

● ● Volume • Cilt: 14 Issue • Sayı: 52 June • Temmuz 2019 ●

# ÖNERİ

MARMARA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ HAKEMLİ DERGİSİ

ONLINE ISSN: 2147-5377 • PRINT ISSN: 1300-0845



MARMARA ÜNİVERSİTESİ YAYINEVİ

**Öneri Dergisi – Contemporary Studies in Social Sciences – Volume • Cilt: 14 Year • Yıl :26 Issue • Sayı: 52 June • Temmuz 2019**

Online ISSN: 2147-5377 • Print ISSN: 1300-0845

**Marmara Üniversitesi Rektörlüğü Adına İmtiyaz Sahibi • Owner:** Prof. Dr. Erol ÖZVAR (Rektör • Rector)

**Enstitü Adına Sahibi • Owner:** Prof. Dr. İsmail TAŞPINAR (Enstitü Müdürü • Director of Institute)

#### **Editör Kurulu • Editorial Board**

Prof. Dr. İsmail TAŞPINAR (Enstitü Müdürü)

Doç. Dr. Hasan KORKUT (Müdür Yrd.)

Doç. Dr. Ali ARI (Editör)

Prof. Dr. Kemalettin KÖROĞLU (Enstitü Yönetim Kurulu Üyesi)

Prof. Dr. Nurhan Zeynep TOSUN (Enstitü Yönetim Kurulu Üyesi)

Prof. Dr. Kemal YILDIZ (Enstitü Yönetim Kurulu Üyesi)

#### **Bilim Kurulu • Scientific Board**

Prof. Dr. Jean-Pierre ALLEGRET (Université de Nice Sophia Antipolis)

Prof. Dr. Kemal ATAMAN (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. İclal ATTİLA (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Ahmet Faruk AYSAN (İstanbul Şehir Üniversitesi)

Doç. Dr. Isabelle DEPRET (Université Libre de Bruxelles)

Prof. Dr. Philippe GILLES (Université de Toulon)

Doç. Dr. Muhidin MULALIC (International University of Sarajevo)

Doç. Dr. Andrii VITRENKO (Taras Shevchenko National University of Kyiv)

#### **Danışma Kurulu • Advisory Board**

Prof. Dr. Erol ÖZVAR (Marmara Üniversitesi, Rektör), Prof. Dr. Mustafa ÇELEN (Marmara Üniversitesi, Rektör Yrd.),

Prof. Dr. Mustafa KURT (Marmara Üniversitesi, Rektör Yrd.), Prof.Dr. Nuran CÖMERT (Marmara Üniversitesi,

İşletme Fakültesi Dekanı), Prof.Dr. Sebahat DENİZ (Marmara Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Dekanı),

Prof.Dr. Serap HELVACI (Marmara Üniversitesi, Hukuk Fakültesi Dekanı), Prof.Dr. Ali KÖSE (Marmara Üniversitesi,

İlahiyat Fakültesi Dekanı), Prof.Dr. İ. Esen YILDIRIM (Marmara Üniversitesi, İktisat Fakültesi Dekanı), Prof.Dr. Nail

YILMAZ (Marmara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi Dekanı)

**Editör (Sorumlu Yazı İşleri Müdürü) • Editor (Editor in Chief):** Doç. Dr. Ali ARI

**Yayına Hazırlama Sorumluları • Responsible for Publication:** Arş. Gör. Işıl ŞİMŞEK, Arş. Gör. Yasemin KURUCA,

Arş. Gör. Ömer Faruk ÖZCAN

**Marmara Üniversitesi Yayınevi • Marmara University Press**

**Adres • Address:** Göztepe Kampüsü, Kadıköy 34722

İstanbul

**Tel • Phone:** 216.348.4379 **Faks • Fax:** 216.348.4379

**E-posta • E-mail:** yayinevi@marmara.edu.tr

**Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Adres / Address:** Göztepe Kampüsü Enstitüler Binası

Kat:5 Kadıköy/İSTANBUL

**Tel • Phone:** (216) 700 15 58 – Dâhili: 1151-1152

**Faks • Fax:** (216) 348 34 90

**E-Posta • E-Mail:** oneridergisi@marmara.edu.tr

**Hakemli “ÖNERİ” Dergisi;** Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Hakemli Akademik yayımdır. Altı ayda bir yayınlanır. Dergiye Türkçe ve İngilizce çalışmalar kabul edilir. Dergide yayınlanan makalelerdeki görüşler yazarlarına aittir. Editör Kurulu tarafından benimsendiği anlamına gelmez. Editör Kurulu, yazının özüne dokunmaksızın gerekli yazım ve cümle değişiklikleri yapma hakkını saklı tutar. Dergiden yapılan alıntılarda kaynak göstermek mecburidir. EBSCO, ULRICHSWEB ve DOAJ Uluslararası İndeksleri ve ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı (SBVT) tarafından taranmaktadır.

“ÖNERİ” is a peer-reviewed and biannually published scientific journal of Marmara University Institute of Social Sciences. “ÖNERİ” accepts articles both in English and Turkish. The views expressed in published articles are those of the authors and should not be attributed to the Editorial Board. The Editorial Board reserves the right to make grammatical changes as may be necessary without changing the substance of the paper. The published articles in “ÖNERİ” cannot be used without being cited. The journal is indexed in EBSCO, ULRICHSWEB, DOAJ, and ULAKBIM Humanities & Social Sciences Index.

# İçindekiler • Contents

---

Yönetim'den • Institute's Notes / İsmail TAŞPINAR.....	VI
Editör'den • From Editor / Ali ARI .....	VIII

## SOSYOLOJİ / SOCIOLOGY

### Araştırma Makalesi

İstanbul'daki Afrikalı Göçmenlerin Ulusötesi Sosyal Alanlarının Entegrasyon Süreçlerine Etkisi The Impact of Transnational Social Spaces on Integration Processes of African Migrants in Istanbul Doğuş ŞİMŞEK .....	216-235
--	---------

## ULUSLARARASI SİYASET ve EKONOMİ / INTERNATIONAL POLITICS and ECONOMICS

### Araştırma Makalesi

Dünyadaki Çatışmaların Sosyal Ağ Analizi Yöntemiyle İncelenmesi Investigation of Conflicts in the World By Social Network Analysis Sadullah ÇELİK .....	236-254
---	---------

### Araştırma Makalesi

Latin Amerika' da Örtüşen Bölgeselcilik Overlapping Regionalism in Latin America Gökhan KATITAŞ .....	255-293
---	---------

## İKTİSAT / ECONOMICS

### Araştırma Makalesi

Do House Prices in Turkey Follow Euro Area Trends?: Regime Switching Approach Türkiye'de Konut Fiyatları Euro Alanı Trendlerini İzliyor Mu?: Rejim Değişim Yaklaşımı Mustafa Ozan YILDIRIM – Raif CERĞİBOZAN – Caner DEMİR.....	294-314
---	---------

### **Araştırma Makalesi**

Farklı Gelir Gruplarındaki Ülkelerin Küresel Rekabet ve İnsani Kalkınma Bakımından Veri Zarflama Analizi ile Değerlendirilmesi

The Evaluation of the Countries in Different Income Groups in Terms of Global Competition and Human Development Via Data Envelopment Analysis

**Mevlüdiye ŞİMŞEK – Gözde KOCA – Nakşidil ALPARSLAN** ..... 315-339

### **İŞLETME ve MUHASEBE / MANAGEMENT and ACCOUNTING**

### **Araştırma Makalesi**

Dijital Korsanlığa Karşı Lisans Öğrencilerinin Olumsuz Tutumlarını Etkileyen Faktörler

Factors Affecting Negative Attitudes of Undergraduate Students Against Digital Piracy

**Mertcan TAŞCIOĞLU** ..... 340-355

### **Araştırma Makalesi**

Customer Portfolio of a Consumer Goods Based Virtual Store: Identifying Customer Segments With Cluster Analysis

Tüketim Ürünleri Bazlı Bir Sanal Mağaza'nın Müşteri Portfolyosu: Kümeleme Analizi ile Müşteri Segmentlerinin Tespit Edilmesi

**Begüm HATTATOĞLU – Çağla ŞENELER – Gökhan ŞAHİN - Fazlı YILDIRIM** ..... 356-371

### **Araştırma Makalesi**

Marka Kişiliğinin ve Marka Sadakatinin Oluşumunda Deneyimsel Pazarlamanın Rolü

The Role of Experiential Marketing in the Formation of Brand Personality and Brand Loyalty

**Ahmet ŞEKERKAYA – Gülçin ERDOĞAN** ..... 372-400

### **Araştırma Makalesi**

İşe Oryantasyon Sürecinde Yaşanan Sorunlar: Kuşadası A Grubu Seyahat Acentaları Örneği

Problems on the Orientation Process: A Research on A Grade Travel Agencies in Kusadasi

**Hakan ATAY – Ülker ÇOLAKOĞLU** ..... 401-432

### **Araştırma Makalesi**

A Research on the Relationship Between Individual and Social Innovativeness: The Case of Selcuk University

Bireysel ve Sosyal Yenilikçilik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Selçuk Üniversitesi Örneği

**Vural ÇAĞLIYAN – Eldana ESENALİEVA – Melis ATTAR** ..... 433-455



### **Uygulamalı Makale**

KKP Sistemi ile ISO 9001 KYS Şartları Ne Ölçüde Karşılabilir?

What Extent Does Erp System Meet The Iso 9001 Qms Conditions?

**Güzide KARAKUŞ**..... 456-485

### **Uygulamalı Makale**

Riske Maruz Değer Yöntemiyle Portföy Riskinin Belirlenmesi

Determination of Portfolio Risk With Value At Risk Method

**Ömer KAVRAR – Baki YILMAZ**..... 486-508

### **Uygulamalı Makale**

Bireysel Emeklilik Sistemi Yatırımlarının Getiri Oranlarının Hesaplanması: Bir Vaka Analizi

Calculation of Rate of Return on Investments in Individual Pension System: A Case Study With Actual Data

**Ergün KÜÇÜK**..... 509-530

## Yönetimden • Institue's Notes

---

*Dergimizin kıymetli okuyucuları,*

*Öneri Dergimizin üniversitemizi en iyi şekilde temsil etmesi ve okuyucularımıza daha kaliteli bir muhteva ile sunulabilmesi için çalışmalarımızı büyük bir özveri ve gayretle devam ettirmekteyiz.*

*Dergimiz, Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün paydaşları olan fakültelerdeki her bir Anabilim Dalı'nda üretilen kıymetli çalışmaları azami ölçüde paylaşmayı hedef edinmiştir. Enstitü yönetimi olarak bu konudaki kararlılığımızı ve arzumuzu her fırsatta dile getirmekteyiz. Editörümüzün de gayretleriyle dergimizin sosyal bilimler alanında tanınan uluslararası indekslerde taranması çalışmaları devam etmektedir.*

*Öneri Dergisi'nin bu sayısının da akademik camiaya hayırlı olması dileğiyle,*

**Prof.Dr. İsmail TAŞPINAR**

*Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü*

## Editör'den • From Editor

---

Öneri Dergisi'nin değerli okuyucuları,

1994'ten beri yayınlanan uluslararası hakemli dergimiz Öneri'nin 52. sayısını sizlerle buluşturmanın mutluluğu içindeyiz. Dergimizin bu sayısında iktisat, işletme ve muhasebe, sosyoloji ile uluslararası siyaset ve ekonomi alanında 13 farklı çalışma yer almaktadır. Her bir çalışmanın ilgili alana yaptığı özgün katkılarını göreceğiniz bu sayımızı ilgiyle okuyacağınızı düşünüyoruz.

D. Şimşek'in çalışması dünya ve Türkiye'deki güncel problemlerden olan göç olgusuna değinmektedir. Çalışma, spesifik olarak İstanbul'daki Afrikalı göçmenlerin entegrasyon süreçlerine ve stratejilerine odaklanmakta ve ulusötesi sosyal alanların entegrasyon süreçlerine etkisini incelemektedir. Güncel bir soruna değinen diğer bir çalışma, S. Çelik'in dünyadaki çatışmaları sosyal ağ analizi yöntemi ile incelediği çalışmasıdır. G. Katıtaş ise, çatışmadan çok bölgesel işbirliklerini ele almıştır. Spesifik olarak da Latin Amerika'da ortaya çıkan farklı bölgesel örgütler örtüşen bölgeselcilik çerçevesinde incelenmiştir

M. O. Yıldırım, R. Cergibozan ve C. Demir'in çalışması Türkiye ve Euro Alanı'nın konut fiyat trendleri üzerine farklı ekonometrik yöntemler kullanarak karşılaştırmalı bir analiz yapmaktadır. M. Şimşek, G. Koca ve N. Alparslan'ın çalışması ise, farklı gelir grubuna sahip ülkelerin küresel rekabet güçlerini, insani kalkınma düzeyine yansıtma konusundaki görelî etkinliklerini ampirik bir analiz ile test etmektedir.

İşletme ve muhasebe alanı sekiz farklı makaleden oluşmaktadır. M. Taşçıoğlu'nun çalışması, tüketicilerin korsan ürün kullanımına karşı çıkma tutumlarını etkileyen etmenlerin neler olduğunu incelemektedir. B. Hattatoğlu, Ç. Şeneler, F. Yıldırım ve G. Şahin'in çalışması farklı makine öğrenme algoritmaları kullanarak bir şirketin müşteri segmentlerini keşfetmeye odaklanmıştır. A. Şekerkaya ve G. Erdoğan'ın çalışması, marka kişiliğinin ve marka sadakatinin oluşumunda deneysel pazarlamanın rolünü ortaya koyan kuramsal bir model önerisi sunmaktadır. H. Atay ve Ü. Çolakoğlu çalışması, A grubu seyahat acentalarında işe yeni başlayan çalışanların duygusal oryantasyon sürecinde ne gibi sorunlarla karşılaştıklarını ortaya koymaktadır. V. Çağlıyan, E. Esenalieva ve M. Attar'ın çalışması, bireysel yenilikçilik ile sosyal yenilikçilik arasındaki ilişkiyi tespit etmeye çalışmaktadır.

Diğer taraftan G. Karakuş'un makalesi KKP (Kurumsal Kaynak Planlaması) ve KYS (Kalite Yönetim Sistemi) sistemlerin ortak noktalarının ortaya konulması ve birbirlerini tamamlayıcı şekilde işletme bünyesinde nasıl kurulabileceğini analiz etmektedir. Ö. Kavrar ve B. Yılmaz'ın çalışması bazı hisse senetleri, euro ve altından oluşturulmuş varsayımsal bir portföy için riske maruz değerlerini hesaplarken, E. Küçük'ün çalışması herhangi bir bireysel emeklilik sistemi (BES) yatırım senaryosunun getiri oranını çeşitli bakış açıları çerçevesinde nasıl hesaplanıp değerlendirilebileceğine ilişkin örnek vaka analizi tasarlamaktır.

Dergimizin Temmuz 2019 sayısında her biri birbirinden değerli çalışmalarını bizimle paylaşarak hem bilimsel yazına hem de Öneri Dergisi'ne katkı sağlayan değerli yazarlarımıza teşekkürlerimizi sunuyoruz. Bunun yanı sıra, dergimizde yayınlanan makaleleri bilimsel sorumluluk ve gönüllülük esasıyla çalışarak değerlendiren saygın hakemlerimize gönül borcumuz büyüktür.

Öneri Dergisi'nin yayına hazırlanma sürecindeki emek ve destekleri için üniversitemiz Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı'nın değerli personeline teşekkür ederiz. Makalelerin toplanmasından son yayın aşamasına kadar geçen süreçte tüm akışı büyük bir titizlik ile takip ederek

özverili yardımlarını esirgemeyen Arş. Gör Işıl Şimşek, Arş. Gör. Yasemin Kuruca ve Arş. Gör. Ömer Faruk Özcan'a emekleri için teşekkür ederiz.

Dergimizin ulusal ve uluslararası akademik camiada daha iyi bir noktaya getirilmesi için yayın ve bilim kurulları ile yayına hazırlama ekibi olarak çalışmalara devam etmekteyiz.

Ocak 2020 sayımızda da birbirinden değerli bilimsel çalışmaları sizlere ulaştırabilmek dileğiyle,

Sevgi ve saygılarımızla...

**Doç.Dr. Ali ARI**  
Öneri Dergisi Editörü



# İSTANBUL'DAKİ AFRİKALI GÖÇMENLERİN ULUSÖTESİ SOSYAL ALANLARININ ENTEGRASYON SÜREÇLERİNE ETKİSİ\*

## THE IMPACT OF TRANSNATIONAL SOCIAL SPACES ON INTEGRATION PROCESSES OF AFRICAN MIGRANTS IN ISTANBUL

Doğuş ŞİMŞEK\*\*

### Öz

2000'li yılların başından itibaren literatürde entegrasyon ve ulusötesi göç arasındaki kesişmelere artan bir ilgi vardır (Erdal, 2013; Faist, 2013; Kivisto, 2003; Levitt, DeWind & Vertovec, 2003). Faist (2013) entegrasyon ve ulusötesi göçün birbiriyle ilişkili kavramlar olarak görülmesi gerektiğini öne sürmekte ve ulusötesi aktiviteleri de entegrasyona alternatif bir model olarak tanımlamaktadır. Bu makalede, İstanbul'daki Afrikalı göçmenlerin entegrasyon süreçlerine ve stratejilerine odaklanılarak, ulusötesi sosyal alanların entegrasyon süreçlerine etkisi incelenmektedir. 1990'lı yılların sonlarından bu yana Türkiye, Sahra-altı Afrika'nın çeşitli ülkelerinden gelen göçmenler için hem bir geçiş ülkesi hem de yerleşim yeri haline gelmiştir. Avrupa'ya göç etme amacıyla Türkiye'ye gelen Afrikalı göçmenlerin çoğu amaçlarını gerçekleştiremeyip uzun yıllar boyunca Türkiye'de yaşamaktadır. Afrika'nın farklı ülkelerinden gelen Afrikalı göçmenlerin göçmen statüleri de farklılık göstermektedir. Türkiye'de ikamet eden Afrikalı göçmenler sığınmacı, kısa süreli vizesi olanlar, çalışma veya öğrenci vizesine sahip olanlar ve yasal olarak ülkeye giriş yapmış ancak vizelerini yenilememiş olan belgesiz göçmenler gibi farklı göçmen statülerine sahiptirler. Bazı Afrikalı göçmenler altı aydır Türkiye'de bulunurken diğerleri on yıl ya da daha uzun süre Türkiye'de yaşamaktadır. Türkiye'de buldukları süre içinde oluşturdukları sosyo-kültürel ve ekonomik alanlar ülkeleri ile bağlarının devamını sağlamaktadır. Bu çalışmada, İstanbul'da yaşayan Afrikalı göçmenlerin oluşturdukları ulusötesi sosyal alanların entegrasyon süreçlerine etkisi 40 Afrikalı göçmen ile derinlemesine yüz yüze görüşmeler yapılarak elde edilen bulgular

\* Makalenin Gönderim Tarihi (Received): 05.06.2019; Makalenin Kabul Tarihi (Accepted): 09.07.2019

\*\* Koç Üniversitesi, İnsani Bilimler ve Edebiyat Fakültesi, ORCID ID:0000-0002-8025-5390

çerçevesinde açıklanmıştır ve ulusötesi sosyal alanların entegrasyon süreçlerini hızlandırdığı savunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Afrikalı Göçmenler, Ulusötesi Sosyal Alanlar, Entegrasyon, İstanbul

### Abstract

Since the early 2000s, there has been a growing interest in the intersections between integration and transnationalism (Erdal, 2013; Faist, 2013; Kivisto, 2003; Levitt *et al.* 2003). Transnational activities have been seen as an alternative mode of integration as Faist (2013) argues integration and transnationalism should be seen as interrelated concepts. Research on the relationship between integration and transnationalism suggests different positions in describing the relation between transnationalism and integration. On the one hand, some studies show that strong transnational ties cause weak integration, more specifically the necessity of investing time and resources for integration might limit willingness to adapt to the receiving society. This might construct strong loyalty to the sending country, might be relying on transnational links to survive and to overcome discrimination in the receiving society impede the process of integration (Basch, Glick Schiller & Blanch – Szanton, 1994; Faist, 2000; Kivisto, 2001). On the other hand, some studies indicate that integration and transnationalism are mutually supportive. For instance, economic integration is an essential driver for transnational economic activities (remittances, investment) and visits to the sending country are seen as having a positive effect on integration (Hammond, 2013; Levitt *et al.*, 2003; Portes, Guarnizo & Haller, 2002; Vertovec, 2009). In those studies, presented above, integration is state-assisted and is seen as a multi-dimensional two-way process. However, in the case of African migrants in Turkey, the government has not introduced any integration policy and Africans experience high levels of institutional and societal discrimination which conflicts with the definition of integration as a two-way process. Consequently, they do not have access to rights and resources that are essential to integrate with the receiving society. Therefore, they might create an environment themselves for adaptation by using transnational social spaces as a survival strategy. The notion of transnational social space has been developed by Faist (2000), Lewellen (2002) and Pries (2001), and has been central to the analysis of transnational relationships and communities (Howard, 2011). Generally, social networks which span national borders can be seen as a form of transnational social space and these social networks are constructed not only with people from the country of origin, but also potentially by everybody in the so-called global era. The space which spans beyond borders by migratory practices and social networks in the era of globalization is conceptualized as a transnational social space in which new kinds of social networks link at least two distant geographical spaces. Lewellen defines transnational social space in terms of social networks: 'these networks usually follow economic linkages, lines of capital that unite the group within an interweaving of trade, finance and remittances' (2002: 8). While Lewellen focuses on the economic linkages of social networks, Faist has a broader definition for transnational social space, defined as 'combinations of social and symbolic ties, positions in networks and organisations that can be found in at least two geographically and internationally distinct places' (Faist, 1999, p. 216). In his definition, the idea of transnational social space represents a constant movement of not only people but also goods, thoughts and information in two or more nation-states which brings them into a single social space. Transnational social space includes 'the circulation of ideas, symbols, and material culture'

(Faist, 2000, p. 13). From this perspective, migrants can mobilize and maximize their facilities beyond national borders by merging different locales into a single social space. In this paper, I focus on transnational social spaces of African migrants in Istanbul and show whether these spaces speed up the process of integration. Since the late 1990s Turkey has become a country of transit and settlement for many African migrants. Although many African migrants have a goal of migrating to Europe, most of them end up living in Turkey for many years. The immigration status of Africans also varies. Their migration status includes asylum seekers, short-term visa holders – business or student visas – and undocumented migrants whom legally entered the country but have not renewed their visas. While some African migrants have been living in Turkey for 6 months, others have been living in Turkey for 10 years or longer. The socio-cultural and economic spaces they have created in Turkey help to keep their ties with their countries of origin. In this study, drawing on in-depth interviews with 40 African migrants in Istanbul the impact of transnational socio-cultural spaces on their integration processes is explained and it is argued that transnational social spaces accelerate their integration processes.

**Keywords:** African migrants, Transnational Social Spaces, Integration, Istanbul

## 1.GİRİŞ

Ulusötesi kavramı 1990’lardan bu yana hızla gelişmektedir ve sınır ötesi işlemleri tanımlamak ve izlemek için geniş bir yelpazede disiplinler arasında yaygın olarak kullanılmaktadır. İnsanların, sosyal grupların, toplulukların ve organizasyonların ulus-devlet sınırları içerisinde işlediğini göstermektedir. Ulusötesi göç ile ilgili yapılan araştırmalar, göçmenlerin ve göçmen olmayanların ulusötesi sosyal alanları ve bağlarını, ulusötesi toplulukları, malların sınır ötesi işlemlerini, hizmetleri, sermayeyi, fikirleri içermekte ve küreselleşmiş dünyada kimlik, vatandaşlık, kalkınma ve sosyal hareketlerin sonuçlarını incelemektedir (Glick Schiller, Basch & Blanch – Szanton, 1995; Faist, Fauser & Kivisto, 2011; Faist, 1999; Levitt, 1998; Portes, Guarnizo & Landolt., 1999; Vertovec, 2004). Göçmenlerin uzaktan ekonomik ve politik katılımını teşvik eden ülkeler; ekonomik, sosyal, kültürel ve politik unsurlar dahil olmak üzere gelirleri ve gelişmeyi teşvik etmiştir. Çok yönlü entegrasyon sürecinin etkisiyle uluslararası göçmenlerin faaliyetlerinin sürekliliği sağlanmıştır (King & Collyer, 2016; Østergaard – Nielsen, 2016). Entegrasyon kavramı ulusal bir bakış açısıyla “metodolojik milliyetçilik” çerçevesinde anlaşılırken (Glick-Schiller & Wimmer, 2002), ulusötesi kavramı “metodolojik bireyciliği” vurgulayan ve göçmenlerin deneyimlerine odaklanan bir yaklaşımdır (Lacroix, 2013). Ulusötesi kavramı ve entegrasyon arasındaki ilişki akademik literatürde çokça tartışılmaktadır. Bazı araştırmacılar entegrasyon ve ulusötesi sosyal alanların karşılıklı olarak birbirini desteklediğini iddia ederken (Hammond, 2013; Levitt vd., 2003; Portes vd., 2002; Vertovec, 2009), diğerleri güçlü ulusötesi alanların göçmenlerin entegrasyon süreçlerine olumsuz etkisi olduğunu vurgulamaktadır (Basch vd., 1995; Faist, 2000; Kivisto, 2001).

Bu makalede, İstanbul’daki Afrikalı göçmenlerin entegrasyon süreçlerine ve stratejilerine odaklanılarak, ulusötesi sosyal alanların entegrasyon süreçlerine etkisi incelenmektedir. Beş



kısımdan oluşan bu makalenin ikinci kısmında, entegrasyon ve ulusötesi göç kavramlarının teorik çerçevesine odaklanılmıştır. Makalenin üçüncü kısmında araştırma yöntemleri açıklanırken; dördüncü kısmında, Türkiye'deki Afrikalı göçmenlerin statüleri, demografik yapısı ve sosyal alanları ile ilgili genel bir bakış sunulmuştur. Beşinci kısımda, entegrasyon süreçleri ve ulusötesi sosyal alanlar arasındaki ilişki ampirik veriler çerçevesinde incelenerek teorik çerçevede açıklanmıştır. Sonuç kısmında ise, ulusötesi sosyal alanların göçmenlerin entegrasyon süreçlerine etkisi araştırmanın bulguları kapsamında tartışılmıştır.

## **2. ENTEGRASYON ve ULUSÖTESİ SOSYAL ALANLAR**

### **2.1. Entegrasyon**

Entegrasyon kavramının kabul görmüş tek bir tanımı yoktur. Castles, Korac, Vasta & Vertovec (2002, s.112)'nin de belirttiği gibi entegrasyonun akademisyenler, politika yapımcıları ve kurumlar tarafından kabul görmüş tek bir modeli veya teorisi bulunmamaktadır. Entegrasyon kavramı politika yapımcılar, akademisyenler, göçmen, mülteci ve sığınmacılar tarafından kullanılmakta, ancak kavram farklı şekilde anlaşılmakta ve yorumlanmaktadır (Robinson, 1998). Özellikle devletler, göçmenler ile göç alan toplumun bireyleri arasındaki farklılıkları vurgulayarak entegrasyon kavramını ulus devlet çıkarları çerçevesinde tanımlamaktadır. Bu entegrasyon anlayışı, kavramı yalnızca göçmenlere sorumluluk yükleyen ve göçmenlerin deneyimlerini göz ardı eden tek taraflı bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Entegrasyon kavramı, son yıllarda iki taraflı yani sadece göçmenlerin değil göç alan toplumun bireylerinin ve kurumlarının da sorumluluklarının, hak ve yükümlülüklerinin olduğu çok boyutlu ve uzun vadeli bir süreç olarak tanımlanmaktadır (ECRE, 2002; Phillimore & Goodson, 2008; EU, 2010; Şimşek, 2019a). 2003 yılında Avrupa Komisyonu, "Göç, Entegrasyon ve İstihdam" raporunda entegrasyon "göçmenlerin ve göç alan toplumun bireylerinin haklarının ve yükümlülüklerinin bulunduğu iki taraflı bir süreç" olarak tanımlanmıştır (EU, 2010). Bu nedenle entegrasyon, haklar ve yükümlülükler dengesi olarak algılanır ve entegrasyon politikaları ekonomik, sosyal ve politik haklar, kültürel ve dini çeşitlilik, vatandaşlık ve katılımı kapsayan bütünsel bir yaklaşım içerir. Entegrasyonun iki taraflı bir süreç olarak tanımlanması, göçmenler ve göç alan toplum bireyleri arasında kurulan sosyal ilişkilerin önemini de vurgulamaktadır (Ager & Strang, 2008; Grzymala-Kazłowska, 2015; Phillimore, 2012). Bununla birlikte, göçmenlerin entegrasyon süreçleri çeşitli göç nedenleri ve göçmen statülerine göre farklılık göstermektedir (Castles vd., 2002). Örneğin, göçmenlerin ve mültecilerin entegrasyon süreçleri de yasal statü ve temel haklara erişim açısından farklılaşabilir.

Stubbs'a (1996, s.36) göre entegrasyon, "göçmenler ile göç alan toplum bireyleri arasında kaynakların paylaşılmasının kolaylaştırılması – ekonomik ve sosyal hakların eşitlenmesi – siyasi, bölgesel ve kültürel değiş tokuşların ve yeni kültürel formların geliştirilmesine yönelik çaba" anlamına gelmektedir. Asgari olarak entegrasyon, göçmenlerin haklarını sağlamak

ve göç ettikleri ülkede yeni bir hayat kurmaları için gerekli düzenlemeleri içerir (Strang & Ager, 2010). Ager ve Strang (2008) entegrasyon süreçlerini operasyonelleştirmek için bir çerçeve geliştirmişlerdir. Birçok çalışmada yaygın olarak kullanılmış olan bu çerçeve, ‘kaynaklar ve belirteçler’ (istihdam, barınma, eğitim, sağlık), ‘sosyal bağlantılar’ (sosyal köprüler, sosyal bağlar, sosyal ağlar), ‘kolaylaştırıcılar’ (dil ve kültürel bilgi, güvenlik ve istikrar) ve ‘dayanaklar’ (haklar ve vatandaşlık) şeklinde dört başlık altında gruplanmış ve 10 alan etrafında yapılandırılmıştır. Phillimore (2012, s. 3), göçmenler ve göç alan toplum bireyleri arasındaki sosyal ilişkilerin ve göçmenlerin göç alan topluma aidiyet duygusunun oluşması için eğitim, iş ve barınma gibi temel haklara ve kaynaklara sahip olmanın sağladığı güvenin önemini vurgulamıştır. Entegrasyonu “toplumun kabul edilen bir parçası olma süreci” olarak tanımlayan Garces ve Penninx (2016, s.14), entegrasyon kavramını, üç boyut (yasal-politik, sosyo-ekonomik ve sosyal kültürel-dini), iki parti (göçmenler ve alıcı toplum) ve üç seviyeye (bireyler, kuruluşlar ve kurumlar) ayırarak açıklamışlardır. Garces ve Penninx’in (2016, s.1) temel entegrasyon tanımı, göçmenlerin kabul edilip edilmemesi ve yasal-politik, sosyo-ekonomik ve kültürel-dini olmak üzere ayrıştırılan üç analitik boyuttan birbiri ile nasıl konumlandırıldığına odaklanmıştır.

Göçmenlerin ve mültecilerin entegrasyon süreçlerinin, göç alan ülkedeki koşullara göre değişebileceğini vurgulamak çok önemlidir (Castles vd., 2002). Entegrasyon konusundaki araştırmalar, yasal statüleri ülkeden ülkeye farklılık gösteren ve temel haklara erişimi olmayan, farklı göçmen statülerine sahip olan göçmenlerin entegrasyon süreçlerine yoğunlaşmamıştır.

Batı Avrupa’daki göçmen işçilerin kalıcılaşması ile 70’lerin sonundan itibaren kullanılmaya başlanan entegrasyon kavramı öncelikle yerleşik göçmen nüfusa referans vermektedir. Fakat günümüzde kalıcı göç deneyiminin yerine daha kısa vadeli, tekrar eden sığınma hareketleri almaktadır (Beaud & Noiriel, 2003; İhlamur-Öner & Şirin-Öner, 2014). Dolayısıyla, entegrasyon kavramının klasik anlamda kullanımını sorgulamak gerekmektedir (İhlamur-Öner & Şirin-Öner, 2014). Buna ek olarak entegrasyon süreçleri üzerinde, göç alan toplumun göçmenleri kabulü ve ulusötesi bağların rolü de etkili olabilir.

## 2.2. Ulusötesi Göç

Ulusötesi göç, antropoloji, sosyoloji, coğrafya ve uluslararası ilişkiler disiplinlerinde 1990’lı yılların başından itibaren göç çalışmalarında göçmenlerin deneyimlerini, pratiklerini ve ulusötesi ilişkilerini analiz etmek için kullanılmaktadır (Levitt, 2001; Smith & Guarnizo, 1998; Vertovec, 1999; Wimmer & Glick-Schiller, 2002). Ulusötesi kavramı, göçün değişken niteliğini açıklamak için ortaya çıkmış teorik bir kavramdır ve genel olarak göç veren ülke ile göç alan ülke arasında kurulan ilişkiyi vurgular. Portes (1997, ss.76-77) ulusötesi toplulukları ve ulusötesi göçmenleri “en az iki dil bilen, farklı kültürler arasında kolaylıkla geçiş yapabilen, iki ülkede evi olan, göç alan ve göç veren ülkeler ile aynı zamanda

ekonomik, politik ve sosyal ilişkilerini sürdüren kişiler” olarak tanımlamaktadır. Glick ve diğerleri (1995), ulusötesi toplulukları ve göçmenleri gündelik yaşamları uluslararası sınırları aşarak birden fazla toplum ile etkileşim içinde olan ve kimlikleri birden fazla toplum ile ilişkileri dahilinde yapılanan göçmenler olarak tanımlamaktadır. Vertovec (1999, ss.1-2)’e göre ulusötesi kavramı genel olarak ulus-devletlerin sınırlarının ötesinde insanları veya kurumları birbirine bağlayan etkileşimler ve çoklu bağlar ile ilgilidir. Schunck (2011) ulusötesi faaliyetleri, göçmen alan ve gönderen toplumları birbirine bağlayan göçmenlerin özel eylemleri olarak tanımlamaktadır. Bu faaliyetler arasında menşe ülkedeki kişilere para gönderme, fiziksel sınır geçişi ve kültürel faaliyetler sayılabilir (Al-Ali, Black & Koser, 2001; Levitt, 2001; Portes vd., 1999; Vertovec, 2003).

2000’li yılların başından beri birçok araştırma entegrasyon ve ulusötesi göç arasındaki kesişmeyi açıklamaya çalışmıştır (Erdal, 2013; Faist, 2013; Kivisto, 2003; Levitt vd., 2003). Ulusötesi faaliyetler alternatif bir entegrasyon modeli olarak görülmüştür. Örneğin, Faist (2013), entegrasyon ve ulusötesi göçün birbiriyle ilişkili kavramlar olarak görülmesi gerektiğini savunmaktadır. Entegrasyon ve ulusötesi göç arasındaki kesişme, literatürde göçmen ve mülteci entegrasyonu konusunda farklı fikirlerin gelişmesine neden olmuştur. Entegrasyon ve ulusötesi göç arasındaki kesişmeyi araştırmış olan araştırmacılar, bireyler arasındaki ilişkiye yoğunlaştıkları mikro düzeyde yapılan araştırmalarda farklı bulgular elde etmişlerdir (Erdal, 2013; Erdal & Oeppen, 2013). Bazı çalışmalar, göçmenlerin güçlü ulusötesi bağlarının zayıf entegrasyona neden olduğunu göstermektedir. Örneğin, başarılı entegrasyon için gerekli kaynaklara ve haklara erişememek, göçmenlerin menşe ülke ile güçlü bağlarının olması ve göç alan toplumda ayrımcılığa maruz kalmak göçmenlerin entegrasyon süreçlerini olumsuz etkileyerek ulusötesi bağlarının güçlenmesine neden olabilir (Basch vd., 1994; Faist, 2000; Kivisto, 2001). Öte yandan, bazı çalışmalar entegrasyonun ve göçmenlerin ulusötesi bağlarının karşılıklı olarak birbirini desteklediğini göstermektedir. Örneğin, ekonomik entegrasyon, göçmenlerin göç ettikleri ülkede çalışmaları, menşe ülkedeki kişilere para göndermeleri, göç alan ve menşe ülkeye yatırım yapmaları gibi ulusötesi ekonomik faaliyetler tarafından desteklenmektedir (Hammond, 2013; Levitt vd., 2003; Portes vd., 2002; Vertovec, 2009). Bu çalışmaların çoğu, göçmenlerin ulusötesi göç pratiklerinin entegrasyon süreçlerini nasıl etkilediğini araştırırken, mülteciler, sığınmacılar ve düzensiz göçmenlerin deneyimlerinin göç nedenleri, göç ettikleri ülkedeki koşullar ve göçmen statüleri nedeniyle farklılık gösterebileceğine vurgu yapmamıştır. Mülteciler ve göçmenlerin göç nedenleri, göçmen statüleri ve göç alan ülkedeki koşulları farklı olduğu için entegrasyon süreçleri ile ulusötesi faaliyetler arasındaki ilişkinin de değişkenlik gösterdiği Erdal ve Oeppen (2013) tarafından vurgulanmaktadır.

Entegrasyon ve ulusötesi göç kavramları tartışmalıdır ve bu kavramların literatürde kabul görmüş tanımları yoktur (Al-Ali vd., 2001; Castles vd., 2002). Entegrasyon metodolojik milliyetçilikle ilişkilendirilirken, ulusötesi kavramı metodolojik bireyciliğe dayanmaktadır

(Lacroix, 2013). Erdal ve Oeppen (2013, s.868), entegrasyon ve ulusötesi kavramları arasındaki ilişkinin seviyesini ölçmek için göçmen entegrasyonunu bir başlangıç noktası olarak ele alarak göçmenlerin ulusötesi ilişkilerinin entegrasyon süreçlerine etkisini araştırmaktadır. Erdal ve Oeppen (2013), entegrasyon ve ulusötesi faaliyetler arasındaki ilişkiyi açıklamak için yapısal (ekonomik, politik ve yasal) ve sosyo-kültürel (duygusal, kültürel ve dini ve sosyal) faktörlere odaklanmıştır. Dekker ve Siegel'in (2013) Etiyopyalı, Burundili, Faslı ve Afganistanlı göçmenlerin entegrasyon süreçlerine ve ulusötesi ilişkilerine odaklanan araştırması, entegrasyonu iki taraflı bir süreç olarak tamamlayarak, göçmenlerin ulusötesi ilişkileri ve entegrasyon arasında pozitif bir etkileşim olduğu görüşünü desteklemektedir.

Bu makalede, entegrasyon kavramı, göçmenlerin göç alan toplum bireyleri ile eşit bir şekilde temel haklara erişimlerinin sağlandığı ve göçmenler ile göç alan toplum bireyleri arasında sosyal köprülerin kurulduğu, göçmenlerin kendilerini güvende ve yaşadıkları toplumun bir parçası hissettikleri iki taraflı ve çok boyutlu süreçler olarak tanımlanmaktadır. Entegrasyon ile ilgili yapılan çalışmaların çoğu düzenli göçmenlerin – göçmen işçiler ya da mülteciler – entegrasyon süreçleri üzerine yoğunlaşmıştır (Ager & Strang, 2008; Bloch, 2004; Phillimore, 2012; Garces & Penninx, 2016). Bu çalışmanın öznesi olan Sahra-altı Afrikalı göçmenlerin çoğu hukuki açıdan belgesiz, yani resmi olarak tanınmayan, görünmeyen, belgesiz olarak yaşamak ve çalışmak zorunda olan göçmenlerdir ve devletin düzensiz göçmenlere yönelik bir entegrasyon politikası bulunmamaktadır. Dolayısıyla, bu makale özellikle devlet desteksiz entegrasyon süreçlerinin nasıl devam ettiğini, Sahra-altı Afrikalı göçmenlerin oluşturduğu ulusötesi sosyal alanlar üzerinden açıklamaktadır.

Ulusötesi sosyal alanlar terimi Faist (2000), Lewellen (2002) ve Pries (2001) tarafından geliştirilmiş ve ulusötesi ilişkileri, toplulukları analiz etmek için kullanılmıştır. Genel olarak, ulusal sınırları aşan sosyal ağlar, ulusötesi sosyal alanların bir türü olarak görülmüştür ve bu sosyal ağlar sadece göç veren ülkelerdeki insanlar tarafından değil herkes tarafından oluşturulmuştur. Göç pratikleri içinde en az iki coğrafi alanı birbirine bağlayan sosyal ağlar, ulusötesi sosyal alanlar olarak kavramlaştırılabilir. Ulusötesi sosyal alanlar sadece bireylerin değil sembollerin, bilgilerin, düşüncelerin, kültürlerin, siyasi eylemlerin, ekonomik ilişkilerin akışına dair çok yönlü işlemleri de içerir (Smith & Guarnizo, 1998). Lewellen (2002, s.8)'e göre ulusötesi alanlar, ekonomik bağlar üzerinden gelişen sosyal ağlardır.

Faist (2000) ve Pries (2001), ulusötesi sosyal alanlar kavramı ile birçok ulusun sınırları ötesinde kurulan fikirlerin, sosyal bağların, kurumların ve sosyal ağların dolaşımı ve paylaşımının olduğu mecazi bir alanı vurgulamışlardır. Kısaca, bu sosyal alanlar göçmenlerin gündelik yaşamlarındaki sosyal pratikleri içerir. 'Alan' kelimesi fiziksel bir alandan ziyade söylemsel düzeyde ortaya çıkan davranış, tutum ve eylemlerin ulusların sınırlarının ötesinde yeniden üretildiği coğrafya ve mekan anlamına gelmektedir (Faist, 1999). Faist'in (1999; 2000) tanımına göre ulusötesi sosyal alanlar, en az iki coğrafi alan içindeki sosyal ve sembolik bağlar, fikirler, semboller, materyal kültürler, sosyal ağlar içindeki pozisyonlar ve

kurumları içerir. Pries'e (2001, s.8) göre ulusötesi sosyal alanlar ekonomik bağların yanı sıra gündelik yaşam deneyimlerinin sosyal pratiklerini de içerir ve ulus-devlet sınırlarının ötesindeki gündelik pratikleri ve kimlikleri belirlemek için önemlidir. Ulusötesi sosyal alanlar bu çalışmada ritüeller, sosyal ağlar, semboller, ulusötesi ekonomik aktiviteler (menşe ülkesindeki kişilere para gönderme, menşe ülke ile iş ilişkisi), menşe ülkede bulunan aileler, arkadaşlar ve akrabalar ile kurdukları sosyal ilişkileri kapsamaktadır. Ulusötesi sosyal alanlar kavramı, literatürde çoğunlukla göç alan toplumda güvenli bir yasal statüye sahip göçmenlerin ulusötesi faaliyetlerine odaklanmıştır (Portes, 2001; Waldinger & Fitzgerald, 2004). Bazı araştırmalara göre, göçmenlerin özellikle de düzensiz göçmenlerin göç alan toplumda kendilerini güvende hissetmemeleri, güvensiz yasal statü sonucu işgücü piyasasına erişememeleri, coğrafi hareketliliğin önündeki engeller ulusötesi aktivitelerin kısıtlı olmasının temel nedenleri olarak görülmektedir (Mazzucato, 2008; Waldinger, 2008). Dolayısıyla, düzensiz göçmenlerin ve mültecilerin ulusötesi aktiviteleri menşe ülkeye yapılan seyahatleri içermektedir. Özellikle düzensiz göçmenler örneğinde ulusötesi sosyal alanlar entegrasyon süreçlerini destekleyebilir.

### 3. TÜRKİYE'DEKİ SAHRA-ALTI AFRİKALI GÖÇMENLER

Türkiye'deki Afrikalı göçmenlerin sayıları tam olarak bilinmemekle birlikte 1.5 milyon göçmenin ikamet ettiği tahmin edilmektedir<sup>1</sup> ve büyük çoğunluğu İstanbul'da yaşamaktadır. Afrika ülkelerinden Türkiye'ye göç 1990'lı yılların sonundan itibaren artış göstermiştir (Baırd, 2011; Brewer & Yüksek, 2006; Coşkun, 2016; Özdil, 2008; Şaul, 2013). Afrika ülkeleri ile Türkiye arasında gerçekleşen ticaret ilişkileri ve iş birliği Afrika'dan Türkiye'ye göçün artmasına neden olmuştur (Özkan & Akgün, 2010). Türkiye'de ikamet eden Afrikalıların çoğu Gana, Etiyopya, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Sudan, Nijerya, Kenya, Eritre, Somali, Senegal gibi Sahra-altı Afrika'nın çeşitli ülkelerinden göç etmektedir. Sahra-altı Afrikalı göçmenlerin demografik dağılımları göçmen statülerindeki çeşitlilik nedeniyle bilinmese de bireysel göçlerin yanı sıra ailelerin göçü de görülmektedir (Şimşek, 2019). Göç nedenlerinin de çeşitli olduğu Afrikalı göçmenler genellikle ülkelerindeki çatışmalar, ekonomik zorluklar ve eğitim gibi farklı nedenlerin yanı sıra Türkiye'yi Avrupa'ya geçiş ülkesi olduğu için de tercih etmektedirler. Doğu Afrika'dan gelen Afrikalılar daha çok sığınmacı olarak gelirken, Batı ve Orta Afrika'dan gelen göçmenler ise ekonomik nedenlerden dolayı göç etmektedir (Brewer & Yüksek, 2006). Afrikalı göçmenler, sığınmacılar, kısa süreli vizeleri olanlar, yasal olarak giriş yapmış ancak vizelerini yenilememiş belgesiz göçmenler, çalışma veya öğrenci

1 Türkiye'deki Afrikalılar, yerel halk üzerinde kalıcı bir etki bırakıyor", Anadolu Haber Ajansı, 11.12.2017, <https://www.aa.com.tr/en/africa/africans-in-turkey-leave-lasting-impression-on-locals/1001490>. (Erişim tarihi: 25.05.2019).

vizesine sahip olanlar, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları ile evli olup oturma izni alanlar gibi çeşitli göçmen statülerine sahiplerdir (Şimşek, 2019).

İstanbul, işgücü piyasasına erişim için ideal bir şehir olduğundan Afrikalı göçmenlerin çoğu İstanbul'da yaşamaktadır, uluslararası korumaya başvuranlar ise İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü tarafından yönlendirilen uydu şehirlere yerleştirilmektedir. İstanbul'daki Afrikalı göçmenler ağırlıklı olarak Beyoğlu ilçesinde Tarlabası, Dolapdere; Fatih ilçesinde Kumkapı, Yenikapı ve Şişli ilçesinde Kurtuluş ve diğer semtlerde ikamet etmektedir (Şaul, 2013). Sosyal alanlarını da bu semtlerin çevresinde oluşturmuşlardır. İstanbul'da farklı sektörlerde çalışan Afrikalıların büyük bir kısmı geçimini tekstil atölyelerinde çalışarak sağlamaktadır (Şaul, 2013). Tekstil atölyelerinin yanı sıra kargo ofisi işletmeciliği, restoran, kafe ve kuaför işletmeciliği yapan Afrikalı göçmenlerin büyük çoğunluğu hizmet sektöründe, özellikle de Beyazıt'ta küçük ölçekli atölyelerde, taşıma ve inşaat işlerinde çalışmaktadır.

#### 4.ARAŞTIRMA METODU

Bu çalışmada sunulan bulgular, İstanbul'da yaşayan 40 Afrikalı göçmen ile derinlemesine yüz yüze görüşmeler yapılarak elde edilmiştir. Görüşülen Afrikalı göçmenlerin yaş aralığı 21 – 45 arasındadır ve katılımcılar 24 erkek ve 16 kadından oluşmaktadır. Katılımcıların cinsiyet farklılığının yanı sıra inanç ve sınıfsal farklılıkları, geldikleri ülke ve göçmen statüleri çeşitliliğine de önem verilmiştir. Görüşülen Afrikalı göçmenlerin Türkiye'de kalış süreleri iki yıldan fazladır ve Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Nijerya, Senegal, Gana ve Etiyopya'dan Türkiye'ye göç etmişlerdir. Görüşmeler, Afrikalı göçmenlerin işlettikleri restoranlarda, kafelerde, kargo işletmelerinde, kuaför salonlarında ve kiliselerde gerçekleşmiştir. Görüşülen göçmenlerle daha önce bir bağlantı kurulmamıştır. Çoğu düzensiz göçmen statüsüne sahip olan katılımcılara ulaşmak için kartopu örnekleme tekniği kullanılmıştır. Kumkapı'da bir kargo işletmesinde çalışan Afrikalı göçmen ile görüşülmüş daha sonra bu kişinin tavsiye ettiği mekanlarda tanındığı diğer Afrikalı göçmenlere ulaşılmıştır. Nitel araştırmalarda özellikle düzensiz göçmenler, kayıtsız işçiler gibi ulaşılması zor olan kişilere erişmek için kullanılan yöntem olan kartopu örnekleme yöntemi, çoğu düzensiz göçmen olan Afrikalı göçmenlere ulaşmayı kolaylaştırmıştır (Neuman & Robson, 2014). Araştırma kapsamında görüşülen Afrikalı göçmenler, düzensiz göçmen, ikamet ve çalışma izni olan göçmen ve öğrenci vizesi olan kişiler olarak çeşitli göçmen statülerine sahiplerdir. Araştırmanın saha çalışması İstanbul'da Afrikalı göçmenlerin çoğunlukla yaşadıkları Kumkapı, Dolapdere ve Tarlabası'nda gerçekleşmiştir. Fransızca konuşan Afrikalı göçmenler ile yapılan görüşmelerde tercüman kullanılmıştır. Görüşmeler yaklaşık bir saat sürmüştür ve görüşmelerin çoğu İngilizce yapılmıştır. Araştırmaya katılan kişilerden aydınlatılmış onam alınmıştır ve tüm katılımcıların kimlik bilgileri gizli tutulmuştur. Sadece ses kaydı alınmasına izin veren katılımcılar ile yapılan görüşmelerin ses kaydı alınmıştır. Araştırmanın öznesi düzensiz göçmenler olduğu için onlara ulaşmak ve güvenlerini kazanmak araştırmacının en zor kısmı olmuştur. Görüşülen

kişilerin güvenlerini kazanmak için oluşturdukları sosyal alanlarda – kiliseler, restoranlar, kargo işletmeleri, kuaför salonları – onlarla birlikte vakit geçirilmiştir. Görüşülen kişiler görüşme yapmayı kabul ettikten sonra, kendilerini hazır ve güvende hissettikten sonra görüşmeler gerçekleşmiştir.

Görüşülen Afrikalı göçmenlere açık uçlu sorular sorularak Türkiye'deki göçmenlik deneyimlerini derinlemesine aktarmaları sağlanmıştır. Katılımcılara yöneltilen sorular haklara erişim süreçleri, menşe ülke ile ilişkileri ve adaptasyon süreçlerine odaklanmıştır. Afrikalı göçmenlerin işlettiği restoranlarda, kafelerde ve kiliselerde katılımcıların güvenini kazanmak için uzun zaman geçirilmiştir. NVIVO nitel veri analizi programı kullanılarak veriler tematik çerçeveye göre ayrıştırılarak analiz edilmiştir. Sonraki bölümde, Afrikalı göçmenlerin entegrasyon süreçleri ve ulusötesi sosyal alanlarının entegrasyon süreçlerine etkisi açıklanacaktır.

## **5.İSTANBUL'DAKİ AFRİKALI GÖÇMENLERİN ENTEGRASYON SÜREÇLERİ ve ULUSÖTESİ SOSYAL ALANLARI**

Türkiye'deki Afrikalı göçmenlerin birçok sığınmacı ve düzensiz göçmen gibi çalışma izinleri yoktur. Türkiye sınırlarına toplu halde gelen sığınmacılar devlet hastanelerinde periyodik sağlık kontrollerinden geçmektedir; fakat bireysel sığınma başvuru sahiplerinin sağlık bakımı ihtiyaçları karşılanmamaktadır (Brewer ve Yüksek, 2006). Düzensiz göçmenler, düzenli göçmenlerden farklı olarak sağlık hizmetlerine erişmekte engellerle karşılaşmaktadır. Türkiye'de yaşayan birçok sığınmacı gibi Afrikalı göçmenler de barınma sorunu, işsizlik, yasal statüleri ve haklara erişim ile ilgili yetkililerden bilgi alamama, ayrımcılık, ırkçılık, sosyal destek alamama, cinsel taciz gibi sorunlar yaşamaktadır (Brewer & Yüksek, 2006; Kartal & Başçı, 2014; Coşkun, 2016; Şaul, 2013; Şimşek, 2019). Görüşülen Afrikalı göçmenler sağlık hizmetlerine ve işgücü piyasasına erişimle ilgili yaşadıkları sorunların entegrasyon süreçlerini olumsuz etkilediğini şu sözlerle belirtmişlerdir:

“Beş ay önce ciddi bir soğuk algınlığı geçirdim. Hastaneye gittim ama vizem olmadığı için doktor beni tedavi etmedi. Tedavi edilmediğim için hastalığım daha da kötüleşti. Arkadaşlarımın getirdiği ilaçları kullanarak, geleneksel tedavi yöntemleri ile iyileştim ama iyileşmem uzun zaman aldı. Ölümcül bir hastalığımız olsa burada kimse bize bakmayacak. Birçok arkadaşımız hastanelerde tedavi göremedikleri için hayatlarını kaybettiler” (35 yaşında, Ugandalı, kadın, Dolapdere).

“Burada çalışma iznimiz yok, burada doğan Afrikalı bebekler kimliksiz, sağlık hizmetine erişimimiz yok. Burada bizim hiçbir hakkımız yok. Haksızlığa uğradığımız zaman polise gitmeye korkuyoruz. Tekstil atölyesinde köle gibi çalışıyorum. Bazı aylar maaşımı alamıyorum ama hakkımı aramak için bir



şey yapamıyorum çünkü kayıtsız bir şekilde çalışıyorum” (28 yaşında, Ganalı, erkek, Kumkapı).

Görüşülen Afrikalı göçmenler belgesiz oldukları için en temel haklardan olan sağlık hizmetlerine erişim hakları bulunmamakta, Türkiye’de doğan Afrikalı bebekler de kimliksiz yaşamak zorunda kalmaktadır. Güvencesiz bir şekilde yaşamlarını devam ettirmeye çalışan Afrikalı göçmenlerin Türkiye’de uzun süreli yerleşik bir hayat kurma motivasyonlarını da düşürmektedir. Ager ve Strang’ın (2008) mültecilerin entegrasyon süreçlerini açıkladıkları şemada belirttikleri gibi güvenlik entegrasyonun ana temelini oluşturmaktadır. Afrikalı göçmenler örneğinde ise güvencesizlik durumu belgesiz olmalarından dolayı gündelik hayatın her alanında hissettikleri, entegrasyon süreçleri önünde en önemli engel olmaktadır.

“Türkiye’de kendimizi güvende hissetmiyoruz. Hiçbir hakkımız yok. Çalışma iznimiz olmadığı için her işte çalışamıyoruz. Birçok Afrikalı uydu şehirlere yerleştirildiler fakat yaşadıkları şehirlerde iş imkanı yok, ırkçılık var. Bu yüzden çoğu Afrikalı iş imkanı daha fazla olduğu için İstanbul’a geliyor. Burada kayıt dışı çalışıyoruz, hiçbir hakkımız, güvencemiz yok” (38 yaşında, Kongolu, erkek, Kurtuluş).

Görüşülen Afrikalı göçmenlerin çoğunluğu haklara erişimleri sınırlı olduğu için Türkiye’de yeni bir yaşam kurmakta zorlandıklarını, kendilerini güvende hissetmediklerini dile getirmişlerdir. Haklara erişimin sınırlı olduğu durumlarda göçmenlerin entegrasyon süreçlerinin olumsuz etkilendiği birçok araştırmada belirtilmiştir (Ager & Strang, 2008; Bloch, 2004; Garces & Penninx, 2016; Phillimore, 2012; Stubbs, 1996). İki taraflı bir süreç olarak tanımlanan entegrasyonun diğer önemli unsuru ise göçmenler ve göç alan toplum bireyleri ile kurulan sosyal ilişkilerdir (Ager & Strang, 2008; Grzymala-Kazłowska, 2015; Phillimore, 2012). Ev sahipleri Afrikalı göçmenlerin göç alan toplum içinde ilk iletişimde buldukları kişilerdir. Fakat ev sahipleri ile kurulan iletişimin Afrikalı göçmenlerin entegrasyon süreçleri önünde engel oluşturduğu görüşülen birçok Afrikalı göçmen tarafından belirtilmiştir:

“İstanbul’a geldiğimizde kalacak yerimiz yoktu. Birkaç hafta burada tanıdığımız Afrikalı göçmenlerin yanında kaldık ama küçük bir odada yaşadıkları için uzun süre orada kalamazdık. Eşim ve ben depozito ve kira parası biriktirdikten sonra kiralık ev aramaya başladık. Bizim, evlerini kiralamamızı istemiyorlar. Evi çok zor bulduk. Ev sahibini ikna edip evi kiralayabildik ama daha sonra ev sahibinin bizden normalden daha yüksek kira aldığını öğrendik. Aynı apartmanda, aynı büyüklükte üst kattaki dairede yaşayan Türkler bizim ödediğimizden çok daha az kira ödüyorlar. Bu resmen ırkçılık” (37 yaşında, Ugandalı, erkek, Tarlaabaşı).

“Ev kiralama sürecinde birçok ev sahibi ile görüştüm fakat hemen hemen hepsi aracı kişiye evlerini Afrikalılara kiraya vermek istemediklerini söylediler. Bu beni çok üzüyor. Ten rengimiz farklı olduğu için bizim evlerini kiralamamızı istemediklerini düşünüyorum” (27 yaşında, Ganalı, erkek, Kurtuluş).



Türkiye'de yaşayan Afrikalı göçmenler, ten renklerinin farklı olmasından ve göçmen statülerinden dolayı göç alan toplum bireyleri tarafından gündelik hayatta ırkçılığa maruz kalmaktadırlar (Kartal & Başçı, 2014; Şimşek, 2019). Araştırma kapsamında görüşülen Afrikalı göçmenler göç alan toplum bireyleri tarafından istenmediklerini ve çoğu zaman ırkçılığa maruz kaldıklarını şu cümlelerle açıklamışlardır:

“İş yerinde Türkler bizi istemiyorlar. Sokakta “zenci” diye bağıyorlar, bazen muz kabuğu atıyorlar. Bizimle arkadaşlık etmiyorlar. Burada istemediğimizi her yerde belli ediyorlar. Bu yüzden benim bir tane bile Türk arkadaşım yok. Türklerle iletişimim yok” (25 yaşında, Etiyopyalı, erkek, Kumkapı).

“Sokakta yürürken laf atıyorlar, Türkçe kötü söz söylüyorlar. Anlamını bilmiyorum ama kötü bir şey olduğunu anlıyorum. İkametimiz olmadığı için, göçmen olduğumuz için bizden fazla kira alıyorlar, uzun saatler çalıştırıyorlar. Çalışıp maaşını alamayan çok arkadaşım var. Hiçbir yere şikayet edemiyoruz, hakkımızı arayamıyoruz çünkü polis de bize kötü davranıyor. Afrikalı kadınlar tacize uğruyor. Bizimle konuşan Türkler de neden buraya geldiniz, ne iş yapıyorsunuz sorusundan başka bir şey sormuyorlar. Burada Türklerle arkadaşlık kurmak zor. Bu yüzden sadece Afrikalılar ile görüşüyorum” (27 yaşında, Ganalı, erkek, Kumkapı).

Afrikalı göçmenlerin İstanbul'da zor şartlar altında yaşamasının diğer nedeni ise gündelik hayatta, işte, sokakta, toplu taşıma araçlarında, kurumlarda maruz kaldıkları ırkçılıktır (Şimşek, 2019). Göçmenler ve göç alan toplum bireyleri arasındaki ilişkiler göçmenlerin adaptasyonu ve sosyal uyum için önemli bir unsur olarak görülmektedir (Ager & Strang; Dahinden, 2013; Grzymala-Kazłowska, 2015; Sturgis, Smith, Kuha & Jackson, 2013). Birçok araştırma, göçmenler ve göç alan toplum bireyleri arasında iletişimin ve dostluğun kurulduğu bir ortamda, göçmenlerin kendilerini güvende hissettiklerini ve entegrasyon sürecinin kolaylaştığını göstermektedir. (Ager & Strang, 2008; Threadgold & Court, 2005). İstanbul'daki Afrikalı göçmenler örneğinde göç alan toplum ile kısıtlı iletişimleri göç ettikleri topluma adaptasyon süreçlerini zorlaştırmakta ve toplumdan izole bir yaşam sürmelerine neden olmaktadır. Görüşülen Afrikalı göçmenlerin çoğu göç alan toplum bireyleri arasından sadece işverenler, iş arkadaşları, ev sahipleri ve emlakçılar gibi gündelik hayatta iletişimde bulunmak zorunda oldukları kişiler ile sosyal ilişki kurmaktadır. Fakat bu ilişkiler de Afrikalı göçmenler ve göç alan toplum bireyleri arasında paylaşım ve dostluğa dayanan sosyal köprülerin oluşmasına neden olmamaktadır:

“Burada tanıdığım sadece iki Türk var. Birisi patronum, diğeri de iş yerinde birlikte çalıştığım kişi. Fakat ikisiyle de konuşmam sadece iş ile ilgili oluyor. Beni sevmediklerini bazı hareketlerinden hissediyorum. Benim arkadaşım değil. Burada Türklerle arkadaşlık yapmak çok zor. Hem dil engeli var, hem de bizi istemiyorlar ve çoğu ırkçılık yapıyor” (25 yaşında, Ganalı, erkek, Dolapdere).

“Patron bizi istemediğini hissettiriyor. Bize yemeğin kötü yerlerini bırakıyor. Türk çalışanlara verdiğiinden daha az yemek veriyor. Türk çalışanlara bize davrandığı gibi davranmıyor. Onlara iyi davranıyor. Biz burada istenmiyoruz. Burada nasıl hayat kuracağız?” (32 yaşında, Ugandalı, kadın, Kurtuluş).

Yukarıdaki alıntılarda da belirtildiği gibi göç alan toplum bireyleri ile kurulan sosyal ilişkiler, iki taraflı entegrasyonun gerçekleşmesi için gerekli olan paylaşımın olduğu, sosyal köprülerin kurulduğu bir ortamı ifade etmemektedir. Özellikle haklara erişimin ve göçmenlerin göç alan toplum bireyleri ile ilişkilerinin kısıtlı olduğu durumlarda ulusötesi sosyal alanların göçmenlerin göç ettikleri topluma adaptasyon ve yeni bir yaşam kurma süreçlerini kolaylaştırdığı bazı araştırmalar tarafından vurgulanmıştır (Erdal & Oeppen, 2013; Hammond, 2013; Levitt, vd., 2003; Şimşek, 2019a; Vertovec, 2009). İstanbul’daki Afrikalı göçmenlerin oluşturdukları ulusötesi sosyal alanlar ülkeleri ile Türkiye arasında ulusötesi ekonomik ilişkilerinin yanı sıra kültürlerinin ve ritüellerinin devamını da sağlamaktadır. İşgücü piyasasına erişimleri kısıtlı olan Afrikalı göçmenler, çalışma izni olan Afrikalıların İstanbul’dan aldıkları tekstil ürünlerini kendi ülkelerindeki toptancılara göndererek menşe ülkeleri ile ilişkilerini devam ettirdikleri kargo işletmeleri olarak adlandırdıkları işletmelerinde çalışarak ulusötesi ekonomik faaliyetlerini sürdürmektedirler.

“Yaklaşık iki yıldır arkadaşlarımın kurduğu bu işletmede çalışıyorum. İkametim olmadığı için her işte çalışmıyorum. Burada çalışarak hem geçimimi sağlıyorum hem de ülkemizin ve Türkiye’nin ekonomisine katkı sağlıyoruz. İş birliği içinde birimizi anlıyoruz, aynı dili konuşuyoruz. Bunlar çok önemli. Bu ülkede yabancıyız, kanunları çok iyi bilmiyoruz. Birlikte çalışarak hem birbirimize destek oluyoruz hem de ülkemize destek oluyoruz” (30 yaşında, Ugandalı, erkek, Tarlabası).

“Kargo ofisleri bizim için hem bir iş kapısı hem de yeni gelen Afrikalıları için bir destek merkezi. İstanbul’a yeni gelen ve burada tanıdıkları olmayan Afrikalıları ilk olarak kargo işletmelerine geliyorlar. Onlara kalacak yer ve iş konusunda yardımcı oluyoruz. Bu tür işletmelerin varlığı hem burada karşılaştığımız sorunların çözümüne de yardımcı oluyor” (41 yaşında, Ganalı, erkek, Kumkapı).

Kargo işletmelerinin yanı sıra Afrikalı göçmenler için hem ekonomik kazanım sağlayan hem de sosyalleştikleri ve kültürel pratiklerini devam ettirdikleri sosyal alanlar arasında işlettikleri ve çalıştıkları restoranlar, gece kulüpleri ve kuaför salonları önemli bir yere sahiptir. Özellikle Kumkapı, Şişli ve Tarlabası’nda bulunan bu sosyal alanlar birçok Afrikalı göçmen için sadece gelir kapısı değil kültürel pratiklerini devam ettirdikleri mekanlar olarak da önem taşımaktadır.

“İstanbul’a geldiğim zaman tanıdığım kimse yoktu. Uganda’daki bir arkadaşım Kumkapı’da birçok Afrikalının iş yerinin olduğunu ve oraya gidersem yardımcı olacaklarını söyledi. Ben de bu restorana geldim. Buradaki Afrikalıları bana

kalacak yer ve burada iş ayarladılar. Altı aydır burada çalışıyorum. Bu restorana Afrika'nın çeşitli ülkelerinden gelen göçmenler Afrika yemekleri yemek ve sosyalleşmek için geliyorlar. Bu işletmeler bizim için iş olmanın yanı sıra burada yalnız olmadığımızı da hatırlatıyor; dilini, kültürünü bilmediğin bir ülkeye adapte olmaya çalışırken kendimizi güvende hissetmemizi de sağlıyor” (26 yaşında, Ugandalı, erkek, Tarlabası).

“Üç yıldır bu kuaför dükkanını işletiyorum. Afrikalı kadınların saçları özel bakım gerektiriyor ve buradaki kuaförler bu bakımları ve saç modellerini yapamıyorlar. Bu yüzden birçok Afrikalı kadın saçlarını yaptırmak için kuaförümüze geliyor. Burada benim dışında dört Afrikalı kadın çalışıyor. Burada birbirimize destek oluyoruz, sorunlarımızı çözmeye çalışıyoruz” (37 yaşında, Ganalı, kadın, Kumkapı).

Afrikalı göçmenlerin oluşturdukları sosyal alanlar entegrasyon için gerekli olan iş piyasasına erişimi sağlasa da göç alan toplum bireyleri ile sosyal köprüler kurmalarını sağlamamaktadır. Afrikalı göçmenler tarafından yukarıdaki alıntılarda belirtildiği gibi bu durumun en önemli nedenleri arasında dil engeli ve ırkçılık gelmektedir. Görüşülen Afrikalı göçmenler iş alanlarının menşe ülke ile bağlarını devam ettirmelerine yardımcı olduğunu ve iş piyasasına erişimlerini sağladığını belirtmişlerdir fakat bu sosyal alanların onları göç alan toplum bireyleri ile bir araya getirdiğinden bahsetmediler. Hatta Afrikalı göçmenlerin bir kısmı için dini ritüellerini devam ettirdikleri, bir araya geldikleri sosyal alanlar olan kiliselerin göç alan toplum bireyleri ile aralarında gerilim oluşmasına da neden olduğu, Kongoluların dernek olarak kurduğu ve araba garajında hizmet veren kilisenin papazı tarafından şu sözlerle anlatılmıştır:

“Her Pazar günü dini ritüellerimizi gerçekleştirmek için burada bir araya geliyoruz ama bazen kiliseye girişimiz burada yaşayan halk tarafından engelleniyor. Birkaç kere kilisemize zarar verdiler. Polise söyledik ama hiçbir şey yapılmadı. Burada yaşayan insanlar ‘burası Müslüman ülke, burada kilisenin yeri yok’ diyorlar. Kilisemiz bizim için çok önemli. Biz burada sadece ibadet etmiyoruz, birbirimizin sorunlarına da çözüm bulmaya çalışıyoruz. Birbirimizi dinliyoruz çünkü burada bizi başka kimse dinlemiyor. Kiliseler bizi ülkemize bağlıyor, ritüellerimizin devamını sağlıyor. Kilisemizde kendimizi güvende hissediyoruz. Kilisemizi kapatırlar diye çok korkuyoruz çünkü o zaman sığınacak bir yerimiz kalmayacak” (47 yaşında, Kongolu, erkek, Dolapdere).

Ugandalıların kilisesinin papazı da benzer deneyimleri şu cümlelerle aktarmıştır:

“Hükümet kilisemizi kapatır diye çok korkuyoruz. Kiliseler bizi birbirimize, ülkemize, kültürümüze bağlayan bizim için çok önemli bir alanı temsil ediyor. Kiliselerimiz kapanırsa, ritüellerimizi devam ettiremezsek kendimizi güvende hissetmeyiz. Çocuklarımız da kültürlerini, kimliklerini unuturlar. Umarım

kiliselerimizdeki aktivitelerimize devam ederiz (45 yaşında, Ugandalı, erkek, Dolapdere).

Kiliseler birçok Afrikalı göçmenin bir araya geldiği, sorunlarını dinledikleri, dayanışma ilişkilerinin kurulduğu, ülkelerindeki ritüelleri devam ettirdikleri sosyal alanlardır (Şimşek, 2019). Aynı zamanda kiliseler, göç ettikleri ülkede izole bir yaşam süren Afrikalı göçmenler için güvenli bir ortamı da temsil etmektedir. Dolayısıyla, sosyal alanlarda özellikle de kiliselerde dayanışma sağlanarak ırkçılık ile mücadele mekanizmaları da oluşturulmaktadır.

## 6.SONUÇ

Bu makalede, Afrikalı göçmenlerin oluşturdukları ulusötesi sosyal alanların entegrasyon süreçlerine etkisi tartışılmıştır. Birçok çalışmada belirtildiği gibi belgesiz oldukları için güvencesiz yasal statüye sahip olmak ve işgücü piyasasına erişimin kısıtlı olması göçmenlerin entegrasyon süreçlerini olumsuz etkilemektedir (Da Lomba, 2010; Strand & Ager, 2010). Araştırma kapsamında görüşülen Afrikalı göçmenlerin güvencesiz yasal statüleri, haklara erişimlerinin sınırlı olması ve ırkçılık nedeniyle göç ettikleri ülkede birçok zorlukla karşılaşmaktadırlar. Bu durum da entegrasyon süreçlerini etkilemektedir. Ampirik verilerle desteklendiği gibi, özellikle Türkiye’de yeni bir yaşam kurmaları için önemli olan işgücü piyasasına erişimde yaşanan sıkıntılar birçok Afrikalı göçmenin hayatını zorlaştırmaktadır. Bu bağlamda, Afrikalı göçmenlerin oluşturdukları ulusötesi sosyal alanlar ve bu sosyal alanlar üzerinden sağlanan sosyal ağlar göç ettikleri ülkede yeni bir hayat kurmalarını kolaylaştırmaktadır. Araştırma kapsamında görüşülen birçok Afrikalı göçmen, özellikle işgücü piyasasına erişim sürecinde sosyal ağların önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Bu çalışmanın bulguları, haklara erişim sürecinde ulusötesi sosyal alanlardaki sosyal ağların dayanışma mekanizması oluşturduğu ve bunun Afrikalı göçmenlerin entegrasyon sürecini olumlu yönde etkilediğini göstererek literatürdeki birçok çalışma ile benzer sonuca varmıştır (Bilgili, 2015; Carling & Hoelscher, 2013; Erdal & Oeppen, 2013; Hammond 2013; Levitt vd., 2003; Portes vd., 2002; Sturge, Bilgili & Siegel, 2016; Vertovec, 2009). Bunun yanı sıra bu çalışma, ulusötesi sosyal alanların entegrasyonun diğer önemli etmeni olan göç alan toplum bireyleri ile sosyal köprülerin kurulmasına, Afrikalı göçmenlerin oluşturdukları sosyal alanlarda göç alan toplum bireylerinin sayısının az olmasından dolayı, yardımcı olmadığını göstermiştir. Afrikalı göçmenlerin iletişim kurdukları göç alan toplum bireylerini ise genellikle işverenler, iş arkadaşları, esnaf, emlakçı ve ev sahipleri oluşturmaktadır. Kargo işletmeleri, İstanbul’daki toptancılardan alınan malların menşe ülkelere gönderilmesi sürecinde Afrikalılar ve toptancılar arasında iş üzerinden sosyal ilişki oluştursa da toptancılar ve ürün alan Afrikalı göçmenler arasında dostluk ve dayanışmaya bağlı bir sosyal köprü kurulmasına neden olmamıştır.

Afrikalı göçmenlerin işlettikleri restoranlarda yemek yiyen kişilerin büyük çoğunluğunu Afrikalılar oluşturduğu için bu ulusötesi sosyal alan da göç alan toplum bireyleri ile Afrikalılar

arasında sosyal köprülerin kurulmasını sağlamamaktadır. Afrikalıların işlettiği kuaförler ve gece kulüpleri de genellikle Afrikalı göçmenlere hitap etmektedir. Kiliseler de göç alan toplum bireyleri ile sosyal ilişkilerin gelişmesini sağlamadığı için Afrikalı göçmenler ve göç alan toplum bireyleri arasında sosyal köprülerin kurulmasına neden olmamıştır. Dolayısıyla, Afrikalı göçmenlerin oluşturdukları ulusötesi sosyal alanlar entegrasyonun ana etmenlerinden olan işgücü piyasasına erişimlerine destek olmakla birlikte, göç alan toplum bireyleri ile sosyal köprülerin kurulmasına yardımcı olmamaktadır. Bu durumda iki taraflı bir entegrasyon sürecinden bahsetmek zordur. İstanbul'da yaşayan Afrikalı göçmenler örneğinde ulusötesi sosyal alanlar yaşamlarını idame ettirmelerini sağlamakla fakat sosyal entegrasyon sürecini desteklememektedir.

