. S. Bayramoğlu, Ankara: Dost.
- Taşkın, Y. (2002). Anti-Komünizm ve Türk milliyetçiliği: Endişe ve pragmatizm. *Modern Türkiye'de siyasi düşünce 4: Milliyetçilik*, ed. T. Bora, İstanbul: İletişim, 618-24.
- Taşkın, Y. (2007). *Milliyetçi muhafazakâr entelijansiya*. İstanbul: İletişim.
- Türkeş, A. Ö. (2003). Muhafazakâr romanlarda muhafaza edilen neydi?. *Modern Türkiye'de siyasi düşünce 5: Muhafazakârlık*, ed. A. Çiğdem, İstanbul: İletişim, 590-603.
- Yalçınkaya, A. (2004). *Eğer'den meğer'e: Ütopya karşısında Türk romanı*. Ankara: Phoenix.



THE RELATIONSHIP BETWEEN EMPOWERMENT AND BURNOUT: A FIELD STUDY ON KONYA INDUSTRIAL AREA

Mehmet ULUTAŞ¹

Abstract

The present study focuses on the relationship between empowerment and burnout. It examines that whether or not empowerment affect burnout in a negative way. The data were collected through a questionnaire returned by the employees in nineteen seperate companies operating in different sectors in Konya Industrial Area, including the first five hundred and the second five hundred largest industrial establishments in Turkey. The results of Pearson correlations and regression analyses indicated that empowerment are significantly and negatively related to burnout.

Key Words: Empowerment, Burnout

Jel Classification: M10, M54

PERSONEL GÜÇLENDİRME VE TÜKENMİŞLİK İLİŞKİSİ: KONYA ENDÜSTRİ BÖLGESİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Özet

Araştırma, personel güçlendirme ile tükenmişlik arasındaki ilişkiyi ele almaktadır. Personel güçlendirmenin, tükenmişliği negatif yönde etkileyip etkilemediğini incelemektedir. Veriler, Konya Sanayi Bölgesi'nde farklı sektörlerde faaliyet gösteren, içlerinde Türkiye'nin ilk beşyüz ve ikinci beşyüz büyük sanayi kuruluşu da bulunan ondokuz ayrı işletmenin çalışanları üzerinde yapılan bir anket çalışmasıyla elde edilmiştir. Pearson korelasyon analizi ve regresyon analizi sonuçları, personel güçlendirmenin, tükenme ile anlamlı ve negatif yönde ilişkili olduğunu göstermiştir

Anahtar Kelimeler: Personel Güçlendirme, Tükenmişlik

Jel Sınıflandırılması: M10, M54

¹ Yrd. Doç. Dr. Mehmet Ulutaş, Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu & Necmettin Erbakan Üniversitesi Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, mehmet.ulutas@manas.edu.kg, mulutas@konya.edu.tr

INTRODUCTION

It is well known that a poor working environment can cause burnout. The task of researchers is to find ways to protect employees from burnout. Empowerment is a relatively new variable that awaits to be tested in battle against burnout (Hochwalder, 2007).

In this framework, the aim of this study is to examine the concept of empowerment in an exhaustive way, and to demonstrate analytically how empowerment is affecting burnout.

The application part of the study is the result of a survey conducted on the managers and employees of nineteen different companies operating in different sectors in the Konya Industrial Area.

I. LITERATURE

Empowerment

Empowerment is defined as a motivational structure that manifests itself with four elements; meaning, competence, self-determination and impact (Spreitzer, 1995).

In the book "Empowerment in Practice: From Analysis to Implementation", Alsop et al., set out three measures for measuring empowerment; 1) whether or not there is an opportunity to make a choice (existence of choice), 2) whether or not the opportunity to make a choice is used (use of choice), 3) whether the choice has reached the desired result (achievement of choice) (Alsop, Bertelsen, & Holland, 2006).

In the book "The Empowerment Pocketbook", Applegarth and Posner used the following expressions; "Empowerment means three words: authority, power and license. Authority is only in the place where subordinates are located. Power can be switched on and off. The license defines the scope and conditions that apply to an activity and is granted to the person concerned only after proves its capabilities. (Applegarth & Posner, 1999).

Burnout

Burnout is a psychological syndrome that manifests itself as exhaustion, cynicism and inefficacy in response to chronic job stress (Spence Laschinger, Leiter, Day, & Gilin, 2009).

Burnout is described as a psychological process characterized by feelings of emotional exhaustion, psychological detachment and lack of personal accomplishment. Burnout is a result of constant exposure to stress in the work environment. Examples of workplace stressors that cause burnout include lack of autonomy, lack of organizational support, inadequate management, inadequacy of resources, and high workload (O'Brien, 2011).

Relationship between Empowerment and Burnout

In their research, Spence Laschinger et al. (2009), have shown that empowerment and incivility have a significant impact on nurses' experiences of burnout and the managerial strategies that empower nurses in professional practice may be helpful in preventing incivility in the workplace and burnout. Research on nursing has shown that when the work environments are structured in this way, the nurses experience burnout at a lower level, resulting in job satisfaction and fewer negative patient events. In the study, nurses' perception of empowerment, supervisor incivility and cynicism were related to job satisfaction and organizational commitment. These results emphasize the importance of managers' leadership behaviour in preventing burnout and thus ensuring higher job quality and lower turnover intentions. (Spence Laschinger et al., 2009)

Guerrettaz (2012) conducted a study confirming the findings of Spence Laschinger et al., and found that empowerment of nurses had a significant effect on burnout of them (Guerrettaz, 2012).

In the research on assistant principals working in primary schools in Germany, Schermuly et al. (2011) found no direct relationship between empowerment and burnout but they found a strong indirect relationship between job empowerment and burnout via job satisfaction. (Schermuly, Schermuly, & Meyer, 2011)

In a study on healthcare professionals in five Canadian hospitals, Gilbert et al. (2010) found a significant relationship between empowerment and burnout. (Gilbert, Laschinger, & Leiter, 2010)

In his study on nurses, O'brien (2011) found a significant inverse relationship between empowerment and burnout (O'Brien, 2011).

In their study on service providers, Ben-Zur and Yagil (2005) found that there was a negative relationship between empowerment and burnout (Ben-Zur & Yagil, 2005).

In a study on nurses in Sweden in 2007, Hochwalder found that there was a negative relationship between empowerment and burnout (Hochwalder, 2007).

The Aim and Theoretical Model

This research will add to a superior comprehension of the empowerment and the relationship amongst empowerment and burnout. The points which are sought with the study can be expressed this way: That whether there is a relationship amongst empowerment and burnout of the workers or not and provided that this is true, being determined what this present relationship's qualification and size are

In this research, while the Empowerment is picked as independent variable, Burnout is picked as dependent variables. Here, the relations between dependent and independent variables are tried to search and measured. A hypothesis was built on related to this subject and this hypothesis' correctness and whether it is upheld or not are searched

H₁: Empowerment has a negative effect on the Burnout

Table 1: *Dependent and Independent Variables*

Independent Variable	X
Empowerment	X
Dependent Variable	Y
Burnout	Y

As the research model, a symbolical model like below has been used.

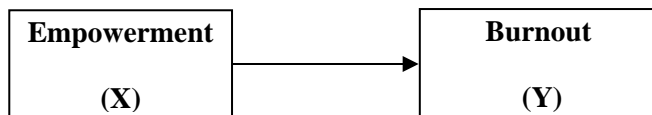


Figure 1: *The Relation Between Empowerment and Burnout*

II. METHODOLOGY

In this part, Empowerment and the variable of Burnout which is influenced by Empowerment are analyzed by relying upon the datas of the study which is done on the workers and the administrators in nineteen organizations which bear on a business in various parts in industry of Konya

II. I. The Sample and Method of Data Collection

In this research, the administrators and the workers of the organizations which bear on a business in industry of Konya are picked as sample; including Konya Seker Inc., Kombassan Paper Inc., Kompen Inc., Komyapı Inc., Ittifak Holding Inc., Ova Sut Inc., Enka Sut Inc., and so forth which are among initial five hundred and the second five hundred biggest industrial companies in Turkey

A questionnaire form has been utilized as the essential instrument of the study. The responses given to the questions have been obtained with the assistance of 5 point Likert type scale (1: certainly disagree; ... ; 5: certainly agree). The entire of the questions in the survey have been made up the questions utilized before in the literature. The questions that measure the variable of empowerment have been used by (Paré, Tremblay, & Lalonde (2000)); and the questions that measure the variable of burnout have been used by Daniels (2004) before.

The survey have been sent to 300 individuals in the level of administrators or workers and 207 of them have returned. 13 of the surveys which returned have not been added into the study. So the quantity of the surveys utilized is 194

II. II. The Survey

The survey and the averages perception of participants on questions are given in Table 2.

Table 2: *The Averages of Participant Perceptions on Questions*

Independent Variable	Questions	Mean	Std. Deviation
Empowerment (X)	EMP.2 A great latitude is given to employees for the organization of their work (e.g., work schedules)	2,85	1,227
	EMP.3 Employees in my work unit have a lot of autonomy in regard to project management	2,81	1,172
	EMP.4 In my work unit, employees have a great deal of liberty in the conduct of their work	3,07	1,245
	EMP.5 Employees in my work unit are extensively involved in the recruitment process	2,85	1,233
	EMP.6 Employees in my work unit are regularly consulted in technological investments decisions	2,91	1,157
	Burnout (Y)	BURN.1 I feel emotionally drained from my work	2,62
BURN.2 I feel used up et the end of the workday		3,04	1,414
BURN.3 I feel fatigued when I get up in the morning and have to face another day on the job		2,63	1,356
BURN.4 Working with people all day is really a strain for me		2,39	1,222
BURN.5 I feel burned our from my work		2,60	1,293
BURN.6 I feel very frustrated by my job		2,67	1,337
BURN.7 I feel I'm working too hard on my job		3,10	1,296
BURN.8 Working with people directly puts too much stress on me		2,50	1,157

II. III. Findings

Factor Analysis

In factor analysis, the dependent and independent variables were analyzed separately. The factor loadings of the variables were given in Table 3. Total variance clarified is 60.839 %. As per the factor analysis, it might be said that scale has structural validity

Table 3: The Factor Loadings of Dependent Variable

Independent Variable	Questions	Component	
Empowerment (X)	EMP.4	.894	(Paré, Tremblay, & Lalonde, 2000)
	EMP.3	.883	
	EMP.2	.729	
	EMP.5	.638	
	EMP.6	.578	
Dependent Variable	Questions	Component	
Burnout (Y)	BURN.5	.888	(Daniels, 2004)
	BURN.4	.861	
	BURN.3	.834	
	BURN.6	.799	
	BURN.1	.768	
	BURN.2	.758	
	BURN.8	.704	
	BURN.7	.605	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Oblimin with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 4 iterations.

* The questions whose factor load is not distributed to the appropriate components are removed from the scale.

Reliability Analysis

In reliability analysis, alpha coefficients of each are examined. Cronbach alpha reliability coefficients are indicated in Table 4.

Table 4: The Results of Reliability Analysis

Variables	Number of Questions	Cronbach Alfa (α) Coefficients
Empowerment (X)	5	.808
Burnout (Y)	8	.908

Subsequently, reliability values for variables are above the value accepted by the literature.

Correlation Analysis

Pearson correlation coefficients are shown in Table 5. In correlation table, relationship between dependent variable and independent variable is examined.

Table 5: The Values of Correlation

Variables	X	Y
X Empowerment (X)	1.000	
Y Burnout	-.261**	1.000

Pearson Corr. and Significance.

** . Corr., $\rho=0.01$.

When looking at Table 5, it can be seen that; There is a significant relation ($\rho=0.01$ and $\beta= -.261$) in a negative way between Empowerment and Burnout.

Regression Analysis and Hypothesis Tests

Hypothesis in the model is examined by regression analyses. The letter of X symbolizes "Empowerment" as the independent variable. And the letter of Y symbolizes "Burnout" as the dependent variable.

According to the result of regression analysis, our hypothesis will be accepted or rejected with respect to variables' β coefficients and significance (ρ) levels.

In hypothesis, it is assumed that there is a relationship between "Empowerment" and "Burnout". This relationship which was propounded in the model was found by Pearson correlation analysis. Besides, to clarify the qualification of this relationship linear regression analysis were done. Findings of the linear regression analysis are as follows:

As appeared in Table 6, in this regression model; $R^2 = .68$; $\rho= .000$ and $F=14.029$ values were acquired. This R^2 and F values, indicate that the variable of "Empowerment" explains "Burnout".

Table 6: The Effect of Empowerment on Burnout

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3.536	.236		15.004	.000
Emp_ort	-.291	.078	-.261	-3.745	.000

Dependent Variable: Burnout; R: .261; R^2 : .68; Adjusted R^2 : .63; D-W: 1.791; Model F: 14.029 $p<0.0001$

According to Table 6, the behavior alteration of participants relation to their "Burnout" is explained by "Empowerment". R^2 determination coefficient shows that 6.8 % of the state of mind change of employees relation to "Burnout" results from "Empowerment". When "Empowerment" is increased 1 unit, "Burnout" will decrease 0.291 unit. H_1 hypothesis is supported by this result. In other words, "Empowerment" decreases the "Burnout".

The regression results of empowerment and burnout were shown together schematically in Figure 2 below. Relations belonging to the accepted results are indicated with thick dashed-line arrows.

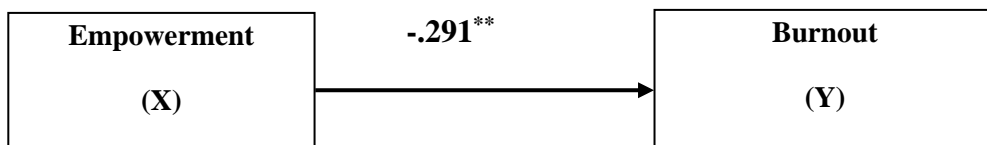


Figure 2: The Relation Between Empowerment and Burnout

Results of Hypothesis

The outcomes concerning hypothesis are indicated in Table 8. According to the result criteria as R^2 , Beta (β), Significance (ρ) and Accepted/Rejected status (A/R), the hypothesis is accepted as it is significant at the rate of 1 %.

Table 8: The Results of Hypothesis

No	Hypothesis	R^2	β	ρ	A/R
H_1	Empowerment has a negative effect on Burnout.	.68	-.291**	.000	A

CONCLUSIONS

In this study, it is planned to search whether there is a significant relationship between empowerment and burnout in respective organizations.

The results of our research show that there is a significant and negative relationship between empowerment and burnout. Spence Laschinger et al's (2009), Guerrettaz's (2012), Schermuly et al's (2011), Gilbert et al's (2010), O'brien's (2011), Ben-Zur and Yagil's (2005), Hochwalder's (2007) research's findings also support that result.

The findings of this study suggest that empowerment has a negative effect on the burnout, and in organizations with high empowerment level, burnout level will be lower. As a result, when organizations empower their employees using empowerment techniques, they will have kept themselves from the harmful effects of the burnout.

Limitations

As in each social research, a few limitations have been run across in this study, as well. It should be viewed as that the study has been done on relatively little example by focusing on time slack and cost, so the study group is limited in representing to the aggregate and the conclusions can't be generalised

REFERENCES

- Alsop, R., Bertelsen, M. F., & Holland, J. (2006). *Empowerment in Practice: From Analysis to Implementation*. The World Bank. Washington, DC. <https://doi.org/10.1596/978-0-8213-6450-5>
- Applegarth, M., & Posner, K. (1999). *The Empowerment Pocketbook*. Alresford: Management Pocketbooks Ltd. Retrieved from http://books.google.com/books?id=sIv_WqzWYyMC&pgis=1%5Cnhttp://skillport.books24x7.com/toc.aspx?bookid=33987
- Ben-Zur, H., & Yagil, D. (2005). The relationship between empowerment, aggressive behaviours of customers, coping, and burnout. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 14(1), 81–99. <https://doi.org/10.1080/13594320444000281>
- Daniels, A. (2004). Listening to New Zealand nurses: a survey of intent to leave, job satisfaction, job stress, and burnout. Retrieved from <http://aut.researchgateway.ac.nz/handle/10292/199>
- Gilbert, S., Laschinger, H. K. S., & Leiter, M. (2010). The mediating effect of burnout on the relationship between structural empowerment and organizational citizenship behaviours. *Journal of Nursing Management*, 18(3), 339–348. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2834.2010.01074.x>
- Guerrettaz, T. (2012). Burnout : Impact on Staff Nurse Recruitment and Retention. *A Research Paper Submitted To The Graduate School In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Masters Of Science, Ball State University*, (May), 1–37.
- Hochwalder, J. (2007). The psychosocial work environment and burnout among Swedish registered and assistant nurses: The main, mediating, and moderating role of empowerment. *Nursing and Health Sciences*, 9(3), 205–211. <https://doi.org/10.1111/j.1442-2018.2007.00323.x>
- O'Brien, J. L. (2011). Relationships Among Structural Empowerment, Psychological Empowerment, And Burnout in Registered Staff Nurses Working in Outpatient Dialysis Centers. *Nephrology Nursing Journal*, 38(6), 475–483.

- Paré, G., Tremblay, M., & Lalonde, P. (2000). The measurement and antecedents of turnover intentions among IT professionals. *CIRANO Working Papers*, (0), 1–36. Retrieved from <https://depot.erudit.org/id/000298dd?mode=full>
- Schermuly, C. C., Schermuly, R. A., & Meyer, B. (2011). Effects of vice-principals' psychological empowerment on job satisfaction and burnout. *International Journal of Educational Management*, 25(3), 252–264. <https://doi.org/10.1108/09513541111120097>
- Spence Laschinger, H. K., Leiter, M., Day, A., & Gilin, D. (2009). Workplace empowerment, incivility, and burnout: Impact on staff nurse recruitment and retention outcomes. *Journal of Nursing Management*, 17(3), 302–311. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2834.2009.00999.x>
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological Empowerment In The Workplace: Dimensions, Measurement And Validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442–1465. <https://doi.org/10.2307/256865>



KÜRESEL TÜKETİCİ KÜLTÜRÜNE YATKINLIĞIN KÜRESEL MARKA SATIN ALMA NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE UYGULAMA

Alpaslan YÜCE¹
Çağlar SAMSA²

Özet

Küreselleşen pazar koşullarında tüketiciler satın alma davranışını gerçekleştirirken küresel bir tutum sergilemektedir. Bu tutum bütün dünyadaki tüketicileri etkilemektedir ve benzer alışkanlıklara sahip tüketiciler ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan tüketicilerin kişilik özelliklerini ve hangi kişilik tipinde değerlendirilmesi gerektiğini bilmek oldukça önemli hale gelmiştir. Bu doğrultuda Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri üzerine çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışmada küresel tüketici kültürüne yakın olan kişilik tipleri incelenmiş ve küresel tüketici kültürüne yakınlığın küresel marka satın alma niyeti üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışma sonucunda; küresel tüketici kültürüne yakınlığın kişilik tipine göre farklılık gösterdiği, küresel tüketici kültürüne yakınlığın ise küresel marka satın alma niyetini etkilediği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Küresel Tüketici Kültürü, Küresel Marka Satın Alma Niyeti

Jel Sınıflandırılması: M30, M31, M39

THE IMPACT OF GLOBAL BRAND PURCHASE INTENTION ON GLOBAL CONSUMER CULTURAL TENDENCY: A STUDY ON UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

In globalizing market conditions, consumers are taking a global attitude while performing their purchasing behaviour. This attitude affects consumers all over the world and consumers with similar habits are emerging. From this perspective, it became very important to know the personality characteristics of the consumers and the personality type they should be assessed. In this direction, a study has been done on students of Faculty of Economic and Administrative Science of Kafkas University. In the study, personality types that are prone to global consumer cultures were examined and the effect of global consumer cultural tendency on global brand purchase intentions was investigated. In the result of study; global consumer culture tendency differs according to personality type and global consumer culture tendency influences the global brand purchase intention.

Key Words: Globalization, Global Consumer Culture, Global Brand Purchase Intention

Jel Classification: M30, M31, M39

¹ Doç.Dr., Kafkas Üniversitesi, İİBF, yucealp@gmail.com

² Arş. Gör., Kafkas Üniversitesi, İİBF, cglrsms@gmail.com

GİRİŞ

Günümüz pazar koşullarında yaşanan ekonomik, siyasi ve sosyo-kültürel gelişmeler ve küreselleşme birbirini etkileyen faktörlerin başında gelmektedir. Özellikle iletişim teknolojisinde yaşanan gelişmeler, ulaşım imkanlarında meydana gelen gelişmeler gibi faktörler küreselleşmenin de önünü açmıştır(İslamoğlu,2014:4). Bu gelişmeler sonucunda oluşan postmodern pazarlama yaklaşımında işletmelerin en önemli varlığı olarak görülen tüketici küresel bir boyut kazanmıştır.

Küresel boyutta tüketici alışkanlıklarının benzerlik kazanması sonucunda; tüketicilerin kişilik tiplerine göre sınıflandırılmasını ve benzer kişilik tipine sahip olan tüketicilerin tüketim alışkanlıklarının da küresel bazda benzer olup olmadığının ölçülmesi pazarlamacılar açısından oldukça önemli verileri gün ışığına çıkaracaktır.

Bu doğrultuda yapılan çalışma kapsamında günümüzde en yaygın kullanıma sahip “Big Five Personal Type” olarak da bilinen “Beş Faktör Kişilik Tipi” ile tüketicilerin küresel tüketim kültürüne yakın olup olmadıkları incelenmeye çalışılmıştır. Küresel tüketim kültürü ise; küresel tüketim trendine uygunluk, kalite algısı, sosyal saygınlık gibi boyutlarla incelenmiştir. Yine bu boyutların küresel marka satın alma niyeti üzerine etkileri araştırılmıştır.

I. BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK TİPİ (BIG FIVE PERSONAL TYPE)

Kişilik tiplerini ölçmek için birçok farklı test tekniği kullanılsa da en yaygın kullanım beş faktör kişilik tipine aittir. Bu testin temelinde kişilik tipleri 5 faktör dikkate alınarak ölçülmektedir. Bu faktörler ise; dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik ve deneyime açıklık faktörleridir(Kiffin-Petersen vd., 2011:44).

Dışa dönüklük; kendine güvenen, egemen olan, aktif, heyecanlı, olumlu duygulara sahip kişilik tipini ifade etmektedir. Bu kişilik tipinin temel özelliği; kişisel etkileşime daha fazla ihtiyaç duyulmasıdır. Bu kişilik tipine sahip bireyler genel itibariyle iyimser olma ve problemler karşısında pozitif tutum sergileme eğilimindedirler(Bakker-Zee vd., 2006:34).

Uyumluluk; acımasız, asi, hoşgörüsüz, bencil, kayıtsız, kindar, kibirli, inatçı ve rekabetçi gibi sıfatların tam tersi özelliklere sahip kişilik tipi olarak ifade edilir(Bacanlı-İlhan vd., 2009:266).

Sorumluluk; disiplinli olma, görev bilincine sahip olma, düzenli olma, dikkatli olma, planlı olma gibi sıfatlar üzerine şekillendirilmiş kişilik tipi olarak tanımlanmaktadır(Doğan, 2013:58; Bacanlı-İlhan vd., 2009:266).

Duygusal dengelilik; duygusal bazda istikrarlı olmayı ifade eden kişilik tipinin temel özellikleri arasında sabırlı, rahat, sakin, iyimser, kaygısız, huzurlu gibi sıfatlar yer almaktadır(Sawyer-Srinivas vd., 2009:304).

Deneyime açıklık kişilik tipine sahip bireylerin temel özellikleri arasında; yüksek hayal gücüne sahip olma, bağımsızlığa sahip olma gibi özelliklerin olduğu bilinmektedir. Bu kişilik tipine sahip kişiler entelektüel bilgiye meraklı ve araştırmayı seven kişiler olarak düşünülmektedir(Glass-Prichard vd., 2013:120).

II. KÜRESEL TÜKETİCİ KÜLTÜRÜ

Küresel tüketici kültürü, tüketicilerin satın alma eğilimlerinin küresel markaların alınması ve kullanılması gibi faktörler çerçevesinde şekillenmesini ifade etmektedir(Zhou vd., 2008:337; Bartosh-Diamantopoulos vd., 2016:3630). Ulusal tüketici kültürünün sınırları aşması olarak düşünülen küresel

tüketici kültürü; küresel pazarlar aracılığı ile küresel bazda markaların oluşturulması tanımlanmaktadır(Akaka-Alden, 2015:39).

Küresel tüketici kültürü tüketicilerin eğilimleri bakımından; tüketim trendleri, kalite algısı, sosyal prestij olarak 3 kategoride incelenebilir. Tüketim trendleri, tüketicilerin küresel bazda değerlendirdiği moda, eğilim, stil gibi faktörlerdir. Kalite algısı; küresel markaların kalite düzeylerinin daha yüksek olduğunu algılayan tüketici eğilimleridir. Sosyal saygınlık ise; küresel marka kullanımının sosyal anlamda kişiye prestij sağlayacağı yönündeki algılardır(Bartesh-Diamantopoulos vd., 2016:3634).

III. KÜRESEL MARKA SATIN ALMA NİYETİ

Küresel marka; tüm dünyada satışı gerçekleştirilen, sınırları aşarak değişik ülkelerde yaşayan ve değişik kültürlerle ait tüketicilere ulaşabilen markalar olarak ifade edilmektedir(Çelik, 2015:20). Satın alma niyeti ise tüketicinin marka hakkındaki algı ve tutumları sonucunda, markayı satın almaya yönelik fiili iradesidir(Söylemez-Taşkın, 2015:37). Bu tanımlardan hareketle; küresel marka satın alma niyeti, sınırları aşarak değişik ülkelerden tüketicilere ulaşabilen markaların satın alınmasına yönelik fiili iradeyi ifade etmektedir.

IV. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

a) Araştırmanın Amacı ve Sınırlılıkları

Çalışmanın amacı, küresel tüketici kültürüne uygunluğun beş faktör kişilik tipine göre farklılık gösterip göstermediğini; küresel tüketici kültürüne uygunluğun ise küresel marka satın alma niyetinin üzerindeki etkisini ölçmektir. Araştırmanın sadece Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde uygulanması ile araştırmaya mekan sınırı getirilmiştir. Ayrıca araştırmanın Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri üzerine yapılması ile ise ana kütle sınırı belirlenmiştir.

b) Anakütle ve Örneklem Çerçevesi

Araştırmanın ana kütlelerini Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören lisans öğrencileri kapsamaktadır. Araştırma ana kütleleri; 505 İşletme, 502 İktisat, 614 Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi ve 138 Uluslararası Ticaret ve Lojistik bölümü olmak üzere toplamda 1759 öğrenciden oluşmaktadır.

$$n = \frac{NPQZ^2}{(N - 1)d^2 + PQZ^2}$$

Yukarıdaki formülde n = Örnek Kütle Büyüklüğü, N =Anakütle Hacmi(Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrenci Sayısı), P = Küresel Tüketici Kültürüne Yatınlığın Küresel Marka Satın Alma Üzerine Etkisi Oranı, Q = Küresel Tüketici Kültürüne Yatınlığın Küresel Marka Satın Alma Üzerine Etkisi Olmama Oranı($1-P$), Z = α ($1-\alpha$) Düzeyinde Z Değeri, α = Önem Düzeyi, d = Hata(tolerans) payıdır(Oktay-Gelibolu vd. , 2015:25).

$$N= 1759, P=0,5, Q= 0,5, Z= 1,96, \alpha=0,05, d= 0,05$$

$$n = \frac{1759(0,5)(0,5)(1,96)^2}{(1759 - 1)(0,05)^2 + (0,5)(0,5)(1,96)^2} \cong 315$$

Yukarıdaki verilere göre; araştırmada hedeflenen en küçük örneklem büyüklüğü 315 olarak belirlenmiştir. Ancak araştırmanın daha güvenilir olması için kolayda örneklem yöntemi kullanılarak Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören 430 öğrenciye anket

uygulanmıştır. Toplanan anketlerden 45 adet anket hatalı ve sağlıksız bilgi paylaşımından dolayı geçersiz sayılmış ve değerlendirmeye alınmamıştır. Toplamda 385 adet anket değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

c) Verilerin Toplanması ve Analizi

Veriler, 15.05.2017 ile 10.06.2017 tarihleri arasında Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerden kolayda örneklem yöntemi ile toplanmıştır. Toplanan veriler SPSS 20 (Statistical Package for the Social Sciences) programı ile analiz edilmiştir. Analiz aşamasında; betimleyici istatistikler için frekans analizi kullanılmıştır. Yorumlayıcı istatistikler için ise regresyon analizi kullanılmıştır.

d) Araştırma Değişkenlerinin Ölçümü

Araştırmada kullanılan anketin oluşturulması aşamasında Tatar (2017) tarafından Türkçeye uyarlanan *Beş Faktör Kişilik Tipi Ölçeği*, Zhou vd. (2008) ve Bartsch vd. (2016) tarafından kullanılan *Küresel Tüketici Kültürüne Yatkinlik Ölçeği*'nden faydalanılmıştır. Yine *Küresel Marka Satın Alma Niyeti Ölçeği*, Taşkın ve Söylemez (2015) tarafından yapılan çalışmadan uyarlanmıştır.

Anket, kişilik tiplerine ait 50 soru, kişisel özelliklere ait 6 soru, küresel tüketici kültürüne yatkinliğe ait 12 soru ve küresel marka satın alma niyetine ait 3 soru olmak üzere toplam 71 adet sorudan oluşmaktadır. Yine beş faktör kişilik tipi; dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik ve deneyime açıklık olmak üzere 5 boyuttan oluşmaktadır. Küresel tüketici kültürüne yatkinlik ise; tüketim trendine uygunluk, kalite algısı ve sosyal saygınlık değişkenleri açısından değerlendirilmiştir.

e) Araştırma Hipotezleri ve Modeli

Araştırma kapsamında; beş faktör kişilik tipi, küresel tüketici kültürüne yatkinlik ve küresel marka satın alma niyeti ölçekleri modele dahil edilmiştir. Beş faktör kişilik tipi; dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik ve deneyime açıklık boyutlarından oluşmaktadır. Küresel tüketici kültürüne yatkinlik ise; tüketim trendine uygunluk, kalite algısı ve sosyal saygınlık boyutlarından oluşmaktadır. Bu veriler dahilinde araştırma modeli **Şekil 1**'de gösterilmiştir.

Şekil 1: Araştırma Modeli



Çalışma iki ana hipotez ve bu hipotezlere bağlı 18 alt hipotezden oluşmaktadır. Araştırmada yer alan ana hipotezler aşağıda sıralanmıştır;

H1: Beş faktör kişilik tipi küresel tüketici kültürüne yatkinliği etkiler.

H2: Küresel tüketici kültürüne yatkinlik küresel marka satın alma niyetini etkiler.

V. BULGULAR VE ANALİZLER

a) Betimleyici Analizler

Betimleyici istatistiki analiz kapsamında; yaş, cinsiyet, aylık gelir, okuduğu bölüm, okuduğu sınıf ve ailenin yaşadığı bölge gibi değişkenler incelenmiştir.

Tablo 1: Demografik Değişkenlere İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı

		N	%
Yaş	18-21	227	59
	22-25	158	41
Cinsiyet	Kadın	221	57,4
	Erkek	164	42,6
Aylık Gelir	500 TL'den az	239	62,1
	500 TL-999 TL	96	24,9
	1000 TL- 1499 TL	30	7,8
	1500 TL-1999 TL	10	2,6
	2000 TL ve üzeri	10	2,6
Bölüm	İşletme	126	32,7
	İktisat	94	24,4
	Siyaset Bilimi ve Kamu	110	28,6
	Uluslararası Tic. ve Loj.	55	14,3
Sınıf	Birinci Sınıf	136	35,3
	İkinci Sınıf	110	28,6
	Üçüncü Sınıf	69	18,0
	Dördüncü Sınıf	70	18,2
Ailenin Yaşadığı Bölge	Doğu Anadolu	209	54,3
	Güneydoğu Anadolu	45	11,7
	Akdeniz	34	8,8
	Karadeniz	16	4,2
	Marmara	39	10,1
	Ege	15	3,9
	İç Anadolu	27	7,0

Tablo 1'de bulunan veriler incelendiğinde araştırmaya katılan örneklem grubunun tamamının 25 yaşından küçük olduğu; %57,4'ünün kadın, %42,6'sının ise erkek olduğu; %87'sinin 1000 TL'nin altında gelire sahip olduğu; ortalama %33'ünün İşletme, %25'inin İktisat, %29'unun Siyaset Bilimi ve

Kamu Yönetimi, %15'inin ise Uluslararası Ticaret ve Lojistik bölümünde okuduğu; ortalama % 35'inin birinci sınıf, % 29'unun ikinci sınıf, %18'inin üçüncü sınıf, %18'inin ise dördüncü sınıfta oldukları görülmüştür.

b) Güvenilirlik Analizi

Araştırmada söz konusu ölçeklerin güvenilirliğini hesaplamada Cronbach Alpha katsayısından faydalanılmıştır. Bu katsayının 0,00-0,40 aralığında olması güvenilir olmadığını; 0,40-0,60 arasında olması düşük derecede güvenilir olduğunu; 0,60-0,80 arasında olması güvenilir olduğunu; 0,80-1,00 arasında olması yüksek güvenilirliğe sahip olduğunu gösterir. Genel anlamda 0,70 den büyük olması kabul edilir(Coşkun vd., 2015:126).