### **Kaynakça**

- Ager, A. & Strang, A. (2008). Understanding integration: A conceptual framework. *Journal of Refugee Studies*, 21(2), 166–191.
- Al-Ali, N., Black, R. & Koser, K. (2001). Refugees and transnationalism: The experience of Bosnian and Eritreans in Europe. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27(4), 615–34.
- Baird, T. (2011). The missing migration component of Turkey-Africa relations. *Open Democracy*, <https://www.opendemocracy.net/en/missing-migration-component-of-turkey-africa-relations/>. (Erişim Tarihi: 19 Mayıs 2019).
- Basch, L., Glick Schiller, N. & Blanch-Szanton, C. (1994). *Nations Unbound: Transnational Projects, Postcolonial Predicaments, and Deterritorialized Nation States*. New York: Routledge.
- Beaud, S. & Noiriel, G. (2003). Göçmenlerin 'bütünleşmesini' düşünmek. *Toplumbilim, Göç Sosyolojisi Özel Sayısı*, 17, 15-24,
- Bilgili, O. (2015). Economic integration to send money back home?. *Journal of Immigration and Refugee Studies*, 13(4), 379–400.
- Bloch, A. (2004). Labour market participation and conditions of employment: A comparison of minority ethnic groups and refugees in Britain. *Sociological Research Online*, 9 (2), 1-19.
- Brewer, K. T. & Yüksek, D. (2006). A survey of African migrants and asylum seekers in İstanbul, *MiReKoç Research Projects 2005-2006*. İstanbul: Migration Research Program at Koç University.
- Carling, J. & Hoelscher, K. (2013). The capacity and desire to remit: Comparing local and transnational influences. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 39(6), 939–958.
- Castles, S., Korac, M. Vasta, E. & Vertovec, S. (2002). Integration: Mapping the Field. *Centre for Migration and Policy Research and Refugee Studies Centre*, Oxford: University of Oxford.
- Coşkun, E. (2016). Türkiye' nin göç rejiminde toplumsal cinsiyet faktörü: Ugandalı göçmen kadınlar örneği. *Fe Dergi*, 8(1), 91-104.

- Da Lomba, S. (2010). Legal and refugee status integration: A UK perspective. *Journal of Refugee Studies*, 23(4), 415–436.
- Dahinden, J. (2013). Cities, migrant incorporation, and ethnicity: A network perspective on boundary work. *Journal of International Migration and Integration*, 14(1), 39-60.
- Dekker, B. & Siegel, M. (2013). Transnationalism and Integration: Complements or substitutes?. *UNI-MERIT Working Paper Series*, 71, Maastricht: Maastricht University.
- ECRE (2002). Position on the integration of refugees Europe. London: ECRE. <http://www.ecre.org/topics/areas-of-work/integration/179.html>. (Erişim Tarihi: 20 Mayıs 2019).
- Erdal, M.B. (2013). Migrant transnationalism and multi-layered integration: Norwegian-Pakistani migrants own reflections. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 39(6), 983–999.
- Erdal, M.B. & Oeppen, C. (2013). Migrant balancing acts: Understanding the interaction between integration and transnationalism. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 39(6), 867–884.
- EU (2010). *The Stockholm Programme: An Open and Secure Europe Serving and Protecting Citizens*. Brussels: European Union.
- Faist, T. (1999). *Overcoming Immobility and Building Bridges: International South North Migration and Transnational Spaces*. Oxford: Oxford University Press.
- Faist, T. (2000). Transnationalization in international migration: Implications for the study of citizenship and culture. *Ethnic and Racial Studies*, 23(2), 189–222.
- Faist, T. (2013). The mobility turn: A new paradigm for the social sciences?. *Ethnic and Racial Studies*, 36(11), 1637 – 46.
- Faist, T., Fauser, M. & Kivisto, P. (2011). *The Migration-Development Nexus: Transnational Perspectives*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Garces, B. M. & Penninx, R. (2016). Introduction: Integration as a three-way process approach?. Garces, B. M. & Penninx, R. (eds.) (pp. 1-9) *Integration Processes and Policies in Europe: Contexts, Levels and Actors*. Londra: Springer.
- Glick Schiller, N. Basch, L. & Blanch – Szanton, C. (1995). From immigrant to transmigrant: Theorising transnational migration. *Anthropological Quarterly*, 68(1), 48-63.
- Glick-Schiller, N. & Wimmer, A. (2002). Methodological nationalism and beyond: Nation-state building, migration and the social sciences. *Global Networks*, 2(4), 301–334.
- Grzymala-Kazłowska, A. (2015). The role of different forms of bridging capital for immigrant adaptation and upward mobility. The case of Ukrainian and Vietnamese immigrants settled in Poland. *Ethnicities*, 15(4), 460-490.
- Hammond, L. (2013). Somali transnational activism and integration in the UK: Mutually supporting strategies. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 39(6), 1001–1017.
- Ihlamur-Öner, S.G. & Şirin-Öner, N.A. (2014). *Küreselleşme Çağında Göç: Kavramlar, Tartışmalar*. İstanbul: İletişim Yayınları.

- Kartal, B. & Başçı, E. (2014). Türkiye'ye yönelik mülteci ve sığınmacı hareketleri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 275 – 299.
- King, R. & Collyer, M. (2016). Migration and development framework and its links to integration. Garces, B.M. & Penninx, R. (Eds.). (pp.167-188). *Integration Processes and Policies in Europe: Contexts, Levels and Actors*. Londra: Springer.
- Kivisto, P. (2001). Theorizing transnational immigration: A critical review of current efforts. *Ethnic and Racial Studies*, 24(4), 549–77.
- Kivisto, P. (2003). Social spaces, transnational immigrant communities, and the politics of incorporation. *Ethnicities*, 3(1), 5–28.
- Lacroix, T. (2013). Collective remittances and integration: North African and North Indian comparative perspectives. *Journal of Ethnic and Racial Studies*, 39(6), 1019–1035.
- Levitt, P. (1998). Social remittances: Migration-driven local-level forms of cultural diffusion. *International Migration Review*, 32(4), 926-48.
- Levitt, P. (2001). Transnational migration: Taking stock and future directions. *Global Networks*, 1(3), 195–216.
- Levitt, P., DeWind, J. & Vertovec, S. (2003). International perspectives on transnational migration: An introduction. *International Migration Review*, 37(3), 565–75.
- Lewellen, T. (2002). *Antropology of Globalisation: Cultural Anthropology Enters the 21st Century*. Wesport: Greenwood Publishing Group.
- Mazzucato, V. (2008). The double engagement: Transnationalism and integration. Ghanaian migrants' lives between Ghana and The Netherlands. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 34(2), 199-216.
- Neuman, W. L. & Robson, K. (2014). *Basics of Social Research*. Toronto: Pearson Canada.
- Østergaard-Nielsen, E. (2016). Sending country policies. Garces, B. M. & Penninx, R. (eds.). (pp.147-165) *Integration Processes and Policies in Europe: Contexts, Levels and Actors*. Londra: Springer.
- Özdil, K. (2008). Creating new spaces, claiming rights. West African immigrants in Istanbul. Eckardt, F. & Wildner, K. (eds.). (pp. 279-298) *Public Istanbul*. Bielefeld: Transcript Verlag.
- Özkan, M. & Akgün, B. (2010). Turkey's opening to Africa. *The Journal of Modern African Studies*, 48(4), 525-546.
- Phillimore, J. (2012). Implementing integration in the UK: Lessons for integration theory, policy and practice. *Policy and Politics*, 40(4), 525–545.
- Phillimore, J. & Goodson, L. (2008). Making a place in the global city: The relevance of indicators of integration. *Journal of Refugee Studies*, 21(3), 305–325.
- Portes, A. (1997). Globalization from below: The rise of transnational communities. Transnational Communities Programme, *CMD Working Paper Series*, 98 (8), Oxford: University of



- Oxford, <http://www.transcomm.ox.ac.uk/working%20papers/portes.pdf>. (Erişim Tarihi: 21 Mayıs 2019).
- Portes, A. (2001). Introduction: The debates and significance of immigrant transnationalism. *Global Networks*, 1(3), 181-93.
- Portes, A., Guarnizo, L.E. & Landolt, P. (1999). The study of transnationalism: Pitfalls and promise of an emergent research field. *Ethnic and Racial Studies*, 22(2), 217-37.
- Portes, A., Guarnizo, L.E. & Haller, W.J. (2002). Transnational entrepreneurs: An alternative form of immigrant economic adaptation. *American Sociological Review*, 67(2), 278-98.
- Pries, L. (2001). The approach of transnational social spaces; responding to new configuration of the social and the spatial. Pries, L. (eds.). (pp. 3-33) *New Transnational Social Space: International Migration and Transnational Companies in the Early 21<sup>st</sup> Century*. Londra: Routledge.
- Robinson, V. (1998). Defining and measuring successful refugee integration. proceedings of ecre international conference on integration of refugees in Europe. Antwerp November 1998, Brussels: European Council on Refugees and Exiles.
- Schunck, R. (2011). *Transnational Activities and Immigrant Integration in Germany: Concurrent or Competitive Processes?*. Londra: Springer.
- Şaul, M. (2013). Sahra Altı Afrika ülkelerinden Türkiye'ye iş göçü. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 68(1), 83-121.
- Şimşek, D. (2019). İstanbul'daki Afrikalı göçmenlerin gündelik ırkçılık deneyimleri. *Mukaddime*, 10(1), 233 - 248.
- Şimşek, D. (2019a). Transnational activities of Syrian refugees in Turkey: Hindering or supporting integration. *International Migration*, 57(2), 268 - 282.
- Smith, M. P. & Guarnizo, E. (1998) *Transnationalism from Below*. Londra: Transaction Publishers.
- Strang, A. & Ager, A. (2010). Refugee integration: Emerging trends and remaining agendas. *Journal of Refugee Studies*, 23(4), 589-607.
- Stubbs, P. (1996). Creative negotiations: Concepts and practice of integration of refugees, displaced persons and local communities in Croatia. Jambresic, R.K.& Povrzanovic, M. (eds.). (pp.31-40). *War, Exile, Everyday Life*. Zagreb: Institute for Ethnology and Folklore Research.
- Sturge, G., Bilgili, O. & Siegel, M. (2016). Migrants' capacity as actors of development: Do skills matter for economic and social remittances. *Global Networks*, 16(4), 470-489.
- Sturgis, P., Smith, I. B., Kuha, J. & Jackson, J. (2013). Ethnic diversity, segregation and the social cohesion of neighborhoods in London. *Ethnic and Racial Studies*, 37(8), 1286-1309.
- Threadgold, T. & Court, G. (2005). Refugee inclusion: A literature review. Cardiff: Cardiff School of Journalism. Media and Cultural Studies, <https://gweddill.gov.wales/docs/caecd/>



- research/061128-refugee-inclusion-literature-review-en.pdf. (Erişim Tarihi: 23 Mayıs 2019).
- Vertovec, S. (1999). Conceiving and researching transnationalism. *Ethnic and Racial Studies*, 22(2), 447-462.
- Vertovec, S. (2003). Migration and other modes of transnationalism: Towards conceptual cross fertilisation. *International Migration Review*, 37(3), 641-665.
- Vertovec, S. (2004). Migrant transnationalism and modes of transformation. *International Migration Review*, 38(3), 970-1001.
- Vertovec S. (2009). *Transnationalism*. Londra-New York: Routledge.
- Waldinger, R. (2008). Between “here” and “there”: Immigrant cross-border activities and loyalties. *International Migration Review*, 42(1), 3-29.
- Waldinger, R. & Fitzgerald, D. (2004). Transnationalism in question. *American Journal of Sociology*, 109(5), 1177-1195.
- Wimmer, A. & Glick Schiller, N. (2002). Methodological nationalism and beyond: Nation-State building, migration and the social sciences. *Global Networks*, 2(4), 300-330.



**Doğuş ŞİMŞEK** - dsimsek@ku.edu.tr

Doğuş Şimşek currently teaches at the College of Social Sciences and Humanities at Koç University. She previously carried out her own research project entitled ‘the integration processes of Syrian refugees in Turkey, funded by TÜBİTAK-BİDEB at Migration Research Centre (MireKoc) at Koc University. She received her PhD in Sociology from City University London and MA in Cultural Studies from Goldsmiths College, University of London. Her research interests broadly cover integration, transnational migration, refugee studies, race and racism, gender and migration, and second-generation identities. She has published numerous articles, research reports, op-eds and presented her researches at international and national conferences.

## DÜNYADAKİ ÇATIŞMALARIN SOSYAL AĞ ANALİZİ YÖNTEMİYLE İNCELENMESİ\*

### INVESTIGATION OF CONFLICTS IN THE WORLD BY SOCIAL NETWORK ANALYSIS

Sadullah ÇELİK\*\*

#### Öz

Son yıllarda bilişim ve bulut teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sosyal ağ analizinin bilimsel çalışmalarında daha fazla kullanılmasını sağlamıştır. Sosyal ağ analizi ile ilgili yapılan çalışmalarda gerçek ağların geleneksel ağ teorisinin varsayımlarından oldukça farklı davrandıkları sonucuna varılmıştır. Geleneksel olarak, gerçek ağların, ortalama olarak yaklaşık aynı sayıda bağlantıya sahip düğümlerin çoğunluğuna sahip olması gerekmektedir. Fakat modern ağ çalışmaları, gerçek ağ düğümlerinin çoğunun çok az sayıda olduğunu ve tersine, çok fazla sayıda bağlantı içeren bazı düğümler olabileceğini göstermektedir. Bu tür kuvvet yasası (ölçeğe bağlı olmayan), biyolojik ağlardan sosyal ağlara kadar birçok gerçek ağda bulunabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, dünyadaki çatışmaların sosyal ağ analizi yöntemi ile incelenmesidir. Çalışmada 1979-2018 yılları arasında GDELT veri setinden elde edilen çatışma verileri R yazılımının “igraph” paketi kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda dünyadaki çatışmalarda en büyük iki aktörün sırasıyla ABD ve Rusya'nın olduğu sonucuna varılmıştır. Elde edilen bu sonuçlardan dünyada yaşanan çatışmaların neredeyse tümünün bu iki ülke ile ilişkili olduğu söylenebilir. Yine bugün dünyada ülke rejimlerinin ve sınırlarının değişmesinde bu iki aktörün büyük etkisi vardır. Ayrıca analizler sonucunda elde edilen ağın yapısında az sayıda ülkenin çok sayıda bağlantıya, çok sayıda ülkenin de az sayıda bağlantıya sahip olduğu bulunmuştur. Elde edilen bu sonuçlar, ağın yapısının ölçekten bağımsız olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sosyal Ağ Analizi, İktidar Teorisi, Çatışma.

**JEL Kodları:** C01, C10, C15, C19

\* Makalenin Gönderim Tarihi (Received): 09.09.2018; Makalenin Kabul Tarihi (Accepted): 06.02.2019

\*\* Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Ekonometri Bölümü, ORCID ID: 0000 – 0001-5468-475X

**Abstract**

Social network members are a group of actors who are linked to one or more clusters of relationships (Knoke & Yang, 2008). The actors or technically nodes of social networks may be living beings, such as people or groups of people, or sometimes inanimate beings (Kolaczyk, 2009). Examples of living beings are patients or doctors in a hospital. However, social units such as hospitals or objects such as written texts can be given as examples of inanimate objects (O'Malley & Marsden, 2008). In the complex structure of social relations, people are interconnected in many networks to represent a network of relationships. It is possible to analyze these complex relationships with the "Social Network Analysis" method. Social network analysis allows seeing structures that are not visible to the naked eye (Kadushin, 2005). This allows the hidden structures to be seen more clearly. The main purpose of social network analysis is to determine and interpret the distances of social ties between actors. In social network analysis, it is aimed to understand the network structure by description, visualization and modeling. The main purpose of this study is to give a new perspective to the conflict situations in the world by using social network analysis method. The data used in the study was taken from the GDELT dataset. GDELT is the largest, most comprehensive and highest resolution open database ever created in human history. In the study, firstly, the number of news about the conflict news in world media between 1979 and 2018 was analyzed using SQL. As a result of the analysis, the most frequent countries mentioned together in the news were found. In order to analyze the dataset, we first transform it into the form of a neighborhood matrix, then analyze the data using the "igraph" package of the R software. This package calculates a wide range of measures of centrality for each node in the network. Thus, the quantitative ordering of "importance" and "effect" of each node in the network has been analyzed rapidly. The results of the study are very important in terms of the theory of power. Firstly, it was found that the USA is the biggest actor in the conflicts in the world and is followed by Russia. In this context, it is possible to say that the greatest actors in the formation of conflicts in the world today are the USA and Russia, respectively. Today, these two great actors have the greatest powers of the world and control almost every country in the world. It can be said that almost all the conflicts in the world today are related to these two countries. Again, it can be said that these two actors have great effect in the change of country regimes and borders in the world today. When the results of the study are evaluated from the point of view of the theory of power, it is unlikely that these two states will enter into war (or militarized conflict) because the USA and Russia have a relatively equal power balance. But since the USA and Russia are stronger than other states, they are highly likely to enter battle (or militarization) to strengthen their position in the world. Because the balance of power theory says that in the case of equality of power, victory becomes problematic and deterring aggression as it increases uncertainty. On the other hand, when evaluated in terms of power imbalance, the USA and Russia are more aggressive towards other states because they have a higher chance of being successful against other states. In this case, the weaker countries will not fear to conflict with these two countries, and this will give them greater convenience in reaching the goals of the stronger parties. It also shows that the USA and Russia have the highest centrality in the network and they have the greatest activity and greatest efficiency in the conflicts. Secondly, it is found that few countries have many connections and many countries have few connections. These results show that the social network structure is independent of the scale. Finally, it is seen that the total network consists of 9 groups and the largest group has

31 node points and 31 unique borders. The other groups are composed of two groups. Thus, the formation of the cluster with 31 nodes worldwide conflict can be concluded to have the greatest impact. It was also observed that the USA is the biggest actor in the cluster with 31 nodes.

**Keywords:** Social Network Analysis, Theory of Power, Conflict.

**JEL Codes:** C01, C10, C15, C19

## 1. GİRİŞ

Sosyal ağ analizi, sosyal ilişkileri düğümler ve bağlar açısından ele almaktadır. Düğümler, ağlar içindeki bireysel aktörlerdir ve bağlar aktörler arasındaki ilişkilerdir. Düğümler arasında çok çeşitli bağlar olabilmektedir. En basit haliyle, bir sosyal ağ, incelenen düğümler arasındaki tüm ilişkili bağların bir haritasıdır. Ağ, bireysel aktörlerin sosyal statüsünü belirlemek için de kullanılabilir. Bu kavramlar genellikle düğümlerin nokta ve bağların çizgiler olduğu bir sosyal ağ diyagramında görülmektedir.

Sosyal ağlar, insanların birbiriyle etkileşim kurmaya başladıkları günden beri var olmuşlardır. Gerçekten, iki veya daha fazla kişi bir araya gelirse bir sosyal ağın temeli oluşturulmuş olunur. Bu nedenle, günümüzün internet dünyasında, çevrimiçi sosyal ağların tamamen her yerde var olması şaşırtıcı değildir. Çevrimiçi sosyal ağların bu dünyası içinde, son on yılın büyüleyici bir fenomeni, “İnternet’in SMS’i” olarak tanımlanan Twitter’ın büyümesi olmuştur. 2006 yılında lanse edilen Twitter’ın global popüleritesi hız kazandı ve dünyanın en çok ziyaret edilen on internet sitesinden biri oldu. Mayıs 2015’ten itibaren Twitter, günde 500 milyon tweeti toplu olarak üreten, 302 milyon aktif kullanıcıya sahiptir ve bu sayılar sürekli artmaktadır. Bu muazzam miktarda sosyal medya verisi göz önüne alındığında, analistler Twitter’ı veri madenciliği, sosyal ağ analizi ve kamuoyu eğilimlerinin ve çeşitli siyasi ve (ya da muhalif) muhalif desteklerin gerekçelerini ve bilgisini algılayan bilgi için sanal bir hazine sandığı olarak tanımaya başladılar. Bugün Twitter Trendi Konular, özellikle kamuoyu eğilimlerinin ölçülmesi için iyi bir ölçüt olarak kullanılır (Papuc, 2015).

Ağlar uzun zamandır uluslararası politikaların oluşturulmasında büyük öneme sahip olmuştur. Uluslararası Savunma Ağları (Transnational Advocacy Networks-TANs)’nın yanı sıra “karanlık” ağlarda örgütlenen teröristler, suçlular ve iyi huylu aktörler de bulunabilmektedir. Uluslararası ilişkilerdeki ağlar, tipik olarak, devletlerin ve uluslararası örgütlerin hiyerarşik karakterini ve piyasaların geçici pazarlık ilişkilerini gösteren bir örgütlenme biçimi olarak ele alınmıştır. Ağ analizi merceği devletlere daha geniş ve zıt bir bakış açısı sunar. Ağlar, yapıları oluşturan ve dolayısıyla aracıları kısıtlayabilen ve etkinleştirebilen ilişkiler kümesidir. Bugün ağ analizi, uluslararası ilişkilerde kilit sorulara değinmeye başlamıştır. Terörist gruplar ne zaman oluşturulur, güçlendirilir, çözülür ve nasıl örgütlenir? Askeri ittifakların ve diğer uluslararası ilişkilerin ağ üzerindeki etkileri devletlerin ihtilaflarını nasıl

etkiler? Tercihli ticaret anlaşmalarına ve diğer uluslararası örgütlere üyelik, uluslararası eşitsizliği azaltır mı ya da artırır mı? Silahların yayılmasını durdurmak için en iyi yöntem hangisidir? (Hafner-Burton, Kahler & Montgomery, 2009). Tüm bu soruların cevaplarına bu gün ağlar sayesinde ulaşmak mümkündür.

İktidar teorisinin dengesi, iki veya daha fazla devleti kapsayan nispeten eşit bir güç dengesi altında, söz konusu devletlerin, birbirleriyle savaşa (veya militarize çatışmaya) girme ihtimalinin daha düşük olacağını öne sürmektedir. Aksine, bir devlet diğerinden çok daha güçlü olduğunda, iktidar konumunu daha da güçlendirmek için savaşa (veya militarize çatışmaya) girebilmektedir. İktidar dengesi tezi, zaferin göreceli güç eşitliği koşulunda sorunlu hale geldiği ve ortaya çıkan belirsizliğin caydırıcılığı artırdığı ve saldırganlığı caydırdığı mantığı üzerinde durmaktadır. İktidar dengesizliği (yani, güç üstünlüğü), daha güçlü devletin güç kullanımı için başarı olasılığını artırarak saldırganlığı destekleme ve caydırma gücünü zayıflatma eğilimindedir. Diğer taraftan, iktidar üstünlüğü teorisi, iktidarın söz konusu ülkeler arasında kabaca eşit olduğu durumlarda, kazanma şansının makul bir olasılık olduğunu (yani, güç kullanımı yoluyla çıkarlarını koruma yetenekleri konusunda aşırı bir güvence) öne sürmektedir. Bu da onları daha sıkı bir tavır takınmaya ya da gerginlikleri tırmandırmaya ve daha fazla anlaşmazlık ve gerçek savaş olasılığına yol açmaktadır. Aksine, bir tarafın iktidar üstünlüğüne sahip olması durumunda, olası çatışmaların sonuçları açıktır ve devletler savaştan önce anlaşmazlıkları çözerler. Bu iktidar üstünlüğü tezi, savaş olasılığının (veya militarize çatışmanın) nispi parite koşullarında arttığını savunur. Mantık, her iki tarafın zafer için bir olasılık görmesi durumunda, savaş (veya çatışma) ihtimalinin çok yüksek olduğu yönündedir. İktidarın üstünlüğü altında, zayıf taraf mücadele etmeyi göze alamaz ve daha güçlü taraf hedeflerine ulaşmak için nadiren çatışmaya (savaşa) girmek zorunda kalır (Kim, Lee & Feiock, 2012).

Bir devlet, gücünü diğer devletlerden ve sistem yapısından tecritte tutmaz; daha ziyade, sistemdeki diğer devletlerle ve onun ilişki ağlarındaki yapısal konumları ile etkileşimli ilişkilerinin bir sonucu olarak bir güce sahiptir (Hills, 2006). Yapısal Ağ Gücü (Structural Network Power-SNP) kavramı, bir devletin iktidarını, uluslararası ilişkilerdeki farklı etkileşim ağlarındaki konumlarından ortaya çıktığı şekilde görmektedir. Eğer iyi konumlandırılmışsa veya ağlarda nispeten avantajlı konumlar işgal ediyorsa, bu devlet güçlü olacaktır. Bir devletin iktidar kavramını, sosyal birimlerin özelliklerinin, ağ içindeki tüm birimler arasında oynadığı yapısal veya ilişkisel süreçlerden kaynaklandığını düşünen sosyal ağ kuramcıları ile bağdaştırmaktır (Wasserman & Faust, 1994). Çoğu sosyal ağ kuramcılarının vurguladığı gibi, sosyal ağ analistleri arasında, bir aktörün merkeziliği (yani, diğer aktörlere kıyasla avantajlı bir konum) ve bir ağ içindeki gücü arasında pozitif bir ilişki olduğu konusunda bir fikir birliği vardır. Ağdaki merkezi konumları işgal eden aktörler esas olarak ilgili kaynaklara daha fazla erişim ve muhtemel kontrolleri nedeniyle güçlü görünmektedir. Sosyal ağ kuramcıları, yüksek bir merkeziliğe sahip olan bir devletin (avantajlı bir konumla), ağda güçlü ve belirgin bir

konuma sahip olduğunu savunurlar. Bir sosyal ağda en fazla görünürlük ve merkeziyete sahip bir durum, ağda en fazla faaliyetin olduğu ve sonuç olarak etkinin arttığı noktadır (Kim, Lee & Feiock, 2012).

Bu çalışmada kullanılan veriler, GDELT veri setinden SQL de sorgulamalar yapılarak elde edilmiştir. Böylece, çalışmada 1979-2018 yılları arasında dünyada yaşanan çatışmalar sosyal ağ analizi çerçevesinde R yazılımının “igraph” paketi kullanılarak analiz edilmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın bir diğer amacı ise, GDELT veri setinin tanıtılmasıdır. Çalışmanın bundan sonraki ikinci kısmında literatürde sosyal ağ analizinin kullanılması ile incelenen bazı olgulara değinilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde sosyal ağ teorisi hakkında genel bilgiler verilerek sosyal ağ analizinde kullanılan bazı metrikler hakkında temel bilgiler verilmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde GDELT veri seti hakkında genel bilgiler verilerek bu veri setinden elde edilen veriler sosyal ağ analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Çalışmanın beşinci bölümünde dördüncü bölümde elde edilen sonuçlar özetlenerek yorumlanmıştır.

## 2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Sosyal ağ analizi, sosyal aktörleri birbirine bağlayan ilişki kalıplarını incelemektedir. Bu ilişki kalıplarının önemini yazan Georg Simmel ve Émile Durkheim gibi sosyologların çalışmalarında sosyal ağların kuramsal kökenleri bulunmaktadır. Sosyal bilimciler, 20. yüzyılın başlarından beri, sosyal bilimler mensupları arasındaki, tüm ölçeklerde, kişilerarası ilişkilerden uluslararası ilişkilere yönelik karmaşık ilişkiler dizinlerini ele almak için “sosyal ağlar” kavramını kullanmışlardır. 1930’larda Jacob Moreno ve Helen Jennings, sosyal ağlara ilişkin temel analitik yöntemleri tanıtmıştır (Freeman, 2004). 1954’te John Arundel Barnesterimi, halkın geleneksel olarak kullandığı kavramları ve sosyal bilimcilerin kullandığı kavramları (örneğin, aşiret grupları, aileler) ve sosyal kategorileri (örn. cinsiyet, etnik köken) kapsayacak şekilde, ilişki kalıplarını belirtmek için sosyal ağ analizini sistemli olarak kullanmaya başladı. Ronald Burt, Kathleen Carley’in, Mark Granovetter, David Krackhardt, Edward Laumann, Anatol Rapoport, Barry Wellman ve Douglas R. White sosyal ağ analizi kullanımını genişletmiştir. Literatürde, ağ analizi Anheier, Gerhards ve Romo (1995), Wouter De Nooy (2003) ve Burgert Senekal (2012) tarafından uygulanmıştır. Ayrıca, sosyal ağ analizi çeşitli akademik disiplinlerdeki uygulamaların yanı sıra kara para aklama ve terörizm gibi alanlarda da kullanılmaktadır.

Çalışmanın geleneksel analizi insanlar, kaynak akışları ve gruplar arasındaki ilişkileri hesaba katsa da, sorunları nadiren analiz edebilecek entegre bir ağ üzerinden birleştirmektedir. Bunu yapmak, anlaşmazlığın yayıldığı yolda ve çatışmayı yayanlar tarafından kullanılan yöntemlere ışık tutmaya yardımcı olabilmektedir. Hammarström ve Heldt (2002) sosyal ağ analizi modelini makro düzeyde başarılı bir şekilde uygulamışlar ve istilalar, ittifaklar ve ekonomik ortaklıklar da dahil olmak üzere farklı tetikleyicilere devletlerin tepki modellerini

oluşturmuşlardır. Benzer bir uygulama gruplar arası bir çatışma paradigmasında bulunabilmektedir (Gryc, 2018).

Çatışma durumları dikkate alındığında, çatışmanın neden gerçekleştiğini dikkate almak gerekmektedir. Yapılan açıklamalar birtakım farklılıklar gösterirken, birçok ortak görüş de vardır. Kaldor (1999), birçok yeni iç savaşın siyasi kimlikleri ve “etiketlemeyi” desteklediğini öne sürüyor. İki veya daha fazla grup arasında görüş farklılıkları ortaya çıkarsa bu farklılıklar üzerinden saldıran aktörler vardır. İç savaşlar açısından bu tür gruplar, bir devletin topraklarının çevresinde yoğunlaşmaya eğilimlidir (Rice, 1988). Bu da zayıf hükümetlerin gruplar üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmasını zorlaştırmaktadır. Bu görüş uluslararası bağlamda genişletilebilir. Teröristler, rakiplerinin sınırlı erişime sahip olduğu bölgelerde etkin bir şekilde faaliyet gösterir. Çatışmaların gelişiminin erken aşamalarında, bu türden bir ayırım, grupların fikirlerini diğer etkilerden kaynaklanan rekabetle karşılaşmadan pekiştirmelerine olanak tanır (Watts, 2004).

Savaşın nedenleri tipik olarak, savaşan devletlerin kendileriyle ilgili siyasi, askeri, ekonomik ya da sosyal özellikler gibi korelasyonları inceleyerek bulabilmek mümkündür (Bennett & Stam 2004; Vasquez 1993; Vasquez 2000). Bununla birlikte, uluslararası ilişkilerin hem tanımını hem de teorik temelleri ile karmaşık uluslararası sistemdeki sayısız devlet arasındaki etkileşimin sonucu olduğu göz önüne alındığında bu garip bir bakış açısı sunmaktadır (Jervis 1997; Waltz 1979). Birbirine bağlı ağ sistemindeki birimlerin davranışlarını anlamak için farklı bir yöntem ile devletlerin öz niteliklerinin ötesine geçen ve devletlerin ağı içinde bir olay olarak savaşın ortaya çıkışını inceleyen bir yaklaşıma ihtiyaç duyulmaktadır.

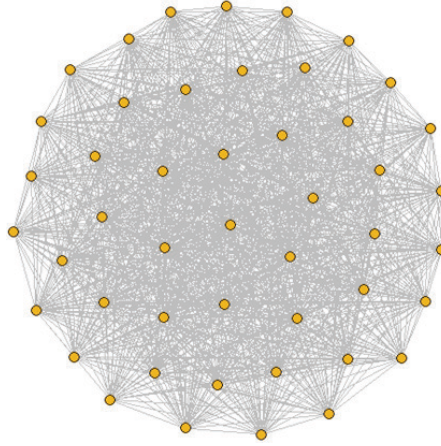
Ağ yaklaşımı uluslararası ilişkiler açısından büyük öneme sahiptir. Çünkü muhtemelen çatışmalar sadece ulusal sınırlar arasında yayılmakla kalmaz, aynı zamanda tüm bölgelere veya kıtalara karşı şiddetli çatışmalara neden olan sonuçlar doğurabilmektedir. Örneğin, 1914’te Saraybosna’da bulunan Archduke Franz Ferdinand’ın suikastı, esasen Avusturya-Macaristan İmparatorluğuna karşı bir isyan eylemiydi (yerel bir anlaşmazlık) (Mombauer 2002; Strachan 2004). Ancak, bu isyan; Balkanlar, İmparatorluk, Avrupa ve dünya çapında hızla yayıldı. İlginçtir ki, Viyana’nın Sırbistan’a karşı koyma kararının gerekçeleri ve sonuçları, yerel devletler ve milletler ağı arasındaki bağlantılardan kaynaklanıyordu. Örneğin Macaristan’da iktidardaki Magyar azınlığı, Sırp milliyetçiliğinin Balkanlar’da cezasız kalması halinde, rakip grupların isyanı ile karşı karşıya kaldı. Avusturya-Macaristan İmparatorluğu bu nedenle Sırbistan’ı ezmeye kararlıydı. Savaş başladığında, Avrupalı büyük güçler arasındaki karmaşık siyasi, diplomatik ve coğrafi bağlantıların geniş ağı, birkaç hafta içinde tüm Avrupa kıtasına yayıldı. Ayrıca bu savaş, dünyanın dört bir yanındaki diğer bölgeleri de içine alan, milyonlarca insanın ölümüne yol açtı. Haar ve Rubernstein (2012) yaptığı çalışmada dünya nüfusunun yaklaşık altıda birinin bu çatışmalardan etkilendiğini söylemektedir.



### 3. SOSYAL AĞ (NETWORK) TEORİSİ

Ağ teorisi, bilgisayar bilimi ve ağ bilimi grafik teorisinin bir parçasıdır. Günümüzde ağ teorisi; parçacık fiziği, bilgisayar bilimi, biyoloji, ekonomi, yöneylem araştırması ve sosyoloji gibi birçok disiplinde uygulanmaktadır. Ağ teorisi, simetrik ilişkilerin ya da daha genel olarak ayrık nesnel arasındaki asimetrik ilişkilerin bir temsili olarak grafiklerin incelenmesiyle ilgili bir alandır. Ağ teorisinin uygulamaları arasında, lojistik ağlar, World Wide Web, gen düzenleyici ağlar, metabolik ağlar, sosyal ağlar, epistemolojik ağlar, vb. bulunmaktadır.

Bir sosyal ağ, “düğümler” adı verilen bireylerden (veya kuruluşlardan) oluşan sosyal bir yapıdır. Bu düğümler; arkadaşlık, yakınlık, benzerlik, ortak ilgi alanı, finansal değişim, sevmeme, cinsel ilişkiler, inanç, bilgi veya prestij ilişkileri gibi bir veya daha fazla belirli ilişki türüyle bağlanır.



Şekil 1. Sosyal ağ diyagramı

Sosyal ağ analizi, sosyal ilişkileri, düğümler ve bağlar (kenarlar, bağlantılar veya bağlantılar olarak da adlandırılır) içeren ağ teorisi açısından incelemektedir. Düğümler ağlar içindeki bireysel aktörlerdir ve bağlar aktörler arasındaki ilişkilerdir. Sosyal ağ analizinde ortaya çıkan grafik tabanlı yapılar genellikle çok karmaşıktır. Buradaki düğümler arasında çok çeşitli bağlar olabilmektedir. Sosyal ağ analizi alanında yapılan akademik çalışmalar, sosyal ağların, ailelerden uluslara kadar birçok düzeyde faaliyet gösterdiklerini ve sorunların çözülmesinde, organizasyonların yürütülmesinde ve bireylerin başarılı olma derecelerinin belirlenmesinde kritik bir rol oynadığını göstermiştir.

En basit haliyle, bir sosyal ağ, çalışılan düğümler arasındaki arkadaşlık gibi belirli ilişkilerin bir haritasıdır. Bir bireyin bağlı olduğu düğümler o kişinin sosyal temaslarıdır. Ağ, sosyal sermayeyi bir bireyin sosyal ağdan aldığı değeri ölçmek için de kullanılabilir. Bu kavramlar genellikle düğümlerin nokta ve bağların çizgiler olduğu bir sosyal ağ diyagramında



görüntülenir (Bkz. Şekil 1). Sosyal ağlarda bireyler genellikle kişilerdir, ancak gruplar (küllüpler ve yapışık bloklar dahil), organizasyonlar, ulus devletleri, web siteleri veya akademik yayınlar arasındaki atıflar da olabilmektedir.

Sosyal ağ analizinde sosyal kurumlar arasındaki ilişkilere odaklanılır. Bu yöntem; siyaset bilimi, ekonomi, örgüt bilimi, hayvan davranışları ve endüstri mühendisliği gibi sosyal ve davranış bilimlerinde de yaygın olarak kullanılmaktadır. Sosyal ağ paradigması, sosyal ve davranış bilimlerindeki sosyal yapıların ilişkisel çalışması için teorik ve biçimsel bir temel teşkil etmektedir. Bu paradigmanın kuramsal ve metodolojik temeli açıkça tanımlanmış ve çeşitli somut sorunlara ikna edici bir şekilde uygulanmıştır. Bununla birlikte, bir ağ yaklaşımı standart kantitatif (özellikle istatistiksel) yöntemlerle sağlananların ötesinde bir dizi kavram ve analitik araç gerektirmektedir (Wasserman & Faust, 1994).

Sosyal ağ analizinin temeli graf (çizge) teorisine (graph theory) dayanması ve onu diğer benzer yöntemlerden ayıran temel özellik ağın içindeki bağlantılara ve ilişkilere odaklanmasıdır (Freeman, 2004, s. 72). Bu sayede, bir sosyal ağ içerisinde birbiri ile ilişkili olan bireylerin ve bu bireylerin oluşturduğu topluluğun (yapının) genelini ilişkiler aracılığıyla analiz etmek ve birey ya da bireylerin oluşturduğu sosyal yapının tümüne ilişkin çıkarımlar yapmak mümkündür (Freeman, 2004, s. 72).

Graf teorisinin bilgisayar uygulamalarındaki en önemli rolü, graf algoritmalarının geliştirilmesidir. Bu algoritmalar sayesinde grafik biçiminde modellenen problemler ile bilgisayar bilimindeki uygulama problemleri kolayca çözülür. Ayrıca, graf teorisi kavramlarını desteklemek için çeşitli bilgisayar dilleri de kullanılmaktadır. Bu tür dillerin ana amacı, kullanıcının grafikler üzerindeki işlemleri kompakt ve doğal bir şekilde formüle etmesini sağlamaktır (Shrinivas, Vetrivel & Ekango, 2010).

Sosyal ağ analizinde, düğümler ve bağlantılar arasındaki ilişkiyi bulmak için kullanılan verinin bir matrise dönüştürülerek analiz edilmesi gerekmektedir. Genellikle en çok komşuluk matrisi, ilişki matrisi ve düğüm çifti matrisleri kullanılmaktadır. Örneğin, Tablo 1'de Şekil 2'deki sosyal ağa ilişkin oluşturulan komşuluk matrisi yer almaktadır.

**Tablo 1:** Şekil 2'deki sosyal ağa ilişkin komşuluk matrisi

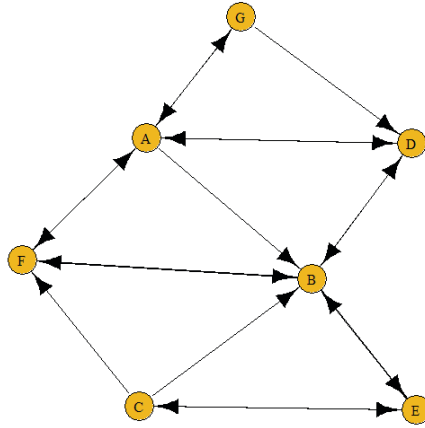
	A	B	C	D	E	F	G
A	0	1	0	1	0	1	1
B	0	0	0	1	1	1	0
C	0	1	0	0	1	1	0
D	1	1	0	0	0	0	0
E	0	1	1	0	0	0	0
F	1	1	0	0	0	0	0
G	1	0	0	1	0	0	0

Yönlü ve çoklu kenarlı bir graf yapısı için komşuluk matrisi aşağıdaki (1) denklemindeki gibi ifade edilir.

$$M_{i,j} = \begin{cases} a, & (v_i, v_j) \in E \\ 0, & (v_i, v_j) \notin E \end{cases} \quad (1)$$

Denklem (1)'deki  $a$ ,  $v_i$  ve  $v_j$  düğümleri arasında kalan kenar sayısını göstermektedir.

Şekil 2'de görüldüğü üzere bir sosyal ağda bulunan her birim bir düğümlerle (noktaya), düğümler arasında bulunan bağlantılar ise oklar veya çizgiler ile gösterilir. Aşağıdaki Şekil 2'de Tablo 1'deki matrisin basit yönlü bir sosyal ağ yapısı verilmiştir.



Şekil 2. Yönlü sosyal ağ

Şekil 2'deki yönlü sosyal ağ yapısı graf teorisinde  $G = (V, E)$  şeklinde tanımlanır. Buradaki  $V$  bir dizi köşe kümesi ve  $E$  de kenar kümesini belirtmektedir. Bir  $e_{ij}$  kenarı  $v_i$  ve  $v_j$  köşesi ile birleştirilir. Şekil 2'de bulunan sosyal ağdaki düğüm kümesi  $V = \{A, B, C, D, E, F, G\}$  bağlantı kümesi ise  $E = \{(A, B), (A, D), (A, F), (A, G), (B, D), (C, B), (C, E), (C, F), (E, B), (F, B), (G, D)\}$  biçimindedir. Şekil 2'de bulunan daireler ağdaki düğümleri, tek ya da çift yönlü oklar ise düğümler arasındaki bağlantıları göstermektedir.

Sosyal ağ analizinin ülkeler arasındaki çatışmalar için kullanılması durumunda ağda bulunan düğümlerin her biri ülkeleri temsil edecektir. Tek ya da çift yönlü oklar ise ülkeler arasındaki çatışma ilişkilerini ifade edecektir.

### 3. 1. Sosyal Ağ Analizinde Kullanılan Metrikler (Ölçütler)

Bir sosyal ağdaki aktörlerin ayırt edici ağ özelliklerini ve rollerini tanımlamak için ağdaki sosyal ağ analiz araç setinden farklı ölçütler ve seviyeler kullanılmaktadır. Kriminal

ağlarının analiz edilmesinde ve görselleştirilmesinde ilk önce tüm merkezilik ölçütleri (Freeman, 2004) hesaplanır. Elde edilen bu ölçütler ağdaki bireylerin önemlilikleriyle ilgili rollerini tanımlamak için kullanılır. Bu sayede, yüksek merkezlik değerleri ağdaki bir düğümün etkinlik seviyesini göstermektedir (Wesserman, 1994).

**Merkezilik (Centrality):** Bu ölçü, ağın ne kadar iyi bağlandıklarına bağlı olarak bir düğümün sosyal gücünün kaba bir göstergesidir. “Arasındalık”, “Yakınlık” ve “Derece” merkezilik ölçütleridir ve sosyal ağ analizinde ölçüm yaparken bu üç değerden yararlanılmaktadır. Ayrıca, bu ölçütler arasındalık merkeziliği, yakınlık merkeziliği ve derece merkeziliği olarak da adlandırılmaktadır. Siyaset biliminde merkezilik, bir hükümetin gücünün hem coğrafi hem de politik olarak, merkezi bir hükümette yoğunlaştığı anlamına gelmektedir.

**Arasındalık Merkeziliği (Betweenness Centrality):** Bir düğümün ağdaki diğer düğümler arasında ne kadar uzaklıkta olduğunu belirtir. Bu ölçüt, düğümün komşularının bağlantılarını hesaba katarak, kümeleri bağlayan düğümler için daha yüksek bir değer vermektedir. Ayrıca, bu ölçüt, bir kişinin doğrudan bağlantılarıyla dolaylı olarak bağladığı kişi sayısını da belirtmektedir.

**Yakınlık Merkeziliği (Closeness Centrality):** Bir düğümün yakınlık merkeziliği, tüm ulaşılabilir düğümlerin üzerinden ortalama en kısa mesafedir. Buradaki yakınlık, ağdaki her bir birey ve her bir kişi arasındaki en kısa uzaklıkların tersinin toplamı şeklinde hesaplanır. Ayrıca, bu en kısa mesafe “jeodezik uzaklık” olarak da adlandırılmaktadır.

**Derece Merkeziliği (Degree Centrality):** Ağdaki belirli bir düğümün bağlantı sayısını belirtir. Fakat bu metrik sadece belirli bir düğümü çevreleyen ağ yapısına özgü bir ölçüttür. Örneğin kendi grubunda çok sosyal olan fakat düğümlerle ilişkisi olmayan bir bireyin derece merkeziliği yüksektir.

**Kümeleme Katsayısı (Clustering Coefficient):** Graf teorisinde, bir kümeleme katsayısı, bir grafikteki düğümlerin birlikte kümelenme derecesinin bir ölçüsüdür. Yapılan araştırmalar, çoğu gerçek dünya ağlarında ve özellikle sosyal ağlarda, düğümlerin nispeten yüksek yoğunluklu bağlarla karakterize edilen sıkı örülmüş gruplar oluşturma eğiliminde olduğunu göstermektedir; Bu olasılık iki düğüm arasında rastgele kurulan bir bağın ortalama olasılığından daha büyük olma eğilimindedir (Holland & Leinhardt, 1971; Strogatz & Watts, 1998).

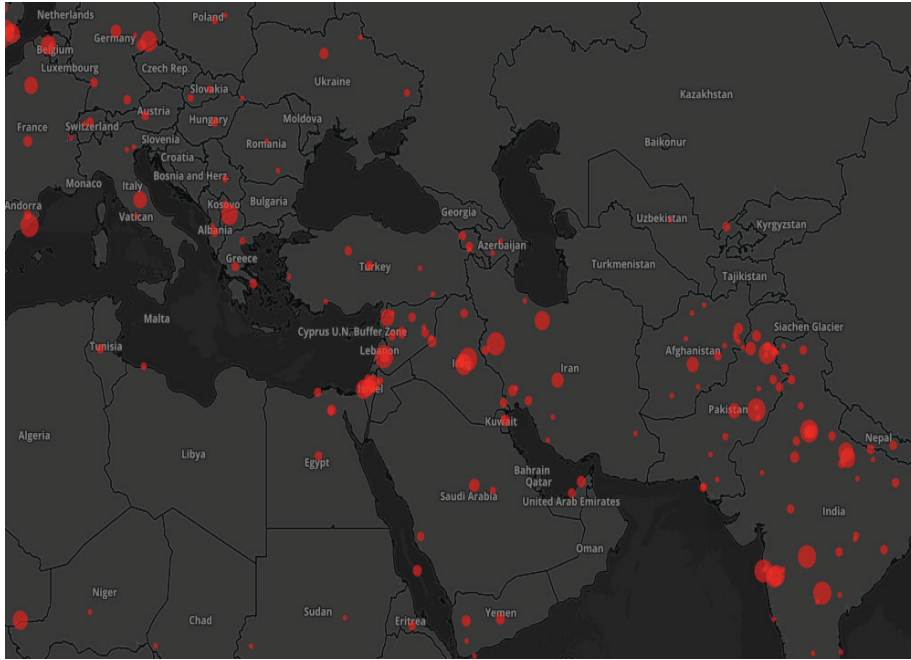
**Yoğunluk (Density):** Bir katılımcının bağları, bir bireyin adayları arasındaki bağların/ilişkilerin oranını belirtir. Ağ veya global düzeyde yoğunluk, bir ağdaki bağların toplam sayısı ile orantılıdır.

#### 4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Bu çalışmada amaç, dünyanın en büyük açık veri tabanı olan GDELT (**Global Database of Events, Language, and Tone**) veri setindeki çatışma verilerini kullanarak ülkeler arasındaki çatışma ağ yapısını incelemektir. Uygulama da öncelikle Google'ın altyapısında bulunan GDELT'ten SQL yardımıyla 1979-2018 yılları arasında dünyadaki çatışmalar sorgulanmıştır. Daha sonra elde edilen bu veriler, R yazılımının "igraph" paketi kullanılarak ülkeler arasındaki ağ yapısı çizilerek ağın merkezilik ve yoğunluk ölçütleri hesaplanmıştır.

##### 4. 1. GDELT Projesi

Bugün dünyada neler oluyor? Açıkçası, her gün yayınlanan milyarlarca haber raporunu okumak ve analiz etmek imkansızdır. Bugün GDELT veri seti sayesinde dünyamızı kaydetmek, analiz etmek, görselleştirmek ve hatta tahmin etmek artık mümkün hale geldi.



Şekil 3. GDELT'in gözünden dünyadaki çatışma yoğunluğu (GDELT Project, 2014)

Georgetown Üniversitesi'nde araştırmacı olan Kalev Leetaru tarafından geliştirilen GDELT Projesi, insan toplumu üzerindeki en büyük açık erişimli veri tabanıdır. Bu olay veri tabanı, 1979'dan itibaren fiziksel aktiviteleri içermektedir. GDELT'te bulunan Küresel Bilgi Grafiği (Global Knowledge Graph-GKG), dünyadaki her insanı, kuruluşu, şirketi ve konumu birleştiren devasa bir ağıdır.

GDELT ile çalışmak için, tüm veri setini indirebilir ve makinenizde analiz edebilirsiniz. Ancak GDELT'in en önemli özelliği, Google BigQuery'de kullanılabilmesidir. Bu sayede tüm veri tabanında gerçek zamanlı sorgulamalar yapma imkanı vardır. GDELT sayesinde 1 Ocak 1979'dan bu yana dünyadaki her ülke için günlük, aylık, üç aylık ve yıllık sıklıklarla (frekanslarla) protesto ve çatışma olaylarını takip etmek mümkündür (Bkz. Şekil 3) (Bi, 2014). Bunu yapmak için, dünyanın dört bir tarafındaki haber medyasını kapsayan dünya çapındaki olaylarını basılı, yayın ve web formatlarında 100'den fazla dilde izleyen, zengin bir 'büyük veri-tabanı' kullanılmaktadır. GDELT her gün 15 dakika arayla otomatik olarak güncellenmektedir (BBVAresearch, 2018).

GDELT Analiz Servisi'nin yeni görselleştirmelerinden biri olan Global Bilgi Grafiği Ağ Görüntüleyicisi, insanların, kuruluşların, konumların ve küresel toplumu etkileyen temaların ağ görselleştirmelerini hızlı bir şekilde oluşturmayı sağlamaktadır (Bkz. Şekil 3). Gelen kutunuza teslim edilen, interaktif tarayıcı tabanlı ağ görselleştirmesi, "merkez" ve "etkileyici" sıralamalarının bir çizelgesi ve hatta daha fazla görselleştirme ve analiz için doğrudan açık kaynaklı Gephi ağ paketine aktarılabilen GEXF dosyasıdır. GDELT etkileyici ağı, bir devlet başkanı, belirli bir politikanın düşünce liderleri veya bir sektörün yapısı etrafında görselleştirilebilmektedir. Bunların hepsini Network Görüntüleyici (Network Visualizer) ile yapmak mümkündür (GDELT Project, 2014).

## 4.2. Verilerin Analiz Edilmesi ve Bulgular

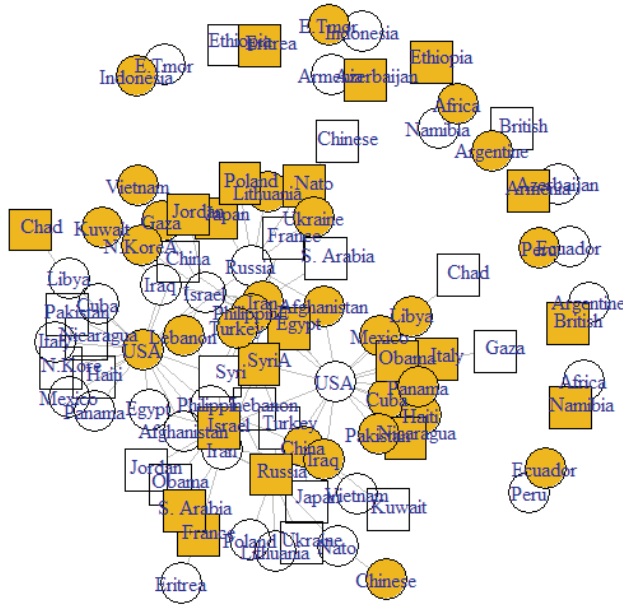
Bu çalışmada Google'ın alt yapısındaki GDELT veri seti kullanılmıştır. Araştırmada SQL sorgulamalarıyla 1979-2018 yılları arasında dünya haber medyasında çatışma haberleriyle ilgili yapılan haberler analiz edilmiştir. Analiz sonucunda aylık olarak ismi çatışma haberlerinde birlikte en fazla geçen ülkeler bulunmuştur.

Veri setinin analiz edilebilmesi için veriler öncelikle Tablo 1'deki gibi bir komşuluk matrisi formunda yazılmıştır. Daha sonra R yazılımının "igraph" paketi kullanılarak analizler yapılmıştır. Bu paket ağdaki her düğüm için geniş bir merkezilik ölçütleri dizisini hesaplamaktadır. Bu sayede ağdaki her düğümün "önemi" ve "etkisi" nicelik sıralamasına göre hızlı bir şekilde analiz edilmiştir.

### 4.2.1. Merkezilik Ölçütleri Bakımından Sosyal Ağ Özellikleri

Bu çalışmadaki analizin amacı, tanımlanan yapıları yeni bir bakış açısı kazandırmak için tarihsel olaylara dinamik sosyal ağ analizi tekniklerinin uygulanmasıdır. Ağ analizi, aktörler arasındaki ilişkilere odaklanır, aktörlerin kendilerine odaklanmaz. Bu nedenle, bu tarihsel bağlamda sosyal ağ analizinin uygulanması, çatışma yapılarına ve onun unsurlarının zaman içindeki davranışındaki dinamik değişimlere ek bir bakış açısı sağlayabilmektedir.

Yapılan analiz sonucunda ülkelerin oluşturduğu sosyal ağın derece merkeziliği düzeyi Şekil 4'teki gibi bulunmuştur.



Şekil 4: Ülkelerin derece merkeziliği analizi

Şekil 4 incelendiğinde bağlantı sayısı en çok olan ülke ABD iken, onu ikinci sırada Rusya'nın takip ettiği söylenebilir. Ayrıca Şekil 4'te görüldüğü üzere az sayıda ülkenin (ABD ve Rusya gibi) çok sayıda bağlantıya, çok sayıda ülkenin ise az sayıda bağlantıya sahip olduğu görülmektedir. Bu görsel biçim, verinin ölçekten bağımsız bir ağ modeline ve bir kuvvet yasası dağılımına sahip olabileceğine işaret etmektedir. Fakat bunun merkezilik ölçütleri ile doğrulanması gerekmektedir.

Dünyadaki çatışmalar arasındaki ilişkinin keşfine yönelik olarak sosyal ağ analizinde her bir ülkenin (düğümün) konumunu belirlemek, ülkeler arasındaki ilişkiyi açıklamak ve ağın tümüne ilişkin çıkarımlar yapmak için bazı ölçütlerin hesaplanması gerekmektedir. Yapılan analiz sonucunda elde edilen ülkelerin ve bağlantılarının oluşturduğu ağın merkezilik ölçütlerine ilişkin sayısal veriler Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Merkezilik düzeylerine ilişkin analiz sonuçları

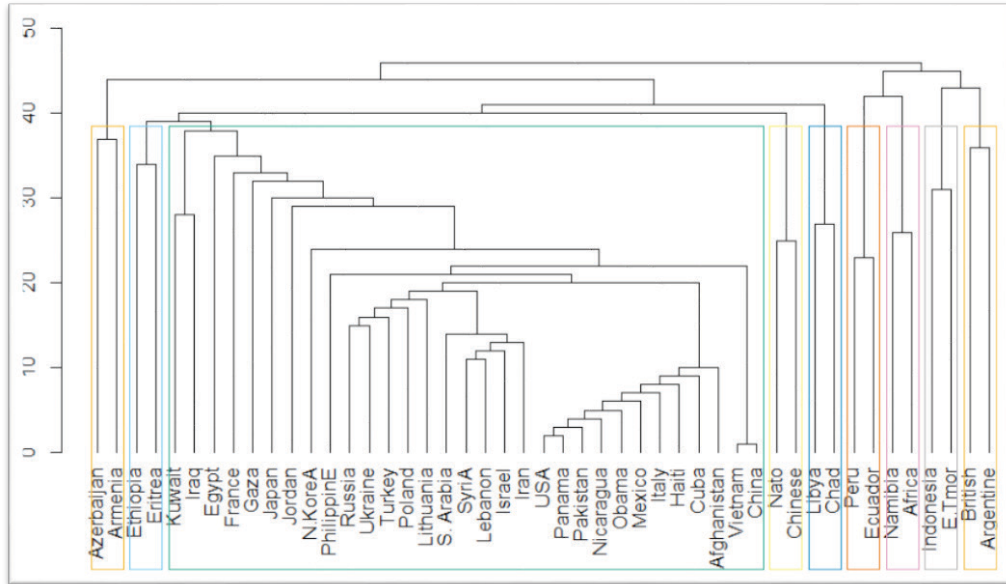
Aktörler	Derece Merkeziliği	Yakınlık Merkeziliği (Normalleştirilmiş)	Arasındalık Merkeziliği
USA	18	0.0747968	370.100000
Russia	10	0.0732484	184.066667

Israel	9	0.0726698	112.833333
Iran	7	0.0732484	87.466667
Syria	6	0.0730159	40.133333
China	4	0.0715397	42.266667
Iraq	3	0.0715397	33.000000
Philippines	3	0.071875	5.466667
Afghanistan	2	0.071875	0.000000
Libya	2	0.0712074	33.000000
Turkey	2	0.070229	0.000000
Japan	2	0.070122	6.666667
Nato	2	0.0698027	6.666667
Great Britain	2	0.0217391	33.000000
Egypt	2	0.0715397	0.000000
Lebanon	2	0.0700152	0.000000
South Africa	1	0.0217391	0.000000
Argentina	1	0.0217391	0.000000
Armenia	1	0.0217391	0.000000
Azerbaijan	1	0.0217391	0.000000
Chad	1	0.0677466	0.000000
China	1	0.066474	0.000000
Cuba	1	0.0709877	0.000000
East Timor	1	0.0217391	0.000000
Ecuador	1	0.0217391	0.000000
Eritrea	1	0.0217391	0.000000
Ethiopia	1	0.0217391	0.000000
France	1	0.0695915	0.000000
Gaza	1	0.0690691	0.000000
Haiti	1	0.0709877	0.000000
Indonesia	1	0.0217391	0.000000
Italy	1	0.0709877	0.000000
Jordan	1	0.0690691	0.000000
Kuwait	1	0.0680473	0.000000
Lithuania	1	0.0695915	0.000000
Mexico	1	0.0709877	0.000000
Namibia	1	0.0217391	0.000000
Nicaragua	1	0.0709877	0.000000
North Korea	1	0.0709877	0.000000
Obama	1	0.0690691	0.000000
Pakistan	1	0.0709877	0.000000
Panama	1	0.0709877	0.000000
Peru	1	0.0217391	0.000000
Poland	1	0.0695915	0.000000
Saudi Arabia	1	0.0695915	0.000000
Ukraine	1	0.0695915	0.000000
Vietnam	1	0.0680473	0.000000

Tablo 2'deki analiz sonuçlarına göre, merkezilik derecesi düzeyi en yüksek ülkenin ABD olduğu görülmektedir. Analizler sonucunda, ABD'nin merkezi derecesinin 18 olarak bulunmuştur. ABD'yi ikinci sırada Rusya, üçüncü sırada İsrail izlemekte olup merkezilik dereceleri sırasıyla 10 ve 9 olarak bulunmuştur. Yine merkezilik yakınlık ve merkezilik arasındalık ölçütlerine bakıldığında en büyük ülkenin ABD olduğu, onu ikinci sırada Rusya ve üçüncü sırada İsrail'in takip ettiği bulunmuştur. Bu verilere dayanarak ABD'nin diğer ülkelerle en çok bağlantılı (korelasyonlu) olduğu ve dünyadaki çatışmaların oluşmasında en büyük aktör olduğu söylenebilir. Yine Tablo 4'teki sonuçlardan; Rusya, İsrail, Suriye ve Çin gibi ülkelerin de diğer ülkelerle yüksek düzeyde bağlantı içerisinde oldukları sonucuna varılır.

Tablo 2'de elde edilen sonuçlarda az sayıda ülkenin çok bağlantıya, çok sayıda ülkenin ise az bir bağlantıya sahip olduğu bulunmuştur. Bu sonuçlar 1999 yılında Barbarasi ve Albert'in geliştirdiği "ölçekten bağımsız" ağ modeline işaret etmektedir. Barbarasi ve Albert, 1999 yılında geliştirdikleri "tercihli eklenti" (preferential attachment) modelleri ile ölçekten bağımsız ağların derece dağılımlarının kuvvet yasasına uygundur (Albert & Barbarasi, 1999).

Basitçe ülkeler çatışmalara göre kümelenirse Şekil 5'teki grafik elde edilir.



Şekil 5: Ülkelerin çatışmalara göre kümelenmesi

Şekil 5 incelendiğinde toplam ağın 9 gruptan oluştuğu ve gruplardan en büyüğünün 31 düğüm noktasına ve 31 benzersiz kenar sayısına sahip olduğu görülmektedir. Diğer kümelerin ise ikişer düğümünden oluştuğu görülmektedir. Buradan 31 düğüme sahip olan kümenin dünyadaki çatışma ortamının oluşmasında en büyük etkiye sahip olduğu sonucuna varılabilir. Ayrıca Şekil 5 incelendiğinde 31 düğümün bulunduğu kümenin en büyük aktörün ABD olduğu



görülmüştür. Bu sonuçlardan ABD'nin diğer ülkelerle yüksek düzeyde ilişkili (korelasyonlu) olduğu söylenebilir.

## 5. SONUÇ

Dünya çapında web, internet ya da hücrel olarak çeşitlilik gösteren sistemler, inanılmaz karmaşık bir topolojiye sahip birbirine bağlı ağlar tarafından tanımlanmaktadır. Yapılan son araştırmalar, bu ağların, basit ama genel yasalarla yönetilen, kendi kendini organize eden süreçlerin birbirine rassal olarak beklenenden çok daha fazla benzer olmasını sağlayan mimari yapılar sonucunda ortaya çıktığını göstermektedir.

Dünyadaki karmaşık bir sistemi anlamak için öncelikle sistemin bileşenlerinin birbiriyle nasıl etkileştiğini bilmek gerekmektedir. Başka bir deyişle, bağlantı şemasının bir haritasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bir ağ, genellikle düğümler veya köşe noktaları olarak adlandırılan sistem bileşenlerinin ve aralarında bağlantılar veya kenarlar olarak adlandırılan doğrudan etkileşimlerin bir kataloğudur. Bu ağ gösterimi, doğada, görünümde veya kapsamda büyük ölçüde farklılık gösterebilecek sistemleri incelemek için ortak bir dil sunmaktadır (Barbara, 2016).

Birçok büyük ağın ortak özelliği, köşe bağlantılarının ölçekten bağımsız bir kuvvet yasası dağılımını göstermesidir. Bu özellik, ağların yeni köşe eklenmesiyle sürekli büyüdüğü ve ağdaki yeni köşe noktalarının tercihli olarak bağlantı sayısı fazla olan bağlı düğümlere bağlandığını belirtmektedir. Bu iki özelliğe dayanan bir model, büyük ölçekli ağların geliştirilmesinin, kendi kendini organize eden fenomenler (olaylar) tarafından yönetildiğini belirten ölçekten bağımsız dağılımı (kuvvet yasası dağılımı) yeniden üretmektedir (Albert & Barbarasi, 1999).

Bu çalışmanın temel amacı, sosyal ağ analizini yöntemiyle dünyadaki çatışmaların incelenmesidir. Yapılan analizler sonucunda bugün için dünyadaki çatışmaların merkezindeki en büyük aktörün ABD olduğu bulunmuştur. ABD'den sonra en büyük ikinci aktör olarak Rusya'dır. Elde edilen bu bulgular iktidar teorisi açısından değerlendirildiğinde, ABD ve Rusya'nın nispeten eşit bir güç dengesine sahip olduklarından bu iki devletin birbiriyle savaşa (veya militarize çatışmaya) girme olasılığı oldukça düşüktür. Fakat ABD ve Rusya diğer devletlerden daha güçlü olduklarından, dünyadaki konumlarını güçlendirmek için savaşa (veya militarize çatışmaya) girme olasılıkları oldukça yüksektir. Çünkü iktidar dengesi tezi, güç eşitliği koşulunda zaferi sorunlu hale getirip, ortaya çıkan belirsizliği arttırdığından saldırganlığı caydırdığını söylemektedir. Bu nedenle ABD ve Rusya'nın birbiriyle çatışmaya girmesi oldukça zordur. Diğer taraftan iktidar dengesizliği (yani, güç üstünlüğü) açısından değerlendirildiğinde ABD ve Rusya'nın diğer devletlere karşı başarılı olma şansları yüksek olduğundan diğer devletlere karşı daha saldırgan bir tutum sergilemektedirler. Bu durumda zayıf ülkeler ABD ve Rusya ile çatışmaya girmeyi göze almaz ve bu da daha güçlü tarafların hedeflerine ulaşmalarında büyük kolaylık sağlar. Ayrıca ABD

ve Rusya'nın ağda yüksek bir merkeziliğe sahip olmaları çatışmalarda daha fazla faaliyet gösterdikleri ve en büyük etkinliğe sahip olduklarını göstermektedir. Tüm bu sonuçlar elde edilen ağ yapısının ölçekten bağımsız olduğu ve ağın derece dağılımının kuvvet yasasına uygun olduğunu göstermektedir.

Son olarak çalışmada elde edilen bulgulardan toplam ağın 9 gruptan oluştuğu ve gruplardan en büyüğünün 31 düğüm noktasına ve 31 benzersiz kenar sayısına sahip olduğu bulunmuştur. Ayrıca, diğer grupların ise ikişer gruptan oluştuğu bulunmuştur. Bu sonuçlardan 31 düğüme sahip olan kümenin dünyadaki çatışmaların oluşmasında en büyük etkiye sahip olduğu sonucuna varılmıştır. Ayrıca elde edilen sonuçlardan 31 düğümün bulunduğu kümedeki en büyük aktörün ABD olduğu görülmüştür. Yine bu sonuçtan, bugün için dünyadaki en büyük gücün ABD olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

### Kaynakça

- Anheier, H. K., Gerhards, J. & Romo, F. P. (1995). Forms of capital and social structure in cultural fields: Examining Bourdieu's social topography. *American Journal of Sociology*, 100(4), 859-903.
- Barabási, A. L. & Albert, R. (1999). Emergence of scaling in random networks. *Science*, 86(5439), 509-512.
- Barbara, A. L. (2016). *Network Science*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BBVAresearch. (2018). Methodology: Tracking protests and conflicts. <https://www.bbvaresearch.com/en/methodology-tracking-protests-and-conflicts-2>. (Erişim Tarihi: 20.03.2018).
- Bennett, D. S. & Stam III, A. C. (2004). *The Behavioral Origins of War*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Bi, R. (2014). GDELT: Big Data of News, Conflicts and Society. <https://www.kdnuggets.com/2014/09/gdelt-big-data-news-conflict.html>. (Erişim Tarihi: 10.05.2018).
- De Nooy, W. (2003). Fields and networks: Correspondence analysis and social network analysis in the framework of field theory. *Poetics*, 31(5-6), 305-327.
- Freeman, L. C. (2004). *The Development of Social Network Analysis: A Study in the Sociology of Science*. Vancouver: Empirical Press.
- GDELT Project. (2014). Networking the World's Newsmakers. <https://blog.gdeltproject.org/networking-the-worlds-newsmakers>. (Erişim Tarihi: 10.03.2018).
- Gryc, W. (2018). Intergroup Conflict: A social network approach. <https://pdfs.semanticscholar.org/fe4/0072c0428b9898b13ea2bf41308265ea476e.pdf>. (Erişim Tarihi: 10.06.2018).
- Haar, R. J. & Rubenstein, L. S. (2012). *Health in Postconflict and Fragile States*. Washington: US Institute of Peace.

- Hafner-Burton, E. M., Kahler, M. & Montgomery, A. H. (2009). Network analysis for international relations. *International Organization*, 63(3), 559-592.
- Hammarström, M. & Heldt, B. (2002). The diffusion of military intervention: Testing a network position approach. *International Interactions*, 28(4), 355-377.
- Hills, A. (2006). Network understanding of power is, however, not new in the field of international relations. Fear and Loathing in Falluja. *Armed Forces & Society*, 32(4), 623-39.
- Holland, P. W. & Leinhardt, S. (1971). Transitivity in structural models of small groups. *Comparative Group Studies*, 2, 107-124.
- Kaldor, M. (1999). *New and Old Wars*. Stanford: Stanford University Press.
- Kim, H. M., Lee, D. & Feiock, R. C. (2012). Network power and militarized conflicts. *Armed Forces & Society*, 38(2), 291-317.
- Knoke, D. & Yang, S. (2008). *Social Network Analysis*. Londra: Sage.
- Mombauer, A. (2002). *The Origins of the First World War: Controversies and Consensus*. Londra: Longman.
- Papuc, I. (2015). Data Mining for Predictive Network Analysis. Data Science Central.  
<https://www.datasciencecentral.com/profiles/blogs/data-mining-for-predictive-social-network-analysis>. (Erişim Tarihi: 05.05.2018).
- Rice, E. E. (1988). *Wars of the Third Kind: Conflict in Underdeveloped Countries*. Berkeley: University of California Press.
- Senekal, B. (2012). Die Afrikaanse literêre sisteem: 'n eksperimentele benadering met behulp van Sosiale-netwerk-analise (SNA): Geesteswetenskappe. *Litnet Akademies: 'n Joernaal vir die Geesteswetenskappe, Natuurwetenskappe, Regte en Godsdienswetenskappe*, 9(3), 614-638.
- Shrinivas, S. G., Vetrivel, S. & Ekango, N.M. (2010). Applications of graph theory in computer science an overview. *International Journal of Engineering Science and Technology*, 2(9), 4610-4621.
- Strachan, H. (2004). *The First World War*. New York: Viking Adult.
- Vasquez, J. A. (1993). *The War Puzzle*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Vasquez, J. A. (Ed.). (2000). *What Do We Know About War?*. Plymouth: Rowman & Littlefield Publishers.
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Watts, D. J. & Strogatz, S. H. (1998). Collective dynamics of 'small-world' networks. *Nature*, 393, 440-442.
- Watts, D. J. (2004). *Six Degrees: The Science of A Connected Age*. New York: WW Norton & Company.



**Sadullah ÇELİK** – sadullah.celik@adu.edu.tr

He graduated from Manisa Celal Bayar University, Department of Mathematics in 2011. He completed his Master's degree in Mathematics from Ege University in 2013. He completed her Ph.D. degree at Uludag University on Econometrics in 2018. He is currently working as a Research Assistant in Department of Econometrics at Adnan Menderes University, Nazilli School of Economics and Administrative Sciences (2014). His research interests are in Big Data, Machine Learning, Social Network Analysis, Text Mining and Statistical Data Analysis.

## LATİN AMERİKA'DA ÖRTÜŞEN BÖLGESELÇİLİK\*

### OVERLAPPING REGIONALISM IN LATIN AMERICA

Gökhan KATITAŞ\*\*

#### Öz

20. yüzyılın ortalarından itibaren var olmaya başlayan ve Soğuk Savaş sonrası dönemde görünür-lüğü, bilinirliği ve etkinliği artan bölgeselcilik hareketleri, uluslararası siyaset arenasında önemli bir yere sahiptir. 1992 yılında imzalanan Maastricht Anlaşması ile Kıta Avrupası'nın en önemli bölge-sel örgütünün Avrupa Birliği'ne evrilerek başta ekonomik alan olmak üzere çeşitli konularda başarıya ulaşmış olması, diğer bölgelerde yer alan ülkeleri de bölgeselcilik hareketlerine katılmaya sevk etmiş-tir. Bu bölgelerden bir tanesi de Latin Amerika'dır. Coğrafi keşifler ile birlikte İspanyolların ve Portekizlilerin egemenliği altında yaşayan Latin Amerika toplumu, zaman içerisinde parçalı bir karaktere bürünmüş ve bölgede çeşitli ülkeler oluşmaya başlamıştır. 19. yüzyıldan itibaren bağımsızlıklarını elde etmeye başlayan Latin Amerika ülkeleri, bölgenin ve sonrasında küresel arenanın yeni hegemon dev-leti olan Amerika Birleşik Devletleri'ne karşı bir araya gelme arzusu gütmeye başlamışlardır. İlk olarak Simon Bolivar tarafından dile getirilen bu düşünceler, 20. yüzyılda bölgesel örgütlerin çatısı altında uygulamaya dökülmeye çalışılmıştır. Ancak, bölgede birçok benzer konulara hitap eden ve bu konu-larda farklı normları benimseyen örgütler ortaya çıkmıştır. Bu durum literatürde örtüşen bölgeselci-lik olarak yer almaktadır. Bu çalışmada Latin Amerika'da yer alan bölgesel örgütler olan MERCOSUR, ALBA, UNASUR ve CELAC örtüşen bölgeselcilik çerçevesinde incelenmiştir. Bu inceleme yapılırken, içerik analizi ve karşılaştırmalı yöntem ile örgütlerin resmi dokümanları irdelenerek hitap ettiği ko-nular saptanmıştır. Devamında örgütlerin etkinlik düzeyleri sırasıyla fenemoloji ve detaylı veri analizi yöntemleri ile ekonomik ve politik düzlemde analiz edilmiştir. Ekonomik düzlemde örgütlerin ekono-mik entegrasyonun birincil amacı olan örgüt içi mal ve hizmet dolaşım hacmi ile bu hacmin hem La-tin Amerika ölçeğinde hem de küresel ölçekte oranlaması incelenmiştir. Politik düzlemde örgüt üye-lerinin uluslararası meselelerde ortak bir şekilde hareket edip etmedikleri, Birleşmiş Milletler Genel

\* Makalenin Gönderim Tarihi (Received): 23.01.2019; Makalenin Kabul Tarihi (Accepted): 06.05.2019

\*\* Marmara Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-0041-7669

Meclisi'nde verdikleri oylar saptanarak ortaya koyulmuştur. Elde edilen veriler doğrultusunda, analiz birimleri olan dört örgütün örtüşen bölgeselcilik kapsamına girdiği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Örtüşen Bölgeselcilik, Latin Amerika, ALBA, CELAC, MERCOSUR, UNASUR.