Tablo 2: Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Değerleri

Ölçekler	Cronbach Alpha Katsayısı
Beş Faktör Kişilik Tipi	0,850
Küresel Tüketici Kültürüne Yatkınlık	0,873
Küresel Marka Satın Alma Niyeti	0,770

Tablo 2' de bulunan güvenilirlik analizi verileri incelendiğinde beş faktör(büyük beşli) kişilik tipi ölçeğinin ve küresel tüketici kültürüne yatkınlık ölçeğinin yüksek derecede güvenilirliğe sahip olduğu, küresel marka satın alma niyeti ölçeğinin ise normal derecede güvenilirliğe sahip olduğu görülmüştür. Söylemez ve Taşkın tarafından yapılan çalışmada küresel marka satın alma niyeti ölçeğinin Cronbach Alpha değerinin 0,963 olduğu(2015:39) görülmektedir. Yapılan çalışmada ise; bu değer yine kabul edilebilir normal derecede bir güvenilirliğe sahip olduğu gözlemlenmiştir. Sudak ve Zehir(2013:156) çalışmasında beş faktör kişilik tipine ait ölçeğin Cronbach Alpha değerlerinin 0,75-0,89 değerleri arasında olduğu görülmektedir. Yapılan çalışmada ise değişkene ait Cronbach Alpha değerinin bu değere yakın olduğu tespit edilmiştir. Küresel tüketici kültürüne yatkınlık ölçeğine ait Park(2014:281) tarafından yapılan çalışmada Cronbach Alpha değerlerinin 0,82- 0,91 aralığında seyrettiği görülmüştür. Yapılan çalışmada da benzer olarak Cronbach Alpha değerinin 0,87 olduğu görülmektedir.

c) Yorumlayıcı İstatistik Analizler

Araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör analizleri kapsamında Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik sayısı ve faktör yükleri incelenmiştir. KMO değerinin 0,5-1,0 arasında olması kabul edilebilir bir değerdir. Faktör yüklerinin ise 0,5'ten büyük olması beklenir ancak bazı durumlarda 0,3'ten büyük olması da kabul edilebilir bir durumdur(Seçer,2015:166).

Tablo 3: Beş Faktör Kişilik Tipine Göre KMO ve Bartlett Testi Değerleri

KMO Değeri		0,794
Bartlett Test Değeri	χ^2	1821,185
	SS	253
	P	0,000

Tablo 3'te bulunan veriler incelendiğinde, KMO değerlerinin 0,50 ile 1,00 arasında bir değer(0,794) alması yeterli örneklem sayısına sahip olduğunun göstergesidir. Bartlett testi değeri ise $\chi^2=1821,185$, $p=0,000$ olarak tespit edilmiştir. Bu verilerden hareketle verilerin birbiri ile ilişki gösterdiği ve veri setinin faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Beş Faktör Kişilik Tipi Faktör Yükleri

Madde		Faktör Yükü
Dışadönüklük		
6	Çok Konuşmam.	0,472
36	Dikkati kendi üzerime çekmekten hoşlanmam.	0,693
46	Yabancılar arasında genellikle sessizimdir.	0,626
Uyumluluk		
7	İnsanlarla ilgilenirim.	0,561
17	Başkalarının duygularını anlayıp paylaşıyorum.	0,700
27	Yumuşak kalpliyimdir.	0,586
37	Başkalarına zaman ayırırım.	0,615
42	Başkalarının duygularını hissedirim.	0,609
Sorumluluk		
8	Kişisel eşyalarımı etrafa bırakırım.	0,734
18	İşleri karma karışık yaparım.	0,581
28	Genellikle eşyaları yerine koymayı unuturum.	0,751
Duygusal Dengelilik		
4	Kolayca kendimi baskı altında hissedirim.	0,593
14	Her şeye endişelenirim.	0,663
24	Kolayca huzursuz olurum.	0,723
29	Moralim çabuk bozular.	0,687
39	Ruhsal dengem sık değişir.	0,539
44	Çabuk rahatsız olurum.	0,682
49	Çoğu zaman kendimi keyifsiz hissedirim.	0,557
Deneyime Açıklık		
25	Mükemmel fikirlerim vardır.	0,698
35	Olayları anlamada hızlıyım.	0,565
40	Zor kelimeler kullanırım.	0,571
45	Olaylar üzerine düşünerek vakit geçiririm.	0,495
50	Fikirlerle doluyumdur.	0,678

Beş değişkene ait 50 maddeli beş faktör kişilik ölçeğine ait maddelerden bazı maddeler faktör yükleri şartları sağlamamasından dolayı çıkarılmış; sonraki aşamada tekrar faktör yükleri hesaplanmıştır. Geriye kalan maddeler ise 0,495 ile 0,751 değerleri arasında faktör yüklerine sahiptir. Faktör yüklerinin 0,30'dan büyük olmasından dolayı ölçeğin geçerliliğe sahip olduğu söylenebilir.

Tablo 5: Küresel Tüketici Kültürüne Yatkinlık ve Küresel Marka Satın Alma Niyeti KMO ve Bartlett Testi Değerleri

KMO Değeri		0,897
Bartlett Test Değeri	χ^2	2301,221
	SS	105
	P	0,000

KMO değerlerinin 0,50 ile 1,00 arasında bir değer(0,897) alması yeterli örneklem sayısına sahip olduğunun göstergesidir. Bartlett testi değeri ise $\chi^2=2301,221$, $p=0,000$ olarak tespit edilmiştir. Bu

verilerden hareketle verilerin birbiri ile ilişki gösterdiği ve veri setinin faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Küresel Tüketici Kültürüne Yatkinlık ve Küresel Marka Satın Alma Niyeti Faktör Yükleri

Madde		Faktör Yükü
Küresel Tüketici Kültürüne Yatkinlık (Tüketim Trendlerine Uygunluk)		
1	Küresel markalar insanları onun sosyal grubunda iyi hissettirir.	0,705
2	Küresel markalar insanların küresel aidiyet duygusuna sahip olmalarını sağlar.	0,793
3	Küresel markalar insanların başkalarının iyi izlenimlerine sahip olmasını sağlar.	0,781
4	Küresel markalar kişileri çağdaş yaşam tarzına yakın hissettirir.	0,707
Küresel Tüketici Kültürüne Yatkinlık (Kalite Algısı)		
5	Küresel markalar çok yüksek kalite imajına sahiptir.	0,577
6	Küresel markaların güvenilirlik algısı çok yüksektir.	0,661
7	Küresel markalar son teknoloji ile ilgilidir.	0,750
8	Küresel markalar uzun ömürlü kaliteye sahiptir.	0,538
Küresel Tüketici Kültürüne Yatkinlık (Sosyal Saygınlık)		
9	Küresel markalar birinin trend görünümünü belirler.	0,549
10	Küresel markalar en son yaşam tarzını temsil eder.	0,639
11	Küresel markalar insanların sosyal imajını temsil eder.	0,703
12	Küresel markalar saygınlığın sembolü olarak görülürler.	0,768
Küresel Marka Satın Alma Niyeti		
13	Kullanmakta olduğum küresel markaları tekrar satın alma olasılığım yüksektir.	0,717
14	Kullanmakta olduğum küresel markaları tekrar satın almak isterim.	0,822
15	Yeniden ürün almak istesem küresel bir markayı satın alırım.	0,715

Üç değişkene ait 12 maddeli küresel tüketici kültürüne uygunluk ölçeği ve üç maddeden oluşan küresel marka satın alma niyeti ölçeğine ait faktör yükleri 0,538 ile 0,822 değerleri arasında değişmektedir. Faktör yüklerinin 0,30'dan büyük olmasından dolayı ölçeğin geçerliliğe sahip olduğu söylenebilir.

d) Hipotezlerin Test Edilmesi

H1: Beş faktör kişilik tipi küresel tüketici kültürüne yatkinlığı etkiler.

H1a: Beş faktör kişilik tipi küresel tüketici kültürüne yatkinlığın tüketim trendlerine uygunluk boyutunu etkiler.

Tablo 8: Küresel Tüketici Kültürüne Yatkinlığın(Tüketim Trendlerine Uygunluk) Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonucu

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	2,109	0,374	-	5,634	0,000
Dışa Dönüklük	-0,091	0,055	-0,083	-1,654	0,099
Uyumluluk	0,168	0,069	0,130	2,417	0,016
Sorumluluk	-0,077	0,053	-0,077	-1,466	0,144
Duygusal Dengelilik	-0,077	0,060	-0,067	-1,275	0,203
Deneyime Açıklık	0,361	0,074	0,262	4,875	0,000

Çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda küresel tüketici kültürüne yatkinlığın alt boyutu olan tüketim trendlerine uygunluğun; uyumluluk ve deneyime açıklığı etkilediği($R=0,362$, $R^2=0,131$, $F=11,429$ $p<0,05$); dışa dönüklük, sorumluluk ve duygusal dengelilik üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Standardize edilmiş β katsayısı ve t değerleri incelendiğinde küresel tüketici kültürüne yatkinlığın tüketim trendlerine uygunluk boyutunu en fazla karşılayan kişilik tipinin deneyime açık kişilik tipi olduğu görülmüştür. Hipotezin değerlendirilmesine ilişkin matematiksel model ise; $Y = 2,109 + 0,168*Uyumluluk + 0,361*Deneyime Açıklık$ şeklinde ifade edilebilir.

H1b: Beş faktör kişilik tipi, küresel tüketici kültürüne yatkinlığın kalite algısı boyutunu etkiler.

Tablo 9: Küresel Tüketici Kültürüne Yatkinlığın (Kalite Algısı) Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonucu

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	1,915	0,364	-	5,262	0,000
Dışa Dönüklük	-0,036	0,054	-0,035	-0,676	0,500
Uyumluluk	0,203	0,067	0,164	3,001	0,003
Sorumluluk	-0,006	0,051	-0,006	3,001	0,003
Duygusal Dengelilik	-0,035	0,059	-0,032	-0,601	0,548
Deneyime Açıklık	0,274	0,072	0,207	3,800	0,000

Çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda küresel tüketici kültürüne yatkinlığın alt boyutu olan kalite algısı; uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklığı etkilediği($R=0,323$, $R^2=0,105$, $F= 8.854$ $p<0,05$); duygusal dengelilik ve dışa dönüklük üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Standardize edilmiş β katsayısı ve t değerleri incelendiğinde küresel tüketici kültürüne yatkinlığın kalite algısı boyutunu en fazla karşılayan kişilik tipinin deneyime açık kişilik tipi olduğu görülmüştür. Hipotezin değerlendirilmesine ilişkin matematiksel model ise; $Y = 1,915 + 0,203*Uyumluluk + 0,274*Deneyime Açıklık$ şeklinde ifade edilebilir.

H1c: Beş faktör kişilik tipi, küresel tüketici kültürüne yatkınlığın sosyal saygınlık boyutunu etkiler.

Tablo 10: Küresel Tüketici Kültürüne Yatkınlığın (Sosyal Saygınlık) Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonucu

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	2,503	0,360	-	6,954	0,000
Dışa Dönüklük	-0,089	0,053	-0,088	-1,678	0,094
Uyumluluk	0,110	0,067	0,092	1,646	0,101
Sorumluluk	-0,030	0,051	-0,032	-0,558	0,130
Duygusal Dengelilik	-0,024	0,058	-0,022	-0,412	0,680
Deneyime Açıklık	0,213	0,071	0,167	2,986	0,003

Çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda küresel tüketici kültürüne yatkınlığın alt boyutu olan sosyal saygınlık; dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı; deneyime açıklık üzerine ise düşük seviyede bir etki olduğu saptanmıştır (R=0,245, R²=0,060, F= 4,858, p<0,05). Standardize edilmiş β katsayısı ve t değerleri incelendiğinde küresel tüketici kültürüne yatkınlığın sosyal saygınlık boyutunu en fazla karşılayan kişilik tipinin deneyime açık kişilik tipi olduğu görülmüştür. Hipotezin değerlendirilmesine ilişkin matematiksel model ise; $Y = 2,503 + 0,213 * \text{Deneyime Açıklık}$ şeklinde ifade edilebilir.

H2: Küresel tüketici kültürüne yatkınlık küresel marka satın alma niyetini etkiler.

Tablo 11: Küresel Marka Satın Alma Niyetinin Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonucu

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit	0,658	0,171	-	3,843	0,000
Sosyal Saygınlık	0,207	0,059	0,189	3,536	0,000
Kalite Algısı	0,372	0,054	0,350	6,912	0,000
Tüketim Trendine Uygunluk	0,221	0,050	0,218	4,431	0,000

Çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda küresel marka satın alma niyetinin küresel tüketici kültürüne yatkınlık ile orta seviyede bir ilişkiye sahip olduğu saptanmıştır (R=0,637 , R²=0,405, F= 86,595, p<0,05). Buna göre tüketici kültürüne yatkınlık küresel marka satın alma niyeti üzerine bir etkiye sahiptir. Standardize edilmiş β katsayısı ve t değerleri incelendiğinde küresel marka satın alma niyetini en fazla etkileyen küresel tüketici kültürüne yatkınlık alt boyutunun kalite algısı boyutu olduğu, en az etkileyen alt boyutun ise sosyal saygınlık olduğu görülmüştür. Hipotezin değerlendirilmesine ilişkin matematiksel model ise; $Y = 0,658 + 0,207 * \text{Sosyal Saygınlık} + 0,372 * \text{Kalite Algısı} + 0,221 * \text{Tüketim Trendlerine Uygunluk}$ şeklinde ifade edilebilir.

SONUÇ

Küreselleşme olgusu dünya çapında birçok faaliyeti etkilediği gibi pazarlama alanında da büyük etkilere sahip olmuştur. Bu durum tüketim kültürünün sınırları aşmasına sebep olmuştur. Bu doğrultuda tüketim alışkanlıkları benzer hale gelmiş ve küresel markalar tüm pazarda kendini göstermeye başlamıştır.

Yine küreselleşme olgusu sonucu benzer özellikler taşıyan tüketiciler farklı kategorilerde sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmalardan biri de kişilik tiplerine göre sınıflandırmadır. Bu doğrultuda en çok kullanılan kişilik tiplerinden biri olan “Büyük Beşli Kişilik Tipi” olarak da bilinen “Beş Faktör Kişilik Tipi” dikkate alınmış ve kişilik tiplerine göre küresel tüketici kültürüne yakınlık ve küresel tüketici kültürüne yakınlığa göre küresel marka satın alma niyeti incelenmiştir.

Araştırmada; küresel tüketici kültürüne yakınlığın alt boyutu olan tüketim trendlerine uygunluğun; uyumluluk ve deneyime açıklığı etkilediği; dışa dönüklük, sorumluluk ve duygusal dengeliliği ise anlamlı düzeyde etkilemediği görülmüştür. Yine küresel tüketici kültürüne yakınlığın alt boyutu olan kalite algısı; uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklığı etkilediği ancak duygusal dengelilik ve dışa dönüklük üzerinde anlamlı düzeyde etkiye sahip olmadığı görülmüştür. Ayrıca; küresel tüketici kültürüne yakınlığın alt boyutu olan sosyal saygınlık; dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal dengelilik üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı fakat deneyime açıklık üzerine ise anlamlı düzeyde bir etki olduğu sonucuna varılmıştır.

Son olarak küresel marka satın alma niyetinin küresel tüketici kültürüne yakınlık üzerine orta seviyede anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Araştırmada; küresel tüketici kültürüne en yakın olan tüketicilerin deneyime açık kişilik tipine sahip tüketiciler olduğu sonucuna varılmıştır. Yine tüketicilerin küresel marka satın alırken en önem verdiği faktörün kalite algısı faktörü olduğu görülmektedir. Bulgulardan hareketle tüketiciler genellikle küresel markaların daha kaliteli olduğunu düşündükleri için satın almaktadır. Ancak tüketiciler, tüketim trendlerine uymak ve sosyal saygınlık kazanmak için de küresel markalara yönelmektedirler.

Günümüz pazar şartlarında işletmeler küresel düşünmek zorundadır. Çalışma küresel marka olan veya küresel pazara açılmak isteyen işletmelere kişilik tiplerine göre değerlendirme yapma ve stratejiler geliştirme hususunda yardımcı olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akaka, M. A., & Alden, D. L. (2010).” Global Brand Positioning And Perceptions: International Advertising and Global Consumer Culture.” *International Journal of Advertising*, 29(1), 37-56.
- Bacanli, H. , İlhan, T. , & Aslan, S. (2009). “Beş Faktör Kuramına Dayalı Bir Kişilik Ölçeğinin Geliştirilmesi: Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi (SDKT).” *Journal of Turkish Educational Sciences*, 7(2).
- Bakker, A. B., Van Der Zee, K. I., Lewig, K. A., & Dollard, M. F. (2006). “The Relationship Between the Big Five Personality Factors and Burnout: A Study Among Volunteer Counselors.” *The Journal of social psychology*, 146(1), 31-50.
- Bartsch, F., Diamantopoulos, A., Paparoidamis, N. G., & Chumpitaz, R. (2016). “Global Brand Ownership: The Mediating Roles of Consumer Attitudes and Brand Identification.” *Journal of Business Research*, 69(9), 3629-3635.
- Coşkun, R. , Altunışık, R. , Bayraktaroğlu, S. , Yıldırım, E. (2015), “Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı” Adapazarı: Sakarya Kitapevi.

- Çelik, F. (2015), “Küresel Marka Yaratma Sürecinin Ekonomiye Katkısı: Uluslararası Uygulamalar ile Turquality Modelinin Karşılaştırılması” Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, *Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı*, Ankara, Turkey.
- Doğan, T. (2012). “Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Öznel İyi Oluş.” *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 56-64.
- Glass, R., Prichard, J., Lafortune, A., & Schwab, N. (2013). “The Influence of Personality and Facebook Use on Student Academic Performance.” *Issues in Information Systems*, 14(2), 119-126.
- İslamoğlu, H. (2014) “Küresel Pazarlama”, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kalbakhanı, E. (2013). Yaşam Tarzının Ve Tüketici Etnosentrizminin Satın Alma Niyeti Üzerinde Etkisinin İncelenmesi: Erzurum’da Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Kiffin-Petersen, S. A., Jordan, C. L., & Soutar, G. N. (2011). “The Big Five, Emotional Exhaustion and Citizenship Behaviors in Service Settings: The Mediating Role of Emotional Labor.” *Personality and Individual Differences*, 50(1), 43-48.
- Oktaş, E. , Gelibolu, L. , Çamkaya, S.(2015), “Kafkas Üniversitesi Öğrencilerinin Kars İlinden Memnuniyetleri Üzerinde Etkili Olan Faktörlerin Araştırılması” Zafer Medya Yayınları, Erzurum.
- Park, H. J. (2014). Determinants of Susceptibility to Global Consumer Culture. *The Research Journal of the Costume Culture*, 22(2), 273-289.
- Sawyer, O. O. , Srinivas, S. , & Wang, S. (2009). “Call Center Employee Personality Factors and Service Performance.” *Journal of Services Marketing*, 23(5), 301-317.
- Seçer, İ. (2015), “SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi” Ankara:Anı Yayıncılık
- Söylemez, C., & Taşkın, E. (2015). “Tüketicilerin Küresel Marka Algısı ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi.” *Dumlupınar University Journal of Social Science/Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (45).
- Sudak, M. K., & Zehir, C. (2013). Kişilik Tipleri, Duygusal Zeka, İş Tatmini İlişkisi Üzerine Yapılan Bir Araştırma/Types of Personality, Emotional Intelligence, With a Study on the Relationship Between Job Satisfaction. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Yönetim Bilimleri Dergisi*, 11(22), 141.
- Taşkın, E. , Söylemez, E, “Küreselleşme ve Küresel Marka Algısının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi” 20. *Ulusal Pazarlama Kongresi*.
- Tatar, A. (2017) “Büyük Beş-50 Kişilik Testinin Türkçeye çevirisi ve Beş Faktör Kişilik Envanteri Kısa Formu ile Karşılaştırılması.” *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 18(1), ss.51-61
- Zhou, Lianxi, Lefa Teng, Patrick S. Poon. "Susceptibility to Global Consumer Culture: A Three-Dimensional Scale." *Psychology & Marketing* 25.4 (2008): 336-351.



PAZARLAMA YOĞUNLUĞU VE FIRMA PERFORMANSI İLİŞKİSİ: BİST'DE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Yücel AYRIÇAY¹
Meltem KILIÇ²

Özet

Bu çalışmada pazarlama yoğunluğunun firma performansı üzerindeki etkisi ve bu etkinin gıda ve metal eşya, makine ve gereç yapım sektörleri açısından farklılaşp farklılaşmadığı araştırılmaktadır. Bu amaçla, 2005-2015 yılları arasında Borsa İstanbul (BİST) 100 endeksinde listelenen 21 gıda ve 21 metal eşya, makine ve gereç yapım firmasının yıllık verileri üzerinden 462 gözlem kullanılmıştır. Çalışmada, panel veri regresyon modellerinde sabit etki regresyon yöntemi uygulanarak analizler yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, pazarlama yoğunluğunun PD/DD üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Ancak, bu etki belirli bir noktaya kadar pozitif, bu noktadan sonra negatif yönlüdür. Gıda ve metal eşya, makine ve gereç yapım sektörlerinde pazarlama yoğunluğunun PD/DD oranı etkisinin farklılaştığı tespit edilmiştir. Metal eşya, makine ve gereç yapım sektöründeki pazarlama harcamalarının satışlara oranının PD/DD oranını gıda sektörüne göre pozitif yönde daha yüksek oranda etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama Yoğunluğu, Firma Değeri, Performans, Panel Veri Analizi

Jel Sınıflandırılması: L20, M31, M41

THE RELATIONSHIP MARKETING INTENSITY AND FIRM PERFORMANCE: A FIELD INVESTIGATION IN BIST

Abstract

This study investigates the effect of marketing intensity on firm performance and whether this effect is differentiated in terms of food and metal industry sectors. For this purpose, 462 observations were used over the annual data of 21 food and 21 metal products, machinery and equipment firms listed in Stock Exchange Istanbul (BIST) 100 index between 2005 and 2015. In the study, panel data regression models were analyzed by applying constant effect regression method. According to obtained results, there is a positive and statistically significant effect of marketing intensity on the PD/DD. However this effect is positive up to a certain point, and negative after that point. In the food and metal products, machinery and equipment sectors is differentiated of marketing intensity on PD/DD. It has been determined that the ratio of marketing expenditures to sales in the metal products, machinery and equipment sector affects PD/DD in the positive direction and higher level than the food sector. **Key Words:** Globalization, Global Consumer Culture, Global Brand Purchase Intention

Key Words: Marketing Intensity, Firm Value, Performance, Panel Data Analysis

Jel Classification: L20, M31, M41

¹ Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, yucelayricay@ksu.edu.tr

² Dr., meltem.kilic@hotmail.com

GİRİŞ

Rekabet koşullarının iyice arttığı günümüzde firmalar varlıklarını sürdürebilmek, satış hasılatı ve kar elde edebilmek için kendilerini buldukları sektördeki diğer firmalardan farklı kılmaları gerekmektedir. Bu farklılığı oluşturabilmenin yollarından biri de pazarlamadır. Pazarlama, bir malın ve hizmetin üretim aşamasının başından sonuna kadar devam eden veya tüketiciye ulaştırılmasını sağlayan faaliyetlerdir. Pazarlama faaliyetleri, bir firmanın mal ve hizmetlerinin pazardaki müşteriler ve tüketiciler tarafından kabul görmesini sağlamak için yapılan ve bu kişilerin satın alma kararlarını etkileyen her türlü promosyon, fiyatlama ve satış faaliyetlerini ifade etmektedir (Ülgen-Mirze, 2004:123). Gelir getiren faaliyetler arasında yer alan pazarlama yatırımları firmaların satışlarını artırarak performansını iyileştirmektedir (Çıtak, 2015:50). Topuz ve Akşit'e (2013) göre, pazarlama faaliyeti yaparak güncel ve modern başarı elde etmek isteyen firmalar değer odaklı teklifler yaptıkları sürece hedeflerine ulaşabilirler. Bundan dolayı pazarlama harcamaları, değer yaratan ve firmanın piyasa değerini etkileyen bir yatırım olarak görülmektedir. Dolayısıyla, firmaya yatırım yapacak yatırımcılar açısından firmanın finansal durumunu gösteren bir gösterge olarak kabul edilmektedir (Bae-Kim vd. 2016:5).

Günümüzde firmaların başarılı olabilmesi, karını ve satış gelirlerini artırabilmesi, yüksek piyasa değerine sahip olabilmesi (Konak, 2015:1068), rekabet edebilmesi, müşteri ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilmesi için pazarlama faaliyetlerine önem vermesi ve harcama yapması gerekmektedir. Firmalar pazarlama faaliyetleri yaparak daha çok müşteriye ulaşabilmekte, satışlarını ve karını artırmaktadır. Teorik olarak, firmalar pazarlama faaliyetlerine önem verdikçe performansları artmaktadır (Çiftçi-Doğaney vd. 2010:96).

Pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmek için yapılan parasal fedakârlıkların tümü pazarlama giderleri veya harcamaları olarak ifade edilmektedir (Akdoğan, 1982:4). Pazarlama harcamaları genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre gelir tablosundan yer alan faaliyet giderleri içerisindeki en önemli göstergelerden birisidir. Ancak, son yıllarda ortaya atılan bazı finansman yaklaşımlarına göre pazarlama harcamaları bir gider unsuru olarak değil, firmanın gelecekte değerini artıracak bir yatırım unsuru olarak değerlendirilmektedir. Pazarlama harcamaları kısa dönemde bir maliyet unsuru olarak düşünülse de uzun dönemde firmanın satışlarını ve karını arttırması beklenmekte (Topuz-Akşit, 2013:53-54), gelecekte değer yaratacak bir olgu olduğu savunulmaktadır (Doğan-Mecek, 2014:181).

Pazarlamanın finansal yönetim içerisindeki değerinin ve öneminin günden güne artmasının iki temel nedeni bulunmaktadır. Bunlardan ilki; üretim ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren firmaların üretim kapasitelerinin sürekli artması, ikincisi; devletin piyasaların işleyişi üzerindeki kontrol alanlarını küçültmesi ve ticari sınırlarını azaltması ile artan rekabet ortamıdır (Külter-Demirgüneş, 2006:328). Etkin piyasa hipotezi bakımında değerlendirildiğinde, eğer piyasadaki yatırımcılar pazarlama faaliyetlerine pazarlamanın ileri dönemdeki faydasına hizmet edecek şekilde değer atfediyorlarsa, şu anki piyasa değerleriyle pazarlama harcamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğundan söz edilebilecektir (Coşkun-Kök vd. 2010:69).

Firmaların faaliyetlerini etkin bir şekilde devam ettirmesi amacıyla gerçekleştirdikleri pazarlama faaliyetleri ve diğer faaliyetlerle ilgili giderler oldukça yüksektir. Bu nedenle, faaliyet giderlerinin firma performansı üzerindeki etkisini inceleyen birçok çalışma olduğu görülmektedir. Bu çalışmalarda pazarlama faaliyetlerinin firma performansı göstergelerinden özellikle satışlar, kar ve firma değeri üzerindeki etkisi üzerinde durulmuştur. Bu noktadan hareketle pazarlama faaliyetlerine ait giderlerin farklı sektörlerdeki firmaların performansını nasıl etkilediği bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır.

Bu doğrultuda çalışmanın amacı, pazarlama yoğunluğunun firma değeri üzerindeki etkisinin gıda ve metal eşya, makine ve gereç yapım sektörü açısından incelenmesidir. Ayrıca, çalışma kapsamında pazarlama yoğunluğunun firma değeri üzerindeki etkisinin gıda ve metal eşya, makine ve gereç yapım sektöründe faaliyet gösteren firmalar açısından farklılık gösterip göstermediğine bakılmıştır. Bu

kapsamda, Borsa İstanbul (BIST) 100 endeksinde işlem gören gıda sektöründeki 21 ve metal eşya, makine ve gereç yapım sektöründeki 21 firmanın 2005-2015 yıllarına ait mali tablo ve piyasa verilerinden yararlanılmıştır.

I. LİTERATÜR TARAMASI

Yerli ve yabancı araştırmalara ait literatür taramasında pazarlama harcamaları ve firma performansı arasındaki ilişki ölçen çalışmaların yer aldığı görülmektedir. Bazı araştırmacılar, pazarlama harcamaları ile firma performansı arasında herhangi bir ilişki bulamazken bazıları olumlu veya olumsuz ilişki olduğuna işaret etmişlerdir.

Brooksbank vd.'nin (1992), İngiltere'deki küçük ve orta ölçekli firmalar üzerine yaptıkları çalışmada pazarlama odaklı olmanın firmanın başarısını artırdığını saptamışlardır. Firmaların pazarlama harcamalarının artırılmasının firmanın başarısını ve satışlarını artıracağını tespit etmişlerdir.

Chuavin ve Hirschey (1993), çalışmalarında 1988-1990 yılları arasında Compustat'a faaliyet gösteren 1500 firmanın pazarlama yoğunluğu ile PD/DD oranı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma sonucunda pazarlama yoğunluğunu PD/DD'ni istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif etkilediğine ulaşılmıştır.

Dekimpe ve Hansses (1995), zaman serisi analizi kullanarak pazarlamanın satışlar üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Bu araştırma sonucunda pazarlama harcamalarının uzun dönemde satışları olumlu yönde etkilediğine ulaşılmıştır.

Yücel ve Kurt (2003), pazarlama giderlerinin firmanın karlılığı ve satışları üzerindeki etkisini ölçmüşlerdir. Araştırma bulgularında pazarlama giderlerinin net karı negatif, faaliyet karı ve satışları pozitif etkilediğini tespit etmişlerdir.

Gupta ve Zeithaml (2006), pazarlama giderleri ile firma performansı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmalarının sonucunda, müşteri tatmini, müşteriye elde tutma ve müşteri değerinden oluşan pazarlama faaliyetleri ile karlılık arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu saptamışlardır.

Çiftçi vd. (2010), pazarlama giderlerinin işletme karlılıkları üzerindeki etkisi konulu çalışmalarında 2000-2008 yılları arasında İMKB'de işlem gören 82 firma üzerine yapmışlardır. Çalışmalarının sonucunda, pazarlama giderlerinin, genel yönetim harcamalarının ve toplam aktif büyüklüğün firmaların performansı üzerinde pozitif etkisinin olduğunu ulaşılmıştır.

Coşkun vd. (2010), 1996-2005 yılları arasında İMKB'de faaliyet gösteren 99 firmanın pazarlama faaliyetlerinin uzun ve kısa dönemde firma değerine olan etkisini araştırmışlardır. Araştırma bulguları sonucunda, pazarlama harcamalarındaki artışın firma değerini belirli bir noktaya kadar artırdığı, ancak, bu noktadan sonraki ortaya çıkan artışın firma değerini düşürdüğünü tespit etmişlerdir. Diğer bir ifadeyle, kısa ve uzun dönemde pazarlama harcamaları ile firmadeğeri arasındaki ilişki konkavdır.

Candemir ve Zalluhoğlu (2011), 1997-2010 yılları arasında Türkiye'de yaşanan kriz dönemlerinde İMKB Gıda sektöründeki şirketlerin ar-ge ve pazarlama harcamalarının firma satışlarına etkisini incelemişlerdir. Çalışmalarının sonucunda özellikle kriz dönemlerinde ve sonrasında pazarlama harcamalarının satış üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir.

Topuz ve Akşit (2013), İMKB Gıda Sektöründeki firmaların pazarlama, satış ve dağıtım harcamalarının firma pay senedi getirileri üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Sonuç olarak, pazarlama harcamalarının cari dönemde pay senedi getirilerini pozitif etkilediği ve pazarlama harcamalarıyla pay senedi arasındaki ilişkinin konkav olduğuna ulaşılmıştır.

Rabiei ve Dadkhah (2014), 2001-2009 yılları arasında İran imalat sanayi firmaların Ar-ge harcamaları, pazarlama giderleri ve pazar yoğunlaşmasının karlılık üzerindeki etkisini araştırmışlardır.

Analiz sonuçlarına göre, pazarlama giderleri ve pazarlama yoğunlaşmasının karlılık üzerinde etkili bir faktör olduğunu tespit etmişlerdir.

Doğan ve Mecek (2015), 2009-2012 yılları arasında BIST İmalat Sanayi Endeksinde faaliyet gösteren 120 firmanın pazarlama giderlerinin firma değerleri üzerindeki etkisini araştırmışlar ve pazarlama giderleri ve firma değeri arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğuna ulaşmışlardır.

Konak (2015), BIST Tekstil ve Deri Endeksinde 2009-2013 yılları arasında faaliyet gösteren 22 firmanın pazarlama yoğunluğunun farklı performans ölçütlerine etkisini araştırmıştır. Çalışmanın sonucunda, pazarlama yoğunluğunun aktif karlılık, özsermaye karlılığı ve Tobin-Q oranını pozitif etkilediğini tespit etmiştir.

Öztürk ve Dülgeroğlu (2016), BIST İmalat Sanayi Endeksinde 2007-2015 yılları arasında faaliyet gösteren 44 şirketin pazarlama ve genel yönetim giderlerinin firma performansına etkisini araştırmışlardır. Elde edilen sonuçlara göre pazarlama giderleri genel yönetim giderlerine göre daha büyük olan firmaların güçlü bir satış performansı olduğuna ulaşılmıştır. Diğer bir ifadeyle, satış performansını artırmak için pazarlama giderlerine yönelik gerçekleştirilecek yatırımlara daha fazla önem verilmelidir.