**Jel Kodu:** P48, N26, N46, N96.

### **Abstract**

Regionalism movements that emerged in 20th century and increased its visibility, awareness and effectiveness in post-Cold War era have critical position in international arena. Along with success of European Union, especially in economic field, through Maastricht Agreement signed in 1992, had led to involvement of other countries in various regions into regionalism movements. Latin America is also one of these regions. After geographical discoveries, communities of Latin America had lived under control of the Spanish and the Portuguese. In the course of time, the region had transformed into sectional character. As of 19th century, Latin American countries started to obtain their independencies. Then, these countries initiated to come together against the United States that has become hegemonic power of the region. Unification ideas on the region were firstly uttered by Simon Bolivar in the 19th century; those ideas concretized under various regional organizations in the 20th century. This issue is called as overlapping regionalism in the literature. In this paper, MERCOSUR, ALBA, UNASUR and CELAC, that are regional organizations established in Latin America, had been scrutinized within the context of overlapping regionalism. First, their founding treaties and other official documents is analyzed through comparative method and content analysis in order to determine subjects and fields that they are interested in. Then, efficiency level of these organizations is investigated within two aspects as economical and political dimensions via phenomenology and detailed data analysis methods. For this, trade volume of intra-organizational is examined and we find that member countries in all organizations, except for ALBA, increased their trade volume under their scope. On the other hand, we analyze each organization whether they act in common direction on international issues through their voting behaviours within the United Nations General Assembly (UNGA). In this sense, the most ideological organization, ALBA was the most successful establishment among them. While MERCOSUR was in the second place, CELAC had the worst record. When Venezuela was taken out from MERCOSUR, and Bolivia and Venezuela were excluded from UNASUR; common voting behaviour rate of these two organizations increased. Pure consensus rate rose from 66% to 77% in MERCOSUR and from 58% to 60% in UNASUR. The same issue is also valid in ALBA. When we only examine the voting preferences of the ALBA-quartet, Bolivia-Cuba-Nicaragua-Venezuela, we observe that their cohesion increased to %99 in pure consensus, to %100 in abstained consensus. However, this was not valid for CELAC because of including different member states from various political understanding. As a result of investigation of political dimension through UNGA voting records, at first ALBA was the most coherent organization. Secondly, when the ideological convergence of member states increased, their voting behaviour resembled each other. The last but not least, if the scope of regional organizations increases, their level of convergence on international issues decreases. As a result, we can affirm that there is overlapping regionalism among regional organizations in Latin America. This situation creates some struggles for these entities due to having same members and implying different norms in same subjects. In consequence, while entities were successful in creation of

intraorganizational movements of goods and products, they were distant from pure consensus in political term.

**Keywords:** Overlapping Regionalism, Latin America, ALBA, MERCOSUR, UNASUR, CELAC.

**JEL Codes:** P4, N26, N46, N96.

## 1. GİRİŞ

20. yüzyılın ortalarından itibaren var olmaya başlayan ve Soğuk Savaş sonrası dönemde görünürlüğü, bilinirliği ve etkinliği artan bölgeselcilik hareketleri, uluslararası siyaset arenasında önemli bir yere sahiptir. Özellikle Kıta Avrupası'nda etkin bir çerçeveye oturtulan bölgeselcilik girişimleri, bu coğrafyada Benelux Gümrük Birliği ile var olmaya başlamış ve Avrupa Kömür Çelik Topluluğu ile güçlenerek varlığını sürdürmüştür. Soğuk Savaş döneminde etkinlikleri sorgulanan bölgesel örgütler, 1990'lardan itibaren, özellikle Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun Maastricht Anlaşması ile Avrupa Birliği'ne evrilmesiyle beraber, başarıya ulaşılabilecek siyasi projeksiyonlar olarak algılanmış ve çeşitli konularda çeşitli ülkeler tarafından değişen ve dönüşen yaklaşımlar çerçevesinde oluşturulmaya başlanmıştır.

Klasik manasıyla belirli bir coğrafyada iktisadi, siyasi ve kültürel çıkarları gözeten bir ideoloji doğrultusunda, yakınsayan kimlikler, ortak duygular ve kesişen hedefler çerçevesinde oluşturulan bölgesel örgütler, iç ve dış kaynakların etkin dağılımına odaklanan ulüstü yapılar olarak nitelendirilmektedir. Süreç içerisinde bu bölgeselcilik anlayışı değişime uğramıştır. Yeni bölgeselcilik olarak nitelendirilen ve böylece değişime uğrayan bölgeselcilik kavramı; Soğuk Savaş'ın askeri ve siyasi bloklarına esneklik kazandırmayı öngörmekte ve aktörleri aynı anda hem rekabetçi hem de işbirlikçi bir konuma koymaktadır (Hettne, Inotai & Sunkel, 1999). Açık bölgeselcilik olarak da nitelendirilen bu bölgeselcilik tarzı bir yandan coğrafi yakınlığı göz ardı ederken, diğer yandan yerel ve kültürel unsurların varlığını küreselleşme olgusuna karşı koruyan bir karaktere sahiptir (Makarychev, 2013). Bölgeselcilik alanında artan örgütler ve devamında elde edilen veriler neticesinde karşılaştırmalı bölgeselcilik ayrımı da yapılmaya başlamıştır. Bölgeselcilik türleri noktasında yeni bir ayrım ise örtüşen bölgeselcilik kavramı olarak literatüre girmiştir.

Aynı coğrafyada benzer hedefler doğrultusunda kurulan ve aynı üye profiline sahip olan bölgesel yapılanmaların konu edildiği örtüşen bölgeselcilikte; artan bölgesel örgüt sayıları, anlaşma metinleri, örgüt hedefleri ve üye olan devletler incelenmektedir. Bu çalışmada da örtüşen bölgeselcilik konusu Latin Amerika kapsamında irdelenmiş olup, bu bölgede önceli önemli pozisyona sahip olan ALBA, MERCASUR, UNASUR ve CELAC üzerinden değerlendirilmeye çalışılmıştır. Bu değerlendirme yapılırken, örgütlerin kuruluş amaçları, üye devletleri, değişen ve yenilenen hedefleri dikkate alınmıştır. Bu çerçevede çalışmada ilk olarak bölgeselcilik kavramı açıklanmış, ardından bölgeselciliğe dair teorilere yer verilmiştir. İkinci bölümde örtüşen bölgeselcilik kavramı ve literatürü tarihsel olarak Latin Amerika

bölgeselciliği özelinde ortaya koyulmuş olup, devamında ise incelenmiş olan örgütlerin kuruluş süreçleri, anlaşma metinleri ve hedefleri irdelenmiştir. Son bölümde ise elde edilen bulgular ışığında Latin Amerika'da örtüşen bölgeselciliğin meydana gelmesinde rol oynayan etkenlerin neler olduğu ve bu bölgesel örgütlerin etkinliğine yönelik değerlendirmeler ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda, çalışmada Latin Amerika'da örtüşen bölgeselciliğin olup olmadığı, varsa hangi düzeyde olduğu ve neden örtüşen bölgeselciliğin bölgede var olduğu soruları tarihsel inceleme, karşılaştırmalı analiz, içerik analizi, fenomenoloji ve detaylı veri analizi araştırma metotlarından faydalanılarak cevaplanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda çalışmadaki bağımsız değişkenler anlaşma metinleri, değişen ve eklenen örgüt hukuksal metinler, ticaret hacimleri ve Birleşmiş Milletler Genel Meclisi (UNGA) Oylamaları iken; bağımlı değişken olarak Latin Amerika'daki bölgesel örgütler olan ALBA, MERCASUR, UNASUR ve CELAC belirlenmiştir.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Bu çalışmada yer alan literatür taraması bölgeselcilik kavramı ve bölgeselcilik teorileri ile Latin Amerika'daki bölgeselcilik tarihi olarak ikili bir ayırım yapılarak hazırlanmıştır. İlk bölümde bölgeselcilik kavramı ilişkili olduğu terimlerle ve yaşadığı dönüşümlerle açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca konuya yönelik uluslararası ilişkiler disiplininde yer alan başlıca teorilerin bakış açılarına yer verilmiştir. İkinci bölümde ise Latin Amerika teriminin ortaya çıkış sürecinden başlayarak, bu coğrafyada tecrübe edilen bölgeselcilik geçmişi hayata geçirilen örgütler ile beraber ortaya koyulmuştur.

### 2.1. Bölgeselcilik Kavramı ve Teorileri

Bölge çalışmaları yapılırken değinilmesi gereken ilk husus bölgeselcilik ile bölgeselleşme kavramları arasındaki farklılıktır. Bölgeselleşme resmi veya gayri resmi tüm yapıları içeren, norm oluşturma ve yayma kıstasını göz ardı eden ve devlet dışı aktörlerin girişimlerini de içeren bir terim iken, bölgeselcilik resmi bir kurum çatısı altında, norm oluşturma ve yayma gayesine sahip olan ve devletler tarafından yürütülen girişimleri ifade eden kavramdır. Bu kapsam oluşturulan bölgesel kurumlar benimsedikleri yönetim anlayışına göre ikiye ayrılmaktadır; Hükümetlerarası örgütler ve ulusüstü yapılar. İlkinde, devletlerin sahip oldukları güç örgüt içerisinde baskındır. Başkanlık seviyesinde görüşmelerle kararlar alınırken, devletlerin kuruma yaptıkları yetki devri yok seviyesindedir. Bundan dolayı devletlerin bir araya gelme nedeni işbirliği zemini oluşturmaktır. Diğerinde ise normlar ve kurallar daha etkin bir durumdadır. Örgüt çatısı altında alınan kararlar aktörlere uygulanması noktasında dikte edilirken, devletler örgüte yetki devrinde bulunmaktadır. Bu tarz bir yapılanmanın oluşturulmasındaki amaç süreç içerisinde bölgesel entegrasyonu gerçekleştirebilmektir. Entegrasyon seviyesinin belirlenmesine yönelik ise ikili bir ayırım vardır. Bunlar ortaklama (Pooling)



ve delagasyon'dur. Ortaklamada aktörler ulusüstü yapılara sınırlı bir egemenlik devrinde bulunurken, delagasyon sisteminde ise bu kurumlara yapılan yetki devri daha üst seviyededir.

Görece yeni bir olgu olarak nitelendirebilecek olan bölgeselcilik kavramı, erken dönemde coğrafi kısıtlamalar, etnisite ve kimlik uyuşması, yalnızca devletlerin taraf olabildiği gibi kalıplar ile Avrupa merkezli olarak ele alınırken, tarihsel süreç içerisinde değişimlere ve dönüşümlere uğramıştır. Bunun neticesinde coğrafi sınırlara sıkıştırılmayan ve devlet olmayan aktörlerin de katılabildiği bölgesel oluşum anlayışına evrilen bölgeselcilik meselesi, dünyanın diğer coğrafyalarında da siyasi hedefler olarak belirlenmeye ve uluslararası arenada öncelikli konulardan birini oluşturmaya başlamıştır. Bu sebeple uluslararası ilişkiler disiplininde kendisine yer edinen bölgeselciliğe yönelik analiz düzeyine ve eylem mantığına göre çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Güç temelli ve rasyonalist yaklaşımlar bölgeselcilik meselesinde devlet odaklı olarak değerlendirmelerde bulunmaktadır. Güç temelli yaklaşımlar için oluşturulan yapılar neticesinde güç dağılımında meydana gelen değişiklikler önemli bir husus iken, rasyonalistler için ise bölgeselcilik girişimlerinin temelinde bir araya gelen aktörlerin benzer dış sorunlara yönelik ortak karar alma motivasyonu yer almaktadır. Realizm tarafından materyal kapasiteleri artan devletlerin büyük güç olduklarını kanıtlama yöntemi olarak belirtilen ve bu çerçevede bölgesel hakimiyet oluşturma gayesini ifade eden bölgeselcilik, güç dağılımının salt bir mekanizması olarak görülmektedir (Hurrell, 2016, ss.1-19). Hegemonik İstikrar Teorisi de benzer şekilde bölgeselcilik meselesini ele alarak güçlü devletlerin bölgelerinde hakimiyet sağlama ve kendi kontrollerinde bir entegrasyon oluşturma projesi şeklinde konuyu değerlendirmekte ve askeri müttefiklik, sınırlarında istikrarı sağlama ve yeni pazarlarla yeni kaynaklara erişme amaçlarına haiz olduğunu ifade etmektedir (Gilpin, 1987, ss.87-90; Antkiewicz & Whalley, 2005).

Liberal teoriler bölgeselcilik konusunu toplum odaklı olarak ele aldıklarını ileri sürmektedirler. Devletlerin uluslararası meselelerde bölgesel örgütler aracılığıyla söz haklarına sahip olduklarını belirten liberaller, yerel çıkarlara ve yerel aktörlerin kapasitelerine vurguda bulunmaktadır (Milner, 1997). Fonksiyonalistler bölgesel işbirliğine giden yolun teknik alanda yapılacak ortaklıklardan geçtiğini belirterek, sıçrama etkisi üzerinde durmaktadırlar ve siyasi hedeflere sahip değildirler. Neofonksiyonistler ise yalnızca teknik alanlarda değil, siyasi ve ekonomik alanlarda da işbirliklerinin yapılması gerektiğini belirterek, bölgeselciliği ekonomik çıkarlar doğrultusunda politik bir eylem olarak görmektedirler (Schmitter, 2005). Bu doğrultuda Avrupa'daki entegrasyon hareketlerine odaklanmaktadır. Neoliberal Kurumsalcılar için bölgeselcilik karmaşık karşılıklı bağımlılığın doğal bir çıktısı olup, küreselleşmenin bölgeselciliğin meydana gelmesinde itici bir güç rolünde olduğuna dikkat çekmektedirler (Keohane, 1984; Mistry, 2003). Hükümetlerarasıcılığın devlet merkezli olarak jeopolitik çıkarlar ile ele aldığı bölgeselcilik meselesi, liberal hükümetlerarasıcılık için ise bölgesel düzeyde yerel çıkarların korunması ve gözetilmesi olarak değerlendirilmektedir (Hoffman, 1982; Moravcsik, 1991).

Marksistler bölgeselciliği emperyalist bir çerçevede incelerken; Neomarksistler için bölgeselcilik siyasi ve sosyal konuların göz ardı edilerek, yalnızca ekonomik motivasyonlara odaklanılan ve kapitalist ilerlemenin devamını sağlamak adına kendisini sınırlayacak etmenlerin görmezden gelinmesini sağlayan bir anlayış olarak görülmektedir (Cocks, 1980, ss.1-40). İnşacı yaklaşım ise konuyu fikirler, kimlikler ve normlar üzerinden irdeleyerek bölgesel yapılanmalardaki ortak bağlara vurguda bulunmaktadır (Kupchan, 2014, s.20). Ortak değerlerin ve normların, karşılıklı güvenin tesisi ve sorunların giderilmesi noktasında kritik bir role sahip olduğu ifade edilerek başarılı bir bölgesel oluşum için toplumsal bilincin varlığına dikkat çekilmektedir (Acharya, 2001).

## 2.2. Latin Amerika Bölgeselciliği

19. yüzyıldan itibaren bağımsızlıklarını elde etmeye başlayan Latin Amerika ülkeleri için bölgeselcilik meselesi erken dönemde bölgesel birliktelik çerçevesinde kıtada kendi bağımsızlıklarını koruma gayesiyle siyasi ve güvenlik odaklı bir şekilde değerlendirilmiştir (Dominguez, 2007). Ekonomik boyut ise 20. yüzyılın ortalarından itibaren bölge içi gümrük birliğinin oluşturulmasına dair girişimler ile birlikte Latin Amerika bölgeselciliğinde kendisine yer bulmaya başlamıştır (Briceno Ruiz, 2013). Bölge ülkelerinin bölgesel blok oluşturmalarındaki temel etken ABD'ye ve ABD'nin etkin olduğu Amerikan Devletleri Örgütü (OAS)'ne karşı bir araya gelmektir (Grabendorff, 2010, s.159). 19. yüzyılın başlarında Francisco de Miranda ve Simon Bolivar'ın söylemleriyle başlayan Latin Amerika'da bölgeselcilik yolculuğu, ardından ABD'nin kongre diplomasisi, Monroe Doktrini ve OAS'ın kurulmasıyla yeni bir boyuta taşınırken, Soğuk Savaş'ın sona ermesinin ardından parçalı, dağınık ve çok çeşitli olarak varlığını sürdürmektedir.

Günümüzde Latin Amerika olarak ifade edilen alana dair ilk coğrafi tanımlama 1570 yılında Lopez de Velazco tarafından o dönemde kıtaya hakim olan İspanyolların topraklarını bölümlere ayırma amacıyla yapılmıştır. Kıtadaki İspanyol sahalarını Kuzey Antilleri, Batı Antilleri ve Güney Antilleri olarak ayıran Velazco'nun Güney Antilleri olarak adlandırmış olduğu alan günümüz Latin Amerika topraklarını ifade etmektedir (Barton, 2003, s. 40). Miranda ise Hispanyol Amerika'da devrim yapmayı amaçlarken, Patagonya'dan Mississippi'ye kadar uzanan coğrafyayı Meridyonel/Güney Amerika olarak nitelendirmiştir (Bohórquez Morán, 2006, s.183). Kendisini kontinentalist olarak deklare eden Miranda, Kolombiya olarak ifade ettiği Hispanyol Amerikası'ndaki halkların bağımsızlığı adına bir araya gelmenin gerekliliğine vurguda bulunarak ilki 1774 yılında Philadelphia'da olmak üzere Kıtasal Kongreler serisi düzenlenmesinin öncüsü olmuştur. Aynı dönemde Simon Bolivar da kıtasal birliğe önem atfetmiştir. Tüm Amerika'nın birlikteliği tahayyülüne sahip olan Bolivar; İspanyolların, Fransızların ve İngilizlerin kıtaya yönelik siyasi emelleri hakkında endişeli iken, ABD'nin bölgede olası hakimiyet kurma hedefine dair şüphelere sahip olmuştur. 1823 yılında ABD'nin Monroe Doktrini'nin yayımlanmasıyla Bolivar'ın şüphesi gerçeğe

dönüşmüştür. Bu doktrinle ABD, kıtayı kendi arka bahçesi olarak nitelendirmiş ve herhangi bir dış gücün bölgeye intikal etmesini yasaklamıştır. Böylelikle ABD, bölgede hegemonik bir yapı inşa etme sürecine girmiştir. Buna karşılık Bolivar, 1826 yılında Panama'da düzenlenmesi öngörülen bir kongre çağrısında bulunmuş ve bu kongrede Bolivar Doktrinini ilan etmiştir. Doktrin temel esaslarını halkların eşitliği, demokrasi, hegemonik karşıtlık ve köleliğin sona erdirilmesi oluşturmuştur. Bildirinin uzun dönemli amacı olarak ise tüm dünya halklarını tek bir çatı altında toplanması belirlenmiştir (De La Reza, 2006, s.38).

ABD'nin, başta Meksika topraklarının dörtte birinden az olmamak üzere, yayılmacı politikalarının gerçekleştiği 19. yüzyılın son çeyreğine doğru, fetihlerin yalnızca savaşlarla olmadığı düşük seviyede de olsa farkına varılmış ve ekonomik alanda entegrasyon gerekliliğine dair ilk fikir Alberdi tarafından Güney Amerika Birliği önerisiyle dile getirilmiştir. Bu birlik ile gümrük ve tarifelerde ittifak yapılması ihtiyacına vurguda bulunulmuştur (Puntigliano, 2013, s.30). Ancak bu fikir destek bulmamış ve ekonomik boyut bu dönemde geri planda kalmaya devam etmiştir. ABD'nin Küba ve Porto Riko'da hamilikte bulunması, kendi öncülüğünde Pan-Amerikan hareketini başlatması, ticari ve siyasi olarak stratejik önem attığı Panama Kanalı'nı inşa etmek ve kontrolü altında tutmak adına Kolombiya'ya müdahalede bulunarak Panama adında yeni bir devlet kurması sonrasında yeni bir kimlik oluşturmuştur; Latin Amerika.

20. yüzyılın ilk yarısında gerçekleşen iki büyük savaş dünya siyasetinin yegane konularını oluşturmuş, 1950'lerden itibaren bölgeselcilik meselesi yeniden uluslararası siyasette ve Latin Amerika'da kendisine yer bulmuştur. Avrupa'da Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'nun oluşturulması ve devam eden süreçte evrilerek kendisine uluslararası siyasette önemli bir yer edinmesi diğer bölgelerdeki ülkeler için bölgesel yapılanmalar inşa etme noktasında rol model olmuştur. Bu dönemden itibaren Latin Amerika'da etkinliklerinin sorgulandığı birçok bölgesel örgüt oluşturulmaya başlamıştır.

1960'lara doğru Brezilya'da entegrasyon yanlısı hükümetler olan Kubitschek ve Goulart'ın yönetimde olması ve Arjantin'de benzer şekilde Frondizi hükümetinin başta olması ile birlikte, Brezilya ve Arjantin öncülüğünde, BM CEPAL destekli olarak, Latin Amerika Serbest Ticaret Birliği (LAFTA) 1960 yılında oluşturulmuştur. O dönemde ABD yanlısı olan Brezilya hükümeti, bu yapılanma ile Latin Amerika ülkeleri ile beraber Atlantik topluluğuna dahil olma amacına sahip olmuştur (Jaguaribe, 1968, ss.181-182). Ancak örgüt istenilen başarıya ulaşma noktasında yetersiz kalmıştır. 1960'ların sonlarına doğru Şilili siyasetçiler Herrera hükümeti liderliğinde Hispanyol milliyetçiliğini merkeze koyan, ortak vatandaşlık, ortak dış politika ve uzun dönemde daha geniş bir Latin Amerika birliği tahayyülüne haiz olan Ant Topluluğu'nun kurulmasına öncü olmuştur. 1969 yılında hayata geçirilen ve 1826 yılında Bolivar liderliğinde toplanan kongreyi temel alan bu oluşumda Bolivya, Ekvador, Peru, Kolombiya ve Şili yer almıştır. Ancak 1976 yılında gerçekleşen askeri darbe neticesinde yönetimi değişen Şili, birlikten çekilmiş ve topluluk itici gücünü yitirmiştir. 1980'lerde

askeri rejimlerin yerlerini sivil bürokratlara bırakmaya başladığı Latin Amerika'daki bu değişimi takiben Arjantin ve Brezilya öncülüğünde, Entegrasyon ve Ekonomik İşbirliği Programı (PICE) başlatılmıştır. Sektörel düzenlemeleri öngören ve neofonksiyonalist çerçevede hareket eden bu program, teknoloji ve endüstri alanlarına öncelik vermiştir.

1990'lar ve sonrasındaki dönemlerde, Soğuk Savaş'ın sona ermesi ve Avrupadaki entegrasyon girişiminin 1991 yılında Maastrich Anlaşması'yla Avrupa Birliği'ne başarıyla dönüşmesi nedeniyle, entegrasyon hareketlerinde artışlar yaşanmıştır. Neoliberal anlayışın uluslararası arenada hüküm sürmeye başladığı ve Washington Uzlaşısı'nın sağlandığı 1990'ların başında Latin Amerika'da Güney Amerika Ortak Pazarı (MERCOSUR) inşa edilmiştir. Brezilya'nın öncü ülke olarak sıvırıldığı yapının amacı; neoliberal esaslar ve açık bölgeselcilik anlayışı doğrultusunda ticaretin serbestleştirilmesi, kamu sektörünün daraltılması, özelleştirmelerin yapılması, devletin rolünün kısıtlanması ve ortak para birliğinin sağlanmasıdır. MERCOSUR'un inşa edilmesinde 1980'lerde bölgede yaşanan krizler ve ulaşılan hiperenflasyon oranları etkili olmuştur. 1993 yılında Meksika, ABD ve Kanada arasında oluşturulan NAFTA'ya karşılık, Güney Amerika Serbest Ticaret Bölgesi (SAFTA) kurulmuştur. SAFTA'da Brezilya'nın yanı sıra Arjantin de merkezi bir konumda yer alırken, örgüt MERCOSUR ile sıkı ilişkilere sahip olmuştur. 1995 yılında ise ABD'nin MERCOSUR'un etkinliğini kırmak ve bölge ülkelerini yanına çekmek amacıyla oluşturduğu Amerika Serbest Ticaret Bölgesi (FTAA)'ya karşılık olarak MERCOSUR'u ve Güney Amerika ülkelerini desteklemek amacıyla Bolivya, Brezilya, Ekvador, Guyana, Kolombiya, Peru, Surinam ve Venezuela tarafından Amazon İşbirliği Anlaşması Örgütü (ACTO) kurulmuştur.

2000'lerde Latin Amerika bölgeselciliği güçlü ticari ve kültürel bağlar kurma, ABD'ye karşı bölgede dirençli bir şekilde var olma, finans, kalkınma, insan hakları ve ekoloji gibi çeşitli alanlarda ortak hareket etme gibi motivasyonlar ile donatılmıştır (Feinberg & Boylan, 199, s.6). 2000 yılında ilk kez Güney Amerika Devlet Başkanları Zirvesi düzenlenmiş ve toplantı sonucunda Güney Amerika Bölgesel Altyapı Entegrasyonu Girişimi (IIRSA)'yı başlatma kararı alınmıştır. IIRSA'nın amacı bir yandan bölgede altyapı entegrasyonunu sağlamak iken, diğer yandan MERCOSUR ve Ant Topluluğu arasında serbest ticaret alanı için ilk adımı atmak olmuştur. Uzun dönemli hedef olarak ise Güney Amerika Birleşik Devletleri'nin kurulması belirlenmiştir (Gudynas, 2006). 2004 yılında Küba devlet başkanı Fidel Castro ve Venezuela devlet başkanı Hugo Chavez öncülüğünde Simon Bolivar'ı esas alan Latin Amerika için Bolivarıcı İttifak (ALBA) kurulmuştur. Antiemperyalist hedefleri ve entegrasyon yolunda toplumsal sorunların çözümünü merkeze koyan bu birlik, Güney Bankası gibi yeni kurumların kuruluşunu öngörmüştür. 2008 yılında Peru'da 12 bölge ülkesi bir araya gelerek ABD, Asya ve Avrupadaki güçlere karşı ortak bir şekilde hareket edebilmek adına Güney Amerika Uluslar Birliği (UNASUR)'ni kurmuştur. Katılımcı ülkeler Brezilya'nın hegemonik rolde olma ihtimali veya egemenliklerinin üst bir yapıya devri gibi hususlar nedeniyle birtakım çekincelere sahip olsa da örgüt faaliyete geçmeyi başarmıştır (Puntigliano,

2013, s.43). 2010 yılında Meksika'da düzenlenen Rio Grubu ve Latin Amerika-Karayip Entegrasyon ve Gelişme Zirvesi'nde bölge ülkelerini bir araya getirmek ve siyasi, iktisadi, kültürel ve sosyal entegrasyonu gerçekleştirmek adına demokrasi ve sosyal adalet temelinde Latin Amerika ve Karayip Devletler Topluluğu (CELAC) oluşturulmuştur (Uyanık, 2014, s.339).

**Tablo 1:** Latin Amerika'daki bölgeselleşme süreci

Tarih	Öncü Lider/Ülke	Kuruluş Felsefesi	Oluşum
1770'ler	Francisco De Miranda	Sömürgeci Devletlere Karşı Kontinentalist Birlik	Kıtasal Kongreler Serisi
1820'ler	Simon Bolivar	Bolivar Doktrini	Panama Kongresi
1960	Brezilya ve Arjantin	Atlantik Topluluğuna Dahil Olma	LAFTA
1969	Şili	Bolivar Doktrini	Ant Topluluğu
1991	Brezilya	Neoliberal Entegrasyon	MERCOSUR
1995	Bölge Ülkeleri	ABD'ye Karşı Bir Arada Olma	ACTO
2000	Bölge Ülkeleri	Güney Amerika Birleşik Devletleri'ni Kurma	IIRSA
2004	Küba ve Venezuela	Bolivar Doktrini	ALBA
2008	Brezilya ve Arjantin	ABD, Asya ve Avrupa'ya Karşı Ortak Hareket Etme	UNASUR
2010	Bölge Ülkeleri	Siyasi, İktisadi, Kültürel ve Sosyal Entegrasyon	CELAC

18. yüzyıldan itibaren söylesel düzeyde başlayan Latin Amerika bölgeselciliği, parçalı, çeşitli ve sürekli yeni yapıların oluşturulduğu bir niteliğe sahiptir. Uluslararası sisteminde güçlü devletlerine karşı sınırlı pazarlık güçlerini artırmak, bireysel olarak eksikliklerini gidererek ekonomik ve sosyal kalkınmayı gerçekleştirmek ve ortak kimlik ve benzer kültür fikri etrafında bir araya gelmek gibi saikler ile gerçekleştirilen ve ABD karşıtlığı, bölgesel birlik, ekonomik birliktelik gibi sürekli tekrarlanan amaçlarla inşa edilen bu yapılar, birbirleriyle örtüşen bir karaktere sahiptir. Çalışmada bu sav MERCOSUR, ALBA, UNASUR ve CELAC üzerinden irdelenmiştir.

### 3. METODOLOJİ ve ANALİZ BİRİMLERİ

Bu bölümde analiz birimleri olan MERCOSUR, ALBA, UNASUR ve CELAC'ın tarihsel yöntem kullanılarak kısa tarihçeleri açığa çıkarılmıştır. Karşılaştırmalı analiz ve içerik analizi yöntemleriyle örgütlerin resmi belgeleri incelenmiş ve ne tür bir yapıya sahip oldukları, hangi alanlara veya amaçlara yönelik düzenlemeler içerdikleri saptanmıştır. Bu doğrultuda incelenen hususlar ise ticaret, yatırım, para birliği, ekonomik birlik, siyasi birlik, devletin rolü, enerji, çevre, güvenlik, eğitim, sağlık, demokrasi ve insan hakları ile hükümet ideolojileridir. Ardından bölgesel örgütlerin başarı düzeyleri bölge içi ihracat verileriyle Birleşmiş Milletler Genel Meclisi (UNGA)'ndeki oylama davranışları üzerinden ekonomik ve siyasi olarak ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Fenomenoloji yöntemi ile analiz birimi olan bölgesel örgütlerin, ekonomik entegrasyon doğrultusunda hangi düzeyde olduklarının ortaya koyulması amacıyla, kuruluş yılları gözetilerek 2017 yılına kadar gerçekleştirdikleri bölge içi

ticaret hacimleri ve bu hacmin kıtasal ve küresel ölçekte yapılan ticaretteki oranları, süreç içerisinde kırılma noktalarında yaşanan olaylar ile kısaca açıklanmıştır. Devamında ise UN-BISNET'te yer alan ikincil veriler ile detaylı veri analizi çalışması yapılarak analiz birimlerinin uluslararası arenada ortak bir siyasi tutuma sahip olup yeknesak bir biçimde hareket etme düzeyleri UNGA'da yapılan oy tercihleri neticesinde oluşan uzlaşma oranları ile değerlendirilmiştir.

### 3.1. Kısa Tarihçeler

Analiz birimleri arasında ilk olarak meydana gelmiş olan MERCOSUR, Soğuk Savaş sürecinin sonlarına doğru tohumlanmış olan bir örgüttür. Soğuk Savaş'ın sona ermesine doğru ekonomik etki alanını genişletmek isteyen ABD, Meksika'nın başlattığı girişimler ve devamında Kanada'nın da eklendiği görüşmeler neticesinde üçlü mekanizma ile NAFTA'yı kurma yoluna girmiştir. ABD'nin Meksika ile yakınlaşıp NAFTA'yı faaliyete geçirecek aşamaya gelmesi Latin Amerika ülkelerinde paniğe yol açmış ve bölge ülkeleri ABD ile serbest ticaret alanı oluşturmak için girişimlerde bulunmaya çalışmıştır (Baldwin, 1997). Latin Amerikadaki bölgeselcilik ateşini yeniden yakan NAFTA'ya dahil olamayan ülkeler, bir araya gelip Güney Amerika Ortak Pazarı olarak nitelendirilen MERCOSUR'u oluşturmuştur. Arjantin, Brezilya, Paraguay ve Uruguay tarafından kurulan örgütün temeli 1985 yılında Arjantin ve Brezilya devlet başkanlarının müşterek imzada bulunduğu Iguazu Bildirisi'ne dayanmaktadır. 1988 yılında Uruguay'ın Alvorada Anlaşması'nı imzalayıp dahil olduğu bildiri bölgesel nitelik kazanmıştır. 1991 yılında Paraguay'ın başkenti Asuncion'da bu dört ülkenin imzasıyla MERCOSUR, Asuncion Antlaşması'yla kurulmuştur (Uyanık, 2014).

Analiz birimleri içerisinde ikincil olarak kurulmuş olan ALBA, 21.yüzyılına başlarında inşa edilmiştir. Aralık 2004'te Havana'da bir araya gelen Küba Devlet Başkanı Fidel Castro ile Venezuela Devlet Başkanı Hugo Chavez'in müşterek imzaları ile birlikte Latin Amerika İçin Bolivarcı İttifak (ALBA) kuruldu. ABD öncülüğündeki Amerika Serbest Ticaret Bölgesi (FTAA)'ya karşı olarak kurulan ALBA, Dördüncü Amerikalılar Zirvesi'nde ABD Başkanı Bush'un bölge ülkelere kabul ettirmek istediği yapılmaya bir alternatif olarak sunuldu (Uyanık, 2014, s.340). Herhangi bir kurucu anlaşması bulunmayan örgüt, anlaşmalar ve siyasi diyaloglar için forum niteliği taşımaktadır. ALBA'nın temelinde Bolivarcı anlayışa atıfta bulunularak, neoliberal ticaret ve yatırım entegrasyonunun reddedilip halkların çıkarının savunulduğu bir arada yaşama ilkesi yer almaktadır (SELA, 2015). Toplumsal temelli demokrasiyi, Latin Amerika ulusları arasında eşitliği ve dayanışmayı vurgulamaktadır. Örgütün temel belgeleri on iki prensipten oluşan ALBA Ortak Bildirgesi ile yirmi üç maddeden oluşan ALBA Halkların Ticari Anlaşması (ALBA-TCP)'dir.

Üçüncü analiz birimi Güney Amerika Uluslar Topluluğu (UNASUR)'a yönelik ilk fikirler Aralık 2004 tarihinde Peru'da düzenlenen III. Güney Amerikalılar Zirvesi'nde filizlenmiştir. 2005'te Brezilya'daki ve 2006'da Cochabamba'daki zirvelerle alt yapısı oluşturulmaya başlayan



birliğin kuruluşuna 2007'de Margarita Adası'nda düzenlenen Güney Amerika Enerji Zirvesi'ndeki toplantıda karar verilmiştir. 23 Mayıs 2008 tarihinde Genel Sekreterliği'nin Ekvador'un başkenti Quito'da, meclisinin ise Bolivya'nın Cochabamba kentinde yer alacağı şekilde, UNASUR Anlaşması onaylanmıştır. ABD'nin bölgede OAS öncülüğünde hakimiyet kurma girişimlerine karşı bir cevap olarak oluşturulan UNASUR'un bu anlaşması 11 Mart 2011'de yürürlüğe girmiştir (UNASUR, 2011(a)). İlk kez 19.yüzyılın başlarında Simon Bolivar tarafından Panama Konferansı'nda dile getirilen Güney Amerika Birliği fikri, UNASUR ile somutlaşmıştır.

En yeni tarihli kuruluşa sahip olan analizi birimi ise CELAC'tır. Latin Amerika ve Karayipler Devletler Topluluğu'nun (CELAC) kurulması, Şubat 2010'da Meksika'da gerçekleştirilen 21. Rio Grubu Zirvesi'nde ve İkinci Latin Amerika ve Karayipler Kalkınma ve Entegrasyon Zirvesi'nde kararlaştırılmıştır. Dönemin Venezuela Devlet Başkanı Hugo Chavez'in çabaları neticesinde ABD'nin OAS öncülüğünde bölgedeki hakimiyet girişimlerine karşı bölge ülkelerine alternatif olarak ortaya çıkan CELAC, 3 Aralık 2011'de Venezuelada bir araya gelen 33 üye ülkenin Caracas Bildirisi'nin imzalamasıyla resmen kurulmuştur (Uyanık, 2014, s.339). Örgütün öne çıkan özelliği ABD'yi dışlaması ve elli yıldan fazla süredir kıttadan izole edilen Küba'yı bünyesine almasıdır. Böylelikle ABD'nin Küba'ya yönelik uygulamış olduğu ambargo geçersiz kılınmıştır.

### 3.2. Örgüt Üyeleri

Analiz birimleri örgüt üyeleri açısından ele alındığında, bölge ülkelerinin birden fazla örgüte üye oldukları görülmüştür. MERCOSUR'un kurucu üyeleri Arjantin, Brezilya, Paraguay ve Uruguay'dır. 2012 yılında Venezuela örgüte dahil olmuş, ancak 2016 yılında ülkede yaşanan siyasi olaylardan dolayı örgütten doğan hakları yasaklanmıştır. Bolivya ise üyelik sürecindedir. Şili, Kolombiya, Ekvador, Guyana, Peru ve Surinam ise MERCOSUR'da bağlı ortak statüsünde yer almaktadır. ALBA ele alındığında örgütün kurucu üyeleri Küba ve Venezueladır. 2006 yılında Bolivya, 2007 yılında Nikaragua, 2008'de Dominik Milletler Topluluğu, 2009'da St. Vincent ve Grenada ile Antik Barbuda, 2013'te St. Lucia, 2014'te St. Kints and Nevis ile Grenada üye olmuştur. Surinam özel misafir üye statüsündedir. Haiti, İran ve Suriye gözlemci üye statüsündedir. Honduras 2008 yılında katılıp 2010'da örgütten ayrılırken, benzer şekilde Ekvador da 2009 yılında ALBA'ya katılmış, 2018 yılında örgütten ayrılmıştır (SELA, 2015). UNASUR'da ise on iki devlet üye konumundadır. Bunlar; Arjantin, Bolivya, Brezilya, Şili, Kolombiya, Ekvador, Guyana, Paraguay, Peru, Surinam, Uruguay ve Venezueladır. Kolombiya'nın yeni lideri Ivan Duque Ağustos 2018'de ülkesinin altı ay içerisinde UNASUR'dan ayrılacağını açıklamıştır (Trujillo, 2018). CELAC ise bölgede bulunan tüm devletleri bünyesinde bulundurarak 33 devletten oluşan bir yapılanmadır. Örgüte üye olan devletler; Antik Barbuda, Arjantin, Bahamalar, Barbados, Belize, Bolivya, Brezilya, Şili, Kolombiya, Kosta Rika, Küba, Dominika Milletler Topluluğu, Dominik Cumhuriyeti, Ekvador,

El Salvador, Grenada, Guatemala, Guyana, Haiti, Honduras, Jamaika, Meksika, Nikaragua, Panama, Paraguay, Peru, St. Kitts and Nevis, St. Lucia, St. Vincent and Grenadines, Surinam, Trinidad ve Tobago, Uruguay ve Venezueladır.

Bu kapsamda CELAC en kapsayıcı örgüt konumunda olup, tüm bölge ülkelerini çatısı altında bulundurmaktadır. Arjantin, Brezilya, Paraguay ve Uruguay, CLAC'ın yanı sıra MERCOSUR ve UNASUR'da üye statüsüne sahip iken; Venezuela ise tüm analiz birimlerinde üyelik elde etmeyi başarmış bir devlet pozisyonundadır. Bunun neticesinde bölgedeki devletlerin birçoğu en az iki bölgesel örgüte üye konumunda iken, bazı devletler için ise bu sayı daha da fazladır. Bu durum örtüşen bölgeselcilikte norm çatışması oluşması riskini örgütlerin farklılaşan normları benimsemesi nedeniyle artırmaktadır.

### 3.3. Kurumsal Yapılanma ve Karar Alma Mekanizması

1991 yılında imzalanan kuruluş anlaşmasına göre Ortak Pazar Konseyi ve Ortak Pazar Grubu olmak üzere iki organa sahip olan MERCOSUR, 17 Aralık 1994'te kabul edilen Quero Preto Protokolü ile altı organa haiz olmuştur. Bu organlar (Carvalho, 2010); Ortak Pazar Konseyi, Ortak Pazar Grubu, MERCOSUR Ticaret Komisyon, Karma Parlamenter Komisyonu, Ekonomik ve Sosyal Yardımlaşma Forumu ve MERCOSUR İdari Sekreterliği'dir. *Ortak Pazar Konseyi*; Örgütün en üstün organıdır. Belirlenen hedeflere ulaşılması noktasında karar alma yetkisine ve entegrasyon sürecinde siyasi liderlik rolüne haizdir. *Ortak Pazar Grubu*, örgütün yürütme organıdır. Alınan kararları uygulamaya koymak yükümlüdür. *MERCOSUR Ticaret Komisyonu*, Ortak Pazar Grubu'na yardım eder. Gümrük birliğinin sağlanmasına yönelik ortak ticari siyasal araçların uygulanmasını denetler. *Karma Parlamenter Komisyonu*, üye ülkelerin temsilcilerinin yer aldığı organdır. Ortak Pazar Grubu aracılığıyla Ortak Pazar Konseyi'ne önerilerde bulunur. *Ekonomik ve Sosyal Danışma Forumu*, ekonomik ve toplumsal sektöre dahil olan grupları temsil eder. *MERCOSUR İdari Sekreterliği* ise operasyonel organdır. Günlük işlerin yürütülmesi ve diğer organlara yardım edilmesiyle yükümlüdür.

ALBA'da kurucu anlaşma bulunmamasından dolayı örgütün kurumsal yapısı, gerçekleştirilen forumlar neticesinde oluşturulmuştur. Bu kapsamda örgütün en yetkili organı *Başkanlık Konseyi*'dir. Başkanlık Konseyi'nin altında dört bağlı konsey bulunmaktadır. Bunlar; Sosyal Konsey, Ekonomik Konsey, Toplumsal Hareketler Konseyi ve Siyasi Konsey'dir. *Sosyal Konsey*, bakanlıkların eğitim, sağlık, iş gücü ve kültür alanlarında işbirliği yapmalarını sağlamayı amaçlayan yapıdır. *Ekonomik Konsey*, ekonomi, ticaret, finans ve kalkınma gibi konularda ortak kalkınma hedefi doğrultusunda koordineli olarak stratejileri ve politikaları uygulamaya dökmelerini sağlamayı amaçlayan yapıdır. Bu konseye bağlı çalışma grupları, turizm, sanayi, enerji, gıda güvenliği, teknoloji ve alt yapı gibi konularda çalışma gruplarına sahip olup, önemli rol oynamaktadır. *Toplumsal Hareketler Konseyi*, ALBA'ya doğrudan toplumsal katılımı sağlayarak entegrasyonu kolaylaştırmayı amaçlayan yapıdır. *Siyasi Konsey* ise üye devletlerin dış işleri bakanlarından oluşan ve Başkanlık Konseyi'ne stratejik siyasi



konularda önerilerde bulunan yapıdır. Siyasi Konsey'e bağlı olan dört adet komite bulunmaktadır. Bunlar; Kadınlar ve Fırsat Eşitliği Komitesi, Doğa'nın Korunması Komitesi, Egemenlik ve Savunma Daimi Komitesi ve Siyasi Komite'dir. Siyasi Komite'ye bağlı 2 yapı bulunmaktadır. Bunlar; Uluslararası Hukuk, Özbelirlenim, Egemenlik ve İnsan Hakları Çalışma Grubu ile ALBA Yönetici Sekreterliği'dir. Bu yapıların yanı sıra örgütün Savunma Konseyi, üye devletlerin Savunma Bakanlıkları ve Silahlı Kuvvetleri tarafından oluşturulmuş ifade edilmektedir (SELA, 2015).

UNASUR'daki kurumsal yapı dört ana organdan ve 12 bakanlık ve sektörel konseyden oluşmaktadır. Ana organlar; Devlet ve Hükümet Başkanları Konseyi, Dış İşleri Bakanları Konseyi, Temsilciler Konseyi ve Genel Sekreterlik'tir. *Devlet ve Hükümet Başkanları Konseyi*, UNASUR'un en yetkili organıdır. Örgütün yasa programını, eylem planını, programlarını ve projelerini Güney Amerika entegrasyonu çerçevesinde belirler. *Dış İşleri Bakanları Konseyi*, örgütün en yetkin ikinci organıdır. Dönem Başkanı aracılığıyla üye devletlere özel toplantı için çağrıda bulunabilir. Devlet Başkanları Konseyi'nin aldığı kararları uygular ve bu konseyde görüşülecek yasa tasarılarını hazırlar. Bölgesel çıkarlar doğrultusunda siyasi diyaloglar ve iş birlikleri kurar. Entegrasyon sürecini gözetler ve değerlendirir. *Temsilciler Konseyi*, her üye devletten bir temsilcinin yer aldığı organdır. Yukarıda yer alan iki organın aldığı kararları, dönem başkanının ve genel sekreterliğin desteği ile uygulamakla yükümlüdür. Dış İşleri Bakanları Konseyi'nin toplantılarını ve bu toplantılarda görüşülecek taslak kararları, çözümleri ve düzenlemeleri hazırlar. Çalışma gruplarını koordine eder ve denetler. *Genel Sekreterlik* ise teknik bir organ olup, Devlet ve Hükümet Başkanları Konseyi'nin vekilliğinden doğan yetkiyle yürütme görevini üstlenir. Üye ülkelerin farklı dil, cinsiyet ve etnisiteye sahip olan temsilcilerinden oluşur. Ayrıca bu dört ana organa ek olarak 12 adet bakanlık veya sektörel konseyler bulunmaktadır. Bunlar ise Savunma Konseyi, Toplumsal Kalkınma Konseyi, Sağlık Konseyi, Ekonomi ve Finans Konseyi, Seçim Konseyi, Eğitim Konseyi, Enerji Konseyi, Altyapı ve Planlama Konseyi, Bilim, Teknoloji ve İnovasyon Konseyi, Dünya Uyuşturucu Sorunu Konseyi, Kültür Konseyi ile Ulusötesi Organize Suçlara Karşı Güvenlik, Adalet ve Koordinasyon Konseyi'dir.

CELAC'ta ise durum farklıdır. Bir forum olarak işlerlik gösteren CELAC, organizasyonel yapısında Geçici Başkanlık, Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi, Dış İşleri Bakanları Toplantıları, Özel Toplantılar ve Troyka'yı bulundurmaktadır.

Ekonomi, ticaret, toplumsal meseleler ve parlamenter meclis ve türevleri gibi benzeşen yapılara haiz olan bu dört analiz biriminde de kararlar oy birliği şartının arandığı bir mekanizma ile alınmaktadır. Bu durum farklı konularda değişen yaklaşımlara sahip olan devletlerin aynı mesele üzerinde uzlaşma sağlaması zorunluluğunu ortaya çıkarmakta ve birden çok örgüte üye olan devletlerin fırsat maliyetine göre hareket etmesine yol açıp, örgütlerin norm çatışması sebebiyle işlerliklerinde aksaklıklar yaşamasına sebep olma ihtimalini doğurmaktadır.

### 3.4. Analiz Birimlerinin Kapsamı

Bu bölümde analiz birimleri olan MERCOSUR, ALBA, UNASUR ve CELAC'ın resmi belgeleri incelenerek, örgütün hitap ettiği konulara yönelik irdelemelerde bulunulmuştur.

#### 3.4.1. Ticaret

MERCOSUR, kuruluş anlaşması Asuncion Sözleşmesi ile Quro Preto Protokolü'nde giriş bölümünde ve temel hedeflerinde belirtildiği gibi ortak pazar oluşturulması için kurulan yapı, ticari faaliyetleri merkeze koymaktadır. Bu durum Asuncion Sözleşmesinin giriş bölümünde “...*Entegrasyon yoluyla iç pazarların genişletilmesi toplumsal adalet temelinde ekonomik kalkınma sürecinin hızlanmanın çok önemli bir ön koşuludur...*” şeklinde yer bulmaktadır. Bu doğrultuda yerel piyasanın genişletilip ticari aktivitelerin artırılması hedeflenmektedir. Bu kapsamda Quro Preto Protokolü'nün 8. maddesinin 2. bendinde “...*Ortak pazarın inşası için gerekli adımları destekleyerek yasalar oluşturmak...*” hükmü bulunmaktadır.

Neoliberal ticaret ve ekonomi anlayışına karşı olarak kurulan ALBA, ortak bildirisinde ve Halkların Ticaret Sözleşmesi'nde, ticari meseleleri merkeze koyan bir yapıdadır. Örgütün ilk iki prensibinde dengeli ve sürdürülebilir kalkınmada tamamlayıcı ticaretin önemine vurgu yapılmaktadır (ALBA TCP, 2006). ALBA-TCP'de ise ticaretin tamamlayıcı, bağımsız, ortak, harmoni içerisinde, destekleyici bir şekilde üye devletlerce yapılması öngörülmektedir. Bu doğrultuda Ekonomi Konseyi altında Ticari Tümleme Çalışma Grubu yer almaktadır. Örgütün ticarete yönelik yaklaşımı ALBA-TCP'de bulunan aşağıdaki prensiplerinde açıkça yer almaktadır;

*“...Tamamlayıcılığı, dayanışmayı ve işbirliğini temel alan ticaret yapılacaktır. Böylece birlikte değerli ve iyi bir yaşama erişim sağlanır...İç işlere müdahale edilmeden ve herhangi bir koşulluluk şartı getirilmeden egemenliklere saygılı ticaret anlayışını benimsemek...”*

UNASUR'da ticaret meselesi kurucu anlaşmanın 3. maddesinin 12. bendinde; yoksulluğun azaltılması ve her gruptan insanın refahının desteklenmesi yolunda üye ülkelerin ekonomilerinin tümlenmesiyle asimetrik sorunları aşmak için yenilikçi, dinamik, şeffaf, eşitlikçi ve dengeli süreç içerisinde ekonomik ve ticari işbirliğinin sağlanması şeklinde yer almakta, örgütün toplumsal sorunlara çözüm oluşturarak ticari kalkınma hedefine haiz olduğunu ortaya koymaktadır. CELAC'ta ise örgütün kuruluşunu temsil eden Caracas Bildirisi'nin 5. ve 30. maddesinde ticari alanda işbirliğinin yapılacağı ifade edilmektedir. Örgütün son liderler zirvesi bildirisi olan 2017 Punto Cana Deklarasyonu'nda konu ticaret alt başlığında 44. 45. 46. ve 47. maddelerde ele alınmıştır. Bu maddelerde şeffaf, erişilebilir ve kapsayıcı normlar temelinde, ayrımcı olmayan ve adil bir ticaret sistemi oluşturularak taraf ülkelerin ekonomilerinin birbirini tamamlayacağı ve birbirine entegre edileceği bir yapılanma meydana getirme gereksiniminden bahsedilmektedir. Ayrıca değişen, dönüşümler yaşayan ve

küreselleşen uluslararası ortamda oluşabilecek ekonomik risklere ve belirsizliklere karşı birlik olunması gerekliliğine vurgu yapılmaktadır (CELAC, 2011(a)).

Dört örgütte de ticaret meselesi kendisine yer bulmaktadır. Ele alınış şekilleri ve hedefleri itibarıyla ALBA, diğer üç örgütten ideolojik gerekçelerle ayrılmaktadır. Diğer üç örgütte de mesele kimisinde toplumsal kalkınma ve yoksullukla mücadele, kimisinde ortak pazar temelinde, kimisinde ise adalet ve hesap verilebilirlik çerçevesinde işlenmektedir. Bu farklılaşma, aynı üyelere haiz olunması sebebiyle norm çatışmasının meydana gelme riskini oluşturmaktadır.

### 3.4.2. Yatırım

MERCOSUR'da örgüt içi taşımacılık başta olmak üzere alt yapının geliştirilmesi düşünülmekte ve bu doğrultuda yabancı yatırımların birçok sektöre entegre edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışma grubunun 1992 yılında taslak olarak doğrudan yabancı yatırım (FDI) konusunda hazırladığı iki farklı protokol olan Colonia Protokolü ile Buenos Aires Protokolü, MERCOSUR'un FDI konusunda etkin bir anlayışa sahip olduğunu göstermektedir. Bu iki protokol ile yabancı yatırımcıların mülkiyet hakları güvence altına alınarak, örgütün üçüncü taraflara yönelik ortak FDI düzenlemelerine haiz olması sağlanmıştır. Böylelikle bölgeye yönelik FDI miktarının oluşturulan güvence ve yasalar ile artırılması amaçlanmıştır. Bu hususlar, Colonia ve Buenos Aires protokollerinde sırasıyla “...*Taraflarca gerçekleştirilen tüm yatırımlara adil ve eşit bir şekilde yaklaşılacaktır...*” ve “...*Herhangi bir kamulaştırma faaliyeti durumunda adil, yeterli ve makul bir tazminat taraf olan kişilere ödenecektir...*” gibi hükümlerle güvence altına alınmıştır.

Ortak bildirin birinci ve sekizinci prensiplerinde kendisine yer bulan yatırım konusunda ALBA, dışa bağımlılığı azaltmayı öngörerek bölgede yerel yatırımların artırılmasını hedeflemektedir. Grandnational kimliğini (Latin Amerika üst kimliği) amaçlayan örgüt, ALBA-TCP'nin 8. maddesinde bölgenin kültürel ve tarihsel kimliğe katkıda bulunacak şekilde ticari yatırımların yapılmasına, 15. maddesinde grandnational şirketlere ortak yatırımların yapılmasına ve 16. maddesinde yabancı yatırımların yerel hukuka saygı göstermesi gerekliliği ile yabancı yatırımcıların ulusal devletlerden veya hükümetlerden kamu politikaları geliştirme talep edemeyeceğine yer vermiştir. Bu hükümler ile ALBA, yatırım konusunda taraf devletlere etkin rol oynama imkanı tanımaktadır. UNASUR'da yatırım alanına yönelik düzenlemeler kurucu anlaşmanın 3. maddesinde yer alan endüstriyel ve üretici entegrasyon anlayışı kapsamında küçük ve orta ölçekli işletmelere ve girişimcilere verilen destek çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. CELAC, bölgeye yönelik yapılacak yatırımlara önem atfetmekte ve özellikle doğrudan yabancı yatırımlara odaklanmaktadır. Bu doğrultuda, Avrupa Birliği ve Çin ile ikili ilişkiler bağlamında toplantılar ve forumlar düzenleyen CELAC, bölgedeki proje faaliyetlerine ve uzantısı olarak yatırımlara hassasiyetle yaklaşmaktadır. Çin ile

gerçekleştirilen toplantılar sonrasında CELAC'ın yayımladığı Kuşak ve Yol Girişimi Bildirisi bu duruma örnektir.

Yatırım konusunda dört analiz birimi de normlara sahiptir. MERCOSUR ve CELAC doğrudan yabancı yatırımları merkeze koyarken, ALBA ise tam aksine dışa olan bağımlılığı azaltma ilkesi çerçevesinde yabancı yatırımlara karşıt bir duruş sergilemektedir. Ayrıca konuyu kimliksel, kültürel ve tarihsel bir şekilde ele almaktadır. UNASUR'da ise küçük ve orta ölçekli yatırımcılara odaklanılmaktadır. Değişen normlar neticesinde bu dört örgüt yatırım meselesini farklılaşan bir şekilde ele almaktadır.

### 3.4.3. Ekonomik Entegrasyon

Ekonomik birliği sağlamak MERCOSUR'un temel motivasyonunu oluşturmaktadır. Bu kapsamda üretim faktörlerinin serbestçe dolaşımı amaçlanmakta, ticari faaliyetlerde örgüt içindeki gümrük ve tarifelerin kaldırılıp, üçüncü ülkeler ile ortak tarifelerin uygulanması öngörülmektedir. Bu husus kurucu anlaşmanın birinci maddesinde açık bir şekilde dile getirilmektedir (Treaty of Asuncion);

*“.. Üretim faktörlerinin, mal ve hizmetlerin serbest bir şekilde dolaşacağı... Ortak dış tarifelerin oluşturulacağı, üçüncü devletlere veya devlet gruplarına yönelik ortak ticaret yasalarının benimseneceği, bölgesel ve uluslararası ekonomik ve ticari forumlarda benimsenecek pozisyonların koordine edileceği... Taraf ülkeler arası makro ekonomik ve sektörel bazda yasaların koordinasyonunun sağlanacağı... Ortak pazar oluşturmak...”*

ALBA'da ise nihai hedef önce bölgede ardından tüm dünyada eşitlikçi temelde ekonomik entegrasyonu sağlamaktır. Bu doğrultuda neoliberal anlayışa karşıt olarak bolivaryan felsefe ile SUCRE para birimi oluşturulmuş, ALBA Bank kurulmuş ve ALBA-Caribe Fonu meydana getirilmiştir. ALBA Ortak Bildirisi ve ALBA-TCP ekonomik entegrasyon oluşturma odaklı olarak kağıda dökülmüştür. İki bildiriye toplam 35 madde bu amaca hizmet etmektedir. UNASUR'da örgütün adından da anlaşılacağı gibi Güney Amerika Birliği hedefi doğrultusunda ekonomik entegrasyonun sağlanması amaçlanmaktadır. Kurucu anlaşmanın 3. maddesinin 6. bendinde üye devletler arasında finansal entegrasyonun sağlanması için uyumlu ekonomik ve mali yasaların oluşturulması hükmü yer alırken; Ekonomi ve Finans Konseyi Kanunu'nda uyumlu finansal ve ekonomik politikalar mekanizmalarının uygulanması ve finansal entegrasyonun gerçekleştirilmesi ibaresi bulunmaktadır (UNASUR, 2011(b)). CELAC'ta ise Caracas Deklarasyonu'nun 6. maddesinde uluslararası arenada var olan ekonomik ve finansal krizlerle mücadele noktasında entegrasyonel yapılanmanın gerekliliğine değinilmektedir. 21. maddede CELAC'ın ekonomik entegrasyon doğrultusunda hareket etmesinin bir zorunluluk olduğu ifade edilirken; 25. madde de birleştirici çabaların ve kapasitelerin devamlılığı için ekonomik entegrasyonun gerekliliği ve böylelikle çok kutuplu ve adil dünya düzeni için katkıda bulunulacağı belirtilmektedir (CELAC, 2011(a)). Punta Cana

Bildirisi'nde ise 44. maddede bölge ülkelerinin ekonomilerinin tamamlayıcılığının ve entegrasyonunun değerli olduğu yazmaktadır (CELAC, 2011(b)).

Bölgede yer alan dört örgütte de ekonomik birlik ulaşılması gereken bir hedef olarak belirlenmiştir. ALBA bolivaryan felsefe ile bu amaca erişmeyi hedefleyerek diğer örgütlerden ayrılmaktadır. MERCOSUR ve UNASUR dar kapsamlı bir şekilde aynı bölgede ortak pazar oluşturmayı arzularken, CELAC da aynı coğrafyada daha geniş ölçekli bir şekilde ekonomik birliği oluşturmayı istemektedir. Bu durum örgütlerin mekansal ve metinsel açıdan çatışma ihtimalini doğurmaktadır.

#### **3.4.4. Parasal Entegrasyon**

MERCOSUR, UNASUR ve CELAC'ta parasal birlik konusunda herhangi bir hüküm bulunmazken; ALBA, parasal birlik noktasında önemli kararlar almış bir yapıdır. 2008 yılında Karakas'ta gerçekleştirilen zirvede bölgenin kalkınması için ALBA ülkelerini kapsayacak parasal birlik alanının oluşturulması kararlaştırılmıştır. Gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda Ekim 2009'da SUCRE adı verilen para biriminin kurucu anlaşması Bolivya, Küba, Ekvador, Honduras, Nikaragua ve Venezuela tarafından imzalanmıştır (SELA, 2015). Yeni Bölgesel Finansal Mimari Projesi'nin bir çıktısı olan SUCRE'nin bileşenleri olarak Bölgesel Para Konseyi, Ortak Para Birimi Ünitesi, Ticari Yakınlaşma ve Rezerv Fonu ile Merkezi Takas Bürosu'dur. Avro ile eşdeğer olarak 2010 yılında uygulamaya konulmuştur. Bu veriler ışığında parasal birlik hususunda ALBA, serbest ticaret ve genel olarak Amerikan doları merkezli hareket eden diğer örgütlerden ayrılmaktadır.

#### **3.4.5. Siyasal Entegrasyon**

Latin Amerika'da kurulan birçok örgütün ana hedeflerinden biri kıtasal birliğin sağlanmasıdır. Bu durum UNASUR ve CELAC resmi belgelerinde kendisine yer bulurken, MERCOSUR ve ALBA'da siyasi birliğe yönelik herhangi bir norm bulunmamaktadır. Kurucu anlaşmanın girişinde Güney Amerika kimliği ve vatandaşlığı inşa ederek, bölgede siyasi entegrasyonun sağlanmasının UNASUR'un amacı olduğu ifade edilmektedir. Aynı belgenin 2. maddesinde bölgede yer alan halklar arasında siyasi entegrasyonun ve birliğin sağlanmasının UNASUR taraflarınca kabul edildiği belirtilmektedir (UNASUR, 2011(a));

*“Güney Amerika Uluslar Birliği'nin amacı devletlerin bağımsızlığını ve egemenliğini destekleyecek bir çerçevede, toplumsal kapsayıcılığı ve vatandaş katılımını, demokrasinin güçlendirilmesini ve asimetrik durumların azaltılmasını sağlamak adına halklar arasında kültürel, sosyal, ekonomik ve siyasi alanlarda, politik diyaloga, toplumsal düzenlemelere, eğitime, enerjiye, alt yapıya, maliyeye ve çevreye önem verecek; sosyoekonomik eşitsizliği ortadan kaldıracak bir entegrasyon ve birlik alanı oluşturmaktır.”*

CELAC'ta ise Caracas Bildirisi'nin 7. maddesinde siyasi entegrasyon ve birlik oluşturmının, daha önceden bölgenin karşılaştığı zorlukları başarılı bir şekilde savuşturması doğrultusunda Latin Amerika halklarının temel amacı olduğu ibaresi yer almaktadır. 16. maddede Simon Bolivar'ın 1826 Panama konuşması birliğin doktrini olarak görülmekte ve 19. maddede bölge kahramanlarının, 'libertador'ların entegrasyonist fikirleri CELAC temelini oluşturduğu ifade edilmektedir. 21. maddede CELAC'ın halklar arasında birliği ve çeşitliliği temel alacak ve Latin Amerika kimliği oluşturacak şekilde kesinlikle siyasi entegrasyon süreci çerçevesinde hareket edeceği belirtilirken, 25. maddede çok kutuplu ve demokratik bir dünya düzeni için siyasi işbirliği ve entegrasyon sürecine odaklanılacağı dile getirilmektedir. 31. maddede ise CELAC'ın bölge birliğini ve entegrasyonunu sağlama doğrultusunda siyasi danışma, entegrasyon ve işbirliği için bir temsil mekanizması olarak kurulan bir yapı olduğu ifade edilmektedir. Punta Cana Bildirisi'nin girişinde de karşılıklı güven ilişkisi kapsamında siyasi entegrasyona doğru ilerlemeci anlayışın uyum ve çeşitlilik temelinde devam edeceği belirtilmektedir. Bunun neticesinde ekonomik birlik amacıyla olduğu gibi UNASUR ve CELAC'ta mekansal ve metinsel bir çatışma oluşmaktadır.

### **3.4.6. Devletin Rolü**

MERCOSUR'un kurucu anlaşmasında ve Las Lenas Protokolü'nde ulusal egemenliklere saygı ibaresi giriş kısmında yer almaktadır. Bu durum, örgütün ulusüstü karaktere ve devletlerin yetkilerini aktardıkları bir yapı yerine, devletlerarası işbirliklerinin ve görüşmelerin gerçekleştirilmesi amacı taşıyan bir yapı olarak var olduğunu ortaya koymaktadır. Devletlerin egemenliğine saygı prensibini bünyesinde barındıran ALBA da devletlerin ulusüstü bir yapıya yetkilerini devrettikleri bir oluşum hüviyetine sahip değildir. ALBA-TCP'nin altıncı maddesi şirketlerin devletleştirilmesini desteklediğini ifade etmekte ve devletlerin kontrol alanının genişletilmesine onay vermektedir. UNASUR'da devletlerin yetkilerini bir üst birime devredeceklerine dair herhangi bir ibare yer almazken; CELAC'ta Caracas Bildirisi'nin 23. maddesinde taraf devletlerin egemenliğine, toprak bütünlüğüne ve iç işlerine karışılmayacağı belirtilmektedir. Benzer hüküm Punta Cana Bildirisi'nin giriş kısmında da yer almaktadır. Bu bulgular çerçevesinde bölge örgütlerinin ulusüstü bir yapıdan ziyade hükümetler arası birliktelik karakterine haiz olduğu görülmektedir.

### **3.4.7. Enerji**

Petrol, doğalgaz, hidroelektrik gibi zengin enerji kaynaklarına sahip olan ülkeleri bünyesinde barındıran MERCOSUR, Aralık 2015'te MERCOSUR'a Üye Devletler ve Bağlı Üyeler arasında Bölgesel Enerji Tamamlayıcılığı Çerçeve Anlaşması'nı oluşturmuştur (Correa, 2010, s.406). Bu anlaşmaya göre üretim, iletim, dağıtım ve pazarlama açısından bölgesel enerji entegrasyonu teşvik edilmektedir. Enerji arzında istikrarın sağlanması, taşımacılık maliyetlerinin minimum seviyeye çekilmesi, kaynakların adil kullanımı, sürdürülebilir

kalkınma sürecini güçlendirmesi amaçlanmaktadır. Bölgenin iktisadi ve toplumsal yararı için enerji değişiminin gerçekleştirilmesi ve alt yapı projelerinin koordineli olarak tamamlayıcı nitelikte yapılması gerektiği ifade edilmektedir. Bu açıdan MERCOSUR, enerji meselesine önem vermektedir. Ancak, tüm ülkeler tarafından onaylanmamıştır. Ortak Bildiri'nin 6. maddesinde enerji konusuna yer veren ALBA, enerji üretimi ve ürünlerinin istikrarlı bir biçimde arzını güvence altına alacak şekilde, bölge ülkeleri arasına PetroAmerica çatısı altında enerji entegrasyonunun sağlanmasını amaçlamaktadır. Bu doğrultuda Ekonomik Konsey altında Enerji Entegrasyonu Çalışma Grubu bulunmaktadır. UNASUR'da ise kurucu anlaşmanın giriş bölümünde bölgede enerji entegrasyonunun sağlanacağı belirtilmektedir. Anlaşmanın 2. maddesinde toplumlar arası enerji birliğinin kurulması öngörülürken; 3. maddenin 4. bendinde dayanışma ruhu içerisinde bölge kaynaklarının entegre ve sürdürülebilir kullanımından bahsedilmektedir. 5. madde UNASUR'un kurumsal yapısının geliştirilmesi hakkında hükümler getirirken, bu doğrultuda Güney Amerika Enerji Konseyi'nin kuruluşunu ifade etmektedir. Enerji Konseyi Kanunu; bölgedeki enerji meselelerin üye devletler arasındaki iş birliği yapılmasını ve tamamlayıcılık görevi üstlenmesi durumunu vurgulamaktadır. Aynı kanuna göre, bölgesel bütünlük ve halkların egemenliği ve özerkliğine saygı ilkeleri doğrultusunda her ülkenin kendi enerji kaynakları noktasında gelişiminin sağlanmasına ve kaynakların tüketiminin yönetimine önem verilmektedir. Kurucu anlaşmanın 15. maddesinde de üçüncü taraflarla gerçekleştirilecek enerji projelerine öncelik verileceği ifade edilmektedir. CELAC'ta ise enerji meselesi resmi olarak Caracas Bildirisi'nin 35. maddesinde, örgütün öncelikli eylem planına dahil olan konulardan birisi olduğu ibaresiyle yer almaktadır. Bu doğrultuda enerji meselesi dört örgütün de ilgilendiği konulardan biridir.

### 3.4.8. Çevre

MERCOSUR, çevre meselelerinin uluslararası arenada gündeme geldiği Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nın Rio de Janeiro'da düzenlendiği zaman diliminde faaliyetlerine başlamıştır. Ancak, kuruluş anlaşmasında çevre konusuna yoğunlaşmamıştır. Asuncion Sözleşmesi'nde kaynakların optimum kullanımı ve çevrenin korunması ibarelerine yer veren MERCOSUR, Haziran 1992'de Çevre Konusunda Özel Konferans (Rema) grubunu oluşturmuştur. Rema'nın yaptığı çalışmalar neticesinde, 1995 yılında bir araya gelen bakanlar toplantısı neticesinde çevre odaklı çalışmalarda bulunacak 6 Numaralı Çalışma Grubu oluşturulmuştur. Haziran 1997 Çevre Ek Protokolü taslağını hazırlanmış ve 2001 yılında MERCOSUR Çevre Çerçeve Antlaşması imzalanmıştır. Anlaşma 2004 yılında yürürlüğe girmiştir. Anlaşmanın dördüncü maddesi, insanların yaşam kalitesini ve çevre standartlarının daha yüksek seviyede olmasına katkıda bulunulabilmesi adına, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların koordineli çalışması aracılığıyla çevrenin korunması ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması ibarelerini içermektedir (Macedo Franca, 2010, ss.228-232). Çevre konusu ALBA'da yalnızca Ortak Bildiri'nin 6. maddesinde kendisine yer bulmaktadır. Buna



göre, sürdürülebilir kalkınma gayesi çerçevesinde çevrenin korunması, kaynakların verimli kullanılması ve bölge kültürüne yabancı olan tüketim israfının önüne geçilmesi öngörülmektedir. UNASUR'da kurucu anlaşmanın giriş bölümünde çevresel entegrasyonun geliştirilmesi ibaresiyle kendisine yer bulan çevre meselesi, aynı anlaşmanın 2. maddesinde çevre alanında iş birliklerinin yapılması gerektiği ifadesiyle yer almaktadır. CELAC'ın Caracas Bildirisi'nin eylem planında yer alan çevre meselesi, 5., 30. ve 35. maddelerde taraf ülkelerin Dış İşleri Bakanları tarafından yürütülecek ve forumlar düzenlenecek olan önemli alanlardan biri olarak değerlendirilmektedir. Punta Cana Bildirisi'nin girişinde CELAC'ın benimsemiş olduğu sürdürülebilir kalkınma anlayışındaki üç boyuttan biri olarak yer alan çevre konusu, 26. maddede afet risk yönetimi kapsamında ve 31. maddede kimyasal atık çerçevesinde dikkat edilmesi gerek ayrıntılardan biri olarak ele alınmaktadır. Bu doğrultuda CELAC 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Bildirisi, Tarımsal Kalkınma Deklarasyonu ve Birleşmiş Milletler Habitat Sözleşmesi Onay Bildirisi'ni yayımlamıştır. Bu veriler ışığında çevre meselesi dört analiz biriminin tarafından da hitap edilen bir alandır.

### 3.4.9. Güvenlik

MERCOSUR'da güvenlik meselesi geleneksel yaklaşımdan farklı bir şekilde ele alınmıştır. Silahlı mücadele veya terörle mücadele gibi konseptlerin yer almadığı örgütte; güvenlik konusu kendisine gıda, enerji, yargı, çevre ve toplumsal alanlarda olacak şekilde yer bulmuştur. ALBA'da da güvenlik konusu benzer şekilde yer almaktadır. Gıda güvenliği, enerji arz güvenliği ve bölge kimliği ve kültürünün korunması şeklinde ALBA resmi belgelerinde bulunan güvenlik meselesi; örgütün askeri güvenliği noktasında yalnızca üye devletlerin savunma bakanlıkları ve silahlı kuvvetlerinden oluştuğu belirtilen Savunma Konseyi'nin soyutsal varlığı ile işlenilmektedir. UNASUR'da ise güvenlik konusu kuruluş anlaşmasında toplumsal güvenlik ve kamu güvenliğinin sağlanması olarak sırasıyla 3. maddenin 10. ve 20. bentlerinde yer almaktadır. Örgüt güvenlik konusunda iki konseye ve bir araştırma merkezine haizdir. Savunma Konseyi, askeri işbirliği ile savunma politikalarını uygulamakla yükümlü olup, insani müdahale, barış operasyonları, endüstri ve savunma alanında eğitimler ve teknoloji denemeleri konularıyla ilgilenmektedir. Güney Amerika Barış alanını garanti altına almak, savunma alanında ortak vizyon oluşturmak, savunma meselelerinde çok taraflı forumlarda bölgesel durumu tartışmak, bölgesel savunma işbirliklerinde bulunmak, doğal afetlerden etkilenen kazazedelere destekte bulunma konseyin amaçlarını oluşturmaktadır (UNASUR, 2011(f)). Stratejik Savunma Çalışmaları Merkezi, Savunma Konseyi ile birlikte hareket ederek, üye devletler arasında savunma politikalarında koordinasyonu ve harmoniyi sağlamakla yükümlüdür (UNASUR, 2011(g)). Ulusötesi Organize Suçlara Karşı Güvenlik, Adalet ve Koordinasyon Konseyi ise birey güvenliğini, adaleti ve eylem koordinasyonunu güçlendirerek ulusötesi organize suçlar ile ilgilenmektedir. Bu doğrultuda stratejiler, eylem planları ve mekanizmalar hazırlamakta, vatandaş ile paydaşların katılımını desteklemekte



ve polis departmanına ve istihbarat servislerine rehberlik etmektedir (UNASUR, 2011(h)). Güvenlik konusu CELAC çatısı altında da oldukça irdelenmiş bir konudur. Caracas Bildirisi'nin 28. maddesinde oluşumun Latin Amerika halklarının güvenliği ile ilgilenen tek mekanizma olduğu vurgusu yapılmaktadır. Punta Cana Bildirisi'nin birinci bölümünün konusunda uluslararası barış ve güvenlik olarak yer alan konu, ilk 7 maddeyi oluşturmaktadır. Bu maddelerde sırasıyla Latin Amerika'nın barış alanı olduğu, anlaşmazlıkların barışçıl olarak çözümleneceği, nükleer silah barındırmayan bir alan bulunduğu, bölgede nükleer silahların yasaklandığı, her türlü terör faaliyetinin karşısında bulunduğu, bilgi ve iletişim teknolojilerinin barışçıl amaçlar doğrultusunda kullanılacağı ve İsrail ile Filistin arasındaki çatışmaların adil, istikrarlı ve kalıcı çözümlerle sonuçlandırılması çağrısı yer almaktadır. Bildirinin 13. ve 14. maddeleri vatandaşların güvenliği ve ulusötesi organize suçlarla mücadeleyi konu ederken, 15. madde ise gıda güvenliğine dikkat çekmektedir. 38. maddede kültürel çeşitliliğin yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde barış ve güvenliğin vazgeçilmez unsuru olduğu şeklinde değinilen konu, 63. maddede çoktarafılık ve BM'de reform kapsamında BM Güvenlik Konseyi'nde değişimin ve reformun gerekliliği olarak yer almaktadır. Bu benimsenen maddeler doğrultusunda Nükleer Silahsızlanma Bildirileri; Gıda Güvenliği, Düzenli Beslenme ve Açlığı Sonlandırma Bildirisi ve Barışı Koruma Operasyonlarına Destek Bildirisi yayımlanmıştır. Analiz birimlerinin resmi belgelerinde, terimsel anlamında değişimler ve dönüşümler yaşayarak yeni perspektiflerden ele alınan güvenlik meselesi, bölge örgütlerinin temel alanlarından birini oluşturmakta ve örtüşen ve çatışan normlar sorunun ortaya çıkma ihtimalini içermektedir.

### 3.4.10. Eğitim

MERCOSUR ve ALBA'da eğitim konusuna dair resmi belgelerde herhangi bir ibare bulunmazken; UNASUR ve CELAC konuya dair normlara sahiptir. UNASUR'da kurucu anlaşmanın giriş bölümünde eğitim alanında iş birliklerine verilen önem vurgulanırken, 3. maddenin 3. bendinde okur-yazar olmamayı sonlandırmak, kaliteli eğitime eşit erişim ve derslerin ve unvanların bölgesel tanınırlığını sağlamak amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda 2012 yılında UNASUR Eğitim Konseyi oluşturulmuştur. Eğitim Konseyi Kanunu'na göre, bölgesel eğitim entegrasyonunun güçlendirilmesi adına herkesin eğitim hakkına sahip olması, her düzeyde ve modelde eğitime adil ve nitelikli olarak erişimi sağlayacak kalkınma politikalarının uygulanması öngörülmektedir (UNASUR, 2011(c)). CELAC'ta eğitim konusu Punta Cana Bildirisi'nin 20. maddesinde cinsiyet eşitliği bağlamında eğitime erişme hakkında ele alınırken, 21. maddede ayırım yapılmaksızın herkesin eğitim hakkının olduğu, 22. maddede ise ailelerin ve toplumların eğitim sürecinin farklı seviyelerine aktif olarak katılacağı bir eğitim sisteminin uygulamaya dökülmesi çerçevesinde bulunmaktadır (CELAC, 2011(b)). Bu doğrultuda Bakanlar Kurulu Çalışma Grupları'nda eğitim odaklı araştırmalar ve toplantılar düzenlenmekte olduğu belirtilmektedir.

### 3.4.11. Sağlık

Sağlık konusu dört analiz biriminden yalnızca UNASUR sağlık meselesine resmi belgelerinde hitap etmektedir. Kurucu anlaşmanın 3. maddesinin 10. bendinde sağlık hizmetlerine eşit erişimi tesis etme amacının olduğu ifade edilmektedir. Bu doğrultuda örgüt çatısı altında Sağlık Konseyi oluşturulmuştur. Bölgesel entegrasyona benzer şekilde sağlık alanında da entegre bir yapının inşa edilmesini hedefleyen konsey; Güney Amerika Sağlık Denetimi ve Müdahalesi Ağı, Küresel Sağlık Sistemlerinde Kalkınma, Tedaviye Küresel Erişim, Sağlık Eylem Planı ve Teşviki, Sağlık Alanında İnsan Kaynaklarının Gelişimi ve Yönetimi projelerinin yürütmektedir (UNASUR, 2011(d)). UNASUR bünyesinde Güney Amerika Hükümeti Sağlık Enstitüsü adlı komiteye sahiptir. Enstitü, sağlık alanında ihtiyaç duyulan kalemelerin belirlenmesi, programların düzenlenmesi, var olan bilgilerin organize edilmesi ve ortak sağlık politikalarının belirlenmesi doğrultusunda çalışmaktadır (UNASUR, 2011(e)).

### 3.4.12. Demokrasi ve İnsan Hakları

Üye ülke yönetimlerine darbe hükümetlerinin yerine yeniden demokratik hükümetlerin geldiği dönemde kurulan MERCOSUR, kuruluş anlaşmasında itibaren demokratik değerlerin ve insan haklarının hukukun üstünlüğü kapsamında korunması gerekliliği prensibini savunmaktadır. Meseleyi örgütün gündemine getirme noktasında Karma Parlamenter Komisyonu etkin bir rol oynarken, komisyonun işleyiş prosedürlerinde barışın, özgürlüğün, demokrasinin ve insan haklarının korunacağı ibaresine yer verilmiştir (Lixinski, 2010, s.353). Ushuaia Demokratik Bağlılık Protokolü'nün kabulüyle demokrasi ve insan hakları meselesi MERCOSUR'un önemli bir parçası haline gelmiştir. MERCOSUR Meclisi olarak nitelendirilen PARLASUR tarafından ele alınan bu konuya yönelik olarak, Avrupa Birliği'nin sahip olduğu Temel Haklar Şartı'na benzer bir şekilde, MERCOSUR Temel Haklar Bildirgesi oluşturulmuştur. Örgütteki demokrasi ve insan haklarına yönelik metinler; MERCOSUR'da İnsan Haklarının Korunması ve Desteklenmesi Bildirisi, MERCOSUR Toplumsal Emek Bildirisi, İç Göçün Normalleştirilmesi Anlaşması, Üye Devletler Arası Yasadışı Göçle Mücadele Anlaşması ve Korunmasız Çocukların Korunması İçin Bölgesel İşbirliği Anlaşması'dır (Lixinski, 2010, s.355). ALBA'da Demokrasi nosyonu yalnızca Ortak Bildiri'nin 12. maddesinde demokrasi için başta Birleşmiş Milletler olmak üzere uluslararası örgütlerde mücadele edileceği belirtilirken; insan hakları meselesi ise ALBA-TCP'de 12. maddede ticari uygulamalarda insan haklarına uygun olarak temel hizmetlerin korunması ve 23. maddede serbest dolaşım noktasında insan haklarının gözetileceği şeklinde kendisine yer bulmuştur. Demokrasi konusu UNASUR'da kurucu anlaşmanın giriş bölümünde Güney Amerika entegrasyonunun demokrasi ilkesini rehber ilke olarak görüleceği ve bu doğrultuda etkin demokratik kurumlar için çaba sarf edileceği şeklinde ifade edilmektedir. 2. maddede bölge halklarında demokrasinin güçlendirileceği ibaresi yer alırken, 14. maddede UNASUR üyeleri arasındaki siyasi anlaşmanın demokratik değerlerin korunmasını destekleyeceği vurgulanmaktadır.

İnsan Hakları noktasında anlaşma giriş bölümünde sınırsız biçimde insan haklarına saygılı olmanın ortak barışçıl, ekonomik ve sosyal gelecek inşa etmede önemli bir koşul olduğu ifade edilmektedir. 3.maddenin 11. bendinde insan hakları konusunda işbirliği yapılacağı belirtilirken, 14. maddede insan haklarını teşvik edici siyasi anlaşmaların yapılacağı ibaresi yer almaktadır. Demokrasi ve İnsan hakları meselesi CELAC'ta da kendisine yer bulmuştur. Caracas Bildirisi'nin 11. maddesinde CELAC'ın amacının demokratik değerlere, hukukun üstünlüğüne ve insan haklarına bağlı olarak adil, demokratik ve özgür toplumlar inşa etmek olduğu ifade edilmektedir. 23. maddede CELAC'ın gözeteceği ilkeler olarak yer alan bu konu, 25. maddede demokratik ve adil dünya için Latin Amerika entegrasyonunun gerekliliği kapsamında yer almaktadır (CELAC, 2011(a)). Punta Cana Deklarasyonu'nun girişinde demokrasinin değerlerine saygı gösterileceği ve üye devletlerin demokratik yaşam tarzına sahip olacağı belirtilirken, 2. maddede insan haklarını ve demokrasiyi gözetken kurumsallaşma anlayışının benimseneceği ifade edilmektedir. Bunun yanı sıra insan hakları konusu 6. maddede bilgi ve iletişim teknolojileri noktasında, 19. maddede cinsiyet eşitliği açısından, 32. maddede dünya uyuşturucu sorunu bağlamında, 48. maddede göç ve göçmenler konusunda ve 51. maddede BM İnsan Hakları Bildirisi'nin onaylanması ve bu çerçevede çalışma gruplarının oluşturulması kapsamında ele alınmaktadır (CELAC, 2011(b)). Bu doğrultuda Cinsiyet Eşitliği ve Kadına karşı Şiddeti Sonlandırma; Dünya Uyuşturucu Sorunu; Yoksulluğun Sonlandırılması; Kadının Gelişimi; Çocuk Haklarının Korunması; İnsan Haklarının Korunması; Kadının Statüsü; ve Kazazedelerin Korunması bildirimleri CELAC tarafından kabul edilmiştir.

### 3.4.13. Hükümet İdeolojileri

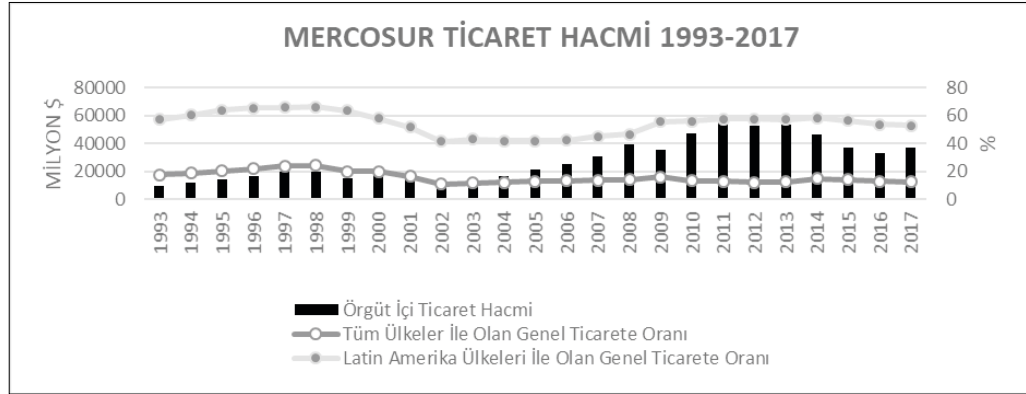
Beş üyesi bulunan MERCOSUR'da, devletlerin haiz olduğu ideolojik anlayış bu ülkelerde yapılan seçimlere bağlı olarak değişmektedir. Brezilya'da sol anlayışa sahip Lula da Silva, Dilma Rousseff ve Michel Temer'in ardından ülkenin başına muhafazakar Hair Bolsonaro geçmiştir. Benzer şekilde Arjantin'de sekiz yıl iktidarda kalan Cristina Fernández de Kirchner'in yerine sağ görüşlü Mauricio Macri 2015 yılında iktidara gelmiştir. Uruguay'da sol görüşlü Tabare Vasquez başkan olarak bulunmakta iken, Paraguay'da sağcı parti lideri Mario Abde Benitez ülkenin başındadır. Venezuela'da ise Chavismo anlayışındaki Nicolas Maduro iktidardadır. ALBA , ABD öncülüğündeki neoliberal kapitalist anlayışa karşıt olarak bolivaryan ve sol eğilimli hükümetlerin bir araya gelerek oluşturdukları bir örgüttür ve bu durum örgüte üye olan tüm devletler tarafından kısmen veya tamamen benimsenmiş durumdadır. Küba ve Venezuela, Fidel Castro ve Hugo Chavez öncülüğünde bu nosyonu liderliğini üstlenmiştir. Örgüte 2008 yılında Zelaya hükümeti döneminde katılan Honduras, yönetimin askeri darbe sonucunda indirilmesinin ardından 2010 yılında örgütten ayrılmıştır (SELA, 2015). Ekvador ise 2018 yılında, gerçekleşen siyasi ve ekonomik krizlerin ardından yaşanan protestolara karşı Venezuelalı Nicolas Maduro ve Nikaragua'da Daniel Ortega

Hükümetlerinin kendi halkalarına yönelik insancıl olmayan müdahalelerde bulunması üzerine, gerçekleşen uygulamaları eleştirerek bu ülkelerle herhangi bir ideolojik bağlılığının kalmaması için ALBA'dan ayrılmıştır (RISKMA, 2018). Güney Amerika kimliğini benimseyen ülkelerin bir araya gelmesi ile oluşturulan UNASUR'da taraf ülkelerin yönetimlerine bağlı olarak üye sayısında ve devlet yönetimlerinin felsefesinde değişiklikler yaşanmaktadır. 2018 yılında Kolombiya'nın liderliğini elde eden Ivan Duque, ağustos ayında altı ay içerisinde örgütten ayrılacağını açıklamıştır. ABD yanlısı siyasi fikirlere sahip olan lider, Kolombiya'nın OAS ile yakın ilişkiler kuracağını ifade etmiştir (Trujillo, 2018). Bölgenin en kapsayıcı oluşumlarından biri olan CELAC ise bünyesinde barındırdığı 33 üye devlet nedeniyle çeşitli ideolojilere ve siyasi görüşlere sahip hükümetleri çatısı altında bulundurmaktadır.

#### 4. Örgütlerin Etkinlik Düzeyi

Bu bölümde analiz birimleri olan bölgesel örgütlerin ekonomik entegrasyon noktasındaki başarıları örgüt içi ticaret hacmi üzerinden, uluslararası alandaki politik birliktelik başarıları ise BM Genel Meclisi'ndeki oy davranışları üzerinde değerlendirilmiştir.

##### 4.1. Ticaret Hacmi ve Ekonomik İlerleme



Şekil 1: MERCOSUR örgüt içi ticaret hacmi 1992-2017

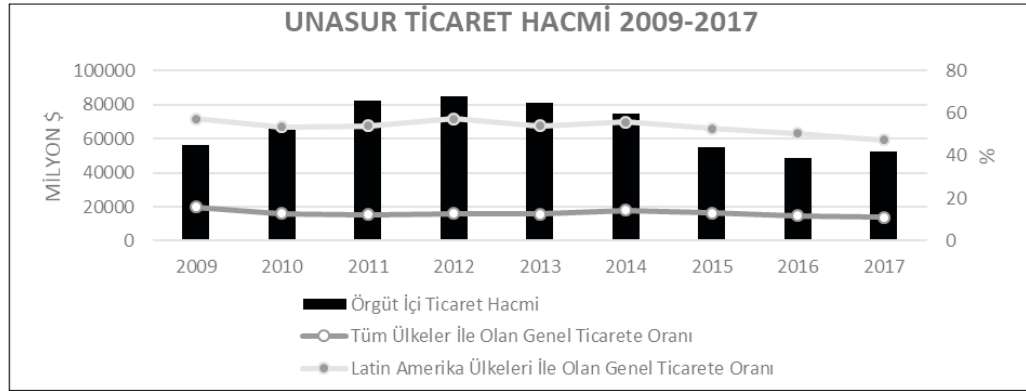
**Kaynak:** WITS World Bank; WTO Data. Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Temel amacı ekonomik entegrasyonu sağlamak olan MERCOSUR kuruluşundan itibaren ekonomik entegrasyona yönelik haiz olduğu politikalar neticesinde örgüt içi ihracatın artmasına pozitif katkıda bulunmuştur. 1992 yılında Arjantin, Brezilya, Paraguay ve Uruguay arasında gerçekleşen ihracat miktarı 9,5 milyar dolar seviyesinde iken, bu oran 2011 yılında en üst seviyeye 57 milyar doları aşarak ulaşmıştır. 1997-1998 yıllarında gerçekleşen Doğu Asya Krizi'nden olumsuz olarak fazla etkilenilmemiştir. Bunun temelinde 1997 yılında örgüt

İçer hizmet ticaretini derinleştiren Montevideo Protokol'ünün imzalanması etkili olmuştur. Ancak MERCOSUR ülkeleri, hem Arjantin'in ekonomik buhrana girdiği hem de Rusya'nın iflasını açıkladığı 1999 yılında bir önceki yıla göre %25 daha az ticari etkileşimde bulunarak 14,8 milyar dolar ticari hacme gerilemiştir. 2000 yılında düzelme sinyalleri gösteren ticaret verileri 2001-2002 yıllarından Arjantin'de yaşanan iflas neticesinde oluşan kriz dalgasından oldukça etkilenerek, ticaret miktarı 9,9 milyar dolar seviyesine düşmüştür. Takip eden yıllarda başta Çin olmak üzere yabancı yatırımları coğrafyasına çeken ülkeler, Arjantin ve Brezilya gibi yükselen ekonomiler ile Venezuelada keşfedilen petrol yatakları sayesinde önemli atılımlar gerçekleştirmiştir. Öyle ki, küresel ekonomik krizin gerçekleştiği 2008 yılında 39,5 milyar dolar ticari seviyeye erişen MERCOSUR; Avrupa Borç Krizi'nin yaşandığı 2011 yılında ticaret hacminde örgüt tarihinin rekor düzeyi olan \$57,2 milyara ulaşmıştır. Örgüte üye olan devletlerin bölge ülkeleri ve tüm ülkeler ile gerçekleştirdikleri ticaret miktarı ile örgüt içi ticaret oranı karşılaştırıldığında Latin Amerika özelinde kuruluş dönemindeki %57 dolaylarında olan oran, 2000'li yılların başlarında %41 ile %45 bandında gerçekleşirken, son on yıllık süreçte %50'nin üzerinde bulunmaktadır. Küresel çaptaki ticarete ise 1990'ların başın %17-18 dolaylarında bulunan ticaret oranı 2000'lerin başlarında %11'lere kadar gerilemiş, 2009 yılında %16'yı aşmış, 2014 sonrasında düşüş trendine girerek %12'lere kadar gerilemiştir. Son dönemdeki düşüş trendinin ardında birçok neden bulunmaktadır. Bunlardan ilki Brezilyada gerçekleşen yolsuzluklar ve neticesinde meydana gelen hükümet boşluğu sorunudur. İkinci neden petrol fiyatlarındaki düşüş nedeniyle ekonomik kriz ve siyasi belirsizlik içine sürüklenen Venezuelada, Nicolas Maduro yönetiminin ABD tarafından ambargoya maruz bırakılmasıdır. Dahası ABD'nin durumu diplomatik savaş düzeyine getirecek Juan Guaido'nun geçici hükümet başkanı olarak tanınmasıdır. Üçüncü etken ise Arjantin ve diğer bölge ülkelerinde yaşanan iktidar değişikliklerinden kaynaklı olarak oluşan siyasi ve ekonomik istikrarı etkileyen dalgalanmalardır. Bu iktisadi ve politik gelişmelerin sonucunda MERCOSUR, ticari anlamda ekonomik krizlerin yaşandığı dönemlerden daha fazla etkilenmiştir.

Ekonomik entegrasyon doğrultusunda MERCOSUR Gümrük Birliği yapısına haiz olan bu oluşum, üye devletlerin ekonomik yetkilerini bir üst mercii olarak devrettikleri bir yapı konumunda değildir. 2000 yılında imzalanan sözleşme ile ekonomik alanda koordineli bir şekilde hareket edileceğinin ifade edildiği örgüt, ortak Pazar özelliğine sahip olan bir ticari blok karakterine sahiptir. Hükümetler arası bir birlik olarak varlığını sürdüren MERCOSUR ve alt organları, üçüncü taraf ülkelere karşı CET (Common External Tariff) olarak adlandırılan belirli ürünlerde ortak olarak %35 vergi uygulamasında bulunmakta ve korumacı bir anlayışla hareket etmektedir. Ekonomik alanda entegrasyonu gerçekleştirme gayesi olan bu yapı, son dönemde yaşanan bölgesel karışıklıklar ve ekonomik ve siyasi çalkantılar nedeniyle, başta Brezilya olmak üzere, üye ülkelerin tercihli ticaret anlaşmalarını

benimsemesi ile tekrardan serbest ticaret alanı düzeyine geri dönme tehlikesiyle karşı karşıyadır.



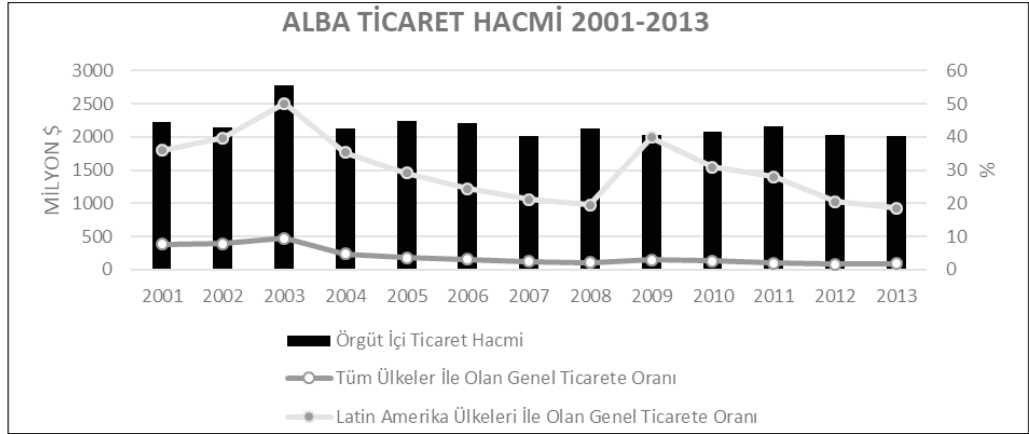
Şekil 2: UNASUR örgüt içi ticaret hacmi 2009-2017

**Kaynak:** WITS World Bank; WTO Data. Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Bölgedeki bir diğer önemli yapılanma olan UNASUR'da üye ülkeler arasındaki örgüt içi ticaret hacminde örgütün faaliyete geçtiği tarihten itibaren ciddi artışlar gözlemlenmiştir. 2011 yılında faaliyete geçen UNASUR, Avrupa'da Avro Krizi yaşanmasına rağmen, üye olan devletlerin aralarındaki ticarete ani bir etkiyle %25'ten fazla katkıda bulunmuştur. Bu düzey takip eden iki yılda da devam etmiş, ancak petrol varil fiyatlarında düşüşün yaşandığı ve bölge ülkelerinin siyasi değişimler veya ambargolara maruz kalmaya başladığı 2014 yılından itibaren oldukça gerilemiştir. Petrolün varil fiyatı 2009 yılında 78 dolar iken, 2013'te 110 dolara kadar çıkmıştır. Ertesi yıl 46 dolara, 2015'te ise 27 dolara düşmüş ve başta Venezuela olmak üzere doğal kaynak zengini olan ülkeleri sarsmıştır. Bu durum örgüt içi ticaret rakamına da yansımış olup, petrol varil fiyatınının 97 dolar olduğu 2012'de 84,7 milyar dolar düzeyinde olan ticari etkileşim, 27 dolar olan 2015 yılında 55,2 dolara gerilemiştir. Ayrıca petrol üretim kapasitesinde azalmaların yaşanması da bu olumsuz verilerin devamına neden olmuştur. Öyle ki, 2011 yılında Venezuela'nın örgüt üyelerine olan ihracatı 4,7 milyar dolar iken, 2015'te bu miktar 1,2 milyar dolara gerilemiştir. Bu durum oransal verilere de yansımıştır. Örgütün kurulmuş olduğu dönemde %55'in üzerinde olan örgüt içi ticaret hacminin Latin Amerika'nın geneli ile gerçekleşen ticaret hacmi oranı 2017 yılında %47'ye kadar gerilemiştir. Küresel çapta gerçekleşen ticaret noktasında da 2009 yılında %15, 2014'te ise %14'ü aşan oran 2017 yılında %11'e kadar düşmüştür.

UNASUR kıtada NATO benzeri bir yapılanma olarak siyasi ve askeri alanlarda ilerleme gösteren bir pozisyonadadır. Ekonomik entegrasyon hedefini temel metinlerinde barındırmasına karşın, ulusal egemenlik temelinde adımlar atan ve ticari liberalleşmeye şüphe ile yaklaşan UNASUR; silah ticareti, nükleer silah kullanımı ve bölgenin güvenliği gibi konularda

birçok anlaşmayı imzalamış olsa da, ekonomik entegrasyonu gerçekleştirecek herhangi bir tasarının altına imza atmamıştır.



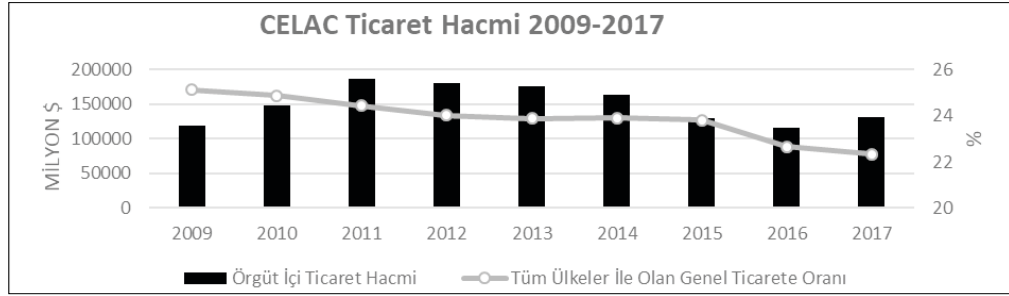
**Şekil 3:** ALBA/Venezuela örgüt içi ticaret hacmi 2001-2013

**Kaynak:** WITS World Bank; WTO Data. Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Bolivarcı anlayışa sahip olan ve bu doğrultuda kapitalist sistemin yerine eşitlik temeline sosyalist ekonomik sistemi hayata geçirmeyi kendisine hedef olarak belirleyen ALBA, bu hedefe ulaşma noktasında oldukça yetersiz kalmaktadır. Venezuela haricinde örgüt içi ticari hacmi yıllık olarak 9 milyon doları geçen üyesinin bulunmadığı örgütte, diğer ülkeler arası yıllık ticaret miktarı genellikle 1 milyon doların altındadır. Bu miktarın en yüksek seviyeye ulaştığı tarih 2011 yılında Boliviya ile Küba arasında gerçekleşen ithalatta ulaşılan 7 milyon dolardır. Oransal açıdan ele alındığında örgüt kurulmadan önce kıta ile gerçekleşen ticaret hacmi oranı %50 düzeyinde iken, 2008 yılında %18'lere kadar düşüş yaşanmıştır. Devam eden süreçte %30 seviyesini geçen oran, 2013 yılında yeniden %18 seviyesine gerilemiştir. Küresel çapta yapılan ticaret oranı ise örgüt kurulmadan önce %7-9 arasında seyreden oranlar, örgüt kurulduktan sonra %4'ün altına düşerken, 2013 yılında %2'lere kadar gerilemiştir. Bu veriler ışığında, ALBA, temel idealarında biri olan ticaret meselesinde oldukça başarısız bir konumdadır.

ALBA-TCP ile çok taraflı ticaret anlaşmasını hayata geçiren ALBA, üye devletlerin iç hukukuna ve iç siyasetine karışmamayı taahhüt etmektedir. Bu doğrultuda üye devletlerin kendilerince önemli gördükleri sektörler için gümrük tarifelerini yükseltme imkanı tanıyan ALBA, korumacılığa olanak vererek millileştirmeyi savunmaktadır. Kuruluş amaçları arasında neoliberal ekonomik düzen ile mücadeleyi içeren örgüt, ekonomik entegrasyona yönelik herhangi bir ilerleme kaydetmezken, üye devletlerin çok taraflı ticari ilişkilerden ikili ticari ilişkilere yönelmesini de engelleyememektedir.





Şekil 4: CELAC örgüt içi ticaret hacmi 2009-2017

**Kaynak:** WITS World Bank; WTO Data. Yazar tarafından düzenlenmiştir.

Bölgenin en kapsamlı oluşumlarından birisi olan CELAC, tıpkı UNASUR'un haiz olduğu göstergeler gibi, 2008 Küresel Ekonomik Kriz'inin ve 2010 Avro Krizi'nin oluşturduğu ticari tahribat ortamından en az seviyede zararla çıkılmasına yardımcı olarak olumlu göstergelere sahip olmuştur. 2011-2013 yılları arasında yükselen petrol fiyatlarının da etkisiyle 200 milyar dolar barajını aşan örgüt içi ihracat hacmi, 2014 yılından itibaren başta Venezuela olmak üzere bölgede yaşanan siyasi krizler, petrol fiyatlarının düşmesi ve ABD'nin korumacı politikaları gibi faktörlerden dolayı gerilemeye başlamıştır. Bu trend küresel çapta bölge ülkelerinin gerçekleştirmiş olduğu ticaret hacmi ile olan oranlara da yansımıştır. Örgütün kuruluş döneminde %25 düzeyinde olan oranlar, 2017 yılında %22'lere kadar gerilemiştir. Ancak, oldukça kapsamlı ve çok sesli bir oluşum olmasından dolayı CELAC'ın ticaret hacmine olan etkisini değerlendirmek güçtür. Aynı şekilde ekonomik entegrasyon doğrultusunda koordineli bir şekilde hareket etmede ve politika üretmede değişen iktidarlar, farklılaşan dünya görüşleri, ekonomik istikrarsızlıklar ve ABD ile olan ilişkiler gibi faktörler nedeniyle yetersiz kalmaktadır.

## 4.2. UNGA Oylamaları

**Tablo 2:** Latin Amerika'daki örgütlerin BM Genel Meclisi'nde benzer oy oranları <sup>1</sup>

Dönem	66		67		68		69		70		71		Toplam	
Uzlaşma Örgütü	SAF*	C'li**	SAF	C'li	SAF	C'li	SAF	C'li	SAF	C'li	SAF	C'li	SAF	C'li
MERCOSUR	%77	%90	%76	%96	%58	%94	%67	%95	%61	%96	%62	%90	%66	%96
ALBA	%72	%79	%82	%94	%80	%94	%83	%94	%87	%95	%80	%91	%81	%92
UNASUR	%64	%85	%64	%93	%52	%91	%58	%93	%57	%95	%53	%90	%58	%92
CELAC	%44	%77	%46	%88	%45	%88	%46	%90	%47	%91	%47	%86	%45	%87

\*SAF: Üye devletlerin evet veya hayır oy tercihleri dikkate alınarak oluşturulan Saf Uzlaşma Oranı'dır.

\*\*C'li: Üye devletlerin çekimser oylarının uzlaşmayı bozmadığı kanaati ile oluşturulan Çekimserli Uzlaşma Oranı'nı ifade etmektedir. Her iki oranlamada da oylamaya katılmama durumu etkisiz olarak kabul edilmiştir.

<sup>1</sup> Tablo 2'deki veriler UNBISNET'ten alınmış olup, yazar tarafından belirtilen dönemlere ait oturum tutanakları incelenerek oluşturulmuştur. Aynı durum Tablo 3 ve Tablo 4'teki veriler için de geçerlidir.



Devletlerin uluslararası meseleler tartışılırken, dış politikalarında ne şekilde hareket ettiklerini anlayabilmek adına BM Genel Meclisi'nde kullanılan oyların bir kaynak niteliği taşıdığı söylenebilir. Latin Amerika'da yer alan örgütlerin uluslararası alanda ortak bir şekilde hareket edip etmedikleri sorusuna, BM Genel Meclisi'nde örgüt üyelerinin gerçekleştirdikleri oy tercihleri önemli ölçüde yanıt vermektedir. Analiz birimleri arasında en yeni tarihli kuruluşa sahip olan CELAC'ın faaliyet göstermeye başladığı 3 Aralık 2011 tarihi ile 71.BM Genel Meclisi Dönemi'nin sonuna kadar yapılan oylamalarda örgüt üyelerinin oy davranışlarının benzeşme oranları Tablo 2'de görüldüğü gibidir. SAF olarak belirtilen oranlar üye devletlerinin hepsinin aynı yönde oy vermiş olduğu oylama oranını gösterirken, C'li olarak gösterilen oranlar ise çekimser oy kullanan devletlerin de SAF oy oranlarına dahil edilerek ulaşılan oranları ifade etmektedir. Buna göre, bu beş dönemlik süre zarfında en fazla saf oy oranına sahip olan örgüt %81 ile Bolivaryan anlayışa sahip olan ve ideolojik temelde hareket eden ALBA'dır. ALBA'nın bu ideolojik tutumu, BM Genel Meclisi oylamalarına doğrudan sırayet etmiştir. ALBA'yı, %66'lık saf oy oranı ile MERCOSUR takip etmektedir. Aynı doğrultuda oy kullanma oranı ile örgütün sahip olduğu üye sayısı arasında ters bir orantının olduğu göze çarptığı tabloda, 33 üye ülke ile bölgede en çok üye devlete sahip olan CELAC, devletlerin siyasi görüş ölçeğinin geniş olmasından dolayı ideolojik açıdan zengin çeşitliliğe haizdir. Bu durum CELAC'ın SAF oranının %45 düzeyinde kalmasına neden olmuştur. 10 üyeye sahip olan UNASUR, %58'lik oranla, bu konuda CELAC'ı takip etmektedir.

Örgütlerin içindeki alt gruplar ele alındığında benzeşen oy oranlarının seviyesi artmaktadır. Birbirine yakınsayan siyasi görüşlere ve uluslararası duruşa haiz olan devletlerin gruplandırılarak incelenmesi neticesinde, SAF ve çekimserli uzlaşi oranlarında artışlar gözlenmektedir. MERCOSUR'a üye olan devletlerden olan ve aynı zamanda ALBA üyesi olan Venezuela, inceleme kapsamı dışına alındığında MERCOSUR'un saf oranı %66'dan %77'ye çıkmaktadır. Benzer durum UNASUR'da da gerçekleşmektedir. ALBA üyesi olan iki devlet Bolivya ve Venezuela kapsam dışına alındığında UNASUR'un saf oranı %58'den %60'a çekimserli oranı %92'den %96'ya çıkmaktadır. Diğer yandan ALBA'nın içerisinde yer alan çekirdek grup olan Bolivya, Küba, Nikaragua ve Venezuela bir grup olarak ele alındığında saf oran %81'den %90'a, çekimserli oran ise %92'den %99'a çıkmaktadır. Bu durum ALBA üyesi olan devletlerin, üye oldukları örgütler arasındaki fırsat maliyeti tercihlerinde ALBA'yı seçtiklerini göstermektedir.

**Tablo 3:** Latin Amerikadaki örgütlerdeki alt grupların aynı oyu kullanma oranı

Dönem	66		67		68		69		70		71		Toplam	
Uzlaşi Alt Grup	SAF	C'li	SAF	C'li	SAF	C'li	SAF	C'li	SAF	C'li	SAF	C'li	SAF	C'li
MERCOSUR-Venezuela	%90	%100	%88	%100	%63	%100	%74	%100	%72	%100	%68	%99	%77	%99
UNASUR - Bolivya ve Venezuela	%67	%95	%67	%96	%52	%94	%58	%95	%63	%97	%57	%98	%60	%96
ALBA Dörtlüsü*	%85	%100	%89	%100	%95	%100	%88	%98	%92	%100	%91	%98	%90	%99

\*ALBA Dörtlüsü: Bolivya, Küba, Nikaragua ve Venezuela.

**Tablo 4:** Örtüşen bölgeselcilik kapsamında çatışan başlıca UNGA oylama konuları

MERCOSUR ile Venezuela Arasında Çatışan Başlıca Oylama Konuları	UNASUR ile Bolivya ve Venezuela Çatışan Başlıca Oylama Konuları	ALBA Dörtlüsü Hayır Uzlaşıları
Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler
İran'da İnsan Hakları	İran'da İnsan Hakları	İran'da İnsan Hakları
Kuzey Kore'de İnsan Hakları	Kuzey Kore'de İnsan Hakları	Kitlesel İmha ve Kimyasal Silahların Kullanımı
Silah Ticareti	Silah Ticareti	Kuzey Kore'de İnsan Hakları
Suriye'deki Durum	Suriye'deki Durum	Silah Ticareti
Sürdürülebilir Kalkınma İçin Girişimcilik	Sürdürülebilir Kalkınma İçin Girişimcilik	Suriye'deki Durum
Ukrayna'nın Toprak Bütünlüğü	Ukrayna'nın Toprak Bütünlüğü	Sürdürülebilir Kalkınma İçin Girişimcilik
		Ukrayna'nın Toprak Bütünlüğü

**Kaynak:** UNBISNET. Yazar tarafından oluşturulmuştur. Oylamalar ile ilgili ayrıntılı bilgi Ek 1'de yer almaktadır.

Hem MERCOSUR ve UNASUR çatısı altında bulunan hem de ALBA üyesi olan devletler, örgütün genel yaklaşımlarının farklılaştığı ve bu yaklaşıma göre oy tercihinde bulunduğu oylamalarda ALBA'nın oylama davranışını benimsedikleri görülmektedir. Tablo 4'te ortaya konulduğu gibi, Bolivya ve Venezuela çeşitli konularda oylama tercihinde bulunurken, ALBA doğrultusunda hareket etmiştir. Bu çerçevede, önemli uluslararası siyasi meseleler olan İran ve Suriye'deki politik durum ve Kırım ve Abhazya ile Güney Osetya'nın statüsü konularında, eski Yugoslavya'ya yönelik yargılamalarda, Batı temelli İnsan Hakları Anlayışı konularında, kalkınmaya yönelik liberal kapitalist kapsamda atılacak adımlarda ve silah ticaretine yönelik konularda analiz birimlerinin örtüşen karaktere sahip olması, devletlerin norm çatışması yaşamasına sebep olmakta ve fırsat maliyeti ile hareket ederek bütüncül olarak örgütlerin bir arada ve tek yönde duruş sergilemesine engel olmaktadır. Bunun neticesinde örgütlerin verimlilikleri ve hedefleri doğrultusunda ilerlemeleri olumsuz olarak etkilenmektedir.

## 5. BULGULAR

Latin Amerika'daki örtüşen bölgeselcilik çerçevesinde analiz edilen birimler olan MERCOSUR, ALBA, UNASUR ve CELAC, çeşitli alanlarda faaliyet göstermektedir. Bu durum, örgütlerin aynı alanda konuları farklı şekilde ele almalarına sebep olmaktadır. Bu da birden fazla örgütte üyeliğe sahip olan devletlerin, örtüşen meselelerde çeşitli zorluklar yaşamasına yol açarken, meselelere yönelik farklı normların uygulanmasının öngörüldüğü şartlarda devletlerin normların fırsat maliyetlerine göre hareket etmeleri sorununu meydana getirmektedir. Bunun doğal bir uzantısı olarak, örgütlerin, zaman zaman işlevsiz kalma ihtimali artmaktadır. Fırsat maliyetine göre strateji kuran devletler bu örgütlerin, çözüm üretme ve ilerleme sağlama noktasında kilitlenmesine sebep olmaktadır. Bu dört örgüt özelinde, bütün örgütler

tarafından ticaret, yatırım, ekonomik birlik, enerji, çevre, güvenlik ile demokrasi ve insan hakları meseleleri ele alınmaktadır ve konuya dair bir normları bulunmaktadır. Diğer yandan, bu dört örgüt arasında kendi para birimine sahip olan tek yapılanma ALBA'dır. ALBA, ayrıca ideolojik çeşitliliğin bulunmadığı, tek tip anlayışın hüküm sürdüğü bir örgüt olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyasi birlik ideasına ise sadece UNASUR ve CELAC gibi yapılanmalar anlaşma metinlerinde yer verirken, yine eğitim ve sağlık meseleleri yalnızca bu iki örgüt tarafından ele alınmaktadır. Bu örgütlerin tümü oy birliği karar alma mekanizmasına sahiptir. Oy birliği şartının aranarak kararların alınması sonucunda; aynı meseleleri çatışan normlar ile ele alan birden çok örgüte üye olan hükümetler, haiz oldukları ideolojik saiklere göre oy davranışları sergilemekte ve bu durum örgütlerin başarısını olumsuz yönde etkilemektedir.

**Tablo 5:** Latin Amerikadaki bölgesel örgütlerin örtüşme durumu

Bölgesel Örgüt Kapsam	MERCOSUR 1994	ALBA 2004	UNASUR 2011	CELAC 2011
Üye devletlerin birden çok bölgesel örgüt üyeliği	+	+	+	+
Oy birliği mekanizması	+	+	+	+
Ticaret	+	+	+	+
Yatırım	+	+	+	+
Ekonomik entegrasyon	+	+	+	+
Parasal entegrasyon	-	+	-	-
Siyasi entegrasyon	-	-	+	+
Devletlerin yetki devri	-	-	-	-
Enerji	+	+	+	+
Çevre	+	+	+	+
Güvenlik	+	+	+	+
Eğitim	-	-	+	+
Sağlık	-	-	+	+
Demokrasi ve insan hakları	+	+	+	+
İdeolojik çeşitlilik	+	-	+	+

Analiz birimlerinin başarı düzeyleri noktasında ticaret hacimleri ile UNGA oy davranışları ele alınmıştır. Elde edilen veriler neticesinde MERCOSUR ve UNASUR'un üye devletlerin entegrasyonel çerçevede ticaret hacimlerine katkıda bulunduğu gözlemlenmiştir. Özellikle 2008 küresel ekonomik kriz ve 2011 Avro Krizi dönemlerinde negatif bir etkiye uğramadan başarılı bir şekilde ticari etkileşimde bulunmayı başarmışlardır. Diğer yandan, ALBA üyeleri ekonomik anlamda herhangi bir başarı gösteremezken, ticari anlamda Venezuela diğer üye devletlerle kıyaslanamayacak şekilde üstünlük sağlamıştır. Bu durumun oluşmasında ülkenin sahip olduğu petrol rezervleri kritik öneme sahiptir. CELAC ise üye devlet bakımından oldukça kapsayıcı olması sebebiyle değişken karaktere haizdir. Ancak bu örgüt içi ticaret miktarı kıtasal ve küresel ölçekte gerçekleştirilen ticaret miktarlarına oranlandığında dört

yapıda da gerilemeler olduğu görülmektedir. Analiz birimlerinin siyasi düzlemde uluslararası arenada yeknesak olarak hareket etme durumlarının incelendiği UNGA verileri ele alındığında, ideolojik olarak bolivarcı felsefe ile kurulmuş olan ALBA, ekonomik düzlemin aksine bir netice ile en başarılı örgüt konumundadır. Bu başarı düzeyi inceleme ölçeği ALBA içi gruplaşma olan Bolivya, Küba, Nikaragua ve Venezuela'ya indirgenğinde daha da artmaktadır. ALBA'dan sonra ikinci en başarılı yapılanma MERCOSUR'dur. MERCOSUR'daki başarı oranı ise Venezuela kapsam dışına alınarak yapılan değerlendirme sonucunda yükselmektedir. Benzer durum politik düzlemde üçüncü sırada başarı oranına sahip olan UNASUR için de geçerlidir. Bolivya ve Venezuela inceleme dışında tutulduğunda UNASUR'daki uzlaşma düzeyi artmaktadır. Bu noktada hem ALBA üyesi olan hem de diğer örgütlerde üyeliği bulunan devletlerin, oylama tercihlerinde fırsat maliyetine göre hareket ettiklerinde ve bir tercih yaptıklarında ALBA doğrultusunda karar verdikleri sonucuna ulaşılmaktadır. Bölgedeki en kapsayıcı örgütlerden biri olan CELAC ise politik düzlemde en başarısız uzlaşma oranına sahip analiz birimidir. Bu durumun oluşmasında birçok farklı siyasi ideolojiye haiz olan aktörleri bünyesinde barındırıyor olması etkilidir. Bu çıkarımların yanı sıra örgütlerin sahip oldukları üye sayısı ile uzlaşma oranı arasında bir bağlantı kurmak da mümkündür. Örgütlerin üye sayısı arttıkça yeknesak bir şekilde uluslararası arenada hareket etme seviyeleri azalırken, üye açısından kapsam azaldıkça birlikte hareket etme ihtimalinin arttığı görülmüştür.

## 6. SONUÇ

20. yüzyılın ortalarından itibaren var olmaya başlayan ve Soğuk Savaş sonrası dönemde görünürlüğü, bilinirliği ve etkinliği artan bölgeselcilik hareketleri, Avrupa Birliği'nin göstermiş olduğu başarıdan dolayı birçok uluslararası aktör tarafından benimsenmeye başlamıştır. Başta ekonomik kazanç olmak üzere ülkelerin gelişmişlik yolunda pozitif katkı sunma potansiyeli yüksek olan bölgeselcilik faaliyetleri, Latin Amerika ülkelerinin de yakından ilgilendiği bir konu olmuştur. İlk olarak 1829 yılında Simon Bolivar tarafından ABD'nin benimsemiş olduğu Monroe Doktrini'ne karşı kıtasal birliğin sağlanması gerekliliğinin dile getirildiği coğrafyada, süreç içerisinde çeşitli yapılanmalar ortaya çıkmıştır. Öyle ki, bu yapılanmalar neticesinde aynı konuyu, sorunu veya sektörü farklı şekillerde ele alıp irdeleyen bölgesel örgütler meydana gelmiştir.

Bu çalışmada, Latin Amerika'da bölgeselleşme süreci içerisinde oluşturulmuş bölgesel örgütler olan MERCOSUR, ALBA, UNASUR ve CELAC incelenmiştir. Bu inceleme gerçekleştirilirken ilk olarak örgütlerin anlaşma maddeleri ve hukuksal metinleri analiz edilmiştir. Analiz sonucunda bu dört örgütün ticaret, yatırım, ekonomik birlik, enerji, çevre, güvenlik ile demokrasi ve insan hakları meseleleri ile ilgili farklı ideolojik perspektiflerden, değişen ölçeklerde hükümlere sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Bu durum örtüşen bölgeselciliğin Latin Amerika'da var olduğunu ortaya koymuştur. Örtüşen bölgeselciliğin bölgesel örgütlerin

verimliliğine olan etkisi birincil olarak örgüt içi ticaret hacmi ve bunun genele yönelik gerçekleştirilen ticaret hacmine oranı üzerinden değerlendirilmiştir. MERCOSUR, UNASUR ve CELAC örgüt içi ekonomik entegrasyon noktasında gelişmiş ticaret hacimleri ile etkin bir şekilde hareket ederken, ALBA'da ise durumlar farklıdır. Venezuela dışında görece gelişmiş ekonomiye sahip üye devleti çatısı altında bulunmayan ALBA, kapitalist ekonomik anlayışı yerine sosyalist ekonomik düzeni uluslararası piyasaya hakim kılma amacına uzak durmaktadır. Kıtasal ve küresel ölçekte gerçekleştirilen ticaret kapsamında örgüt içi ticaret hacmi oransal olarak incelendiğinde ise ticaret hacim açısından kaydedilen ilerlemelere rastlanılmamaktadır. Yapılan ikinci inceleme ise örgütlerin uluslararası arenada yeknesak bir şekilde hareket etme düzeylerinin ortaya koyulması doğrultusunda yapılmıştır. Bu çerçevede Birleşmiş Milletler Genel Meclisi'nde CELAC'ın kuruluş tarihinden itibaren 71. Dönem sonunu ifade eden 2017 yılına kadar Latin Amerika ülkeleri tarafından sergilenen oy davranışları incelenmiştir. Uluslararası meseleleri benzer şekilde ele alma noktasında ideolojik çerçevede kurulmuş olan ALBA, analiz edilen diğer örgütlere göre daha başarılı oranlara sahiptir. ALBA'yı MERCOSUR takip ederken, bu konuda en başarısız olan oluşum ise CELAC'tır. Veriler incelendiğinde hem ALBA'ya hem de diğer örgütlere üye olan devletlerin, tercih yapma noktasında olduklarında ALBA ile birlikte hareket ettikleri görülmüştür. İdeolojik çeşitliliğin azaldığı veya örgütün üye profilinin daraldığı durumlarda aynı yönde oy verme oranının arttığı da veriler neticesinde ulaşılan bir diğer bulgudur. Buna göre, örgütlerin üye sayıları ile aynı yönde oy kullanma oranları arasında ters orantının bulunduğu saptanmıştır.

Sonuç olarak, parçalı bir yapıda bölgeselcilik örtüsüne haiz olan Latin Amerika coğrafyası örtüşen bölgeselciliğe sahip bir alandır. Bu örtüşen bölgeselcilik durumu örgütlerin verimli bir şekilde hareket etme noktasında riskler doğurmaktadır. Bölge devletlerinin, aynı meseleyi farklı şekillerde ele alan birden çok örgüte üye olması örgütlerin işlerliğini ve imajını zedeleme ihtimalini oluşturmaktadır. Bu durum Latin Amerika bölgeselciliğinin önündeki en ciddi problemi oluşturmaktadır.

### **Kaynakça**

- Acharya, A. (2001). *Constructing a Security Community in Southeast Asia*. London: Routledge.
- ALBA TCP (2006). Principles of ALBA. <http://alba-tcp.org:80/en>. adresinden alındı
- Antkiewicz, A. & Whalley, J. (2005). China's new regional trade agreement. *World Economy*, 28(10), 1539-1557.
- Baldwin, R. (1997). The causes of regionalism. *World Economy*. 20(7), 865-888.
- Barton, J.R. (2003). *A Political Geography of Latin America*. New York: Taylor & Francis.
- Bohórquez Morán, C. L. (2006). *Francisco de Miranda. Precursor de las Independencias de la América Latin*. Caracas: Fundación Editorial el perro y la rana.

- Briceno Ruiz, J. (2013). The Andes: A long tradition of thought and practice about regional integration, in A. R. Puntigliano and J. Briceño-Ruiz (Eds.), *The Resilience of Regionalism in Latin America and the Caribbean. Development and Autonomy*, (ss.146-182), Houndsmill: Palgrave.
- Carvalho, L. (2010). An introduction to the English version of MERCOSUR treaty and protocols. Filho, M. T. F., Lixinski, L. & Giuppon, M. B. O. (Eds.) *The Law of MERCOSUR*, Oregon: Hart Publishing, 425-473.
- CELAC, (2011(a)). Caracas Declaration: In the bicentenary of the struggle for independence towards the path of our liberators. <https://celac.rree.gob.sv/documento-oficial.adresindenalindi>
- CELAC, (2011(b)). Political declaration of punta cana. <https://celac.rree.gob.sv/documento-oficial.adresindenalindi>
- Cocks, P. (1980). Towards a Marxist theory of European integration. *International Organization*, 34(1), 1–40.
- Correa, F. (2010). Regional integration and development. Filho, M. T. F., Lixinski, L. & Giuppon, M. B. O. (Eds.) *The Law of MERCOSUR*, Oregon; Hart Publishing, 395-412.
- De La Reza, G. A. (2006). *El Congreso de Panamá de 1826 y Otros Ensayos de Integración Latinoamericana en el Siglo XIX*. México D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Dominguez, J. (2007). International cooperation in Latin America: The design of regional institutions by slow accretion. Acharya, A. & Johnston A.I. (Eds.), *Crafting Cooperation. Regional International Institutions in Comparative Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press, 83-128.
- Feinberg, R. & D. Boylan (1991). *Modular Multilateralism. North-South Economic Relations in the 1990s*. Washington DC: Overseas Development Council.
- Gilpin, R. (1987). *The Political Economy of International Relations*. New Jersey: Princeton University Press.
- Grabendorff, W. (2010). Brasil: De coloso regional a potencia global. *Nueva Sociedad*, 226 (1), 158–171.
- Gudynas, E. (2006). El camino de la integración sudamericana. *Integración Sur – CLAES*. <http://www.comunidadsudamericana.com/analisis/CumbreSudamericanaClaesCeades.pdf>. adresinden alindi. (Erişim Tarihi: 23.10.2018).
- Hettne, B., Inotai, A. & Sunkel, O., (1999). *Globalization and the New Regionalism*. Basingstoke: MacMillan.
- Hoffmann, S. (1982). Reflections on the nation-state in Western Europe today. *Journal of Common Market Studies*, 20(1–2), 21–37.
- Hurrell, A. (2016). Hegemony, liberalism and global order: What space for would-be great powers? *International Affairs*, 82(1), 1–19.

- Jaguaribe, H. (1968). *Economic and Political Development. A theoretical Approach and a Brazilian Case Study*. Cambridge: Harvard University Press.
- Keohane, R. O. 1984. *After Hegemony: Cooperation and Discord in the World Political Economy*. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Kupchan, C. (2014). Unpacking hegemony: The social foundations of hierarchical order. Ikenberry, G. J. (Eds) *Power, Order and Change in World Politics*, Cambridge: Cambridge University Press, 19-60.
- Lixinski, L. (2010). Human rights in MERCOSUR. Filho, M. T. F., Lixinski, L. & Giuppon, M. B. O. (Eds.). *The Law of MERCOSUR*. Oregon; Hart Publishing, 351-365.
- Macedo Franca, A. C. (2010). MERCOSUR and Environmental Law. Filho, M. T. F., Lixinski, L. & Giuppon, M. B. O. (Eds.). *The Law of MERCOSUR*. Oregon; Hart Publishing, 225-241.
- Makarychev, A. (2013). Regionalism and identities in the common neighborhood: European and Russian discourse. *CEURUS EU-Russia Papers*, 10. <http://www.ceurus.ut.ee/wp-content/uploads/2011/06/MakarychevEU-Russia-paper-10.pdf>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10 Aralık 2018)
- Milner, H. V. (1997). *Interests, Institutions and Information: Domestic Politics and International Relations*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Mistry, P. S. (2003). New Regionalism and Economic Development. Söderbaum, F & T. M. Shaw, T.M. (Eds). *Theories of New Regionalism: A Palgrave Reader*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 117-139.
- Moravcsik, A. (1991). Negotiating the Single European Act: National Interests and conventional statecraft in the European community. *International Organization*, 45(1), 19-56.
- Puntigliano, A. R. (2013). Geopolitics and integration: A South American perspective. A. R. Puntigliano, A.R. & Briceño-Ruiz, J. (Eds.), *The Resilience of Regionalism in Latin America and the Caribbean. Development and Autonomy*, Houndsmill: Palgrave, 19-52.
- RISKMA (2018). Ecuador announces Alba exit and criticizes Venezuelan crisis. <http://riskmasolutions.com/ecuador-announces-alba-exit-and-criticizes-venezuelan-crisis>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 13 Aralık 2018)
- Schmitter, P. C. (2005). Ernst B. Haas and the legacy of neofunctionalism. *Journal of European Public Policy*. 12 (2), 255-272.
- SELA. (2015). The Bolivarian alliance for the peoples of our America peoples. Trade Agreement (ALBA-TCP). No 11-15. <http://www.sela.org/media/2087752/di-11-alba-tcp-ing.pdf>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 15 Aralık 2018)
- Trujillo, C. H. (2018). En seis meses, Colombia estará oficialmente fuera de unasur: Duque. *EL Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/politica/gobierno/colombia-oficializa-su-retiro-de-unasur-por-carta-enviada-260910>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 12 Aralık 2018)



- UNASUR (2011(a)). History. <https://www.unasursg.org/en/node/179>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 18 Aralık 2018)
- UNASUR(2011(b)). South American economy and finance council of unasur (CSEF). <https://www.unasursg.org/en/node/346>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 18 Aralık 2018)
- UNASUR (2011(c)). South American education council of unasur (CSE). <https://www.unasursg.org/en/node/347>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 18 Aralık 2018)
- UNASUR (2011(d)). South American council on health of unasur (CSS). <https://www.unasursg.org/en/node/340>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 18 Aralık 2018)
- UNASUR(2011(e)). South American government health institute – ISAGS. <https://www.unasursg.org/en/node/184>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 18 Aralık 2018)
- UNASUR (2011(f)). South American defense council (CDS). <https://www.unasursg.org/en/node/339>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 18 Aralık 2018)
- UNASUR (2011(g)). Center for strategic defense studies (CEED – CDS). <https://www.unasursg.org/en/node/183>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 18 Aralık 2018)
- UNASUR (2011(h)). South American council on safety, justice and coordination of action against transnational organized crime (DOT). <https://www.unasursg.org/en/node/350>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 18 Aralık 2018)
- UNBISNET. United Nations bibliographic information system. <http://unbisnet.un.org:8080/ipac20/ipac.jsp?profile=> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 18 Aralık 2018)
- Uyanık, Ö. (2014). *Latin Amerika'nın Devrimci Tarihi*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- WITS World Bank. Country Profile. <https://wits.worldbank.org/countrystats.aspx?lang=en>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 21 Aralık 2018)
- WTO Data. International trade statistics. <https://data.wto.org>. adresinden alındı. (Erişim tarihi: 26 Aralık 2018)



**Gökhan KATITAŞ** – gokhan.katitas@marmara.edu.tr

Gökhan Katitaş is a Research Assistant at Marmara University. He holds B.Sc. degree in Political Science and International Relations and MBA degree in International Political Economy from Marmara University. He is PhD candidate in International Political Economy at Marmara University. His research interests include political economy, regionalism, geopolitics and Latin America in World Politics.



**EKLER****Ek 1.** Latin Amerika'da örtüşen bölgeselcilik kapsamında çatışan UNGA oylama konuları

66. Dönem					
MERCOSUR-Venezuela Çatışan Oylamalar		UNASUR-Bolivia ve Venezuela Çatışan Oylamalar		ALBA Dörtlüsü Hayır Uzlaşmaları	
Görüşme Numarası	Konu	Görüşme Numarası	Konu	Görüşme Numarası	Konu
174	Kuzey Kore'de İnsan Hakları	175	İran'da İnsan Hakları	175	İran'da İnsan Hakları
176	Suriye'de İnsan Hakları	253A	Suriye'deki Durum	253A	Suriye'deki Durum
195	Kalkınma İçin Tarım Teknolojisi	253B	Suriye'deki Durum	253B	Suriye'deki Durum
231	Deniz Hukuku				
253A	Suriye'deki Durum				
253B	Suriye'deki Durum				
283	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler				
67. Dönem					
MERCOSUR-Venezuela Çatışan Oylamalar		UNASUR-Bolivia ve Venezuela Çatışan Oylamalar		ALBA Dörtlüsü Hayır Uzlaşmaları	
Görüşme Numarası	Konu	Görüşme Numarası	Konu	Görüşme Numarası	Konu
78	Deniz Hukuku	182	İran'da İnsan Hakları	182	İran'da İnsan Hakları
168	Yargısız ve Keyfi İnfaz	183	Suriye'de İnsan Hakları	183	Suriye'de İnsan Hakları
182	İran'da İnsan Hakları	202	Kalkınma İçin Girişimcilik	202	Kalkınma İçin Girişimcilik
183	Suriye'de İnsan Hakları	234A	Silah Ticareti Anlaşması	234A	Silah Ticareti Anlaşması
202	Kalkınma İçin Girişimcilik	234B	Silah Ticareti Anlaşması	234B	Silah Ticareti Anlaşması
234A	Silah Ticareti Anlaşması	243	Eski Yugoslavya'daki Yargı İhlallerinden Sorumlu Kişiler	243	Eski Yugoslavya'daki Yargı İhlallerinden Sorumlu Kişiler
243	Eski Yugoslavya'daki Yargı İhlallerinden Sorumlu Kişiler	262	Suriye'deki Durum	262	Suriye'deki Durum
262	Suriye'deki Durum	268	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler	268	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler
268	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler				
68. Dönem					
MERCOSUR-Venezuela Çatışan Oylamalar		UNASUR-Bolivia ve Venezuela Çatışan Oylamalar		ALBA Dörtlüsü Hayır Uzlaşmaları	
Görüşme Numarası	Konu	Görüşme Numarası	Konu	Görüşme Numarası	Konu
31	Silah Ticareti	31	Silah Ticareti	31	Silah Ticareti
70	Deniz Hukuku	182	Suriye'deki Durum	182	Suriye'deki Durum

144	İnsan Hakları Konseyi Raporu	184	İranda Durum	184	İranda Durum
182	Suriye'deki Durum	262	Ukrayna'nın Toprak Bütünlüğü	262	Ukrayna'nın Toprak Bütünlüğü
184	İranda Durum				
262	Ukrayna'nın Toprak Bütünlüğü				
69. Dönem					
MERCOSUR-Venezuela Çatışan Oylamalar		UNASUR-Bolivya ve Venezuela Çatışan Oylamalar		ALBA Dörtlüsü Hayır Uzlaşları	
G ö r ü ş m e Numarası	Konu	Görüşme Numarası	Konu	G ö r ü ş m e Numarası	Konu
49	Silah Ticareti	49	Silah Ticareti	49	Silah Ticareti
188	Kuzey Kore'de İnsan Hakları	188	Kuzey Kore'de İnsan Hakları	188	Kuzey Kore'de İnsan Hakları
189	Suriye'de İnsan Hakları	189	Suriye'de İnsan Hakları	190	İranda İnsan Hakları
190	İranda İnsan Hakları	190	İranda İnsan Hakları		
210	Kalkınma İçin Girişimcilik				
286	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler				
70. Dönem					
MERCOSUR-Venezuela Çatışan Oylamalar		UNASUR-Bolivya ve Venezuela Çatışan Oylamalar		ALBA Dörtlüsü Hayır ve Çekimser Uzlaşları	
G ö r ü ş m e Numarası	Konu	Görüşme Numarası	Konu	G ö r ü ş m e Numarası	Konu
10	Uluslararası Atom Enerjisi Raporu	10	Uluslararası Atom Enerjisi Raporu	10	Uluslararası Atom Enerjisi Raporu
58	Silah Ticareti	58	Silah Ticareti	58	Silah Ticareti
161	İnsan Haklarının ve Temel Özgürlüklerin Korunması	161	İnsan Haklarının ve Temel Özgürlüklerin Korunması	161	İnsan Haklarının ve Temel Özgürlüklerin Korunması
168	Demokratikleşmenin Desteklenmesi ve Seçimler Konularında BM'nin Rolünün Artırılması	172	Kuzey Kore'de İnsan Hakları	172	Kuzey Kore'de İnsan Hakları
172	Kuzey Kore'de İnsan Hakları	173	İranda İnsan Hakları	173	İranda İnsan Hakları
173	İranda İnsan Hakları	198	Sürdürülebilir Kalkınma İçin Tarım Teknolojisi	198	Sürdürülebilir Kalkınma İçin Tarım Teknolojisi
198	Sürdürülebilir Kalkınma İçin Tarım Teknolojisi	234	Suriye'de İnsan Hakları	234	Suriye'de İnsan Hakları
234	Suriye'de İnsan Hakları				
265	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler				
71. Dönem					
MERCOSUR-Venezuela Çatışan Oylamalar		UNASUR-Bolivya ve Venezuela Çatışan Oylamalar		ALBA Dörtlüsü Hayır Uzlaşları	
G ö r ü ş m e Numarası	Konu	Görüşme Numarası	Konu	G ö r ü ş m e Numarası	Konu

50	Silah Ticareti	50	Silah Ticareti	50	Silah Ticareti
69	Kitlesel İmha ve Kimyasal Silahların Kullanımı	69	Kitlesel İmha ve Kimyasal Silahların Kullanımı	69	Kitlesel İmha ve Kimyasal Silahların Kullanımı
130	Suriye'deki Durum	130	Suriye'deki Durum	130	Suriye'deki Durum
204	İranda İnsan Hakları	204	İranda İnsan Hakları	204	İranda İnsan Hakları
205	Kırım ve Sivastopol'da İnsan Hakları	205	Kırım ve Sivastopol'da İnsan Hakları	205	Kırım ve Sivastopol'da İnsan Hakları
221	Sürdürülebilir Kalkınma İçin Girişimcilik	221	Sürdürülebilir Kalkınma İçin Girişimcilik	221	Sürdürülebilir Kalkınma İçin Girişimcilik
248	Mart 2011'den Beri Suriye'de Geçekleşen Suçlar ve Sorumluların Cezalandırılması	248	Mart 2011'den Beri Suriye'de Geçekleşen Suçlar ve Sorumluların Cezalandırılması	248	Mart 2011'den Beri Suriye'de Geçekleşen Suçlar ve Sorumluların Cezalandırılması
257	Deniz Hukuku	290	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler	290	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler
290	Abhazya ve Güney Osetya'daki Mülteciler ve Yerinden Olmuş Kişiler				

## DO HOUSE PRICES IN TURKEY FOLLOW EURO AREA TRENDS?: REGIME SWITCHING APPROACH\*

TÜRKİYE'DE KONUT FİYATLARI EURO ALANI TRENDLERİNİ İZLİYOR  
MU?: REJİM DEĞİŞİM YAKLAŞIMI

Mustafa Ozan YILDIRIM\*\*

Raif CERĞİBOZAN\*\*\*

Caner DEMİR\*\*\*\*

### Abstract

The purpose of this study is to make a comparative analysis on the house price trends of Turkey and Euro Area over the 2003-2016 period. Since the economic interactions between these regions have a substantial volume, any shocks or booms in a region might affect the other one. Within this scope, the study attempts to investigate the house price trends in these economies by applying separated Regime Switching Models. The findings firstly show that the low regime in Turkey corresponds to the 2008-2012 period while in the Euro Area it corresponds to the 2006-2013 period. Secondly, the impacts of the potential factors vary across regions. For Turkey, the interest rate has a negative significant impact on house prices during both regimes, while unemployment rate has a negative significant impact only in the high regime. For the Euro Area, both interest rate and unemployment rate have a statistically significant, negative impact on house prices. As for income level, it is observed that for both regimes in Turkey and the Euro Area, income level has a positive impact on house prices. The breakpoints suggest that the prior impacts of the global recession around 2008 firstly appear in Euro Area but firstly ends in Turkey.

\* Received: 03.04.2019; Accepted: 05.05. 2019

\*\* Pamukkale University, Department of Economics, ORCID: 0000-0001-7982-4181

\*\*\* Kırklareli University, Department of Economics, ORCID: 0000-0001-7557-5309

\*\*\*\* Manisa Celal Bayar University, Department of Economics, ORCID: 0000-0002-3840-6335

**Keywords:** Housing market, Regime Switching Model, Turkey, Euro Area.

**JEL Codes:** H30, C34, O52

## Öz

Bu çalışmanın amacı, 2003-2016 dönemi için Türkiye ve Euro Alanı'nın konut fiyat trendleri üzerine karşılaştırmalı bir analiz yapmaktır. Bu bölgeler arasındaki ekonomik etkileşimler kayda değer bir hacme sahip olduğu için bir bölgede meydana gelen herhangi bir şok veya canlanma diğerini de etkileyebilmektedir. Bu çerçevede, çalışma, bu ekonomilerdeki konut fiyat trendlerini ayrışık rejim değişim modelleri uygulayarak araştırmaya çalışmaktadır. Bulgular öncelikle, Euro Alanı'nda düşük rejim 2006-2013 dönemine denk düşerken Türkiye'de 2008-2012 dönemine denk düştüğünü göstermektedir. İkinci olarak, potansiyel faktörlerin etkileri bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Türkiye için, faiz oranı her iki rejimde de negatif anlamlı bir etkiye sahipken işsizlik oranı sadece yüksek rejimde negatif anlamlı bir etkiye sahiptir. Euro Bölgesi için ise hem faiz hem de işsizlik oranı konut fiyatları üzerinde istatistiki olarak anlamlı, negatif bir etkiye sahiptir. Gelir düzeyi açısından ise, Türkiye ve Euro Alanı'nda her iki rejimde de gelir düzeyinin konut fiyatları üzerinde pozitif bir etkisi olduğu gözlenmektedir. Rejimlerin kırılma noktaları 2008 yılında meydana gelen küresel durgunluğun öncül etkilerinin ilk olarak Euro Alanı'nda ortaya çıktığını ancak ilk olarak Türkiye'de sona erdiğini ortaya koymaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Konut piyasası, Rejim Değişim Modeli, Türkiye, Euro Alanı

**JEL Kodları:** H30, C34, O52

## 1. INTRODUCTION

Since the last few decades, large cyclical fluctuation of house prices has become important in many industrialized countries across the world. The property of housing market cycles is that house prices usually rise rapidly, and then suddenly fall. It was a typical example of what many countries, especially the US, experienced during the recent global financial crisis. In the US, house prices increased by nearly 60% between 2000-2005 period; and sharply decreased by 40% over the next four years. The European countries, particularly Spain, Italy, Greece, Ireland, and Portugal, experienced a similar process of house prices.

House price cycles are crucially important to understand the state of the many countries 'business cycles as housing represent the most important asset for households in developed countries. Moreover, policymakers struggle to achieve some information contained in housing market dynamics to forecast the future path of the economy (Dufrenot & Malik, 2012). It plays a key role to understand the cause of fluctuations in house prices in terms of pursuing both macroeconomic and financial stability in an economy. This is important because house prices, which affect credit markets, are linked to business and financial cycles since the house prices are used to borrow from banks thanks to collateral of the value of their homes.

(Iacoviello, 2005). The banking sector problems that arose in some Euro-zone countries after the financial crisis can be shown as an example.

Following the US, other countries also found themselves in a situation of housing market crash. The large fluctuations in house prices in the Euro Area and Turkey before and after in the recent financial crisis have raised concerns among policymakers and academicians. House prices in the Euro Area steadily increased from early 2005 until mid-2008. House prices in the Euro Area started again in mid-2013 and reached a peak at the beginning of 2016. REIDIN House Price Index reveals that house prices in Turkey went up by 160 % from 2009 to 2016, in addition to over 230% from 2003 to 2006. Except for the decreasing 2008-2009 period due to the global financial crisis, the growth trend of house prices has been experienced an unprecedented success.

The sharp increase in house prices both in the Euro Area and Turkey has been substantially related to housing market fundamentals that consist of housing demand and supply. The increase in income and the improvement in employment conditions, together with the reduction in the mortgage rates are closely associated with house price movements. After some rise and fall during the long-term period of recovery, the house prices in the Eurozone are finally on the rise again in recent months. In a similar manner, house prices in Turkey has increased due to the following reasons: decreasing mortgage rates, increases in housing transactions made by economic agents for financial investment purposes on housing, improving the assets demand as the increase of per capita income, etc.

Most of previous studies related to house markets do not consider the significant structural changes that are caused by the rapid rise and fall in house prices. Instead, it is assumed that there is a stable and constant relationship between house prices and some macroeconomic variables (Nneji, Brooks & Ward, 2013). However, depending on the regime in which the housing cycles are located, the sensitivity of house prices to the variables in the so-called variables may change. For this reason, this paper employs an econometric model designed to evaluate both the Euro Area and Turkey housing market cycles separating the high and low house price regimes. The objective is to determine whether house prices follow similar trends in Turkey and the Eurozone, whether they are affected by fundamental economic variables, and whether the relationship between house prices and macroeconomic variables vary depending on the regime.

One of the main goals of this paper is to measure quantitatively how the fundamental determinants of house prices such as income, interest rates, and employment have played a role in the observed house price dynamics. In addition to this, this paper tries to find out a few policy-relevant questions in this research. First of them, is the house prices in both the Euro Area and Turkey more sensitive to macroeconomic shocks in boom or bust periods? Secondly, what are the macroeconomic variables that have an important effect on house

prices in each regime? In order to answer these questions, the Markov-Switching approach is used to examine a shift in the house prices and to observe the nonlinear characteristics of the housing market and its determinants for both different areas. To our knowledge, this is the first study that employs a Markov switching model in the context of the relationship between the house prices and the macroeconomic variables by taking into account the Eurozone and Turkey.

This paper shows that the nonlinear behavior of house prices of Turkey and the Euro Area has displayed switching properties throughout the last decade, uncovering the existence of low and high house prices regimes. The results obtained from the three models firstly suggest that income level, mortgage interest rate, and unemployment rate have a statistically significant impact on house prices in both Turkey and the Euro Area. So, this also reveals that fluctuations of house prices in both areas are related to economic fundamentals play a major role in explaining house price behavior. Within this framework, the study will employ three Regime Switching Models after presenting a brief literature review, explaining the data and the methodology.

## 2.LITERATURE REVIEW

In recent years, although many studies have been conducted to model the determinants and drivers of house prices, most of them use linear models to research the relationship between macroeconomic variables and the dynamics of house prices. The literature of existing linear models that employed different econometric methods investigate the effect of variables including income, interest rates, inflation, employment in evaluating how the house prices react to the macroeconomic factors (Englund & Ioannides, 1997; Capozza, Hendershott, Mack & Mayer, 2002; Tsatsaronis & Zhu, 2004; Bjørnland & Jacobsen, 2010). Besides, there are also some studies that analyze the relationship between monetary policy and housing market in industrialized countries (Jarocinski & Smets, 2008; Bjørnland & Jacobsen, 2010; Robstad, 2018; Kishor & Marfatia, 2017). On the other hand, some studies reveal that monetary policy shocks in many European countries play an important role on house price in the long run. On the contrary, Vargas-Silva (2008) shows that house prices in the US are negatively related by contractionary monetary policy shock.