Hacıhasanoğlu vd. (2017), BIST İmalat ve Hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren firmaların 2005-2016 yılları arasındaki pazarlama giderlerinin satış gelirleri üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda; pazarlama giderlerinin satış gelirleri üzerinde pozitif bir etkisinin olduğuna, imalat ve hizmet sektörleri arasında pazarlama giderlerinin satış gelirlerine etkisinin farklılaştığı ulaşılmıştır.

Kayihan ve Tepeli (2017), 2011-2015 yılları arasındaki 3'er aylık verileri esas alınarak BIST metal eşya, makine ve gereç yapım sektöründe işlem gören firmaların faaliyet giderlerinin faaliyet karına olan etkisini araştırmışlardır. Araştırmanın bulgularında, faaliyet giderlerinden ar-ge harcamalarının ve pazarlama, satış ve dağıtım giderlerinin faaliyet karını pozitif etkilediğine ulaşılmıştır.

II. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Çalışmanın amacı, BIST 100 endeksinde yer alan gıda ve metal eşya, makine ve gereç yapım sektöründeki firmaların pazarlama yoğunluğunun firma değeri üzerindeki etkisini ve bu sektörler arasında farklılık olup olmadığını ortaya koymaktır. Bu amaçla, çalışmanın veri seti 2008 ve öncesi BIST resmi internet sitesinden (www.borsaistanbul.com) ve 2009 ve sonrası Kamu Aydınlatma Platformu (www.kap.gov.tr) internet sitesinden elde edilmiş ve Eviews 8 ve Stata 14 paket programları kullanılarak analiz yapılmıştır.

Veri seti, çalışma dönemi olarak seçilen 2005-2015 yılları arasında kesintisiz faaliyet gösteren 21 gıda sektörü ve 21 metal eşya, makine ve gereç yapım sektörünün yıllık mali tablolarından alınan kalemler ile oluşturulmuştur. Çalışmaya dahil edilen gıda ve metal eşya, makine ve gereç yapım sektörlerindeki firmalar Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Analize Dahil Edilen Gıda ve Metal Eşya ve Makina Sektörü Firmaları

GIDA SEKTÖRÜ			METAL EŞYA, MAKİNA Ve GEREÇ YAPIM SEKTÖRÜ		
Sıra	Kod	Firma Adı	Sıra	Kod	Firma Adı
1	ALYAG	Altınyag Kombinaları A.Ş.	1	ALCAR	Alarko Carrier Sanayi ve Ticaret A.Ş.
2	AEFES	Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayii A.Ş.	2	ASUZU	Anadolu Isuzu Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.

3	BANVT	Banvit Bandırma Vitaminli Yeml Sanayii A.Ş.	3	ARCLK	Arçelik A.Ş.
4	COLA	Coca-Cola İçecek A.Ş.	4	BFREN	Bosch Fren Sistemleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.
5	DARDL	Dardanel Önentaş Gıda Sanayi A.Ş.	5	DITAS	Ditaş Tedek Parça İmalat ve Teknik A.Ş.
6	ERSU	Ersu Meyve ve Gıda Sanayi A.Ş.	6	EGEEN	Ege Endüstri ve Ticaret A.Ş.
7	FRIGO	Frijo-Pak Gıda Maddeleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.	7	EMKEL	Emek Elektrik Endüstrisi A.Ş.
8	KENT	Kent Gıda Maddeleri Sanayii ve Ticaret A.Ş.	8	EMNIS	Eminiş Ambalaj Sanayi ve Ticaret A.Ş.
9	KERTV	Kerevitaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	9	FMIZP	Federal-Mogul İzmit Piston ve Pim Üretim Tesisleri A.Ş.
10	KNFRT	Konfrut Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	10	FROTO	Ford-Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.
11	KRSTL	Kristal Kola ve Meşrubat Sanayi Ticaret A.Ş.	11	GEREL	Gersan Elektrik Ticaret ve Sanayi A.Ş.
12	MERKO	Merko Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	12	IHEVA	İhlas Ev Aletleri İmalat Sanayi ve Ticaret A.Ş.
13	PENGD	Peguen Gıda Sanayi A.Ş.	13	KARSN	Karsan Otomotiv Sanayi ve Ticaret A.Ş.
14	PETUN	Pınar Entegre Et ve Un Sanayi A.Ş.	14	KLMSN	Klimasan Klima Sanayi ve Ticaret A.Ş.
15	PINSU	Pınar Su Sanayi ve Ticaret A.Ş.	15	MAKTK	Makine Takım Endüstri A.Ş.
16	PNSUT	Pınar Sit Mamülleri Sanayii A.Ş.	16	OTKAR	Otokar Otomotiv ve Savunma Sanayi A.Ş.
17	SELGD	Selçuk Gıda Endüstri İhracat İthalat A.Ş.	17	PARSN	Parsan Makine Parçaları Sanayi A.Ş.
18	TATGD	Tat Gıda Sanayi A.Ş.	18	TOASO	Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.
19	TBORG	Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayii A.Ş.	19	PRKAB	Türk Prysmian Kablo ve Sistemleri A.Ş.
20	TUKAŞ	Tukaş Gıda Sanayi ve Ticaret A.Ş.	20	TTRAK	Türk Traktör ve Ziraat Makineleri A.Ş.
21	ULKER	Ülker Bisküvi Sanayi A.Ş.	21	VESBE	Vestel Eşya Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Araştırma kapsamında kullanılan bağımlı değişken defter değerine karşın firmanın piyasa değerini gösteren PD/DD oranıdır. “Her bir pay senedinin piyasa değeri/Her bir pay senedinin defter değeri” şeklinde hesaplanan oran, firmaların piyasa değerinin, özsermayesinin kaç katı olduğunu göstermekte olup; çoğunlukla bu oran büyüdükçe pay senedi değeri kazanmaktadır (Ercan-Ban, 2008:51).

Çalışmanın bağımsız değişkenlerden ilki pazarlama yoğunluğudur. Pazarlama yoğunluğu, bir firmanın pazarlama giderlerinin satışlarına oranlaması ile elde edilmektedir. İkincisi ise, pazarlama yoğunluğunun karesidir. Pazarlama yoğunluğunun karesi, bir firmanın pazarlama faaliyetlerinin firma değerini önce artıracakını belli bir noktadan sonra azaltacağını ifade eden konkav yapıdır (Coşkun-Kök vd. 2010:72). Diğer bağımsız değişkenler ise kontrol değişkeni olarak ifade edilen ve analizin açıklama gücünü artıran kaldırma oranı (borçluluk oranı), satışların logaritması ve firma varlıklarının logaritmasıdır. Analizde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler Tablo 1’de özetlenmektedir.

Tablo 1. Analizde Kullanılan Değişkenler

Değişkenler	Tanımlamaları	Hesaplamalar
Bağımlı Değişken		
Firma Değeri	Piyasa Değeri/Defter Değeri	PD/DD
Bağımsız Değişkenler		
Pazarlama Yoğunluğu	Pazarlama Giderleri/Satışlar	PY
Pazarlama Yoğunluğu Karesi	(Pazarlama Giderleri/Satışlar) ²	PY ²
Kontrol Değişkenleri		
Kaldıraç Oranı	Toplam Borç/Özsermaye	LEV
Satışları Büyüklüğü	Satışların Logaritması	LSATIS
Toplam Varlıklar	Toplam Varlıkların Logaritması	LVARLIK

Analizde kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenler ve literatürde yer alan (Chuavin-Hirschey (1993); Coşkun-Kök vd. (2010); Topuz-Akşit (2013); Konak (2015)) çalışmalar esas alınarak belirlenmiş, aşağıdaki regresyon hipotez ve model gıda sektörü ve metal eşya ve makine sektörü için ayrı ayrı uygulanmıştır. Çalışmanın hipotezi Coşkun vd. (2010) çalışmaları baz alınarak kurulmuştur.

H₁: Pazarlama yoğunluğu ile firma değeri arasındaki ilişki belirli bir noktaya kadar pozitif, bu noktadan sonra negatiftir.

Bu temel hipotez dikkate alınarak gıda sektörü ve metal eşya ve makine sektörü için kurulan hipotez model 1'deki gibi oluşturulmuştur.

$$\text{Model 1: } PD/DD_{it} = \beta_{it} + \beta_2PY_{it} + \beta_3PY_{it}^2 + \beta_4LEV_{it} + \beta_5LSATIS_{it} + \beta_6LVARLIK_{it} + u_{it}$$

III. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

Literatürde firmaların performansını belirlemek için genellikle regresyon, ki-kare, t-testi, korelasyon, kümeleme ve faktör analizi kullanıldığı belirlenmiştir. Bu yöntemlerden en çok regresyon analizinin kullanıldığı görülmüştür. Bu çalışmada da, bu alandaki gelişmeler ve kullanılan veri setleri dikkate alınarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için panel veri regresyon analizi kullanılacaktır.

Greene (2003), panel veri analizini zaman ve yatay kesit verilerinin bir arada kullanıldığı analizler şeklinde ifade etmiştir. Panel veri analizinde kullanılan yöntemler ise yatay kesitin zaman kesitinden büyük olduğu (N>T) duruma ve zaman boyutunun yatay kesit boyutundan büyük olduğu (T>N) duruma göre değişmektedir. Çalışmamızda incelenen örnekleme yatay kesit sayısı zaman boyutundan fazla (N>T) olduğundan dolayı statik panel veri regresyon analizleri tercih edilmiştir.

Panel veri analizinde, zaman boyutu (T) ile kesit boyutu (N) arasındaki ilişkiyi incelemek için kullanılan panel veri regresyon modeli en basit haliyle aşağıdaki gibi gösterilmektedir (Baltagi, 2014:13);

$$y_{it} = \beta_0 + X_{kit}\beta + u_{it} \quad (i=1,2,\dots,N; t=1,2,\dots,T)$$

Modelde, i yatay kesit boyutunu, t ise zaman boyutunu göstermektedir. Modeldeki β_0 ise bir sabit terimi, β belirlenen açıklayıcı değişkenin tahmin edilen katsayımı, X_{kit} , gözlenebilen açıklayıcı değişkeni, K açıklayıcı değişken üzerindeki it tane gözlemi ifade eder iken, u hata terimlerini göstermektedir.

Statik panel veri regresyon modeli; havuzlanmış EKK yöntemi, sabit etki regresyon modeli ve rassal etki regresyon modelleri ile hesaplanmaktadır. Bu modellerden havuzlanmış EKK modeli, hem sabit hem de eğim katsayılarının yatay kesite ve zamana göre sabit olduğu durumlarda kullanılan bir modeldir (Tatoğlu, 2012:40). Sabit etki modeli, her bir yatay kesitin sabit katsayılarının farklı olmasına

ancak eğim katsayılarının aynı olmasına izin vermektedir (Baltagi, 2014:14). Rassal etki modelinde ise birim etkileri sabit olmadığından dolayı sabit parametre içerisinde değildir ve tesadüfidir (Wooldridge, 2002:257).

Statik panel veri regresyon analizinin yapılmasının uygun olacağı belirlendikten sonra ilk olarak pazarlama yoğunluğunun firma değeri üzerindeki etkisini belirlemek için kurulan modelin bağımlı ve bağımsız değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikleri sektörler göre Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Gıda ve Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım Sektörü Tanımlayıcı istatistikleri

Panel A: Gıda Sektörü Firmaları					
	Gözlem	Minimum	Maksimum	Ortalama	Standart Sapma
PD/DD	231	-0.9845	0.9776	0.0050	0.2994
PY	231	0.0061	0.5775	0.1332	0.1012
PY²	231	0.0003	0.3335	0.0279	0.0444
LEV	231	-27.378	206.12	2.3153	14.6838
LSATIS	231	13.9843	21.9843	18.3233	1.7318
LVARLIK	231	14.0109	22.0910	18.4583	1.5993
Panel B: Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım Sektörü Firmaları					
PD/DD	231	-0.9889	0.9989	0.1317	0.3863
PY	231	0.0016	0.1921	0.0650	0.0409
PY²	231	0.0002	0.0369	0.0059	0.0070
LEV	231	-16.0545	20.2424	1.5059	3.0052
LSATIS	231	14.7489	23.5415	18.4858	1.8401
LVARLIK	231	14.4748	22.9034	18.5015	1.7725

Tablo 2’de açıklanan tanımlayıcı istatistik sonuçlarına göre, incelenen dönemde gıda sektöründe en yüksek ortalamaya sahip olan değişkenin 18.45 ile toplam varlıklar, en düşük ortalamaya sahip olan değerin ise 0.005 ile PD/DD olduğuna ulaşılmıştır. Metal eşya ve makine sektöründe yer alan firmalara ait ortalamalar incelendiğinde en yüksek ortalamaya 18.50 ile varlıkların, en düşük ortalamaya 0.0059 ile piyasa yoğunluğu karesinin olduğu saptanmıştır.

III.I. Panel Veri Modeline İlişkin Gerçekleştirilen Ön Testler

Panel veri analizinde, kurulan regresyon modelinin tahmin edilmesi için ilk olarak hangi yöntemin kullanılacağına karar verilmesi gerekmektedir. Yöntem belirlendikten sonra modele ilişkin katsayı tahminleri yapılmaktadır. Kurulan modelde gıda ve metal eşya ve makine sanayisindeki firmaların verileri dikkate alınarak F testi, Breush Pagan LM testi ve Hausman test yapılmıştır. Bu testler ile Havuzlanmış EKK yönteminin mi, Sabit etki yönteminin mi yoksa Rassal etki yönteminin mi uygulanması gerektiğine karar verilmiştir.

a. F Testi

F testinde, panel veri modellerinden havuzlanmış EKK modelinin geçerliliği, yani verilerin birimlere göre farklılık gösterip göstermediği test edilmektedir. Veriler birimlere göre farklılık göstermiyorsa klasik havuzlanmış EKK modeli ile analizin yapılması uygun olacaktır. Bu amaçla, kısıtlı ve kısıtsız model olmak üzere iki tür model kullanılmaktadır. Kısıtlı modelde, değişkenlere ait verinin birimlere göre değer aldığı; kısıtsız modelde ise, birim farklılıklarının önemli olmadığı ifade edilmektedir (Tatoğlu, 2012:164).

$$\text{Kısıtsız model; } Y_{it} = X_{it}\beta_i + u_{it} \quad i = 1, 2, \dots, N$$

$$\text{Kısıtlı model; } Y = X\beta + u$$

Kurulan hipotez ise;

H_0 : Havuzlanmış EKK modeli geçerlidir. Birim etkisi yoktur.

Şeklinde gösterilmektedir. Sıfır hipotezinin reddedilmemesi durumunda havuzlanmış EKK modeli ile analiz yapılmaktadır (Tatoğlu, 2012:164). Modeli seçiminin ilk testi olarak yapılan F testi sonuçları Tablo 3’de gösterilmektedir.

Tablo 3. F Testi İstatistikleri Sonuçları

	F İstatistiği	Olasılık Değeri
Gıda Sektörü	4.31*	0.0000
Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım Sektörü	7.44*	0.0000

Not: *, %1 katsayı anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 3’deki F testi sonuçlarına göre, her iki sektör için kurulan modele uygulanan F testi olasılık değerlerinin %5’den küçük olması nedeniyle H_0 hipotezi reddedilmektedir. Bu sonuç, havuzlanmış EKK regresyon yönteminin her iki sonuç için uygun olmadığını ve modelde birim etkisinin olduğunu göstermektedir. Sektörlere ilişkin kurulan modelde uygulanan F testi sonucuna göre Breusch Pagan LM testi yapılması gerekmektedir.

b. Breusch ve Pagan LM Testi

Breusch ve Pagan (1980), LM testi ile modellerin bireysel heterojenliğinin varlığı sınanmıştır. Diğer bir ifadeyle, rassal etki modelinin mi havuzlanmış EKK modelinin mi kurulan modeller için uygun olduğu test edilmiştir. Bu test aynı zamanda 1 serbestlik derecesi ile χ^2 dağılımına uygundur (Tatoğlu, 2012:172-173). Bu testin hipotez sınaması;

$$H_0: \sigma_\mu^2 = 0, (\text{Havuzlanmış EKK modeli uygundur})$$

$$H_1: \sigma_\mu^2 \neq 0, (\text{Rassal Etki modeli uygundur})$$

Şeklinde dir. Bu hipotez sınamaları dikkate alınarak yapılan LM testi sonuçları Tablo 4’de gösterilmiştir.

Tablo 4. Breusch ve Pagan LM Testi Sonuçları

	χ^2 İstatistiği	Olasılık Değeri
Gıda Sektörü	41.4846*	0.0000
Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım Sektörü	46.5760*	0.0000

Not: *, %1 katsayı anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Tablo 4 test sonuçları incelendiğinde ki-kare istatistiğine ait olasılık değeri %5’den küçük olduğundan dolayı gıda ve metal eşya ve makine sektörü için sınanan sıfır hipotezi reddedilmiştir. Bu da havuzlanmış EKK modelinin reddedildiği rassal etkinin olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca, gıda ve metal eşya ve makine sektörü için kurulan modelde zaman ve/veya kesit etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

F testi ve LM testi sonuçlarına göre kurulan regresyon modeli için ya sabit etki ya da rassal etki analizlerinin uygun olacağı ortaya çıkmıştır. Sabit etki modeli ve rassal etki modellerinden hangisinin kullanılacağı kararının verilmesi için Hausman testi yapılmıştır.

c. Hausman Testi

Hausman testi, 1978 yılında tanımlama hatasını sınamak için geliştirilen spesifikasyon testidir. Hausman (1978), testi ile sabit etki ve rassal etki modelleri arasında karar verilmesi durumunda, hangi modelin tercih edilmesi gerektiğine karar vermede kullanılan bir analizdir (Green, 2002:301). Bu test ile sabit etki modelinin tutarlı ve yansız olduğu varsayımından yola çıkılmaktadır (Baltagi, 2005:66).

Hausman testinin, rassal etkiler tahmincisinin geçerli olduğu şeklinde kurulan hipotezi, k serbestlik dereceli χ^2 dağılımına uyan istatistik ile test etmektedir (Tatoğlu, 2012:180). Bu çerçevede kurulan Hausman hipotez sınaması ise,

$$H_0: \text{Açıklayıcı değişken ve birim etkileri arasında korelasyon yoktur.}$$

Yapılan Hausman testi sonuçları aşağıdaki gibidir:

Tablo 5. Hausman Testi Sonuçları

	Hausman İstatistiği	Olasılık Değeri
Gıda Sektörü	41.73*	0.0000
Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım Sektörü	36.29*	0.0000

Not: *, %1 katsayı anlamlılık düzeyini göstermektedir.

Hausman testi hipotezi sonuçlarına göre sabit etki modeli en doğru tahminci olduğuna ulaşılmıştır. Diğer bir ifadeyle, “Açıklayıcı değişkenler ve birim etkileri arasında korelasyon yoktur” hipotezinin olasılık değeri %5’den küçük olduğu için reddedilmiştir.

Sabit etki modelinin kullanılmasının uygun bir yöntem olduğuna karar verildikten sonra, modelde değişen varyans, otokorelasyon probleminin ve birimler arası korelasyonun olup olmadığını sınamak için sırasıyla Değiştirilmiş Wald Testi, Bhargava vd. Durbin –Watson ve Baltagi_Wu LBI Testleri ve Pesaran ve Friedman Testleri yapılmıştır.

Sabit etki yönteminde modelde değişen varyans probleminin olup olmadığı Değiştirilmiş Wald Testi analiz edilerek araştırılmıştır. Bu test ile sınanan temel hipotez şu şekildedir (Tatoğlu, 2012:208):

$$H_0: \sigma_i^2 = \sigma^2 (\text{varyanslar; birimlere göre homoskedastiktir})$$

Modelde otokorelasyon olup olmadığını test etmek için yapılan Bhargava vd. Durbin Watson ve Baltagi-LBI testlerinde sınanan temel hipotezi (Tatoğlu,2012:211-212):

$$H_0: \rho = 0$$

Şeklinde kurulmaktadır. Sabit etki modeli ile kurulan modelin birimlerarası korelasyonunu tespit etmek için Pesaran CD (2004) ve Friedman (1937) testleri kullanılmıştır. Bu testlerin sınanması için kurulan hipotez ise şu şekildedir:

$$H_0: \text{Birimlerarası bağımlılık yoktur}$$

III.II. Gıda Sektörü Tahmin Sonuçları

Gıda sektörü için kurulan modelin değişen varyansının, otokorelasyonunun ve birimlerarası korelasyonunun olup olmadığını belirlemek için yapılan testlerin sonuçları Tablo 6’da açıklanmıştır.

Tablo 6. Gıda Sektörü Varsayım Testleri Sonuçları

Otokorelasyon Testi Sonuçları	
Bhargava et. al. Durbin-Watson	2.0787
Baltagi_Wu LBI	2.1957
Değişen Varyans Testi	

Değiştirilmiş Wald Testi	2.2e+05* (0.0000)
Birimler Arası Korelasyon Testleri	
Pesaran CD Test	1.052 (0.2930)
Friedman	13.515 (0.8542)

Not: *, %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Düzeltilmiş Wald testi sonucu, modelde değişen varyansın olduğuna ulaşılmıştır. Bhargava vd. Durbin-Watson ve Baltagi-Wu LBI otokorelasyon testlerinin sınanması sonucunda, her iki testin kritik değerinin 2 yakın ve 2'den büyük olduğu, yani, sabit etkiler modelinde birinci mertebeden otokorelasyon sorununun olmadığı gözlemlenmiştir. Pesaran CD ve Friedman test sonuçlarına göre birimler arasında korelasyon olduğuna ilişkin bulgulara rastlanmamıştır. Varsayım testlerini özetlersek, modelde, değişken varyansın olduğuna; otokorelasyonun ve birimler arası korelasyonun olmadığına ulaşılmıştır.

Gıda sektörü verilerinden yararlanılarak kurulan modelde değişen varyans probleminin olması, standart hataları düzeltmek için yapılan Arellano-Froot-Roger tahmincisi kullanılmalı ve sonuçların buna göre yorumlanmalıdır. Bu tahminci ile yapılan analiz sonuçları Tablo 7'deki gibidir.

Tablo 7. Gıda Sektörü Arellano-Froot- Rogers Tahmincisi Sonuçları

	Coef.	Robust Standart Error	T-statistics	P> [t]
PD/DD				
PY	.5963463**	.9263849	1.97	0.043
PY²	-3.335114**	1.750006	-1.91	0.057
LEV	.1108606***	-.066284	-1.67	0.094
LTVARLIK	-.0975134***	.0555665	-1.75	0.079
LSATIS	.0924395***	.0542135	1.71	0.088
SABİT	.1508602**	.4805919	0.31	0.075
R2	Within:0.10 Between:0.02 Overall:0.567			Prob>F 0.0001

Not: ** ve ***, sırasıyla %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Arellano-Froot-Roger ile tahmin edilmiş sabit etki modeli sonucu aşağıdaki gibidir:

$$PD/DD = 0.1508 + 0.5934*PY - 3.3351*PY^2 + 0.1108*LEV - 0.0975*LTVARLIK + 0.0924*LSATIS$$

Yukarıdaki verilen Tablo 7 incelendiğinde, modelin F istatistiği olasılık değerinin <0.05 olması kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğuna ve R² değerinin ise bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücünün %56 ile yarıdan fazlasını açıkladığına ulaşılmıştır. Modelin değişkenlerine genel anlamda bakıldığında, bağımlı değişken PD/DD üzerinde bağımsız değişkenlerin anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir.

Şirket değerini ölçen PD/DD oranı ile PY arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere, pazarlama yoğunluğu ile PD/DD oranı arasında %5 seviyesinde pozitif bir ilişki vardır. Diğer bir ifadeyle, pazarlama yoğunluğundaki 1 birimlik bir değişim PD/DD oranını %89 artırmıştır. Piyasa yoğunluğunun karesi PD/DD oranını %5 anlamlılık düzeyinde ve negatif yönde etkilemiştir. Bu

sonuç pazarlama yoğunluğunun firma değerini konkav bir yapıda etkilediğini göstermektedir. Yani, belli bir noktaya kadar pazarlama giderleri firma değerini pozitif etkilerken belli bir noktadan sonra negatif etkilediğini açıklamaktadır. Kontrol değişkenlerinden kaldıraç oranı PD/DD oranını %10 anlamlılık düzeyinde pozitif etkilerken büyüklüğü gösteren varlıkların logaritması PD/DD oranını %10 anlamlılık düzeyinde negatif yönde etkilemektedir. Satışların logaritması ise PD/DD oranını pozitif ve %10 anlamlılık düzeyinde etkilemektedir.

III.III. Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapımı Sektörü Tahmin Sonuçları

Yapılan ön testler sonucunda metal eşya, makine ve gereç yapımı sektöründe sabit etki modeli ile analiz yapılmasının uygun olacağına karar verilmiştir. Ancak bu test yapılmadan önce modelde değişen varyans, otokorelasyon ve birimlerarası korelasyonun varlığının sınanması gerekmektedir. Bu sınamalar Tablo 8’de yer alan varsayım testleri ile yapılmış ve aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 8. Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapımı Varsayım Testleri

Otokorelasyon Testi Sonuçları	
Bhargava et. al. Durbin-Watson	1.5569
Baltagi_Wu LBI	1.8221
Değişen Varyans Testi	
Düzeltilmiş Wald Heteroskedasticity	17305.72* (0.0000)
Birimler Arası Korelasyon Testleri	
Pesaran CD Test	3.809* (0.0001)
Friedman	33.437** (0.0302)

Not: *, %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Varsayım testleri sonucunda, metal eşya ve makine sanayi için kurulan modelde değişen varyans, otokorelasyon problemi ve birimler arası korelasyonunun olduğuna ilişkin bulgulara rastlanmıştır. Parks-Kmenta, Beck-Katz ve Driscoll-Kraay tahmincileri değişen varyans, otokorelasyon ve birimler arası korelasyonun olduğu durumlarda kullanılan dirençli tahmincilerdir. Driscoll-Kraay tahmincisi, yatay kesitin zaman boyutundan büyük ($N > T$) olduğu durumlarda kullanılan güçlü bir tahmincidir (Tatoğlu, 2012:277). Kurulan modelde $N > T$ olduğundan dolayı Driscoll-Kraay tahmincisinin kullanılmasına karar verilmiştir.

Tablo 9. Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapımı Driscoll-Kraay Tahmincisi Sonuçları

	Coef.	Standart Error	T-statistics	P> [t]
PD/DD				
PY	.7349295*	.2079766	3.53	0.000
PY²	-9.5318**	4.6918	-2.03	0.042
LEV	.1574352*	.0144861	-10.87	0.000
LTVARLIK	-.1558724*	.0122724	-12.70	0.000
LSATIS	.1158495*	.0118493	9.78	0.000
SABİT	.9394801*	.0852769	11.02	0.000
R²	0.8123			

F(5.205)	4.74			
Prob>F	0.0004			

Not: * ve **, sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Driscoll-Kraar tahmincisi ile tahmin edilmiş sabit etki modeli şu şekilde yazılabilir:

$$PD/DD = 0.9394 + 0.7349*PY - 9.5318*PY^2 + 0.1574*LEV - 0.1558*LTVARLIK + 0.1158*LSATIS$$

Tablo 9’da modelin bağımsız değişkenlerinin bağımlı değişkenleri açıklama gücünün %81 olduğu tespit edilmiştir. Modelin istatistiksel olarak anlamlılığını gösteren F olasılık değerine göre model %1’in anlamlı olduğu bulunmuştur.

Ampirik sonuçlarda pazarlama yoğunluğunun PD/DD oranını %1 anlamlılık düzeyinde pozitif etkilediği; pazarlama yoğunluğu karesinin ise PD/DD oranını %5 anlamlılık düzeyinde negatif yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifadeyle, pazarlama yoğunluğundaki %1’lik bir artış PD/DD oranını %73 oranında artırırken; pazarlama yoğunluğu karesi PD/DD oranını 9.53 oranında azaltmaktadır. Bu sonuç metal eşya ve makine sanayi sektörünün pazarlama harcamalarının firma değeri üzerinde konkav bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Kontrol değişkenleri incelendiğinde, kaldıraç oranının PD/DD oranını pozitif ve %1 anlamlılık düzeyinde etkilediği tespit edilmiştir. Varlıkların logaritmasının PD/DD oranını %1 anlamlılık düzeyinde negatif yönde etkilediğine ulaşılmıştır. Son olarak, satışların logaritmasının PD/DD’ni pozitif ve %1’de anlamlı etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Firmalar kar elde etmek, varlığını devam ettirmek ve büyümek gibi temel amaçlara ulaşabilmek için gerçekleştirmesi gereken işletme fonksiyonlarından birisi pazarlamadır. Pazarlama, müşterilerinin ihtiyaç ve isteklerini karşılama sanatı olarak ifade edilebilir. Bu istek ve ihtiyaçları karşılamak için yapılan pazarlama faaliyetleri, firmaların başarılı olabilmesi, rekabet edebilmesi ve firma değerini artırabilmesi için kullanılan kaynaklardan birisidir. Pazarlama faaliyetlerinin etkin bir şekilde yapılması firmaların finansal ve finansal olmayan performanslarını artırmaktadır.

Aynı sektör veya farklı sektörlerdeki firmaların pazarlama, satış ve dağıtım harcamaları, ar-ge harcamaları ve genel yönetim giderleri gibi faaliyet giderleri ile firma performansı göstergeleri arasındaki ilişki literatürde yoğun olarak çalışılan alanlardandır. Bu çerçevede çalışmamızda 2005-2015 yılları arasında BIST 100 endeksindeki gıda ve metal eşya ve makine sektöründe faaliyet gösteren firmaların pazarlama yoğunluğunun PD/DD değeri oranı üzerindeki etkisi panel veri ile analiz edilmiştir. Panel veri regresyon sonuçlarına göre BIST 100 endeksindeki Gıda ve Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım Sektörü firmalarının cari dönemdeki pazarlama yoğunluğunun PD/DD’yi pozitif yönde etkilediğine ulaşılmıştır. Ayrıca, pazarlama yoğunluğu karesi ile, pazarlama giderlerinin belli bir noktaya kadar PD/DD’yi artırdığı, o noktadan sonra yapılan pazarlama giderlerinin PD/DD’yi negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir ve bu sonuç literatürde desteklenmektedir. Pazarlama yoğunluğu ile PD/DD oranı arasında pozitif ancak konkav bir ilişkinin olduğunu söylenebilir. Buna göre, genel kabul görmüş muhasebe ilkelerinde maliyet unsuru olarak kabul edilmesi gereken pazarlama giderleri firma değeri bakımından ele alındığında değer yaratan bir gider unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, pazarlama yoğunluğunun belirli bir noktadan sonra firmanın PD/DD oranını negatif yönde etkilemesi, pazarlama gideri maliyetlerinin artmasından kaynaklandığını söyleyebiliriz. Özellikle etkin olmayan pazarlama stratejileri sonucunda ortaya çıkan yüksek pazarlama harcamaları firmanın karlılığını ve değerini düşürmektedir.

Gıda ve metal eşya ve makine sektörünün pazarlama yoğunluğunun PD/DD etkileme oranına bakıldığında, metal eşya ve makine sektöründe pazarlama yoğunluğunun firma değerini gıda sektörüne göre daha fazla etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Yani, pazarlamaya yapılan harcamalarının satışlara oranının metal eşya ve makine sektöründe firma değerini gıda sektörüne göre daha fazla artırdığı görülmektedir. Bunun en önemli nedeni olarak gıda sektörünün zorunlu tüketim mallarından ve alıcıların sık sık ve minimum çaba ile satın aldıkları mallardan oluşmasından dolayı metal eşya ve makine sektörüne göre daha az pazarlama, satış ve dağıtım harcamasına ihtiyaç duyduğu söylenebilir. Diğer taraftan, pazarlama karmaşasının en önemli unsurlarından biri de fiyattır. Gıda sektöründe talebin fiyat esnekliğinin düşük olması bu sektördeki pazarlama yoğunluğunun PD/DD üzerine etkisini sınırlandırıcı bir rol oynadığını söylemek mümkündür. Ayrıca, metal eşya ve makine ürünlerinin beğenmelik ürünler olması ve alıcının seçme ve satın alma sırasında kalitesini, fiyatını ve stilini karşılaştırması bu sektörde daha fazla pazarlama harcamalarının yapılmasını gerekli kılmaktadır.

Kontrol değişkenleri sonuçlarına bakıldığında gıda ve metal eşya ve makine sektöründeki firmaların kaldıraç oranı ile PD/DD oranı arasında pozitif yönlü ilişki bulunmuş. Büyüme göstergesi olan toplam varlıkların logaritması gıda ve metal eşya ve makine sektöründe PD/DD oranını negatif etkilemektedir. Son kontrol değişkeni olan satışların logaritması ise hem gıda sektörünü hem de metal eşya ve makine sektörünün firma değerini pozitif yönde etkilemektedir. Bu sonuç, firmaların satışlarının artmasının PD/DD oranını artıracakını ifade etmektedir. Bu değeri katsayı olarak incelediğimizde, metal eşya ve makine sanayisindeki firmaların satışlarının artması gıda sektörüne göre PD/DD oranını daha fazla etkilediği bulgulanmıştır.