Considering the consequence of housing market for macroeconomy in many developed countries, there are some papers that investigate cross-border house prices movements (Hiebert & Roma, 2010; Merikas, Merika, Laopodis & Triantafyllou, 2012; Yunus, 2015). If there is a convergence and co-movement between house prices in different countries and house prices are highly correlated across borders, this would make a common monetary policy feasible. Beltratti and Morana (2010) examine that the house price movements across G-7 countries and find that global shocks account for much of the fluctuations in national house

prices. Demir and Yıldırım (2017) examine whether there is a convergence process of house prices between OECD countries. Their findings suggest that house prices are converging within twenty OECD countries. Vansteenkiste and Hiebert (2011) examine the expectation for house price spillovers in the Eurozone and their results suggest that spillovers result from country-specific house prices shocks in the Euro Area, but they are of a relatively low magnitude. Gupta, Andre and Gil-Alana (2015) investigate house price co-movement for the eight euro area countries. The authors find that co-movement in house prices are stronger within the Eurozone than at the OECD as member states share a common monetary policy that affects income developments and mortgage rates.

The number of studies on the housing market in Turkey is notably growing. Since there is a lack of historical data on house market in Turkey, some of these studies have used variables related to the housing market instead of house prices. Yıldırım and Ivrendi (2017) study the relationship between house prices and the rest of selected macroeconomic variables using SVAR models. Their findings point out that house prices and house permits are very sensitive to monetary policy, mortgage rates, and income shocks. They also underline that house market variables have highly crucial function in determining the real sector variables for Turkey through monetary policy transmission mechanism. Coskun, Seven, Ertugrul and Alp (2017) analyze the house prices dynamics using several methods and find that there is a long-term cointegration among house prices and some macroeconomic variables such as housing rent, construction cost, and real mortgage rates. The authors show that house prices have experienced some period of overvaluation, but this is not a bubble. Karakoyun and Yıldırım (2017) also indicate that house price increases have not any bubble characteristic in Turkey and real interest rates and other variables affect the house prices in the long run, but this effect does not work in the short term.

Coskun (2016) does a case study analysis and shows the effect of house price variations by considering micro and macro levels. According to his results, housing offers Turkish households an ideal profitable investment opportunity. He also indicates that real earnings of housing might change according to the local market level, due to the increase in the valuation of houses in various duration. Akkas and Sayilgan (2015) examine the causality relation between house prices and mortgage rates for the 2010-2015 period. Their results point the existence of causality which shows the direction from mortgage rates to house prices. They also find a significantly negative impact of mortgage rate shocks on house prices. Akseki, Catik and Gok (2014) consider the effect of macroeconomic variables on housing market activity in Turkey between 1992 and 2012. They operate a two-regime MS-VAR model and reveal that monetary variables such as M1 and interbank rate play an important role in the fluctuation of housing permits. There are also a few studies that point out a substantial link between housing market variables and mortgage rates (Badurlar, 2008; Kargi, 2013; Sari, Ewing & Aydin 2007). In addition to these studies,



Halicioglu (2007), Oztürk and Fitoz (2009), and Hepsen and Kalfa (2009) show the relationship between housing demand-housing supply and different variables which are related to economic activity.

Recently, especially after the global financial crisis, the empirical literature that considers asymmetric effects have investigated the importance of cyclical patterns in house prices in some countries. These papers aim to take into account house prices that experienced different cycle in a different state as called boom and bust (Muellbauer & Murphy, 1997; Ceron & Suarez, 2006; Agnello & Schuknecht, 2011). Ceron and Suarez (2006) study the experience of 14 developed countries to investigate the changes in the volatility of real house price increase. Their findings show that a cyclical component postulated as a two-regime Markov switching process, which featured high and low volatility phases with parameters common to all the countries. Corradin and Fontana (2013) investigate the house price dynamics for 13 European countries via the Markov-switching model by considering the deviation between house prices and fundamentals emerged the short-run dynamics. They find that the cycles of house prices in Europe are generally existed by three (high, medium, and low) states and growth rates within regimes differ mostly across countries.

### 3.METHODOLOGY AND DATA

The literature investigates the house prices mostly include studies using linear models. However, as data containing volatilities and breaks, the house price index requires an estimator that considers nonlinearities. Nonlinear dynamics in house prices are first discussed by Genesove and Mayer (2001), Engelhardt (2001) and Seslen (2004). Therefore, in this study, nonlinear models are preferred when the effects of the key economic variables on house prices are examined following Kim and Bhattacharya (2009), Posedel and Vizek (2010). In this study, Markov Regime Switching Model is used as a nonlinear model. Besides, as stated in Fratzscher (2003) and Alvarez-Plata and Schrooten (2006), the use of linear models neglects the fact that shifts in expectations and private sector beliefs may cause movements of the dependent variable. Hence, using the Markov model allows us to include these factors which cannot be observed but influence the house prices. The Markov Regime Switching Model can be written as follows:

$$y_t = \alpha_{S_t} + x_t' \beta_{S_t} + \varepsilon_t \quad t = 1, \dots, T \quad (1)$$

$$\varepsilon_t \sim i.i.d.(0, \sigma_{S_t}^2) \quad \alpha_{S_t} = \alpha_0(1 - S_t) + \alpha_1 S_t \quad (2)$$

$$\beta_{S_t} = \beta(1 - S_t) + \beta_1 S_t \quad \sigma_{S_t}^2 = \sigma_0^2(1 - S_t) + \sigma_1^2 S_t \quad (3)$$

where  $y_t$  denotes dependent variable and  $x_t$  represents the matrix of explanatory variables. It is assumed that  $\alpha$ ,  $\beta$  and  $\sigma$  depend on the unobservable state variable. The Markov models written for the purpose of the study are in the following forms;

$$HPI_t = \alpha_0(S_t^H) + \beta_1(S_t^H)HPI_{t-1} + \beta_2(S_t^H)INC_t + \sigma_1(S_t^H)\varepsilon_t \quad (4)$$

$$HPI_t = \alpha_1(S_t^H) + \beta_3(S_t^H)HPI_{t-1} + \beta_4(S_t^H)MOR_t + \sigma_2(S_t^H)\varepsilon_t \quad (5)$$

$$HPI_t = \alpha_2(S_t^H) + \beta_5(S_t^H)HPI_{t-1} + \beta_6(S_t^H)UN_t + \sigma_3(S_t^H)\varepsilon_t \quad (6)$$

where *HPI* is House Price Index, *INC* is Income, *MOR* is Mortgage Interest Rate, *UN* is Unemployment rate and  $\varepsilon_t$  is a normal mean zero-constant variance error term that is state dependent variable. These models allow the smoothed adjustment of House Price by including the AR (1) term following Markov Regime Switching Model of Ricci-Risquete (2016). Lagged House Price Index is added into models to avoid both economic and econometric problems. Otherwise, endogeneity problems may be encountered in Markov estimates (Thams, 2007). The long-run coefficients of *INC*, *MOR* and *UN* are calculated as  $\beta_2(S_t^H)/[1-\beta_1(S_t^H)]$ ,  $\beta_4(S_t^H)/[1-\beta_3(S_t^H)]$  and  $\beta_6(S_t^H)/[1-\beta_5(S_t^H)]$  respectively like in Ricci-Risquete (2016). In this paper,  $S_t^H \in \{1, \dots, N\}$  indicator denotes House Price Index at time *t*.  $s_t$  is a random variable that can only take integer values between  $\{1, 2, \dots, N\}$ . It is assumed that the probability that  $s_t$  is equal to some particular value *j* depends on the past only through the most recent value  $s_{t-1}$ .

$$p_{ij} = P\{s_t = j | s_{t-1} = i\} \quad (7)$$

$$P\{s_t = j | s_{t-1} = i, s_{t-2} = k, \dots\} = P\{s_t = j | s_{t-1} = i\} = p_{ij} \quad (8)$$

Such a process  $\{p_{ij}\}_{i,j=1,2,\dots,N}$  represents a Markov chain of *N*-states. The transition probability  $p_{ij}$  represents the likelihood of occurrence of state *j* after state *i*. Note that:

$$p_{i1} + p_{i2} + \dots + p_{iN} = 1 \quad (9)$$

It is often convenient to show transition probabilities in the (*N* x *N*) matrix *P*:

$$P = \begin{bmatrix} p_{11} & p_{21} & \dots & p_{N1} \\ p_{12} & p_{22} & \dots & p_{N2} \\ \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ p_{1N} & p_{2N} & \dots & p_{NN} \end{bmatrix} \quad (10)$$

The row *j*, column *i* element of *P* is the transition probability  $p_{ij}$ . Autoregressive processes, in which the autoregressive parameters are variable, are considered as a consequence of a regime shift variable. Here, the regime itself is defined as the end of a Markov chain that cannot be observed (Hamilton, 1994).

As in Abiad (1999), Alvarez-Plata and Schrooten (2006), Lopes and Nunes (2012) and Ricci-Risquete (2016) which use the Markov regime change model in the literature, this study also assumes two different regime periods. The high regime is the regime in which the average and volatility are high, and the house price index is high, while the other regime is the regime in which the house prices index is low. According to this study, Regime 1 shows the low house price period and Regime 2 shows the high house price period.

This paper employs quarterly data covering 2003:1 to 2016:3 sample period. Table 1 shows the descriptive statistics for the following four main variables that are used in this paper: The House Prices Index (HPI), Gross Domestic Product (INC), Mortgage Interest Rates (MOR), and the Unemployment Rate (UN). The last four column report the mean, minimum, maximum and standard deviation for each variable. HPI for Turkey is from REIDIN Real Estate Company, which is the only longest house prices data that can be accessed. HPI for Euro Area, MOR and UN are taken from OECD Economic Database. Both INC data is from Penn World Tables 9.0.

**Table 1:** Descriptive statistics

Variable	Notation	Source	Mean	Min.	Max.	St. Dev.
<b>Turkey</b>						
House Price Index	HPI	REIDIN	122.579	98.670	157.315	16.082
Gross Domestic Product	INC	Penn World Tables 9.0	1327711	877005.8	1831378	279327.9
Mortgage Interest Rate	MOR	OECD	17.007	8.300	48.990	8.297
Unemployment Rate	UN	OECD	10.007	7.700	14.533	1.412
<b>Euro Area</b>						
House Price Index	HPI	OECD	97.298	87.885	105.218	4.731
Gross Domestic Product	INC	Penn World Tables 9.0	12026937	11092654	12725570	418747.4
Mortgage Interest Rate	MOR	OECD	3.674	1.890	5.460	0.889
Unemployment Rate	UN	OECD	3.018	2.609	4.156	0.377

**Note:** The descriptive statistics are calculated using the raw data. Min., Max. and St. Dev. denote minimum, maximum and standard deviation, respectively.

#### 4. EMPIRICAL ANALYSIS

The empirical analysis consists of the estimation results of the equation (4), (5) and (6). Even though using additional explanatory variables is not a necessary condition for the Markov Regime Switching Model, we employ three different variables that reflect the conditions of the demand side. To avoid the collinearity issue, for each explanatory variable, separated models are estimated.

The results in Table 2 indicate findings obtained from the Markov Regime Switching Model of the “income” model. There are a number of empirical studies that investigate the relationship

between the housing market and macroeconomic variables such as income, inflation, and population, etc. (Adams & Füss, 2010; Hofmann, 2004; Tsatsaronis & Zhu, 2004; Ciarlone, 2015; Algeri, 2013). As we expect that higher income tends to encourage greater demand for new housing, we include the income in the model when analyzing the house prices.

As it has been stated in the previous section, for all the estimated models in this study, it is assumed that there are only two different regimes; the high (regime 1) and the low (regime 2). Table 2 presents the results in a comparative framework. The findings on Turkey suggest that for both regimes, increases in income level raise house prices in Turkey as expected. The probability that regime 1 is followed by regime 1 is 0.96 and the probability that regime 2 is followed by regime 2 is 0.84. However, the probability that regime 1 is followed by regime 2 is 0.03 and the probability that regime 2 is followed by regime 1 is 0.15. Thus, it is possible to suggest that both regimes in Turkey are persistent but the persistence of the regime 1 is higher than the regime 2. Using these probabilities, the expected duration of the regimes is calculated. According to these calculations, in Turkey, regime 1 approximately goes ahead for 27.2 quarters while regime 2 approximately goes ahead for 6.6 quarters. Similar to Turkey, there is a statistically significant and positive relationship between income level and house prices for both regimes in the Euro Area. The regimes in the Euro Area are also persistent. The probability that regime 1 is followed by regime 1 is 0.95 and the probability that regime 2 is followed by regime 2 is 0.96. Despite the probabilities are quite close, the expected duration of the regimes differ from each other. The findings suggest that in the Euro Area, regime 1 approximately goes ahead 21.7 quarters while regime 2 approximately goes ahead 31.2 quarters and clearly imply that the persistence of the low regime in the Euro Area is stronger than the low regime of Turkey and the high regime of the Euro Area.

**Table 2:** Markov Regime switching estimation results for Turkey and the Euro Area (Model 1)

Dependent variable: HPI	Turkey		Euro Area	
	R. 1	R. 2	R. 1	R. 2
Cons.	0.0674 *** (0.0208)	-0.2382 *** (0.0526)	0.1810 *** (0.0141)	-0.0957 *** (0.0251)
Lagged HPI	0.9843 *** (0.0252)	0.6094 *** (0.1144)	0.9950 *** (0.0150)	0.9676 *** (0.0233)
INC	0.0815 *** (0.0216)	0.6482 *** (0.1460)	0.0298 ** (0.0123)	0.0655 *** (0.0137)
Log (sigma)	-2.1169 *** (0.1251)	-2.0515 *** (0.3038)	-2.9576 *** (0.1767)	-2.3092 *** (0.1473)
Transition Prob.	P(1   1) = 0.9632 P(2   1) = 0.1511	P(1   2) = 0.0368 P(2   2) = 0.8489	P(1   1) = 0.9540 P(2   1) = 0.0320	P(1   2) = 0.0460 P(2   2) = 0.9680
Exp. Duration (Q)	27.1935	6.6197	21.7347	31.2191
Log-Likelihood	30.7439		53.3245	
AIC	-0.7683		-1.6760	

SIC	-0.4000	-1.3076
HQC	-0.6262	-1.5339
Linearity Test $\chi^2$	31.20 [0.00]	54.51 [0.00]
Davies p-value	[0.00]	[0.00]
Serial correlation $\chi^2$	10.43 [0.58]	11.09 [0.35]
Normality $\chi^2$	0.30 [0.86]	2.69 [0.26]

**Note:** The values in parentheses and brackets are standard errors and p-value respectively. \*\*\*, \*\* and \* represent statistical significance at the 1%, 5% and 10% level, respectively. Q – Quarters.

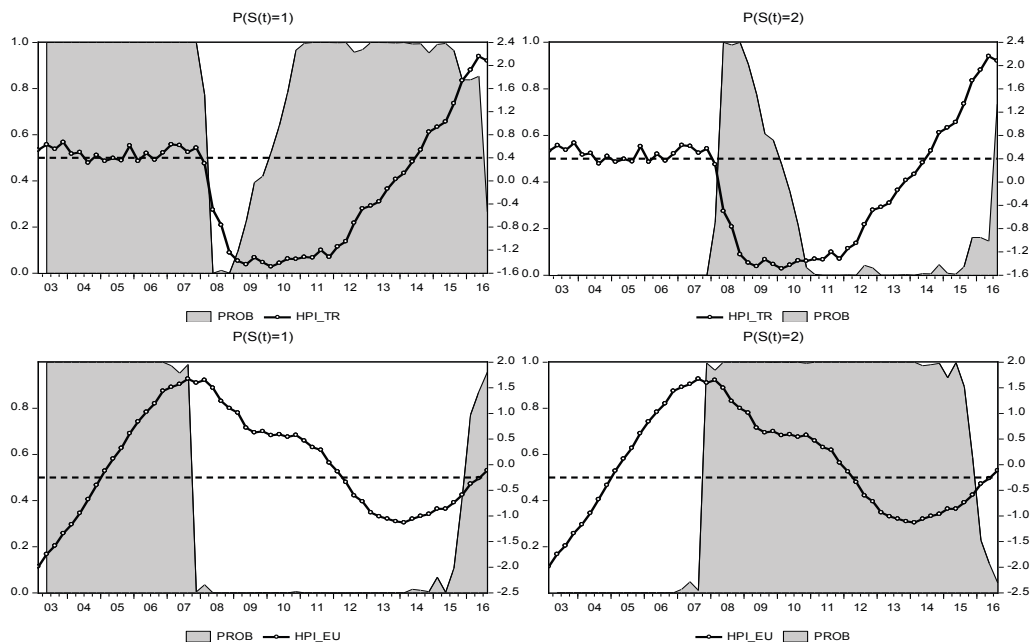
The linearity test results in Table 2 reject the null hypothesis and confirms the validity of the nonlinear model estimation. Also, the Davies (1987) LR test which estimates the upper bounds probabilities suggests that the regime switching approach is suitable for the models. The serial correlation and normality test results imply that there are neither autocorrelation nor normality problem for any of the models. These diagnostic test results do not differ for any of the three models.

The long-run coefficients calculated from the short-run coefficients of the Markov Regime Switching Model in Table 2 are presented in Table 3. The results imply that for both regimes, income has a positive impact on house prices also in the long-run. For both countries, the magnitude of this impact in regime 1 is bigger than regime 2. This result holds also in the short-run.

**Table 3:** Decomposing the short – and long-run effects (Model 1)

Dependent variable: HPI	Turkey		Euro area	
	R. 1	R. 2	R. 1	R. 2
<i>Short-run</i>				
L.HPI	0.9843	0.6094	0.9950	0.9676
INC	0.0815	0.6482	0.0298	0.0655
<i>Long-run</i>				
INC	5.1911	1.6595	5.9600	2.0216

The filtered regime probabilities obtained from Model 1 are shown in Figure 1. The graphs show both high and low regimes in Turkey and Euro Area and imply that the high regimes go on except the global recession started around 2008. According to the probabilities, the low regime holds between 2008 and 2010 in Turkey while it starts in 2007 and expands until 2015 in the Euro Area. The findings reveal that the impact of the 2008 global recession on house prices is more explicit in the Euro Area than in Turkey. Moreover, considering the volume of the commercial and financial interactions between these two regions, there might be a spillover mechanism from the Euro Area to Turkey. Also, the residual, actual and fitted values of house prices for these regions are presented in Figure 2.



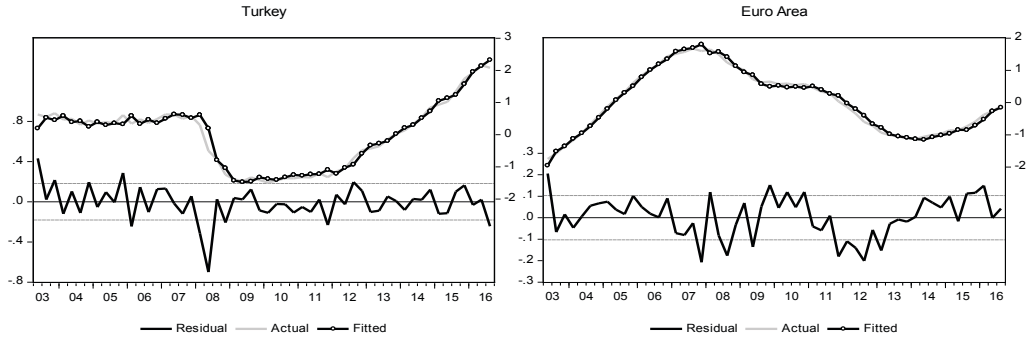
**Figure 1:** Filtered regime probabilities for Turkey and the Euro Area (Model 1)

**Note:** TR: Turkey and EU: Euro Area.

The results in Table 4 indicate findings obtained from the Markov Regime Switching Model of the “mortgage interest rate” model (the Model 2). Because the mortgage interest rate plays a key role in the decision of purchasing a house, we included this variable in the model as a determinant of house prices. However, an increase in the mortgage interest rate lowers house prices because it raises the cost of buying a house, reducing demand and, finally, house prices. For instance, Tsatsaronis and Zhu (2004) and Apergis (2003) point out the strong and negative relationship between mortgage interest rate and house price movements.

The findings on Turkey suggest that for both regimes, increases in mortgage interest rate reduce house prices in Turkey as expected and the coefficients are statistically significant. The probability that regime 1 is followed by regime 1 is 0.97 and the probability that regime 2 is followed by regime 2 is 0.91. However, the probability that regime 1 is followed by regime 2 is 0.02 and the probability that regime 2 is followed by regime 1 is 0.08. According to the probability values, it is possible to suggest that both regimes in Turkey are persistent but the persistence of the regime 1 is higher than the regime 2 and when the high regime (regime 1) starts, it approximately goes ahead for 47.2 quarters in Turkey while the low regime (regime 2) approximately goes ahead for 11.3 quarters. Similar to Turkey, there is also a statistically significant and negative relationship between mortgage interest rate and house prices for both regimes in

the Euro Area. The regimes in the Euro Area are also persistent. The probability that regime 1 is followed by regime 2 is 0.97 and the probability that regime 2 is followed by regime 1 is 0.95 and suggest that in the Euro Area when the high regime (regime 1) starts, it approximately goes ahead 12 quarters while the low regime (regime 2) approximately goes ahead 29 quarters. The findings reveal that the low regime in the Euro Area takes much more time.



**Figure 2:** Residual, actual and fitted house price index (Model 1)

**Table 4:** Markov Regime Switching estimation results for Turkey and the Euro Area (Model 2)

Dependent variable: HPI	Turkey		Euro Area	
	R. 1	R. 2	R. 1	R. 2
Cons.	0.0820 *** (0.0307)	-0.6150 *** (0.0618)	0.2038 *** (0.0151)	-0.0989 *** (0.0269)
Lagged HPI	0.9941 *** (0.0379)	0.6047 *** (0.0619)	0.9142 *** (0.0166)	0.9428 *** (0.0501)
MOR	-0.0593 ** (0.0293)	-0.1292 * (0.0671)	-0.6825 *** (0.1305)	-0.0262 *** (0.0463)
Log (sigma)	-1.8862 *** (0.1235)	-2.5737 *** (0.2216)	0.2284 *** (0.0364)	0.1049 *** (0.0144)
Transition Prob.	P(1   1) = 0.9788 P(2   1) = 0.0878	P(1   2) = 0.0212 P(2   2) = 0.9122	P(1   1) = 0.9716 P(2   1) = 0.0465	P(1   2) = 0.0284 P(2   2) = 0.9535
Exp. Duration (Q)	47.2416	11.3954	12.0000	29.0000
Log-Likelihood	23.7215		49.6411	
AIC	-0.6556		-0.9833	
SC	-0.2873		-0.6150	
HQC	-0.5135		-0.8412	
Linearity Test $\chi^2$	22.52 [0.00]		51.78 [0.00]	
Davies p-value	[0.00]		[0.00]	
Serial correlation $\chi^2$	16.73 [0.16]		11.78 [0.46]	
Normality $\chi^2$	1.06 [0.59]		2.05 [0.36]	

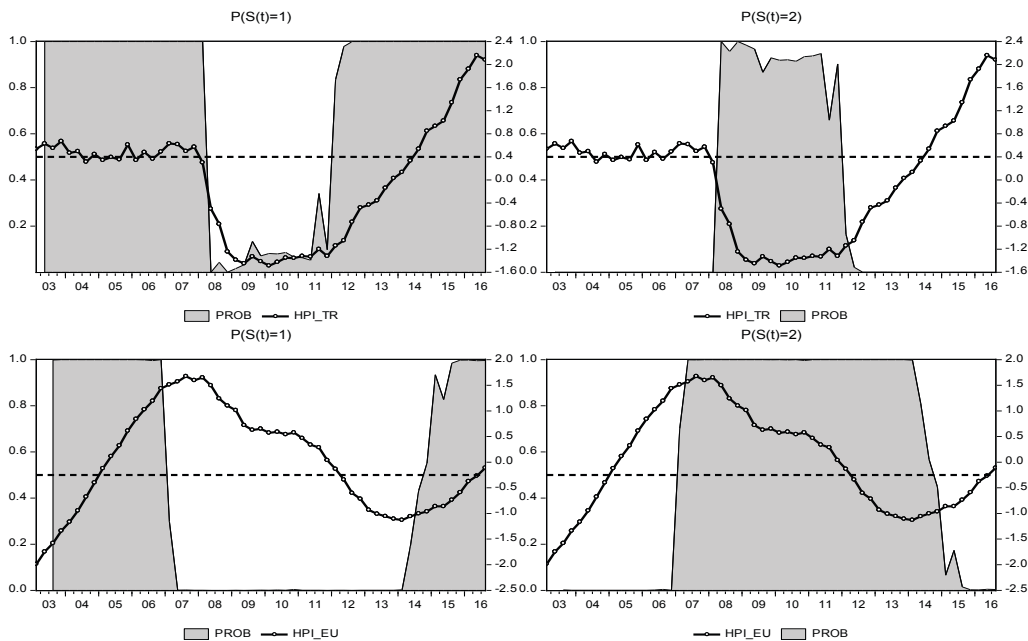
**Note:** The values in parentheses and brackets are standard errors and p-value respectively. \*\*\*, \*\* and \* represent statistical significance at the 1%, 5% and 10% level, respectively. Q – Quarters.

The long-run coefficients calculated from the short-run coefficients of the Model 2 are presented in Table 5. The results imply that for both regimes, the mortgage interest rate has a negative impact on house prices in the long-run. Similar to the first model, the magnitude of this impact in high regime is bigger than in low regime. However, in the short run, the impact of the mortgage interest rate in the low regime is bigger than the high regime as against to its long-run impact.

**Table 5:** Decomposing the short – and long-run effects (Model 2)

Dependent variable: HPI	Turkey		Euro area	
	R. 1	R. 2	R. 1	R. 2
<i>Short-run</i>				
L.HPI	0.9941	0.6047	0.9142	0.9428
MOR	-0.0593	-0.1292	-0.6825	-0.0262
<i>Long-run</i>				
MOR	-10.0508	-0.3268	-7.9545	-0.4580

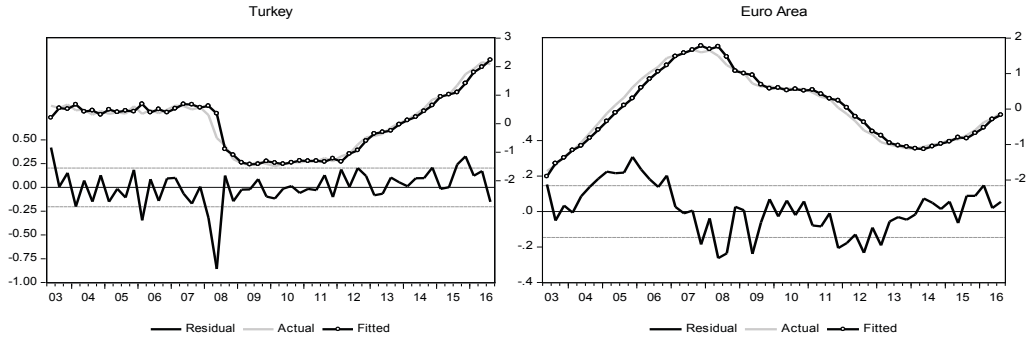
The filtered regime probabilities obtained from Model 2 are shown in Figure 3. Despite minor differences, the patterns of the graphs show similarities with Figure 1. According to the probabilities, the low regime holds between 2008 and 2012 in Turkey while it starts in 2007 and expands until 2014 in the Euro Area. Almost all the findings of the Model 2 confirm the findings obtained from Model 1. Therefore, the interpretations of Figure 1 might be made also for this model. The residual, actual and fitted values of house prices for these regions are presented in Figure 2.



**Figure 3:** Filtered regime probabilities for Turkey and the Euro Area (Model 2)

**Note:** TR: Turkey and EU: Euro Area.





**Figure 4:** Residual, actual and fitted house price index (Model 2)

Lastly, the Regime Switching Model on house prices is estimated by controlling the unemployment rate which is an important proxy reflecting the behavior of market demand. The conditions in labor markets might have some impact on the housing market. Lower levels of unemployment may raise the housing demand and house prices. Abelson, Joyeux, Milunovich and Chung (2005), Apergis (2003), Barot and Yang (2002) show that unemployment determines house prices.

Expectedly, increases in the unemployment rate negatively affect house prices for both Turkey and the Eurozone and for both regimes. The expected duration of the high regime in Turkey lasts in about 48 quarters while the low regime lasts for about 4.1 quarters. In the Euro Area, when the high regime starts, it goes on about 25.5 quarters and the low regime lasts for about 23.8 quarters. Even though in the Euro Area the diminishing time of the high regime is longer than the low regime, the difference is very little. However, similar to the previous two models, the duration of the low regime is much longer in the Euro Area than in Turkey.

The long-run coefficients calculated from the short-run results of the Model 3 are presented in Table 7. The long-run coefficients imply that the negative impact of the unemployment rate in Turkey is stronger in the low-regime (regime 2) while in the Euro Area the stronger impact is shown in the high-regime (regime 1). These findings suggest that when house prices are low, the magnitude of the negative impact of unemployment is much bigger in Turkey and vice-versa for the Euro Area.

**Table 6:** Markov Regime Switching estimation results for Turkey and the Euro Area (Model 3)

Dependent variable:	Turkey		Euro Area	
	R. 1	R. 2	R. 1	R. 2
Cons.	0.0667 *** (0.0207)	-0.4546 ***(0.0118)	0.0917 ** (0.0399)	0.0388 * (0.0231)
Lagged HPI	0.8360 *** (0.0243)	0.9744 *** (0.2443)	0.9308 *** (0.0182)	0.6662 *** (0.0368)
UN	-0.6458 *** (0.0758)	-0.4036 *** (0.0707)	-0.1186 ** (0.0473)	-0.2604 *** (0.0359)
Log (sigma)	-1.9498 *** (0.1035)	-1.6432 *** (0.3505)	-2.5386 *** (0.1258)	-2.7025 *** (0.1664)
Transition Prob.	P(1   1) = 0.9792 P(2   1) = 0.2431	P(1   2) = 0.0208 P(2   1) = 0.7569	P(1   1) = 0.9609 P(2   1) = 0.0419	P(1   2) = 0.0391 P(2   2) = 0.9581
Exp. Duration (Q)	48.0820	4.1139	25.5548	23.8762
Log-Likelihood	22.0490		60.5154	
AIC	-0.4266		-1.8469	
SIC	-0.0583		-1.4786	
HQC	-0.2846		-1.7049	
Linearity Test $\chi^2$	25.75 [0.00]		40.92 [0.00]	
Davies p-value	[0.00]		[0.00]	
Serial correlation $\chi^2$	9.01 [0.70]		7.77 [0.80]	
Normality $\chi^2$	1.62 [0.42]		0.39 [0.82]	

**Note:** The values in parentheses and brackets are standard errors and p-value respectively. \*\*\*, \*\* and \* represent statistical significance at the 1%, 5% and 10% level, respectively. Q – Quarters.

**Table 7:** Decomposing the short – and long-run effects (Model 3)

Dependent variable: HPI	Turkey		Euro area	
	R. 1	R. 2	R. 1	R. 2
<i>Short-run</i>				
L.HPI	0.8360	0.9744	0.9308	0.6662
UN	-0.6458	-0.4036	-0.1186	-0.2604
<i>Long-run</i>				
UN	-3.9378	-15.7656	-1.7139	-0.7801

The filtered regime probabilities obtained from Model 3 are depicted in Figure 5. The regime intervals imply that the low regime (regime 2) occurs only in 2008 for Turkey while it starts in 2007 and goes on until 2014 for the Euro Area. Also, these regime intervals are quite similar to the findings of the Model 1 and Model 2 and confirm the previous inferences. The impact of the recession around 2008 spread over a longer period in the Euro Area. The residual, actual and fitted values obtained from the Model 3 are presented in Figure 6.

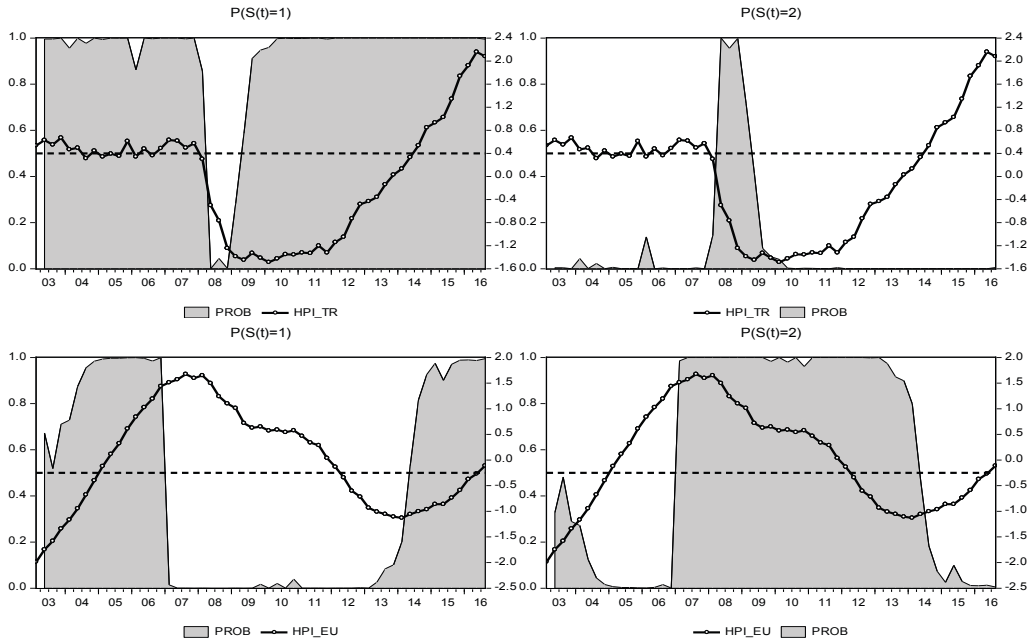


Figure 5: Filtered regime probabilities for Turkey and the Euro Area (Model 3)

Note: TR: Turkey and EU: Euro Area.

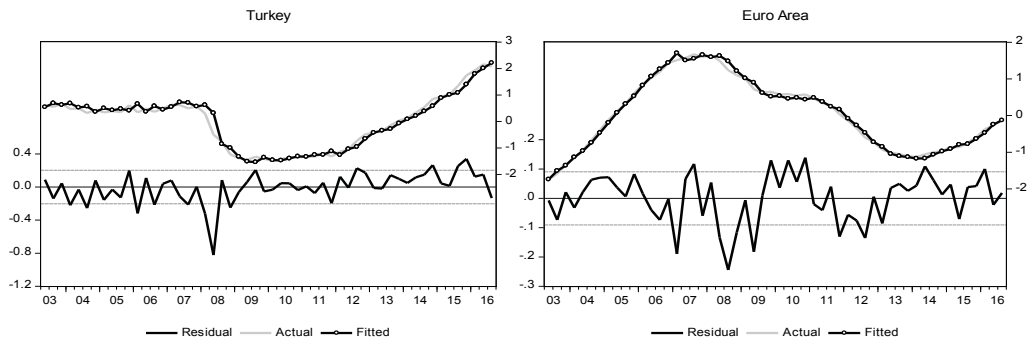


Figure 6: Residual, actual and fitted house price index (Model 3)

### 5.CONCLUSION

In this paper, we focused the possible similarities of the house price trends between Turkey and the Euro Area; and investigated the regime shifts of the house prices for the Turkish economy and the Euro Area over the 2003-2016 period. Since housing markets

and assets gain their importance around the world, examining the volatilities and regime shifts in house prices can provide important information to researchers and policymakers. The study suggests that due to the substantially large volume of the commercial and financial interactions between two regions, the trends of house prices might show similarities.

We applied regime switching models to allow possible shifts in the house prices and account the nonlinearities of the housing market. For this purpose, three different Markov Regime Switching Models are employed in the study; in which income level, mortgage interest rate, and unemployment rate are controlled, respectively.

Our results reveal that the nonlinear behavior of house prices of Turkey and the Euro Area has displayed switching paths over the period of the analysis. The findings obtained from the three models firstly suggest that income level, mortgage interest rate, and unemployment rate have a statistically significant impact on house prices both in Turkey and the Euro Area. So, this result reveals that the fluctuation of house prices in both areas is explained by its determinants, which implies that economic fundamentals play a major role in explaining house price behavior. Expectedly, house prices increase as income level rises, and decreases as mortgage interest rate and unemployment rate increase. However, the magnitude of the impacts of these control variables varies across different regimes. For instance, both in Turkey and in the Euro Area, the impact of income level is relatively stronger in the high regime, which implies that when house prices are relatively high, the house price is more sensitive to income level. The relatively stronger sensitivity during the high regime is valid also for the impacts caused by the mortgage rate. The findings of the last model, which is estimated by controlling unemployment rate, show that the magnitude of the negative impact caused by the rising unemployment rate is relatively stronger during the low regime.

All the models employed reveal that during the 2003-2016 period, the duration of the low regime in Turkey is quite shorter than the low regime in the Euro Area. For both regions, the low regime starts around the 2008 global crisis but ends at different times. According to the results, when the low house price regime in Turkey starts, it goes on about 4-11 quarters while a low regime in the Euro Area goes on about 23-31 quarters. The figures depicted by using the filtered regime probabilities allow for a clearer outlook of the regime shifts. These figures reveal that the low house price regime in Turkey corresponds only a temporary period while it takes in the Euro Area about 6-8 years. The finding can be interpreted as the viability and resistivity of the Turkish housing market. On the other side, we have still very little knowledge about the future of the housing market in Turkey. Further technical researches will enlighten the shaded areas in this subject as the market activities go on and the related data is being accumulated.

## References

- Abelson, P., Joyeux, R., Milunovich, G. & Chung, D. (2005). Explaining house prices in Australia: 1970–2003. *Economic Record*, 81, 96-103.
- Abiad, A. (1999). Early warning systems for currency crises: A Markov-switching approach with application to Southeast Asia. Ph. D. dissertation in Economics, Department of Economics, University of Pennsylvania.
- Adams, Z. & Füss, R. (2010). Macroeconomic determinants of international housing markets. *Journal of Housing Economics*, 19(1), 38-50.
- Agnello, L. & Schuknecht, L. (2011). Booms and busts in housing markets: Determinants and implications. *Journal of Housing Economics*, 20(3), 171-190.
- Akkas, M.E. & Sayilgan, G. (2015). Housing prices and mortgage interest rate: Toda-Yamamoto causality test. *Journal of Economics, Finance and Accounting*, 2(4), 572-583. doi: 10.17261/Pressacademia.201.541.4369
- Akseki, U., Catik, A.N. & Gok.B. (2014). A regime-dependent investigation of the impact of macroeconomic variables on the housing market activity in Turkey. *Economics Bulletin*, 34 (2), 1081-1090.
- Algieri, B. (2013). House price determinants: Fundamentals and underlying factors. *Comparative Economic Studies*, 55, 315-341.
- Alvarez-Plata, P. & Schrooten, M. (2006). The Argentinean currency crisis: A Markov-Switching model estimation. *The Developing Economies*, 44(1), 79-91.
- Apergis, N. (2003). Housing prices and the macroeconomic factors: Prospects within the European Monetary Union. *International Real Estate Review*, 6(1), 63-74.
- Badurlar, İ.Ö. (2008). An Investigation of the relationship between house prices and macroeconomic variables in Turkey. *Anadolu University Journal of Social Science*, 8(1), 223-238.
- Barot, B. & Yang, Z. (2002). House prices and housing investment in Sweden and the UK: Econometric analysis for the period 1970–1998. *Review of Urban & Regional Development Studies*, 14(2), 189-216.
- Beltratti, A. & Morana, C. (2010). International house prices and macroeconomic fluctuations. *Journal of Banking & Finance*, 34, 533-545.
- Bjørnland, C.H. & Jacobsen, D.H. (2010). The role of house prices in the monetary policy transmission mechanism in small open economies. *Journal of Financial Stability*, 6(1), 218-229. doi: 10.1016/j.jfs.2010.02.001
- Bulligan, G. (2010). Housing and the macroeconomy: The Italian case. In de Bandt, O., T. Knetsch, J. Peñalosa and F. Zollino (Eds.), *Housing Markets in Europe – A Macroeconomic Perspective*, Heidelberg: Springer, 19-38.

- Capozza, D. R., Hendershott, P. H., Mack, C. & Mayer, C. J. (2002). Determinants of real house price dynamics. *NBER Working Paper*, 9262.
- Ceron, J. A. & Suarez, J. (2006). Hot and cold housing markets: International evidence. *CEPR Discussion Paper*, 5411.
- Ciarlone, A. (2015). House price cycles in emerging economies. *Studies in Economics and Finance*, 32(1), 17-52.
- Corradin, S. & Fontana, A. (2013). House price cycles in Europe. ECB Working Paper, 1613.
- Coskun, Y. (2016). Property prices and investment: An analysis for Turkey. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 201-217.
- Coskun, Y., Seven, U., Ertugrul, H. M. & Alp, A. (2017). Housing price dynamics and bubble risk: The case of Turkey. *Housing Studies*, 1-37, doi:10.1080/02673.037.2017.1363378.
- Demir, C. & Yildirim, M. O. (2017). Convergence in house prices across OECD countries: A panel data analysis. *Central European Review of Economic Issues*, 20(1), 5-15, doi: 10.7327/cerei.2017.03.01.
- Dufrénot, G. & Malik, S. (2012). The changing role of house price dynamics over the business cycle. *Economic Modelling*, 29(5), 1960-1967.
- Englund, P. & Ioannides, Y. M. (1997). House price dynamics: An international empirical perspective. *Journal of Housing Economics*, 6(2), 119-136.
- Fratzscher, M. (2003). On currency crises and contagion. *International Journal of Finance & Economics*, 8(2), 109-129.
- Genesove, D. & Mayer, C. (2001). Loss aversion and seller behavior: Evidence from the housing market. *Quarterly Journal of Economics*, 116(4), 1233-1260.
- Gupta, R., Andre, C. & Gil-Alana, L. (2015). Comovement in Euro area housing prices: A fractional cointegration approach. *Urban Studies*, 52(16), 3123-3143.
- Halicioglu, F. (2007). The demand for new housing in Turkey: An application of the ARDL model. *Global Business and Economics Review*, 9(1), 62-74.
- Hamilton, J. D. (1994). *Time Series Analysis* (Vol. 2). Princeton: Princeton University Press.
- Hofmann, B. (2004). The determinants of bank credit in industrialized countries: Do property prices matter?. *International Finance*, 7(2), 203-234.
- Hepsen, A. & Kalfa, N. (2009). Housing market activity and macroeconomic variables: An analysis of the Turkish dwelling market under the new mortgage system. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 38(1), 38-46.
- Hiebert, P. & Roma, M. (2010). Relative house price dynamics across euro area and US cities: Convergence or divergence?. *ECB Working Paper*, 1206.
- Iacoviello, M. (2005). House prices, borrowing constraints, and monetary policy in the business cycle. *American Economic Review*, 95(3), 739-764.

- Jarocinski, M. & Smets, F.R. (2008). House prices and the stance of monetary policy. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 90(4), 339-365.
- Karakoyun, H. D. & Yildirim, N. (2017). Demand-side factors of housing price increases in Turkey: Blanchard-Quah SVAR model. *Business and Economic Horizons*, 13(3), 312-332.
- Kargi, B. (2013). Housing market and economic growth relation: Time series analysis over Turkey (2000-2012). *International Journal of Human Sciences*, 10(1), 898-924.
- Kim, S. W. & Bhattacharya, R. (2009). Regional housing prices in the USA: An empirical investigation of nonlinearity. *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 38(4), 443-460.
- Kishor, N.K. & Marfatia H.A. (2017). The dynamic relationship between housing prices and the macroeconomy: Evidence from OECD countries. *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 54, 237-268, doi: 10.1007/s11146.015.9546-8.
- Merikas, A., Merika, A., Laopodis, N. & Triantafyllou, A. (2012). House price comovements in the Eurozone economies. *European Research Studies*, 15(1), 71-98.
- Muellbauer, J. & Murphy, A. (1997). Booms and busts in the UK housing market. *The Economic Journal*, 107(445), 1701-1727.
- Nafeesa, Y. (2015). Trends and convergence in global housing markets. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 36, 100-112.
- Nneji, O., Brooks, C. & Ward, C. W. (2013). House price dynamics and their reaction to macroeconomic changes. *Economic Modelling*, 32, 172-178.
- Ozturk, N. & Fitoz, E. (2009). The determinants of the housing sector in Turkey: An empirical analysis. *ZKU Journal of Social Sciences*, 5(10), 21-46.
- Posedel, P. & Vizek, M. (2010). The nonlinear house price adjustment process in developed and transition countries. *Economics Institut Working Paper*, 1001.
- Robstad, O. (2018). House prices, credit, and the effect of monetary policy in Norway: Evidence from structural VAR models. *Empirical Economics*, 54(2), 461-483.
- Ricci-Risquete, A., Ramajo, J. & de Castro, F. (2016). Do Spanish fiscal regimes follow the euro-area trends? Evidence from Markov-Switching fiscal rules. *Economic Modelling*, 59, 484-494.
- Sari, R., Ewing, T.B. & Aydın, B. (2007). Macroeconomic variables and the housing market in Turkey. *Emerging Markets Finance and Trade*, 43(5), 5-19.
- Seslen, T. (2004). Housing price dynamics and household mobility decisions. Presented at USC LUSK/FBE Real Estate Seminar, September 3.
- Thams, A. (2007). Fiscal policy rules in practice. *SFB 649 Discussion Paper*, 016.
- Tsatsaronis, K. & Zhu, H. (2004). What drives housing price dynamics: Cross-country evidence. *BIS Quarterly Review*, March, 65-78.



Vansteenkiste, I. & Hiebert, P. (2011). Do house price developments spillover across euro area countries? Evidence from a global VAR. *Journal of Housing Economics*, 20(4), 299-314.

Vargas-Silva, C. (2008). Monetary policy and the USA housing market: A VAR analysis imposing sign restrictions. *Journal of Macroeconomics*, 30(3), 977-990, doi:10.1016/j.jmacro.2007.07.004.

Yildirim, M. O. & Ivrendi, M. (2017). House prices and the macroeconomic environment In Turkey: The examination of a dynamic relationship. *Economic Annals*, 62(215), 81-110.



**Mustafa Ozan YILDIRIM** – moyildirim@pau.edu.tr

M. Ozan Yıldırım is an Assistant Professor of Economics at Pamukkale University. He holds a B.Sc. degree in Economics from Dokuz Eylül University (2012) and an Ph.D degree from Pamukkale University (2017). Dr. Yıldırım's research interests focus on housing economics, monetary policy, time series econometrics and dynamic stochastic general equilibrium (DSGE) modelling. He teaches Introduction to Economics, Statistics, Monetary Theory and Policy, Business Cycles at both undergraduate and graduate level



**Raif CERĞİBOZAN** – raif.cergibozan@klu.edu.tr

Raif Cergibozan is an associate professor of Economics at Kırklareli University, Turkey. He earned his bachelor's degree in Economics from Marmara University in 2009 and received a master's degree in Economics from Istanbul Technical University in 2011. Dr. Cergibozan holds two PhD degrees in Economics. He completed his first PhD in Economics at Galatasaray University in 2015 and got the second PhD in Economics at Paris Nanterre University in 2018. His areas of special interest are financial crises, energy economics, labor markets, international trade, time series analysis, and macro econometric models.



**Caner DEMİR** – caner.demir@cbu.edu.tr

Caner Demir is an Assistant Professor of Economics at Manisa Celal Bayar University, Turkey. He holds a B.A. in Economics from Dokuz Eylül University and a PhD in Economics from Ege University. He has been at the University of Verona for 3 months and at the University of Massachusetts-Amherst for 12 months as a visiting scholar. His areas of research include economic growth, development economics, economics of innovation, international capital movements, and environmental economics.



## FARKLI GELİR GRUPLARINDAKİ ÜLKELERİN KÜRESEL REKABET VE İNSANİ KALKINMA BAKIMINDAN VERİ ZARFLAMA ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ\*

THE EVALUATION OF THE COUNTRIES IN DIFFERENT INCOME GROUPS IN TERMS OF GLOBAL COMPETITION AND HUMAN DEVELOPMENT VIA DATA ENVELOPMENT ANALYSIS

Mevlûdiye ŞİMŞEK\*\*  
Gözde KOCA\*\*\*  
Nakşidil ALPARSLAN\*\*\*\*

### Öz

Küreselleşme ve küresel rekabetin ön plana çıktığı çağımızda, küresel rekabet gücünün insani kalkınma seviyesine yeterince yansıtılıp yansıtılmadığı sorusu sorgulanması gereken önemli konulardan biridir. Bu çalışmanın amacı, ülkelerin üç ayrı gelir grubuna (yüksek gelirli, üst-orta gelirli ve alt-orta gelirli) göre küresel rekabet güçlerini, insani kalkınma düzeyine yansıtma konusundaki göreceli etkinliklerini Veri Zarflama Analizi (VZA) ile belirlemektir. Bu çerçevede, yüksek gelirli ülkeler grubunda 50 ülkenin, üst-orta gelirli ülkeler grubunda 33 ülkenin ve alt-orta gelirli ülkeler grubunda 29 ülkenin verileri kullanılmıştır. Söz konusu ülkelerin 2016 yılına ait temel gereklilikler (Girdi 1 – G1), verimlilik artırıcı faktörler (Girdi 2 – G2), inovasyon ve çeşitlilik faktörleri (Girdi 3 – G3) girdi olarak; kişi başına düşen milli gelir (GNI) (Çıktı 1 – Ç1), doğuştan beklenen yaşam süresi (Çıktı 2 – Ç2), beklenen okullaşma süresi (Çıktı 3 – Ç3) ve ortalama okullaşma süresi (Çıktı 4 – Ç4) çıktı olarak kullanılmıştır. Sonuçta ortalama etkinlik değerlerine bakıldığında yüksek gelir grubunda bulunan ülkelerin diğer gelir gruplarında yer alan ülkelere göre daha yüksek ortalamaya sahip olduğu ve etkin çıkan ülkelerin

\* Makalenin Gönderim Tarihi (Received): 27.03.2019; Makalenin Kabul Tarihi (Accepted): 28.06.2019

\*\* Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisat Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-4586-6575

\*\*\* Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İşletme Bölümü, ORCID ID: 0000-0001-6847-6812

\*\*\*\* Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, İktisat Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-6916-5167

kūresel rekabet gūcūnū insani kalkınma seviyesine yansıtabilme anlamında performanslarının her etkin ūlkenin kendi gelir grubu içerisinde iyi olduėu saptanmıřtır.

**Anahtar Kelimeler:** Veri Zarflama Analizi, Etkinlik, Kūresel Rekabet, İnsani Kalkınma.

**JEL Kodları:** D57, F63, F68, O31

### **Abstract**

In our era of globalization and global competition, the question of whether global competition is adequately reflected in human welfare is one of the important issues to be questioned. The purpose of this study is to determine the global competitive powers of countries in terms of three separate income groups (high-income, upper-middle income, and low-middle income) and their relative efficiency regarding their reflection to human development via Data Envelopment Analysis (DEA). To achieve this, the data from the three groups of 29 high-income countries, 33 upper-middle-income countries, and 29 lower-middle-income countries were used. The Basic Requirements, Productivity-Increasing Factors, Innovation and Diversity Factors of the relevant countries in 2016 were used as input; National Income per Capita (GNI), Life Expectancy since Birth, Expected Schooling Time, and Average School Time were used as output as well as CCR and BCC models. Human development data were obtained from United Nations Development Program's (UNDP) website and global competitiveness data was obtained from The Global Competitiveness Report 2016-2017. DEA Solver program was used for this evaluation. When the average efficiency values are taken into consideration, it is determined that the countries in the high-income group had a higher average. High-income countries had efficiency values ranging from 1.000 to 0.838 in the CCR Model, and in the study, 13 countries were found to be efficient. In addition, the average efficiency value for the efficient countries was 0.933, and the standard deviation was 0.052. High-income countries had efficiency values ranging from 1.000 to 0.929 according to the BCC Model, and 27 countries were found to be efficient. Moreover, for the efficient high-income countries, the average efficiency value was 0.989 and the standard deviation was 0.017. The upper-middle incomes countries had efficiency values ranging from 1.000 to 0.760 in the CCR Model and 10 countries were found to be efficient. The average efficiency value for efficient countries was 0.921 and the standard deviation was 0.075. The upper-middle-income countries had efficiency values ranging from 1.000 to 0.836 according to the BCC Model, but 18 countries were found to be efficient. In addition, the average efficiency value for the efficient countries was 0.973, and the standard deviation was calculated as 0.041. The lower-middle-income countries had efficiency values ranging from 1,000 to 0.790 and 10 countries were found to be efficient. In addition, the average efficiency value for efficient countries was 0.933 and the standard deviation was 0.062. According to the BCC Model, upper-middle incomes countries had efficiency values ranging from 1.000 to 0.888, but 12 countries were efficient. In addition, the average efficiency value for the efficient countries was 0.967 and the standard deviation was 0.037. According to the results of the study done via the DEA, it was seen that the countries that were inefficient in their performance had a good performance in terms of reflecting the global competitiveness to the human development. It is the main objective of every policy applied in economics to be reflected in human life in a good way and to increase the living standards of individuals. In this context, it would be correct to point out that the policies implemented in countries with good performance in reflecting global competitiveness to human life (education, health, and

income) are successful. Countries whose performance is low and inefficient in reflecting global competition power to human development should increase their performance. Although it is important for countries to increase their global competitiveness in the global world, it is very important to reflect the global competitiveness to human well-being. Therefore, one of the most important implications of this study is to increase the global competitiveness of the countries as well as their global competitiveness, the living standards, economic and social well-being of individuals; it is also important to positively reflect the global competitiveness on human life. The point to be taken into account is that the results show the relative efficiency values. The fact that a country is 100% efficient indicates that it is only 100% efficient in relation to the determined inputs and outputs. The inputs and outputs used in this study were available until 2016. Different assessments can be done by determining new inputs and outputs in time or by using different methods.

**Keywords:** Data Envelopment Analysis, Efficiency, Global Competition, Human Development.

**JEL Codes:** D57, F63, F68, O31

## 1.GİRİŞ

1970’li ve özellikle 1980’li yıllardan itibaren küreselleşmenin dünyada hız kazanması ekonomik ve sosyal anlamda bazı değişimlere eşlik etmiştir. Bunlardan bazıları; bilgi, teknoloji, yenilik ve rekabet edebilirlik gibi unsurların ön plana çıkmasıdır. Bu değişime paralel olarak, “kalitatif büyüme” konusu son yıllarda dikkate değer şekilde tartışılmaktadır (Popkova, Shakhovskaya & Mirtakhovich, 2010, s.76). Ekonomik büyüme gerekli olmakla birlikte, ekonomik kalkınma için tek başına yeterli değildir. Başka bir ifadeyle, büyümenin miktarı kadar kalitesi de önemlidir (Razmi & Yavari, 2012, s.971). Çünkü ekonomik faaliyetlerin ve büyümenin temel amacı yaşam kalitesini düzeltmektir (Sabi, 2007, s.102). Örneğin, Barro, ekonomik büyümenin kalitesinden bahsederken, yaşam beklentisi, doğum ve çevre koşulları, politik kurumların bazı yönleri ve toplumun kültürel yapısıyla değerlendirme yapmıştır (Barro, 2002, s.135). Kalitatif büyümenin yönlerinden birisi de bireylerin yaşam kalitesi ve/veya hayat standardıdır.

1980’li yıllardan bu yana, ekonomik büyümenin göstergelerinden gayri safi milli hasılanın (GNP), yaşam kalitesini belirlemede yetersiz kaldığı tartışılmaktadır. Bazı iktisatçılar, GNP’nin, gelir adaletsizliği, beslenme yetersizliği, düşük okur/yazarlık, sınırlandırılmış kişisel özgürlükler gibi bazı ekonomik ve sosyal sorunları yansıtmada yetersiz kaldığını iddia etmektedir (Todaro, 1992, s.359). Yine, Nobel ekonomi ödüllü Amartya Sen, “Önemli olan kişilerin edindikleri mal veya gelir değil, yaşadıkları hayattır” diyerek, insani kalkınmanın önemini vurgulamıştır (Anand & Sen, 1994, s.1). Bu nedenle, yaşam kalitesi indeksi (Index of Quality of Life), refah indeksi (Index of WellBeing) ve sosyal kalkınma indeksi (Social Development Index) gibi çok boyutlu göstergeler oluşturulmuştur (Sabi, 2007, s.106). Bu göstergelerden birisi olan insani kalkınma indeksi (Human Development Index), insan odaklı

ekonomik kalkınmanın ölçütlerinden olup, hem ekonomik büyümenin kalitesi hem de insani kalkınma seviyesi hakkında bilgi verebilir.

İnsani kalkınma seviyesini etkileyen birçok unsur vardır. Bunlardan bazıları; eğitim, sağlık ve ekonomik büyüme gibi olgulardır. Bunlara ek olarak, ülkelerin küresel rekabet gücünün ekonomik büyüme kanalıyla insani kalkınma seviyesini etkileyebileceği genellikle beklenen bir sonuçtur. Bu çerçevede çalışmanın temel amacı ülkelerin küresel rekabet gücünü insani kalkınma seviyesine yansıtma konusundaki etkinliklerini belirlemektir. Bu amaçla, çalışmada dünya ülkeleri yüksek, üst-orta ve alt-orta gelirli olmak üzere üç gruba ayrılmış ve ilgili ülkelerin her birinin kendi gelir grubu içerisinde küresel rekabet gücünü insani kalkınma seviyesine yansıtabilme konusundaki etkinlikleri ölçülmüştür. Bu kapsamda, bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran temel özellik küresel rekabet ve insani kalkınma bağlamında ülkelerin etkinliklerini gelir grubu ayırımına göre yapmaktır.

Ülkelerin küresel rekabet güçlerini insani kalkınma düzeyine yansıtma konusundaki görelî etkinlikleri ise VZA yöntemiyle belirlenmiştir. Bu çerçevede, yüksek gelirli ülkeler grubunda 50, üst-orta gelirli ülkeler grubunda 33 ve alt-orta gelirli ülkeler grubunda 29 ülkenin verileri kullanılmıştır. Söz konusu ülkelerin 2016 yılına (Bu çalışmanın yazıldığı dönemde en son 2016 yılına ait tüm verilere ulaşılabildiğinden 2016 yılı esas alınmıştır.) ait temel gereklilikler (G1), verimlilik artırıcı faktörler (G2), inovasyon ve çeşitlilik faktörleri (G3) girdi olarak; kişi başına düşen milli gelir (GNI) (Ç1), doğuştan beklenen yaşam süresi (Ç2), beklenen okullaşma süresi (Ç3) ve ortalama okullaşma süresi (Ç4) çıktı olarak kullanılmıştır. Bu kapsamda, ilk olarak insani kalkınma ve küresel rekabet hakkında bilgi sunulacak, ardından, küresel rekabet ve insani kalkınma indeks değerleri dikkate alınarak belirtilen üç ayrı gelir grubundaki ülkelerin etkinlikleri yukarıda belirlenen girdi ve çıktılar eşliğinde VZA ile hesaplanacaktır. Çalışmanın son kısmında ise VZA ile hesaplanan etkinlik değerleri yorumlanacaktır.

## 2. İNSANI KALKINMA

İnsani kalkınma kavramının önemi, 20. yüzyılın son on yılından bu yana giderek artmaktadır. İnsani kalkınma kavramı Pakistanlı iktisatçı Mahbubul Haq, Nobel ödüllü Amartya Sen ve 1990 yılındaki ilk İnsani Kalkınma Raporu'nun önde gelen diğer düşünce adamları ile işbirliği içerisinde geliştirilmiş ve ilk İnsani Kalkınma Raporu Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından 1990'da yayınlanmıştır (Khodabakhshi, 2011, s.251). İnsani Kalkınma Raporu'nun ve insanın refah seviyesini belirlemenin temel amacı, yoksulluğu, ekonomik eşitsizliği ve cinsiyet eşitsizliğini azaltmak ve insan refahını artırmak için politikalar belirlemektir (Tokuyama & Pillarissetti, 2006, s.1).

UNDP'ye göre kişisel gelir bir ülkenin insani kalkınma seviyesinin önemli bir göstergesi olmakla birlikte, bunun yanında başka göstergelerinde olması gerektiği belirtilmiştir.

Örneğin, yüksek gelirli bir ülke, bu geliri kaynak çıkarmak yoluyla oluşturabilir. Ancak, söz konusu gelir, tüketim ve ithalat için yapılan harcamalara yönlendirilirse, çok güçlü bir büyüme performansı olmayacaktır. Tersine, belirtilen gelir insana yapılan yatırımlara ayrılırsa, potansiyel bir büyüme olacaktır (Vierstraete, 2010, s.426). İnsana yapılan yatırım ise eğitim veya sağlığa yapılan yatırımlar şeklinde olabilir. UNDP'nin 1990'dan bu yana yayınladığı insani kalkınma indeksinin temel unsurlarından bazıları da bunlara dayalıdır.

İnsani kalkınma indeksinin (HDI) sağlık, bilgi ve gelir olmak üzere üç temel boyutu bulunmaktadır. HDI'nın ilk boyutu olan "doğduğunda yaşam beklentisi" kişilerin uzun ve sağlıklı yaşamlarının bir ölçüsüdür. HDI'nın ikinci boyutu, insanların "bilgi" seviyesidir (Vierstraete, 2010, s.426). Bilgi seviyesi, önceki hesaplamalarda, yetişkin okuryazarlık oranı ve okula kayıt oranları ile değerlendirilirdi. Ancak, metodoloji değişikliğiyle (2010) bilgi seviyesi, "ortalama eğitim süresi" ve "beklenen eğitim süresi" dikkate alınarak belirlenmeye başlanmıştır. HDI'nın üçüncü boyutu gelir olup, ölçümünde "satın alma gücüne uyarlanmış kişi başına gayri safi milli gelir (GSMG)" kullanılmaktadır.

İnsani kalkınma indeksinin metodolojisinde geçmiş belli dönemlerde değişiklik yapıldığı gözlenmektedir. Söz konusu değişiklikler, 1991, 1995 ve 2010 yıllarını kapsamaktadır. 1990'da insani kalkınma indeksinin temel unsurları, doğduğunda yaşam beklentisi, yetişkin okuryazarlık oranı ve kişi başına GSMH'dır (PPP). 1991'de, doğduğunda yaşam beklentisi, yetişkin okuryazarlık oranı, ortalama okullaşma süresi ve kişi başına gayrisafi milli hasıladır (PPP). 1995'te ise doğduğunda yaşam beklentisi, yetişkin okuryazarlık oranı, gayri safi kayıt oranı ve kişi başına gayri safi milli hasıladır (PPP). 2010'da, doğduğunda yaşam beklentisi, ortalama okullaşma süresi, beklenen okullaşma süresi ve kişi başına gayrisafi milli gelirdir (PPP) (Lazar&Lazar, 2011, s.143).

UNDP, gelir dışı ve sadece eğitim ve sağlığa dayalı insani kalkınma indeksini de hesaplamaktadır. UNDP, 2010 yılı raporunda gelir dışı insani kalkınma indeksini yayınlayarak, kalkınmada eğitim ve sağlığın önemini vurgulamak, kalkınmanın GNP'den daha önemli olduğunu tekrar teyit etmek istemiştir (Vierstraete, 2010, s.426).

İnsani kalkınma indeksi 0 (en düşük) ve 1 (en yüksek) aralığında herhangi bir değer alabilmektedir (Majerová, 2012, s.2). İnsani kalkınma seviyesi, "düşük", "orta", "yüksek" ve "en yüksek" aralıklarında ifade edilmektedir (Bendeliani, 2012, s.4). Örneğin, 2016 İnsani Kalkınma Raporu'nda 51 ülke en yüksek, 55 ülke yüksek, 41 ülke orta ve 41 ülke düşük insani kalkınma seviyesinde bulunmaktadır.

### 3. KÜRESEL REKABET

Dünyada küreselleşmenin hız kazanmasıyla, rekabet kavramı daha fazla öne çıkmaya ve önemsenmeye başlamıştır. 1970'lerden önce, firmaların üretimi daha çok ilksel ürünlere

dayalı imalat sanayine yönelmişken, 1970'lerden sonra, firmaların üretim faaliyetleri teknolojiye dayalı imalat sanayi ve hizmet sektörüne yönelik olmuştur. 1980'lerde çoğu gelişen ekonomi daha liberal iktisat politikası uygulamaya başlamış ve dünyada artan rekabette önem kazanmıştır (Arslan & Tatlıdil, 2012, s.32).

Ülkelerin uluslararası rekabet gücü, akademisyenlerin olduğu kadar, firmaların ve hükümetlerin giderek artan ölçüde ilgilendikleri konu haline gelmiştir (Smit, 2010, s.106). 1980'lerden bu yana rekabet olgusu araştırma konusu olmaya devam etmektedir (Oral & Chabchoub, 1996, s.515). Bununla birlikte rekabet gücünün tanımıyla ilgili ortak fikir birliğinin oluşamadığı gözlenmektedir.

ABD Endüstriyel Rekabet Komisyonu'nun tanımına göre, uluslararası rekabet gücü, bir ülkenin uluslararası piyasaların ihtiyacını karşılayan mal ve hizmetleri üretebilmesi, reel geliri artırması, bu gelirin sürdürülebilmesi ve vatandaşlarının refah seviyesini ykseltebilmesidir (Haque, 1995, s.4). Ülkelerin uluslararası rekabet gücü, sadece dünya piyasasındaki performansı değil, aynı zamanda, ekonomik büyüme performansını zaman içinde devam ettirebilmesidir (Haque, 1995, s.5). Uluslararası rekabet gücü tanımında fikir birliği sağlanan tanım, "lkelerin refah yaratabilirliği" şeklindeki tanımıdır (Ogrea & Herciu, 2009, s.3). Birçok uzman, yaşam standardının, rekabet gücünün anlamlı bir ölçüsü olduğunu kabul eder. Rekabet gücünün tanımı Avrupa Komisyonu tarafından da yapılmıştır. Avrupa Komisyonu'na göre rekabet gücü, en düşük işsizlik oranı ve bunun sürdürülebilirliği çerçevesinde bir milletin artan ve yüksek yaşam standardı olarak tanımlanır (Marginean, 2006, s.31).

OECD'nin tanımına göre rekabet gücü, firma, sanayi, bölge ve uluslar ötesi řirketlerin uluslararası rekabeti karřılayabilmek, üretim faktörlerinin nispi yüksek getirisini sürdürebilmek; yüksek istihdam düzeyini saęlamak ve sürdürebilmektir (Wysokińska, 2003, s.11).

Bir lke ya da bölgenin rekabet gücü, toplumun refah seviyesini düzelten sürdürülebilir kalkınmayı başarma çabalarını desteklemede önemli bir rol oynar (Benzaquen, Carpio, Zagarra & Valdivia, 2010, s.68). Genel olarak ülkelerin uluslararası rekabet gücünün birkaç ölçümü vardır. Bunlardan ilki, İsviçre'deki Yönetim Geliştirme Enstitüsü (IMD) tarafından yapılan ölçümdür (Salvatore, 2010, s.25). Rekabet gücü, bir ülke veya bir işletmenin insanlarını rakiplerinden daha sağlıklı yapabilirlikleri olarak tanımlanır ve dört rekabet faktörünün ortalama ağırlılıklarıyla hesaplanır. Bunlar: (1) Yurtiçi ekonomi, uluslararası ticaret, uluslararası yatırım, istihdam ve fiyatları içeren "ekonomik performans"; (2) Kamu finansmanı, maliye politikası, kurumsal evre, iş mevzuatı, toplumsal yapıyı içeren "hükümet etkinliği"; (3) Verimlilik, işgücü piyasası, finans, yönetim durumunu içeren "davranış ve değerler"; (4) Temel altyapı, teknolojik altyapı, bilimsel altyapı, sağlık ve eğitim altyapısını içeren "altyapı" (Salvatore, 2010, s.25).

Uluslararası rekabet gücü ölçümünün ikinci yöntemi, verimliliğe dayalı büyüme rekabet edebilirlik endeksi olup; Jeffrey Sachs ve John McArthur tarafından 2001 yılında geliştirilmiş

ve 2001'den bu yana Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından yayınlanmaktadır (Marginean, 2006, s.30). Bu çerçevede, ülkelerin rekabet gücünün on iki bileşeni vardır. Bunlar, kurumsal yapılanma, altyapı, makroekonomik çevre, sağlık ve temel eğitim, yükseköğrenim ve işbaşı eğitimi, mal piyasası etkinliği, emek piyasası etkinliği, finansal piyasaların gelişmesi, teknoloji, piyasa büyüklüğü, işletme kültürü ve inovasyondur. Her bir bileşenin etkinliği, diğerlerinin etkinliğine bağlı olup; bir alandaki bir zayıflama diğer bir alanı negatif etkileyecektir (Şener & Sarıdoğan, 2011, s.823). WEF Küresel Rekabet Endeksi, ülkelerin rekabet gücü seviyesini kalkınma safhalarını dikkate alarak Tablo 1'de görüldüğü gibi sınıflanmaktadır.

**Tablo 1:** Küresel rekabet indeksinin alt bileşenleri

Temel gereklilikler alt indeksleri	Verimlilik artırıcı faktörler alt indeksleri	İnovasyon ve çeşitlilik alt indeksleri
<b>Bileşen 1:</b> Kurumsal yapılanma <b>Bileşen 2:</b> Altyapı <b>Bileşen 3:</b> Makroekonomik çevre <b>Bileşen 4:</b> Sağlık ve temel eğitim	<b>Bileşen 5:</b> Yükseköğrenim ve işbaşı eğitimi <b>Bileşen 6:</b> Mal piyasası etkinliği <b>Bileşen 7:</b> Emek piyasası etkinliği <b>Bileşen 8:</b> Finansal piyasaların gelişmesi <b>Bileşen 9:</b> Teknoloji <b>Bileşen 10:</b> Pazar büyüklüğü	<b>Bileşen 11:</b> İşletme kültürü <b>Bileşen 12:</b> İnovasyon
<b>Faktör odaklı ekonomiler için anahtar</b>	<b>Verimlilik odaklı ekonomiler için anahtar</b>	<b>Yenilik odaklı ekonomiler için anahtar</b>

**Kaynak:** World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2016-2017, WEF,2018, s.8.

WEF, ülkelerin rekabet sıralamasını küresel rekabet indeksini (GCI) hesaplayarak belirlemektedir. GCI, oldukça kapsamlı unsurlara (116 unsur) ve ülkelerin katıldıkları anketlere dayandırılarak, ülke ağırlıkları alınıp hesaplanan ve 12 bileşenden oluşan bir indekstir (Bkz: Tablo 1) (Vakhal, 2013, s.1).

Küresel rekabet indeksi (GCI), mikro ve makroekonomik düzeyde birçok unsuru içine alan kapsamlı bir indekstir (Sala-i-Martin, Blanke, Hanouz, Geiger, Mia, & Paua, 2007, s.3). Mikroekonomik düzeyde rekabet gücünün göstergeleri, üreticilerin pazar payı, kar ve ihracat yapabilmeleri gibi özellikleridir. Firmaların rekabet gücünü tanımlamada ve analiz etmede en iyi modelin Michael Porter'in "Diamond Modeli" olduğu belirtilmektedir. Porter'e göre, girişimcilerin rekabet gücünün dört belirleyicisi vardır. Bunlar (Marginean, 2006, ss.31-32): (1) Firmaların stratejisi, yapısı ve rekabeti, (2) Firmaların yüz yüze geldikleri talep şartları, (3) Firmaların karşılaştıkları arz şartları, (4) İlgili endüstrilerin şartlarıdır. Porter'e göre rekabet gücü daha çok mikroekonomik koşullara bağlıdır. Rekabet gücü tartışmalarının çoğu, makroekonomik, politik, yasal ve sosyal şartlara dayandırılmaktadır. Porter'e göre bu şartlar gereklidir, ancak yeterli değildir (Porter, 2004, s.51). Bunlar, refah yaratmak için



fırsat yaratır, ancak refah yaratmaz. Mikroekonomik şartlar dzelmedike, sadece makroekonomik şartlar yeterli olmayacaktır.

#### 4. LİTERATÜR

Literatür incelendiğinde, küresel rekabetin insani kalkınma üzerindeki etkisini analiz eden çok fazla çalışmanın olmadığı gözlenmektedir. Bu konuda yapılan en belirgin çalışma, lengin ve arkadaşlarının (2011) yaptıkları çalışmadır. Söz konusu çalışmada, VZA analizi ve 2006-2007 dönem GCI ve HDI verileri kullanılarak, küresel rekabet ve insani kalkınma bakımından 45 ülkenin süper etkinlikleri analiz edilmiş; daha sonra yapay sinir ağı yöntemi kullanılarak süper etkinlik değerlerini belirleyen unsurlar saptanmıştır (lengin, Kabak, nsel &Parker, 2011, ss.16-27).

Diğer yandan, küresel rekabetle ilgisi olmamakla birlikte, Dash ve Mukherjee (2013) politik rekabetin insani kalkınma üzerindeki etkisini Hindistan açısından incelemiştir. Çalışma sonucuna göre; politik rekabet ve insani kalkınma (zellikle kırsal kesimlerde) arasında pozitif ve önemli bir ilişki saptanmıştır.

Salvatore (2010), gelişmiş ve yükselen ekonomilerde küreselleşme, uluslararası rekabet ve büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiş ve küreselleşmenin uluslararası rekabeti daha güçlü kılacadığ ve bu nedenle ekonomik büyümenin daha hızlı olacadığ belirtmiştir.

Miningou ve Vierstraete (2010) insani kalkınmada etkinliği VZA analizini kullanarak Sahraaltı Afrika lkeleri için incelemiştir. Söz konusu çalışmada girdiler; devletin eğitim ve sağlık için yaptığı harcamlar, doktor sayısı ve ilkokul ğretmen sayısı iken çıktılar; okuryazarlık oranı, ilk, orta ve yükseköğrenime kayıt oranı ve ortalama yaşam beklentisidir. Çalışmanın sonucuna göre, Sahraaltı Afrika'da kaynak kullanımında etkinliğin zayıf olduğu görülmüş ve bu ülkelerin insani gelişme seviyelerini yükseltmek için optimum kaynak kullanımını sağlamaları gerektiği vurgulanmıştır.

Vierstraete (2012), insani kalkınmada etkinliği VZA analizini kullanarak incelemiştir. Bu çerçevede yapılan etkinlik analizinde kullanılan girdiler; sağlık harcamaları, eğitim için yapılan kamu harcamaları, ebe ve hemşire sayısı ve orta ğretim ğretmen sayısı, çıktı ise gelir dışı insani kalkınma indeksi olarak belirlenmiştir. DEA sonucuna göre, yükselen ekonomilerin gelişmiş ekonomilere göre daha etkinsiz olduğu saptanmıştır.

ağlar ve Keten (2018), alışmalarında Türkiye'deki illerin 2013 yılındaki insani kalkınma indeksini (HDI) hesaplamışlardır. Çalışmada ilk olarak VZA modellerinden çıktı yönlü CCR modeli kullanılmıştır. Ayrıca, ikinci bir yaklaşımla çıktıların ağırlıklarının birbirine oranlarına sınırlama getirilerek garanti bölgesi (AR) ile de HDI hesaplanmıştır. İki yaklaşımda da son sırada yer alan illerin genel olarak Türkiye'nin doğusunda kalan iller olduğu belirlenmiştir.



Chansarn (2014), 2008 yılında 44 yüksek gelirli ülkenin, 40 üst-orta gelirli ülkenin ve 31 düşük-orta gelirli ülkenin sürdürülebilir insani gelişimini değerlendirmek için VZA kullanmıştır. Çalışmada insani kalkınma, kişi başına gayri safi milli gelir, beklenen yaşam süresi, ortalama eğitim süresi ve beklenen eğitim süresi dahil olmak üzere dört faktör ile ölçülmüştür. Kaynaklar ise kişi başına düşen karbondioksit emisyonu, kişi başına elektrik tüketimi ve kişi başına enerji kullanımı gibi üç gösterge ile ölçülmüştür. Sonuç olarak, Hırvatistan, Hong Kong, Macaristan, İsrail, Malta, Polonya, Portekiz, İsveç ve İsviçre gibi yüksek gelirli ülkeler sürdürülebilir insani kalkınmayı sağlama konusunda etkin olarak değerlendirilmiştir. Üst orta gelirli ülkeler arasında ise Angola, Kolombiya, Gabon, Panama ve Peru, kaynaklarını kullanmadaki verimlilikleri nedeniyle sürdürülebilir insani kalkınmayı sağlamada en yüksek etkinliğe sahip ülkelerdir. Son olarak, düşük-orta gelirli ülkeler arasında Arnavutluk, Kamerun, Kongo, Gana, Nijerya, Filipinler, Senegal, Sri Lanka ve Zambiya etkin olarak bulunmuştur. Söz konusu çalışmada kullanılan girdiler ve analize dahil edilen ülke sayıları tarafımızca yapılan çalışmadan farklıdır.

Daha önce bahsedildiği üzere, küresel rekabet tanımlarından söz edilirken, söz konusu tanımlarda en fazla odaklanan unsurlardan birinin insanların yaşam standardı olduğu görülmüştür. Örneğin, Avrupa Komisyonu'na göre, rekabet gücü, en düşük işsizlik oranı ve bunun sürdürülebilirliği çerçevesinde bir milletin artan ve yüksek yaşam standardıdır (Haque, 1995, s.4). Bu nedenle, küresel rekabet tanımı içinde insanların yaşam standardı önemli bir olgu olup; küresel rekabet seviyesindeki artışın yaşam standardına da yansımaları beklenen bir sonuçtur. Bu çerçevede, insani kalkınma seviyesi ve onun unsurları, yaşam standardının bir göstergesi olarak kabul edilirse, küresel rekabet gücünün insani kalkınma seviyesine de yansımaları beklenebilir.

Bilindiği kadar literatürde küresel rekabet ve insani kalkınma ilişkisini doğrudan açıklayan belirgin bir çalışma olmamakla birlikte, küresel rekabet-ekonomik büyüme-kalkınma bağlamında bu ilişkiye bakmak mümkündür. Söz konusu ilişkinin ilk boyutu küresel rekabetin ekonomik büyüme üzerindeki etkisine yöneliktir. Örneğin, Afrika ülkeleri üzerine yapılan panel data analizinde küresel rekabetin ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğu belirtilmektedir. Bu ülkelerin küresel rekabet seviyelerini iyileştirmeleri halinde, ekonomik büyümelerini artırabilecekleri ifade edilmektedir (Amar & Hamdi, 2012, s.130). Benzer şekilde, Salvatore (2010) tarafından yapılan çalışmada, küresel rekabetin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi incelenmiş olup, gelişmiş ve yükselen büyük ekonomilerde, küresel rekabet ve ekonomik büyüme arasında pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Küresel rekabet-ekonomik büyüme-insani kalkınma ilişkisinin ikinci yönü olan ekonomik büyüme-insani kalkınma ilişkisine bakıldığında, büyümenin insani kalkınma üzerinde etkili olabileceği gözlenmektedir. Örneğin, GSMH'nın hem özel harcamalar hem de hükümet programları kanalıyla eğitim ve sağlık üzerinde güçlü bir etkisinin olduğu belirtilmektedir (Ranis, 2004, s.3). Ekonomik büyüme ve insani kalkınma arasındaki ilişki çift yönlüdür.

Bu çift yönlü ilişkinin özellikle ekonomik büyümeden insani kalkınmaya doğru olan yönü oldukça güçlüdür. Söz konusu sonuç, eğitim, sağlık ve kadına yapılan kamu yatırımlarındaki artıştan beslenecektir (Ranis, Stewart & Ramirez, 2000, s.197). Örneğin; bir ülkede yoksulluk yüksek olduğunda, hem kişi başına düşen gelir düşük hem de gelir dağılımı bozuk olur. Bu çerçevede, hane halkının insani kalkınmaya yönelik harcamaları da düşük olur. Buna karşılık, ekonomik büyüme ile birlikte yoksulluk azalabilir ve gelir dağılımındaki bozukluk düzelebilirse, büyüme insani kalkınmaya katkı sağlayacaktır. Ancak, ekonomik büyümenin yapısının yoksulluğu azaltıcı nitelikte olması gereklidir (Ranis, Stewart & Ramirez, 2000, s.198). Diğer yandan, özellikle gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik büyümenin yoksulluğu azaltma ve yaşam kalitesini yükseltmede önemli bir araç olduğu belirtilmektedir (DFID, 2008:2). Ayrıca, ekonomik büyüme ve insani kalkınma ilişkisini güçlendirmede mevcut devlet ve kurumlarının önemli rol oynayabileceği de belirtilmektedir (Mukherjee & Chakraborty, 2010, s.3).

## 5. VERİ ve METODOLOJİ

### 5.1. Veri

Bu çalışmada, ülkeler yüksek, üst-orta ve alt-orta gelirli olmak üzere üç ayrı grupta ele alınarak, söz konusu ülkelerin insani kalkınma ve küresel rekabet güçleri itibarıyla etkinliklerinin VZA ile hesaplanması amaçlanmıştır. Gelir ayırımına göre ülkeler; Dünya Ekonomik Forumu'nun (WEF) yapmış olduğu ülke gruplandırması dikkate alınarak belirlenmiştir. Bu değerlendirmede DEA-Solver Learning Version 1.0 programı kullanılmıştır. Yüksek gelirli ülkeler grubunda 50, üst-orta gelirli ülkeler grubunda 33 ve alt-orta gelirli ülkeler grubunda 29 ülke bulunmaktadır (Yüksek gelirli gruptan Seyşeller ve alt-orta gelirli gruptan Eswatini veri kaybı nedeniyle analiz dışı bırakılmıştır). Söz konusu ülkelerin 2016 yılına ait temel gereklilikler (G1), verimlilik artırıcı faktörler (G2), inovasyon ve çeşitlilik faktörleri (G3) girdi olarak; kişi başına düşen milli gelir (GNI) (Ç1), doğuştan beklenen yaşam süresi (Ç2), beklenen okullaşma süresi (Ç3) ve ortalama okullaşma süresi (Ç4) çıktı olarak kullanılmıştır. İnsani kalkınma verileri Birleşmiş Milletler İnsani Kalkınma raporundan derlenmiş (UNDP, 2017), küresel rekabet verileri ise Dünya Ekonomik Forumu'nun Küresel Rekabet Yıllık Raporu'ndan sağlanmıştır (WEF, 2018).

### 5.2. Metodoloji

VZA ilk olarak Charnes, Cooper ve Rhodes, (1978) tarafından benzer karar birimlerinin göreceli etkinliklerinin ölçülmesi amacı ile geliştirilmiştir. Bu yöntem, farklı ölçü birimlerine sahip, çok sayıda girdi ile çıktı değişkeninin olduğu ve bunların ortak bir ölçüt temeline indirgenemediği durumlarda, karar birimlerinin göreceli toplam etkinliğini ölçmeyi sağlayan, doğrusal programlama temelli ve parametrik olmayan bir yaklaşımdır. Bu çalışmada da aynı

gelir grubunda yer alan ülkelerin küresel rekabet güçlerini, insani kalkınma düzeyine yansıtma konusundaki göreceli etkinliklerini belirlemek için VZA yaklaşımı seçilmiştir.

VZA modelleri, CCR ve BCC olmak üzere temelde iki gruba ayrılmaktadır. Bu modeller, kendi içlerinde de “girdiye yönelik” ve “çıkıya yönelik” olmak üzere iki kısımda araştırılmaktadır. Girdi odaklı modeller, belirli bir çıkıyı en etkin şekilde elde etmek için en uygun girdinin nasıl olması gerektiğini incelemektedir. Çıkı odaklı modeller ise belirli bir girdi ile en fazla ne kadar çıkı ortaya koyulacağını incelemektedir (Charnes, Cooper & Rhodes, 1978, s.430).

**CCR MODELİ:** Bu model, ölççe göre sabit getiri altında toplam etkinlik değerlerini ölçmektedir. Toplam etkinlik skoru, teknik etkinlik ve ölççek etkinliği değerlerinin çarpımı ile elde edilmektedir (Altun, 2006, s.32; Tarım, 2001, s.52). Çalışmaya konu olan çıkıya yönelik CCR modelinin primal ve dual modeli aşağıda sunulmaktadır (Behdioğlu & Özcan, 2009, ss.307-308).

#### Primal Model:

$$E_k = \text{Max} \beta + \varepsilon \sum_{i=1}^m s_i^- + \varepsilon \sum_{r=1}^p s_r^+ \quad (1)$$

Aşağıdaki kısıtlar altında:

$$\sum_{j=1}^n X_{ij} \lambda_j + s_i^- - X_{ik} = 0 \quad i = 1, \dots, m \quad (2)$$

$$\sum_{j=1}^n Y_{rj} \lambda_j - s_r^+ - \beta Y_{rk} = 0 \quad r = 1, \dots, p \quad (3)$$

$$\lambda_j \geq 0 \quad j = 1, \dots, n; \quad s_i^- \geq 0 \quad i = 1, \dots, m; \quad s_r^+ \geq 0 \quad r = 1, \dots, p \quad (4)$$

Burada;

$E_k$  : Karar biriminin etkinliği

$Y_{rk}$  : k karar birimi tarafından üretilen r'inci çıkı,

$X_{ik}$  : k karar birimi tarafından kullanılan i'nci girdi,

$Y_{rj}$  : j'inci karar birimi tarafından üretilen r'inci çıkı,

$X_{ij}$  : j'inci karar birimi tarafından kullanılan i'nci girdi,

$\beta$  : k karar biriminin çıktılarının ne kadar arttırılabileceğini belirleyen genişleme katsayısı,

$s_i^-$  : i'inci girdinin atıl değeri,

$s_r^+$  : r'inci çıkının atıl değeri,

$\lambda_j$  : j'inci karar biriminin yoğunluk değeri,

olarak tanımlanmaktadır.

Dual Model:

$$E_k = \text{Min} \left( \sum_{i=1}^m v_i x_{ik} \right) \quad (5)$$

Aşağıdaki kısıtlar altında:

$$\left( \sum_{r=1}^p u_r Y_{rk} \right) = 1 \quad (6)$$

$$\left( \sum_{r=1}^p u_r Y_{rj} \right) - \left( \sum_{i=1}^m v_i X_{ij} \right) \leq 0 \quad j = 1, \dots, n \quad (7)$$

$$u_r \geq \varepsilon \quad r = 1, \dots, p \quad (8)$$

$$v_i \geq \varepsilon \quad i = 1, \dots, m \quad (9)$$

$E_k$  : Karar biriminin etkinliği

$u_r$  : k karar birimi tarafından r'inci çıktıya verilen ağırlık

$v_i$  : k karar birimi tarafından i'nci girdiye verilen ağırlık,

$Y_{rk}$  : k karar birimi tarafından üretilen r'inci çıktı,

$X_{ik}$  : k karar birimi tarafından kullanılan i'nci girdi,

$Y_j$  : j'inci karar birimi tarafından üretilen r'inci çıktı,

$X_{ij}$  : j'inci karar birimi tarafından kullanılan i'nci girdi,

$\varepsilon$  : Yeterince küçük pozitif bir sayı (örneğin 0,00001)

olarak tanımlanmaktadır.

Bu modellerde m girdi sayısını, p çıktı sayısını, n ise karar birimi sayısını ifade etmektedir. Dual modelde amaç fonksiyonunda, etkinliği hesaplanmak istenen karar biriminin girdilerinin ağırlıklı ortalamasının minimum yapılması istenmiştir. İlk kısıtta, etkinliği hesaplanmak istenen karar biriminin çıktılarının ağırlıklı ortalamasının 1 olması, ikinci kısıtta ise çıktıların ağırlıklı ortalama girdilerinden küçük olması hedeflenmiştir. Böylece çıktının girdiye oranı her karar birimi için en az 1 olabilmektedir. Bu şekilde bir karar biriminin optimum çıktı ortalaması en az 1 olabilmektedir. Primal modelde girdilerin ve çıktıların atıl değerlerini belirten  $S_r^+$  ve  $s_i^-$ '0'a eşit olduğunda ve  $E_k$  değeri de 1'e eşit olduğunda bu karar verme birimleri etkindir. Aksi takdirde karar verme birimleri etkin değildir ve etkin olmayan karar birimlerinin etkinlik değeri 1'den küçüktür.

**BCC MODELİ:** Verilen bir ölçekte teknik etkinliği hesaplayan, BCC modeli Banker, Charnes ve Cooper (1984) tarafından geliştirilmiştir (Ulucan, 2000, s.407). Teknik ve ölçek etkinliğinin ayrımını, ölçüğe göre artan, azalan veya sabit getiri altında göstermektedir

(Banker, Charnes, & Cooper, 1984, s.1080). Çalışmaya konu olan çıktıya yönelik BCC modelin primal ve dual modelleri aşağıda sunulmaktadır (Behdioğlu & Özcan, 2009, ss.307-308).

Primal Model:

$$E_k = \text{Max} \beta + \varepsilon \sum_{i=1}^m s_i^- + \varepsilon \sum_{r=1}^p s_r^+ \quad (10)$$

Aşağıdaki kısıtlar altında: (11)

$$\sum_{j=1}^n X_{ij} \lambda_j + s_i^- - X_{ik} = 0 \quad i = 1, \dots, m \quad (11)$$

$$\sum_{j=1}^n Y_{rj} \lambda_j - s_r^+ - \beta Y_{rk} = 0 \quad r = 1, \dots, p \quad (12)$$

$$\sum_{j=1}^n \lambda_j = 1 \quad (13)$$

$$\lambda_j \geq 0 \quad j = 1, \dots, n; \quad s_i^- \geq 0 \quad i = 1, \dots, m; \quad s_r^+ \geq 0 \quad r = 1, \dots, p$$

Burada;

$E_k$  : Karar biriminin etkinliği

$Y_k$  : k karar birimi tarafından üretilen r'inci çıktı,

$X_{ik}$  : k karar birimi tarafından kullanılan i'inci girdi,

$Y_{ij}$  : j'inci karar birimi tarafından üretilen r'inci çıktı,

$X_{ij}$  : j'inci karar birimi tarafından kullanılan i'inci girdi,

$\beta$  : k karar biriminin çıktılarının ne kadar arttırabileceğini belirleyen genişleme katsayısı,

$s_i^-$  : i'inci girdinin atıl değeri,

$s_r^+$  : r'inci çıktının atıl değeri,

$\lambda_j$  : j'inci karar biriminin yoğunluk değeri,

olarak tanımlanmaktadır. (14)

Dual Model:

$$E_k = \text{Min} \left( \sum_{i=1}^m v_i x_{ik} \right) - \rho_0$$

Aşağıdaki kısıtlar altında:

$$\left( \sum_{r=1}^p u_r Y_{rj} \right) - \left( \sum_{i=1}^m v_i X_{ij} \right) + \rho_0 \leq 0 \quad j=1, \dots, n \quad (15)$$

$$\left( \sum_{r=1}^p u_r Y_{rk} \right) = 1 \quad (16)$$

$$u_r \geq \varepsilon \quad r=1, \dots, p \quad (17)$$

$$v_i \geq \varepsilon \quad i=1, \dots, m \quad (18)$$

$\rho_0$  : Kısıtsız

$E_k$  : Karar biriminin etkinliği

$u_r$  : k karar birimi tarafından r'inci çıktıya verilen ağırlık

$v_i$  : k karar birimi tarafından i'nci girdiye verilen ağırlık,

$Y_{rk}$  : k karar birimi tarafından üretilen r'inci çıktı,

$X_{ik}$  : k karar birimi tarafından kullanılan i'nci girdi,

$Y_{rj}$  : j'inci karar birimi tarafından üretilen r'inci çıktı,

$X_{ij}$  : j'inci karar birimi tarafından kullanılan i'nci girdi,

$\varepsilon$  : Yeterince küçük pozitif bir sayı (örneğin 0,00001)

$\rho_0$  : Ölçeğe göre getirinin yönüyle ilgili değişken

Çıktıya yönelik BCC primal model incelendiğinde çıktıya yönelik CCR modellerle çok benzer olduğu ve tek farkın  $\sum_{j=1}^n \lambda_j = 1$  eşitliği olduğu görülmektedir. Çıktıya yönelik BCC dual modeli incelendiğinde CCR modellerine çok benzer olduğu görülmekle birlikte tek farkın  $\rho_0$  ölçeğe göre getirinin yönüyle ilgili değişkenin kullanılıyor olmasıdır. Modelin çözümünde  $\rho_0$  değişkeninin pozitif değer alması karar biriminin ölçeğe göre azalan getiri, negatif değer alması ölçeğe göre artan getiri ve sıfır değerini alması ölçeğe göre sabit getirili olduğunu göstermektedir. CCR modellerde orijinden geçmesi gereken etkinlik doğrusu, BCC modellerde orijinden geçmeyebilir. Modeldeki diğer değişkenler CCR modellerde olduğu gibidir. Bu modelde de eğer söz konusu karar verme birimi etkin ise  $E_k = 1$  olacaktır. Eğer etkin değilse 1'den küçük olacaktır.

VZA'da toplam etkinlik, teknik etkinlik ve ölçek etkinliği gibi kavramlar birbirleriyle ilişkilidir. Teknik etkinlik, üretim girdilerinin çıktıya çevrilmesürecidir. Bu sürecin etkinliği, zaman boyutu dikkate alınmadığında, en az girdi kullanılarak belirli bir çıktı bileşiminin elde edilmesine veya maksimum çıktının elde edilmesi için belirli girdi bileşiminin kullanımına bağlıdır. Ölçek etkinliği ise CCR etkinlik değerlerinin BCC etkinlik değerlerine bölünmesiyle hesaplanmaktadır.

$$\text{ÖlçekEtkinliği} = \frac{\text{ToplamEtkinlik}_{CCR}}{\text{TeknikEtkinlik}_{BCC}}$$

Ölçeğe göre artan getiri, girdi bileşenlerinin belli oranlarda artışı üzerine, çıktı bileşenlerinde daha fazla bir artış meydana gelmesi olarak ifade edilmektedir. Ölçeğe göre azalan getiri ise girdi bileşenlerinin belli oranlarda artışı üzerine, çıktı bileşenlerinde daha az bir artış meydana gelmesi olarak ifade edilmektedir. Ölçeğe göre değişken getiri kavramı ise artan, azalan ve sabit getirinin birlikte kullanılabilmesi olarak tanımlanmaktadır (Behdioğlu & Özcan, 2009, ss.307-308).

## 6. BULGULAR

### 6.1. Yüksek Gelirli Ülkelerin Değerlendirilmesi

Yüksek Gelirli Ülke kapsamında bulunan 50 ülkenin 2016 yılına ait verileri derlenerek, ülkelerin etkinlikleri ölçülmüştür. Bu ülkelerin etkinliklerinin ölçümü için çıktıya yönelik CCR modeli ve BCC modeli uygulanmıştır. Her bir yüksek gelirli ülke için CCR, BCC ve ölçek etkinliği değerleri hesaplanmış ve ölçek özelliği ile birlikte Tablo 2'de sunulmuştur.

**Tablo 2:** Yüksek gelirli ülkeler için etkinlik tablosu

Ülkeler	CCR	BCC	CCR/BCC	Ölçek Özelliği
Arjantin	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 Etkin</b>	<b>1.000 Etkin</b>	Sabit
Avustralya	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 Etkin</b>	<b>1.000 Etkin</b>	Sabit
Avusturya	0.874	0.975	0.897	Azalan
Bahreyn	0.869	0.947	0.917	Azalan
Belçika	0.903	0.979	0.923	Azalan
Brunei Sultanlığı	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Kanada	0.910	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.910	Azalan
Şili	0.949	0.977	0.971	Azalan
Hırvatistan	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Güney Kıbrıs	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Çekya	0.941	0.993	0.948	Azalan
Danimarka	0.925	0.980	0.944	Azalan
Estonya	0.907	0.981	0.925	Azalan
Finlandiya	0.859	0.981	0.876	Azalan
Fransa	0.854	0.986	0.866	Azalan
Almanya	0.942	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.942	Azalan
Yunanistan	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Hong Kong	0.838	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.838	Azalan
Macaristan	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
İzlanda	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit

İrlanda	0.963	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.963	Azalan
İsrail	0.915	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.915	Azalan
İtalya	0.949	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.949	Azalan
Japonya	0.884	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.884	Azalan
Kore	0.874	0.990	0.883	Azalan
Kuveyt	0.967	0.967	1.000 Etkin	Sabit
Letonya	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Litvanya	0.972	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.972	Azalan
Lüksemburg	0.924	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.924	Azalan
Malta	0.922	0.999	0.923	Azalan
Hollanda	0.849	0.976	0.870	Azalan
Yeni Zelanda	0.869	0.984	0.883	Azalan
Norveç	0.931	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.931	Azalan
Umman	0.947	0.962	0.984	Azalan
Panama	0.896	0.953	0.941	Azalan
Polonya	0.977	0.996	0.981	Sabit
Portekiz	0.912	0.985	0.925	Azalan
Katar	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Suudi Arabistan	0.898	0.929	0.967	Azalan
Singapur	0.866	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.866	Azalan
Slovak Cumhuriyeti	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Slovenya	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
İspanya	0.916	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.916	Azalan
İsveç	0.866	0.987	0.878	Azalan
İsviçre	0.898	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.898	Azalan
Trinidad ve Tobago	0.949	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.949	Artan
Birleşik Arap Emirlikleri	0.861	0.945	0.911	Azalan
Birleşik Krallık	0.905	0.985	0.920	Azalan
ABD	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Uruguay	0.976	0.978	0.999	Sabit

Tablo 2’de görüldügü gibi CCR sonucu etkin olan yüksek gelirli lkeler Arjantin, Avustalya, Brunei Sultanlığı, Hırvatistan, GneyKıbrıs, Yunanistan, Macaristan, İzlanda, Letonya, Katar, Slovakya, Slovenya ve İngiltere’dir. BCC sonucu etkin olarak bulunan 16yksek gelirli ülke isegirdileri aynı oranda arttırıldığında çıktı seviyelerindeki artış, girdilerindeki artış oranı ile aynı olan, ölçeğe göre sabit getiri özelliğine sahiptir. Geriye kalan 33 yüksek gelirli ülke ise girdileri aynı oranda arttırıldığında çıktı seviyelerindeki artış, girdilerindeki artış oranından daha az olarak ifade edilen, azalan getiri özelliğine sahiptir. Trinidad ve Tobago lkesi degirdileri aynı oranda arttırıldığında, çıktı seviyesindeki artışın girdilerindeki artış oranından fazla olarak ifade edilen ölçeğe göre artan getiri özelliğine sahiptir. Ölçeğe göre azalan getiri özelliği gösteren yüksek gelirli ülkelerin, kaynaklarını göreceli olarak daha verimsiz kullandıkları sonucuna varılabilir. Tablo 3’te yüksek gelirli ülkeler için CCR ve BCC modellerine ait etkinlik ölçümü istatistikleri yer almaktadır.



**Tablo 3:** Yüksek gelirli ülkeler için etkinlik ölçümü istatistikler

CCR modeli etkinlik ölçümü istatistikleri		BCC modeli etkinlik ölçümü istatistikleri	
Analize alınan ülke sayısı	50	Analize alınan ülke sayısı	50
Analizde etkin bulunan ülke sayısı	13	Analizde etkin bulunan ülke sayısı	27
Analizde etkin bulunmayan ülke sayısı	37	Analizde etkin bulunmayan ülke sayısı	23
Ülkelerin ortalama etkinlik değeri	0.933	Ülkelerin ortalama etkinlik değeri	0.989
Etkinlik değerleri arasında en düşüğü	0.838	Etkinlik değerleri arasında en düşüğü	0.929
Etkinlik değerleri arasında en yükseği	1.000	Etkinlik değerleri arasında en yükseği	1.000
Etkinlik değerlerinin standart sapması	0.052	Etkinlik değerlerinin standart sapması	0.017
Analizde etkin bulunmayan ülkelerin ortalama etkinlik değeri	0.910	Analizde etkin bulunmayan ülkelerin ortalama etkinlik değeri	0.975
Analizde etkin bulunmayan ülkelerin standart sapma değeri	0.039	Analizde etkin bulunmayan ülkelerin standart sapma değeri	0.018

Tablo 3'e göre, yüksek gelirli ülkelerin CCR modelindeki etkinlikleri 1.000 ile 0.838 arasında; BCC modelindeki etkinlikleri 1.000 ile 0.929 arasında değişmektedir. Buna ilaveten CCR modeline göre ülkelerin etkinlik ortalaması 0.933 ve standart sapması 0.052'dir. BCC modeline göre ise ülkelerin etkinlik ortalaması 0.989 ve standart sapma değeri 0.017'dir.

## 6.2. Üst-Orta Gelirli Ülkelerin Değerlendirilmesi

Üst-orta gelirli ülke kapsamında bulunan 33 ülkenin 2016 yılına ait verileri derlenerek, ülkelerin etkinlikleri ölçülmüştür. Bu ülkelerin etkinliklerinin ölçümü için çıktıya yönelik CCR modeli ve BCC modeli uygulanmıştır. Her bir yüksek gelirli ülke için CCR, BCC ve ölçek etkinliği değerleri hesaplanmış ve ölçek özelliği ile birlikte Tablo 4'de verilmiştir.

**Tablo 4:** 33 Üst-orta gelirli ülkeler için etkinlik tablosu

Ülkeler	CCR	BCC	CCR/BCC	Ölçek Özelliği
Arnavutluk	0.942	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.942	Azalan
Cezayir	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Ermenistan	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Azerbaycan	0.909	0.941	0.966	Azalan
Bosna Hersek	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Botsvana	0.891	0.892	0.999	Sabit
Brezilya	0.900	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.900	Azalan
Bulgaristan	0.961	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.961	Azalan
Çin	0.761	0.958	0.794	Azalan
Kolombiya	0.805	0.955	0.843	Azalan
Kosta Rika	0.882	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.882	Azalan
Dominik Cumhuriyeti	0.920	0.957	0.961	Azalan
Ekvator	0.968	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.968	Azalan
Guatemala	0.860	0.925	0.929	Azalan
İran	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit

Jamaika	0.890	0.970	0.917	Azalan
Ürdün	0.876	0.958	0.915	Azalan
Kazakistan	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Lübnan	0.934	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.934	Azalan
Malezya	0.935	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.935	Azalan
Mauritius	0.952	0.993	0.959	Azalan
Meksika	0.873	0.982	0.889	Azalan
Karadağ	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Namibya	0.795	0.836	0.951	Azalan
Paraguay	0.952	0.956	0.996	Azalan
Peru	0.853	0.960	0.889	Azalan
Romanya	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Rusya	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Sırbistan	0.993	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.993	Azalan
Güney Afrika	0.760	0.870	0.873	Azalan
Tayland	0.797	0.953	0.836	Azalan
Türkiye	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Venezuela	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit

**Tablo 5:** st-orta gelirli ülkeler için etkinlik ölçümü istatistikler

CCR modeli etkinlik ölçümü istatistikleri		BCC modeli etkinlik ölçümü istatistikleri	
Analize alınan ülke sayısı	33	Analize alınan ülke sayısı	33
Analizde etkin bulunan ülke sayısı	10	Analizde etkin bulunan ülke sayısı	18
Analizde etkin bulunmayan ülke sayısı	23	Analizde etkin bulunmayan ülke sayısı	15
Ülkelerin ortalama etkinlik değeri	0.921	ülkelerin ortalama etkinlik değeri	0.973
Etkinlik değerleri arasında en düşüğü	0.760	Etkinlik değerleri arasında en düşüğü	0.836
Etkinlik değerleri arasında en ykŐeđi	1.000	Etkinlik değerleri arasında en ykŐeđi	1.000
Etkinlik değerlerinin standart sapması	0.075	Etkinlik değerlerinin standart sapması	0.041
Analizde etkin bulunmayan ülkelerin ortalama etkinlik değerleri	0.887	Analizde etkin bulunmayan ülkelerin ortalama etkinlik değerleri	0.940
Analizde etkin bulunmayan ülkelerin standart sapma değerleri	0.067	Analizde etkin bulunmayan ülkelerin standart sapma değerleri	0.043

Tablo 5'e göre üst-orta gelirli ülkelerin CCR modelindeki etkinlikleri 1.000 ile 0.760 arasında ve BCC modelindeki etkinlikleri 1.000 ile 0.836 arasında değişmektedir. Buna ilaveten CCR modeline göre ülkelerin etkinlik ortalaması 0.921 ve standart sapması 0.075'dir. BCC modeline göre ise ülkelerin etkinlik ortalaması 0.973 ve standart sapması 0.041'dir.

### 6.3. Alt-Orta Gelirli lkelerin Değerlendirilmesi

Alt-orta gelirli ülke kapsamında bulunan 29 ülkenin 2016 yılına ait verileri derlenerek, ülkelerin etkinlikleri lmŐtr. Bu ülkelerin etkinliklerinin ölçümü için çıktıya yönelik

CCR modeli ve BCC modeli uygulanmıştır. Her bir yüksek gelirli ülke için CCR, BCC ve ölçek etkinliği değerleri hesaplanmış ve ölçek özelliği ile birlikte Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6:** 29 Alt-orta gelirli ülkeler için etkinlik tablosu

Ülkeler	CCR	BCC	CCR/BCC	Ölçek Özelliği
Bangladeş	0.938	0.987	0.950	Sabit
Butan	0.903	0.930	0.971	Sabit
Cabo Verde	0.972	0.973	0.999	Sabit
Kamboçya	0.876	0.918	0.954	Sabit
Kamerun	0.891	0.946	0.942	Artan
Mısır	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
El Salvador	0.945	0.983	0.962	Sabit
Gürcistan	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Gana	0.934	0.937	0.997	Sabit
Honduras	0.883	0.972	0.908	Azalan
Hindistan	0.790	0.902	0.876	Azalan
Endonezya	0.842	0.939	0.897	Sabit
Kenya	0.932	0.938	0.994	Sabit
Kırgız Cumhuriyeti	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Lao PDR	0.847	0.888	0.953	Sabit
Lesotho	0.858	0.924	0.928	Sabit
Moritanya	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Moldova	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Moğolistan	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Fas	0.877	0.998	0.879	Azalan
Nikaragua	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Nijerya	0.927	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.927	Artan
Pakistan	0.974	0.987	0.987	Sabit
Filipinler	0.847	0.915	0.925	Azalan
Sri Lanka	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Tunus	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Ukrayna	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	<b>1.000 (Etkin)</b>	Sabit
Vietnam	0.894	<b>1.000 (Etkin)</b>	0.894	Azalan
Zambiya	0.917	0.919	0.997	Artan

**Tablo 7:** Alt-orta gelirli ülkeler için etkinlik ölçümüstatistikler

CCR modeli etkinlik ölçümü istatistikleri		BCC modeli etkinlik ölçümü istatistikleri	
Analize alınan ülke sayısı	29	Analize alınan ülke sayısı	29
Analizde etkin bulunan ülke sayısı	10	Analizde etkin bulunan ülke sayısı	12
Analizde etkin bulunmayan ülke sayısı	19	Analizde etkin bulunmayan ülke sayısı	17
Ülkelerin ortalama etkinlik değeri	0.933	Ülkelerin ortalama etkinlik değeri	0.967
Etkinlik değerleri arasında en düşüğü	0.790	Etkinlik değerleri arasında en düşüğü	0.888

Etkinlik değerleri arasında en yüksekği	1.000	Etkinlik değerleri arasında en yüksekği	1.000
Etkinlik değerlerinin standart sapması	0.062	Etkinlik değerlerinin standart sapması	0.037
Analizde etkin bulunmayan ülkelerin ortalama etkinlik değeri	0.897	Analizde etkin bulunmayan ülkelerin ortalama etkinlik değeri	0.945
Analizde etkin bulunmayan ülkelerin standart sapma değeri	0.048	Analizde etkin bulunmayan ülkelerin standart sapma değeri	0.033

Tablo 6'da görüldüğü gibi CCR sonucu etkin olan alt-orta gelirli ülkeler Mısır, Gürcistan, Kırgız Cumhuriyeti, Moritanya, Moldova, Moğolistan, Nikaragua, Sri Lanka, Tunus ve Ukrayna'dır. BCC sonucu etkin olarak bulunan 10 alt-orta gelirli ülkelerin ölçüğe göre sabit getiri özelliği gösterdiği gözlemlenmiştir. Ayrıca etkin olmayan ama ölçek etkinliğinde 1'e çok yaklaşan 11 ülke de sabit getiri özelliği göstermektedir. 5 alt-orta gelirli ülkenin (Honduras, Hindistan, Fas, Filipinler ve Vietnam) ölçüğe göre azalan getiri özelliği gösterdiği saptanmıştır. 3 ülke de (Kamerun, Nijerya ve Zambiya) ölçüğe göre artan getiri göstermiştir. Tablo 7'de alt-orta gelirli ülkeler için CCR ve BCC modellerine ait etkinlik ölçümü istatistikleri yer almaktadır.

Tablo 7'ye göre alt-orta gelirli ülkelerin CCR modelindeki etkinlikleri 1.000 ile 0.790 arasında ve BCC modelindeki etkinlikleri 1.000 ile 0.888 arasında değişmektedir. Buna ilaveten CCR modeline göre ülkelerin etkinlik ortalaması 0.933 ve standart sapması 0.062'dir. BCC modeline göre ise ülkelerin etkinlik ortalaması 0.967 ve standart sapması 0.037'dir.

## 7. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Çalışmada, yüksek, üst-orta ve alt-orta gelirli olmak üzere üç farklı gelir grubunda bulunan ülkelerin küresel rekabet ve insani kalkınma düzeyleri itibarıyla söz konusu ülkelerin etkinlikleri VZA ile hesaplanmıştır. Bu çerçevede belirtilen ülkelerin 2016 yılına ait küresel rekabet indeksinin alt bileşenleri; temel gereklilikler (G1), verimlilik artırıcı faktörler (G2), inovasyon ve çeşitlilik faktörleri (G3) girdi olarak kullanılmıştır. Çıktı olarak ise satın alma gücü paritesine göre kişi başına düşen milli gelir (GNI) (Ç1) doğuştan beklenen yaşam süresi (Ç2), beklenen okullaşma süresi (Ç3) ve ortalama okullaşma süresikullanılmıştır. Tüm gruplarda yer alan ülkeler için çıktıya yönelik CCR modeli ve çıktıya yönelik BCC modeli ile etkinlik analizi (VZA) yapılmıştır.

Analiz sonucunda yüksek gelirli ülkeler için çıktıya yönelik CCR modeline göre 13 ülke etkin iken <sup>1</sup>, çıktıya yönelik BCC modeline göre 27 ülke etkindir <sup>2</sup>(Bkz: Tablo 2). Üst-orta

1 Yüksek gelirli ülkeler için çıktıya yönelik CCR modeline göre etkin olan ülkeler: Arjantin, Avustralya, Brunei Sultanlığı, Hırvatistan, Güney Kıbrıs, Yunanistan, Macaristan, İzlanda, Letonya, Katar, Slovak Cumhuriyeti, Slovenya ve ABD.

2 Yüksek gelirli ülkeler için çıktıya yönelik BCC modeline göre etkin olan ülkeler: Arjantin, Avustralya, Brunei Sultanlığı, Kanada, Hırvatistan, Güney Kıbrıs, Almanya, Yunanistan, Hong Kong, Macaristan,

gelirli ülkeler için ise çıktıya yönelik CCR modeline göre 10 ülke etkin iken<sup>3</sup>, çıktıya yönelik BCC modeline göre 18 ülke etkindir<sup>4</sup> (Bkz: Tablo 4). Alt-orta gelirli ülkeler için ise çıktıya yönelik CCR modeline göre 10 ülke etkin<sup>5</sup> iken, çıktıya yönelik BCC modeline göre 12 ülke etkindir<sup>6</sup> (Bkz: Tablo 6). Başka bir ifadeyle; belirlenen etkin ülkelerin küresel rekabet gücüyle ilgili girdilerini (Temel gereklilikler (G1), verimlilik artırıcı faktörler (G2), inovasyon ve çeşitlilik faktörleri (G3) kullanılarak insani kalkınma seviyesine yansıtılabilme konusunda aynı gelir grubundaki ülkelerle kıyaslandığında en iyi performansı gösterdikleri anlaşılmaktadır. Ayrıca, yüksek gelirli ülkeler için çıktıya yönelik CCR modeline göre ortalama etkinlik değeri 0.933 iken çıktıya yönelik BCC modeline göre 0.989'dur (Bkz: Tablo 3). Üst-orta gelirli ülkeler için ise çıktıya yönelik CCR modeline göre ortalama etkinlik değeri 0.921 iken, çıktıya yönelik BCC modeline göre 0.973'dür (Bkz: Tablo 5). Alt-orta gelirli ülkeler için ise çıktıya yönelik CCR modeline göre ortalama etkinlik değeri 0.933 iken, çıktıya yönelik BCC modeline göre 0.967'dir (Bkz: Tablo 7). Ortalama etkinlik değerlerine bakıldığında yüksek gelir grubunda bulunan ülkelerin daha yüksek ortalamaya sahip olduğu saptanmıştır.

VZA ile yapılan çalışmanın sonucuna göre etkin çıkan ülkelerin küresel rekabet gücünü insani kalkınma seviyesine yansıtılabilme anlamında performanslarının her etkin ülkenin kendi gelir grubundaki ülkeler içerisinde iyi olduğu görülmektedir. Ekonomi biliminde uygulanan her politikanın insan yaşamına iyi anlamda yansıtılması ve bireylerin yaşam standartlarını yükseltmek temel amaçtır. Bu çerçevede, küresel rekabet gücünü insan yaşamına (eğitim, sağlık ve gelir) yansıtmadaki performansı iyi olan ülkelerde uygulanan politikaların nispi olarak başarılı olduğunu belirtmek doğru olacaktır. Başka bir ifadeyle; küresel rekabet gücünün insani kalkınmanın temel boyutlarından olan; doğuştan beklenen yaşam süresi, beklenen okullaşma süresi, ortalama okullaşma süresi ve kişi başına düşen gelire pozitif anlamda yansıtma konusunda etkin olan ülkelerin, aynı zamanda başarılı olduklarını belirtmek mümkündür.

---

İzlanda, İrlanda, İsrail, İtalya, Japonya, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Norveç, Katar, Singapur, Slovak Cumhuriyeti, Slovenya, İspanya, İsviçre, Trinidad ve Tobago, ABD.

- 3 Üst-orta gelirli ülkeler için çıktıya yönelik CCR modeline göre etkin olan ülkeler: Cezayir, Ermenistan, Bosna Hersek, İran, Kazakistan, Karadağ, Romanya, Rusya, Türkiye ve Venezuela.
- 4 Üst-orta gelirli ülkeler için çıktıya yönelik BCC modeline göre etkin olan ülkeler: Arnavutluk, Cezayir, Ermenistan, Bosna Hersek, Brezilya, Bulgaristan, Kosta Rika, Ekvator, İran, Kazakistan, Lübnan, Malezya, Karadağ, Romanya, Rusya, Sırbistan, Türkiye ve Venezuela.
- 5 Üst-orta gelirli ülkeler için çıktıya yönelik CCR modeline göre etkin olan ülkeler: Mısır, Gürcistan, Kırgız Cumhuriyeti, Moritanya, Moldova, Moğolistan, Nikaragua, Sri Lanka, Tunus ve Ukrayna.
- 6 Üst-orta gelirli ülkeler için çıktıya yönelik BCC modeline göre etkin olan ülkeler: Mısır, Gürcistan, Kırgız Cumhuriyeti, Moritanya, Moldova, Moğolistan, Nikaragua, Nijerya, Sri Lanka, Tunus, Ukrayna ve Vietnam.

Küresel rekabet gücünü insani kalkınma seviyesine yansıtma konusunda etkin olmayan ülkelerin ise performanslarını artırmaları gereklidir. Zira küresel dünyada ülkelerin küresel rekabet gücünü artırmaları önemli olmakla birlikte, söz konusu küresel rekabet gücünü insani kalkınma seviyesine yansıtma da çok önemlidir. Bu kapsamda, her ayrı gelir grubunda etkin olmayan ülkelerin küresel rekabet ve insani kalkınma seviyeleri bakımından etkinliklerini artırabilmeleri için aynı küresel rekabet gücü girdileri ile insani kalkınma seviyesini yükseltmeleri gerekecektir. Bu çerçevede etkin olmayan ülkelerin, doğuğunda beklenen yaşam süresi, beklenen ortalama okullaşma süresi, ortalama okullaşma süresi ve kişi başına düşen geliri artırıcı politikalara öncelik vermesi önerilir. Aksi halde, küresel rekabet gücünün insani kalkınma seviyesine yansıtma konusundaki başarı performansları düşük kalacaktır.

Bu çalışmanın sonuçları değerlendirilirken, özellikle vurgulanması gereken husus sonuçların nispi etkinliklerini göstermesidir. Yani bir ülkenin etkin olması, kendi gelir grubunda sadece analizde sunulan girdi ve çıktılar bakımından kendi grubundaki diğer ülkelere göre etkin olduğun anlamına gelmektedir. Bu çalışmada kullanılan veriler 2016 yılına aittir. Dolaşısıyla bundan sonraki çalışmalarda farklı girdi ve çıktılar belirlenerek, başka metotlara dayalı olarak analiz de yapılabilir.

### **Kaynakça**

- Altun, D. (2006). *Türk Telekomünikasyon A.ř. İl Telekom Müdürlüklerinin Etkinlik lm*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Anand, S. & Sen, A. (1994). Human Development Index: Methodology and Measurement. *Human Development Report Office Occasional Paper*, 12, 1-19.
- Arslan, N. & Tatlıdil, H. (2012). Defining and measuring competitiveness: A comparative analysis of Turkey with 11 potential rivals. *International Journal of Basic & Applied Sciences*, 12(2), 31-43.
- Banker, R. D. Charnes, A. & Cooper, W. W. (1984). Some models for estimating technical and scale inefficiencies in data envelopment analysis. *Management Science*, 30(9), 1078-1092.
- Barro, R. J. (2002). Quantity and quality of economic growth. *Central Bank of Chile Working Papers*, 168,135-162.
- Behdioğlu, S. & zcan, G. (2009). Veri zarflama analizi ve bankacılık sektöründe bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 301-326.
- Amar, M. B. & Hamdi, M. T. (2012). Global competitiveness and economic growth: Empirical verification for African countries. *International Journal of Economics and Finance*, 4(6), 125-131.

- Bendeliani, N. (2012). Beyond the human development index: Assessing the human development in Georgia through international indices and rankings. *Center for Social Sciences Education and Development Programme*, 1-15.
- Benzaquen, J., del Carpio, L.A., Zegarra, L. A. &Valdivia, C. A. (2010). A Competitiveness Index for the regions of a country. *Cepal Review*, 102(December), 67-84.
- Chansarn, S. (2014). The evaluation of the sustainable human development: A cross-country analysis employing slack-based DEA. *Procedia Environmental Sciences*, 20, 3-11.
- Charnes, A., Cooper, W. W. & Rhodes, E. (1978). Measuring the efficiency of decision making units. *European Journal of Operational Research*, 2(6), 429-444.
- Çağlar, A. & Ketten, N. D. (2018). İllerin insani gelişme endeksinin veri zarflama analizi ile ölçülmesi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 18(4), 565-578.
- Dash, B. B. & Mukherjee, S. (2013). Does political competition influence human development? Evidence from the Indian states. *National Institute of Public Finance and Policy New Delhi*, 118, 1-25.
- DFID. (2008). Growth building jobs and prosperity in developing countries. <http://www.dfid.gov.uk/pubs/files/growth-policy-paper.pdf>.
- Haque, I. U. (1995). *Trade, Technology and International Competitiveness (EDI Development Studies)*. World Bank, Washington.
- Human Development Data. (2017). <http://hdr.undp.org/en/data/> sitesinden alındı. Erişim Tarihi: 23.03.2019.
- Khodabakhshi, A. (2011). Relationship between GDP and human development indices in India. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 2(3), 251-253.
- Lazar, M. & Lazar, C. (2011). Human development in Romania in the context of the new methodological approaches. *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 1, 41-150.
- Majerová, I. (2012). Comparison of old and new methodology in human development and poverty indexes: A case of the least developed countries. *Journal of Economics Studies and Research*, 1-25.
- Marginean, S. (2006). Competitiveness: From microeconomic foundations to national determinants. *Studies in Business and Economics*, 1(1), 29-35.
- Miningou, E.W. & Vierstraete, V.(2010). Efficiency of human development in Sub-Saharan Africa. *GREDI Working Paper*, 1-39.
- Mukherjee, S. & Chakraborty,D. (2010). Is there any relationship between economic growth and human development? Evidence from Indian States, *MPRA Working Paper*, 22997, 1-29.
- Ogreaan, C. & Herciu, M. (2009). Globalization and the dynamics of competitiveness – A multilevel bibliographical study, *Studies in Business and Economics*, 5(1), 126-138.

- Oral, M. & Chabchoub, H. (1996). On the methodology of the world competitiveness report. *European Journal of Operational Research*, 90(3), 514-535.
- Popkova, E.G, Shakhovskaya, L.S. & Mirtakhovich, T. N. (2010). New quality of economic growth. *The International Journal of Economic Policy Studies*, 5(1), 75-88.
- Porter, M.E. (2004). Building the microeconomic foundations of prosperity: Findings from the business competitiveness index. *The Global Competitiveness Report (2002-2003)*, 51-81.
- Ranis, G. (2004). Human development and economic growth. *Yale University: Economic Growth Center*, 887, 13.
- Ranis, G., Stewart, F. & Ramirez, A. (2000). Economic growth and human development. *World Development*, 28(2), 97-219.
- Razmi, M.J. & Yavari, Z. (2012). Reviewing the effect of trade openness on human development. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(5), 970-978.
- Sabi, M. (2007). Globalization and human development. *International Conference on Globalization and Its Discontents*, Cortland, 102-119.
- Sala-i-Martin, X., Blanke, J., Hanouz, M.D., Geiger, T., Mia, I. & Paua, F. (2007). The global competitiveness index: Measuring the productive potential of nations. *The Global Competitiveness Report (2007-2008)*, 3-50.
- Salvatore, D. (2010). Globalisation, international competitiveness and growth: Advanced and emerging markets large and small countries. *Journal of International Commerce, Economics and Policy*, 1(1), 21-31.
- Smit, A. J. (2010). The competitive advantage of nations: Is Porter's diamond framework a new theory that explains the international competitiveness of countries?. *Southern African Business Review*, 14(1), 105-130.
- Şener, S. & Sarıdoğan, E. (2011). The effects of science-technology-innovation on competitiveness and economic growth. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 815-828.
- Tarım, A. (2001). Veri Zarflama Analizi: Matematiksel Programlama Tabanlı Görelî Etkinlik Ölçümü Yaklaşımı. *Sayıştay Yayın İşleri Müdürlüğü, Araştırma/İnceleme/Çeviri Dizisi*, 15, 5-40
- Todaro, Michael P. (1992). Human development report. *Population and Development Review*, 18(2), 359-363.
- Tokuyama, C. & Pillarisetti, J. R. (2006). Measuring human wellbeing and advancing sustainable development: How credible are the UNDP's human development reports? *Monash University Department of Economics Discussion Paper*, 1-17
- Ulucan, A. (2000). Şirket performanslarının ölçülmesinde veri zarflama analizi yaklaşımı: Genel ve sektörel bazda değerlendirmeler. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 405-418.



- Ülengin, F., Kabak, Ö., Önsel, S. & Parker, B.R. (2011). The competitiveness of nations and Implications for human development. *Socio-Economic Planning Sciences*, 45(1), 16-27.
- Schwab, K. (2018). The Global Competitiveness Report (2016-2017). *WEF/2018*, 1-393.
- Vakhal, P. (2013). The development of Hungarian competitiveness on the basis of the World Economic Forum's Global Competitiveness Index: Cause-and-effect relationships. 1-4.
- Vierstraete, V. (2010). Efficiency in human development: A data envelopment analysis. *The European Journal of Comparative Economics*, 9(3), 425-443.
- Wysokińska, Z. (2003). Competitiveness and its relationships with productivity and sustainable development. *FIBRES & TEXTILES in Eastern Europe*, 11(3), 11-14.
- World Competitiveness Indicators. (2017). World Economic Forum.  
[http://www3.weforum.org/docs/GCR20162017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport20162017\\_FINAL.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GCR20162017/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport20162017_FINAL.pdf) / Erişim Tarihi: 23.03.2019.



**Mevlüdiye ŞİMŞEK** – mevludiye.simsek@bilecik.edu.tr

She is a Professor in Economics at Bilecik Seyh Edebali University. Her main research interests include International Economics, Economic Growth, Economic Development.



**Gözde KOCA** – gozde.koca@bilecik.edu.tr

She is an Assistant Profesör in Business Administration at Bilecik Seyh Edebali University. Her main research interests include Multi Criteria Decision Making, Fuzzy, Sustainable Supply Chain Management.



**Nakşidil ALPARSLAN** – naksidil.alparslan@bilecik.edu.tr

She is a Research Assistant in Economics at Bilecik Seyh Edebali University. Her main research interests include International Economics and Foreign Trade.

## DİJİTAL KORSANLIĞA KARŞI LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN OLUMSUZ TUTUMLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER\*

### FACTORS AFFECTING NEGATIVE ATTITUDES OF UNDERGRADUATE STUDENTS AGAINST DIGITAL PIRACY

Mertcan TAŞÇIOĞLU\*\*

#### Öz

Özellikle genç tüketiciler arasında dijital ortamlardan kitap, oyun, müzik ve yazılım indirme eğilimi artmaktayken, bu ürünleri yasa dışı yollardan temin etme ya da yasa dışı olarak kopyalama oranları da aynı doğrultuda artmaktadır. Tüketicileri korsan ürün kullanmaya iten nedenlerin neler olduğu hem araştırmacılar hem de işletmeler açısından hala önemini koruyan güncel bir araştırma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada tüketicilerin korsan ürün kullanımına karşı çıkma tutumlarını etkileyen etmenlerin neler olduğunu araştırılmaktadır. Bulunan sonuçlara göre korsan ürün kullanma alışkanlığındaki ve çevreden alınan sosyal destekteki artış korsan ürün kullanımına karşı çıkma tutumunda bir azalışa yol açarken, ahlaki değerlerdeki bir artış ise aynı tutumda bir artışa yol açmaktadır. Ek olarak korsan ürün kullanımına karşı çıkma tutumu ile korsan ürün kullanmama davranışı arasında da pozitif bir ilişki tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Korsanlık, Tüketici Tutumları, Ahlaki Yargı

**JEL Kodları:** M30, M31

#### Abstract

Digital piracy has become even more important as technology and the internet evolve and the use of personal computers increases. Companies that produce music, games, books and software for digital media have not been able to prevent piracy, although they make more efforts to protect their products every day. Although some studies have concluded that digital piracy has declined with the increase

\* Makalenin Gönderim Tarihi (Received): 22.05.2019; Makalenin Kabul Tarihi (Accepted): 11.07.2019

\*\* İstanbul Medeniyet Üniversitesi, İşletme Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-4024-2453.

of legal services that provide streaming media such as Spotify and Netflix in some countries, research has found that digital piracy is at the peak of all time (Global Online Piracy Study, 2018). The increase in the number of consumers accessing the internet has been one of the most effective elements in the spread of digital piracy. Although the 2014 report of the United Nations indicates that half of the World will have access to Internet by 2017, this is still unrealized as of today, the speed of access to the internet is slowing down, but access to the internet is available in most households today especially in developed and developing countries (UN Broadband Commission, 2014). The number of individuals using the internet in Turkey rapidly increased in recent years, 83.8% of households now have access to the internet (Hanehalkı Araştırması, 2018). The increase in internet access in households has allowed access to products such as books and music in digital environments, in addition, there has been an increase in the amount of games and software downloaded from digital media to computers. Although internet access and the increase of digital piracy is the subject of many researches, it is necessary to investigate the factors that affect the negative attitudes of consumers towards digital piracy products. In addition, most of the research on digital piracy has focused on the issue of piracy; however, few studies have investigated the factors affecting the purchase, downloading, sharing or copying of illegal copyrighted material (Tjiptono & Arli, 2016). In this study, the negative attitudes of the university students towards pirated products, which constitute the majority of consumers who prefer digital piracy (Sinha & Mandel, 2008), and the relations among the concepts of pirated product downloading, social environment, moral judgment and fear were investigated. In addition, the relationship between a negative attitude towards piracy and the non-use of piracy is also investigated. As a result of this study, it was seen that the increase in the habit of downloading pirate products decreased the negative attitude towards piracy. This result is in line with previous studies. People with habit of downloading pirate products have difficulty in developing negative attitudes towards the pirate product because they are behaviors that are carried out automatically by the influences of past experiences (Limayem, Khalifa & Chin, 2004; Cronan & Al-Rafee 2008). Another result is that the increase in social environment support reduces the negative attitude towards piracy. In previous studies, different results have been reached on this subject (Aleassa, Pearson & McClurg, 2011; Cronan & Al-Rafee 2008). According to the results of this study, the social environment of the family and friends to support the use of pirated products reduces the negative attitude towards the use of pirated products. Similarly, some studies on moral judgment and attitudes towards piracy have not found a meaningful relationship (Al-Rafee & Cronan, 2006), there are some studies that have found a meaningful (Cronan & Al-Rafee 2008; Shoham, Ruvio & Davidow, 2008). In this study, it was determined that finding the use of pirate products morally wrong increases the negative attitude towards the pirate product. The last finding of this study is that an increase in negative attitude towards piracy increases the behavior of not using pirated products. In many previous studies, the relationship between attitude and behavior within the scope of theory of reasoned action and theory of planned behavior was examined and similar results were obtained within this study (Aleassa et al., 2011; Yoon 2011). Purchasing power is an important factor affecting both purchasing legal products and purchasing digital pirated products. In this study, there is a similarity between the purchasing power of the participants because university students are used as the main population. In future studies, examining the effects of purchasing power on the purchase of digital pirated products by differentiating main population may contribute to the literature. It may be

difficult for participants to express their attitudes explicitly in a subject that is not properly addressed by society, such as the use of pirated products. For this reason, it is possible to obtain more prejudicial data by using projective method and scenario based experiments in future studies.

**Keywords:** Digital Piracy, Consumer Attitudes, Moral Judgement

**JEL Codes:** M30, M31

## 1.GİRİŞ

Teknoloji ve internetin gelişmesi ve kişisel bilgisayarların kullanımını arttıkça, dijital korsanlık daha da önemli bir konu haline gelmiştir. Dijital ortama yönelik müzik, oyun, kitap, yazılım üreten şirketler her geçen gün ürünlerini korumak için daha fazla çaba gösterecekler de korsanlığın tamamen engellenmesini sağlayamamışlardır. Bazı araştırmalar en azından bazı ülkelerde Spotify ve Netflix gibi medya akışı sağlayan yasal hizmetlerin artmasıyla beraber dijital korsanlığın azaldığı sonucuna varmış olsalar da, bunun tersi bir sonuca ulaşan araştırmalar da dijital korsanlığın tüm zamanların zirvesinde olduğunu tespit etmişlerdir (Global Online Piracy Study, 2018).

İnternete erişen tüketici sayısının artması dijital korsanlığın yayılmasındaki en etkili unsurlardan biri olmuştur. Her ne kadar Birleşmiş Milletlerin 2014 raporunda, 2017 yılı itibarıyla dünyanın yarısının internet erişimine sahip olacağı tahmininin bugün itibarıyla hala gerçekleşmemiş olması internete erişim hızının yavaşladığına dair bir gösterge olsa da bugün dünya üzerinde özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde internete erişim çoğu evde mevcuttur (UN Broadband Commission, 2014). Türkiye’de internet kullanan bireylerin sayısı son yıllarda hızla artarken, günümüzde hanelerin % 83,8’i internete erişim imkânına sahiptir (Hanehalkı Araştırması, 2018). İnternet erişiminin hanelerde artması kitap ve müzik gibi ürünlere dijital ortamlarda erişim imkânı sağlamış, bunlara ek olarak da dijital ortamlardan bilgisayarlara indirilen oyun ve yazılım miktarlarında da artışlar yaşanmıştır.

İnternet erişiminin ve beraberinde dijital korsanlığın artması birçok araştırmanın konusu olmakla beraber tüketicilerin dijital korsan ürünlere karşı olumsuz tutumlarını etkileyen unsurların da araştırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Bununla birlikte dijital korsanlıkla ilgili araştırmaların çoğu, korsanlık konusunu üreticiler açısından incelemeye odaklanmıştır; oysa az sayıda çalışma, tüketicilerin yasadışı telif hakkı olan materyalleri satın alma, indirme, paylaşma veya kopyalamalarını etkileyen faktörleri araştırmıştır (Tjiptono & Arli, 2016). Bu çalışmada dijital korsanlığı tercih eden tüketicilerin büyük bir bölümünü oluşturan üniversite öğrencilerinin (Sinha & Mandel, 2008) korsan ürünlere karşı olumsuz tutumları ile korsan ürün indirme, sosyal çevre, ahlaki yargı ve korku kavramları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Buna ek olarak korsan ürünlere karşı olumsuz tutum ile korsan ürün kullanmama davranışı arasındaki ilişki de incelenmiştir.

Bu araştırmada ilk olarak yazılım korsanlığı ve dijital korsanlık konularında geçmiş yıllarda yapılan çalışmalar literatür araştırması kapsamında incelenmiş, daha sonra yapılan regresyon ve korelasyon analizleri ile bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki ilişkinin varlığı ve etkisi tespit edilmeye çalışılmıştır. Son olarak sonuç kısmında da elde edilen bulgular, çalışmanın kısıtları ve gelecek çalışmalar için önerilere yer verilmiştir.

## 2.LİTERATÜR İNCELEMESİ

Dijital korsanlık ile ilgili ilk çalışmalar yazılım korsanlığı üzerine odaklanmaktadır. Yazılım korsanlığı bir örgütün kendi geliştirildiği programları yetkisiz bir şekilde kopyalamak ve ücret ödememek için ticari amaçla satılan yazılımları çoğaltılmak olarak tanımlanmaktadır (Straub & Collins, 1990). Swinyard, Rinne ve Kau (1990) yazılım korsanlığı konusunda yapmış oldukları kültürlerarası çalışmada, Singapur ve Amerika Birleşik Devletleri'nde topladıkları verileri karşılaştırmış ve Amerikalıların davranış ve niyet olarak telif hakları yasasına Asyalılara göre daha fazla uyduklarını gözlemlemişlerdir. Givon, Mahajan ve Muller (1995) ise korsan yazılım kullanımındaki artışın yasal yazılım kullanımındaki artışı olumlu yönde etkileyebileceği sonucuna ulaşmıştır. Glass ve Wood (1996) yaptıkları çalışmada kullanıcıların korsan yazılım kullanımına göz yummaya karar verirken, girdileri ve çıktıları analiz ettiklerini vurgulamış, kullanıcılar eğer yazılımı satın almak için çok para ödemişlerse ya da paylaşım sonunda olumsuz bir durumla karşılaşacaklarına inanıyorlarsa sahip oldukları yazılımları başkalarıyla paylaşmadıklarını tespit etmişlerdir.

2000'li yıllardan sonra yapılan çalışmalar korsan yazılım kullanımına etki eden faktörleri daha geniş bir çerçevede, farklı ekonomilerde gelir seviyelerindeki sonuçlarını araştırarak ele almaya çalışmışlardır. Husted (2000) ulusal kültür boyutlarının yazılım korsanlığı üzerindeki etkisini incelemiş, yüksek seviyede gelişmiş ekonomilerin ve geniş bir orta sınıfın varlığının yazılım korsanlığı üzerindeki etkisini tespit etmiştir. Wagner ve Sanders (2001) ise yazılım korsanlığını etik karar verme süreci çerçevesinde incelemiş ve dini inanç ve korsan yazılımı kullanma konusundaki etik karar verme süreçleri arasında anlamlı bir ilişki bulmuştur. Chiou, Huang ve Lee (2005) yetkisiz çoğaltma/indirme ve korsan müzik ürünü alımı olarak iki çeşit dijital müzik korsanlığı türünü incelemiş ve memnuniyet, algılanan risk, sosyal uzlaşma gibi kavramların müşterilerin bu iki korsan türüne karşı tutum ve davranışlarına etkilerini tespit etmişlerdir. d'Astous, Colbert ve Montpetit (2005) online müzik paylaşımında kişilerin çevresindeki insanların tutumlarının rolünün önemli olduğu ve geçmişte online olarak müzik değişimi yapmanın bunu yeniden yapma niyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Lysonski ve Durvasula (2008) korsan müzik indirmenin ve MP3 korsanlığına yönelik etik yönelim ve tutumların bu tür aktiviteleri nasıl etkilediğini incelemiş ve korsan müzik indirmenin etik olarak yanlış olmadığına dair güçlü bir inancın bugün yüksek oranda devam ettiğini tespit etmiştir. Sinha ve Mandel (2008) olumlu

teşvikler, olumsuz teşvikler ve tüketici özellikleri olarak üç farklı faktöre bağladığı korsan ürün kullanma eğilimini incelemiş ve olumsuz teşviklerin güçlü bir caydırıcı olmasına karşın bazı tüketiciler için korsanlık eğilimlerini artırabileceğini gösterirken, olumlu teşviklerin ise tüm tüketici segmentleri arasında korsan ürün kullanma eğilimini önemli ölçüde azaltacağını tespit etmişlerdir. Danaher, Dhanasobhon, Smith ve Telang (2010) dijital dağıtım kanallarının fiziki satışlara zarar verip vermeyeceği ve yasal dijital dağıtım kanallarının tüketicileri dijital korsanlık (meşru olmayan) kanallarını kullanmaktan vazgeçirip geçiremeyeceğini incelemiş ve dijital satış kanallarının yokluğunda tüketicilerin korsan kanallara yöneldiğini tespit etmişlerdir. Sinha, Machado ve Sellman (2010) ise yaptıkları çalışmada dijital müziklerin fiyatlarının düşürülmesinin ve dijital hakların kaldırılmasının müzik endüstrisine olumlu yansarak korsan ürün kullanan tüketicileri para ödeyerek dijital müzik alan kullanıcılara dönüştürdüğünü belirlemişlerdir.

2010 yılından sonraki çalışmalar ise dijital korsanlık konusundaki tüketici algılarına odaklanmışlardır. Vida, Koklič, Kukar-Kinney ve Penz (2012) rasyonelliğin algılanan fayda ve korsanlık niyeti arasında aracı görevi gördüğünü, fakat algılanan risk ve korsanlık niyeti arasında aynı görevi görmediğini tespit etmiş, ayrıca hem algılanan riskin hem de faydanın korsanlık niyetini etkilediğini bulmuşlardır. Tüketiciler eylemlerinin sonuçlarındaki belirsizlik nedeniyle tüketici davranışları her zaman risk taşımaktadır (Yener, 2015). Cesa-reo ve Pastore (2014) dijital korsanlık ile ekonomik ve hedonik faydalar arasında olumlu, ahlaki değerler ile olumsuz bir ilişki bulmuş, dijital korsanlığa karşı olumlu bir tutum içinde olan tüketicilerin de abonelik temelli müzik servislerini denemeye istekli olmadıklarını tespit etmiştir. Hedonik tüketim tüketicilerin yaşamdan aldıkları mutluluğu artırmaktadır (Özsaçmacı, Yener & Dursun, 2019). Arli, Tjiptono ve Porto (2015) ise ahlaki değerlerin, göreliliğin ve dijital korsanlık davranışına karşı tutumun etkilerini geliştirmekte olan bir ülkede incelemiş, ahlaki değerler ile korsan yazılım ve korsan müzik CD'si alımları arasında negatif ilişki bulmuş, göreliliğin de korsan yazılım alımını pozitif etkilediği sonucuna varmıştır. Borja ve Dieringer (2016) müzik yayınının korsanlığın tamamlayıcısı olduğunu ve bu iki müzik tüketiminin piyasada bir arada var olacağını bulmuş, akran davranışlarının, risk algılarının ve tüketim zamanlarının müzik korsanlığına katkıda bulunan unsurlar olduğunu keşfetmişlerdir. Tjiptono ve Arli (2016) dijital korsanlığa karşı erkeklerin kadınlardan daha olumlu bir tutum sergilediklerini göstermektedir. Dijital korsanlığa karşı tutumun belirleyicileri kadın tüketiciler için duygusal inanışlar, dijital korsanlık konusunun algılanan önemi ve makyavelcilik iken erkek tüketiciler için duygusal inanışlar, dijital korsanlık konusunun algılanan önemi ve ahlaki değerlerdir.

Telif hakkı ve patent koruması gibi konulara duyulan ilgi ve berberinde gelen yasal düzenlemeler bireysel kültürlerde daha önce ortaya çıkmış ve tüketiciler tarafından da kolektivist kültürlerde bu konular çok dikkate alınmamıştır. Bireysel ülkelerde kişisel özgürlük ve yararlar toplumsal faydaların üzerinde görülürken, kolektivist ülkelerde bireylerin sundukları

eserleri toplumla paylaşmaları gerektiği görüşü hâkimdir. Bu yüzden bireysel ülkelerde sanatçıların eserlerinin her türlü haklara sahip oldukları düşüncesi yaygınken, kolektivist ülkelerinde telif hakkı konusu bireyselci bir kavram olarak görülüp, sadece ürünlerin dağıtım ve paylaşılması konusunda tekel bir piyasa oluşturma çabası olarak algılanabilmektedir (Swinyard vd. 1990). Korsanlık konusunda bu farklı algıya rağmen dijital korsanlık konusundaki bugüne kadar yapılan çalışmaların çoğu bireysel ülkelerde yapılmışken, sadece kolektivist ülkelerde yapılan çalışma sayısı çok daha azdır.

İnsanlar birbirlerini birçok şekilde etkilemektedir. Bu etki olumlu veya olumsuz olabilmekte ve genel olarak sosyal etki olarak adlandırılmaktadır (Yener, 2017). Bu çalışmada dijital korsanlığa karşı tüketicilerin olumsuz tutumunu etkileyen unsurlar araştırılmış ve bu olumsuz tutumun korsan ürün kullanım davranışına etkisi araştırılmıştır. Dijital korsanlık, telif hakkıyla korunan yazılımların, müziklerin, videoların ve diğer dijital materyallerin yasadışı olarak kopyalanması ya da indirilmesidir (Al-Rafee & Cronan, 2006). Literatürde farklı çalışmalarda kullanılan korsan ürün indirme alışkanlığı, sosyal çevre desteği, ahlaki yargı ve korsan ürün kullanmanın sonuçlarından duyulan korku kavramlarının korsan ürüne karşı olumsuz tutumu incelenmiş ve aşağıda belirtilen hipotezler oluşturulmuştur.

H<sub>1</sub>: Korsan ürün indirme alışkanlığı korsan ürüne karşı olumsuz tutumu etkiler.

H<sub>2</sub>: Sosyal çevre desteği korsan ürüne karşı olumsuz tutumu etkiler.

H<sub>3</sub>: Ahlaki yargı korsan ürüne karşı olumsuz tutumu etkiler.

H<sub>4</sub>: Korsan ürün kullanmanın sonuçlarından duyulan korku korsan ürüne karşı olumsuz tutumu etkiler.

H<sub>5</sub>: Korsan ürüne karşı olumsuz tutum korsan ürün kullanmama davranışını etkiler.

### **3.ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ**

#### **3.1.Amaç**

Araştırmanın amacı Türkiye’de öğrenim gören lisans öğrencilerinin dijital ortamlarda korsan ürünlere karşı tutumlarını, bu tutumlarını etkileyen faktörleri ve tutumlarının davranışlar üzerindeki etkisini belirlemektir.

#### **3.2.Ana Kütle ve Örnek Kütle**

Araştırmanın ana kütlelerini Türkiye’de öğrenim gören lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Yükseköğretim Kurumu’nun (YÖK) 2017-2018 yılı verilerine göre Türkiye’de lisans düzeyinde eğitim veren toplam 201 üniversite bulunmaktadır. Bu üniversitelerin 129 tanesi devlet, 72 tanesi ise vakıf üniversitesidir. Toplam lisans öğrenci sayısı bu araştırmanın ana



kütlesini oluşturmaktadır ve bu sayı 4.241.841'dir (Öğrenim Düzeyine Göre Öğrenci Sayısı, 2019). Araştırmanın örnek kütlesini toplam 229 öğrenci oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında kapalı uçlu sorulardan oluşan bir anket formu kullanılmıştır. Katılımcılar anket formunu online olarak cevaplandırmışlardır. Toplam 13 farklı üniversitede eğitim görmektedirler. Bu üniversiteler İstanbul Medeniyet, Abant İzzet Baysal, İstanbul, Aydın Adnan Menderes, Konya Teknik, Necmettin Erbakan, Anadolu, Atatürk, İstanbul 29 Mayıs, İstanbul Zaim, İstanbul Medipol, Bezmialem ve İstanbul Bilgi Üniversiteleri'dir.

### 3.3.Frekans Analizleri ve Betimleyici İstatistikler

**Tablo 1:** Katılımcıların demografik özellikleri

	n	%		n	%
<b>Cinsiyet</b>			<b>Medeni durum</b>		
Erkek	84	36,7	Bekâr	219	95,6
Kadın	145	63,3	Evli	10	4,4
<b>Yaş</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>Çalışma durumu</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
18-20	85	37,1	Çalışmıyor	195	85,2
21-23	123	53,7	Yarı zamanlı	25	10,9
24-26	2	0,9	Tam zamanlı	9	3,9
26+	19	8,3			

Tablo 1, araştırmaya katılan öğrencilere ait temel demografik değişkenleri göstermektedir. Toplam öğrenciler içinde evli olanlar % 4,4, 26 yaşından büyük olanlar % 8,3, yarı zamanlı veya tam zamanlı olarak çalışanlar ise % 14,8'lik bir oran oluşturmaktadırlar.

**Tablo 2:** Katılımcıların eğitim istatistikleri

		n	%
<b>Tür</b>	Devlet	133	58,1
	Vakıf	96	41,9
<b>Alan</b>	Sosyal	193	84,3
	Fen	36	15,7
<b>Şehir</b>	İstanbul içi	213	93
	İstanbul dışı	16	7

Tablo 2'de katılımcıların öğrenci oldukları üniversitelere ait çeşitli bilgiler yer almaktadır. Öğrencilerin büyük çoğunluğu (% 93) İstanbul'da bulunan bir üniversitede öğrencidir. Ağırlıklı olarak sosyal bilimler alanında öğrenciler araştırmaya katılmışken (% 84,3), üniversitelerin devlet veya vakıf üniversitesi oranları nispeten daha dengeli dağılmıştır.



**Tablo 3:** Katılımcıların gelir ve harcama bilgileri

Aylık hane geliri	n	%	Aylık kişisel gelir	n	%	Aylık dijital harcama	n	%
0-2500	54	23,6	0-400	71	31	0-25	95	41,5
2501-5000	98	42,8	401-800	89	38,9	26-50	70	30,6
5001-7500	49	21,4	801-1200	36	15,7	51-75	39	17
7501-10000	18	7,9	1201-1600	16	7	76-100	16	7
10000+	10	4,4	1600+	17	7,4	100+	9	3,9

Tablo 3'te yer alan bilgilerde öğrenciler ait finansal bilgiler yer almaktadır. Öğrencilerin % 66,4'ünün aylık hane geliri 5000 TL'nin altındadır. Kişisel gelir/harçlıkları incelendiğinde ise % 69,9'unun aylık 800 TL'den daha düşük bir gelire/harçlığa sahip olduğu görülmektedir. Dijital ürünlere (film, müzik, kitap, oyun) yaptıkları harcamalara ise % 72,1'inin aylık 50 TL'den daha az para ayırdığı görülmektedir.

**Tablo 4:** Katılımcıların gelir ve harcama yüzdeleri

Hane / Kişisel			Kişisel / Dijital		
	n	%		n	%
0-20	172	75,1	0-10	165	72,1
21-40	22	9,6	11-21	54	23,5
41-60	26	11,4	31-40	8	3,5
61-80	9	3,9	41-60	2	0,9

Tablo 4'te yer alan bilgiler Tablo 3'teki verilerden elde edilmiştir. Birinci sütunda öğrencilerin hane gelirlerinin aylık gelirlerine oranları görülmektedir. Buna göre katılımcıların %75,1'inin kişisel geliri, aylık gelirlerinin % 0-20 arasında değişmektedir. % 3,9'unun kişisel geliri ise hane gelirinin % 61-80'ini oluşturmaktadır. Tablo 2'de yer alan veriler incelendiğinde bu oranın tam zamanlı çalışan öğrencilerin oranı ile aynı olduğu görülmektedir. Ancak bu iki değişken arasında çapraz tablo analizi yapıldığında tam zamanlı çalışan öğrencilerin hiçbirinin bu grupta yer almadığı görülmüştür. İkinci sütunda yer alan bilgiler ise öğrencilerin kişisel gelirlerini hangi oranda dijital ürünlere harcadığı görülmektedir. Öğrencilerin % 95,6'sının dijital ürünlere ayırdıkları pay, gelirlerinin % 20'sinden daha azdır.