Genel anlamda araştırma bulgularından, pazarlama faaliyetlerinin artmasının firmanın değerini ve performansını artıracakı sonucuna ulaşılmıştır. Firmalar, yeniliklere açık ve modern pazarlama stratejilerine sahip olabilirlerse daha fazla müşteriye memnun edebilirler ve satış yapabilirler, böylece firmanın değerini ve performansını artırabilirler. Kısacası, firmaların performanslarını artırabilmesi, pazarlama faaliyetlerine yatırım yapması ve gereken önemi vermesiyle mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Bae J., Kim S-J., & Oh, H. (2016). Taming Polysemous Signals: The Role of Marketing Intensity on the Relationship Between Financial Leverage and Firm Performance. *Reviews of Financial Economics*, 33, 29-40.
- Baltagi, B. H., (2005). *Econometric Analysis of Panel Data* (3rd ed.). United Kingdom: John Wiley&Sons.
- Baltagi, B. H., (2014), *Econometric Analysis of Panel Data*, (5rd ed.). United Kingdom: John Wiley&Sons.
- Breusch, T. S. & Pagan A. R. (1980). The Lagrange Multiplier Test and Its Applications To Model Specification in Econometrics. *The Review of Economic Studies*, 47(1), 239-253.
- Brooksbank, R., Kirby D. A., & Wright G. (1992). Marketing and Company Performance: An Examination of Medium Sized Manufacturing Firms in Britian. *Small Business Economics*, 4, 221-236.
- Candemir, A., & Zalluhoglu, A. E, (2011). The Effect of Marketing Expenditures During Financial Crisis: The Case of Turkey. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 291-299.
- Chauvin, K. W., & Hirschey, M. (1993). Advertising, R&D Expenditures and the Market Value of the Firm. *Financial Management*, 22(4), 128-140.

- Coşkun, E., Kök, D., & Yücel, A. (2010). Pazarlama Faaliyetlerinin firma Değerine Kısa ve Uzun Dönem Etkilerinin İncelenmesi: İMKB Örneği. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 47(540), 67-75.
- Çiftçi, S., Doğaney, M., & Gülşen A. Z. (2010). Pazarlama Giderlerinin İşletme Karlılıkları Üzerindeki Etkisi. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 47(544), 95-102.
- Dekimpe, M. G., & Dominique, M. H. (1995). The Persistence of Marketing Effects on Sales. *Marketing Science*, 14(1), 1-21.
- Doğan, M., & Mecek, G. (2014). Pazarlama Harcamalarının Firma Değeri Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 180-194.
- Ercan, M. K., & Ban, Ü. (2008). *Finansal Yönetim*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Friedman, M. (1937). The Use of Ranks to Avoid the Assumption of Normality Implicit in the Analysis of Variance. *Journal of the American Statistical Association*, 32, 675-701.
- Gupta, S., & Zeithaml, V. (2006). Customer Metric and Their Impact on Financial Performance. *Marketing Science*. 25(6), 718-739.
- Greene, W. H., (2003). *Econometric Analysis*, (5rd ed.). New York: Prentice-Hall International, Inc.,
- Günay, B., & Ayyıldız, H. (2017). Firmaların Pazarlama Faaliyet Performans Düzeylerinin Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri İle Karşılaştırmalı Analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 18, 113-136.
- Hacıhasanoğlu, T., Kurtoğlu, R., & Temiz, S. (2017). İmalat ve Hizmet Sektörlerinde Pazarlama Giderlerinin Satış Gelirleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi”, *International Journal of Academic Value Studies*, 3(15), 432-443.
- Hausman, J. (1978). Specification Test in Econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251-1271.
- Kayihan, B., & Tepeli, Y. (2017). Faaliyet Giderlerinin İşletme Karlılığı Üzerindeki Etkisi: BİST Metal Eşya, Makine ve Gereç Yapım Sektöründe Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 327-337.
- Konak, F. (2015). The Effect Of Marketing Expenses on Firm Performance: Empirical Evidence From The BIST Textile, Leather Index. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(1), 1068-1071.
- Kütler, B., & Demirgüneş, K. (2006). Değer Temelli Pazarlama (Finansal Boyut ve Müşteri Boyutu). *Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 327-342.
- Öztürk, E., & Dülgeroğlu, İ. (2016). Pazarlama ve Genel Yönetim Giderlerinin Firma Performansı Üzerindeki Etkisi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(3), 136-146.
- Pesaran, M. H. (2004). *General Diagnostic Tests for Cross-Section Dependence in Panels*, Working Paper, Cambridge: Trinity College.
- Rabiei, M., & Dadkhah, H. (2014). Effects of R&D Expenditure on the Profitability of Iran Industrial Firms. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 7(14), 2846-2850.
- Tatoğlu, Y. F. (2012), *Panel Veri Ekonometrisi*, (1. baskı.). İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Topuz, Y. V., & Akşit, N., (2013). İşletmelerin Pazarlama Giderlerinin Hisse Senetleri Getirileri Üzerindeki Etkisi: İMKB Gıda Sektörü Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 53-60.
- Ülgen, H., & Mirze, S. K. (2004). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, (3. baskı). İstanbul: Literatür Yayınları.

- Wooldridge, J.M., (2002). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. London, England; The MIT Press Cambridge.
- Yücel, T., & Kurt, G. (2003). Araştırma-Geliştirme ve Pazarlama Giderlerinin Firma Karlılığı Üzerine Etkisi. *İktisat, İşletme ve Finans*, 18(209), 18-24.

TİCARET MESLEK LİSELERİNDE MUHASEBE EĞİTİMİ: MUĞLA İLİ'NDEKİ MESLEK LİSELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

Yavuz ÇİFTÇİ¹
Nermin ÇEMREK²

Özet

Bu çalışmanın amacı, mesleki eğitim kapsamında ortaöğretim kurumlarında verilen muhasebe eğitiminin değerlendirilmesidir. Bu kapsamda muhasebe eğitimi hakkında genel bilgiler verilmiş, ticaret meslek liselerinin genel yapısı ve konuyla ilgili önemli bir referans oluşturan Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları da ele alınmıştır. Bu araştırmada ortaöğretim seviyesinde ticaret meslek liseleri kapsamında teori eğitimi ve uygulama (staj) eğitimi olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilen muhasebe eğitiminin öğrenci ve öğretmen bakış açısıyla değerlendirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma sonucunda, ders başarısı düşük olan öğrencilerin konuya ilişkin belirlenen ifadelerle daha olumsuz cevaplar verdiği, başarısı yüksek olan öğrencilerin ise daha olumlu cevaplar verdiği gözlemlenmiştir. Öğretmenler, ders kitaplarının içerik olarak güncellenmediğini ve yetersiz kaldığını belirtmiştir. Staj eğitiminin, teorik bilgiyi uygulama alanında kullanmanın yanı sıra öğrenciye iş disiplini ve iş ahlakı kazandırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Eğitimi, Ticaret Meslek Liseleri, Uluslararası Eğitim Standartları

Jel Sınıflandırması: M40, M53, I21

* Bu çalışma Doç.Dr. Yavuz ÇİFTÇİ danışmanlığında Nermin ÇEMREK tarafından Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD'nde hazırlanmış olan (2017) "Ticaret Meslek Liselerinde Muhasebe Eğitiminin İncelenmesi: Muğla İli Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

¹ Doç.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, yciftci@mu.edu.tr

² Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD, nermincemrek@hotmail.com

ACCOUNTING EDUCATION IN TRADE VOCATIONAL HIGH SCHOOLS: A RESEARCH ON THE VOCATIONAL HIGH SCHOOLS IN MUGLA CITY

Abstract

The purpose of this study is to evaluate the accounting education given in secondary education institutions within the scope of vocational education. In this context, general information about accounting education is given, general structure of trade profession high schools and International Accounting Education Standards which constitute an important reference about the subject are also discussed. In this research, it is aimed to evaluate the accounting education which is carried out in two stages, namely theory education and practice (internship) education within the scope of commercial vocational high schools at the secondary level, from the point of view of students and teachers. As a result of the research, it was observed that the students with less success in the lessons gave more negative answers to the statements and the ones with higher success gave more positive answers. Teachers have stated that textbooks are not updated as content and are inadequate. It is concluded that internship training has not only enabled the use of theoretical knowledge in practice but also the students have achieved the business discipline and business ethics.

Key Words: *Accounting Education, Trade Vocational High Schools, International Education Standards*

Jel Classification: *M40, M53, I21*

GİRİŞ

Günümüzde sanayileşme ve ticaretin gelişerek uluslararası boyut kazanmasıyla birlikte, muhasebe alanında nitelikli işgücüne duyulan ihtiyaç da artmıştır. Yeni bilgi ve teknolojilerin takip edilmesi ve eğitimin nitelikli hale getirilmesi, eğitim kurumlarının sorumluluğundadır. Nitelikli işgücü eğitimine ortaöğretim kademesindeki mesleki ve teknik eğitimle başlanmaktadır.

Ülkemizde ortaöğretim kademesinde muhasebe eğitimi verme görevini üstlenen Ticaret Meslek Liseleri*, hem piyasaya nitelikli ara eleman yetiştirmekte hem de yükseköğretim kurumlarına öğrenci göndermektedir. Bu sebeple lise seviyesinde muhasebe eğitiminin içeriği, güncelliği ve uluslararası eğitim standartlarına uygunluğu önem arz etmektedir.

Liselerde muhasebe eğitimi, teori ve uygulama aşaması olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. Teorik eğitime, 10. sınıf seviyesinde alan seçiminin yapılmasıyla başlamaktadır. 11. sınıfta alana ait bir alt dal seçilerek eğitime devam edilmektedir. 12. sınıfta da uygulama aşamasını oluşturan staj eğitiminin tamamlanmasıyla muhasebe eğitimi lise basamağında sonlandırılmaktadır.

Bu çalışmada muhasebe eğitimi kavramı, ticaret meslek liselerinin genel yapısı ve bu kurumlarda uygulanan muhasebe eğitimi programı incelenmiştir. Ayrıca liselerde verilen muhasebe eğitiminin öğretmen ve öğrenci bakış açısıyla değerlendirilmesi amacıyla, Muğla İli'ndeki meslek liselerinde bir araştırma yapılmıştır.

I. MUHASEBE EĞİTİMİ İLE İLGİLİ GENEL BİLGİLER

I.I. Muhasebe Eğitimi Kavramı

Muhasebe eğitimi; işletme kararları için gerekli olan mali işlemlere ilişkin bilgilerin toplanması, ölçülmesi, işlenmesi, doğruluğunun denetlenmesi, raporlar halinde özetlenmesi ve raporlanan bu bilgilerin karar alma aşamalarında kullanım biçimleri ve uygulanması konusunda öğrencilerin bilgilendirilmesi ve yeteneklerinin geliştirilmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Şengel, 2011: 171).

Muhasebe yoğun mesleki rekabetin ve sürekli değişimlerin yaşandığı alanlardan biridir. Bu nedenle muhasebe alanında çalışacak bireylerin, finansal bilgileri tarafsız biçimde tespit edebilecek, kaydedebilecek, yorumlayarak bunlara göre kararlar alabilecek biçimde yetiştirilmesi önem arz etmektedir. Etkin bir muhasebe eğitimi için, teorik bilgi ile pratik uygulamaların birlikteliği sağlanmalıdır. Etkileşimli öğrenme ortamı, uygun eğitim desteği ve ekipman kullanımını gerektirmektedir. Ayrıca sürekli öğrenme, analiz yapabilme, zaman yönetimi, iletişim, bilgi teknolojileri ve takım halinde çalışabilme, muhasebe eğitiminde üzerinde titizlikle durulması gereken hususların başında gelmektedir (Akbulut-Pekkaya vd., 2014: 77).

Muhasebe eğitiminin verimliliğinde mesleğe ilişkin bilgi ve becerilerin kazandırıldığı ders programları, ders içerikleri, ders işleme yöntemi ve araçları, öğretmen ve öğrenciler etkili olmaktadır. Muhasebe eğitimi bir mesleki eğitim olup, bu eğitim aracılığıyla kişiye mesleğin gerektirdiği bilgi ve becerilerin kazandırılması amaçlanmaktadır. Öğrencilere gerekli bilgi ve beceriler, mesleki alanda eğitim veren okullarda uygulanan ders programları aracılığıyla kazandırılmaktadır. (Zaif-Ayanoğlu, 2007: 117).

Muhasebe eğitimiyle, öğrenciye muhasebe temel kavram ve ilkeleri kazandırılarak, öğrencilerin bilgiyi oluşturmaları, ölçmesi ve en önemlisi bu bilgileri analiz ederek karar almada

* Bu isim 2014-2015 eğitim öğretim yılı itibarıyla Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi olarak değiştirilmiştir. Çalışmamızda Ticaret Meslek Liseleri ismi kullanımı tercih edilecektir.

kullanmasının sağlanması amaçlanmaktadır. Muhasebe eğitiminde istenen kaliteye ulaşılabilmesi için, öğrencinin temel seviyede teori-uygulama bilgisi yanında, toplumsal ve kültürel değerlere sahip, yasalara göre hareket eden, mesleki etik kuralları bilen ve uygulayan bir kişiliğin de kazandırılması hedeflenmelidir (Zaif, 2004: 53).

I.II. Muhasebe Eğitiminin Unsurları

Muhasebe eğitiminde istenen hedefe ulaşabilmek için, eğitim sürecine dâhil olan tüm unsurların söz konusu amaca hizmet edebilecek niteliklere sahip olması gerekir (Daştan, 2008: 42-43). Muhasebe eğitimine etki eden birçok unsur bulunmakla birlikte, temel unsurlar olarak öğrenci, öğretici ve eğitim programı şeklinde üç grupta toplanabilir. Aşağıda bu unsurlar kısaca açıklanmıştır.

a. Öğrenci: Öğrenci sözlük anlamı olarak, öğrenim görmek amacıyla ders alan kimse, bir bilim veya sanat yetkilisinin gözetimi ve yol göstericiliği altında belli bir konuda çalışan kimse anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu).

Eğitim sürecinde, öğrencinin eğitimin en önemli var olma nedeni olduğu için dikkatler daha çok öğrenci üzerine yoğunlaşmaktadır. Yakın zamana kadar klasik eğitim yaklaşımında öğrenci dinleyen ve ezberleyen konumundayken, çağdaş eğitim sistemiyle aktif öğrenme modeli esas alınarak, öğrencinin yaratıcı ve analitik düşünme becerilerinin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Muhasebe eğitiminde öğrenciden, edindiği bilgiyi analiz edebilme ve kullanabilme becerisine sahip olması beklenmektedir.

b. Öğretmen: 1973 yılında yürürlüğe giren 1739 Sayılı Milli Eğitim Temel Kanunu'nun 43. maddesinde öğretmenlik mesleği yasal olarak, "Devletin eğitim, öğretim ve bununla ilgili yönetim görevlerini üstlenen bir ihtisas mesleğidir." şeklinde tanımlanmıştır (14574 Sayılı Kanun, 1973).

Muhasebe eğitiminde istenen kalite ve hedefe ulaşmak için öğrenciler, kendilerini yetiştirirken öğretmenin bilgilerinden ve tecrübesinden yararlanmaktadır. Öğretmenin donanımı ve kalitesi, muhasebe eğitiminin verimliliğini doğrudan etkilemektedir. (Çamtosun, 2008: 36-37).

c. Eğitim programı: Eğitim programı, öğrenene, okul içinde ve dışında planlanmış etkinlikler yoluyla sağlanan öğrenme yaşantıları düzeneği olarak tanımlanabilir (Demirel, 2002: 1-5).

Müfredat, eğitim araç ve gereçleri ile derslik yapısı gibi fiziki koşullar eğitim programını oluşturmaktadır. Ticaret meslek liselerinde uygulanan eğitim programları öğrenciye mesleki yeterliliği kazandırma amaçlıdır. Bu programlar, ortak genel kültür dersleri, meslek dersleri ve seçmeli derslerden oluşmuştur. Muhasebe eğitiminde, teknoloji destekli ders programları hazırlanmalı ve uygulanmalıdır.

I.III. Ticaret Meslek Liseleri Hakkında Genel Bilgiler

Ülkemizde, muhasebe eğitimi veren örgün eğitim kurumlarının başında, Ticaret meslek liseleri gelmektedir. Ticaret meslek liseleri, ilköğretim basamağının devamında sistemli olarak ticari bilgiler eğitiminin verildiği dört yıl süreli meslek liseleridir. Ticaret meslek liselerinin amacı, Türk milli eğitiminin genel amaçları ve temel ilkeleri doğrultusunda; öğrencilere ortaöğretim düzeyinde ortak bir genel kültür kazandırmak üzere onlara kişisel ve toplumsal sorunları öğrenerek çözümler üretebilen ve ülkenin iktisadi, sosyal ve kültürel gelişimine katkı sağlama bilincini kazandırmaktır. Bu amacına dönük olarak, mesleki ve teknik alanlarda olgunlaşma kazandıran, öğrencileri ilgi, istek ve yetenekleri çerçevesinde hayata, iş alanlarına ve yükseköğretime hazırlayan programlar uygulamaktır (MEB, 2010: 3).

Ticaret meslek liselerinin, öncelikli amacı sektöre ara eleman yetiştirmek olduğu için, mezun ettiği öğrencilerin iş dünyasınca aranan nitelikleri taşıyor olması gerekmektedir. Bu durum okul ile sektör işbirliğini bir zorunluluk haline getirmekle birlikte, bu işbirliğinin amacı, iş dünyasının gereksinim duyduğu yetenek ve nitelikler ile okullarda kazandırılan becerilerin birbirine paralellik göstermesini sağlamaktır.

Bu okullar, kamuda ve özel sektörde veya kendi başına iş yapabilecek nitelikli işgücünü yetiştirmek üzere muhasebe ve finansman, pazarlama ve perakende, büro yönetimi ve sekreterlik, bilişim teknolojileri, elektrik-elektronik teknolojileri ve ulaştırma alanlarında eğitim vermektedir. Bu okullarda verilen eğitimin işleyiş süreci aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Ticaret Meslek Liselerinde de tüm genel, mesleki ve teknik ortaöğretim kurumlarında olduğu gibi 9. sınıf dersleri ortaktır. Öğrenci 9. sınıfın sonunda ilgi, istek ve yeteneği doğrultusunda alan seçimi yapar ve 10. sınıfta seçtiği alana ilişkin dersleri içeren eğitim-öğretime başlar. Öğrenciler; 10. sınıfın sonunda buldukları bölgedeki sektörel ihtiyaçlar, öğretmen durumu, okulun fiziki donanımı ve kapasitesi ile yeterlik ve yetenekleri göz önünde bulundurularak alana ait meslek/dal seçimi yapar. 12. sınıfa geldiğinde öğrenciler, 3308 Sayılı Mesleki Eğitim Kanunu ile Mesleki ve Teknik Eğitim Yönetmeliği hükümleri çerçevesinde beceri eğitimi almaktadır. Bu eğitim, haftada iki gün okulda teori eğitimi, üç gün işletmelerde uygulamalı eğitim (staj) şeklinde gerçekleştirilmektedir (Aksakaloğlu, 2013: 74). Yukarıdaki süreçleri başarıyla tamamlayan öğrenci diploma almaya hak kazanmaktadır.

Muhasebe ve finansman alanını tercih eden bir öğrenci, mezun olabilmek için, MEB Ortaöğretim Kurumları Sınıf Geçme ve Sınav Yönetmeliği'nin 33. Maddesine göre başarılması zorunlu alan/dal derslerinden geçer not almak zorundadır. (MEB, 2011: 10). Bu alanı tercih eden bir öğrencinin alana ait dallar itibarıyla başarılması zorunlu dersler şunlardır:

Bilgisayarlı Muhasebe dalı için; Muhasebe 1, Bilgisayarlı Muhasebe, İşletmelerde Beceri Eğitimi.

Dış Ticaret Ofis Hizmetleri dalı için; Muhasebe 1, Dış Ticaret İşlemleri, İşletmelerde Beceri Eğitimi.

Finans ve Borsa Hizmetleri dalı için; Muhasebe 1, Sermaye Piyasası, İşletmelerde Beceri Eğitimi.

I.IV. Uluslararası Eğitim Standartları (IES)

Uluslararası Eğitim Standartları; muhasebe eğitiminin giriş şartları, program içerikleri, mesleki beceri, mesleki/etik değerler, staj şartları, ölçme değerlendirme, sürekli mesleki gelişim ve denetçiler için gerekli yeterlilik şartlarını kapsayan düzenlemelerle muhasebe mesleğine yön vermeye çalışmaktadır (Tazegül-Karabayır, 2015: 4).

Üyeleri arasında muhasebeciler, akademisyenler ile iş ve kamu temsilcilerinin yer aldığı Uluslararası Muhasebe Eğitimi Standartları Kurulu (IAESB), muhasebe meslek mensuplarının eğitimi ve muhasebe mesleğinin gelişimi amaçları doğrultuda Uluslararası Eğitim Standartlarını (IES) hazırlamaktadır. Bu kurul tarafından sekiz adet uluslararası muhasebe eğitim standardı yayınlanmıştır. Bu standartlar aşağıda kısaca tanımlanmıştır:

Muhasebe Eğitime Giriş Şartları Standardı (IES 1), muhasebe meslek mensubu adaylarının meslek eğitimi ve staj programlarına başlayabilmesi için taşıması gereken temel düzeyde muhasebe eğitim koşullarını düzenlemektedir.

Muhasebe Eğitim Programlarının İçeriği Standardı (IES 2), meslek mensuplarına muhasebe eğitim programlarıyla ileri muhasebe bilgi ve becerisinin kazandırılması amacıyla muhasebe mesleği eğitim programlarının içeriğini düzenlemektedir (Zaif-Ayanoğlu, 2007: 121).

Mesleki Beceriler Standardı (IES 3), sahip olunması gereken analiz etme ve yorumlamaya dayalı, zihinsel ve entelektüel beceriler, teknik beceriler, iletişim becerileri ve işletme yönetimi becerileri gibi mesleki becerileri kapsamaktadır.

Mesleki Değerler, Etik ve Tutumlar Standardı (IES 4), muhasebe meslek mensuplarının eğitim sürecinde kazanmaları gereken mesleki değerleri, etik anlayışı ve mesleki tutumların ana hatlarıyla belirlendiği standarttır.

Uygulama Deneyimi (Staj) Standardı (IES 5), edinilen mesleki bilginin yanı sıra uygulama tecrübelerinin aday meslek mensubuna kazandırılması amacıyla staj için gerekli olan nitelikleri düzenlemektedir.

Mesleki Yeterlilik ve Yetkinliğin Değerlendirilmesi Standardı (IES 6), mesleki bilgi ve beceri birikimi edinmiş adayların, bilgi ve yeterliliklerinin teorik ve pratik bilgiler açısından değerlendirilmesini içermektedir (Özbirecikli, 2007: 80).

Sürekli Mesleki Eğitim/Gelişim Standardı (IES 7), meslek mensubu adayın mesleki yeterlilik sınavından sonra, mesleği icra ettiği sürece edindiği bilgilerin güncelliğini koruması amacıyla mesleğin gerektirdiği değişim ve dönüşüme uyum sağlamasına ilişkin düzenlemeleri kapsar (Okan Gökten-Gökten, 2016: 59).

Profesyonel Denetçiler İçin Gerekli Yeterlilik Şartları Standardı (IES 8), muhasebe meslek mensuplarının (profesyonel muhasebeciler) yetkin denetim elemanları olabilmeleri için gereken yetenekleri kazanmaları amacıyla yayınlanan son standarttır (Bozkurt-Öksüz vd., 2013: 67).

Bu standartlara ilişkin düzenlemeler, tamamen meslek mensuplarına yönelik olup, lise düzeyi ile üniversite düzeyinde (lisans ve lisans üstü) muhasebe eğitime yönelik verilecek dersler ve programlar konusunda kılavuz niteliğindedir. Ülkemizin hem ekonomik hem de kültürel koşulları göz önünde bulundurularak, meslek liselerinde muhasebe alanı ders programları oluşturulurken bu eğitim standartlarına uyumun ön planda tutulması önem taşımaktadır.

II. ARAŞTIRMANIN AMACI VE STRATEJİSİ

Bu çalışmada, ortaöğretim seviyesinde ticaret meslek liseleri kapsamında teori eğitimi ve uygulama (staj) eğitimi olmak üzere iki aşamada gerçekleştirilen muhasebe eğitiminin; ders içerikleri ve materyalleri, eğitici unsuru, staj eğitimi, staj eğitimiyle teorik eğitimin birbirine uygunluğu, okulların beklentiyi karşılama durumu, okul türlerine göre eğitim kalitesinde farklılıklar olup olmadığı gibi konular bakımından öğrenci ve öğretmen bakış açısıyla değerlendirilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın ana kütlesini Muğla İli'nde muhasebe alanında okuyan tüm son sınıf öğrencileri ile tüm muhasebe ve finansman öğretmenleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda 2015-2016 eğitim-öğretim yılında Muğla İli'nde muhasebe eğitimi gören, Ortaca Ahmet Ateş Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi, Mumcular Sitare Özkan Çok Programlı Anadolu Lisesi, Yerkesik İMKB Çok Programlı Anadolu Lisesi, Selimiye Timuçin Biliktan Çok Programlı Anadolu Lisesi, Fethiye Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, Milas Mehmet Akif Ersoy Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi ve Muğla Kanuni Sultan Süleyman Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi'nde okuyan toplam 296 muhasebe bölümü son sınıf öğrencisi ile 41 muhasebe ve finansman öğretmeni olduğu tespit edilerek ana kütleyi oluşturan tüm okullara ulaşılmıştır. Araştırmanın ana kütlesi kapsamında bulunan 296 son sınıf öğrencisinden 253'üne ulaşılabilmiş, 43'ü araştırma aşamasında okulda bulunmadıkları için çalışmaya katılmamışlardır. Muhasebe Öğretmenlerinin de 41 kişilik ana kütlede 35'ine ulaşılabilmıştır.

Araştırmanın yöntemi taramadır. Tarama için seçilen veri toplama tekniği anket olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda öncelikle muhasebe eğitiminin değerlendirilmesine yönelik literatürdeki benzer çalışmalardaki ölçekler incelenmiştir. Fakat çalışmayı tam kapsayıcı nitelikte

hazır bir ölçek bulunamadığı için araştırmanın konusu kapsamında öğretmen ve öğrencilere uygulanmak üzere iki yeni ölçek oluşturulmuştur. Öğrenciler için hazırlanan ölçek; 10 adet demografik özellikli ve açık uçlu soru ile 35 adet 5'li likert tipi soru ve diğer hususlar kısmı olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Öğretmen ölçeği de 5 adet demografik özellikli soru ve 40 adet likert tipi soru ile diğer hususlar kısmından oluşmaktadır. Söz konusu ölçeklerde 5'li likert ölçeği katılma derecesi olumsuzdan olumluya olmak üzere; (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Fikrim Yok, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum ifadelerinden meydana gelmektedir.

Elde edilen veriler ile muhasebe eğitiminin değerlendirilmesine ilişkin araştırmada verilerin güvenilirliği için hesaplanan Cronbach Alfa değeri öğrenci ölçeği için % 90,1; öğretmen ölçeği için % 91,4 olarak belirlenmiştir. Sosyal bilimler alanındaki araştırmalarda güvenilirlik düzeyinin % 70 olması yeterli kabul edildiğinden, geliştirilen ölçekler geçerlidir ve uygulanmıştır. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde SPSS 20 paket programı kullanılmıştır.

Öğrencilere ilişkin bulguların analizi için demografik değişkenler ile ifadeler arası ilişki ölçülürken anlamlı bir örneklem kullanıldığından, analizde Kolmogorov-Smirnov Testi kullanılmıştır. Öğretmenlere ilişkin bulgularda ise hem örneklem sayısı hem de çalışmanın genel amacını destekleyici veri olması sebebiyle tanımlayıcı istatistik tekniklerden faydalanılmıştır.

III. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

III.1. Öğrencilere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikleri ve analizler sonucu elde edilen bulgular aşağıda açıklanmıştır. Araştırmaya katılan 246 öğrencinin demografik özellikleri hakkındaki bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Öğrencilerin Demografik Bilgileri

		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	154	62,6
	Erkek	92	37,4
Staj Yeri Türü	Muhasebe Bürosu	94	38,2
	Özel Şirket	74	30,1
	Kamu Kurumu	78	31,7
Staj Yeri Bulma Yöntemi	Kendim	114	46,3
	Ailem	67	27,2
	Okul	56	22,8
	İşyeri Teklifi	9	3,7
Okuldaki meslek dersi başarısı	Çok kötü	4	1,6
	Kötü	7	2,8
	Orta	80	32,5
	İyi	89	36,2
	Çok İyi	66	26,8
Kariyer planı	Yok	7	2,8
	Üniversite	182	74,0
	Mesleki alanda iş	35	14,2
	Mesleki alan dışında iş	22	8,9
Meslek Lisesi Tercih Sebebi	İş imkanı	71	28,9
	Aile	25	10,2
	Puan	87	35,4
	Zorunluluk	51	20,7

	Üniversite	12	4,9
Okul Türü	Çok Programlı Lise	44	17,9
	Ticaret Meslek Lisesi*	187	76,0
	Mesleki ve Tek. Eğt. Mer.(METEM)	15	6,1
Kaldığı yer	Aile yanı	232	94,3
	Özel ya da devlet yurdu	9	3,7
	Akraba yanı	5	2,0
Liseye tekrar başlama imkanınız olsaydı ticaret meslek lisesini tercih eder miydiniz ?	Evet	62	25,2
	Hayır	184	74,8
Muhasebe derslerini seviyor musunuz?	Evet	123	50,0
	Hayır	123	50,0

Frekans analizi sonucu elde edilen bulgular incelendiğinde, muhasebe ve finansman alanı öğrencilerinin kariyer planı olarak % 74'ünün üniversite düşündüğü, % 74,8'inin liseye yeniden başlama imkanları olsa ticaret meslek lisesini tercih etmek istemedikleri dikkat çekmektedir. Ayrıca öğrencilerin % 94,3'ü ailelerinin yanında kalmakta ve muhasebe derslerini yarısı (% 50) sevdiğini diğer yarısı da sevmediklerini belirtmişlerdir. Öğrenciler staj yaptıkları işyerlerini de % 46,3'ü kendileri bulmuştur.

Öğrencilerin muhasebe ve finansman alanında verilen muhasebe eğitiminin değerlendirilmesine ilişkin 29 ifadeye katılma dereceleri incelendiğinde, 2,9878 ortalama ile en az katıldıkları “Okulumuzun sınıf, ders araç ve gereç vb. donanımları muhasebe eğitimi karşılama yeterlidir.” ifadesi iken 3, 8455 ortalama ile en çok katıldıkları “Staj eğitimi, iş disiplini ve iş ahlakı kazanmama yardımcı oluyor.” ifadesidir. Buna göre öğrenciler genel olarak okullarının sınıf, ders araç ve gereçleri vb. donanımlarının muhasebe eğitimi için yeterli olmadığını ve staj eğitiminin iş disiplini ve ahlakı kazanmalarına yardımcı olduğunu düşünmektedir.

a. Faktör analizi bulguları

Çalışmada muhasebe eğitiminin değerlendirilmesine yönelik öğrencilere uygulanan anket soruları için aralarında yüksek ilişki bulunan veri gruplarının belirlenmesi ve yorumlanmasını kolaylaştırmak amacıyla faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi yapılmadan önce veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını test etmek amacıyla uygulanan Bartlett ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) test sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 2. KMO ve Bartlett's Test Sonuçları

KMO örneklem yeterlilik testi	,898
Barlett's küresellik testi	2894,004
Ki-kare	
P	,000

KMO test sonucu % 89 çıktığı için bu veri seti faktör analizi için uygundur. Test sonucunun % 80'den büyük çıkması veri setinin faktör analizine oldukça uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca Bartlett's testi sonucunu incelediğimizde p(Sig.) değerinin 0,000 (p<0,05 ise fark vardır) bulunmuş olması, araştırma verilerinden anlamlı faktörler elde edilebileceğini göstermektedir. Bu doğrultuda faktör analizi sonucu elde edilen veriler Tablo 3'teki gibidir.