**Tablo 5:** Katılımcıların dijital ürün indirme istatistikleri

	Evet		Hayır	
	n	%	n	%
Herhangi bir dijital platforma üye misiniz (Netflix, Spotify, vs)?	130	56,8	99	43,2
Hiç korsan film indirdiniz mi?	132	57,6	97	42,4
Hiç korsan müzik indirdiniz mi?	168	73,4	61	26,6
Hiç korsan kitap indirdiniz mi?	89	38,9	140	61,1
Hiç korsan oyun indirdiniz mi?	97	42,4	132	57,6
Orijinal ürünler daha ucuz olsaydı yine de korsan ürün indirir miydiniz?	31	13,5	198	86,5

Tablo 5'te yer alan bilgiler araştırmaya katılan öğrencilerin şimdiye kadar hangi tür ürünleri dijital olarak indirdiklerini göstermektedir. Tür olarak incelendiğinde en yüksek korsan indirme oranı % 73,4 ile müzik olmuştur. En düşük oran ise % 38,9 ile e-kitaptır. Öğrencilerin % 56,8'i film, müzik veya oyun oynayabilmek için çeşitli dijital platformlara üyedirler. Tüketicilerin dijital ürünlerde korsan ürünlere yönelmelerinde en önemli etkenlerden birinin orijinal ürünlerin yüksek fiyatları olduğu düşünülmektedir. Ürünlerin fiyatlarının daha ucuz olması durumunda korsan ürünleri tercih etmeyeceklerini belirten öğrencilerin oranı % 86,5 iken, %1 3,5'i her durumda korsan ürünleri tercih edeceklerini ifade etmişlerdir.

### 3.4.Güvenilirlik Analizi

Aşağıdaki tabloda araştırma modelinde yer alan tüm değişkenlere ait betimleyici istatistikler ve iç tutarlılık (cronbach alpha) değerleri yer almaktadır. Kullanılan ölçeklerde yer alan değişkenlerin yeterli güvenilirlik seviyesine sahip olması için cronbach alpha değerinin 0,6 değerinden yüksek olması yeterli görülmektedir (Nunnally, 1967). Tabloda yer alan değerler incelendiğinde tüm faktörlere ait değerlerin bu sınırın üzerinde olduğu ve yeterli güvenilirlik seviyesine sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Geçerlilik analizine yönelik açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Davranış faktörünü ölçen maddelerden birisinin faktör yükü 0,5'in altında olduğu için bu madde çıkartılıp faktör analizi her bir faktör için ayrı ayrı tekrar yapılmıştır ve sonuçlar Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6:** Faktör analizi istatistikleri

Faktör	Maddeler	F. Yüklü	Ort.	Std. Sapma	C alfa
Davranış	Bilgisayarındaki tüm yazılımlar lisanslıdır.	0,722	4,16	2.074	0,691
	Bilgisayarında korsan kitap yoktur.	0,734	5,19	2.331	
	Bilgisayarında korsan film yoktur.	0,83	4,11	2.656	
Tutum	Korsan ürün üretimine karşıyım.	0,815	4,39	1.945	0,852
	Korsan ürün kullananlara karşı yasal cezaları desteklerim.	0,825	3,75	1.984	
	Hükümet, korsan ürünleri engellemek için daha fazla çaba göstermelidir.	0,683	3,81	2.178	
	İnternette korsan ürün indirmek kötü bir fikirdir.	0,799	4,06	2.195	
	İnternette korsan ürün indirme fikrinden hoşlanmıyorum.	0,841	4,14	2.205	
Alışkanlık	İnternette korsan ürün indirmek benim için bir alışkanlıktır.	0,876	2,41	1.818	0,817
	İnternette korsan ürün indirmeye bağımlıyım.	0,747	1,9	1.658	
	İnternette korsan ürün indirmek her zaman hoşuma gider.	0,861	2,13	1.609	
	İnternette korsan ürün indirmeden önce iki kere bile düşünmem.	0,515	3,35	2.168	
	İnternette indirdiğim korsan ürün sayısı yüksektir.	0,786	2,55	1.827	
Sosyal faktörler	Ailem internette korsan ürün indirmeme karşı çıkmaz.	0,653	4,34	2.307	0,667
	Meslektaşlarım internette korsan ürün indirmemi destekler.	0,849	2,76	2.069	
	Arkadaşlarım internette korsan ürün indirmemi teşvik eder.	0,817	2,86	1.977	

<b>Ahlaki değerler</b>	Orijinalini satın almak varken internetten korsan ürün indirmek yanlıştır.	0,816	4,66	2.104	0,81
	İnternette korsan ürün indirmek ahlaki olarak yanlıştır.	0,87	5,02	1.960	
	İnternette korsan ürün indirmek eser sahiplerinin hakkını yemektir.	0,867	5,52	1.891	
<b>Korku</b>	Korsan ürün kullanan birinin yakalanması ve ceza alması pek olası değildir.	0,794	4,44	2.055	0,658
	Korsan ürün kullanıcılarını tespit etmek çok zordur.	0,518	3,56	1.785	
	Bilgisayarıma korsan ürün yüklersem yakalanacağımı sanmıyorum.	0,826	4,73	2.087	
	Korsan ürün kullanmanın yasal sonuçlarından korkmuyorum.	0,641	3,18	2.037	

#### 4.REGRESYON ANALİZİ

Bağımlı bir değişken üzerinde, bağımsız değişkenlerin etkisinin ölçülmesinde regresyon analizi kullanılmaktadır. Regresyon analizi yapılabilmesi için kullanılan her bağımsız değişken için 15 örnek gerekmektedir (Pallant, 2005). Tablo 7’de yer alan regresyon analizinde kullanılan bağımsız değişken sayısı 4’tür. Tablo 8’de yer alan regresyon analizinde ise bu sayı 1’dir. Bu durumda en az 75 (5\*15) kişi gerekmektedir. Örnek kütle sayısı 229 olduğu için regresyon analizinin uygulanmasında sayısal olarak bir sakınca bulunmamaktadır. İlk olarak sonucun istatistiksel önemini analiz etmek için ANOVA testi uygulanmalıdır. Her iki regresyon analizinde de bu testin sonucu 0,05’in altındadır (0,000). Bu durumda regresyon analizi uygulanabilir.

**Tablo 7:** Tutum değişkeni regresyon analizi

Bağımlı değişken	Tutum			
	Beta	t değeri	p değeri	VIF değeri
<b>Bağımsız değişken/ler</b>				
<b>Alışkanlık</b>	-0,71	-1.392	.165	1.802
<b>Sosyal faktörler</b>	-0,191	-3.672	.000	1.859
<b>Ahlaki değerler</b>	0,747	16.983	.000	1.326
<b>Korku</b>	-0,044	-0.908	.365	1.597
			R = 0,829	R <sup>2</sup> = 0,688

R<sup>2</sup> değeri regresyon analizine dahil edilen değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranını ifade etmektedir. Tabloda R<sup>2</sup> değeri % 68,8’dir. Sosyal faktörler ve ahlaki değerler, tutum değişkeninin % 68,8’ini açıklayabilmektedir.

Beta değeri bağımsız değişkenin bağımlı değişkeni açıklama oranını ifade etmektedir. Örneğin alışkanlık faktörünün beta değeri - 0,710’dur. Ancak p değerinin 0,05’in üzerinde olduğu durumlarda ilgili değişkenler regresyon analizine dahil edilmeyecektir. Tablo 7’de yer alan p değerlerine göre sosyal faktörler ve ahlaki değerler değişkenleri regresyon analizinde kullanılacaktır. Sosyal faktörlerin beta değeri negatiftir. Sosyal faktörlerin değeri arttıkça tutum faktörü bundan negatif olarak etkilenecektir. Ahlaki değerler ile tutum arasında ise pozitif ve güçlü bir ilişki bulunmaktadır.

Bağımsız değişkenler arasında bir korelasyon bulunması halinde çoklu doğrusallık durumu bulunmaktadır. Eğer VIF (varyans büyütme faktörü) değeri 10'un üzerindeyse, bu durum çoklu doğrusallığın varlığına işaret etmektedir (Pallant, 2005). Ancak tabloda yer alan değerler incelendiğinde çoklu doğrusallık sorununun varlığına dair bir işaret görülmemektedir.

**Tablo 8:** Davranış değişkeni regresyon analizi

Bağımlı değişken	Davranış			
	Beta	t değeri	p değeri	VIF değeri
<b>Tutum</b>	0,597	10,85	0	1,083
<b>Aylık kişisel gelir</b>	0.161	2.235	0,026	1.846
			R = 0,627	R <sup>2</sup> = 0,362

R<sup>2</sup> değeri incelendiğinde tutum değişkeni ve aylık kişisel gelir, davranış değişkeninin % 36,2'sini açıklamaktadır. Bağımlı değişken olarak davranış incelendiğinde, tutum faktörünün açıklama oranının % 59,7 olduğu görülmektedir. Aylık kişisel gelir seviyesi arttıkça katılımcıların davranış değişkeni de bu durumdan pozitif olarak (% 16,1) etkilenmektedir. VIF değerleri incelendiğinde çoklu doğrusallık bulunmadığı da görülmektedir.

Bu tabloda sadece anlamlı olan değişkenler yer aldığı için sadece aylık kişisel gelir yer almıştır. Veri toplanırken, aylık kişisel gelir kategorik değil sürekli değişken olacak şekilde veri toplanmıştır.

#### 4.1.Korelasyon Analizi

**Tablo 9:** Korelasyon analizi

		D	T	A	SF	AD	K
Davranış	Pearson Corr.	1					
	Sig. (2-tailed)						
	N	229					
Tutum	Pearson Corr.	.558	1				
	Sig. (2-tailed)	.000					
	N	229	229				
Alışkanlık	Pearson Corr.	-.286	-.323	1			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000				
	N	229	229	229			
Sosyal faktörler	Pearson Corr.	-.084	-.345	.579	1		
	Sig. (2-tailed)	.203	.000	.000			
	N	229	229	229	229		

<b>Ahlaki değerler</b>	Pearson Corr.	.460	.764	-.193	-.116	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.080		
	N	229	229	229	229	229	
<b>Korku</b>	Pearson Corr.	.179	.016	.322	.421	.227	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.812	.000	.000	.001	
	N	229	229	229	229	229	229

Tablo 9'da yer alan veriler araştırma modelinde yer alan değişkenlerin birbirleri ile korelasyonlarını göstermektedir. Davranış ve tutum faktörleri arasında % 55,8'lik pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Tutum faktörü ile alışkanlık ve sosyal faktörler arasında negatif, ahlaki değerler ile pozitif bir ilişki bulunmaktadır. Korku faktörü ise davranış ile pozitif ilişkiye sahiptir.

Tablo 9'da yer alan veriler incelendiğinde, araştırma modelinde yer alan tutum değişkeni ile alışkanlık, sosyal faktörler değişkenleri istatistiki olarak anlamlı ve negatif bir ilişkiye sahiptir. Ahlaki değişkenler ile tutum faktörü arasında ise yine anlamlı ancak pozitif bir ilişki mevcuttur. Korku faktörü ile tutum faktörü arasında ise anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Bu durumda  $H_4$  hipotezi reddedilirken,  $H_1$ ,  $H_2$  ve  $H_3$  hipotezleri reddedilemez. Tutum ve davranış faktörleri arasında da anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir, bu durumda da  $H_5$  hipotezi reddedilmez.

**Tablo 10:** Katılımcıların demografik özelliklerine göre fark testleri

	Davranış	Tutum	Alışkanlık	Sosyal faktörler	Ahlaki değerler	Korku
<b>Cinsiyet</b>	Kadın		Erkek	Erkek		
<b>Medeni</b>		Evli				
<b>Yaş</b>				24-26		
<b>Aylık hane geliri</b>				7.500-10.000		10.000+
<b>Aylık kişisel gelir</b>	801-1200			801-1200		801-1200
<b>Aylık dijital harcama</b>	26-50	76-100			76-100	51-75
<b>Üniversite türü</b>			Devlet			
<b>Alan</b>			Fen	Fen		
<b>Dijital üyelik</b>	Evet			Evet		Evet
<b>Film indirme</b>	Hayır	Hayır	Evet	Evet	Hayır	Evet
<b>Müzik indirme</b>	Hayır	Hayır	Evet	Evet	Hayır	Hayır
<b>Kitap indirme</b>	Hayır	Hayır	Evet	Evet	Hayır	
<b>Oyun indirme</b>	Hayır	Hayır	Evet	Evet		Evet

Tablo 10'da araştırma modelinde yer alan değişkenlerin araştırmada kullanılan demografik değişkenler ile dijital korsan ürün kullanımına dair değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan istatistiki testlerin sonuçları görülmektedir. İki gruptan oluşan cinsiyet, medeni durum, üniversitenin konumu gibi değişkenler için bağımsız örneklem t-testi, çalışma durumu ve gelir gibi ikiden fazla gruptan oluşan değişkenler

içinse ANOVA testi uygulanmıştır. Önem derecesi 0,05'in altında olan gruplara dair bilgilere tabloda yer verilmiş olup, gruplar arası farklılığa ulaşılabilen testlerle ilgili hücreler boş bırakılmıştır. Test sonuçlarının toplu bir biçimde gösterilmesi hem yatay hem de dikey analiz yapma imkânı sağlamaktadır. Örneğin cinsiyet grupları değerlendirilirken; erkeklerin alışkanlık ve sosyal faktör değişkenlerinde kadınlardan daha yüksek bir değere sahip oldukları görülmüştür. Bu faktörlerin dijital korsan ürünlere karşı hem tutum hem de davranış faktörleri ile negatif korelasyona sahip olduğu Tablo 9'da görülmektedir. Bu durumda erkeklerin bu faktörler göz önünde bulundurulduğunda dijital korsan ürünlere karşı kadınlara kıyasla daha yatkın olduğu anlaşılmaktadır. Davranış faktöründe ise kadınların erkeklere göre daha yüksek değere sahip oldukları görülmektedir. Bu faktörde yüksek değerler dijital korsana karşı olma anlamına geldiği için, cinsiyet değişkeni ile ilgili bulunan diğer sonucu da desteklemektedir. Dikey olarak yapılacak analizlerde ise örneğin korku faktöründe puanların yüksek olması kişilerin dijital ortamda ürün indirmekten bir endişe ve korku duymamaları anlamına gelmektedir. Bu faktörle ilgili yapılan istatistiki testlerde aylık hane geliri 10.000 TL'den daha fazla olan öğrencilerin, dijital ortamda korsan indirmekten duyduğu korkunun diğer gelir gruplarında yer alan öğrencilere göre daha düşük seviyede olduğu görülmektedir. Araştırma modelinde alışkanlık, sosyal faktörler ve korku faktörleri, tutum ve davranış faktörlerini negatif yöne etkilemektedir. Bu durumun sonuçları ise dijital ürün (film, müzik, kitap ve oyun) indirme durumu ile ilgili testlerde görülmektedir. Aynı şekilde dijital platformlara üye olma durumu ile modelde yer alan negatif faktörler arasında da bir ilişki olduğu görülmektedir. Bu platformlara üye olan öğrencilerin tutum ve davranışları, dijital ortamda korsan ürün kullanımına karşı olduklarını göstermektedir.

## 5.SONUÇ

Bu çalışma dijital ortamda korsan ürün kullanımına karşı üniversite öğrencilerinin tutumlarını etkileyen faktörleri incelemiş ve bu karşı tutumlar ile dijital korsan ürün kullanma davranışı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Literatürde yaygın olan korsan ürün kullanımlarından yazılım, kitap, müzik ve film genellikle ayrı başlıklar altında incelenmişken, bu çalışmada dijital korsan ürün kullanımı altında dijital ürünler toplu bir halde ele alınmıştır. Dijital ürünleri en çok kullanan grup olan üniversite öğrencileri ana kütle olarak seçilmiş, farklı illerdeki üniversite öğrencilerinden veri toplanmıştır. Sonuç olarak korsan ürün kullanımına karşı çıkma tutumunu etkileyen faktörler tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın ilk sonucu olarak korsan ürün indirme alışkanlığındaki artışın korsan ürüne karşı olumsuz tutumu azalttığı görülmüştür. Bu sonuç daha önceki çalışmalarla aynı doğrultudadır. Alışkanlıklar otomatik olarak yapılan, geçmiş tecrübelerin etkisiyle devam eden davranışlar oldukları için korsan ürün indirme alışkanlığı olan kişiler korsan ürüne karşı olumsuz tutum geliştirmekte zorlanmaktadırlar (Limayem, Khalifa & Chin, 2004;

Cronan & Al-Rafee 2008). Bir diğer sonuç ise sosyal çevre desteğindeki artışın korsan ürüne karşı olumsuz tutumu azaltmasıdır. Daha önceki araştırmalarda bu konuda farklı sonuçlara ulaşılmıştır (Aleassa, Pearson & McClurg, 2011; Cronan & Al-Rafee 2008). Bu çalışma sonucuna göre sosyal çevreyi oluşturan aile ve arkadaşların korsan ürün kullanımını desteklemesi korsan ürün kullanımına karşı olumsuz tutumu azaltmaktadır. Benzer şekilde ahlaki yargı ile korsan ürüne karşı tutum konusunda geçmiş bazı çalışmalar anlamlı bir ilişki tespit edemese de (Al-Rafee & Cronan 2006) anlamlı bir ilişki bulan çalışmalar da mevcuttur (Cronan & Al-Rafee 2008; Shoham, Ruvio & Davidow, 2008). Bu araştırmada korsan ürün kullanımını ahlaki olarak yanlış bulmanın korsan ürüne karşı olumsuz tutumu artırdığı tespit edilmiştir. Bu araştırmanın son bulgusu ise korsan ürüne karşı olumsuz tutumdaki bir artışın korsan ürün kullanmama davranışını artırmasıdır. Daha önceki birçok çalışmada gerekçeli eylem ve planlı davranış teorileri kapsamında tutum ve davranış arasındaki ilişki incelenmiş ve bu çalışma ile benzer sonuçlara varılmıştır (Aleassa, Pearson & McClurg, 2011; Yoon 2011).

Satın alma gücü hem yasal ürün alımı hem de dijital korsan ürün alımını etkileyen önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada örnek kütle olarak üniversite öğrencileri kullanıldığı için katılımcıların satın alma güçleri arasında benzerlik bulunmaktadır. Gelecek çalışmalarda örnek kütle farklılaştırarak satın alma gücünün de dijital korsan ürün alımına etkilerinin araştırılması literatüre katkı sunabilir. Korsan ürün kullanımı gibi toplum tarafından doğru karşılanmayacak bir konuda katılımcıların tutumlarını açık bir biçimde ifade etmeleri zorlaşabilmektedir. Bu sebeple gelecek çalışmalarda projektiv yöntem ile senaryo bazlı deneyler kullanılarak katılımcıların daha önyargısız veri elde edilmesi sağlanabilir.

### **Kaynakça**

- Aleassa, H., Pearson, J. M. & McClurg, S. (2011). Investigating software piracy in Jordan: An extension of the theory of reasoned action. *Journal of Business Ethics*, 98(4), 663-676.
- Al-Rafee, S. & Cronan, T. P. (2006). Digital piracy: Factors that influence attitude toward behavior. *Journal of Business Ethics*, 63(3), 237-259.
- Arli, D., Tjiptono, F. & Porto, R. (2015). The impact of moral equity, relativism and attitude on individuals' digital piracy behaviour in a developing country. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(3), 348-365.
- Borja, K. & Dieringer, S. (2016). Streaming or stealing? The complementary features between music streaming and music piracy. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32(1), 86-95.
- Cesareo, L. & Pastore, A. (2014). Consumers' attitude and behavior towards online music piracy and subscription-based services. *Journal of Consumer Marketing*, 31(6/7), 515-525.

- Chiou, J. S., Huang, C. Y. & Lee, H. H. (2005). The antecedents of music piracy attitudes and intentions. *Journal of Business Ethics*, 57(2), 161-174.
- Cronan, T. P., & Al-Rafee, S. (2008). Factors that influence the intention to pirate software and media. *Journal of Business Ethics*, 78(4), 527-545.
- Danaher, B., Dhanasobhon, S., Smith, M. D. & Telang, R. (2010). Converting pirates without cannibalizing purchasers: The impact of digital distribution on physical sales and internet piracy. *Marketing science*, 29(6), 1138-1151.
- d'Astous, A., Colbert, F. & Montpetit, D. (2005). Music piracy on the web—how effective are anti-piracy arguments? Evidence from the theory of planned behaviour. *Journal of Consumer Policy*, 28(3), 289-310.
- Glass, R. S. & Wood, W. A. (1996). Situational determinants of software piracy: An equity theory perspective. *Journal of business ethics*, 15(11), 1189-1198.
- Global Online Piracy Study. 2018 (2019, Şubat 13). [https://pure.uva.nl/ws/files/31420121/2018\\_Global\\_Online\\_Piracy\\_Study\\_Annexes\\_IViR\\_Ecorys\\_July\\_2018\\_.pdf](https://pure.uva.nl/ws/files/31420121/2018_Global_Online_Piracy_Study_Annexes_IViR_Ecorys_July_2018_.pdf)
- Givon, M., Mahajan, V. & Muller, E. (1995). Software piracy: Estimation of lost sales and the impact on software diffusion. *Journal of Marketing*, 59(1), 29-37.
- Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması. 2018 (2019, Mart 21). <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27819>
- Husted, B. W. (2000). The impact of national culture on software piracy. *Journal of Business Ethics*, 26(3), 197-211.
- Limayem, M., Khalifa, M. & Chin, W. W. (2004). Factors motivating software piracy: A longitudinal study. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 51(4), 414-425.
- Lysonski, S. & Durvasula, S. (2008). Digital piracy of MP3s: Consumer and ethical predispositions. *Journal of Consumer Marketing*, 25(3), 167-178.
- Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric Theory* (1st ed.). New York: McGraw Hill.
- Öğrenim Düzeyine Göre Öğrenci Sayısı. (2019, Mart 19). <https://istatistik.yok.gov.tr/>
- Özsaçmacı, B., Yener, D. & Dursun, T. (2019). Hedonizm, hedonik tüketim ve tüketimde materyalist eğilimler üzerine bir araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 71-88
- Pallant, J. (2005). *SPSS Survival Guide: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows*. (3rd Edition), Open University Press, New York.
- Shoham, A., Ruvio, A. & Davidow, M. (2008). (Un) Ethical consumer behavior: Robin Hoods or plain hoods?. *Journal of Consumer Marketing*, 25(4), 200-210.
- Sinha, R. K. & Mandel, N. (2008). Preventing digital music piracy: the carrot or the stick?. *Journal of Marketing*, 72(1), 1-15.



- Sinha, R. K., Machado, F. S. & Sellman, C. (2010). Don't think twice, it's all right: Music piracy and pricing in a DRM-free environment. *Journal of Marketing*, 74(2), 40-54.
- Straub, D. W., Jr. & Collins, R. W. (1990). Key information liability issues facing managers: Software piracy. *MIS Quarterly*, 14(2), 143-157.
- Swinyard, W. R., Rinne, H. & Kau, A. K. (1990). The morality of software piracy: A cross-cultural analysis. *Journal of Business Ethics*, 9(8), 655-664.
- Tjiptono, F. & Arli, D. (2016). Gender and digital privacy: Examining determinants of attitude toward digital piracy among youths in an emerging market. *International Journal of Consumer Studies*, 40 (2), 168-178.
- UN Broadband Commission. (2014, Eylül 21). [http://www.itu.int/net/pressoffice/press\\_releases/2014/46.aspx#.XK916-gzaUI](http://www.itu.int/net/pressoffice/press_releases/2014/46.aspx#.XK916-gzaUI)
- Vida, I., Kos Koklič, M., Kukar-Kinney, M. & Penz, E. (2012). Predicting consumer digital piracy behavior: The role of rationalization and perceived consequences. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 6 (4), 298-313.
- Wagner, S. C. & Sanders, G. L. (2001). Considerations in ethical decision-making and software piracy. *Journal of Business Ethics*, 29 (1-2), 161-167.
- Yener, D. (2015). Factors that affect the attitudes of consumers toward halal-certified products in Turkey. *Journal of Food Products Marketing*, 21(2), 160-178.
- Yener, D. (2017). *Social Impact in Consumer Behavior – Consumer Boycotts as a Consumerism Activity in Socio-Economic Perspectives on Consumer Engagement and Buying Behavior*. (Eds. Kaufmann, H. R. & Panni, M. F. A. K.), (pp.22-35) IGI Global, USA.
- Yoon, C. (2011). Theory of planned behavior and ethics theory in digital piracy: An integrated model. *Journal of Business Ethics*, 100(3), 405-417.



**Mertcan TAŞÇIOĞLU** - mertcan.tascioglu@medeniyet.edu.tr

Mertcan TAŞÇIOĞLU serves as an Assistant Professor in the Department of Management at Istanbul Medeniyet University. He received his PhD from Georgia Southern University. His research includes ethical and social issues in consumer decision-making, international/cross-cultural consumer behavior, and green marketing.

## CUSTOMER PORTFOLIO OF A CONSUMER GOODS BASED VIRTUAL STORE: IDENTIFYING CUSTOMER SEGMENTS WITH CLUSTER ANALYSIS\*

### TÜKETİM ÜRÜNLERİ BAZLI BİR SANAL MAĞAZA’NIN MÜŞTERİ PORTFOLYOSU: KÜMELEME ANALİZİ İLE MÜŞTERİ SEGMENTLERİNİN TESPİT EDİLMESİ

Begüm HATTATOĞLU\*\*

Çağla ŞENELER\*\*\*

Gökhan ŞAHİN\*\*\*\*

Fazlı YILDIRIM\*\*\*\*\*

#### Abstract

In the last decade, analyzing and identifying customers became an irreplaceable need for companies. This research concentrates on discovering a company’s customer segments using different machine learning algorithms, benchmarking different algorithms and its parameters to conclude the best results. Improvements in the technology provided several approaches to dive in and gain insights from a mass amount of data. Machine learning algorithms which is one of the most popular approaches was chosen to convey this empirical study. A dataset with mix categorical and numeric variables is analyzed with one of the conventional machine learning algorithms, namely Hierarchical Agglomerative Clustering Algorithm with Gower’s distance. Kernel Principal Component Analysis is used

\* Received: 09.12.2018; Accepted: 18.02.2019

\*\* Yeditepe University, Department of Management Information Systems, ORCID ID: 0000-0002-8514-7778

\*\*\* Yeditepe University, Department of Management Information Systems, ORCID ID: 0000-0003-1817-9806

\*\*\*\* Yeditepe University, Department of Information Systems and Technologies, ORCID ID: 0000-0003-3980-8034

\*\*\*\*\* Yeditepe University, Department of Management Information Systems, ORCID ID: 0000-0002-8142-0466

for preprocessing due to the existence of categorical variables. K-prototypes Algorithm is chosen as benchmark algorithm that fits the qualities of the dataset with mixed categorical and numeric features. Benchmarking provides verification in respect to the accuracy of the results by evaluating the final clusters. Also, examining different parameters and comparing their effects on analysis results indicates the importance and vitality of them for machine learning algorithms, which need to be enlightened to do more accurate analyses. The results showed that both K-prototypes and HAC yield similar results proving that clusters mostly divided appropriately. However, there are a few significant points that are different at both algorithms' results, which should be examined in further study.

**Keywords:** Machine Learning, Kernel Principal Component Analysis, Clustering, Hierarchical Agglomerative Clustering, Gower's Distance, K-prototypes.

**JEL Codes:** C38

### Öz

Son on yılda, müşterilerini analiz edip tanımlayabilmek, şirketler için vazgeçilmez bir ihtiyaç haline geldi. Bu araştırma, en iyi sonuçları elde etmek için farklı makine öğrenme algoritmaları kullanarak bir şirketin müşteri segmentlerini keşfetmeye, farklı algoritmaları ve parametrelerini karşılaştırmaya odaklanmıştır. Teknolojideki gelişmeler, çok büyük miktarda veriden yola çıkarak derinlemesine analizler yapmak ve iç görü kazanmak için çeşitli yaklaşımlar sağladı. Bu deneysel çalışmayı gerçekleştirmek için en popüler yaklaşımlardan biri olan makine öğrenme algoritmaları seçilmiştir. Karışık olarak kategorik ve sayısal değişkenlere sahip bir veri kümesi, geleneksel makine öğrenimi algoritmalarından biri olan Gower Uzaklığıyla birlikte Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme Algoritması (HAC) ile analiz edildi. Kategorik değişkenlerin varlığı nedeniyle veri ön işlem süreci için Kernel Temel Bileşenler Analizi kullanıldı. Kprototypes Algoritması, veri kümesinin kategorik ve sayısal karakteristiği sebebiyle onun özelliklerine uyduğu için kıyaslama algoritması olarak seçilmiştir. Kıyaslama, sonuç kümelerini değerlendirerek elde edilen sonuçların doğruluğu konusunda bir doğrulama sağlar. Ayrıca, farklı parametrelerin incelenmesi ve bunların analiz sonuçları üzerindeki etkilerinin karşılaştırılması, daha doğru analizler yapmak için makine öğrenimi algoritmalarında parametrelerin önemli ve kritik olduğunu göstermektedir. Sonuçlar, hem Kprototipleri hem de HAC'nin, kümelerin çoğunlukla uygun şekilde bölünmüş olduğunu kanıtlayan benzer sonuçlar verdiğini göstermiştir. Ancak, her iki algoritmanın sonuçlarında bazı farklılıklar bulunmaktadır ve bunlar daha ileri çalışmalarda ele alınmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Makine Öğrenimi, Kernel Temel Bileşenler Analizi, Kümeleme, Yığmacı Hiyerarşik Kümeleme, Gower Uzaklığı, K-prototypes Algoritması.

**JEL Kodları:** C38

## 1.INTRODUCTION

Today's business life experiences rapid changes at the technologies they engage every day. Since the world has entered the digital age, many things started to be done using technology such as handling business flows or tasks and its related data through computers and digital systems. With the development of technology, day to day transactions radically increased

and became more detailed compared to the past decades. Especially the usage of relational database with improved processing power of computers and its integration with other complex systems to accumulate mass amounts of data enabled companies to store the data and create an in-depth memory of the business of companies, which became a milestone for the emergence of data mining.

Increased competition among companies laid emphasis on the fact that if companies want to hold the competitive advantage in their hands, they must analyze the data they gathered to gain insights about what is currently happening in their business, and predict what might happen in the future based on the past, using data mining techniques. Muley and Aniruddha (2015) explain data mining as “an analytic process designed to explore data in search of consistent patterns and/or systematic relationships between variables, and then to validate the findings by applying the detected patterns to new subsets of data”. The widest usage of data mining among companies is unraveling the hidden patterns in data with descriptive methods, or using data to forecast future direction of the business with predictive methods, and develop more accurate strategies while making decisions.

Since the markets became more competitive, it is harder to attract customers and sell the right product or service to them in order to increase profits, thus the importance of accurate market segmentation has been increasing steadily over the past years (Crabbe, Jones, & Vandebroek, 2011). That is why marketing became one of the most common fields that benefits from the descriptive analytics using data mining techniques to segment the customers. Descriptive analytics analyzes the historical data to discover and depict the underlying patterns in data, and helps to present the findings in an understandable way (Ghosh, 2017).

Many companies have done various marketing research using descriptive analytics to identify their customers and segment them to improve their marketing strategies alongside their Customer Relationship Management (CRM). Moreover, the research for CRM activities has started to be done intensively with data mining techniques in recent years (Kandeil, Saad, & Youssef, 2014). One of the most common data mining techniques used to segment customers, hence, to provide more personalized service and to improve CRM is clustering. Clustering is a technique to explore the groups (or clusters) underlying in the data by detecting and identifying the similarities of the members of the same clusters and the differences of dissimilar clusters (Oracle, 2003).

In the last decade, as the scope and functionality of online channels has improved and its usage has facilitated the purchases through online channels, it is quite commonly used by customers all around the world today. As a result, most of the businesses have not only physical stores but also have online/web stores. What is more, there are companies which have solely web store to sell their service or products and communicate their customers through online channels. Eventually, e-commerce market caused a massive population of

online customers which should also be segmented accurately to appeal to them in a customized way to maintain CRM and survive today's harsh competition. As a matter of course, the importance of online customer segmentation for these companies is clearly significant (Liu, Li, Peng, Lv, & Zhang, 2015). For these reasons, using clustering techniques to identify customer segments are vital for online businesses as well as the conventional businesses. This paper's purpose is based on identifying a company's customer segments using different machine learning algorithms, benchmarking the different algorithms to evaluate the accuracy of and its parameters to obtain the most accurate results.

The paper is organized as follows. Section 2 presents the methodology. Section 3 discusses estimation results. Section 4 concludes.

## 2.METHODOLOGY

The research is conducted based on a web store of a Turkish company which is exclusively open to its employees and the associated or partner companies' employees. This company is one of the biggest consumer products producer and distributor companies in Turkey, distributing different products ranging from napkins and tissues to canned food and sauces. Data is retrieved from both primary and secondary resources. The chart below is provided to envisage the process of the methods that will be used throughout the research.

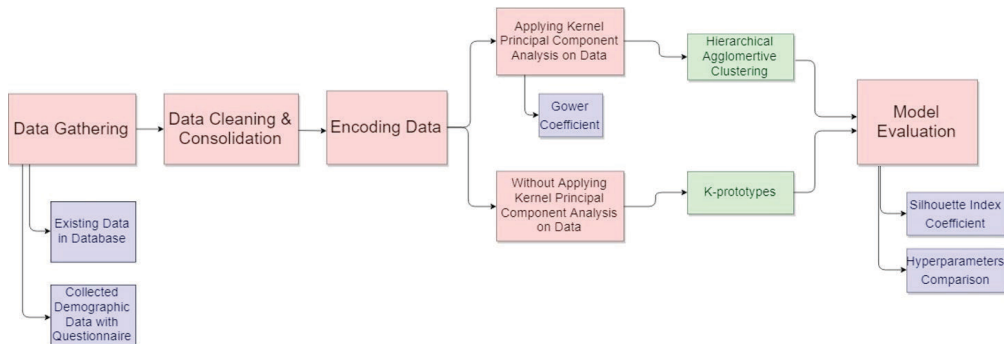


Figure 1: Process of the methods used throughout the research

### 2.1.Data Collection

There are two resources of data that is used for the analysis. First, current data in the database which contains sales records (each transaction, sold products, total amount of the purchase, the date of the transaction, and address information), general demographic information such as the date of birth, gender, e-mail address and given addresses by the customers.

Ad-hoc queries are used to extract and combine the data, then it is stored in excel sheets. The data obtained from database is also processed to achieve new fields from the raw data to gain more interpretable fields as input. The ages of customers are extracted from the date of births, average amount of purchase of each customer is extracted from the past order records, and the total number of children is found from the chosen age groups of each child by customers. These data are later used together with other raw data in the same input file.

The second source is the online questionnaire that is designed to collect more in-depth demographic information of customers. The information obtained from the questionnaire are the gender and date of birth to provide verification of previous data in the data warehouse, marital status, children data (if they are parents), education status, social media preference, and the favorite brand preference (that exists on the web store). The questionnaire was conducted in Turkish since the company is in Turkey and customers of the web store are Turkish. Questionnaire was sent to all customers that have membership of the web store and responded by 633 customers in total.

The sufficiency of the amount of data collected is decided according to the suggestion of Formann (1984) and Dolnicar (2002), which was stated as “the minimal sample size to include no less than  $2k$  cases ( $k$ =number of variables), preferably  $5*2^k$ ”. According to this calculation, minimum sample size requirement for this analysis is highly acceptable since the minimum sample size is  $2^8 = 256$  while it is 633 samples for the study.

## **2.2.Instrumentation**

The instrumentations that are used for the analysis are all based on Python language, which is used to code the algorithms. Spyder is used as an open source interactive development environment for Python language. There are several Python libraries used which are NumPy for scientific computation and n-dimensional array creation, SciPy for scientific computation which contains optimization, integration and linear algebra modules, and Matplotlib for plotting and 2-D and 3-D visualization in various formats.

## **2.3.Data Analysis Methods**

After collecting the data from the sources, the data is cleaned and consolidated for further process. Null value is assigned to the empty fields. The date of birth and gender data collected from the questionnaire is compared with the ones in database to consolidate whether the users are matching. Some of the users filled the questionnaire multiple times online. Thus, to eliminate multiplexing, the very last questionnaire filled and submitted by respondents is taken into the consideration and the previous submissions are deleted. Same identification hiding procedure is done to brand information. The identities of customers are hidden by assigning numeric MemberIDs. Date of birth field is replaced with age field. The ages

are separated into 5 distinct groups. Categorical variables are transformed into numerical variables, namely encoded, to make input more interpretable by the clustering algorithms. Clustering algorithms are unsupervised learning methods which do not use prior labels to learn the category tags of each instance in the dataset. These algorithms are used to obtain the segments, groups or clusters according to the measurable similarities and differences of features in the dataset (Jain, 2010). Encoded version of the dataset is used as the input of hierarchical agglomerative clustering algorithm after preprocessing. Since the dataset contains mostly categorical variables, the distance metric (for hierarchical agglomerative clustering) is chosen as Gower's similarity coefficient. Gower is a similarity measure for categorical, Boolean and numerical mixed data. This measure is specifically designed for clustering algorithms by J.C. Gower (Gower, 1971). The metric is calculated as below:

$$S_{ij} = \frac{\sum_{k=1}^N w_{ijk} s_{ijk}}{\sum_{k=1}^N w_{ijk}} \quad (1)$$

where  $w_{ijk}$  means the weight for variable  $k$  between observations  $i$  and  $j$ ,  $s_{ijk}$  denotes the distance between  $i$  and  $j$  on variable  $k$ . Simply, this gives the weighted average of the distances on the different variables. The specialty of the calculation comes from the fact that equal/non equal calculation is used for categorical variables, while absolute difference is used for numeric variables. The coefficients distance is scaled in  $[0, 1]$  in order to prevent the different impacts of high scaled variables. For categorical variables, if  $i$  and  $j$  are equals, 1 is assigned, if not then 0 is assigned to scale those variables. For numeric variables, the absolute difference of the variables is divided to the range of variable to scale them. In mathematical notation, this means:

$$S_{ijk} = \frac{|x_{ik} - x_{jk}|}{r_k} \quad (2)$$

where  $r_k$  represents  $\max(x_k) - \min(x_k)$  on the variable  $k$  (The explanation of Gower similarity is derived from the study of Jeroen van den Hoven (2015) and the journal of J.C. Gower (1971)).

After the dataset is encoded, next step is divided into 2 different approaches. In the first way, the whole clean dataset is used as an input without applying any pre-processing procedure. In the second way, since the dataset is not linearly structured and is categorical, Kernel's Principal Component Analysis (KPCA) is applied on it (PCA with the Kernel trick). PCA realizes orthogonal linear transformation to a coordinate system. The greatest variance of the dataset becomes the first principal component, and the second greatest variance becomes second principal component, respectively. These principal components becomes the new variables, containing more than 80% of the total information that previous dataset contains, without any redundancy. KPCA, which is used for non-linear systems, "...maps the input space into a feature space via non-linear mapping and then computes the principal components in that feature space" (Lee, Yoo, Choi, Vanrolleghem, & Lee, 2004). This analysis is

done because the dataset has 22 features (derived from 8 main characteristics) which results in high dimensionality that causes models to yield output more difficult. Thus, with Kernel PCA, the number of dimensions is reduced so that the clustering algorithms process the data easier.

In the first approach, Hierarchical Agglomerative Clustering (HAC) algorithm with ward linkage as a linkage metric and Gower’s distance as a distance metric (because of the categorical variables) is applied on pre-processed data. It is a bottom-up approach, meaning that the algorithm starts by treating each instance as a cluster and then merges the clusters closest to each other step by step until obtaining one single cluster that contains all the instances. Also, the number of the clusters has to be specified before the HAC algorithm is run. This brings the need to try different number of clusters and assess which one is the best number of clusters for the results. While calculating the clusters, linkage metric is used as Ward’s which minimizes the variance of clusters being merged. “Ward’s is the only one among the agglomerative clustering methods that is based on a classical sum-of-squares criterion, producing groups that minimize within-group dispersion at each binary fusion” (Murgath & Legendre, 2014). The logic of the algorithm is explained by Murgath and Legendre (2014) as the following:

“It was initially Wishart (1969) who wrote the Ward algorithm in terms of the Lance-Williams update formula. In Wishart (1969) the Lance-Williams formula is written in terms of squared dissimilarities, in a way that is formally identical to the following. Cluster update formula is:

$$\delta(i \cup i', i'') = \frac{w_i + w_i''}{w_i + w_{i'} + w_{i''}} \delta(i, i'') + \frac{w_i' + w_i''}{w_i + w_{i'} + w_{i''}} \delta(i', i'') - \frac{w_i''}{w_i + w_{i'} + w_{i''}} \delta(i, i') \quad (3)$$

with  $w_{i \cup i'} = w_i + w_{i'}$ .”

In the equation,  $w_i$  resembles the cluster cardinality, while  $i, i',$  and  $i''$  represents disjoint clusters (with cluster sizes  $w_i, w_{i'},$  and  $w_{i''}$ ). Since the Ward’s method is based on minimum variance criterion, the initial cluster differences are defined with the squared Euclidean distance between points as below:

$$d_{ij} = d(\{X_i\}, \{X_j\}) = \|X_i - X_j\|^2 \quad d_{ij} = d(\{X_i\}, \{X_j\}) = \|X_i - X_j\|^2 \quad (4)$$

Also, other methods for linkage are used in order to benchmark the quality of outcomes and conclude the best linkage for the dataset.

In the second approach, k-prototypes algorithm is applied on dataset which is not encoded, since k-prototypes algorithm can handle both categorical and numerical variables together in a dataset. Because one of the foundational clustering algorithms, namely k-means, aims to minimize the average squared distance between instances (points) in the same cluster, it is not capable to handle categorical data. Hence, more improved version of k-means, which is k-prototypes, can



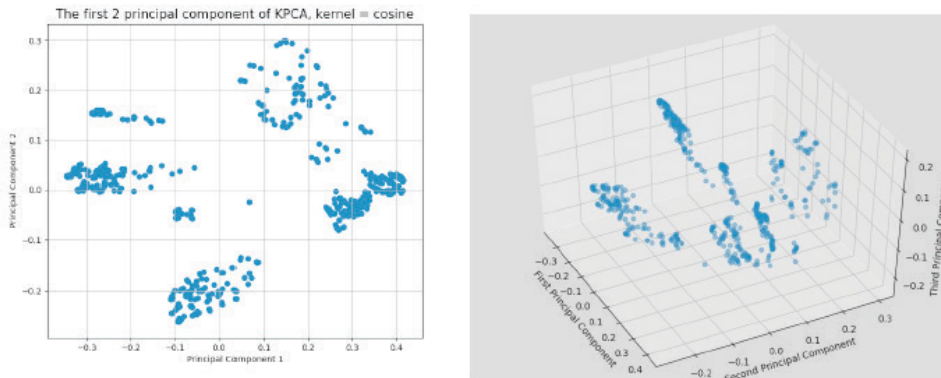
successfully handle mixed-typed variables and cluster more accurately. K-prototypes selects k-initial prototypes from the dataset, allocates every object O in a cluster whose prototype is the nearest to it, keeps retesting the similarity of objects against their assigned prototypes, reallocates the ones that are found that nearest to another cluster prototype, updates the changes of prototypes, and keeps doing it until there is no changed objects. The purpose of using two different clustering algorithms is to compare their performance and evaluate their results.

The results of the algorithms are evaluated with silhouette score analysis, which is used to determine how pure the cluster results of an algorithm are. This algorithm provides a graphical projection and the quality indexes, which indicates the strength of the clustering results (Rousseeuw, 1986). The Silhouette Coefficient is calculated by using the intra-cluster distance and the mean nearest-cluster distance for each sample. Silhouette scores can be between minus one and one (-1 to 1). The higher the silhouette score, the better the clustering is.

### **3.FINDINGS**

After the dataset was processed through both pre-processing and learning with algorithm phases, it is found that there are several similarities and differences were detected in terms of both choice of the hyper-parameters and the type of kernel functions when the hierarchical agglomerative clustering was calculated. First of all, there is a significant difference between the types of kernel function and the derived results when their silhouette scores are compared, even if the hyper-parameters are chosen the same. Finding the type of kernel function that is compatible with the dataset is essential for high quality clustering. Another point that can be interpreted is when the algorithms are used with different hyper-parameters, both outputs yield the same optimal number of clusters according to their silhouette scores. It is observed that the results of rbf kernel based HAC algorithms with different hyper-parameters tend to behave in the same way. Also, since the cosine kernel function and its results with different hyper-parameters have the highest Silhouette Scores, the optimal number of clusters for this dataset can be concluded as 4 (with 2 Principal Components). The usage of manhattan and/or cosine as affinity is both considered reasonable and acceptable according to the results.

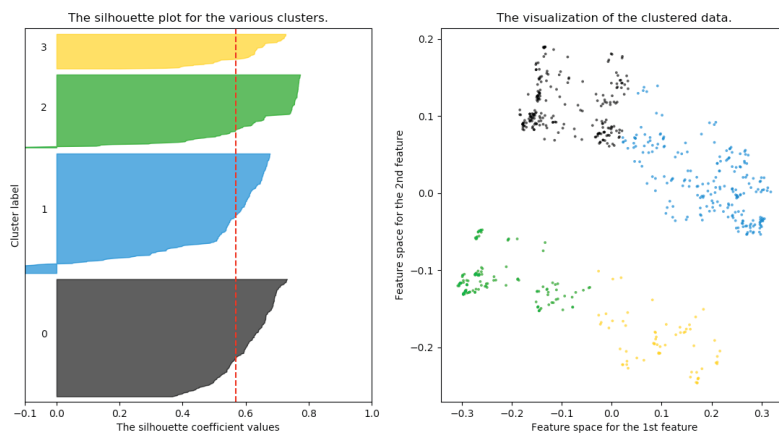
Another finding is that the number of principal components also affects the quality of the cluster. When the same clustering algorithm is executed with the same hyper-parameters and the same kernel function, the increase in the number of principal components decreases the clustering quality in this dataset. As can be seen, while the Silhouette Score of HAC with 3 Principal Components is 0.638, the score of HAC with 2 Principal Components is 0.684. Choosing two dimensions for this dataset as an input provides the best results. The reason why the results are spoiled is because the dimensionality is increased so the distribution of the data is changed and spread in space. As a result, it causes a difference in the number of clusters. The distribution of the dataset with 2 and 3 principal component in the space is given below:



**Figure 2:** The distribution of input on 2D and 3D

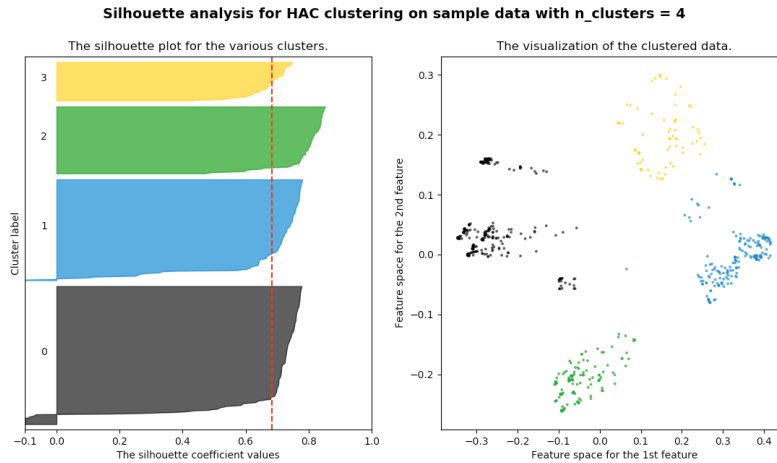
The contribution of the input fields in the dataset to the clustering results is another important fact that needs to be examined. In the dataset, there is a field extracted from the questionnaire, which is the respondent customers’ product category preference in the web store. It is recognized that this field randomizes the dataset so the results. The silhouette scores are compared when the input is provided with and without product category preference. It is found that there is a significant difference between the clusters yielded from these two different inputs. The results derived from the model that has the input without product category preference has better silhouette score. This fact is valid for other types of kernel functions and hyper-parameters as well.

**Silhouette analysis for HAC clustering on sample data with n\_clusters = 4**



**Figure 3:** The visualization of HAC with cosine kernel function, cosine affinity and average linkage of the dataset with Product Category Preference

It is observed that the existence of product category preference field in the input dataset randomizes the distribution of the dataset on 2 dimensions and decreases the quality of the clustering results. It can be interpreted by the comparison of silhouette scores of the dataset with product category preference and without product category preference, when identical algorithms and hyper-parameters are chosen for both. The improvement on the results can be examined from the Figure 4.



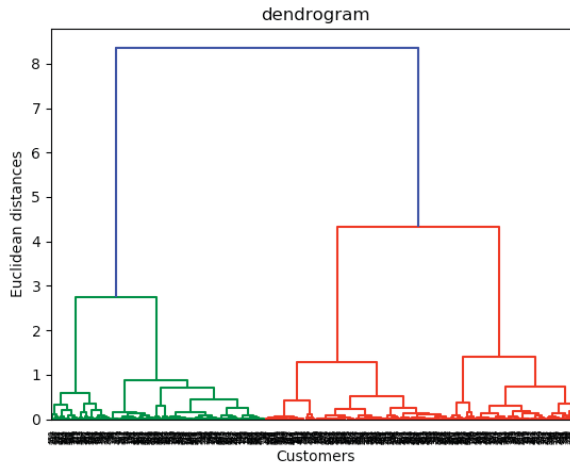
**Figure 4:** The visualization of HAC with cosine kernel function, cosine affinity and average linkage on the dataset without Product Category Preference

The results of silhouette scores also indicate that optimal number of clusters should be assessed carefully, and one analysis might not be enough for appropriate decision. In this study, while dendrogram graphics were indicating that the optimal number of clusters was 3, it was found that the optimal number was actually 4, when the silhouette scores of the 3-cluster algorithm and 4-cluster algorithm results are compared with the same metrics (see Table 1). It can be seen that the silhouette scores of 4-cluster algorithms in both with and without product category preference has the highest value among all other different amount of clustered algorithms' results. Consequently, it can be understood that multiple analyses should be realized to validate the optimal number of clusters in case the dataset is not fully conforming to the type of analysis.

**Table 1:** Silhouette Scores of two HAC algorithm results with and without product category preference using the same kernel and hyper-parameters

With Product Category Preference, KPCA(2 PC, kernel=cosine), affinity=cosine, linkage = average	Without Product Category Preference, KPCA(2 PC, kernel=cosine), affinity=cosine, linkage = average
For n_clusters = 3 The average silhouette_score is : 0.544394	For n_clusters = 3 The average silhouette_score is : 0.661451
For n_clusters = 4 The average silhouette_score is : 0.56955	For n_clusters = 4 The average silhouette_score is : <b>0.684267</b>
For n_clusters = 5 The average silhouette_score is : 0.533261	For n_clusters = 5 The average silhouette_score is : 0.624899
For n_clusters = 6 The average silhouette_score is : 0.540014	For n_clusters = 6 The average silhouette_score is : 0.608895
For n_clusters = 7 The average silhouette_score is : 0.514403	For n_clusters = 7 The average silhouette_score is : 0.627021

**Note:** 2 PC: Principal Components with 2 dimensions, n\_clusters: number of clusters



**Figure 5:** Dendrogram of HAC with cosine function in KPCA (with 2 dimensions), calculation method is chosen average, input is given without product category preference

Since we conclude that the optimal results are yielded from the HAC algorithms without the product category preference field, using cosine kernel function and cosine or manhattan distance affinity with average or complete linkage, the structure of the clusters are examined. According to the results, the clusters of both models (HAC and K-prototypes) are mainly divided according to the gender, marital status, age group and especially the social media habit. The first cluster has 253 customers who are young (age groups are 0 and 1, which correspond to the ages between 20 and 39) married females with

higher education without any children or with a child between 1-6 years old. This cluster has 100% Instagram usage habit as social media preference. Second cluster consists of 185 young (age group is dominantly 1, which corresponds to the ages between 30-39) and mostly married males with higher education who have at least a child in the most of the cases. This cluster of customers is mostly using Facebook, but a remarkable amount of the customers also use other social media channels as well. Third cluster has 123 people, 100% married males with higher education, who are in young-middle age group (age group 1-2 which corresponds between ages 30-49) that mostly has a child mostly older than 1 year old. This cluster preferred Twitter 100%. The fourth and the last cluster consists of only 71 females which are mostly married and has higher education. The members of this category are in young-middle age category as well. In this cluster, the customers either have no children, or has a child at least 6 years old. This cluster's social media preference is dominantly Facebook, while a respectable group of customers also prefer other social media channels which are not given. It is noticed that the average amount of spending does not indicate any significant difference among clusters. The price level of average spending fee in each cluster stayed approximately in the same level with insignificant differences (between 10-30 Turkish liras change detected in every model result).

Lastly, k-prototypes algorithm's cluster labels are examined. The centroid indicator is chosen according to Huang's proposal (Huang, 1997). However, since k-prototypes calculates the cluster centroids with both categorical and numeric variables, it has an output centroid array with both categorical and numeric values. Silhouette score is calculated with intra-cluster distance means, which are numerical, it cannot display the results of k-prototypes algorithm. Still, there are some indicators that help to interpret the results' quality in a reasonable sense. Clustering cost, which is the sum distances of all points to their respective cluster centroids. As it becomes smaller, the distances also become shorter; this indicates a tight cluster. K-prototypes algorithm is also executed with and without the product category preference to see how this input field affects the clustering cost. It is observed that the dataset without product category preference has lower clustering cost, so more accurately separated clusters. When the results of k-prototypes and HAC algorithms' results are compared, there are several similarities at cluster features: the optimal number of clusters are is the same, which is 4, The clusters are mainly based on the gender, 2 female 2 male clusters just like in the HAC, and with mostly young population from age groups 1 and 2, All the cluster members have higher education dominantly just like in the HAC cluster labels. According to the result of the k-prototypes with product category preference, the most dominant product category almost in all clusters is "dagitim", which means general distribution products of the company. However, we cannot examine its validity because it cannot be calculated a quality score for k-prototypes in this study. Even though there are several similarities, there is one contradicting result interpreted from

cluster centroids of k-prototypes results, which is all clusters have Instagram as centroid component which does not comply with HAC results. The problem cited above will be investigated in detail in the future study.

#### **4.CONCLUSION**

A dataset with mix categorical and numeric variables is analyzed with Hierarchical Agglomerative Clustering Algorithm with Gower's distance and Kernel Principal Component Analysis and K-prototypes Algorithm. When the cosine parameter is assigned to determine the type of kernel function yielded the best result for the research dataset. HAC Algorithm is optimized when its affinity is assigned to cosine with average linkage and manhattan affinity with complete linkage.

The number of clusters in this dataset is found to be 4. This is supported with both Silhouette Score and k-prototypes algorithm's results. The clusters are heavily based on gender and social media preferences, with the support of age category and children information. Since k-prototypes algorithm results could not be thoroughly analyzed due to the conditions, it is left to future study to figure out the patterns with Multidimensional Scaling or approach to dataset with more improved techniques such as latent class analysis. It is clearly seen from the results that choosing the most appropriate algorithm and hyper-parameter selection plays a crucial role on the quality of the analysis results. In order to obtain successful results, suitable input types for the algorithms and their logical structure should be known and the input dataset should be analyzed in detail to choose the most suitable algorithms with corresponding hyper-parameters that work the best with the dataset. Since the results of the analysis will be used for decision-making of a customer segmentation strategy in a company, choosing the correct algorithm and its corresponding hyper-parameters appropriate to the dataset play a critical role on the success of the analysis.

If the company wants to make advertisements or marketing campaigns based on its distinct customer segments, it can focus better by using specific social media platforms that customer segments prefer to reach them more successfully. For example, when the company wants to make advertisement about its baby care products, it can use Instagram to target young married females with children (0-6 ages) by opening an account or posting advertisements that can be seen on users' homepages. With this strategy, company can achieve low-cost delivery of more personalized advertisements on online platforms thanks to accurate targeting based on customer segments (Canhoto, Clark, & Fennemore, 2013).

As the usage of social media platforms continuously increases and becomes more popular, these platforms became one of the most important channels that companies reach their customers and create two-way communication (Kim & Ko, 2012). That is why identifying customer segments with social media preferences is useful for companies. There are several

studies that examines distinct customer segments among customers based on surveys and doing cluster analysis that are used in decision making strategies regarding marketing, advertisement or similar purposes. Amaro, Duarte and Henriques (2016) had a similar approach by using cluster analysis to identify distinct customer segments according to customers' social media characteristics in order to adapt online marketing strategies for travelers. Moreover, Vinerean, Cetina, Dumitrescu and Tichindelan (2013) used cluster analysis to make segmentation based on the responses regarding social media habits among different types of participants in their empirical study.

It is observed that the characteristics, variety, and the amount of population are important while identifying the customer segments. Having similar features at whole population complicates the ability to categorize customers in highly discrete segments for the conventional algorithms. The community consists of people mostly with higher education, who are in dynamic workforce age, and mostly married. It is harder for algorithms to distinct variables that show similar or common qualities frequently. This is why mostly gender and social media preference became the core indicator of different clusters in algorithms. The last fact that should be considered while interpreting the segmentation results is the product category and the variety that the company provides to its customers.

## References

- Amaro, S., Duarte, P. & Henriques, C. (2016). Travelers' use of social media: A clustering approach. *Annals of Tourism Research*, 59, 1-15.
- Canhoto, A. I., Clark, M. & Fennemore, P. (2013). Emerging segmentation practices in the age of the social customer. *Journal of Strategic Marketing*, 21(5), 413-428.
- Crabbe, M., Jones, B. & Vandebroek, M. (2011). *A comparison of two-stage segmentation methods for choice-based conjoint data: A simulation study*. Leuven: K.U. Leuven Faculty of Business and Economics.
- Dolnicar, S. (2002). A review of unquestioned standards in using cluster analysis for data-driven market segmentation. *CD Conference Proceedings of the Australian and New Zealand Marketing Academy Conference 2002 (ANZMAC 2002)*, (4-6), Melbourne, Retrieved December 2-4, 2002
- Formann, A. K. (1984). *Die Latent-Class-Analyse: Einführung in Theorie und Anwendung*. Weinheim: Beltz.
- Ghosh, P. (2017). *Fundamentals of Descriptive Analytics*. Retrieved from *Dataiversity*. Retrieved from Data Education for Business and IT Professionals: <http://www.dataiversity.net/fundamentals-descriptive-analytics/>
- Gower, J. (1971). A general coefficient of similarity and some of its properties. *Biometrics*, 27(4), 857-871. doi:10.2307/2528823

- Hoven, J. V. (2015). *Clustering with Optimised Weights for Gower's Metric*. Amsterdam: University of Amsterdam.
- Huang, Z. (1997). Clustering Large Data Sets with Mixed Numeric and Categorical Values. *Proceedings of the 1st pacific-asia conference on knowledge discovery and data mining, (PAKDD)*, 21-34.
- Jain, A. K. (2010). Data clustering: 50 years beyond K-means. *Pattern Recognition Letters*, 31(8), 651-666.
- Kandeil, D. A., Saad, A. A. & Youssef, S. M. (2014). A two-phase clustering analysis for B2B customer segmentation. *International Conference on Intelligent Networking and Collaborative Systems* (221-228), Salerno: IEEE. doi:10.1109/INCoS.2014.49
- Kim, A. J. & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486.
- Lee, J.-M., Yoo, C., Choi, W. S., Vanrolleghem, P. A. & Lee, I.-B. (2004). Nonlinear process monitoring using kernel principal component analysis. *Chemical Engineering Science*, 59(1), 223-234.
- Liu, Y., Li, H., Peng, G., Lv, B. & Zhang, C. (2015). Online purchaser segmentation and promotion strategy selection: Evidence from Chinese E-commerce market. *Annals of Operations Research*, 233(1), 263-279. doi:<https://doi.org/10.1007/s10479.013.1443-z>
- Muley, P. & Joshi, A. (2015). Application of data mining techniques for customer segmentation in real time business intelligence. *International Journal of Innovative Research in Advanced Engineering (IJIRAE)*, 2(4), 106-109.
- Murgath, F. & Legendre, P. (2014, October). Ward's hierarchical agglomerative clustering method: Which algorithms implement ward's criterion? *Journal of Classification*, 31(3), 274-295. doi:<https://doi.org/10.1007/s00357.014.9161-z>
- Oracle. (2003). Descriptive Data Mining Models. In *In Oracle Data Mining Concepts 10g Release 1* (10.1) (pp. 4-1). Oracle.
- Rousseeuw, P. J. (1986). Silhouettes: A Graphical Aid to the Interpretation and Validation of Cluster Analysis. *Journal of Computational and Applied Mathematics*, 20, 53-65.
- Vinerean, S., Cetina, I., Dumitrescu, L. & Tichindelean, M. (2013). The effects of social media marketing on online consumer behavior. *International Journal of Business and Management*, 8(14), 66-79.



	<p><b>Begüm HATTATOĞLU</b> – hattatbegum@gmail.com</p> <p>Received her B.A. degree in Management Information Systems as a top rank student and completed a minor degree in International Trade and Business at Yeditepe University. She is currently working as a Risk Assurance Consultant at PwC Turkey. Her research interests are data analytics, machine learning and process mining.</p>
	<p><b>Çağla ŞENELER</b> – cagla.seneler@yeditepe.edu.tr</p> <p>Asst. Prof. Cagla Seneler is one of the first academics who graduated from Management Information Systems (MIS) undergraduate programmes in Turkey. She completed her BS and MA degrees in MIS Department of Boğaziçi University. She got her PhD from Computer Science Department of University of York, UK. She has been giving lectures in several universities in Turkey since 2004. She has more than 30 publications that are cited by many academics and one of her publications awarded as <i>Outstanding Paper Award Winner at the Literati Network Awards for Excellence 2011</i>. Her research interests are human-computer interaction, user experience, learning styles, cultural differences, personalization, user interface characteristics, technology adoption and IoT.</p>
	<p><b>Gökhan ŞAHİN</b> – sahin@yeditepe.edu.tr</p> <p>Received his B.Sc., M.Sc. and PhD degrees in physics at Boğaziçi University. He is currently an Assistant Professor at Yeditepe University. He teaches Applied Statistics, programming languages (C, C++, Java, Python) and web programming (php, .NET, Java servlets,JSF). His research interests include chaos, non-linear dynamics, statistical physics, machine learning, statistical properties of natural languages, metastable systems.</p>
	<p><b>Fazlı YILDIRIM</b> – fazli.yildirim@yeditepe.edu.tr</p> <p>Assoc. Prof. Fazlı Yıldırım graduated from Istanbul University Computer Engineering Department in 1999. He received his MBA degree (2002) from Yeditepe University, Institute of Social Sciences and PhD in Business Administration from Işık University. In 2017, he received the title of Associate Professor in the field of Management Information Systems. He has many published articles in the field of electronic commerce, digital marketing, customer relations management, e-government and mobile applications and he has published a book about customer relationship management. He works at Yeditepe University in Electronic Commerce Department.</p>

## MARKA KİŞİLİĞİNİN VE MARKA SADAKATİNİN OLUŞUMUNDA DENEYİMSEL PAZARLAMANIN ROLÜ\*

### THE ROLE OF EXPERIENTIAL MARKETING IN THE FORMATION OF BRAND PERSONALITY AND BRAND LOYALTY

Ahmet ŞEKERKAYA\*\*  
Gülçin ERDOĞAN\*\*\*

#### Öz

İşletmelerin rakipler tarafından taklit edilme ihtimali düşük olan ve yenilikçi deneysel pazarlama stratejileri geliştirmeleri, faaliyet gösterdikleri alanlarda sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü elde etmelerinde etkili bir unsurdur. Yenilikçi, akılda kalıcı ve olumlu duygular oluşturan marka deneyimleri yaratmak, tüketicilerin satın alma kararlarında ve markaya sadık hale gelmelerinde önemli bir role sahiptir. Bu nedenle, bu çalışmanın amacı marka kişiliğinin ve marka sadakatinin oluşumunda deneysel pazarlamanın rolünü ortaya koyan kuramsal bir model önerisi sunmaktır. Bu kapsamda deneysel pazarlama stratejilerinin sıklıkla uygulandığı spor ayakkabı ürün kategorisi tercih edilmiş olup kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Nihai çalışmaya başlamadan önce, derinlemesine görüşme ve ön anket olmak üzere iki tür ön çalışma yapılmıştır. Ön çalışmaların ardından, İstanbul ilinde yaşayan ve toplam 600 kişiden oluşan bir örneklem büyüklüğünden, çevrimiçi anket yöntemi kullanılarak araştırma verileri toplanmıştır. Yapısal Eşitlik Modellemesi ile geliştirilen kuramsal modelin test edilme aşamasında, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modeline ilişkin diğer analizler için LISREL kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, marka deneyiminin marka kişiliğini, marka tatminini ve

\* Makalenin Gönderim Tarihi (Received): 03.10.2018; Makalenin Kabul Tarihi (Accepted): 30.01.2019  
Çalışma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Pazarlama Bilim Dalı'nda tamamlanmış olan "Marka Kişiliğinin ve Marka Sadakatinin Oluşumunda Deneysel Pazarlamanın Rolü" adlı Yüksek Lisans çalışmasına temel oluşturmuştur.

\*\* İstanbul Üniversitesi, İşletme Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-4885-5134

\*\*\* İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, ORCID ID: 0000-0002-2214-2582

duygusal bağlılığı etkilediği, marka kişiliğinin marka tatminini ve duygusal bağlılığı etkilediği, marka tatmininin ve duygusal bağlılığın ise marka sadakatini etkilediği bulunmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Deneysel Pazarlama, Deneyim Pazarlaması, Marka Deneyimi, Marka Sadakati, Marka Kişiliği, Duygusal Bağlılık, Marka Tatmini, Yapısal Eşitlik Modellemesi.

**JEL Kodları:** M30, M31

### **Abstract**

The experiential marketing concept, which appeared in the marketing literature during the 1980s, is important since the experiential dimension is effective in the decision making process of consumers as well as from the functional dimension. In other words, the experiential marketing approach states that considering consumers as rational decision makers is an incomplete approach, and we need to consider psychological factors such as emotions and feelings in consumers' purchasing decisions as well. Therefore, consumers do not only evaluate the features and benefits of the products, but also have a holistic perception of brand experience by evaluating all the purchasing processes they experience with brands over time. The extraordinary and surprising experiences of consumers contribute to the high level of rememberability of the brand. Positive or negative brand experiences that consumers experience over time create a cumulative perception and this perception affects consumers' decisions. For this reason, brands use the components of marketing mix to ensure that consumers experience a unique brand. In this context, many elements such as brand identity, sensory characteristics of the product, the atmosphere of the store, advertising campaigns, events, sponsorships, the views of the employees who provide the service, and the styles of communication are effective in creating a perception of brand experience by building a cumulative feeling in the minds of consumers. Consequently, brands focus on creating an authentic brand experience that gives the consumer the same message at all points of contact with the consumer, both in physical environments and in digital environments. Brands that realize the importance of the characteristic differences of the experiential marketing approach have been able to focus on developing extraordinary and innovative experiential marketing strategies, which are unlikely to be imitated by competitors, and thus achieve a sustainable competitive advantage in the areas where they operate. In recent years, brands with the highest global brand value, providing impeccable products and services to customers, as well as consumers focus on a unique experience are considered to support this claim. Creative applications such as Legoland, Disneyland, Apple Store, Porsche Driving Experience Winter are iconic examples that enable consumers to experience an unforgettable experience by stimulating their senses and feelings. Creating brand experiences that create innovative, memorable and positive emotions has an important role to play in consumers' purchasing decisions, emotional attachment to the brand, and loyalty to the brand. Therefore, it is clear that creating successful experiential marketing strategies is an important element in building strong brands, and contributing to the financial values of brands by increasing the loyalty of consumers. For this reason, it is an important goal for brand managers to achieve to be distinguished from competitors by creating a unique position and emotion in the minds of consumers. Brand personality is one of the factors that affects consumers' emotional connection with the brand and their loyalty to the brand. The creation of unique personalities of brands makes the brand stronger, causes the brand to differentiate from its competitors and affects the brand preferences of consumers. An intriguing brand personality

can be an effective shield that avoids imitation by competitors by providing a significant competitive advantage. In addition, a distinctive brand personality shapes consumers' perceptions of experience. Consequently, when the brands are symbolized as a human with their specific personality traits in the minds of the consumers, the consumer can distinguish those brands from their competitors, desire the brand, express oneself with the brand, experience various emotions while using the brand, make an emotional connection with the brand; it appears to help create the image. In other words, brand personality traits that are strategically determined correctly become a symbol that, in the minds of consumers, helps them to express themselves, their tastes, and their lifestyles. When academic studies in the field of experiential marketing are examined, evidence shows that creating innovative brand experiences creates emotional ties between consumers and brands, satisfies the products and services, and brand personality shapes consumer perceptions and affects brand loyalty. From this point of view, the aim of this study is to propose a theoretical model suggesting the role of experiential marketing in the formation of brand personality and brand loyalty. As a sampling method, simple random sampling was used as one of the non-random sampling methods. Before the final study, two preliminary studies were conducted: in-depth interviews and preliminary surveys. Within the scope of preliminary studies, we tried to determine whether the expressions in the scales adapted to Turkish were correctly understood by the participants and the average response times of the participants. After preliminary studies, the data and information collection process began with the final questionnaire. Research data were collected from a sample size of 600 people living in Istanbul using the online survey method. SPSS 20 package program was used for frequency distributions, arithmetic mean values, standard deviation values and reliability analysis of scales. In the testing phase of the theoretical model developed by Structural Equation Modeling, LISREL 8.80 program was used for confirmatory factor analysis and other analyses related to structural equation model. As a result of the study, it is concluded that the brand experience affects the brand personality, brand satisfaction and affective commitment. However, the brand personality affects the brand satisfaction and affective commitment, and the brand satisfaction and the affective commitment affect the brand loyalty.

**Keywords:** Experiential Marketing, Experience Marketing, Brand Experience, Brand Loyalty, Brand Personality, Affective Commitment, Brand Satisfaction, Structural Equation Modeling.

**JEL Codes:** M30, M31

## 1.GİRİŞ

Dünyanın en güçlü markalarının başarılarında etkili olan unsurlar tesadüfi olarak ortaya çıkmamaktadır. Bir markanın gücünü oluşturan şey tüketicilerin veya müşterilerin zihninde, zaman içinde marka ile ilgili deneyimledikleri ve öğrendikleridir (Keller, 2003, s.9). Bu doğrultuda güçlü markaların hedef kitlelerini ve rakiplerini detaylı bir şekilde analiz ederek aldıkları stratejik kararlar, buldukları pazarda devrim yaratarak o pazarı dönüştürmekte ve tüketicilerin deneyimlerini değiştirerek büyük bir etki oluşturmaktadır. Çünkü güçlü markalar finansal büyümelerinde sadece ürün ve hizmet inovasyonunun artık yeterli olmadığını, yapılan inovasyonların rakip markalar tarafından taklit edilebileceğinin farkındadır.

Günümüzde ürün ve hizmetlerin giderek birbirine daha benzer hale gelmesi nedeniyle, tüketiciler markaları rakiplerinden farklılaştıran bir değere göre kıyaslama yapmakta ve bu değerlendirme sonucunda da beklentilerine uygun olan markaları tercih etmektedir. Güçlü markalar da ürün veya hizmet inovasyonu geliştirirken hedef kitleleri tarafından önemsenen bir değer yaratmak için yenilikçi ve hatırlanabilir deneyimsel pazarlama stratejilerine odaklanmaktadır.

Tüketiciler bir markanın ürününe ait olan tüm özellikleri kısa süre için akıllarında tutabilmekte, bir süre sonra ise unutabilmektedir. Oysaki pazarlama karması bileşenleri aracılığıyla uygulanan deneyimsel pazarlama stratejileri, tüketicilerin olumlu duygularını ortaya çıkarmak ve bu duyguların tüketicilerin uzun süreli hafızasında yer etmesini sağlamak açısından oldukça önemlidir. Tüketicilerin zihninde yaratılan bu duygular ne kadar yoğun ne kadar sıra dışı ne kadar etkileyici ise; tüketicilerin marka kişiliği alguları, yaşadıkları tatmin, o markaya olan duygusal bağlılıkları ve sadakatleri de o düzeyde güçlenmektedir. Bu durum, tüketicilerin güçlü bir marka deneyimi yaşamak için yüksek fiyat ödemeyi tercih etmelerini sağlayarak işletmelerin finansal gelirlerine de katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte markalar hedef kitlelerine benzersiz ve doğru bir marka deneyimi yaşatmayı başardıklarında rakiplerinin onların başarısını yakalaması da zorlaşmış olmaktadır.

Tüketicilerin marka tercihlerinde duygusal faydaların da etkili bir faktör olması nedeniyle, markaların yaratmak istediği algı doğrultusunda, marka kişiliği özelliklerini belirlemesi önemlidir. Belirlenen marka kişiliği özellikleri tüketicilerin zihninde oluşan marka imajını biçimlendiren ve satın alma kararlarında etkili olan faktörlerden biridir. Bununla birlikte markaların tüketicilere sunduğu duygusal faydalar, tüketicilerin kendilerini o markalarla özdeşleştirmelerini ve duygusal bağlılık hissetmelerini sağlayabilmektedir. Bu durumun sonucunda hem tutumsal hem de davranışsal olarak marka sadakati ortaya çıkmaktadır. Her markanın büyümesinde temel hedef olan marka sadakatine ulaşıldığında ise, bu durum kalıcı olmakta ve rakip markaların bu başarıyı yok etmesi oldukça zor hale gelmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde gerek literatürde gerekse uygulamada deneyimsel pazarlama çalışmalarının ön planda olduğu görülmektedir.