Tablo 3. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör	Soru no	Anket sorusu	Faktör yükü	Faktör varyansı (%53,390)	Faktör güvenilirliği
Faktör 1: Staj Eğitimi Katkıları Ve Takibi	31.	Staj eğitimi, iş disiplini ve iş ahlakı kazanmama yardımcı oluyor.	,765	12,114	,803
	28.	Staj eğitimi bana yeni bilgi ve beceriler kazandırıyor	,717		
	30.	Staj yaptığım işyeri, iş hayatına atılmak için beni yetiştirme açısından yeterli.	,681		
	33.	İşletmeden ücretimi zamanında alıyorum.	,551		
	25.	Benden sorumlu usta öğreticinin bilgi ve becerisi iş öğretme konusunda yeterli.	,528		
	32.	Koordinatör öğretmenim benimle yeterince ilgileniyor.	,469		
Faktör 2: Öğretmen ve Ders İşlenişi	8.	Okulumuzun bilgisayar laboratuvarındaki bilgisayarlar muhasebe eğitimi için yeterlidir.	,649	11,998	,814
	18.	Öğretmenlerimizden mesleki sorulara cevap alabiliyorum.	,643		
	19.	Öğretmenlerim muhasebe alanındaki yenilikleri takip etmekte ve bunları bizimle paylaşmaktadır.	,615		
	21.	Öğretmenlerimiz bilgisayar destekli uygulamalar için bilgisayar laboratuvarını aktif olarak kullanmaktadır.	,596		
	17.	Muhasebe derslerine giren öğretmenlerim derslere hazırlıklı gelmektedir.	,574		
	20.	Öğretmenlerimiz konunun özelliğine göre gerekli ticari belgeler üzerinde uygulama yaptırır.	,562		
	10.	Ders programımızda yer alan meslek derslerini sayıca yeterli buluyorum.	,504		
	2.	Teorik dersleri destekleyecek bilgisayarlı muhasebe uygulamaları yeterince yapılmaktadır.	,432		
Faktör 3: Teori Eğitimi-Staj Eğitimi Uyumu	24.	Staj yaparken, okulda öğrenmiş olduğum teorik bilgileri pratikte kullanabiliyorum.	,709	10,572	,810
	22.	Staj yaptığım işyeri okuduğum bölümle (muhasebe)ilgili.	,694		
	26.	Okulda aldığım muhasebe eğitimi ile işletmede uyguladıklarım arasında bir bütünlük var.	,671		
	23.	İşyerinde çalışmak mesleki anlamda bana katkı sağlıyor.	,635		
	27.	Staj eğitiminde edindiğim bilgi ve beceriler okul başarıyı artırıyor.	,455		
Faktör 4 : Bölümün Beklentiyi Karşılama ve Tutum	14.	Muhasebe problemlerini çözmekten zevk alıyorum.	,704	10,219	,776
	9.	Aldığım muhasebe eğitimi sonucu kendimi muhasebe işlemleri(belge düzenleme, deftere kayıt vb.)	,615		

		yapabilecek seviyede görüyorum.			
	12.	Aldığım muhasebe eğitiminin ileride meslek hayatımda bana katkı sağlayacağını düşünüyorum..	,562		
	11.	Muhasebe dersleri ve içerikleri bizi çalışma hayatına hazırlamaktadır.	,542		
	1.	Dönem başlarında muhasebe derslerinin içerikleri hakkında açıklama yapılmakta ve bir plan oluşturulup dersler bu plana uygun işlenmektedir.	,468		
	15.	Muhasebe kitaplarımızdaki örnek uygulamalar yeterlidir.	,374		
Faktör 5: Ders Materyalleri	7.	Okulumuzun sınıf, ders araç ve gereç vb. donanımları muhasebe eğitimini karşılamaya yeterlidir.	,712	8,487	,719
	4.	Muhasebe ders kitaplarındaki bilgiler seviyemize uygun.	,633		
	3.	Muhasebe derslerinin içerikleri güncel gelişmelere paralel olarak yenilenmektedir.	,628		
	5.	Ders kitaplarındaki teorik bilgiler, gündelik yaşamı destekleyici niteliktedir.	,627		

Tablo 3 incelendiğinde faktör analizi sonucu, 29 ifadeyi açıklayıcı 5 faktör grubu elde edilmiştir. Belirlenen faktörlerin çalışmayı açıklama oranı (varyansı) % 53,390'dır. Analiz sonucu elde edilen faktör grubu başlıkları şöyledir:

Faktör 1: Staj Eğitimi Katkıları ve Takibi: Faktörün güvenilirliği % 80,3'tür. Faktör yüklerine bakıldığında, 0,765 ile en önemli değişken "Staj eğitimi, iş disiplini ve iş ahlakı kazanmama yardımcı oluyor." ifadesidir.

Faktör 2: Öğretmen ve Ders İşleniş: Faktörün güvenilirliği % 81,4'tür. Faktör değişkenlerinin faktördeki yüklerine bakıldığında, 0,649 ile en önemli değişken "Okulumuzun bilgisayar laboratuvarındaki bilgisayarlar muhasebe eğitimi için yeterlidir." ifadesidir.

Faktör 3: Teori Eğitimi-Staj Eğitimi Uyumu: Faktörün güvenilirliği % 81'dir. Faktör değişkenlerinin faktördeki yüklerine bakıldığında, 0,709 ile en önemli değişken "Staj yaparken, okulda öğrenmiş olduğum teorik bilgileri pratikte kullanabiliyorum." ifadesidir.

Faktör 4: Bölümün Beklentiyi Karşılması ve Tutum: Faktörün güvenilirliği % 77,6'dır. Faktör değişkenlerinin faktördeki yüklerine bakıldığında, 0,704 ile en önemli değişken "Muhasebe problemlerini çözmekten zevk alıyorum." ifadesidir.

Faktör 5: Ders Materyalleri: Faktörün güvenilirliği % 71,9'dur. Faktör değişkenlerinin faktördeki yüklerine bakıldığında, 0,712 ile en önemli değişken "Okulumuzun sınıf, ders araç ve gereç vb. donanımları muhasebe eğitimini karşılamaya yeterlidir." ifadesidir.

b. Demografik değişkenlerle faktörlerin ilişkisi

Araştırma bulgularında öncelikle, öğrencilerin demografik özellikleriyle faktör analizi sonucu elde edilen faktörlere verdikleri cevaplardaki farklılık incelenmiştir. Gruplar arasındaki farklılıkları test etmede hangi analizlerin uygulanacağını belirlemek için öncelikle değişkenlerin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Her bir değişkenin normal dağılım testine tabi tutulması sonucunda elde edilen Tek Örneklem Kolmogorov-Smirnov Test sonuçları Tablo 4'teki gibidir.

Tablo 4. Tek Örneklem Kolmogorov-Smirnov Test Sonuçları

Değişken	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Değer	N	p(Sig.)
Faktör 1	,103	246	,000
Faktör 2	,107	246	,000
Faktör 3	,083	246	,000
Faktör 4	,098	246	,000
Faktör 5	,107	246	,000
Genel.Puan	,067	246	,010

Tablodaki değişkenlere ait p(Sig.) değerlerinin 0,05'ten küçük olduğu için her bir değişken için test puanları normal dağılım özelliği göstermemektedir. Bu sebeple demografik özelliklerle faktör grupları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla iki seçenekli sorularda Mann Whitney U Testi, ikiden fazla seçenekli sorularda Kruskal Wallis H Testi uygulanmıştır.

Yapılan testler sonucu, muhasebe eğitiminin değerlendirilmesine ilişkin öğrencilerin demografik özellikleri bakımından faktör gruplarına verdikleri ifadelerde farklılık olup olmadığına ilişkin analiz bulguları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 5: Öğrencilerin Demografik Özellikleri ile Muhasebe Eğitiminin Değerlendirilmesine Yönelik Faktör Gruplarına Verdikleri Cevapların İlişkisi Test Sonuçları

Demografik Özellik	Uygulanan Test	Test Sonucu Fark Olup Olmama Durumu	Farklılığın Olduğu Faktör Grubu
Cinsiyet	Mann Whitney U	Fark yok	---
Staj yeri türü	Kruskal Wallis H	Fark var	Faktör 2: Öğretmen ve Ders İşleniş Faktör 3:Teori Eğitimi-Staj Eğitimi Uyumu
Okuldaki meslek dersi başarısı	Kruskal Wallis H	Fark var	Faktör 1: Staj Eğitimi Katkıları ve Takibi Faktör 4: Bölümün Beklentiyi Karşılama ve Tutum
Kariyer planı	Kruskal Wallis H	Fark yok	---
Meslek lisesi tercih sebebi	Kruskal Wallis H	Fark yok	---
Okul türü	Kruskal Wallis H	Fark var	Faktör 2: Öğretmen ve Ders İşleniş
Muhasebe derslerini seviyor musunuz? sorusu	Mann Whitney U	Fark var	Faktör 1: Staj Eğitimi Katkıları ve Takibi Faktör 2: Öğretmen ve Ders İşleniş Faktör 3: Teori Eğitimi-Staj Eğitimi Uyumu Faktör 4: Bölümün Beklentiyi Karşılama ve Tutum Faktör 5: Ders Materyalleri
Liseye yeniden başlama imkanınız olsa	Mann Whitney U	Fark var	Faktör 2: Öğretmen ve Ders İşleniş Faktör 4: Bölümün Beklentiyi Karşılama ve Tutum

ticaret meslek lisesini tercih eder miydiniz? sorusu			
--	--	--	--

Tablo 5'teki analiz sonuçlarını incelediğimizde öğrencilerin faktör gruplarına verdikleri cevaplarda cinsiyetleri, meslek lisesi tercih sebepleri ve kariyer planları bakımından görüş farklılığı olmadığı görülmektedir.

Staj yeri türlerine göre öğrencilerin, öğretmen ve ders işlenişi ile teori eğitimi-staj eğitimi uyumuna ilişkin ifadelerine verdikleri cevaplarda görüş farklılığı vardır. Buna göre kamu kurumunda staj yapan öğrenciler muhasebe bürosu ve özel şirkette staj yapan öğrencilere göre, öğretmen ve ders işlenişi faktörüne ait ifadelerine daha olumlu cevaplar vermişlerdir. Muhasebe bürosunda staj yapan öğrenciler teori eğitimi- staj eğitimi uyumu faktörüne ilişkin ifadelerine kamu kurumunda ve özel şirkette staj yapan öğrencilere göre daha olumlu cevaplar vermişlerdir. Yani muhasebe bürosunda staj yapan öğrencilerin okulda öğrendikleri teorik bilgiyi uygulamaya daha çok aktarabildiklerini söyleyebiliriz.

Muhasebe alanı öğrencilerinin okuldaki meslek dersleri başarı durumlarına göre Staj Eğitimi Katkıları ve Takibi ile Bölümün Beklentiyi Karşılama ve Tutum faktör gruplarına verdikleri cevaplarda farklılık olduğu görülmektedir. Buna göre, meslek dersi başarısı iyi olan öğrenciler staj eğitiminin katkı sağladığını ve bölümün beklentilerini karşıladığını belirtirken; ders başarısı düşük olan öğrenciler bu konularda olumsuz görüş belirtmişlerdir. Yani ders başarısı kötü olan öğrenciler bölüm derslerine karşı ilgisiz oldukları için bölüm beklentilerini karşılamamaktadır ve bölüme karşı olumsuz tutuma sahiptirler.

Öğrenciler eğitim gördükleri okul türleri bakımından öğretmen ve ders işlenişine ilişkin ifadelerine farklı cevaplar vermişlerdir. Okul türü Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi olan öğrenciler, öğretmenlerin derslere hazırlıklı geldiğini, derslere ilişkin yeterli uygulamalar yaptığını ve kendilerini geliştirdiklerini düşünürken, çok programlı lise ve ticaret meslek lisesindeki öğrenciler bu ifadelerine katılmamışlardır.

Muhasebe derslerini seviyor musunuz sorusuna verdikleri cevaplar bakımından, evet cevabını veren öğrencilerin tüm faktör gruplarındaki ifadelerine katılma dereceleri daha olumlu yönde iken, hayır cevabını veren öğrencilerin daha olumsuzdur. Yine liseye yeniden başlama imkanı olsa ticaret meslek lisesini tercih ederdim diyen grup bölümün beklentilerini karşıladığını, öğretmen ve ders işlenişlerinden memnun olduklarını belirtmişlerdir. Bölüm tercihinden pişman olan öğrenci grubu ise daha olumsuz düşüncelere sahiptir.

III.II. Öğretmenlere İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğretmenlerin demografik özellikleri ve analizler sonucu elde edilen bulgular aşağıda açıklanmıştır.

a. Demografik bulgular

Araştırmaya katılan 35 muhasebe ve finansman öğretmenin demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde analizi sonucu elde edilen veriler tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Öğretmenlerin Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Analizi Sonuçları

		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	17	48,6
	Erkek	18	51,4
Yaş	20-29 yaş	4	11,4

	30-39 yaş	7	20,0
	40-49 yaş	14	40,0
	50 yaş ve üzeri	10	28,6
Mesleki Tecrübe	1-5 yıl	5	14,3
	6-10 yıl	1	2,9
	11-15 yıl	4	11,4
	16-20 yıl	11	31,4
	21 yıl ve üstü	14	40,0
Eğitim	Ön lisans	---	---
	Lisans	35	100
	Lisansüstü	---	---
Okul Türü	Çok Programlı Lise	4	11,4
	Ticaret Meslek Lisesi	27	77,1
	Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezi(METEM)	4	11,4

Araştırmaya katılan muhasebe öğretmenlerinin cinsiyet dağılımı 17 kadın, 18 erkek olmak üzere toplamda 35 kişiden oluşmaktadır. Tablodaki yaş dağılımına baktığımızda 20-29 yaş aralığında 4 kişi, 30-39 yaş aralığında 7 kişi, 40-49 yaş aralığında 14 kişi ve 50 yaş ve üzeri de 10 kişi olduğu görülmektedir. Analiz sonuçlarına bakarak 2015/2016 eğitim öğretim yılında Muğla ilindeki muhasebe öğretmenlerinin %68,6'lık kısmının 40 yaş ve üzerinde olduğu söylenebilir. Yine mesleki tecrübeye baktığımızda %71,4'lük kısmın yaşla paralel olarak 16 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olduğu görülmektedir.

Eğitim durumuna baktığımızda araştırmaya katılan öğretmenlerin tümü lisans mezunudur. Muhasebe eğitiminin genel olarak verildiği üç okul türündeki muhasebe öğretmeni dağılımı, Çok Programlı Lisede 4 kişi, 2014/2015 eğitim öğretim yılı itibarıyla Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi şeklinde isim değiştiren Ticaret Meslek Lisesinde 27 kişi, Mesleki Ve Teknik Eğitim Merkezinde de 4 kişi şeklindedir.

b. Tanımlayıcı istatistik verileri

Öğretmenlerin muhasebe eğitiminin değerlendirilmesine yönelik 5'li katılma dereceli 40 likert tipi soruya verdikleri yanıtlar frekans ve ortalama analizine tabi tutulmuştur ve çıkan sonuçlar soru benzerliklerine göre gruplandırılan dört başlıkta incelenmiştir.

Tabloda katılma derecesi numaralandırma sütunlarında, (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Fikrim Yok, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum'u ifade etmektedir.

Tablo 7: Tanımlayıcı İstatistik Verilerine İlişkin Frekans ve Yüzde Analizi Sonuçları

	Soru No	Katılma Derecesi										N
		1		2		3		4		5		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
ders materyalleri ve içerik	6-	10	35	12	34,3	8	22,9	3	8,6	2	5,7	35
	15-	2	5,7	17	48,6	6	17,1	9	25,7	1	2,9	35
	3-	2	5,7	2	5,7	2	5,7	20	57,1	9	25,7	35
	13-	1	2,9	3	8,6	3	8,6	16	45,7	12	34,3	35
bölüm	2-	-	-	1	2,9	-	-	9	25,7	25	71,4	35

olanakları ve bölüme karşı tutum	16-	-	-	2	5,7	5	14,3	17	48,6	11	31,4	35
	17-	2	5,7	9	25,7	12	34,3	10	28,6	2	5,7	35
	19-	5	14,3	10	28,6	8	22,9	10	28,6	2	5,7	35
öğretmen kendi yeterliğini değerlendirme	1-	-	-	-	-	-	-	9	25,7	26	74,3	35
	24-	-	-	4	11,4	7	20,0	19	54,3	5	14,3	35
	26-	-	-	-	-	3	8,6	17	48,6	15	42,9	35
	27-	1	2,9	-	-	1	2,9	12	34,3	21	60,0	35
işletmelerde beceri eğitimi (staj)	28-	1	2,9	-	-	2	5,7	16	45,7	16	45,7	35
	31-	1	2,9	9	25,7	9	25,7	9	25,7	7	20,0	35
	32-	1	2,9	9	25,7	9	25,7	9	25,7	7	20,0	35
	33-	-	-	1	2,9	5	14,3	17	48,6	12	34,3	35
	36-	-	-	1	2,9	-	-	12	34,3	22	62,9	35
	40-	1	2,9	7	20,0	11	31,4	14	40,0	2	5,7	35

Ders Materyalleri ve İçerik İle İlgili Görüşler: Öğretmenlerin % 62,9'luk kısmı 6. ifadede muhasebe ders kitaplarının içeriklerinin güncel gelişmelere paralel olarak yenilenmediğini belirtmişlerdir. Yine 15. ifadede % 54,3'lük kısım ders kitaplarındaki teorik bilgilerin gündelik yaşamı desteklemediğini düşünmektedir. Bu durumda ders kitapları öğrencilere gündelik yaşamda rehberlik etmekte yetersiz kaldığını söyleyebiliriz. Öğretmenlerin % 82,8'i 3. ifadede muhasebe derslerinin haftalık ders saatlerini yeterli bulduklarını, 13. ifade ile % 80'i teori eğitimini destekleyici çalışmaların bilgisayar ortamında yeterince yapıldığını ve okulun ders araç gereçleri bakımından donanımlı olduğunu belirtmişlerdir.

Bölüm Olanakları ve Bölüme Karşı Tutumla İlgili Görüşler: 2. ifadede öğretmenlerin % 97'lik kısmı ticaret meslek liselerine sınavla öğrenci alımının muhasebe eğitimi verimliliğini arttıracak kanaatindedir. 16. ifadedeki okulda verilen muhasebe eğitiminin ileriki meslek hayatında öğrenciye katkı sağlayacağına öğretmenlerin % 80'i katılmaktadır. 19. sorudaki öğrencilerin muhasebe derslerini sıkıcı ve monoton bulduğu ifadesine öğretmenlerin % 42'si katılmazken % 22,9'luk kısım bu konuda kararsız olduğunu belirtmiştir. 17. ifadede öğretmenlerin % 31'i öğrencilerin muhasebe derslerine seveerek istekli katılmadıklarını düşünürken % 34,3'ü bu konuda kararsız olduğunu belirtmiştir.

Öğretmenin Kendi Yeterliliğini Değerlendirmesi ile İlgili Görüşleri: Öğretmenlerin tamamı (%100'ü) 1. ifadede dönem başlarında muhasebe dersi içeriği hakkında açıklama yaptıklarını ve plan oluşturup dersi bu plana göre işlediklerini, 27. ifadede %94,3'lük kısım muhasebe uygulama örneklerini sınıfta öğrencilerle beraber çözdüklerini belirtmiştir. %91,5'lik kısım alanla ilgili güncel değişiklikler hakkında öğrencilerini bilgilendirdiğini, 26. ifadede %91,7'lik kısım öğrencinin derse aktif bir şekilde katılımını sağladığını belirtmiştir. 24. sorudaki öğretmenlerin kendi yeterliliklerine ilişkin muhasebeyle ilgili eğitim, sempozyum ve seminerlere katılım ifadesine %68,3'lük katılma oranıyla diğer ifadelerle göre daha az katılmışlardır. Öğretmenler kendilerini değerlendirme konusunda genel olarak diğer kısımlara göre daha pozitif düşünceler belirtmişlerdir.

İşletmelerde Beceri Eğitimi (Staj) ile İlgili Görüşler: Araştırmaya katılan öğretmenlerin % 97,2'lik kısmı 36. ifade ile stajyer öğrencileri rutin olarak her hafta işyerlerinde denetlediklerini belirtmişlerdir. Öğretmenlerin % 91,4'lük kısmı 28. ifadedeki son sınıftaki staj eğitiminin öğrencilere iş hayatına hazırladığı görüşüne katılmaktadırlar. 33. ifadede % 82,9'lük kısım staj eğitiminin öğrencilere iş disiplini ve iş ahlakı kazanmalarına katkı sağladığını düşünmektedir. % 45,7'lik oranla öğretmenlerin staj eğitimiyle ilgili en az katıldıkları ifade 40. sorudaki usta öğreticinin öğrenciyi eğitmek açısından bilgi donanımı olarak yeterlidir ifadesidir. Bu durumda öğrencilerin staj yaptıkları işyerlerindeki usta öğreticilerin öğrencileri eğitime açısından yetersiz kaldığını belirtebiliriz.

31. soruda öğrencilerin işyerlerinde kendi alanlarıyla ilgili işlerde çalıştırıldığı ve 32. sorudaki muhasebe alanıyla ilgili işyerlerinde staj yaptıklarına dair ifadelerle öğretmenlerin katılım oranı % 45,7'de kalmıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Ülkemiz genelinde muhasebe eğitimi ortaöğretim seviyesinde daha çok ticaret meslek liselerinde ve muhasebe alanı programı bulunan diğer bazı meslek liselerinde verilmektedir. Muğla İli kapsamında ortaöğretim seviyesinde muhasebe eğitimi veren okullardaki muhasebe eğitiminin değerlendirilmesine ilişkin, 35 öğretmen ve 246 öğrenci katılımıyla 2015/2016 eğitim öğretim yılında elde edilen araştırma bulgularından aşağıdaki sonuçlara ulaşılmış ve önerilerde bulunulmuştur.

Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu okuldaki meslek dersi başarısının yüksek olduğunu söylemiştir. Çok az kısmı (% 4,4) kendini başarısız olarak görmektedir. Kariyer planı olarak % 75'lik kısım üniversite düşünmektedir. Fakat öğrenciler üniversite olarak genellikle iki yıllık meslek yüksekokullarına yerleşmektedir. Ticaret meslek liselerinden 4 yıllık bir bölümlere çok az öğrenci yerleşebilmektedir. Meslek liselerinin kolay yoldan ara eleman yetiştirme hedefi daha ön planda tutulurken; başarılı, donanımlı, alanında uzman meslek mensubu yetiştirme hedefleri ihmal edilmektedir.

Öğrenciler muhasebe alanında meslek lisesini daha çok puanları, iş imkanı ve zorunluluktan dolayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin % 74,8'lik kısmı liseye tekrar başlasa ticaret meslek lisesini tercih etmeyeceklerini belirtmiştir. Bu sonuç göstermektedir ki, ticaret meslek lisesinde öğrenim gören öğrencilerin çoğunluğu okullarından memnun değildir. Bu durumun öğrencilerin meslek lisesine ilişkin fazla ön bilgi sahibi olmadan ve rastgele okul tercihi yapmalarından kaynaklandığı söylenebilir. Bunun önüne geçilmesi için, ilköğretim basamağından itibaren öğrencilerin meslekler ve okullar konusunda yeterli düzeyde bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Genel olarak faktör grupları ele alındığında, muhasebe eğitimi etkileyen en önemli faktör staj eğitimi katkıları ve takibi iken, ders materyalleri en az önemli faktör olarak görünmektedir.

Muhasebe bürosunda staj yapan öğrencilerin öğrendikleri teorik bilgileri staj ortamında daha çok pekiştirdikleri söylenebilir. Staj yeri belirlenirken öğrenciler daha çok muhasebe birimi bulunan işyerlerine yerleştirilirse staj eğitiminden daha fazla verim sağlanabilir.

Mesleki ve Teknik Eğitim Merkezinde (METEM) okuyan öğrenciler öğretmenlerin derslere hazırlıklı geldiğini, meslekle ilgili yenilikleri takip ederek onlarla paylaştıklarını ve teorik bilgilere ilişkin laboratuvar ortamında ve sınıfta yeterince örnek uygulama yaptıklarını düşünürken, çok programlı lise ve ticaret meslek liselerinde okuyanlar bu görüşlere katılmamışlardır.

Muhasebe alanına bilinçli ve isteyerek gelen öğrenciler muhasebe problemleri çözmei sevdiğini, aldıkları muhasebe eğitiminin ilerideki meslek hayatlarında onlara katkı sağlayacağını düşünmektedirler. Bölüme rastgele ve bilinçsiz gelen öğrenciler ise, bu görüşe katılmamaktadırlar. Bu da göstermektedir ki, okul ve alan tercihinde ilgi, istek ve yetenekler önemli bir unsurdur. Okul

ve alan seçiminde aileler ve öğretmenler de etkin rol aldıkları için, öğrencileri yönlendirirken aldıkları puanın yanında onların yetenekleri, ilgi ve isteklerini de göz önünde bulundurmalarıdır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin çoğunluğu yaş olarak orta yaş üzerinde ve belli bir mesleki birikimi olan kişilerden oluşmaktadır. Öğretmenlerin mesleki tecrübelerinin artması, eğitimde verim açısından olumlu bir durumken, yaşın ilerlemesiyle verimlilik azalması beklendiğinden olumsuzluk olarak değerlendirilmektedir.

Öğretmenler materyal olarak alan ders kitaplarının içeriğinin yetersiz kaldığını, güncel bilgileri içermediğini, günlük yaşamı destekler nitelikte olmadığını ve öğrenci seviyesine uygun olmadığını belirtmişlerdir. Kitap içerikleri belli aralıklarla güncellenmeli ve öğrenci seviyesine uygun hazırlanmalıdır.

Öğretmenler alanlarıyla ilgili eğitim ve sempozyumlara katılmadıklarını, güncel gelişmeleri fazla takip etmediklerini belirtmişlerdir. Öğretmen mesleki anlamda kendini geliştirdiği ölçüde öğrenciye katkı sağlayabilir. MEB ve mesleki kuruluşlar işbirliğiyle öğretmenlere yönelik belli aralıklarla alandaki gelişmelere yönelik eğitim seminerleri düzenlenmelidir ve bu seminerlere katılım sağlanmalıdır.

Öğretmenler staj eğitimini, öğrenciye gerek iş hayatına hazırlaması, iş disiplini ve iş ahlakı kazandırması gerekse öğrencinin okul başarısını etkilemesi ve okulda öğrendiği bilgileri uygulamada kullanması gibi birçok yönden faydalı bulmaktadırlar. Staj eğitimi öğrencinin teoride öğrendiği bilgiyi iş sahasında pratiğe dökebilmesi açısından önemlidir ve öğrenciyi çalışma hayatına hazırlaması bakımından ön çalışma niteliği taşımaktadır. Öğrenci çalışma hayatındaki gelişmeler, kurallar ve zorlukları gözlemleyebilme fırsatı bulmaktadır.

Bu çalışmada muhasebe öğretmenleri ve son sınıf öğrencilerinin bakış açılarıyla muhasebe eğitimi değerlendirilmeye çalışılmış olup muhasebe eğitiminde önemli bir aşama olan staj eğitimi başlı başına bir konu olduğu için öğretmen, öğrenci görüşlerinin yanında işletme sahiplerinin görüşlerinin ölçülmesi yönü bu çalışmada eksik kalmıştır. İşletme sahipleri de araştırmaya dahil edilerek yeni çalışmalar geliştirilebilir. Yine sadece son sınıflara uygulanmış olan bu araştırma, ayrı ölçek geliştirilerek 10. ve 11.sınıf seviyeleri için de uygulanabilir.

KAYNAKÇA

- Akbulut, H., Pekkaya M. & Aksakaloğlu H. (2014). Meslek mensuplarının bakış açısıyla ticaret meslek liselerindeki muhasebe eğitimi: bursa ili üzerine bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 62, Nisan, 73-91.
- Aksakaloğlu, H., (2013) *Ticaret meslek liselerinde verilen muhasebe eğitiminin muhasebecilik mesleğine uygunluğu: Bursa İli örneği*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Bozkurt, İ., Öksüz, S. & Karakuş, R. (2013, Ocak). Muhasebe eğitiminin niteliği ve bu eğitimin muhasebecilik mesleği ile ilgili algılara etkisi: çankırı meslek yüksekokulu örneği. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 60-76.
- Çamtosun, İ., (2008) *Mesleki eğitim ve öğretim sisteminin güçlendirilmesi projesi sürecinde ticaret meslek liselerindeki muhasebe eğitiminin meslek yüksek okullarındaki muhasebe eğitimine etkileri: İstanbul'da bir alan araştırması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Daştan, A. (2008). *Bilgi ve eğitim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin muhasebe eğitimine etkisi: Türkiye değerlendirmesi*. Ankara: Sıramat Yayınları.
- Demirel, Ö. (2002). *Kuramdan uygulamaya eğitimde program geliştirme* (4. Baskı). Ankara: Pegem Yayıncılık.

- MEB, (2010), *Ticaret meslek ve anadolu ticaret meslek liselerinin kuruluş amaçlarına hizmet derecesinin değerlendirilmesi*. Ankara, <http://www.meb.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 05/04/2016)
- MEB, (2011), *Muhasebe ve finansman alanı çerçeve öğretim programı*. Ankara, <http://www.megep.meb.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 26.04.2016)
- Milli Eğitim Temel Kanunu (1973). *Resmi Gazete*, Tarih: 24/06/1973, Sayı: 14574.
- Okan Gökten, P. & Gökten, S. (2016). Uluslararası eğitim standartlarına genel bakış: geçerliğinin türkiye açısından değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(6), 49-66.
- Özbirecikli, M. (2007). Ana hatlarıyla IFAC muhasebeci eğitimi standartları. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 33, Ocak, 73-80.
- Şengel, S. (2011). Türkiye’de muhasebe meslek elemanı talebi üzerine bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 50, Nisan, 167-180.
- Tazegül, A. & Karabayır, M. E. (2015). *Muhasebe eğitim standartlarının lisans eğitiminde gerçekleşme durumu: ‘öğrenci kazanımları değerlendirme çalışması*. 34. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu’nda sunulan bildiri, s.1-22, Ankara Üniv. SBF İşletme Bölümü, Antalya, 13-17 Mayıs.
- Türk Dil Kurumu (t.y.), *Güncel Türkçe Sözlük*, <http://www.tdk.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 19.09.2017)
- Zaif, F. & Ayanoglu, Y. (2007). Muhasebe eğitiminde kalitenin arttırılmasında ders programlarının önemi: Türkiye’de bir inceleme. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 115-136.
- Zaif, F. (2004). *Muhasebe eğitiminde yeni yaklaşımlar*. 23. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu’nda sunulan bildiri, s.53-62, İstanbul Üniv. İşletme Fakültesi, Antalya, 19-23 Mayıs 2004.

TÜRKİYE'DE KAYITDIŞI EKONOMİNİN ÖLÇÜMÜ VE AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİYLE KARŞILAŞTIRILMASI

Hünkar GÜLER¹
Ekrem TOPARLAK²

Özet

Kayıtdışı ekonomi; vergi ve sosyal güvenlik katkılarının oluşturduğu yükler, yasal düzenlemelerin sıklığı, kamu sektörü hizmetlerinin ve yasal iktisadi faaliyetlerin oluşturduğu maliyetlerden kaynaklanmaktadır. Türk vergi sistemi dolaylı vergiler ve ücretliler üzerinden tahsil edilen gelir vergisine dayanmaktadır ve dolaylı vergiler yönünde bir vergi koridoru oluşmaktadır. Kayıtdışı ekonominin tahmini ve kontrol altında tutulması vergi politikalarının güvenilirliğini arttırmaktadır. Çalışma, 2001-2016 dönemi için Türkiye'de kayıtdışı ekonominin tahmin edilmesini ve Avrupa Birliği ülkeleriyle karşılaştırılmasını amaçlamaktadır. Türkiye'de 2001 yılında kayıtdışı ekonominin büyüklüğü yüzde 59,4 tahmin edilmekteyken, 2016 yılında yüzde 27,3 tahmin edilmektedir. 2000 yılında yüzde 24,7 tahmin edilen kayıtdışı ekonominin 2001 yılında önemli düzeyde artış göstermesi 2000 Kasım ve 2001 Şubat krizlerinin etkileri ve sonrasında kurumsal yapının yeniden oluşturulması için yapılan düzenlemelerden kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Avrupa Birliği ülkelerinin kayıtdışı ekonomi ortalaması 2003-2015 yılları arasında yüzde 22,6'dan yüzde 18,3'e gerilediği görülmektedir. 2015 yılında Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerindeki kayıtdışı ekonominin büyüklüğü karşılaştırıldığında, Türkiye'deki kayıtdışılığın boyutunun Avrupa Birliği ortalamasının çok üzerinde olduğu gözlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kayıtdışı Ekonomi, Ekonomik Güvenlik, MIMIC Model

Jel Sınıflandırması: O17, F52, H87.

MEASURING THE SHADOW ECONOMY IN TURKEY AND COMPARING ITS RESULTS WITH EUROPEAN UNION COUNTRIES

Abstract

Shadow economy stems from the burden of taxes and social security contributions, frequency of official regulations and expenses of public sector services and economic activities. Turkish tax system depends on indirect taxes and wage taxes, and so tax trap for indirect taxes comes to exist. Moreover, estimation and control of shadow economy support the credibility of tax policies. This paper attempts to estimate the shadow economy for Turkey between the years of 2001-2016 and compare its results with European Union countries. Whereas shadow economy is estimated 59,4 percent for Turkey in 2001, it's also estimated 27,3 percent in 2016. A surge upon shadow economy in 2001 results from economic turmoil in November 2000 and February 2001 and also some regulations done to establish a new institutional structure. Average size of shadow economy in European Union countries improves from 22,6 percent to 18,3 percent between the years of 2003-2015. Turkey's shadow economy exceeds the European Union's as we compare the shadow economy between European Union and Turkey for 2015.

Key Words: Shadow Economy, Economic Security, MIMIC Model.s

Jel Classification: O17, F52, H87.

¹ Yrd. Doç. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Mali İktisat A.B.D., gulerhunkar@gmail.com

² Arş. Gör., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İ.İ.B.F., Maliye Bölümü, Maliye Teorisi A.B.D., ekremtoparлак@gmail.com

GİRİŞ

Geçiş ekonomilerinin yapılanma sürecinde ve iktisadi kriz dönemlerinden sonra kayıtdışı ekonominin oranında artış gözlenmektedir. Bilinmeyi bilmek (knowing the unknown) gibi bir çaba olan kayıtdışı ekonomi, makroekonomik büyüklüklerin tahmininde sapmalara yol açarak, iktisat politikalarının güvenilirliğini azaltmaktadır. Kayıtdışı ekonomi vergi ve sosyal güvenlik katkılarının oluşturduğu yükler, yasal düzenlemelerin çokluğu, kamu sektörü ve yasal iktisadi faaliyetlerin maliyetlerinden kaynaklanmaktadır. Gelişmiş ülkelerde kayıtdışı ekonomi denildiğinde -öncelikle- uyuşturucu ve silah kaçakçılığı gibi yasadışı faaliyetler akla gelmekteken; gelişmekte olan ülkelerde, gelirin kayıt altına alınmamasından kaynaklanan kayıtdışı faaliyetler akla gelmektedir.

Türk vergi sistemi dolaylı vergilere ve ücretliler üzerinden kesilen gelir vergisine dayanmaktadır. Türk vergi sistemi içinde dolaylı vergilerin oranı 2016 yılında yüzde 67,2 iken, dolaysız vergilerin oranı yüzde 32,8'dir. Bu durum, Türk vergi sisteminin tüketimi vergilendirebilirken, özellikle geliri -servet üzerinden alınan vergilerin yüzde payının ihmal edilebilecek kadar düşük olduğu dikkate alındığında- vergilendiremediği anlamına gelmektedir. Dolayısıyla, Türk vergi sistemi dolaylı vergiler noktasında üst sınıra yaklaşmakta; fakat dolaysız vergilerin tahsili noktasında -cari açık ve iktisadi büyüme kaygısıyla- isteksiz davranmaktadır. Bu durum, bir vergi koridoru (vergi tuzağı) oluşturarak vergi politikasının hareket kabiliyetini sınırlandırmaktadır. Kayıtdışı ekonominin kayıt altına alınması vergi politikasının esnekliğini arttıracığı ve vergi koridoruna sıkışan Türk vergi sistemini rahatlatacağından önem taşımaktadır.

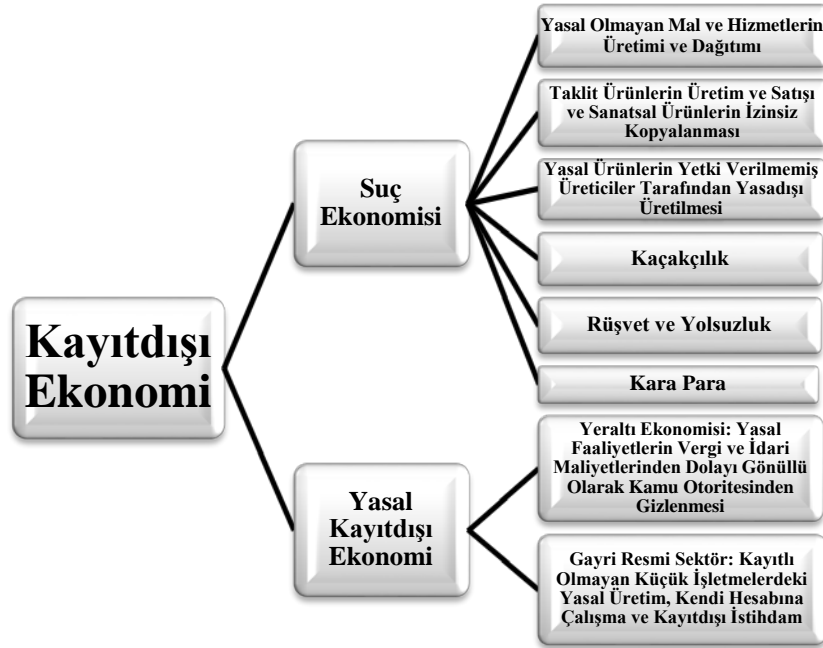
Çalışma, Türkiye'de kayıtdışı ekonominin büyüklüğünü 2001-2016 yılları için tahmin etmeyi ve Avrupa Birliği (AB) ülkeleriyle bir karşılaştırma yapmayı amaçlamaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde kayıtdışı ekonominin tanımı ve kapsamı açıklanmaktadır. İkinci bölümde kayıtdışı ekonominin nedenleri üzerinde durulmakta ve üçüncü bölümde ise kayıtdışı ekonominin mali yapı üzerindeki etkisi değerlendirilmektedir. Dördüncü bölümde Türkiye'de kayıtdışı ekonomi tahmin edildikten sonra beşinci bölümde AB ülkeleriyle bir karşılaştırma yapılmaktadır. Çalışma, bulguların özetlendiği sonuç bölümüyle tamamlanmaktadır.

I. KAYITDIŞI EKONOMİNİN TANIMI VE KAPSAMI

Kayıtdışı Ekonomi alanındaki ilk çalışmalar 1940'lı yıllara kadar geriye gitmekle birlikte 1980'lerin başında uluslararası alanda tartışılmaya başlanmıştır. Schneider ve Buehn (2012: 2) kayıtdışı ekonomiyle ilgili teorik düzeydeki tartışmaların Allingham ve Sandmo (1972)'nin gelir vergisi kaçakçılığı üzerine yazdıkları makaleyle başladığını belirtmektedir. Tanzi (1983: 283) ise, 1980'lerin başından itibaren kayıtdışı ekonomiye (underground economy) olan ilginin gazete satırlarından akademik çalışmalara konu olduğunu söylemektedir. Bunun temel nedeni, kayıtdışı ekonominin milli gelir, işsizlik ve enflasyon gibi makroekonomik büyüklüklerin tahmininde sapmalara yol açarak iktisat politikasının güvenilirliğini zedelemesidir.

Prokhorov (2001: 7) kayıtdışı ekonomiyi "gözlemlenemeyen ekonomi" (unobserved economy) olarak tanımlamıştır. Schneider, Buehn ve Montenegro (2010: 3) kayıtdışı ekonomi alanında yapılan çalışmaların "bilinmeyi bilmek" (knowing the unknown) gibi bir akademik çaba olarak düşünülmesi gerektiğini söylemekte ve kayıtdışı ekonominin beş durumdan kaynaklandığını belirtmektedir: i) Gelir, tüketim ve diğer vergilerden kaçınmak, ii) sosyal güvenlik katkılarından kaçınmak, iii) yasal işgücü piyasası standartlarından (asgari ücret, çalışma süresi) kaçınmak, iv) yönetsel süreçlere uyum sağlamaktan kaçınmak, v) yasal olmayan faaliyetler (uyuşturucu ticareti, hırsızlık gibi) ve vi) öz tüketimi için yapılan hanehalkı üretimi (homemade production veya do-it-yourself activities)'dir.

Kayıtdışı ekonominin açık bir tanımının yapılamaması kapsamının genişliğinden kaynaklanmakta ve bu durum kayıtdışı ekonomiyle mücadelede devletleri zorlamaktadır. Ülkelerin siyasi, iktisadi ve sosyal yapılarındaki farklılıkların yanında gelişmişlik düzeyleri ve vergi kültürleri ülkeden ülkeye değişen kayıtdışı ekonomi tanımları ve mücadele yöntemleri ortaya çıkarmaktadır. Kayıtdışı ekonomi, aynı zamanda, gölge ekonomi (shadow economy), gizli ekonomi (hidden economy), yeraltı ekonomisi (underground economy), yasadışı ekonomi (illegal economy), kayıtdışı ekonomi (unrecorded economy) ve siyah ekonomi (black economy) olarak da adlandırılmaktadır. Dar anlamda kayıtdışı ekonomi, mal ve hizmet üretiminden doğan gelirin kayıt altına alınmasıyla, geniş anlamda kayıtdışı ekonomiyi Prokhorov (2001: 13), suç ekonomisi (yasadıışı ekonomi) ve yasal kayıtdışı ekonomi olarak aşağıda, Şekil 1’de, sınıflandırmaktadır:



Şekil 1: Kayıtdışı Ekonomi

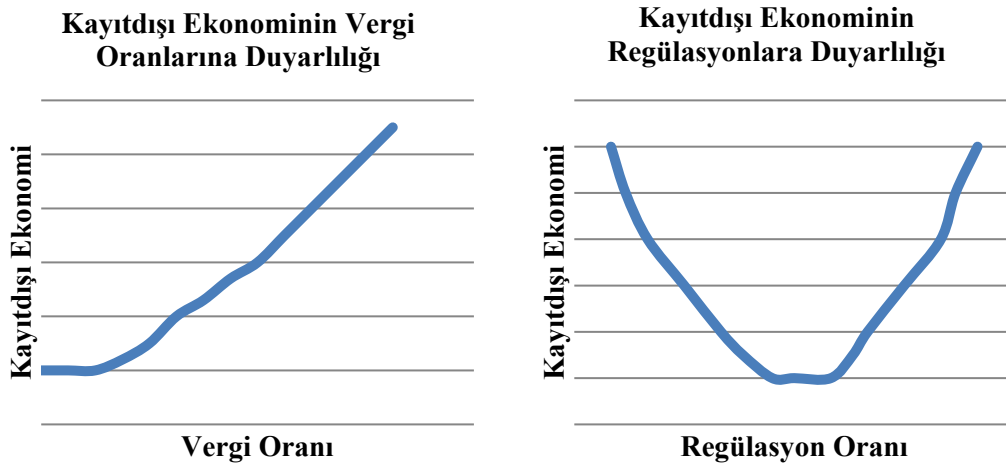
Kaynak: Prokhorov, 2001: 13.

Prokhorov (2001: 30) suç ekonomisinin iki bin yıllık bir tarihi olduğunu ve Hindistan’da kamu yönetiminde yolsuzluğun milattan önce dördüncü yüzyılda ve kalpazanlık ve madde bağımlılığıyla ilgili ilk örneğin ise milattan önce ikinci yüzyılda ortaya çıktığını göstermektedir. Prokhorov (2001: 29) uluslararası uyuşturucu piyasasının dünya ticaretinin yüzde 8-10 arasında değiştiğini belirtmektedir. Gelişmiş batı ülkelerinde kayıtdışı ekonomi denildiğinde -öncelikle- uyuşturucu ve silah kaçakçılığı gibi yasadışı sektörler akla gelmektedir. Bunun nedeni, gelişmiş toplumlarda vergi ahlakı yerleştiğinden mükellefler gelirlerini kayıt altına almak ve geriye uyuşturucu ve silah kaçakçılığı gibi suç ekonomisinin alanına giren yasadışı faaliyetler kalmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ise, genellikle, gelirin kayıt altına alınmamasından kaynaklanan kayıtdışı faaliyetler söz konusu olmaktadır. Bu nedenle, vergi muafiyet ve istisnaları gözardı edildiğinde, Türkiye’deki kayıtdışı ekonominin vergilendirilemeyen gelir, tüketim ve servetten kaynaklandığı belirtilmelidir.

II. KAYITDIŞI EKONOMİNİN NEDENLERİ

Schneider, Buehn ve Montenegro (2010: 5) kayıtdışı ekonominin nedenlerini vergi ve sosyal güvenlik katkılarının oluşturduğu yükler, yasal düzenlemelerin sıklığı, kamu sektörü hizmetleri ve yasal iktisadi faaliyetlerin oluşturduğu yükler olarak sıralamaktadır. Vergi ve sosyal güvenlik katkılarının oluşturduğu yükler, hemen hemen kayıtdışılıkla ilgili çalışmaların tamamında yer almaktadır. Vergiler, çalışma ve dinlenme tercihlerini etkilemekte ve kayıtdışı sektördeki işgücü arzını teşvik etmektedir. Vergi öncesi ve sonrası ücretler arasındaki fark (tax wedge) ne kadar büyük olursa kayıtdışı sektöre kayma o derece yoğun olmaktadır. Birçok çalışma kayıtdışı ekonomi ile vergilendirme arasında anlamlı bir ilişki bulmaktadır. İşgücü piyasası düzenlemeleri, ticari engeller (kotalar) ve yabancı işgücü piyasası sınırlamaları gibi yasal düzenlemelerin çokluğu bireylerin kayıt altına girme tercihlerini azaltmaktadır. Yasal düzenlemelerin işçiler üzerinde bir maliyet olarak kalması kayıtdışılığa geçişte önemli bir faktör olmaktadır. Kayıtdışı ekonominin büyümesi kamu gelirlerini azaltmakta ve kamusal mal ve hizmetlerin kalitesini düşürmektedir. Bu durum, kayıtlı sektör üzerindeki vergi yükünü artırırken kamusal mal ve hizmetler aynı oranda arttırılamamakta ve neticede kayıtlı sektör de kayıtdışısına geçmektedir. Geçiş ekonomilerindeki yasal düzenlemelerin sıklığı ise rüşvete, yüksek vergi oranlarına ve kayıtdışılığa yol açmaktadır.

Schneider ve Buehn (2012: 5) yukarıdaki nedenlere üç neden daha eklemektedir: Kurumların kalitesi, vergi ahlakı (tax morale) ve caydırma (deterrence)'dir. Kurumsal kalite, bir ülkedeki hukuki ve bürokratik yapının istikrarıyla ilgilidir. Yolsuzluğun yüksek olduğu bürokratik bir yapı kayıtdışılığa iterken, mülkiyet haklarını ve sözleşmeleri koruyan hukuk kuralları firmaları kayıtlı sektöre katılmaya teşvik etmektedir. Ayrıca, piyasadaki bilgi ve aktarım mekanizmasının sağlıklı çalışması ve kamusal hizmetlerin etkin sunumu firmaları yasal iktisadi faaliyetler yönünde teşvik etmektedir. Vergi mükellefleri kamu hizmetlerinin etkin sunulduğunu ve vergilerin gelir dağılımı amacına hizmet ettiğini anlarırsa vergi ahlakı iyileşmekte ve kayıtdışılık azalmaktadır. Denetim ve cezalar caydırıcı olmakla birlikte bu alandaki ampirik çalışmalar sınırlıdır ve sonuçlar net bir bilgi vermemektedir.



Şekil 2: Kayıtdışı Ekonominin Vergi Oranları ve Regülasyonlara Duyarlılığı

Kaynak: Prokhorov, 2001: 41.

Kayıtdışı ekonominin vergi oranlarına ve regülasyonlara duyarlılığı yukarıda, Şekil 2'de, gösterilmektedir. Vergi oranlarının artması kayıtdışılığı artırırken, düzenlemeler bir noktaya kadar kayıtdışılığı azaltmakta; fakat düzenlemelerin sıklığı artıp karmaşık bir hal almaya başladığında kayıtdışılık yeniden yükselmektedir. Orta büyüklükteki veya küçük işletmelerin finansman sorunu ve pazardan pay almak istemeleri işgücü maliyetlerini düşürerek kar maksimizasyonu sağlamalarına neden olmaktadır. Bu durum, işçilerin kayıtdışı

çalıştırılmasıyla sonuçlanmaktadır. Göç ve eğitim düzeyi de kayıtdışılığa neden olmaktadır. Duruel (2017: 209), 2012 yılında Türkiye'ye gelen Suriyeli sığınmacı sayısının 14.237'den Haziran 2017'de 3 milyonu aştığını ve bunların Türkiye nüfusuna oranının ise yüzde 4'e yaklaştığını belirtmekte ve yaş grupları, cinsiyet ve eğitim itibarıyla incelendiklerinde önümüzdeki dönemde istihdam üzerinde önemli bir baskı oluşturacakları sonucuna ulaşmaktadır. Bununla birlikte, Duruel (2017: 212) iki önemli çalışmadan bahsetmektedir. Bunlardan ilki Ceritoğlu ve diğerlerinin 2017 yılında Suriyeli göçmenlerin Türk işgücü piyasası üzerindeki etkilerini ampirik olarak test eden çalışmalarıdır. Bu çalışmada, Suriyeli göçmenlerin Türk işgücü piyasası üzerinde sınırlı bir etki oluşturduğunu göstermektedir. Balkan ve Tümen'in 2016 yılında yaptıkları bir diğer çalışma ise, Suriyeli göçmenlerin kayıtlı sektöre ciddi bir etkileri olmamakla birlikte yerel kayıtdışılıkta maliyet avantajı sağlayarak rekabet oluşturdukları sonucuna varmaktadır.

III. KAYITDIŞI EKONOMİNİN MALİ YAPI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Schneider ve Williams (2013: 21) vergi yükü arttığı zaman kayıtdışı istihdamın arttığını ve vergi gelirinin düştüğünü; hükümetin vergi gelirlerini arttırmak için vergi oranlarını yükselttiğini ve bu durumun kayıtdışı ekonominin büyümesine yol açtığını belirtmektedir. Ayrıca Schneider ve Williams, doğru politikalar takip edildiğinde bu sürecin –ceteris paribus- tersine döneceğini de ifade etmektedir. Spiro (2005: 182) ise kayıtdışı ekonominin varlığı durumunda optimal vergi politikasının ne olması gerektiğini araştırmakta ve tüketim ve gelir vergilerinin bileşimlerine (tax mix) işaret etmektedir. Gelir vergileri, tüketim vergilerine göre kayıtdışı ekonomiyi daha fazla özendirir. Bu durum, tüketim vergilerinin gelir vergisine göre iki önemli üstünlüğünden kaynaklanmaktadır: Tüketim vergilerinin büyüme baskılamaması ve vergi toplama maliyetinin düşük olmasıdır. Tüketim vergileri içinde KDV (multi-stage tax) ve perakende satış vergileri (single-stage tax) karşılaştırıldığında, KDV'nin aşamalı yapısından dolayı vergi kaçakçılığının daha sınırlı olduğu gözlenmektedir.

Türk vergi sisteminin genel eğilimi vergilendirmenin dolaylı vergilere kayması ve dolaysız vergilerin ücretliler üzerinden kesilen gelir vergisine dayanmasıdır. Türk vergi sistemi içinde dolaylı vergilerin oranı 2016 yılında yüzde 67,2 iken, dolaysız vergilerin oranı yüzde 32,8'dir. Bu durum, Türk vergi sisteminin tüketimi vergilendirebilirken, geliri vergilendiremediği anlamına gelmektedir. Farklı bir anlatımla, Türk vergi sistemi dolaylı vergiler noktasında üst sınıra yaklaşmakta; fakat dolaysız vergileri -cari açık ve iktisadi büyüme kaygısıyla- tahsilde gönülsüz davranmaktadır. Bu durum, bir vergi koridoru (vergi tuzağı)³ oluşturarak Türk vergi sisteminin ve dolayısıyla vergi politikasının hareket kabiliyetini sınırlandırmaktadır. Ayrıca, Türkiye'de alt gelir gruplarında asgari geçim indirimi ve üst gelir gruplarında matrah farklılaştırmasıyla ayırma prensibi uygulanarak vergilendirmede adalet tesis edilmeye çalışılmaktadır.⁴

Tablo 1'de vergi türleri itibarıyla 2016 yılı inceleme sonuçları değerlendirildiğinde, gelir üzerinden alınan vergilerin matrah farkının (gelir ve kurumlar vergisi) tüketim üzerinden alınan vergilerin (KDV ve ÖTV) matrah farkından büyük olduğu; fakat gelir ve kurumlar vergisi ile ÖTV'de ortaya çıkan matrah farklarının KDV'nin matrah farkından düşük olduğu gözlenmektedir. ÖTV'de vergi kaybının sınırlı olması lüks tüketim malları üzerinden tahsil edilmesine bağlanmaktadır. 2016 yılı vergi inceleme sonuçları –sınırlı bir bilgi vermekle birlikte- kayıtdışı ekonomi yüzde 60,1 olduğunda vergi kaybının yüzde 32,8 olacağını göstermektedir.

³ Vergi koridoru veya vergi tuzağı olarak adlandırdığımız kavramı likidite tuzağı (liquidity trap) kavramından esinlenerek oluşturduk. Kavram, vergi sisteminin belirli bir noktada optimale ulaştığını ve vergilendirilen alandan daha fazla vergi tahsil etme imkanı kalmadığını ifade etmektedir. İngilizce "tax trap" olarak ifade edilen kavram ise marjinal vergi oranını arttıran ve vergi tarifesinde bir sonraki dilime taşan kişisel gelir miktarını ifade etmek için kullanılmaktadır.

⁴ Ayrıntılı bilgi için bkz: Hünkar Güler, "Türkiye'de Gelir Vergisinin Ücretliler Üzerinde Oluşturduğu Etkinlik Kaybının Ölçülmesi", *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 2016, C.2, S.3, ss.29-59.

Tablo 1. Vergi Türleri İtibariyle 2016 Yılı İnceleme Sonuçları

Vergi Türü	İncelenen Mükellef Sayısı	Rapor Sayısı	Bildirilen Matrah	Bulunan Matrah Farkı	Tarh Edilen Vergi	Ödenen Vergi	Matrah Fark (Yüzde)	Vergi Fark (Yüzde)
Gelir Vergisi	911	1213	211484653	51160730	9880627	96604804	24.2	10.2
Kurumlar Vergisi	415	442	124741451	34354471	7990737	42969665	27.5	18.6
KDV	1216	1528	597366796	131313682	33035260	130822451	22	25.3
ÖTV	62	65	0	629371	753153	120401507	0	0.1
Bank. ve Sig. Mua. Vergisi	3	5	0	143920	7196	11067867	0	0.1
Veraset ve İntikal Vergisi	34	36	731221215	892436567	86886507	619416	122	1400.3
Damga Vergisi	28	36	264029	7911362	686776	13419310	30	5.1
Geçici Vergi	312	562	20069472	49155181	5715191	41827980	244.1	13.7
Diğerleri	3880	3871	433085402	106399344	5451384	1268741	24.6	429.7
Toplam	6861	7758	2118233018	1273504628	150406831	459001741	60.1	32.8

Kaynak: www.gib.gov.tr (GİB)

Russell (2010: 13-14) ülkelerin kayıtdışı ekonomiyle mücadelede şu yöntemleri kullandığını belirtmektedir: i. kayıtdışılık açısından risk taşıyan sanayilerde stopaj/raporlama uygulamalarının artırılması (OECD tarafından desteklenen bu politika Kanada, İsveç, İngiltere, ABD tarafından uygulanmaktadır), ii. iş hacmiyle orantısız yüksek harcamaların izlenmesi (Avusturalya), iii. büyük vergi kaçakçılarının isimlerinin yayınlanması (Kore ve İngiltere), iv. kayıtdışılık riski taşıyan sanayilerde girdi-çıktı mukayesesi şeklinde çapraz denetim yapmak (Avusturalya), v. bilinen vergi kaçakçıları için raporlama zorunluluklarını arttırmak, vi. restaurant gibi yüksek risk taşıyan hizmet sektörlerinde sertifikalı yazar kasaların zorunlu tutulması ve denetlenmesi (İsveç, Kanada, Yunanistan), vii. restaurant ve kuaför gibi kayıtdışı istihdamın yüksek olduğu alanlarda zorunlu çalışan kaydı (İsveç), viii. bildirimde bulunmayan kayıtdışılığı tescilli mükelleflere yönelik yeni cezalar getirmek (İngiltere) ve ix. denetimden geçen mükelleflerle iletişimi devam ettirmek ve ihtiyaç duymaları halinde mali ve bürokratik alanlarda yardımda bulunmak (Avusturalya).

IV. TÜRKİYE'DE KAYITDIŞI EKONOMİNİN TAHMİNİ

Tanzi (1983: 284), araştırmacıların -zaman içerisinde- kayıtdışı ekonomiyi ölçmek için farklı yaklaşımlar geliştirdiklerini belirtmektedir. Bu yaklaşımlar; çeşitli faaliyetlerin doğrudan ölçümü, satıcı veya müşterilerle doğrudan görüşmeler yapmak, istihdam istatistiklerinden yola çıkarak kayıtdışı çalışanları tespit etmek ve milli gelirin tüketim ve gelir kalemlerini karşılaştırarak kayıtdışı ekonomiyi belirlemektir. Tanzi (1983)'nin çalışmasında kullandığı yöntem ise parasal yaklaşım (monetary approach)'tur. Parasal yaklaşım da kendi içinde i) sabit oran değişkeni (fixed-ratio variant), ii) nominal para değişkeni (currency denomination variant) ve nakit denklemi değişkeni (currency equation variant) olmak üzere üçe ayrılmaktadır. Bunların dışında Tanzi (1983: 289), çalışmasında, para talebi denkleminin özel bir şeklini geliştirmektedir. Buna nakit talebi yaklaşımı (currency demand approach) veya gösterge yaklaşımı (indicator approach) denilmektedir. Öncesinde Cagan (1958), Henry (1975), Gutmann (1977) ve Tanzi (1980) tarafından geliştirilen yaklaşım para talebinin gelir vergisine olan duyarlılığını ölçerek kayıt altına alınamayan para miktarını tespit etmektedir. Tanzi, kayıtdışı ekonominin büyümesinin nakit paraya olan talebi arttıracığını düşünmektedir. Bununla birlikte, kayıtdışı ekonomide her zaman nakit paranın kullanıldığı iktisadi gerçeklikle bağdaşmamaktadır. Bu modelin iki

önemli varsayımı kayıtdışı ekonominin yüksek vergilerin bir sonucu olarak ortaya çıktığıdır ki kayıtdışı ekonominin vergilerden kaynaklanmayan kısmını ihmal etmektedir ve kayıtdışı paranın kayıt altındaki para gibi piyasa işlemleri ve tasarruflar için kullanıldığıdır.⁵ Tanzi (1983: 290)'nin kayıtdışı ekonomiyi tahmin etmek için kullandığı temel regresyon denklemi aşağıda yer almaktadır:

$$\ln C/M_2 = \alpha_0 + \alpha_1 \ln T + \alpha_2 \ln WS/NI + \alpha_3 \ln R + \alpha_4 \ln Y + \varepsilon$$

Burada dolaşımdaki para miktarı (C)'nin M_2 'ye oranı bağımlı değişkenken; kişi başına reel gelir (Y), mevduat faiz oranı (R), ücret ve yevmiyelerin milli gelire oranı (WS/NI) ve gelir vergisi oranı (T) bağımsız değişkendir. Çetintaş ve Vergil (2003: 25) ise Tanzi'nin nakit para talebi denkleminde yola çıkarak aşağıdaki denklemi oluşturmuşlardır:

$$\ln M_T = \beta_0 + \beta_1 \ln Y + \beta_2 \ln VG + \beta_3 \ln F + \beta_4 \ln MF$$

Dolaşımdaki reel para miktarı (M_T) bağımlı değişkenken; kişi başına reel milli gelir (Y), vergi gelirlerinin GSYİH'ya oranı (VG), fiyat endeksi (F) ve yıllık nominal mevduat faiz oranı (MF) bağımsız değişkenlerdir. Burada, β_1 ve β_2 'nin beklenen katsayıları pozitif ve β_3 ve β_4 'ün beklenen katsayıları negatiftir. Çetintaş ve Vergil (2003: 25), Johansen koentegrasyon analizinden yararlanarak 1971-2000 dönemi için Türkiye'deki kayıtdışı ekonomiyi ölçmektedir. Aşağıda, **Tablo 2**'de, Çetintaş ve Vergil (2003: 28)'in Türkiye için hesapladıkları kayıtdışı ekonominin büyüklüğü yer almaktadır. Analiz sonucuna göre, 1971 yılında kayıtdışı ekonominin oranı yüzde 18,76 iken, 2000 yılında bu oran yüzde 24,73'e yükselmiştir. Dönem içerisinde en yüksek kayıtdışılık 1995 yılındaki yüzde 31,29'dur.

**Tablo 2. Türkiye'de Kayıtdışı Ekonominin Büyüklüğü
(Cari Fiyatlarla Milyon TL)**

Yıllar	Dolanımdaki Para	Hesaplanan Dolanımdaki Para	Sıfır Vergi Oranında Hesaplanan Dolanımdaki Para	İllegal Para	Paranın Gelir Hızı	Kayıtdışı Ekonomi	Yüzde
1971	13900	15631	6137	9494	5.8	55065	18.8
1972	15900	18623	6712	11911	5.7	67893	19.2
1973	20700	22606	8038	14568	5.4	78667	18.8
1974	26100	26821	9287	17534	5.7	99944	19.6
1975	32900	32503	11620	20883	5.7	119033	18.0
1976	42400	40907	13960	26947	5.6	150903	17.9
1977	62900	58121	19012	39109	5.2	203367	18.2
1978	94000	84802	27437	57365	5.6	321244	19.6
1979	144000	130136	42158	87978	6.3	554261	21.1
1980	218000	249481	84788	164693	6.9	1136382	21.3
1981	280000	312493	105850	206643	7.7	1591151	20.9
1982	411000	452083	149270	302813	7.4	2240816	21.8
1983	548000	561377	201472	359905	6.7	2411364	16.8
1984	736000	874596	299685	574911	8.8	5059217	22.5
1985	1011000	1166081	443203	722878	10.1	7301068	21.4
1986	1300000	1580642	588867	991775	10.1	10016928	20.4
1987	2208000	2246539	825755	1420784	8.9	12644978	16.8
1988	3424000	4096855	1484782	2612073	11.7	30561254	23.1

⁵ Çetintaş ve Vergil (2003: 20), kayıtdışı ekonomiyi ölçme yöntemlerini ayrıntılı bir şekilde anlattıkları için burada sadece Tanzi'nin ölçme yöntemi açıklanmaktadır.

1989	6833000	6317299	2380946	3936353	11.9	46842601	21.6
1990	11377600	9736808	3640120	6096688	13.0	79256944	21.0
1991	17448900	16703980	6175956	10528024	14.2	149497941	23.6
1992	30388900	28543030	10224750	18318280	14.3	261951404	22.9
1993	51645100	48636400	17160920	31475480	15.7	494165036	24.1
1994	102328400	104417800	36419510	67998290	16.9	1149171101	28.5
1995	189465200	192561200	63695960	128865240	20.2	2603077848	31.3
1996	319024000	331211100	113362400	217848700	16.7	3638073290	22.8
1997	610871000	645766600	213665700	432100900	19.3	8339547370	26.1
1998	1057863500	1238110000	396549000	841561000	21.5	18093561500	29.9
1999	1887153000	2034062000	632768900	1.401E+09	18.0	25223275800	26.8
2000	3196942000	2928518000	882328400	2.046E+09	18.8	38468364480	24.7

Kaynak: Çetintaş ve Vergil, 2003: 28.

Çetintaş ve Vergil'in yöntemi izlenerek 2001–2016 dönemi için kayıtdışı ekonominin büyüklüğü tahmin edilmektedir. Aşağıda, **Tablo 3**'te, ADF birim kök test sonuçları yer almaktadır. Test sonuçlarına göre serilerin düzeydeki durağanlıkları reddedilmekteyken, birinci derece farkta durağan oldukları görülmektedir. Bu durumda, tahmin edilen regresyon sahte bir regresyon olmamaktadır. **Tablo 4** ve **Tablo 5**'de yer alan Johansen koentegrasyon analizi sonuçları hipotezin yüzde 5 önem düzeyinde reddedildiğini göstermektedir.

Tablo 3. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	ADF İstatistiği, Düzey	ADF İstatistiği, Fark	Durağanlık
Dolanımdaki Reel Para Miktarı (LnMt)	0.69 [0] -2.62 (0.98)	-4.15 [0] -3.23 (0.01)	I (1)
Kişi Başına Reel Milli Gelir (LnY)	-0.90 [0] -2.62 (0.77)	-4.15 [3] -3.25 (0.01)	I (1)
Vergi Gelirlerinin GSYİH'ya Oranı (LnVG)	-1.68 [2] -2.63 (0.42)	-5.39 [1] -3.24 (0.01)	I (1)
Fiyat Endeksi (LnF)	-1.97 [4] -2.64 (0.29)	-5.13 [4] -3.23 (0.01)	I (1)
Mevduat Faiz Oranı (LnMF)	-0.41 [0] -2.62 (0.89)	-5.13 [0] -3.23 (0.01)	I (1)

Not: En çok 4 gecikme seçilmiş olup gecikme düzeyi Akaike istatistiği tarafından otomatik olarak verilmiştir. Ayrıca içindekiler seçilen gecikme düzeyini gösterirken, parantez içindekiler olasılık değerlerini göstermektedir. ADF testi için kullanılan regresyon denklemlerine trend değişkeni dahildir.

Tablo 4. Johansen Koentegrasyon Analizi (İz Testi)

Koentegrasyon Koşulu	Eigenvalue	İz İstatistiği (Olabilirlik)	%5 Kritik Değer	Olasılık Değeri
Hiç	0.823025	116.2580	79.34145	0.0000
En çok 1	0.732841	72.96441	55.24578	0.0007
En çok 2	0.598287	39.96665	35.01090	0.0136
En çok 3	0.355246	17.16621	18.39771	0.0737
En çok 4	0.219454	61.94048	38.41466	0.0128

Not: Seçilen gecikme düzeyi Akaike istatistiğiyle elde edilmiştir.

Tablo 5. Johansen Koentegrasyon Analizi (Maximum Özdeğer Testi)

Koentegrasyon Koşulu	Eigenvalue	Maximum Özdeğer İstatistiği (Olabilirlik)	%5 Kritik Değer	Olasılık Değeri
Hiç	0.823025	116.2580	79.34145	0.0000
En çok 1	0.732841	72.96441	55.24578	0.0007
En çok 2	0.598287	39.96665	35.01090	0.0136
En çok 3	0.355246	17.16621	18.39771	0.0737
En çok 4	0.219454	61.94048	38.41466	0.0128

Hiç	0.823025	43.29360	37.16359	0.0088
En çok 1	0.732841	32.99776	30.81507	0.0266
En çok 2	0.598287	22.80044	24.25202	0.0768
En çok 3	0.355246	10.97216	17.14769	0.3139
En çok 4	0.219454	6.194048	3.841466	0.0128

Not: Seçilen gecikme düzeyi Akaike istatistiğiyle elde edilmiştir.

EKK yöntemiyle hesaplanan regresyon aşağıda yer almaktadır. Parantez içindekiler standart hatayı göstermekteken, araç içindekiler t-istatistiğini göstermektedir. Otokorelasyon için AR (1) kullanılmaktadır. Yıllık nominal mevduat faiz oranı istatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte, model içerisinde bir bütün olarak anlamlı olabileceği düşüncesiyle modelin içine dahil edilmektedir.

$$LnM_T = 2.97 + \frac{1.12LnY}{(0.12) [-9.52]} + \frac{0.11LnVG}{(0.01) [-10.55]} + \frac{0.24LnF}{(0.02) [11.73]} + \frac{0.02LnMF}{(0.05) [0.32]}$$

Tahmin edilen regresyon sonucunda hesaplanan kayıtdışı ekonominin büyüklüğü aşağıda, **Tablo 6**'da, yer almaktadır. Kayıtdışı ekonominin boyutu 2001 yılında yüzde 59,4 tahmin edilmekle birlikte, 2016 yılında önemli bir azalmayla birlikte yüzde 27,3 olarak tahmin edilmektedir. 2000 yılında yüzde 24,7 tahmin edilen kayıtdışı ekonominin 2001 yılında önemli düzeyde artış göstermesi 2000 Kasım ve 2001 Şubat krizlerinin etkisi ve sonrasındaki yapısal değişikliklerden kaynaklanmaktadır.

Tablo 6. Türkiye'de Kayıtdışı Ekonominin Büyüklüğü, 2001 – 2016
(Cari Fiyatlarla Milyon TL)

Yıllar	Dolanımdaki Para	Hesaplanan Dolanımdaki Para	Sıfır Vergi Oranında Hesaplanan Dolanımdaki Para	İllegal Para	Paranın Gelir Hızı	Kayıtdışı Ekonomi	Yüzde
2001	939904850	2116734610	1558187655	558546955	25.6	14275533265	59.4
2002	1295682350	3317710671	2435715837	881994834	27.0	23857552801	68.1
2003	1782164458	4462009322	3246762324	1215246998	25.5	31011213806	68.2
2004	2579470341	5646250688	4121221635	1525029053	21.7	33051033414	59.1
2005	3531057629	6753286155	4868183998	1885102157	18.4	34644083968	53.4
2006	6498796272	8110966018	5860159636	2250806382	11.7	26266261443	34.6
2007	6976828505	9194623894	6635532472	2559091422	12.1	30927672401	36.7
2008	8026300798	10604456489	7666104660	2938351829	11.8	34798148266	36.6
2009	9329788403	10555907982	7609347678	2946560304	10.2	30083975908	31.6
2010	11520984966	12387528644	8895289923	3492238721	9.5	33306784455	30.3
2011	14590965529	15127819028	10857179101	4270639927	8.9	37982858926	29.3
2012	16125440878	16581419784	11913327029	4668092755	8.8	41014362409	28.9
2013	19873312388	18608009270	13362119443	5245889827	7.9	41371194238	26.4
2014	23669805673	21227710462	15302239238	5925471224	7.4	43763426861	25.0
2015	28824054698	24333645801	17511903033	6821742768	6.8	46212779862	23.7
2016	33734342570	32644621351	23428922572	9215698779	6.1	56008012509	27.3

Not: Paranın gelir hızı GSYİH/M1 dikkate alınarak hesaplanmıştır.

V. TÜRKİYE VE AB ÜLKELERİNDE KAYITDIŞI EKONOMİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

AB’de kayıtdışı ekonomiden kaynaklanan kayıp her yıl 3 trilyon Avro’yu bulmaktadır. AB’de, GSYİH karşısında, uzun bir dönem boyunca azalan kayıtdışı ekonomide 2009 yılında önemli bir artış gerçekleşmiştir. 2008 yılında yaşanan ekonomik kriz bu durumun temel nedenidir. Ekonomik kriz dönemlerinde işsizliğin artmasına, ele geçen gelirin azalmasına ve gelecek kaygısına bağlı olarak kayıtdışı ekonomi de artış göstermektedir. AB’de, krizin ilk yılı olan 2009’da, kayıtdışı ekonominin GSYİH’ya oranı yüzde 0,5 artmıştır (ATKearney, Visa Europe ve Schneider, 2013: 5).

AB’de kayıtdışı ekonomi üç şekilde ortaya çıkmaktadır: Vergi kaçakçılığı, rüşvet ve beyan edilmeyen işlemlerdir. Vergi kaçakçılığının en yüksek olduğu yer yüzde 39,2 ile Malta, rüşvetin en yüksek olduğu yer yüzde 1,4 ile Bulgaristan ve beyan edilmeyen işlemlerin en yüksek olduğu yer ise yüzde 1,4 ile Letonya’dır (Balladeres ve Vidovic, 2017: 30). AB’de dolaylı vergiler alanında da önemli bir vergi kaybının olduğu gözlenmektedir. 2013 yılında AB’de KDV kaybının (VAT gap) en düşük olduğu ülkeler İsveç yüzde 1,2, Lüksemburg yüzde 3,3, Finlandiya yüzde 5,6 ve Slovenya yüzde 6,5’dir. Bu oranın en yüksek olduğu ülkeler ise Malta yüzde 39,2, Litvanya yüzde 38,6, Romanya yüzde 34,5, Yunanistan yüzde 33,5 ve Slovakya yüzde 32,1’dir. Bu oran Almanya’da yüzde 10,9, Fransa’da yüzde 12,4 ve İngiltere’de yüzde 9,9’dur (Balladeres ve Vidovic, 2017: 27).

Tablo 7. AB Ülkeleri ve Türkiye’de Kayıtdışı Ekonomi, 2003-2015 (%)

YIL/ÜLKE	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Almanya	17.1	16.1	15.4	15.0	14.7	14.2	14.6	13.9	13.2	12.9	12.4	12.2	12.2
Avusturya	10.8	11.0	10.3	9.7	9.4	8.1	8.5	8.2	7.9	7.6	7.5	7.8	8.2
Belçika	21.4	20.7	20.1	19.2	18.3	17.5	17.8	17.4	17.1	16.8	16.4	16.1	16.2
Bulgaristan	35.9	35.3	34.4	34.0	32.7	32.1	32.5	32.6	32.3	31.9	31.2	31.0	30.6
Çek Cumhuriyeti	19.5	19.1	18.5	18.1	17.0	16.6	16.9	16.7	16.4	16.0	15.5	15.3	15.1
Danimarka	17.4	17.1	16.5	15.4	14.8	13.9	14.3	14.0	13.8	13.4	13.0	12.8	12.0
Estonya	30.7	30.8	30.2	29.6	29.5	29.0	29.6	29.3	28.6	28.2	27.6	27.1	26.2
Finlandiya	17.6	17.2	16.6	15.3	14.5	13.8	14.2	14.0	13.7	13.3	13.0	12.9	12.4
Fransa	14.7	14.3	13.8	12.4	11.8	11.1	11.6	11.3	11.0	10.8	9.9	10.8	12.3
Güney Kıbrıs	28.7	28.3	28.1	27.9	26.5	26.0	26.5	26.2	26.0	25.6	25.2	25.7	24.8
Hırvatistan	32.3	32.3	31.5	31.2	30.4	29.6	30.1	29.8	29.5	29.0	28.4	28.0	27.7
Hollanda	12.7	12.5	12.0	10.9	10.1	9.6	10.2	10.0	9.8	9.5	9.1	9.2	9.0
İngiltere	12.2	12.3	12.0	11.1	10.6	10.1	10.9	10.7	10.5	10.1	9.7	9.6	9.4
İtalya	26.1	25.2	24.4	23.2	22.3	21.4	22.0	21.8	21.2	21.6	21.1	20.8	20.6
İrlanda	15.4	15.2	14.8	13.4	12.7	12.2	13.1	13.0	12.8	12.7	12.2	11.8	11.3
İspanya	22.2	21.9	21.3	20.2	19.3	18.4	19.5	19.4	19.2	19.2	18.6	18.5	18.2
İsveç	18.6	18.1	17.5	16.2	15.6	14.9	15.4	15.0	14.7	14.3	13.9	13.6	13.2
Letonya	30.4	30.0	29.5	29.0	27.5	26.5	27.1	27.3	26.5	26.1	25.5	24.7	23.6
Litvanya	32.0	31.7	31.1	30.6	29.7	29.1	29.6	29.7	29.0	28.5	28.0	27.1	25.8
Lüksemburg	9.8	9.8	9.9	10.0	9.4	8.5	8.8	8.4	8.2	8.2	8.0	8.1	8.3
Macaristan	25.0	24.7	24.5	24.4	23.7	23.0	23.5	23.3	22.8	22.5	22.1	21.6	21.9
Malta	26.7	26.7	26.9	27.2	26.4	25.8	25.9	26.0	25.8	25.3	24.3	24.0	24.3

Polonya	27.7	27.4	27.1	26.8	26.0	25.3	25.9	25.4	25.0	24.4	23.8	23.5	23.3
Portekiz	22.2	21.7	21.2	20.1	19.2	18.7	19.5	19.2	19.4	19.4	19.0	18.7	17.6
Romanya	33.6	32.5	32.2	31.4	30.2	29.4	29.4	29.8	29.6	29.1	28.4	28.1	28.0
Slovak Cumhuriyeti	18.4	18.2	17.6	17.3	16.8	16.0	16.8	16.4	16.0	15.5	15.0	14.6	14.1
Slovenya	26.7	26.5	26.0	25.8	24.7	24.0	24.6	24.3	24.1	23.6	23.1	23.5	23.3
Türkiye (Schneider)	32.2	31.5	30.7	30.4	29.1	28.4	28.9	28.3	27.7	27.2	26.5	27.2	27.8
Türkiye (Güler ve Toparlak)	68.2	59.1	53.4	34.6	36.7	36.6	31.6	30.3	29.3	28.9	26.4	25.0	23.7
Yunanistan	28.2	28.1	27.6	26.2	25.1	24.3	25.0	25.4	24.3	24.0	23.6	23.3	22.4
28 AB Ülkesi Ort.	22.6	22.3	21.8	21.1	20.3	19.6	20.1	19.9	19.6	19.3	18.8	18.6	18.3

Kaynak: Friedrich Schneider, 2015: 6.

Yukarıda, **Tablo 7**'de, AB ülkeleri ve Türkiye'de kayıtdışı ekonomi 2003-2015 yılları için gösterilmektedir. 28 AB ülkesinin ortalamasının 2003-2015 yılları arasında yüzde 22,6'dan yüzde 18,3'e gerilediği görülmektedir. 2015 yılında kayıtdışılığı en yüksek olan ülkeler yüzde 30,6 ile Bulgaristan, yüzde 28,0 ile Romanya, yüzde 27,8 ile Türkiye ve yüzde 27,7 ile Hırvatistan'dır. 2015 yılında kayıtdışı ekonominin en düşük olduğu ülkeler ise yüzde 8,2 ile Avusturya, yüzde 8,3 ile Lüksemburg, yüzde 9,0 ile Hollanda ve yüzde 9,4 ile İngiltere'dir. 2015 yılında Almanya'da kayıtdışı ekonomi yüzde 12,2, Fransa'da yüzde 12,3 ve İtalya'da yüzde 20,6'dır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışmada, 2001-2016 yılları için Türkiye'de kayıtdışı ekonomi tahmin edilmektedir. Kayıtdışı ekonominin boyutu 2001 yılında yüzde 59,4 tahmin edilmekteyken, 2016 yılında yüzde 27,3 tahmin edilmektedir. 2000 yılında yüzde 24,7 tahmin edilen kayıtdışı ekonominin 2001 yılında önemli düzeyde artış göstermesi 2000 Kasım ve 2001 Şubat krizlerinin etkileri, kurumsal yapının yeniden oluşturulması için yapılan düzenlemeler ve ödemeler dengesi bilançosundaki net hata ve noksan kaleminden kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

AB'de kayıtdışı ekonomi vergi kaçakçılığı, rüşvet ve beyan edilmeyen işlemler şeklinde ortaya çıkmaktadır. Vergi kaçakçılığının en yüksek olduğu yer yüzde 39,2 ile Malta, rüşvetin en yüksek olduğu yer yüzde 1,4 ile Bulgaristan ve beyan edilmeyen işlemlerin en yüksek olduğu yer ise yüzde 1,4 ile Letonya'dır. AB'de dolaylı vergiler alanında da önemli bir vergi kaybının olduğu gözlenmektedir. 2013 yılında AB'de KDV kaybının en düşük olduğu ülkeler İsveç yüzde 1,2, Lüksemburg yüzde 3,3, Finlandiya yüzde 5,6 ve Slovenya yüzde 6,5'dir. Bu oranın en yüksek olduğu ülkeler ise Malta yüzde 39,2, Litvanya yüzde 38,6, Romanya yüzde 34,5, Yunanistan yüzde 33,5 ve Slovakya yüzde 32,1'dir. Bu oran Almanya'da yüzde 10,9, Fransa'da yüzde 12,4 ve İngiltere'de yüzde 9,9'dur.

AB ülkelerinin kayıtdışı ekonomi ortalaması 2003-2015 yılları arasında yüzde 22,6'dan yüzde 18,3'e gerilediği görülmektedir. AB'de, krizin ilk yılı olan 2009'da, kayıtdışı ekonominin GSYİH'ya oranı yüzde 0,5 artmıştır. 2015 yılında Türkiye ve AB ülkelerindeki kayıtdışı ekonominin büyüklüğü karşılaştırıldığında, Türkiye'deki kayıtdışılığın boyutunun AB ortalamasının çok üzerinde olduğu görülmektedir. 2015 yılında AB'de kayıtdışı ekonominin en yüksek olduğu ülkeler yüzde 30,6 ile Bulgaristan, yüzde 28,0 ile Romanya ve yüzde 27,7 ile Hırvatistan'dır. 2015 yılında kayıtdışı ekonominin en düşük olduğu ülkeler ise yüzde 8,2 ile Avusturya, yüzde 8,3 ile Lüksemburg, yüzde 9,0 ile Hollanda ve yüzde 9,4 ile İngiltere'dir. 2015 yılında Türkiye'de kayıtdışı ekonominin büyüklüğü yüzde 27,8, Almanya'da yüzde 12,2, Fransa'da yüzde 12,3 ve İtalya'da yüzde 20,6'dır.

KAYNAKÇA

- ATKearney, Visa Europe ve & Schneider, F. (2013). *The Shadow Economy in Europe, 2013*. Avusturya.
- Balladares, L. V., & Nikolina, V. (2017). *The Size of Shadow Economy in the EU: A Study of Undeclared Work, Bribery and Tax Evasion in 2013*, Yayınlanmamış Master tezi, Jönköping University International Business School, Jönköping, İsveç.
- Çetintaş, H., & Vergil H. (2003). Türkiye’de Kayıtdışı Ekonominin Tahmini, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4(1), 15-30.
- Duruel, M. (2017). Suriyeli Sığınmacıların Türk Emek Piyasasına Etkileri Fırsatlar ve Tehditler, *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 207-222. www.ekonomikarastirmalar.org [10.08.2017].
- Prokhorov, A. (2001). *The World Unobserved Economy: Definition, Measurement, and Optimality Consideration*. Petersburg: Petersburg State University.
- Russell, B. (2010). Revenue Administration: Managing the Shadow Economy, *IMF Technical Notes and Manuals*, 1-15. www.imf.org/external/pubs/ft/tnm/2010/tnm1014.pdf [07.08.2017].
- Schneider, F., Buehn A., & Montenegro, C. E. (2010). Shadow Economies All over the World New Estimates for 162 Countries from 1999 to 2007. *The World Bank Policy Research Working Papers*, WPS5356, 1-52.
- Schneider, F., & Buehn, A. (2012). Shadow Economies in Highly Developed OECD Countries: What Are the Driving Forces?, *IZA Discussion Series*, 6891, 1-32.
- Schneider, F., & Williams, C. C. (2013). *The Shadow Economy*. London: The Institution of Economic Affairs.
- Schneider, F. (2015). Size and Development of the Shadow Economy of 31 European and 5 other OECD Countries from 2003 to 2015: Different Developments. www.econ.jku.at/members/Schneider/files/publications/2015/ShadEcEurope31.pdf [10.08.2017].
- Spiro, P. S. (Eds.). (2005). *Tax Policy and the Underground Economy*. İngiltere: Ashgate Publishing.
- Tanzi, V. (1983). The Underground Economy in the United States: Annual Estimates, 1930-1980. *IMF Staff Papers*, 30(2), 283-305. www.jstor.org/stable/3867001 [24.07.2017].

THE IMPACT OF CALENDAR ANOMALIES ON STOCK RETURN AND VOLATILITY: EVIDENCE FROM TURKISH STOCK MARKET

Mutlu Başaran ÖZTÜRK¹
Mustafa UYSAL²
Halil ARSLAN³
Temur KAYHAN⁴

Abstract

There has been a rise in recent studies on behavioral finance. According to Fama (1970) all information is priced, so it cannot be said about the undervalued stock. However, behavioral finance asserts that there are many anomalies in the market. The effects of days of the week, January effect and religious days on the returns and volatility of the stock markets were examined in the literature. In the case of Turkey, aforementioned anomalies are tested using returns and volatility of BIST100 and KAT30 indices. As a result, days of the week, January effect and Ramadan effect have no any effect on returns and volatility of both conventional and unconventional stock indices. The result has strengthened the assumption that Turkish market is more efficient in this sense and in line with Fama's EMH. It has been observed that timing does not have a significant effect on the strategies of Turkish investor.

Keywords: Behavioral Finance, EMH, Ramadan Efect, Anomalies

JEL Codes: C32, C58, D53, G4

TAKVİM ANOMALİLERİNİN HİSSE GETİRİLERİ VE VARYANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE HİSSE SENEDİ PİYASASI ÜZERİNDE BİR ÇALIŞMA

Özet

Son dönemde davranışsal finansa yönelik çalışmalarda bir artış gözlenmektedir. Fama'nın (1970) EMH'ne göre tüm bilgi, hisse değerlemelerinde fiyatlandığı için ucuz hisse senedinin varlığından söz edilemez. Davranışsal finans piyasada bir çok anomali bulunduğunu iddia etmektedir. Literatürde haftanın günleri, Ocak ayı etkisi ve dini günlerin hisse senedi piyasalarının getirileri ve oynaklığı üzerinde etkilerinin olabileceğine yönelik çalışmalar yer almaktadır. Türkiye örneğinde BIST100 ve İslami Endeks göstergesi olan KAT30 getirileri ve oynaklığı üzerine söz konusu anomaliler test edilmiştir. Haftanın günleri, Ocak ayı ve Ramazan ayının hem geleneksel hem de İslami hisse senedi endeksinin getirileri ve oynaklığı üzerinde herhangi bir etkisi bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Söz konusu sonuç Türk piyasasının bu anlamda daha verimli bir market olduğu ve Fama'nın EMH'ne göre hareket ettiği varsayımını güçlendirmiştir. Zamanlamanın Türk yatırımcının stratejilerinde kayda değer bir etkiye sahip olmadığı gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal Finans, EMH, Ramazan Etkisi, Anomaliler

JEL Sınıflandırması: C32, C58, D53, G4

¹ Prof., Dr. Nigde Omer Halisdemir University, Department of Economics and Management Nigde, Turkey, email: mbozturk@ohu.edu.tr

² Res.Asst. Dr, Artvin Coruh University, Department of Business Administration Artvin, Turkey email: muysal@artvin.edu.tr

³ Lecturer, Dr., Istanbul Sehir University, MBA, email: halilarslan@sehir.edu.tr

⁴ Lecturer, Dr., Istanbul Sehir University, MBA, email: temurkayhan@sehir.edu.tr

INTRODUCTION

Stock market is a platform where buyers and sellers reach out to maximize their utility. In order to properly transact, they mainly follow the prices of securities. However, the prices depend on many economic and political fundamentals; hence, many theories have been developed by economics to examine the behavior of stock prices. Efficient Market Hypothesis (EMH) is of important theory in this field.

With respect to Efficient Market Hypothesis (EMH), Fama (1970) identified that capital assets entirely reflect all the information; thus, investors are not able to be successful in make abnormal profit. That is, the historical data is not used to the future price because the market is efficient. Furthermore, a great amount of studies has been conducted to investigate the effectualness of Efficient Market Hypothesis and many results oppose the degree of market efficiency. According to them, market anomalies exist so an investor make abnormal profits by using the past price behavior.

The persisting conflict on the level of market efficient has been very attracting research topics and many researchers emphasized that inefficient markets exist and generate stock anomalies, such as day-of-the-week effect, January effect, pre-holiday effect and other anomalies. All of them are named as calendar anomalies. With respect to these anomalies, the fluctuations of stock prices are associated with calendar and the validity of calendar effect appears. As a result, according to Kohers and Kohli (1991) investors beat markets and make abnormal profits through historical data chart. Kelly (1930) asserts that the day-of-the-week effect underline that the stock returns are relatively high on Friday but abnormally low on Monday. However, the January effect is first detected by Keim (1983) and he claimed that returns is higher on January compared to other months because investors tend to decrease their tax amount at the end of the year. Dumiriu, Stefanescu, and Nistor (2011) said that the pre-holiday effect describes that investors experience the higher average return pre-holiday

According to Weber (1930) in addition to above mentioned anomalies, religious faith plays a vital role in investor' decision making. Behavioral finance supports this view and psychological factors including religious belief cause another anomaly. Various calendars are associated with religion and the sacred days and events can shape all market and investors' mood. Lakonishok and Smidh (1988), Husain (1998), Frieder and Subrahmanyam (2004) investigated the influence of religious events on the stock markets

According to the Arslan, Iltas, and Kayhan (2017) the determinants of PE ratio of the Turkish Stock Market are dividend yield, leverage, working capital, earning volatility, size, profitability, investment and sales growth. When looking at the size and sign effect of these variables, we can see that the results are compatible with the expectation which may sign that Turkish Stock Market seems to be efficiently priced.

In our scope, the Gregorian calendar is used for civil purpose and it contains many calendar anomalies (such as day-of-the-week effect, January effect etc.) but the Islamic calendar is used for religious purposes. In the literature, holy days is accepted as other calendar anomalies. Rajab, Sha'ban and Ramadan months and days such as Ashura, Eid ul-Adha and Eid ul-Fitr in Hijri calendar are sacred events and Muslims pay attention these days and months. Considering above mentioned sacred times, Ramadan and Zil-Haj are of utmost importance because two of them are mandatory for believers. In these times, people refrain from gambling, speculations, try to visit mosques frequently, pray regularly, sacrifice animals, fast and spend their assets for religious purposes. Also, peoples devote less time to other things so significant changes in daily live is experienced. All in all, events in Hijri calendar can influence all economy and so stock market.

In this study, we look forward to the effects of selected calendar anomalies on Islamic stock market as well as conventional stock market (BIST 100) in Turkey. Generally, conventional stock market and limited calendar anomalies has been studies. In this case, studies have been very limited because investors take into consideration all anomalies to make investment decisions. However, Tuna and Uysal (2015) said that some agents prefer investment instrumentals related to Shariah motives and abstain from all interest, speculation and gambling. As a results, we investigate the effects of the Ramadan effect, the January effect and the days of the week, effect on BIST 100 and Participation 30 (KTLM 30) based on Islamic rules. Therefore, it is believed that the study of this direction will make a significant contribution to the literature.

This paper consists of six different parts. After the introduction, in the second part, similar studies in the literature will be detailed. In this part, the missing area in the literature related to this subject will be underlined. Moreover, in the third part, data will be explained. Methodology used in the analysis will be detailed. After that, analysis results will be shared. Finally, in the last section, analysis results and the recommendations will be discussed.

I. LITERATURE REVIEW

Calendar anomaly is such a very popular subject that it attracted the attention of many different researchers. Because of this situation, it can be viewed that there are lots of study in which the effects of calendar anomalies on the stock markets are tried to be analyzed. Some of the studies were emphasized on this part.

The January effect (also referred as Turn of the year effect) is the most studied financial topics in the literature. This anomaly is defined by Rozeff and Kinney Jr. (1976) and they indicated that the average returns in the January is higher on contrary to other months in New York Stock Exchange. Many possible reasons are identified by researchers. According to them, investors may avoid bad stock due to tax reasons and they have tendency to sell these stock before the new year. Beginning with the January, they repurchase the stocks lead to increase trading volume and decrease interest rates which raise the stock returns. Since then, the studies of Bhardwaj and Brooks (1992), Eleswarapu and Reinganum (1993), Sewraj et.al (2010), Gultekin and Gultekin (1983) have been conducted to examine the validity of the January effect in different markets On the other hand, some studies' results oppose the January effect. For example, Raj and Kumari (2006) made a study for Indian Stock market. Their results indicated that the January effect did not exist. Al-smadi, Almsafir, and Husni (2017) and Jebran and Chen (2017) concluded the nonexistence of the January effect in their studies.

In spite of the studies above mentioned, researcher tried to investigate the other feature of the month calendar anomalies. Ariel (1987) is the first researcher who tried to examine primary part of the month effect but primary part of months was represented as first eight trading days while last half of the month should be regarded as last nine days of the month. This study emphasized that the returns in the first half are relatively higher in US Stock Market. Lakonishok and Smidth (1988), Joshi and Kc. (2005) tested half of the month effect in their studies and their results reveal that half of the month effect exist.

Besides, the days of the week is other calendar anomaly which has been attractive among researchers. According to this phenomenon, there is lower returns at the first day of week but higher returns at the last day of the week appears. In other words, the days of the week argues that stock returns are not equally distributed thus generate evidence against the EMH. Main reasons behind this anomaly are psychological biases and strategy motives. Investors generate formal strategy formulation and generally investors encounter many works and they yield their strategies on Friday. Also, many people feel pessimistic on Monday because of post- holiday and thus this behavior mood shape investment decision making. The studies of French (1980), Jaffe and Westerfield (1985), Ritter (1988), Yat, Keong, and Ling (2011), Gao and Kling (2005) have been investigated to examine the days of the week

Taking into literature consideration, calendar anomalies are based on the Gregorian calendar. But researchers found that calendar anomalies are experienced on the Islamic calendar based on lunar cycle. The Islamic calendar has many religious patterns which impact on Muslim. Ramadan is holy month and what the Muslims should done is different with respect to other months. The Muslims should fast in the whole months from dawn till sunset. In this month, works of hours reduce so economic activities shrink because the Muslims devote more time to religious affairs. Also, people increase their consumption expenditure as well as rich believers should give charity to poor people; hence, they encounter low liquidity for investment motives. The other things may impact on the financial markets is that The Muslims refrain from gambling, speculation and interest.

Because of these above-mentioned factors, many researchers have viewed the degree of Ramadan effect on the stock markets in different countries. The studies of Garkaz, Hazini, and Azimi (2014), Akrami, Garkaz, and Mehrazin (2012), Almudhaf (2012), Al-Khazali (2014), Wong et.al. (1990) Gavriilidis, Vasileios, and Tsalavoutas (2015) emphasized that the Ramadan has effect on the stock markets Different results were also emphasized over the Ramadan effect. For example, Shah, Qureshi, and Aslam (2017), Küçükülle and Özmutaf (2015), Jebran and Chen (2017) and Husain (1998) concluded that the Ramadan has not impact on the stock market returns. On the other hand, some studies found the relationship between the Ramadan and volatility. Alrashidi, Manzoor, and Beneid (2014) stated that there is low volatility in the stock market on the Ramadan. In addition to these studies, Mustafa (2011) found very controversial evidence. According to results, risks plunge on the Ramadan. Mustafa (2008) also made a study to examine the holy day effect on Pakistan Market covered the period of December 1991 to December 2010. In his study, risk analyses were conducted and their study identified that Ramadan effect is detected in all model and stock market is subject to relative high risk during the months of Ramadan.

One can see that different anomalies may emerge at the stock markets. According to the Kuzu and Torun (2017) there may be modern methods like Artificial Neural Networks measuring and forecasting stock performance. So, those anomalies may be eliminated by this new techniques.

Furthermore, the festival of Eid ul Fitar and Zil-haji are another significant holy time. The Eid ul Fitar is celebrated after the Ramadan and the daily life become as a usual. However, McGowan and Jakob made a study to investigate the validity of Eid ul Fitar in Malaysia. Results showed that the existence of Eid ul Fitar effect does not appear. Seyyed, Abraham, and Mohsen (2005) investigated the effect of Eid-ul Fitr on Saudi Arabia and Pakistan stock market. Their results posed that Eid-ul Fitr is observed in Saudi Arabia yet it was not detected in Pakistan. Zilhaji is one of the five Islamic pillars in which rich Muslims go to Mecca and performs for redemption. According to Halari, Tantisantiwong, and Power (2015) in addition to the annual pilgrimage to Mecca, the whole Muslim sacrifice animals like goats, sheep, cows and camels for Allah. As a result, these events can shape investor decision and have tendency to influence on the stock markets. With respect to pre-holiday effect, Oguzsoy and Guven (2004) tried to evaluate the effects of the feast of Ramadan and the feast of Sacrifice on BIST 100 for period between 1988 and 1999. Their study showed that seven times higher returns than the average return of other days occurs in two days before holiday.

II. DATA

We tried to understand the effects of the week days, Ramadan Month and January over BIST100 and KAT30 indices daily returns.

The companies that will enter the KAT30 index consist of shares determined as a result of the examination of the field of activity and financial ratios within the framework of shari'a rules. These criteria are formed by the common decision of the supervisors of participation banks in

Turkey. All companies that are traded on the stock exchange during the periods when the financial statements are disclosed are examined within the framework of the above-mentioned rules and the shares that are appropriate for the shari'a rules are determined. The identified shares are ranked according to the average market value of the last one year. The first 30 companies make up KAT30. As of 28.08.2017, the market value of the companies entering into the KAT30 index is 35 billion USD. The securities that make up the KAT30 index are calculated by Bizim Securities Inc. and the KAT30 index is calculated by BIST100 consists of the first 100 companies trading at Borsa Istanbul according to their market value and transaction volume.

BIST100 consists of the first 100 companies trading at Borsa Istanbul according to a formula that considers the market values and transaction volumes of stocks and the calculation of the formula is done by BIST.

Daily closing data of BIST100 and KAT30 indices between 07.01.2011 and 08.08.2017 were used in the study.

III. MODEL & METHODOLOGY

III. I. Calculation of Daily Returns

When the daily return is calculated, first the logarithmic transformations of the closing data are taken. Then the logarithmic transformations are subtracted from each other.

$$RETURNBIST_t = Ln (BIST_t) - Ln (BIST_{(t-1)})$$

$$RETURNKAT30_t = Ln (KAT30_t) - Ln (KAT30_{(t-1)})$$

$RETURNBIST_t$ represents the continuously compounded daily return of BIST100 indice at time "t". Similarly, $RETURNKAT30_t$ represents the continuously compounded daily return of KAT30 indice at time "t".

III.II. Augmented Dickey Fuller Test (Unit Root Test)

In order to get healthy results at times series, data must not contain nonstationary trait. If the time series data is not stationary, the reliability of the results obtained can be questioned. In this sense, both the $RETURNBIST_t$ and $RETURNKAT30_t$ time series should be tested with the ADF. Generally speaking, so long as return data seems mean reverting, data is stationary.

III.III. Ordinary Least Square (OLS) Technique

In order to understand whether there exist an effect of the week days, Ramadan Month or January month over the KAT30 and BIST100 indices, we have used the OLS technique The OLS equation can be seen below;

$$RETURNBIST100_t = \sum_i \beta_i * D_{i,t} + \varepsilon_t$$

$$RETURNKAT30_t = \sum_i \beta_i * D_{i,t} + \varepsilon_t$$

While β_i 's represent the regression coefficients, $D_{i,t}$ are the dummy variables which represent the week days, Ramadan month or January month. For example if we want to understand

whether the Mondays has an effect over the returns of the BIST100 and KAT30 , we denote $D_{1,t} = 1$ if “t” is Monday and $D_{1,t} = 0$ otherwise and likewise we denote $D_{2,t} = 1$ if “t” is Tuesday and $D_{2,t} = 0$ otherwise. Similarly if we want to understand whether the Ramadan or January month has an effect over the returns of the BIST100 and KAT30, we denote $D_{1,t} = 1$ if “t” is a day within Ramadan month or January and $D_{1,t} = 0$ otherwise.

III.IV. Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedastic (GARCH) Technique

To gather the influence of holy months, weekdays and January month over the volatility of BIST100 and KAT30 returns, Generalized Auto Regressive Conditional Heteroskedastic (GARCH) technique, put forward by Bollerslev (1986) is used. The equation can be seen below;

$$RETURN_{BIST100_t} = \sum_i \beta_i * D_{i,t} + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$RETURN_{KAT30_t} = \sum_i \beta_i * D_{i,t} + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$h(BIST100)_t = \sum_i \beta_i * D_{i,t} + \partial * \varepsilon_{t-1}^2 + \theta * h_{t-1} \quad (3)$$

$$h(KAT30)_t = \sum_i \beta_i * D_{i,t} + \partial * \varepsilon_{t-1}^2 + \theta * h_{t-1} \quad (4)$$

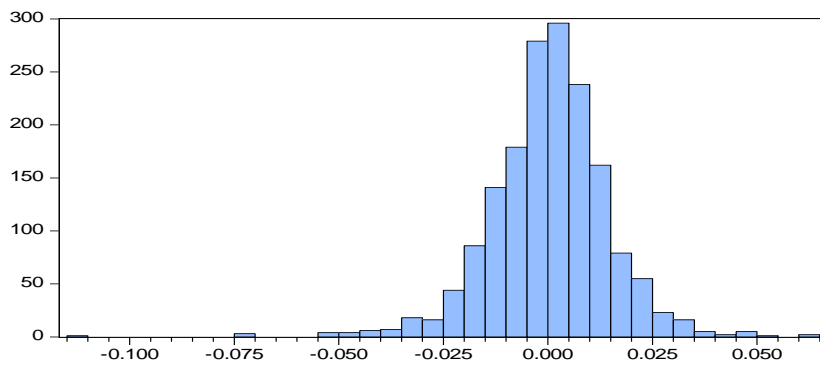
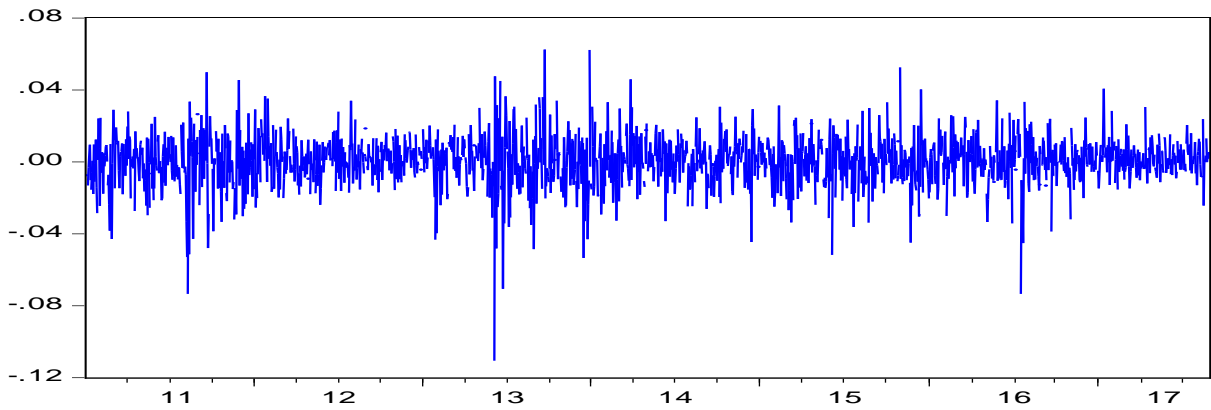
Where $h(BIST100)_t$ and $h(KAT30)_t$ denotes the conditional variance of BIST100 and KAT30 respectively. While the equations 1 and 2 represent the mean equations, equation 3 and 4 represent for the conditional variance equation. $D_{i,t}$ is a dummy variable as in the return equation in OLS technique and stands for weekdays, Ramadan Month or January month depending on the investigation about which we want to determine the effect over volatility. That is if we want to totally understand the effect of weekdays over volatility then $D_{i,t}$ is a dummy variable that stands for days or if we want to gauge the effect of Ramadan month over conditional volatility then $D_{i,t}$ is a dummy variable that is equal to 1 if “t” is a day belonging to Ramadan month and zero otherwise. β_i 's corresponds to the size and direction of the effects of the weekdays, Ramadan month or January months over volatility. ε_{t-1}^2 and h_{t-1} intend for the control the effect of ARCH and GARCH.

IV. RESULTS

IV.I. Descriptive Statistic For Data

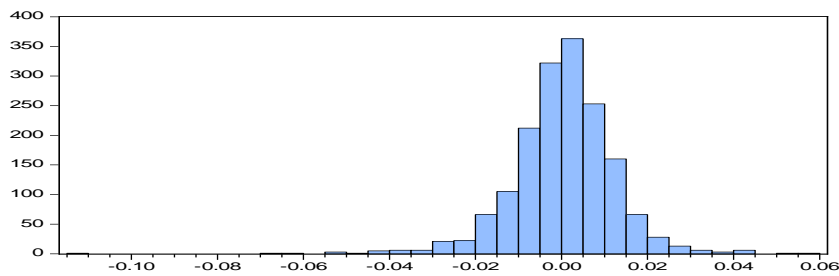
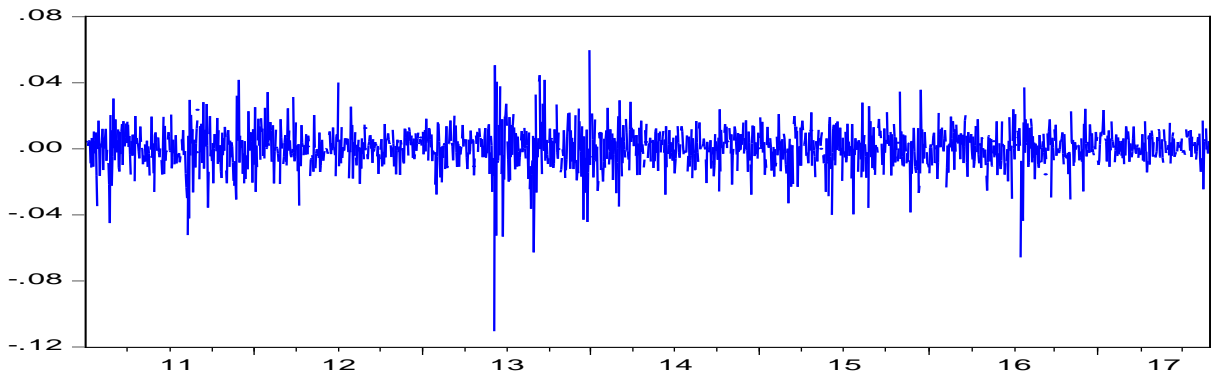
Below we summarized descriptive statistics for BIST 100 and Islamic Indice. It is understood from the graph that the returns of the BIST100 and Islamic Indice are mean reverting. This can be interpreted as stationarity of the data at first glance. Though it seems mean reverting at first glance, there exist some spikes at certain days. This may be a reason to suspect the calendar effect. While the Jarque-Bera test points out that series are not normally scattered, skewness and kurtosis indicate that 2 indices are left skewed and leptokurtictir.

RETURNBIST



Series: RETURNBIST	
Sample 1/06/2011 8/28/2017	
Observations 1672	
Mean	0.000277
Median	0.000718
Maximum	0.062379
Minimum	-0.110638
Std. Dev.	0.014242
Skewness	-0.604677
Kurtosis	7.377870
Jarque-Bera	1437.104
Probability	0.000000

RETURNISLAMIC



Series: RETURNISLAMIC	
Sample 1/06/2011 8/28/2017	
Observations 1672	
Mean	0.000397
Median	0.000915
Maximum	0.059726
Minimum	-0.110493
Std. Dev.	0.011960
Skewness	-0.835928
Kurtosis	10.18543
Jarque-Bera	3791.642
Probability	0.000000

IV.II. ADF Test

The ADF results are reported in Table 1 for both BIST100 and Islamic Indice. For all the critical test values, the ADF statistics are at the stationary level for both indices. The fact that the series are stationary for both indices will bring us to seize a long-term right relationship when we do OLS. Otherwise, the results of the spurious regression will prevent us from finding the right relationship. When looking at the mean reverting appearance graphs of both indices, we can confirm the results of ADF.

Table 1. ADF Results

Returnbist100	Test Stats	P value	Test statistics		
			1%level	5%level	10%level
Constant	-41.88462	0.0000	-3.434059	-2.863065	-2.567629
Constant & Linear Trend	-41.89655	0.0000	-3.963544	-3.412501	-3.128203

Lag Length: 0 (Automatic - based on SIC, maxlag=3)

Islamic Index (Participation30)	Test Stats	P value	Test statistics		
			1%level	5%level	10%level
Constant	-41.57698	0.00000	-3.434059	-2.863065	-2.567629
Constant & Linear Trend	-41.57354	0.0000	-3.963544	-3.4125011	-3.128203

Sources: Scholars

IV.III. Ordinary Least Square Results of Days of Week Effect on BIST100 and Islamic Indice

The effect of days of the week on BIST100 using Eviews was examined by OLS technique in Table 2. First of all, Durbin-Watson is in acceptable field with 2.05, which means that there is no first autocorrelation in the error terms. It seems that the days of the week have not a significant influence on the BIST100 returns. Kelly (1930) said that while Mondays have negative impact on stock returns, Fridays have positive ones. We can see that such situation is not the case for the Turkish stock exchange. This derivation can be interpreted as the fact that Turkish investors do not set a strategy according to the day effect. The results also indicate that there not exist days of week anomalies on the Turkish stock returns that means in terms of calendar effect Turkish stock market is more efficient and compatible with Fama’s EMH. Similar results have been achieved in Islamic indice, too.

Table 2. OLS Results of BIST100 Indice

Dependent Variable: RETURNBIST				
Method: Least Squares				
Date: 10/26/17 Time: 02:48				
Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017				
Included observations: 1672 after adjustments				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
MONDAY	-0.007752	0.010109	-0.766911	0.4432
TUESDAY	-0.007571	0.010109	-0.748978	0.4540
WEDNESDAY	-0.008705	0.010108	-0.861115	0.3893
THURSDAY	-0.008614	0.010109	-0.852108	0.3943
FRIDAY	-0.008076	0.010108	-0.798938	0.4244
C	0.008413	0.010078	0.834709	0.4040
R-squared	0.001394	Mean dependent var		0.000277
Adjusted R-squared	-0.001603	S.D. dependent var		0.014242
S.E. of regression	0.014253	Akaike info criterion		-5.660.099
Sum squared resid	0.338450	Schwarz criterion		-5.640.643
Log likelihood	4.737.843	Hannan-Quinn criter.		-5.652.890
F-statistic	0.465015	Durbin-Watson stat		2.051.295
Prob(F-statistic)	0.802508			

Source: Scholars

Table 3. OLS Results of Islamic Indice

Dependent Variable: RETURNISLAMIC				
Method: Least Squares				
Date: 10/26/17 Time: 02:51				
Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017				
Included observations: 1672 after adjustments				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
MONDAY	-0.007141	0.008481	-0.841939	0.3999
TUESDAY	-0.006925	0.008482	-0.816459	0.4144
WEDNESDAY	-0.008418	0.008481	-0.992551	0.3211
THURSDAY	-0.008064	0.008481	-0.950784	0.3419
FRIDAY	-0.006927	0.008481	-0.816767	0.4142
C	0.007884	0.008456	0.932326	0.3513
R-squared	0.003197	Mean dependent var		0.000397
Adjusted R-squared	0.000206	S.D. dependent var		0.011960
S.E. of regression	0.011958	Akaike info criterion		-6.011.168
Sum squared resid	0.238247	Schwarz criterion		-5.991.712
Log likelihood	5.031.337	Hannan-Quinn criter.		-6.003.959
F-statistic	1.068.723	Durbin-Watson stat		2.036.540
Prob(F-statistic)	0.375825			

Source: Scholars

IV.IV. GARCH Results of Days of Week Effect on BIST100 and Islamic Indice

With the ML ARCH method, the volatility impact of days of the week on the yields of BIST100 was examined. As shown in Table 3, Durbin Watson is in acceptable level with 2.04 and there is no serial autocorrelation. Results points out that as seen in return effect, the days of the week do not have any effect on the volatility of the BIST100 returns. Almost similar results have been achieved in Islamic indice.

Table 4. GARCH Results of BIST100 Indice

Dependent Variable: RETURNBIST
 Method: ML ARCH - Normal distribution (BFGS / Marquardt steps)
 Date: 10/26/17 Time: 02:49
 Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017
 Included observations: 1672 after adjustments
 Convergence achieved after 34 iterations
 Coefficient covariance computed using outer product of gradients
 Presample variance: backcast (parameter = 0.7)
 $GARCH = C(7) + C(8)*RESID(-1)^2 + C(9)*GARCH(-1)$

	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
MONDAY	-0.004602	0.010645	-0.432293	0.6655
TUESDAY	-0.005281	0.010660	-0.495453	0.6203
WEDNESDAY	-0.005879	0.010644	-0.552303	0.5807
THURSDAY	-0.005374	0.010652	-0.504520	0.6139
FRIDAY	-0.005205	0.010656	-0.488424	0.6252
C	0.006035	0.010628	0.567805	0.5702

Variance Equation				
C	8.59E-06	1.89E-06	4.534.687	0.0000
RESID(-1)^2	0.079293	0.009109	8.704.454	0.0000
GARCH(-1)	0.879934	0.015792	5.572.126	0.0000

R-squared	-0.000405	Mean dependent var	0.000277
Adjusted R-squared	-0.003407	S.D. dependent var	0.014242
S.E. of regression	0.014266	Akaike info criterion	-5.752.519
Sum squared resid	0.339060	Schwarz criterion	-5.723.335
Log likelihood	4.818.106	Hannan-Quinn criter.	-5.741.706
Durbin-Watson stat	2.048.215		

Heteroskedasticity Test: ARCH

F-statistic	0.003040	Prob. F(1,1669)	0.9560
Obs*R-squared	0.003044	Prob. Chi-Square(1)	0.9560

Source: Scholars

Table 5. GARCH Results of Islamic Indice

Dependent Variable: RETURNISLAMIC
 Method: ML ARCH - Normal distribution (BFGS / Marquardt steps)
 Date: 10/26/17 Time: 02:51
 Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017
 Included observations: 1672 after adjustments
 Convergence achieved after 37 iterations
 Coefficient covariance computed using outer product of gradients
 Presample variance: backcast (parameter = 0.7)
 $GARCH = C(7) + C(8)*RESID(-1)^2 + C(9)*GARCH(-1)$

	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
MONDAY	-0.006175	0.018804	-0.328367	0.7426
TUESDAY	-0.006514	0.018805	-0.346411	0.7290
WEDNESDAY	-0.007188	0.018794	-0.382464	0.7021
THURSDAY	-0.006637	0.018808	-0.352884	0.7242
FRIDAY	-0.005879	0.018812	-0.312530	0.7546
C	0.007208	0.018798	0.383427	0.7014

Variance Equation				
C	1.02E-05	1.94E-06	5.273.159	0.0000
RESID(-1)^2	0.131129	0.010968	1.195.587	0.0000
GARCH(-1)	0.803182	0.019489	4.121.143	0.0000

R-squared	0.001570	Mean dependent var	0.000397
Adjusted R-squared	-0.001427	S.D. dependent var	0.011960
S.E. of regression	0.011968	Akaike info criterion	-6.137.485
Sum squared resid	0.238636	Schwarz criterion	-6.108.301
Log likelihood	5.139.938	Hannan-Quinn criter.	-6.126.672
Durbin-Watson stat	2.034.314		

Heteroskedasticity Test: ARCH

F-statistic	0.089143	Prob. F(1,1669)	0.7653
Obs*R-squared	0.089245	Prob. Chi-Square(1)	0.7651

Source: Scholars

IV.V The Ramadan Effect

The Holy Ramadan month does not have any impact on the both the returns of conventional and Islamic indice. It does not also affect the volatility of those indices. The fact that the results obtained during the days of week impact are valid for the sacred months also strengthens the assumption that there is no calendar anomalies in determining the strategies of the Turkish investors. The studies of Küçüksille and Özmutaf (2015), Jebra and Chen (2017) and Hussein (1998) in the literature have found that the effect of Ramadan on stock returns and volatility is meaningless.

Table 6. OLS Results of BIST100 in Terms of Ramadan Effect

Dependent Variable: RETURNBIST				
Method: Least Squares				
Date: 10/26/17 Time: 02:52				
Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017				
Included observations: 1672 after adjustments				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
RAMADAN	0.000114	0.001234	0.092453	0.9263
C	0.000267	0.000365	0.733419	0.4634
R-squared	0.000005	Mean dependent var		0.000277
Adjusted R-squared	-0.000594	S.D. dependent var		0.014242
S.E. of regression	0.014246	Akaike info criterion		-5.663.494
Sum squared resid	0.338921	Schwarz criterion		-5.657.009
Log likelihood	4.736.681	Hannan-Quinn criter.		-5.661.091
F-statistic	0.008548	Durbin-Watson stat		2.049.466
Prob(F-statistic)	0.926349			

Source: Scholars

Table 7. GARCH Results of BIST100 Indice in Terms of Ramadan Effect

Dependent Variable: RETURNBIST				
Method: ML ARCH - Normal distribution (BFGS / Marquardt steps)				
Date: 10/26/17 Time: 02:52				
Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017				
Included observations: 1672 after adjustments				
Convergence achieved after 25 iterations				
Coefficient covariance computed using outer product of gradients				
Presample variance: backcast (parameter = 0.7)				
GARCH = C(3) + C(4)*RESID(-1)^2 + C(5)*GARCH(-1)				
	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
RAMADAN	0.000520	0.001295	0.401264	0.6882
C	0.000726	0.000324	2.238.572	0.0252
Variance Equation				
C	8.68E-06	1.87E-06	4.628.013	0.0000
RESID(-1)^2	0.078645	0.008596	9.148.883	0.0000
GARCH(-1)	0.880073	0.015439	5.700.278	0.0000
R-squared	-0.001263	Mean dependent var		0.000277
Adjusted R-squared	-0.001863	S.D. dependent var		0.014242
S.E. of regression	0.014255	Akaike info criterion		-5.756.126
Sum squared resid	0.339351	Schwarz criterion		-5.739.912
Log likelihood	4.817.121	Hannan-Quinn criter.		-5.750.118
Durbin-Watson stat	2.046.873			
Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.003034	Prob. F(1,1669)		0.9561
Obs*R-squared	0.003038	Prob. Chi-Square(1)		0.9560

Source: Scholars

Table 8. OLS Results of Islamic Indice in Terms of Ramadan Effect

Dependent Variable: RETURNISLAMIC				
Method: Least Squares				
Date: 10/26/17 Time: 02:53				
Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017				
Included observations: 1672 after adjustments				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
RAMADAN	-0.000209	0.001036	-0.201869	0.8400
C	0.000416	0.000306	1.357.213	0.1749
R-squared	0.000024	Mean dependent var		0.000397
Adjusted R-squared	-0.000574	S.D. dependent var		0.011960
S.E. of regression	0.011963	Akaike info criterion		-6.012.775
Sum squared resid	0.239006	Schwarz criterion		-6.006.290
Log likelihood	5.028.680	Hannan-Quinn criter.		-6.010.372
F-statistic	0.040751	Durbin-Watson stat		2.035.087
Prob(F-statistic)	0.840044			

Source: Scholars

Table 9. GARCH Results of Islamic Indice in Terms of Ramadan Effect

Dependent Variable: RETURNISLAMIC				
Method: ML ARCH - Normal distribution (BFGS / Marquardt steps)				
Date: 10/26/17 Time: 02:54				
Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017				
Included observations: 1672 after adjustments				
Convergence achieved after 19 iterations				
Coefficient covariance computed using outer product of gradients				
Presample variance: backcast (parameter = 0.7)				
GARCH = C(3) + C(4)*RESID(-1)^2 + C(5)*GARCH(-1)				
	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
RAMADAN	-0.000280	0.000982	-0.284969	0.7757
C	0.000763	0.000271	2.811.833	0.0049
Variance Equation				
C	1.04E-05	1.91E-06	5.466.674	0.0000
RESID(-1)^2	0.130173	0.009949	1.308.444	0.0000
GARCH(-1)	0.802559	0.019356	4.146.225	0.0000
R-squared	-0.000792	Mean dependent var		0.000397
Adjusted R-squared	-0.001391	S.D. dependent var		0.011960
S.E. of regression	0.011968	Akaike info criterion		-6.139.855
Sum squared resid	0.239201	Schwarz criterion		-6.123.642
Log likelihood	5.137.919	Hannan-Quinn criter.		-6.133.848
Durbin-Watson stat	2.033.440			
Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.120537	Prob. F(1,1669)		0.7285
Obs*R-squared	0.120672	Prob. Chi-Square(1)		0.7283

Source: Scholars

IV.VI. The January Effect

In the literature, some studies have shown that January has a positive effect on stock returns. According to Keim (1983), stock yields in January months are higher than the other months of the year. In this work, the January effect for BIST100 and Islamic Indice was measured for return and volatility. It is observed that there is no such anomaly for both cases as seen in Ramadan effect. Derivations are similar to works of Raj and Kumari (2006), Al- Smadi et. al. (2017) and Jebra and Chen (2017).

Table 10. OLS Results of BIST100 in Terms of January Effect

Dependent Variable: RETURNBIST				
Method: Least Squares				
Date: 10/26/17 Time: 02:54				
Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017				
Included observations: 1672 after adjustments				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
JANUARY	0.000410	0.001242	0.330207	0.7413
C	0.000242	0.000364	0.664355	0.5066
R-squared	0.000065	Mean dependent var		0.000277
Adjusted R-squared	-0.000533	S.D. dependent var		0.014242
S.E. of regression	0.014246	Akaike info criterion		-5.663.554
Sum squared resid	0.338901	Schwarz criterion		-5.657.069
Log likelihood	4.736.732	Hannan-Quinn criter.		-5.661.152
F-statistic	0.109036	Durbin-Watson stat		2.049.809
Prob(F-statistic)	0.741285			

Source: Scholars

Table 11. GARCH Results of BIST100 in Terms of Ramadan Effect

Dependent Variable: RETURNBIST				
Method: ML ARCH - Normal distribution (BFGS / Marquardt steps)				
Date: 10/26/17 Time: 02:56				
Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017				
Included observations: 1672 after adjustments				
Convergence achieved after 23 iterations				
Coefficient covariance computed using outer product of gradients				
Presample variance: backcast (parameter = 0.7)				
GARCH = C(3) + C(4)*RESID(-1)^2 + C(5)*GARCH(-1)				
Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
JANUARY	0.000592	0.001031	0.574054	0.5659
C	0.000732	0.000329	2.225.946	0.0260
Variance Equation				
C	8.67E-06	1.87E-06	4.631.476	0.0000
RESID(-1)^2	0.078916	0.008704	9.066.791	0.0000
GARCH(-1)	0.879837	0.015494	5.678.514	0.0000
R-squared	-0.001207	Mean dependent var		0.000277
Adjusted R-squared	-0.001807	S.D. dependent var		0.014242
S.E. of regression	0.014255	Akaike info criterion		-5.756.136
Sum squared resid	0.339332	Schwarz criterion		-5.739.923
Log likelihood	4.817.130	Hannan-Quinn criter.		-5.750.129
Durbin-Watson stat	2.047.306			
Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.000860	Prob. F(1,1669)		0.9766
Obs*R-squared	0.000861	Prob. Chi-Square(1)		0.9766

Source: Scholars

Table 12. OLS Results of Islamic Indice in Terms of January Effect

Dependent Variable: RETURNISLAMIC
 Method: Least Squares
 Date: 10/26/17 Time: 02:58
 Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017
 Included observations: 1672 after adjustments

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
JANUARY	0.000350	0.001043	0.335598	0.7372
C	0.000367	0.000306	1.199.951	0.2303
R-squared	0.000067	Mean dependent var		0.000397
Adjusted R-squared	-0.000531	S.D. dependent var		0.011960
S.E. of regression	0.011963	Akaike info criterion		-6.012.818
Sum squared resid	0.238995	Schwarz criterion		-6.006.333
Log likelihood	5.028.716	Hannan-Quinn criter.		-6.010.415
F-statistic	0.112626	Durbin-Watson stat		2.035.421
Prob(F-statistic)	0.737216			

Source: Scholars

Table 13. GARCH Results of Islamic Indice in Terms of Ramadan Effect

Dependent Variable: RETURNISLAMIC
 Method: ML ARCH - Normal distribution (BFGS / Marquardt steps)
 Date: 10/26/17 Time: 02:58
 Sample (adjusted): 1/07/2011 8/28/2017
 Included observations: 1672 after adjustments
 Convergence achieved after 22 iterations
 Coefficient covariance computed using outer product of gradients
 Presample variance: backcast (parameter = 0.7)
 GARCH = C(3) + C(4)*RESID(-1)^2 + C(5)*GARCH(-1)

	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
JANUARY	0.000631	0.000914	0.689643	0.4904
C	0.000687	0.000271	2.537.236	0.0112
Variance Equation				
C	1.04E-05	1.91E-06	5.462.262	0.0000
RESID(-1)^2	0.130266	0.010034	1.298.242	0.0000
GARCH(-1)	0.802593	0.019440	4.128.600	0.0000
R-squared	-0.000803	Mean dependent var		0.000397
Adjusted R-squared	-0.001402	S.D. dependent var		0.011960
S.E. of regression	0.011968	Akaike info criterion		-6.140.077
Sum squared resid	0.239203	Schwarz criterion		-6.123.864
Log likelihood	5.138.105	Hannan-Quinn criter.		-6.134.070
Durbin-Watson stat	2.033.886			
Heteroskedasticity Test: ARCH				
F-statistic	0.103732	Prob. F(1,1669)		0.7474
Obs*R-squared	0.103850	Prob. Chi-Square(1)		0.7473

Source: Scholars

CONCLUDING REMARKS

In recent years, many academic studies have been conducted with the development of behavioral finance. Behavioral finance claims fundamentally investors' decisions are based on optimism and pessimism, instead economic and financial theories. In this sense, behavioral finance is settled as opposed to Fama's (1970) EFM. According to Fama (1970), the market is efficient and all information is priced in the assets. In this sense there is no undervalued stock in the market. However, after Keynes' "Animal Spirit" concept, behavioral finance showed a opposed stance to Fama (1970). According to Behavioral Finance, there is no information at the same capacity for all investors in the market. Although information is equally distributed to all investors, investors' information processing ability and moods are different from each other. This situation causes some anomalies to appear in the market.

Although there are many anomalies, the calendar effect is only one of them. Accordingly, certain days of the week, holidays, religious days, and some months may have a different effect on the return and volatility of the stock markets. When looking at the literature, for example, it is seen that investors are more likely to be pessimistic on Mondays due to the fact that investors are on bad mood after first day of weekend. Likewise, during the Holy Months such as Ramadan and Zilhicce, the Muslims' tendency towards religious activities and the monetary religious activities such as the sacrifice feast resulted in the fall of the returns and volatility of stock markets by the cash out of the stock market. Similarly, in January months, the US stock market is particularly upbeat. One of the factors explaining this is the fact that stocks that are loss level in December are sold due to the tax effect and are taken back in January.

In this work, we measured the impact of days of the week, January and Ramadan effect on the return and volatility of return of BIST100 and KAT30 which is an Islamic stock index. Even though the literature suggests that Monday is more likely to be a bearish closure and Friday is more likely to be a bullish closure, we have not observed any impact on stock returns and volatility of stock returns on any given day of the week. Even though there are some studies in the literature claiming that in January, especially the US stock market has high return, there are also some studies showing there is no effect of January on stock returns. It has been observed that there is no statistically significant effect of January on both the return and the volatility of returns of both the traditional and Islamic indices in the Turkish stock market. It has been stated in the literature that there is no meaningful effect of the month of Ramadan while the results show that Zilhicce month generally decreases the return and volatility of the stock returns. This article generated that Ramadan month does not have a meaningful effect on the Turkish stock market in terms of stock return and volatility.

The fact that days of the week, Ramadan and January effect do not have a statistically significant effect on either conventional or Islamic stock market in terms of return and volatility can be interpreted as that Turkish stock market is efficient and not influenced by calendar anomalies and that it converges to Fama's hypothesis. In other words, Turkish investors do not take into account factors that are not affecting the operations of companies such as the days of the week or months, and do not develop a strategy for timing. In the future studies, the effect of Zilhicce month for the Turkish market can be investigated in order to make the work more advanced. In addition, more efficient results can be obtained by increasing the number of Islamic stocks by similar criteria. Because there are only 30 stocks in the Islamic indice.

REFERENCES

- Akrami, H., Garkaz, M., & Mehrazin, G. (2012). The effect of Ramadhan month on stocks abnormal return of the companies accepted in Tehran Stock Exchange. *Economics And Financial Review*, 45-51.

- Al-Khazali, O. (2014). Revisiting fast profit investor sentiment and stock returns during Ramadan. *International Review of Financial Analysis*, 158-170.
- Almudhaf, F. (2012). The Islamic calendar effects: Evidence from twelve stock markets. *International Research Journal of Finance and Economics*, 185-191.
- Alrashidi, F., Manzoor, A., & Beneid, F. (2014). The calendar impact and trading behavior: An empirical evidence from around the globe. *International Business & Economics Research Journal*, 1025-1031.
- Al-smadi, A., Almsafir, M., & Husni, N. (2017). Trends and Calendar effects in Malaysia's Stock Market. *Accounting and Finance Research*, 18-24.
- Ariel, R. (1987). A monthly effect in stock returns. *Journal of Financial Economics*, 161-174.
- Arslan, H., Iltas, Y., & Kayhan, T. (2017). Target P/E ratio determinants in the Turkish Stock Market: Earning volatility effect. *Theoretical and Applied Economics*, 65-74.
- Bhardwaj, R., & Brooks, L. (1992). The January anomaly: Effects of low share price transaction costs and bid-ask bias. *The Journal of Finance*, 553-575.
- Bollerslev, T. (1986). A generalized autoregressive conditional heteroskedasticity. *Journal of Econometrics*, 301-327.
- Dumiriu, R., Stefanescu, R., & Nistor, C. (2011). Holiday effect on the Romanian Stock Market. *MPRA Paper*, 1-5.
- Eleswarapu, V., & Reinganum, M. (1993). The seasonal behavior of the liquidity premium in asset pricing. *Journal of Financial Economics*, 373-386.
- Fama, E. (1970). Efficient capital market: A review of theory and empirical work. *The Journal of Finance*, 383-417.
- French, K. (1980). Stock returns and the weekend effect. *J. Finan. Econ.*, 55-69.
- Frieder, L., & Subrahmanyam, A. (2004). Non-secular regularities in stock returns: The impact of the high holy days on the U.S Equity Market. *Financial Analysts Journal*, 29-34.
- Gao, L., & Kling, G. (2005). Calendar effects in Chinese Stock Market. *Annals of Economics and Finance*, 75-88.
- Garkaz, M., Hazini, N., & Azimi, J. (2014). Effect of Ramadan month on the stock price, trade volume and Index of Tehran Stock Exchange in the minerals and mining industry. *International Journal of Scientific Management and Development*, 550-554.
- Gavriilidis, K., Vasileios, K., & Tsalavoutas, I. (2015). Investor mood, herding and the Ramadan effect. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1-16.
- Gultekin, M., & Gultekin, N. (1983). Stock market seasonality: International evidence. *Journal of Financial Economics*, 469-481.
- Halari, A., Tantisantiwong, D., & Power, C. (2015). "Islamic calendar anomalies: Evidence from Pakistan firm-level data. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 64-73.

- Husain, F. (1998). A seasonality in the Pakistan Equity Market: The Ramadan effect. *Pakistan Development Review*, 77-81.
- Jaffe, J., & Westerfield, R. (1985). The Week-End Effect in Common Stock Returns: The International Evidence. *The Journal of Finance*, 433–454.
- Jebran, K., & Chen, S. (2017). Examining anomalies in Islamic equity market of Pakistan. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 1-15.
- Joshi, N., & Kc., F. (2005). The Nepalese Stock Market: Efficiency and calendar anomalies. *Economic Review*, 40–85.
- Keim, D. (1983). Size-related anomalies and stock return seasonality: Further empirical evidence. *J. Finan. Econ.*, 13-32.
- Kelly, F. (1930). *Why You Win or Lose: The Psychology of Speculation*. Boston: Houghton Mifflin.
- Kohers, T., & Kohli, R. (1991). Week-of-the-month effect in pacific basin stock markets: Evidence of a new seasonal anomaly. *Glob. Finan. J.*, 7-87.
- Küçükşille, E., & Özmutaf, M. (2015). Is There Ramadan Effect in Turkish Stock Market. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 137-142.
- Kuzu, S., & Torun, M. (2017) Estimation of stock price changes by Artificial Neural Networks. *Eurasian Business & Economics Journal*, 96-107
- Lakonishok, J., & Smidh, S. (1988). Are seasonal anomalies real? *The Review of Financial Studies*, 403-425.
- Mustafa, K. (2008). The Islamic calendar effect on Karachi stock market. *In 8th International Business Research Conference*. Dubai.
- Mustafa, K. (2011). The Islamic calendar effect on Karachi Stock Market. *Pakistani Business Review*, 562-574.
- Oguzsoy, C., & Guven, S. (2004). Holy days effect on Istanbul Stock Exchange. *Journal of Emerging Market Finance*, 63-75.
- Raj, M., & Kumari, D. (2006). Day-of-the-week and other market anomalies in the Indian stock market. *Int. J. Emerg. Mark*, 235-246.
- Ritter, J. (1988). The buying and selling behavior of individual investors at the turn of the year. *The Journal of Finance*, 701–717.
- Rozeff, M., & Kinney Jr., W. (1976). Capital market seasonality: The case of stock returns. *Journal of Financial Economics*, 379-402.
- Sewraj, D., Seetanah, B., Sannasee, V., & Sooba, U. (2010). Calendar effects on Stock Market Returns: Evidence from the Stock Exchange of Mauritius. *SSRN 1594871*.
- Seyyed, F., Abraham, A., & Mohsen, A. (2005). Seasonality in stock returns and volatility: The Ramadan effect. *Research in International Business and Finance*, 374-383.

- Shah, N., Qureshi, M., & Aslam, Y. (2017). An empirical investigation of Islamic calendar effect in global Islamic equity indices . *International Journal of Economics and Finance*, 57-68.
- Tuna, G., & Uysal, M. (2015). Is Turkey's Islamic stock market efficient? Evidence from Borsa Istanbul. *The Empirical Economics Letters*, 916-923.
- Weber, M. (1930). *The Protestant Ethic And The Spirit Of Capitalism*. New York: Scribner's.
- Wong, P., Neoh, S., Lee, K., & Thong, T. (1990). Seasonality in the Malaysian Stock Market. *Asia Pacific Journal of Management* 7, 43-62.
- Yat, D., Keong, L., & Ling, C. (2011). Sectoral analysis of calendar effects in Malaysia: Post financial crisis. *African Journal of Business Management*, 5600-5611.