Literatürdeki marka deneyimi çalışmalarının incelenmesi sonucunda, marka deneyiminin marka kişiliğine, duygusal bağlılığa ve marka tatminine; duygusal bağlılığın ve marka tatmininin marka sadakatine; marka kişiliğinin ise marka tatminine, marka sadakatine ve duygusal bağlılığa olan etkisi olduğu görülmüştür (Brakus, Schmitt & Zarantonello 2009; Iglesias, Singh & Batista-Foguet, 2011; Louis & Lombart, 2010). Bu noktadan hareketle, bu çalışma ile marka kişiliği ve marka sadakatinin oluşumunda deneyimsel pazarlamanın rolünü ortaya koyan teorik bir model önerisi sunulmuştur.

Çalışmanın ikinci bölümünde çalışmanın kuramsal çerçevesi çizilmiştir. Üçüncü bölümde çalışmada kullanılan metodoloji sunulmuştur. Dördüncü bölümde çalışmada

kurgulanan modelin bulgularına yer verilmiştir. Çalışmanın beşinci ve son bölümü ise genel bir tartışma ve önerilerden oluşmuştur.

## 2.KURAMSAL ÇERÇEVE

Kuramsal çerçeve kapsamında, marka sadakati üzerinde rolü olduğu ileri sürülen tüketicilerin spor ayakkabı markalarına ilişkin olarak algıladıkları deneysel pazarlama, marka sadakati, marka kişiliği, marka tatmini, duygusal bağlılık, marka deneyimi kavramları açıklanmış ve araştırmanın amacı yönünde geliştirilen hipotezler belirtilmiştir.

### 2.1.Deneysel Pazarlama

“Deneyim” kelimesi, Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük’te “bir kimsenin belli bir sürede veya hayat boyu edindiği bilgilerin tamamı, tecrübe, eksperyans” şeklinde tanımlanmaktadır. Türk Dil Kurumu’nun Bilim ve Sanat Terimleri Ana Sözlüğü’nde ise, “bilgi ve beceri kazandırıcı bilinçli ya da bilinçsiz kişisel edinim ve yaşantı” olarak tanımlandığı görülmektedir. Bu tanımlar, deneyimin kişilerin yaşamları boyunca ya da geçmişte yaşadıkları belirli bir süre içinde, kasıtlı (bilerek ve isteyerek) veya kasıtlı olmayan bir şekilde edindikleri bilgilerden ve becerilerden oluştuğunu ifade etmektedir. Literatürde yer alan deneysel pazarlama tanımları ise, deneyimin tüketiciler ve markalar açısından ne ifade ettiğini farklı açılardan ortaya koymaktadır. Schmitt’e (2010, s.63) göre deneysel pazarlama “genel olarak müşterilerle duygusal ve duygusal bir bağ oluşturan, çeşitli temas noktalarındaki müşteri odaklı pazarlama faaliyetinin herhangi bir biçimi” olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte You-Ming (2010, s.190) deneysel pazarlamayı “müşterilerin bazı markalarla ilişki kurduklarını ve etkileşim halinde olduklarını düşünmelerini, hissetmelerini ve deneyimlemelerini sağlamak için fiziksel ve duygusal hislerini artıran yüz yüze bir iletişim metodu” olarak tanımlamaktadır. Kaya (2009, s.94) ise deneysel pazarlamayı “duyu, duygu, düşünce ve eylemlerin birbirine bağlandığı her türden müşteri deneyimleri” şeklinde tanımlamıştır. Bu tanımlar deneysel pazarlama çalışmalarının müşterilerin duyularına hitap ederek zihinlerinde duygusal etkiler yaratması gerektiğine dikkat çekmektedir. Diğer yandan Pine ve Gilmore, 1998 yılında Harvard Business Review’da yayınlanan “Deneyim Ekonomisine Hoşgeldiniz” adlı makalelerinde deneysel pazarlamayı “bir işletmenin bireysel müşterileriyle hatırlanabilir bir etkinlik yaratacak şekilde etkileşime geçmek için hizmetleri bir sahne, ürünleri ise sahne kostümleri olarak bilinçli bir şekilde kullanması” şeklinde tanımlamışlardır. Benzer bir yaklaşımla Yuan ve Wu (2008, s.388) ise, deneysel pazarlamanın “müşterilerin deneyim yaşaması amacıyla, tüm fiziksel çevreyi ve operasyonel süreçleri sahnelemek için tasarlanan bir pazarlama taktiği olarak görülebileceğini” belirtmiştir. Her iki tanım da deneysel pazarlamanın bir markayı sahne sanatlarında sergilenen bir oyun gibi sahneleyen bir alan olduğunu vurgulamaktadır. Keller (2013, s.181) ise “deneysel

pazarlamanın bir ürünü sadece o ürünün özelliklerini ve faydalarını anlatarak değil, aynı zamanda o ürünü eşsiz ve ilgi çekici müşteri deneyimleriyle de birleştirerek tanıttığını” ifade ederek ürün ve hizmetlerin tanıtılmasında yalnızca fonksiyonel faydaların yeterli olmadığını belirtmiştir. Dolayısıyla deneysel pazarlama anlayışına göre, markalar tarafından tüketicilere sunulan değer sadece ürün ve hizmetleri satın almaya veya onların fonksiyonel faydalarına bağlı değildir. Bunun yanı sıra değer hem ürün ve hizmetleri çevreleyen hedonik ve deneysel bileşenler içinde, hem de tüketim deneyiminin içinde yer almaktadır (Schmitt & Zarantonello, 2013, s.26).

Pazarlama literatürünün tarihsel gelişimi incelendiğinde ise, deneyim konseptinin ilk olarak 1980’lerin ortalarına doğru ortaya koyulduğu görülmektedir. Deneysel pazarlamayı kavramsallaştıran ve tüketici davranışlarındaki önemini ortaya koyan ilk akademisyenler olan Holbrook ve Hirshman (1982), literatürde ikonik olarak kabul edilen çalışmalarında tüketimin deneysel boyutlarını ortaya koymuşlardır. Yazarlar bu makalede, o dönem tüketici davranışları alanında yaygın olarak kabul gören “bilgi işleme modeli hegemonyasını”, tüketicilerin satın alma karar süreçlerinde problemlerini çözerken yalnızca mantıksal kararlar aldıklarını kabul etmesi nedeniyle eleştirmişlerdir. Yazarlar deneysel perspektif çerçevesinde, tüketimin duyguları, eğlenceyi, hayal gücünü (fantasies, feelings, fun: “three Fs”) kapsadığını ve deneysel yaklaşımın, bilgi işleme yaklaşımının aksine, sembolik anlamlar, hedonik yansımalar ve estetik unsurlar içerdiğini vurgulamışlardır (Holbrook & Hirschman, 1982, s.132). Dolayısıyla bu çalışma tüketicilerin yalnızca rasyonel karar alıcılar olarak değerlendirilmesinin eksik bir yaklaşım olduğunu, tüketicilerin satın alma kararlarında psikolojik unsurların da etkili olduğunu ifade etmesi bakımından önem taşımaktadır. Holbrook ve Hirschman’ın (1982) ortaya koyduğu deneysel yaklaşım, ilerleyen yıllarda hem pazarlama akademisyenlerinin hem de pazarlama uygulayıcılarının çalışmalarında odak noktası olmaya devam etmiştir. Örneğin Arnould ve Price (1993), sıra dışı deneyimler üzerinde çalışarak Colorado Nehri’nde yapılan rafting etkinliklerini incelemiştir. Bu çalışmalarında sıra dışı deneyimlerin tüketicilerde (1) kişisel gelişim ve kendini yenileme, (2) topluluk duygusu yaratma ve (3) doğayla uyum neticesinde duygular yaratma olmak üzere çeşitli etkileri olduğunu belirtmişlerdir. Schmitt (1999) deneysel pazarlama yaklaşımının (1) müşteri deneyimlerine odaklanması, (2) tüketicilerin tüketimine bütünsel bir deneyim olarak odaklanması, (3) tüketicilerin hem rasyonel hem de duygusal karar alıcılar olarak kabul edilmesi, (4) pazarlama araştırmalarında kullanılan yöntemlerin hem kantitatif hem de kalitatif olması nedeniyle geleneksel pazarlama yaklaşımından farklı olduğunu belirtmiştir. Pazarlama uygulayıcıları Pine ve Gilmore (1998) ise, deneyim ekonomisi dönemine girildiğini belirterek ürün ve hizmetlerin tüketicileri tatmin etmek için artık tek başına yeterli olmadığını, bunun yanı sıra tüketicilerin eşsiz deneyimler de yaşamayı arzu ettiğini vurgulamışlardır. Yazarlar 1999 yılında yayınladıkları Deneyim Ekonomisi adlı kitaplarında, ürün ve hizmetlerin artık tek başına yeterli olmadığını altını bir kez daha çizerek markalara bir tiyatro oyunu gibi



deneyim sahnelemelerini ve bu deneyimler aracılığıyla tüketicilerde olumlu, hatırlanabilir ve eşsiz duygular yaratmalarını önermişlerdir (Gilmore & Pine, 2012, s.47). Holbrook (2000, s.178), tüketimin deneyimsel ve hedonik yönleri olduğunu vurgulayan deneyimsel yaklaşımı daha geniş bir perspektifle ele alarak tüketim kültürünün yönlerini oluşturan unsurları “deneyim, eğlence, gösterişçilik ve yayma (experience, entertainment, exhibitionism, evangelizing: four E’s)” şeklinde sınıflandırmıştır. Bu çalışma deneyimin ve duygunun tüketimin bir parçası olduğunu bir kez daha belirtmesi açısından önem taşımaktadır. Poulsson ve Kale (2004) ise, tüketicilere sunulan bir deneyimin faydalı olabilmesi için (1) tüketiciler için kişisel bir önem taşıması, (2) tüketicilere yenilik sunması, (3) tüketicileri şaşırtması, (4) tüketicilerin öğrenmesini sağlaması ve (5) tüketicilerle etkileşime girmesi gerektiğini belirtmiştir. Literatürde yer alan söz konusu tanımlar ışığında deneyimsel pazarlamanın, bir marka ile tüketiciler arasında zaman içinde meydana gelen karşılıklı etkileşimler aracılığıyla, tüketicilerin zihninde unutulmaz, sıra dışı ve olumlu duygusal deneyimler oluşturarak duygusal bağlılık yaratmayı amaçlayan bir pazarlama yaklaşımı olduğu görülmektedir.

## 2.2.Marka Sadakati

Literatürde marka sadakati konusunda çok yüksek sayıda araştırmanın ve tanımın mevcut olduğu aşikardır. Bu konsepti kapsamlı bir şekilde tanımlayan akademisyenlerden biri olan Jacob Jacoby, marka sadakati çalışmalarının öncüsü olarak kabul edilmektedir. Jacoby ve Chestnut (1978) marka sadakatini “bir grup marka arasından bir veya daha fazla alternatif marka ile ilgili olarak karar verme birimi tarafından zamanla ifade edilen, taraflı, davranışsal tepki ve psikolojik sürecin bir işlevi” olarak tanımlamaktadır. Günümüzde literatürde kullanılmaya devam eden bu tanım çerçevesinde marka sadakatinin tanımlanabilmesi için bir bütün olarak bulunması gereken altı koşul şöyledir: (1) taraflı olma (örneğin, tesadüfi olmama), (2) davranışsal tepki (örneğin, satın alma), (3) zaman içerisinde ifade edilme, (4) karar verme birimi tarafından ifade edilme, (5) bir grup marka arasından bir veya daha fazla marka ile ilgili olma, (6) psikolojik sürecin (örneğin, karar verme, değerlendirme) bir işlevi olma (Jacoby & Chestnut, 1978, s.80). Diğer yandan marka sadakati teorisyenleri Dick ve Basu (1994, s.102) marka sadakatini “göreceli tutum ile tekrar satın alma arasındaki ilişki” olarak tanımlamıştır. Oliver (2015, s.432) ise, marka sadakatini “durumsal etkilerin ve pazarlama çalışmalarının marka değiştirme davranışına neden olma potansiyeline rağmen, tercih edilen bir ürün veya hizmetin gelecekte de sürekli olarak tekrar satın alınmasına veya tekrar tercih edilmesine ilişkin derin bir bağlılık” şeklinde tanımlamıştır. Lamb, Hair ve McDaniel (2012, s.146) ise, marka sadakatini “bir markayı diğer markalara istikrarlı bir şekilde tercih etmeyi” gerektirdiğini belirterek mayonez, diş macunu, kahve, baş ağrısı ilaçları, banyo sabunu ve ketçap gibi ürün kategorilerinde kullanıcıların yarısından fazlasının bir markaya sadık kalan müşteriler olduğunu ifade etmişlerdir. Bu tanımlar ışığında marka sadakatini tüketicinin belirli bir ürün kategorisi içinde yer alan birden fazla markayı subjektif bir biçimde



değerlendirmesi sonucunda bir markayı tekrar tekrar satın alması şeklinde tanımlamak uygun olacaktır.

Jacoby ve Chestnut'a (1978, s.34) göre, marka sadakati ölçümlerini "davranışsal", "tutumsal" ve "karma" olmak üzere üç farklı yaklaşıma göre kategorize etmek mümkündür. Davranışsal sadakat perspektifine göre, sadakat bir davranış biçimidir. Tekrar satın alma davranışı da sadakatin bir göstergesidir (Cossío-Silva, Revilla-Camacho, Vega-Vázquez & Palacios-Florencio, 2016, s.1622). Jacoby ve Chestnut (1978, s.34) davranışsal sadakati "bir müşterinin aynı markayı zaman içinde tekrar tekrar satın alma eğilimi", tutumsal sadakati ise "belirli bir markaya yönelik bağlılığı ve tutumsal tercihi içeren psikolojik süreçlerin bir fonksiyonu olarak bir tüketicinin bir markaya doğru yatkınlığı" şeklinde tanımlamıştır. Tutumsal sadakat, davranışsal sadakatin aksine, tüketicinin bir markaya yönelik psikolojik durumunu ifade etmekte ve tüketici tutumlarının ölçülmesini gerektirmektedir (Evanschitzky, Iyer, Plassmann, Niessing & Meffert 2006, s.1207). Tüketicilerin markaya yönelik duyguları, hisleri, izlenimleri ve bağlılıkları tutumsal sadakatin önem verdiği noktalardır (Tam, Wood & Ji, 2009, s.49). Dolayısıyla tutumsal sadakat yaklaşımının temelinde psikolojik bağlılık ve duygu yer almaktadır. Bu yaklaşımı savunanlara göre, sadakati oluşturan unsur kişisel bir tutumdur. Tüketicilerin bir ürüne, bir hizmete veya perakende bir markaya yönelik sadakatleri farklı duygular tarafından şekillenmektedir (Kursunluoglu, 2011, s.53). Bir tüketici bir markayı kendisi için çok pahalı bulduğu ve satın almadığında bile, o marka ile ilgili olumlu bir tutuma sahip olup başka kişilere de tavsiye edebilmektedir (Bowen & Chen, 2001, s.214). Buradan yola çıkarak tutumsal sadakat "tavsiye etme olasılığı, tekrar satın alma olasılığı veya perakende satıcısını veya mağazayı ziyaret etme olasılığı" şeklinde de açıklanabilmektedir (Kumar, Pozza & Ganesh, 2013, s.248). Bu tanım, tüketicilerin marka tercihlerine, satın alma niyetlerine ve üçüncü şahıslara tavsiye etmelerine atıfta bulunmaktadır. Tutumsal sadakat tüketicilerin bir ürün veya hizmeti satın almalarını garanti etmemektedir. Ancak ağızdan ağıza iletişim yoluyla markaya ilişkin pozitif bir imaj yaratılmasına katkıda bulunmaktadır (Cossío-Silva vd., 2016, s.1622). Day (1969, s.30), marka sadakatinin hem davranışsal hem de tutumsal kritere göre değerlendirilmesi gerektiğini ileri sürmüştür. İki yaklaşımın birleştirilerek kullanılması sadakatin gücünü önemli ölçüde artırmaktadır. İki boyutlu karma yaklaşım perakendecilik, eğlence, konaklama ve havayolu taşımacılığı gibi sektörlerde marka sadakatini anlamak için değerli bir araçtır (Bowen & Chen, 2001, s.214). Chaudhuri ve Holbrook (2001, s.90) ise, marka sadakatine ilişkin önerdikleri modelde davranışsal sadakatin daha büyük pazar payına, tutumsal sadakatin ise daha yüksek görelî marka fiyatlandırmasına neden olmaya eğilimli olduğunu ortaya koymuşlardır. Dolayısıyla işletmelerin marka sadakatinin her iki boyutunda da yüksek düzeyde başarı elde etmelerinin faydalı olacağı görülmektedir.

### 2.3.Marka Kişiliği

Literatürde yer alan marka kişiliği tanımları incelendiğinde Aaker'ın (1997) tanımının akademisyenler tarafından yaygın bir şekilde kabul edildiği görülmektedir. Aaker (1997, s.347) marka kişiliğini “belirli bir marka ile ilişkilendirilen insana ait kişilik özelliklerinin bir kümesi” olarak tanımlamıştır. Aaker'a (2014, s.159) göre ise, insana ait karakter özelliklerinin yanı sıra, sosyo-demografik özellikler de bir markanın kişilik özelliklerini oluşturabilmektedir. Bu görüş dikkate alındığında, bir markanın kişilik özelliklerinin 42 yaşında, kadın, üst sosyal sınıfa ait, havalı ve stil sahibi şeklinde tanımlanması mümkündür. Marka kişiliği kavramına ilişkin farklı akademisyenler tarafından önerilen tanımlardan bazıları Tablo 1'de yer almaktadır (Patterson, 1999, s.417):

**Tablo 1:** Marka kişiliği tanımları

Yazar	Tanım
King, 1973	Bir düşünce tarzı, bir ses tonu ve değerler bütünüdür.
Alt ve Griggs, 1988	Tüketicilerin, bir markayı sahip olduğu çeşitli insan niteliklerine veya özelliklerine göre algılama derecesidir.
Batra vd., 1993	Bir tüketicinin, belirli bir markayı tipik olarak bir insanın kişiliğini yansıtan boyutlarda algılama yoludur: Genişletilmiş marka alanı.
Hankinson ve Cowking, 1993	Kişilik, fonksiyonel özelliklerin ve sembolik değerlerin özgün bir birleşiminden meydana gelmektedir.
Restall ve Gordon, 1993	Marka kişiliği, belirli bir markanın, bir insanı tasvir eden özellikler ile somutlaşan, tanımlanan ve deneyimlenen temel özelliklerini göstermektedir.
Tennant, 1994	Bir markanın kişiliği...markanın fonksiyonel amacına ve başlıca niteliklerine ilaveten sunmak zorunda olduğu bütün nitelikleri ifade etmektedir.
Triplett, 1994	Marka kişiliği, tüketicilerin bir şirkete ve o şirketin bir ürününe yönelik duygusal tepkilerini yansıtmaktadır.
Blackston, 1995	Bir markaya atfedilen, insana ait kişisel özelliklerin türüdür.
Upshaw, 1995	Bir markanın görünen yüzüdür; insan özellikleri ile son derece yakından ilişkide olan marka özelliklerinin tonudur.
The Research Business, 1996	Markanın temel duygusal karakterinin tüketiciler için nasıl planlandığını ve tüketicilerin buna nasıl tepki vereceğini gösteren bir markanın kişiselleştirilmesidir.
Gordon, 1996	Bir tüketici ve bir marka arasında bulunan duygusal ilişki için bir mecazdır.
Patterson, 1999	Kişiselleştirilmiş marka özellikleri ve çeşitli satın alma seçenekleri arasında farklılaştırma için kullanılması yoluyla tüketicinin bir markaya yönelik duygusal tepkisidir.

21. yüzyıldaki akademik çalışmalar marka kişiliği konseptini şekillendirmeye devam etmektedir. Bu kapsamda yeni marka kişiliği tanımları da ortaya koyulmaktadır. Örneğin Ferrandi ve Valette-Florence (2002) marka kişiliğini “bireyi karakterize etmek için kullanılan ve bir markayla ilişkili olan tüm kişilik özellikleri” şeklinde kavramsallaştırmıştır (Akt. Louis & Lombart, 2010, s.115). Azoulay ve Kapferer (2003, s.153), marka kişiliğini “markalara uyarlanabilen ve markalarla ilişkili olan insan kişiliği özelliklerinin eşsiz bir kümesi” olarak

tanımlamıştır. Swaminathan, Stille ve Ahluwalia'nın (2008, s.985), yaptıkları araştırma sonucunda elde ettikleri bulgular ise, marka kişiliğinin güncel tanımına yeni bir yön vermektedir. Bu araştırma, "bütün tüketicilerin bir markanın kişiliğine karşı eşit derecede duyarlı olmadığını" ileri sürmektedir. Bu durum bilhassa tüketicileri markanın bir yönüne açıkça odaklanmaları için yönlendirmeyen pazar ortamlarında söz konusudur. Söz konusu tanımlar ışığında marka kişiliğinin insan kişiliği özelliklerinden birinin veya birkaçının bir marka ile ilişkilendirilmesini ve bu yolla markanın bir insanmış gibi algı oluşturulmasını ifade ettiği görülmektedir.

Literatürde yapılan araştırmalar incelendiğinde, marka kişiliğinin marka tatmini, marka sadakati ve duygusal bağlılık üzerinde etkisi bulunduğu görülmüştür (Brakus vd., 2009; Louis & Lombart, 2010). Bu bilgiler göz önüne alındığında;

*H<sub>1-g</sub>: Marka kişiliğinin marka tatmini üzerinde %95 güven seviyesinde, istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

*H<sub>1-h</sub>: Marka kişiliğinin duygusal bağlılık üzerinde %95 güven seviyesinde, istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

*H<sub>1-i</sub>: Marka kişiliğinin marka sadakati üzerinde %95 güven seviyesinde, istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

## **2.4.Marka Tatmini**

Marka tatmini (müşteri tatmini veya müşteri memnuniyeti), bir ürün veya hizmetin müşteri tarafından algılanan performansının, o müşterinin beklentilerini ne ölçüde karşıladığına bağlıdır. Eğer bir ürün veya hizmetin algılanan performansı, müşteri beklentilerinin oldukça altında kalırsa, o müşteri memnuniyetsiz demektir. Buna karşın eğer söz konusu performans, müşteri beklentilerinin üstüne çıkarsa, o müşteri son derece memnun demektir (Kotler & Armstrong, 2011, s.13). Bir ürün veya hizmetten memnun olan müşteriler genellikle tekrar alıcılardır (repeat purchasers). Bu alıcılar işletmelere daha yüksek karlılık ve daha düşük maliyet sağlayarak yardımcı olmaktadır. Memnun olmayan müşteriler ise, satın almayı durdurarak satışların düşmesini doğrudan etkileyebilmektedir (Noel, 2009, s.149).

Marka sadakatinin, tüketicilerin tercih ettikleri belirli bir ürünün veya hizmetin performansına ilişkin olarak memnuniyetlerini ifade etme yollarından birisi olduğu yaygın bir şekilde kabul edilmektedir (Kotler & Pfoertsch, 2010, ss.311-312). Yapılan birçok araştırmaya göre, marka tatmininin daha yüksek olması, marka sadakatinin de daha yüksek olmasına neden olmaktadır (Kotler & Armstrong, 2011, s.13). Bazı araştırmalar ise, az memnun, kısmen memnun ve tamamen memnun tüketicilerin marka sadakati düzeyleri arasında büyük farklılıklar olduğunu göstermektedir. Hatta marka tatminindeki küçük bir düşüş, marka sadakatinde muazzam bir düşüşe (Kotler & Armstrong, 2011, s.20), marka tatminindeki küçük

bir yükseliş ise, marka sadakatinde dramatik bir yükselişe neden olabilmektedir. Dolayısıyla markalar için sadece memnun müşterilere sahip olmak yeterli değildir, son derece memnun müşterilere sahip olunması önemlidir (Bowen & Chen, 2001, s.215). Brakus ve arkadaşlarının (2009) marka deneyimi konusunda yaptıkları araştırma sonucunda, marka tatmininin marka sadakatini etkilediğini bulmuştur. Bu bilgiler göz önüne alındığında;

*HI-f: Marka tatmininin marka sadakati üzerinde %95 güven seviyesinde, istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

## 2.5.Duygusal Bağlılık

Literatür taraması yapılırken duygusal bağlılık kavramının, “affective commitment”, “affective attachment”, “customer commitment” veya “emotional attachment” olmak üzere dört farklı şekilde ifade edildiği görülmüştür. Pazarlama alanında kullanılan duygusal bağlılık kavramının, örgütsel davranış alanında kullanılan bağlılık kavramı ödünç alınarak geliştirildiği görülmektedir (Gruen, Summers & Acito, 2000, s.37). Allen ve Meyer (1990, s.2), örgütsel bağlılığı “içinde yer aldığı örgüte son derece bağlı olan bir bireyin kendini o örgütle özdeşleştirmesini ve onun bir üyesi olmaktan keyif almasını ifade eden duygularla ilişkili veya duygusal bağlılık” şeklinde tanımlamıştır. Bu tanım her ne kadar çalışanların bir örgüte bağlılığını açıklamak için geliştirilmiş olsa da, ilerleyen yıllarda pazarlama akademisyenleri, bir müşteri ile bir organizasyon arasındaki tüketim ilişkisinin olduğu durumlarda da söz konusu duygusal bağlılık yapısının uygulanabileceğini belirtmişlerdir (Fullerton, 2003, s.334).

Evanschitzky ve arkadaşlarına (2006, s.1208) göre duygusal bağlılık “bir müşterinin bir marka veya örgütle kendini özdeşleştirmesi nedeniyle o markaya veya örgüte yönelik duygusal bağlılığını” ifade etmektedir. Park ve MacInnis (2006, s.17) ise, duygusal bağlılığı “bir birey ile bir tüketim birimini (örneğin marka, kişi, yer veya nesne) birbirine bağlayan duygusal bağı yansıtan ilişki temelli bir yapı” olarak tanımlamıştır. Her iki tanım da duygusal bağlılığı bir müşterinin bir markayla kurmuş olduğu ilişkiler neticesinde duygusal olarak o markaya bağlanması olarak ifade etmektedir.

Markanın bir bireyin benliği, kimliği veya benlik algılaması ile kurduğu bağlantı, duygusal bağlılık yapısının merkezini oluşturmaktadır (Park, MacInnis & Priester, 2008, s.6). Tüketicilerin kendilerini bir marka ile özdeşleştirerek ifade etmesi ve o marka ile duygusal bir bağ kurması ise hem marka sadakatini güçlendirmekte hem de bu tüketicilerin bu markaya yönelik daha az fiyat hassasiyeti göstererek daha fazla ödemeye gönüllü olmalarını sağlamaktadır. Bunun sonucunda da işletmenin finansal performansına katkı söz konusu olmaktadır (Hoyer, MacInnis & Pieters, 2012, s.49). Iglesias ve arkadaşları (2011) marka deneyimi konusunda yaptıkları araştırma sonucunda, duygusal bağlılığın marka sadakatini etkilediğini bulmuşlardır. Bu bilgiler göz önüne alındığında;

$H_{1-e}$ : *Duygusal bağlılığın marka sadakati üzerinde %95 güven seviyesinde, istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

## 2.6. Marka Deneyimi

Brakus ve diğerleri (2009, s.53) marka deneyimi kavramını “tüketicinin öznel ve içsel tepkilerinin (duygular, hisler ve idrak yetisi/kognisyon) yanı sıra; marka tasarımının, marka kimliğinin, ambalajın, iletişim çalışmalarının ve alışveriş ortamlarının bir parçası olan marka ile ilişkili bir uyarıcı tarafından harekete geçirilen davranışsal tepkiler” şeklinde tanımlanmıştır. Tüketicilerin davranışlarını etkileyen ve “marka ile ilişkili uyarıcı” olarak ifade edilen uyarıcılar; marka ismi, slogan, maskot, marka kimliği renkleri, marka karakterleri ve diğer duygusal uyarıcıları içermektedir (Schmitt, Brakus & Zarantonello, 2014, s.729). Dolayısıyla marka deneyimi, “karşılaşma esnasında, markayla ilgili uyarıcılara karşılık olarak” ortaya çıkmaktadır (Chang & Chieng, 2006, s.931; Davis, Buchanan-Oliver & Brodie, 2000; Padgett & Allen, 1997, s.51).

Brakus ve arkadaşları (2009, s.52) marka deneyiminin ölçülmesine ilişkin dört boyuttan oluşan bir ölçek geliştirmiştir. Literatürde yaygın olarak kullanılan bu ölçek kapsamında tüketicilerin marka deneyimleri; duygusal, duygusal, düşünsel ve davranışsal boyutlar ile ölçülmektedir. Bununla birlikte yazarlar bu araştırmalarında marka deneyimini kavramsallaştırarak marka deneyiminin marka tatminini ve marka sadakatini doğrudan, marka kişiliği özellikleri aracılığıyla da dolaylı olarak etkilediğini bulmuşlardır. Ayrıca çalışmalarında LEGO, Victoria's Secret, İpod ve Starbucks markalarını en deneysel markalar olarak sıralamışlardır.

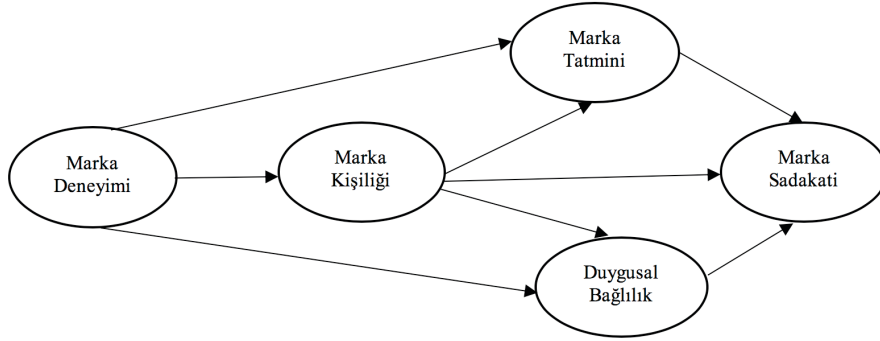
Marka veya müşteri deneyimleri, marka kişiliği algısını şekillendirmektedir. Çünkü tüketici belirgin marka deneyimleri yaşadığı zaman, o tüketicinin zihninde marka kişiliğine ilişkin yargıların oluşması da kolaylaşmaktadır. Tüketiciler marka deneyimi aracılığıyla, markanın kişiliği ile ilişki kurmalarının yanı sıra, marka ile de güçlü bir bağ ve ilişki kurmaktadır (Ramaseshan & Stein, 2014). Literatür incelendiğinde, marka deneyiminin marka kişiliği, marka tatmini ve duygusal bağlılık üzerinde etkili olduğu görülmüştür (Brakus vd., 2009; Iglesias vd., 2011). Bu bilgiler göz önüne alındığında;

$H_{1-b}$ : *Marka deneyiminin marka kişiliği üzerinde %95 güven seviyesinde, istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

$H_{1-c}$ : *Marka deneyiminin duygusal bağlılık üzerinde %95 güven seviyesinde, istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

$H_{1-d}$ : *Marka deneyiminin marka tatmini üzerinde %95 güven seviyesinde, istatistiki olarak anlamlı bir etkisi vardır.*

Kavramsal çerçeve doğrultusunda yapılan incelemeler ve oluşturulan hipotezler neticesinde, marka kişiliği ve marka sadakatinin oluşumunda deneyimsel pazarlamanın rolüne ilişkin olarak Şekil 1’de yer alan yapısal eşitlik modeli belirlenmiştir. Şekil 1’de yer alan ve literatür tarafından desteklenerek oluşturulan yapısal eşitlik modeli kapsamında, marka deneyiminin marka kişiliğine, duygusal bağlılığa ve marka tatminine; duygusal bağlılığın ve marka tatmininin marka sadakatine; marka kişiliğinin ise marka tatminine, marka sadakatine ve duygusal bağlılığa olan etkisi incelenmiştir.



Şekil 1: Önerilen yapısal eşitlik modeli

### 3.METODOLOJİ

Bu araştırmanın temel amacı, marka kişiliği ve marka sadakatinin oluşumunda deneyimsel pazarlamanın rolünü ortaya koyan teorik bir model önerisi sunmaktır. Bu çerçevede araştırmanın alt amaçları ise, duygusal bağlılığın ve marka tatmininin marka sadakatinin oluşumundaki aracılık rolünün tespit edilmesidir.

Araştırma modelinde yer alan marka deneyimi ve marka kişiliği değişkenleri çok boyutlu yapılardır. Marka deneyimi, “duyusal deneyim”, “davranışsal deneyim”, “duygusal deneyim” ve “düşünsel deneyim” olmak üzere 4 boyuttan oluşmaktadır. Marka kişiliği değişkeni ise, “samimi”, “heyecan”, “uzman”, “sofistike”, “sağlam” olmak üzere 5 boyut ve “ayakları yere basan”, “dürüst”, “dinç”, “neşeli”, “cesur”, “coşkulu”, “yaratıcı”, “güncel”, “güvenilir”, “zeki”, “başarılı”, “en üst sosyal sınıf”, “cazibeli”, “açık havaya düşkün”, “sert” olmak üzere 15 alt boyuttan oluşmaktadır.

Marka deneyimi ölçeğinde yer alan ifadeler, Brakus ve arkadaşları (2009) tarafından geliştirilen marka deneyimi ölçeğinden uyarlanmıştır. Marka kişiliği ölçeğinde yer alan ifadeler, Aaker (1997) tarafından geliştirilen marka kişiliği ölçeğinden uyarlanmıştır. Marka sadakati ölçeğinde yer alan ifadeler, Yoo ve Donthu (2001) tarafından geliştirilen marka

sadakati ölçeğinden uyarlanmıştır. Duygusal bağlılık ölçeğinde yer alan ifadeler, Evansc-hitzky ve arkadaşları (2006) tarafından geliştirilen duygusal bağlılık ölçeğinden uyarlanmıştır. Marka tatmini ölçeğinde yer alan ifadeler, Oliver (1980) tarafından geliştirilen tatmin ölçeğinden uyarlanmıştır. Araştırma modelinde yer alan değişkenleri ölçmek için 5'li likert ölçeği kullanılmıştır. (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum)

Araştırmanın ana kütesini, İstanbul ilinde yaşayan ve Adidas, New Balance ve Nike markalarından en az bir ayakkabı modellerini kullanan tüketiciler oluşturmaktadır. Bu çalışmada, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bilgi ve verilerin en kolay toplanabileceği bireylerin örnek kapsamına alınmasını amaçlayan bu yöntem kısıtlı zaman ve bütçe nedeniyle tercih edilmiştir (Gegez, 2010, s.217; Kurtuluş, 2010, s.63).

Ana kütle standart sapma veya varyanslarının bilinmesi çoğu durumda olanaksızdır. Bu nedenle, bu oranların tahmin edilmesi gerekmektedir. Bu oranlar hakkında bilgi sahibi olunmadığı durumlarda,  $\pi(1-\pi)$ ' nin en yüksek olduğu maksimum binom varyansı değeri  $(0,5 \times 0,5 = 0,25)$  esas alınabilmektedir. Bu nedenlerden dolayı, uygulamada en yaygın kullanılan örnekleme formülü;  $n = \pi(1-\pi) / (e/Z)^2$  dir (Kurtuluş, 2010, s.67). Bu çalışmada da ana kütle varyansı bilinmediği için araştırmanın örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında, bu örnekleme formülü kullanılmıştır. Buna göre, 0,05 anlamlılık düzeyinde ( $\alpha=0,05$ ), %95 güven seviyesinde ( $Z=1,96$ ), %5 standart hata payı ( $e=0,05$ ) ve 0,5 varyans için ( $\pi=0,5$ ) örnek büyüklüğü 384 olarak hesaplanmıştır. Ana kütle hacmi bilinmediği için örnek büyüklüğünün hesaplanmasında düzeltme faktörü uygulanmamıştır. Araştırma kapsamında geçersiz anketlerin olabileceği göz önünde bulundurularak toplam 600 kişiden veri toplanmıştır. Ancak katılımcıların anket cevaplama süreleri kontrol edilerek okunmadan cevaplandığı düşünülen bazı anketler elenmiş, bunun sonucunda toplam 554 kişinin verileri analize dahil edilmiştir.

Yapısal eşitlik modellemesi ile ilgili kaynaklar incelendiğinde, örneklem büyüklüğünün öneminden ve çeşitli örneklem büyüklüklerinden bahsedilmektedir. Bazı kaynaklarda iyi bir yapısal eşitlik modellemesi için asgari örneklem büyüklüğünün 400 olması gerektiği vurgulanmıştır (Malhotra, 2010; Akt. Özkan, 2013, s.98). Buna karşılık, Hair, William, Babin ve Anderson (2014, s.574) “daima örneklem büyüklüğünü en yüksek düzeye çıkarın” veya “örneklem büyüklüğünün 300 olması gerekir” gibi geçmişte yapılan önerilerin artık uygun olmadığını belirtmiştir. Yapısal eşitlik modellemesinde daha büyük örneklem büyüklükleri olmasının hala doğru ve önemli olduğunu, fakat örneklem büyüklüğü kararının faktör setinin temel alınarak yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Kline (2015, s.14) ise, yapısal eşitlik modelinin “büyük örneklemlerle bir teknik” olduğu görüşünün genel olarak hala doğru olduğunu belirterek asgari örneklem büyüklüğünün hesaplanmasına ilişkin Jackson’ın (2003) N:q kuralının kullanılabileceğinden bahsetmiştir. Bu oranda q, modeldeki gözlenen değişken sayısını; N ise, örneklem büyüklüğünü ifade etmektedir. N:q kuralına göre, örneklem büyüklüğünün, gözlenen değişken sayısının 20 katı olması önerilmektedir (20:1) (Jackson, 2003,



ss.128-141; Kline, 2015, s.16). Görüldüğü gibi, iyi bir yapısal eşitlik modellemesi için asgari örneklem büyüklüğü konusunda literatürde farklı yaklaşımlar yer almaktadır. O nedenle, bu çalışmada örneklem büyüklüğü olabildiğince geniş tutulmaya çalışılmıştır. Daha sonra bahsedilecek olan analiz sonuçlarında da örneklem büyüklüğünün yeterli olduğu görülmüştür.

Bu araştırmada verilerin ve bilgilerin toplanmasında, çevrimiçi anket yöntemi kullanılmıştır. Literatürde çevrimiçi anket yönteminin avantajları (1) anketöre ihtiyaç olmaması nedeniyle maliyetin düşük olması, (2) katılımcıların anketi cevaplayacakları zamana, yere ve toplam süreye kendilerinin karar verebilmesi nedeniyle daha konforlu bir ortam sunması, (3) cevaplayıcı ve anketör arasında oluşabilecek çeşitli ön yargıları (anketörün vücut dili, ses tonu, yüz ifadesi vb.) ortadan kaldırması, (4) katılımcıların gerçek kimlikleri bilinmediği için soruları dürüstlük ve içtenlikle cevaplama ihtimallerinin yüksek olması şeklinde ifade edilmektedir (Hair, Wolfinger, Bush & Ortinau, 2009, s.111). Söz konusu avantajlar nedeniyle bu çalışmada çevrimiçi anket yöntemi kullanılmıştır.

Nihai çalışmaya başlamadan önce, uyarlanan ölçeklerdeki ifadelerin anlaşılıp anlaşılmadığını ve cevaplama sürelerini tespit edebilmek amacıyla, derinlemesine görüşme ve ön anket olmak üzere iki tür ön çalışma yapılmıştır. Derinlemesine görüşme, 30-45 dakika arasında, toplam 10 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşme sonucunda, anlaşılmadığı tespit edilen sorular üzerinde gereken değişiklikler ve düzeltmeler yapıldıktan sonra ön anket çalışmasına geçilmiştir. 65 kişi ile ön anket çalışması yapılarak derinlemesine görüşme neticesinde yapılan ifade değişikliklerinin anlaşılıp anlaşılmadığı tekrar test edilmiştir. Ön anket çalışmasından sonra nihai anket formu ile veri ve bilgi toplama sürecine başlanmıştır.

Anket formunda toplam 77 soru yer almaktadır. Araştırmada kullanılan veri ve bilgiler, 24 Nisan-21 Mayıs 2016 tarihleri arasında toplanmıştır. Veri ve bilgiler toplanırken anket formunun hafta içi, hafta sonu, sabah, öğlen ve akşam saatlerinde olacak şekilde belirli aralıklarla tekrarlanarak internet ortamında paylaşılmasına özen gösterilmiştir. Anket formunun linkinin hedef kitleye ulaşabilmesi için, Twitter'da takipçi sayısı yüksek olan kişilerin profil sayfalarında paylaşması ve tavsiye etmesi sağlanmıştır. Ayrıca, hedef kitleye yönelik olarak Facebook ve Instagram'da reklam verilmiştir. Bununla birlikte Twitter ve Facebook sayfalarında, spor ayakkabı markalarının düzenlediği spor etkinliklerine katılan kişilere gönderilmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen veri ve bilgiler, araştırma amaçları doğrultusunda analiz edilmiştir. Araştırma amacı ve modeli temel alınarak oluşturulan hipotezlerinin test edilmesi için IBM SPSS 20 (Statistical Package for Social Sciences) ve LISREL 8.80 istatistik paket programlarından yararlanılmıştır. SPSS 20 paket programı, frekans dağılımları, aritmetik ortalama değerleri, standart sapma değerleri ve ölçeklerin güvenilirlik analizleri için



kullanılmıştır. LISREL 8.80 ise, doğrulayıcı faktör analizi ve yapısal eşitlik modeline ilişkin diğer analizler için kullanılmıştır.

#### 4.BULGULAR

Araştırma kapsamında katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları Tablo 2’de sunulmaktadır.

**Tablo 2:** Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine göre frekans ve yüzde dağılımları (n=554)

Değişken	Frekans	Yüzde	Değişken	Frekans	Yüzde
<b>Cinsiyet</b>			<b>Medeni Durum</b>		
Kadın	296	53%	Bekar	320	58%
Erkek	258	47%	Evli	196	35%
<b>Yaş Grubu</b>			Boşanmış	38	7%
17 yaş ve altı	29	5%	<b>Eğitim Durumu</b>		
18 – 24 yaş	107	19%	İlkokul	3	1%
25 – 31 yaş	131	24%	Ortaokul / İlköğretim	7	1%
32 – 38 yaş	119	22%	Lise	78	14%
39 – 45 yaş	106	19%	Ön Lisans	39	7%
46 – 52 yaş	45	8%	Lisans	278	50%
53 – 59 yaş	13	2%	Yüksek Lisans	128	23%
60 yaş ve üstü	4	1%	Doktora	21	4%
<b>Aylık Gelir</b>			<b>Meslek Grubu</b>		
1,000 TL ve altı	90	16%	Özel Sektör Çalışanı	252	46%
1,001 – 2,000 TL	60	11%	Kamu Kurumu Çalışanı	35	6%
2,001 – 3,000 TL	84	15%	Esnaf / Sanatkar	20	4%
3,001 – 4,000 TL	93	17%	Serbest Meslek	46	8%
4,001 – 5,000 TL	58	11%	Ev Hanımı	13	2%
5,001 – 6,000 TL	45	8%	Öğrenci	132	24%
6,000 TL üstü	124	22%	Emekli	14	3%
			Çalışmıyor	22	4%
			Diğer	20	4%

Tablo 2’de görüldüğü gibi, katılımcıların %53,4’ünü kadınlar, %46,6’sını ise erkekler oluşturmaktadır. Bununla birlikte katılımcıların 25-31 yaş aralığında yoğunlaştığı (%23,6), katılımcıların çoğunun bekar olduğu (%57,8), katılımcıların büyük çoğunluğunun lisans (%50,2) ve lisansüstü (%26,9) mezunu olduğu, katılımcıların aylık gelir itibariyle 6,000 TL’nin altında toplandığı, katılımcıların büyük çoğunluğunun ise özel sektör çalışanı (%45,5) olduğu görülmektedir.

Katılımcıların marka tercihi, kullanım sıklığı ve kullanım süresine ilişkin frekans ve yüzde dağılımları ise Tablo 3'te yer almaktadır:

**Tablo 3:** Katılımcıların marka tercihi, kullanım sıklığı ve kullanım süresine göre frekans ve yüzde dağılımları (n=554)

Değişken	Frekans	Yüzde	Değişken	Frekans	Yüzde
<b>Marka Tercihi</b>			<b>Kullanım Süresi</b>		
Adidas	142	26%	1 yıldan daha az	20	4%
New Balance	134	24%	1 yıl ve üzeri – 2 yıldan daha az	61	11%
Nike	278	50%	2 yıl ve üzeri – 3 yıldan daha az	49	9%
<b>Kullanım Sıklığı</b>			3 yıl ve üzeri – 4 yıldan daha az	38	7%
Her gün	139	25%	4 yıl ve üzeri – 5 yıldan daha az	46	8%
Haftada birden fazla	325	59%	5 yıl ve üzeri	340	61%
Haftada bir	57	10%			
Daha seyrek	33	6%			

Tablo 3'te görüldüğü gibi, katılımcıların en sık kullandıkları markanın ilişkin %50,2 oranla Nike olduğu, katılımcıların büyük çoğunluğunun spor ayakkabılarını hafta birden fazla kez (%58,7) kullandığı ve katılımcıların çoğunun spor ayakkabılarını 5 yıl ve üzeri süre (%61,4) ile kullandıkları görülmektedir.

Yapısal modelin testi gerçekleştirilmeden önce, araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik dereceleri incelenmiştir. Bu ölçeklerin güvenilirlik analizlerinde ise, pazarlama araştırmacıları tarafından en yaygın olarak kullanılan “içsel tutarlılık” yaklaşımı kapsamında, yine en yaygın olarak tercih edilen “alfa katsayısı”, diğer bir ifade ile “Cronbach’s Alfa” tekniğinden yararlanılmıştır. Cronbach’s Alfa, 0’dan 1’e kadar olan aralıkta değer alabilmektedir. Cronbach’s Alfa değerinin .70’den küçük olması, içsel tutarlılığın “yetersiz” olduğuna işaret etmektedir (Hair vd., 2009, s.157). Cronbach’s Alfa değeri için genellikle kabul gören alt sınırın .70 olmasına rağmen, keşfedici araştırmalarda .60 düzeyi de alt sınır olarak kullanılabilir. Bununla birlikte, değişken sayısı 10 veya daha fazla olan ölçeklerde bu alt sınır yükseltmeli (Hair vd., 2014, ss.123-125), Cronbach’s Alfa katsayısı en az .80 olmalıdır (Sarstedt & Mooi, 2014, s.256). Araştırmada kullanılan ölçeklerin alfa katsayıları Tablo 4’te yer almaktadır:

**Tablo 4:** Araştırmada kullanılan ölçeklerin cronbach’s alfa katsayıları

Ölçek	Değişken Sayısı	Cronbach’s Alpha Değeri
Marka Deneyimi	12	.852
Marka Tatmini	6	.846
Marka Sadakati	3	.815
Duygusal Bağlılık	3	.800
Marka Kişiliği	42	.975

Tablo 4'te görüldüğü üzere marka deneyimi ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,852, marka tatmini ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,846, marka sadakati ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,815, duygusal bağlılık ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,800, marka kişiliği ölçeğinin güvenilirlik katsayısı 0,975 olarak bulunmuştur. Değişkenler birlikte değerlendirildiğinde, herhangi bir değişken çıkartılmadan bir bütün olarak ölçüm modelinin güvenilir olduğuna karar verilmiş ve söz konusu yapısal modelin analizinde kullanılmıştır.

Önerilen modelin değerlendirilmesinde ve araştırma modelindeki ilişkilerin analiz edilmesinde Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) kullanılmıştır. Yapısal Eşitlik Modelinde iki aşamalı yaklaşım temel alınmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak modelde yer alan bütün değişkenlerin değerlendirildiği ölçüm modeli oluşturulmuş ve oluşturulan ölçüm modeli doğrulayıcı faktör analizi kullanılarak test edilmiştir. Uygun ölçüm modeli belirlendikten sonra ise, yapısal model oluşturularak yol analizi aracılığıyla modeldeki ilişkiler değerlendirilmiştir.

#### 4.1. Ölçüm Modeli

Bu çalışmada ölçüm modelinin test edilmesinde doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Uygun yapı oluşuncaya kadar analiz tekrarlanmıştır. Ölçüm modelinin doğrulayıcı faktör analizini temel alarak değerlendirilmesinde; her bir örtük değişkeni temsil eden maddelere ait olan faktör yükü değerlerine ilişkin alt sınırın 0,50 olmasına (Hair vd., 2014, s.618), örtük değişkenler arasındaki korelasyon değerlerinin 0.90 ve üzerinde olmamasına (Kline, 2015, s.116) ve model uyum indekslerinin Tablo 5'te belirtilen sınırlar arasında kalmasına karar verilmiştir (Hair vd., 2014, s.630; Schermelleh-Engel, Moosbrugger & Müller, 2003, s.52).

**Tablo 5:** Standart model uyum indeksleri

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri
$\chi^2/sd$	$\chi^2/sd < 2$	$2 < \chi^2/sd < 5$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NFI < 0.95$
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1.00$	$0.95 \leq CFI < 0.97$
SRMR	$0 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 < SRMR \leq 0.10$

Ölçüm modelinin geçerliliğini ve güvenilirliğini ölçmek için ayrıricı geçerlilik ve uyum geçerliliği analizleri hesaplanmıştır. Yapı güvenilirliği (CR) ve ortalama açıklanan varyans (AVE) değerleri uyum geçerliliği ölçümü içinde alt kriter olarak hesaplanmış olup geçerlilik ve güvenilirlik bakımından bütün örtük değişkenlerin doğrulanmasında kullanılmıştır. Ölçüm modelinin uyum geçerliliği için yapı güvenilirliği (CR) alt sınırı 0.70, ortalama açıklanan varyans (AVE) alt sınırı ise 0.50 ve üstü şeklinde belirlenmiştir (Fornell & Larcker, 1981, ss.39-50).

Bu çalışmanın önerilen yapısal modelini değerlendirmeden önce ölçüm modeli oluşturulmuş ve ölçüm modeline marka kişiliği ve marka deneyimi örtük değişkenlerinin alt boyutları içerisinde yer alan ifadelerin ortalamaları alınarak her bir alt boyut, örtük değişkenin gözlenen değişkeni olarak dahil edilmiştir. Marka tatmini, marka sadakati ve duygusal bağlılık örtük değişkenleri ise, üçer gözlenen değişken ile modele dahil edilmiştir. Söz konusu ölçüm modeli, LISREL yazılım programı kullanılarak sınanmıştır.

Elde edilen ölçüm modelinde TAT2 değişkenin standartlaştırılmış yük değerinin 0,45 ve BAG1 değişkenin standartlaştırılmış yük değerinin 0,49 olduğu tespit edilmiş, bu nedenle söz konusu değişkenlerin model uyumunu bozduğu için bu değişkenlerin analiz dışında bırakılmasına karar verilmiştir. Model uyumunu bozan TAT2 ve BAG1 değişkenleri analiz dışında bırakıldıktan sonra ise, LISREL yazılım programı kullanılarak yapısal eşitlik modellemesinde kullanılan ölçüm modeli tekrar sınanmıştır. Ölçüm modeli sonucunda her bir örtük değişkene ve örtük değişkeni ölçen gözlenen değişkenlere ait elde edilen sonuçlar Tablo 6'da yer almaktadır:

**Tablo 6:** Ölçüm modeli analizi sonucunda elde edilen faktör yükü, hata varyansı ve yapı güvenilirliği değerleri

Değişken	Faktör	Standartlaştırılmış Yükler	Hata Varyansı	Yapı Güvenilirliği (CR)
Marka Tatmini	TAT1	0,82	0,33	<b>0,80</b>
	TAT3	0,81	0,34	
Marka Sadakati	SAD1	0,82	0,33	<b>0,82</b>
	SAD2	0,75	0,43	
	SAD3	0,74	0,45	
Duygusal Bağlılık	BAG2	0,89	0,21	<b>0,88</b>
	BAG3	0,88	0,23	
Marka Deneyimi	DUY	0,57	0,68	<b>0,80</b>
	DAV	0,60	0,64	
	DYG	0,85	0,29	
	DUS	0,79	0,38	
Marka Kişiliği	HY	0,92	0,15	<b>0,93</b>
	UZ	0,89	0,21	
	SF	0,84	0,30	
	SG	0,78	0,40	
	SM	0,86	0,26	

Tablo 6'da yer alan değerler incelendiğinde, standartlaştırılmış faktör yüklerinin örtük değişkenler için 0,50'in üzerinde olduğu ve gözlenen değişkenlerin örtük değişkenleri

açıklama oranlarının kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte yapı güvenilirliği değerleri, alt sınır olan 0.70'in üzerindedir.

Değişkenler arasındaki korelasyon ilişkilerini gösteren korelasyon matrisine ilişkin sonuçlar Tablo 7'de yer almaktadır:

**Tablo 7:** AVE değerleri ve korelasyon matrisi

Değişken	AVE	Marka Sadakati	Duygusal Bağlılık	Marka Tatmini	Marka Kişiliği	Marka Deneyimi
Marka Sadakati	0,59	<b>0,77</b>				
Duygusal Bağlılık	0,78	0,81	<b>0,88</b>			
Marka Tatmini	0,66	0,62	0,47	<b>0,81</b>		
Marka Kişiliği	0,74	0,61	0,61	0,65	<b>0,86</b>	
Marka Deneyimi	0,51	0,64	0,71	0,56	0,66	<b>0,71</b>

*Not: Korelasyon matrisinin köşegenlerinde yer alan değerler, ilgili değişkenin AVE değerinin karekökünü temsil etmektedir.*

Ölçüm modelinde yer alan örtük değişkenler arasındaki korelasyonlarını gösteren korelasyon matrisi incelendiğinde, örtük değişkenler arasında yüksek korelasyon olmadığı görülmüştür. Bununla birlikte AVE değerlerinin de kabul edilebilir değerin (>0.50) üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca ayırıcı geçerlilik için AVE değerlerinin kareköklerini gösteren değerler ile değişkenler arasındaki korelasyonlar karşılaştırılmış ve ölçüm modelinin genel olarak ayırıcı geçerliliğinin sağlandığı görülmüştür. Bu çerçevede ölçüm modelindeki yapının içsel olarak uygun olduğu ve herhangi bir değişken çıkarma işlemi yapılmasına gerek olmadığına karar verilmiştir.

Ölçüm modelinin uyumunun değerlendirilmesinde literatürde en yaygın olarak kullanılan uyum değerleri olan  $\chi^2/sd$ , RMSEA (Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü), NFI (Normlaştırılmış Uyum İndeksi), CFI (Karşılaştırmalı Uyum İndeksi) ve SRMR (Standartize Edilmiş Artık Ortalamaların Karekökü) kullanılmıştır. Ölçüm modeline ilişkin standart uyum ölçütleri ile hesaplanan uyum değerleri Tablo 8'de yer almaktadır:

**Tablo 8:** Ölçüm modelinin uyum değerleri ve standart uyum değerleri

Uyum Ölçüleri	İyi Uyum Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri	Ulaşılan Uyum Değerleri	Uyum Durumu
$\chi^2/sd$ (94)	$\chi^2/sd < 2$	$2 < \chi^2/sd < 5$	3,64	Kabul Edilebilir
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 < RMSEA \leq 0.08$	0,069	Kabul Edilebilir
NFI	$0.95 \leq NFI \leq 1.00$	$0.90 \leq NFI < 0.95$	0,98	İyi Uyum
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1.00$	$0.95 \leq CFI < 0.97$	0,98	İyi Uyum
SRMR	$0 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 < SRMR \leq 0.10$	0,043	İyi Uyum

Tablo 8'de yer alan ölçüm modelinin uyum değerleri ile standart uyum değerleri karşılaştırıldığında, modelin iyi seviyede uyum gösterdiği görülmüştür. Dolayısıyla bu nihai

modelin ölçüm modeli olarak kabul edilmesine ve yapısal modelin bu ölçüm modeline göre oluşturulmasına karar verilmiştir.

#### 4.2.Yapısal Model

Ölçüm modeli oluşturulduktan ve doğrulandıktan sonraki aşamada yapısal modelin oluşturulması ve analiz edilmesi aşamasına geçilmiştir. Nihai ölçüm modelini esas alan ve çalışmanın amacını gösteren yapısal model, yol analizi (PA) kullanılarak hesaplanmıştır. Standartlaştırılmış yol katsayıları, %95 güven seviyesinde istatistiki olarak anlamlı olan t değerlerini içeren örtük değişkenler arasındaki ilişkiden elde edilmiştir. Elde edilen nihai modelde yer alan yapısal ilişkiler, bu ilişkilere ait standartlaştırılmış etki büyüklükleri ve t değerleri Tablo 9'da yer almaktadır:

**Tablo 9:** Nihai yapısal modelden elde edilen yapısal ilişkilere ait sonuçlar

Hipotez	Yapısal İlişki	Standartlaştırılmış Etki ( $\beta$ )	t-değeri	Hipotez Testi Sonucu
H <sub>1-b</sub>	Marka Deneyimi → Marka Kişiliği	0,66	15,10	Desteklendi
H <sub>1-c</sub>	Marka Deneyimi → Duygusal Bağlılık	0,54	9,57	Desteklendi
H <sub>1-d</sub>	Marka Deneyimi → Marka Tatmini	0,23	3,77	Desteklendi
H <sub>1-e</sub>	Duygusal Bağlılık → Marka Sadakati	0,67	14,26	Desteklendi
H <sub>1-f</sub>	Marka Tatmini → Marka Sadakati	0,30	6,81	Desteklendi
H <sub>1-g</sub>	Marka Kişiliği → Marka Tatmini	0,51	8,56	Desteklendi
H <sub>1-h</sub>	Marka Kişiliği → Duygusal Bağlılık	0,26	5,06	Desteklendi
H <sub>1-i</sub>	Marka Kişiliği → Marka Sadakati	0,00	-0,01	Desteklenmedi

**Model Uyum İndeksi:**  $\chi^2(96) = 342.99$ ,  $p < 0.001$ ;  $\chi^2/sd(96) = 3.573$ ;  $RMSEA = 0.068$ ;  $NFI = 0.98$ ;  $CFI = 0.98$ ;  $SRMR = 0.043$

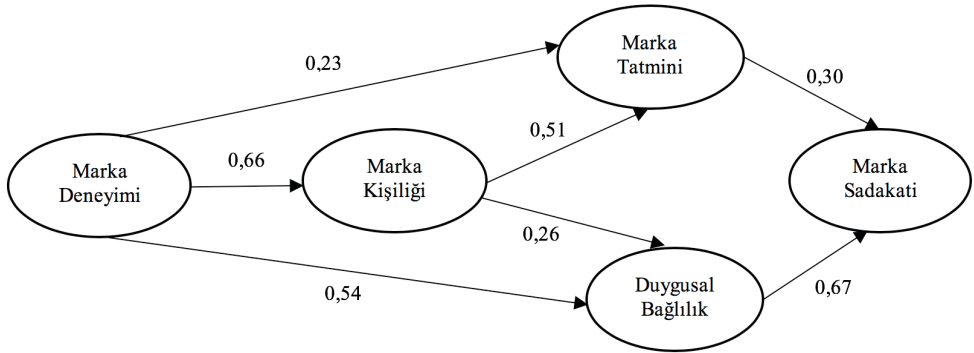
Tablo 9'da görülmekte olan nihai modeldeki yapısal ilişkiler incelendiğinde, t-değerlerinin %95 güven seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. t-değerleri  $\pm 1.96$  sınırından büyük olduğu için hipotezlerin sonucu kabul edilmektedir. Yapısal modelin uyum değerleri ile standart uyum değerleri karşılaştırıldığında, modelin iyi seviyede uyum gösterdiği görülmüştür. LISREL tarafından sunulan düzeltme önerileri incelendiğinde ise, uyum değerlerine önemli bir katkısı olan düzeltme önerisi bulunmadığı değerlendirilmiştir. Dolayısıyla bu nihai modelin yapısal model olarak kabul edilmesine karar verilmiştir.

Elde edilen yapısal modelde bulunan yapısal eşitliklerin yorumlanması gerekmektedir. Yapısal modelin sunduğu yapısal eşitlikler, açıklanan varyansları ile birlikte Tablo 10'da yer almaktadır.

**Tablo 10:** Nihai yapısal modelden elde edilen yapısal eşitlikler, açıklayan değişkenler ve varyans açıklama oranları

Yapısal Eşitlikler	Model Kapsamında Açıklayan Değişkenler	R <sup>2</sup> (Açıklanan Varyans)
Marka Sadakati	Duygusal Bağlılık (0.67) Marka Tatmini (0.30)	0,73
Duygusal Bağlılık	Marka Kişiliği (0.26) Marka Deneyimi (0.54)	0,54
Marka Tatmini	Marka Kişiliği (0.51) Marka Deneyimi (0.23)	0,46
Marka Kişiliği	Marka Deneyimi (0.66)	0,43

Yapısal eşitlik modellemesinde, örtük değişkenler arasındaki ilişkilerin düzeylerini gösteren yol katsayılarını kullanılarak ilişkilerin/etkilerin büyüklüğünün yorumlanması gerekmektedir. Standartlaştırılmış etki büyüklükleri ( $\beta$  değerleri), modelde yer alan anlamlı ilişkilerin gücünü ifade etmekte olup 0 ile 1 arasında değerler almaktadır. Standartlaştırılmış doğrudan etkilerin yorumlanmasında, Kline'nın (2015) belirtmiş olduğu kritik değerler dikkate alınmıştır. Buna göre, değerlerin 0.10'dan küçük olması küçük düzeyde bir etkiye; değerlerin 0.30 civarında olması orta düzeyde bir etkiye; değerlerin 0.50'den yüksek olması ise yüksek düzeyde bir etkiye işaret etmektedir. (Kline, 2015, s.185; Özkan & Tolon, 2015, ss.44-45) Sonuç olarak elde edilen nihai yapısal model Şekil 2'de sunulmaktadır:

**Şekil 2:** Nihai yapısal model

## 5.SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışma kapsamında spor ayakkabı markalarını kullanan tüketiciler üzerine bir araştırma yapılmış olup marka kişiliğinin ve marka sadakatinin oluşumunda deneyimsel pazarlamanın rolü incelenmiştir. Bu etkilerin analizi için yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır.

Yapılan analizler neticesinde, marka deneyiminin marka kişiliğini olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Literatür incelendiğinde, Brakus ve diğerlerinin (2009) daha önce

yaptıkları araştırma sonucunda, marka deneyiminin marka kişiliğini etkilediğine ilişkin elde ettiği bulgunun araştırmamızı desteklediği görülmektedir. Bu doğrultuda, pazarlama yöneticilerinin marka deneyimi stratejilerini oluştururken belirlenmiş olan marka kişilik özelliklerini temel almaları önerilmektedir. Tüketicilerin yaşadığı deneyimlerin markanın kişilik özellikleriyle uyumlu olması, kişilik özelliklerinin akılda kalıcı olmasına ve markanın rakiplerinden farklı bir konumda algılanmasına yardımcı olacağı değerlendirilmektedir. Örneğin bir markanın kişilik özelliği heyecanlı olarak belirlenmişse ve marka deneyimi yaratmak için kullanılan pazarlama iletişimi çalışmalarında da heyecanlı kişilik özelliği sıklıkla vurgulanırsa, bu kişilik özelliği tüketicilerin zihninde zaman içinde kalıcı hale gelecektir.

Çalışmada marka deneyiminin duygusal bağlılık üzerinde olumlu yönde bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu tüketicilerin zaman içinde yaşadığı marka deneyimlerinin, markaya duygusal olarak bağlanmalarında etkili olduğunu göstermektedir. Literatürde daha önce yapılmış olan çalışmalar incelendiğinde, Iglesias ve arkadaşlarının (2011) yapmış olduğu araştırmada, marka deneyiminin duygusal bağlılığa etkisi olduğu sonucuna ulaştıkları görülmektedir. Dolayısıyla bu sonuç araştırmamızı destekler niteliktedir. Tüketicilerin markalarına duygusal olarak bağlanmalarını amaçlayan pazarlama yöneticilerinin, tüketicilerin duygularını olumlu yönde etkileyebilecek bütünsel, yaratıcı ve akılda kalıcı deneyimler oluşturmaya odaklanmaları önerilmektedir. Tüketiciler olumlu duygular hissetmelerine neden olan sıra dışı deneyimler yaşadıkça, markalara duygusal olarak bağlılıkları artacaktır ve rakip markaların pazarlama çalışmalarına karşı daha az duyarlı hale geleceklerdir. Ayrıca tüketicilerin kendilerini marka ile özdeşleştirmelerine, markaya hem tutumsal hem de davranışsal olarak sadık hale gelmelerine, daha az fiyat hassasiyeti göstererek daha fazla ödemeye istekli olmalarına yardımcı olacaktır.

Marka deneyiminin marka tatmini üzerinde de olumlu yönde etkisi olduğu bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, tüketicilerin yaşadıkları marka deneyimlerine ilişkin algılarının markadan tatmin olmalarına sebep olabileceği görülmektedir. Bu sonuç Brakus ve arkadaşlarının (2009) araştırmalarında ulaştıkları marka deneyiminin marka tatminini etkilediğine ilişkin bulguyu desteklemektedir. İlgi çekici ve hatırlanabilir marka deneyimleri oluşturmak zaman içinde tüketicilerin uzun süreli hafızalarına olumlu duygular yerleşmesine ve tüketicilerin ürün ve hizmetlerden daha fazla tatmin olup markaya sadık olmalarına katkıda bulunmaktadır.

Duygusal bağlılığın marka sadakatini olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Diğer bir ifadeyle, tüketicilerin markaya duygusal olarak bağlılıkları yüksek düzeydeyse, marka sadakat düzeyleri de yüksek olacaktır. Bu sonuç Iglesias ve diğerlerinin (2011) daha önce yaptıkları araştırma kapsamında, duygusal bağlılığın marka sadakatini etkilediğine ilişkin ulaştıkları sonucu desteklemektedir. Diğer yandan, marka tatmininin marka sadakatini olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Başka bir ifadeyle, tüketicilerin markadan tatmin olma düzeyleri yüksek ise, sadakat düzeyleri de yüksek olacaktır. Bu bulguya ek olarak marka kişiliğinin marka tatmini üzerinde olumlu yönde bir etkisi olduğu bulunmuştur. Elde edilen bu



bulgular, Brakus ve diğerlerinin (2009) önceki yıllarda yaptıkları çalışmalarında ulaştıkları sonuçları desteklemektedir. Marka kişiliğinin marka sadakati üzerinde etkisi incelendiğinde ise, bu yönde bir etki bulunmamıştır.

Marka kişiliğinin duygusal bağlılık üzerinde olumlu yönde etkisi olduğu bulunmuştur. Bu bulgu, literatürde daha önce Louis ve Lombart (2010) tarafından yapılmış olan araştırma kapsamında, marka kişiliğinin duygusal bağlılığı etkilediğine ilişkin elde edilen bulguyu destekleyici niteliktedir. Marka kişiliği tüketicilerin markalarla duygusal açıdan bağlılık geliştirmesinde önemli bir etkidir. Günümüzde tüketiciler duygusal açıdan ve kişilik özellikleri bakımından kendilerine yakın buldukları markaları tercih etme eğilimindedir. Dolayısıyla elde edilen bu bulgu, işletmelerin marka kişiliği stratejileri geliştirirken duygusal bağlılığa da önem vermeleri gerektiğini göstermektedir. Çünkü duygusal bağlılığın tüketicilerin tutumsal sadakat geliştirmesine de katkı sağlayabileceği değerlendirilmektedir.

Dolayısıyla bu değişkenlere bağlı olarak oluşturulan yapısal eşitlik modelinin literatürdeki bulguları temsil ettiği ve sonraki çalışmalarda kullanılmak üzere literatüre katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Bu modelin literatürde farklı çalışmalarda yeni değişkenler de eklenecek kullanılması ve pazarlama yöneticilerinin pazarlama stratejilerine yönelik karar alırken bu modeldeki değişkenlerin etkilerini dikkate almalarının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Gerçekleştirilen bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Bu çalışma tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle gelecek çalışmalarda tesadüfi yöntemlerin kullanılması elde edilen bulguların geçerliliği ve güvenilirliği açısından önemli olacaktır. Ayrıca araştırmanın İstanbul dışında kalan illeri de kapsayacak şekilde tekrar edilmesi örneklemin genişlemesine ve araştırma bulgularının genellenebilir olmasına katkı sağlayacaktır. Bu çalışma araştırma modelinde yer alan sınırlı sayıda değişken üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle araştırma modelinde yer alan değişkenlerin öncülleri veya sonuçları açısından farklı olguları açıklayan değişkenlerle desteklenmesi, bu çalışma bulgularının genişletilebilmesi açısından önemli olacaktır. Ayrıca kullanılan ölçeklerin farklı ölçeklerle değiştirilerek çalışmanın tekrar edilmesi önerilmektedir.

Diğer yandan, çalışmada ürün kategorisi olarak spor ayakkabı kategorisi tercih edilmiştir. Bu kapsamda elde edilen bulguların bu ürün kategorisine bağlı olarak bulunmuş olabileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Dolayısıyla farklı sektörlerin veya farklı markaların da bir değerlendirme kriteri olarak eklenmesi ve elde edilen bulguların bu çalışmada yer alan bulgularla karşılaştırılması yararlı olacaktır. Bununla birlikte, geleneksel ve online markalar arasında bir karşılaştırma yapılmasının da yararlı olabileceği değerlendirilmektedir. Bu çalışmanın sembolik ve duygusal tüketimin ön planda olduğu farklı sektörlerde de tekrar edilebileceği düşünülmektedir. Örneğin bu çalışmanın duygusal bağlılığın önemli olduğu lüks giyim sektörüne adapte edilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. Bu yönde araştırma modelinde yer alan değişkenlere marka itibarı, algılanan marka değeri, marka prestiji, ayırt

edicilik, daha fazla ödemeye isteklilik gibi tüketicilerin duygusal ve psikolojik özelliklerini temsil eden değişkenler eklenmesi önerilmektedir.

### **Kaynakça**

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, (34)3, 347-356.
- Aaker, A. (2014). *Güçlü Markalar Yaratmak*. 4. Baskı. İstanbul: Media Cat Kitapları.
- Allen, N. J. & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Alt, M. & Griggs, S. (1988). Can a brand be cheeky?. *Marketing Intelligence & Planning*, 6(4), 9-16.
- Arnould, E. J. & Price, L. L. (1993). River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter. *Journal of Consumer Research*, 20(1), 24-45.
- Azoulay, A. & Kapferer, J. N. (2003). Do brand personality scales really measure brand personality?. *Journal of Brand Management*, 11(2), 143-155.
- Batra, R., Lehmann, D. R. & Singh, D. (1993). The brand personality component of brand goodwill: Some antecedents and consequences. In D. A. Aaker & A. Biel (Eds.), *Brand Equity and Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands*, New York: Psychology Press, 83-96.
- Blackston, M. (1995). The qualitative dimension of brand equity. *Journal of Advertising Research*, 35(4), 2-7.
- Bowen, J. T. & Chen, S. L. (2001). The relationship between customer loyalty and customer satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), 213-217.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H. & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: What is it? How is it measured? Does it affect loyalty?. *Journal of Marketing*, 73(3), 52-68.
- Chang, P. & Chieng, M. (2006). Building consumer-brand relationship: A cross-cultural experiential view. *Psychology & Marketing*, 23(11), 927-959.
- Chaudhuri, A. & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.
- Cossío-Silva, F. J., Revilla-Camacho, M. A., Vega-Vázquez, M. & Palacios-Florencio, B. (2016). Value co-creation and customer loyalty. *Journal of Business Research*, 69(5), 1621-1625.
- Davis, R., Buchanan-Oliver, M. & Brodie, R. J. (2000). Retail service branding in electronic-commerce environments. *Journal of Service Research*, 3(2), 178-186.
- Day, George S. (1969). A two dimensional concept of brand loyalty. *Journal of Advertising Research*, 9(3), 29-35.

- Dick, A. S. & Basu, K. (1994). Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework. *Journal of The Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.
- Evanschitzky, H., Iyer, G. R., Plassmann, H., Niessing, J. & Meffert, H. (2006). The relative strength of affective commitment in securing loyalty in service relationships. *Journal of Business Research*, 59(12), 1207-1213.
- Ferrandi, J. M. & Valette-Florence, P. (2002). Premiers test et validation de la transposition d'une échelle de personnalité humaine aux marques. *Recherche et Applications en Marketing*, 17(3), 21-40.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Fullerton, G. (2003). When does commitment lead to loyalty?. *Journal of Service Research*, 5(4), 333-344.
- Gegez, E. (2010). *Pazarlama Araştırmaları*. 3. Baskı. İstanbul: Beta.
- Gordon, W. (1996). Accessing the brand through research. In D. Cowley (Ed.), *Understanding Brands*, London: Kogan Page, 33-56.
- Gruen, T. W., Summers, J. O. & Acito, F. (2000). Relationship marketing activities, commitment and membership behaviors in professional associations. *Journal of Marketing*, 64(3), 34-49.
- Hankinson, G. & Cowking, P. (1993). *Branding in Action: Cases and Strategies for Profitable Brand Management*. Londra: McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Wolfinger, M., Bush, R. & Ortinau, D. (2009). *Essentials of Marketing Research*. New York: McGraw Hill.
- Hair, J. F., William, C. B., Babin, B.J. & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. Essex: Pearson Education Limited.
- Holbrook, M. B. (2000). The millennial consumer in the texts of our times: Experience and entertainment. *Journal of Macromarketing*, 20(2), 178-192.
- Holbrook, M. B. & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings and fun. *Journal of Consumer Research*, 9, 132-140.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J. & Pieters, R. (2012). *Customer Behavior*. 6th Edition. Mason: South-Western.
- Iglesias, O., Singh, J. J. & Batista-Foguet, J. M. (2011). The role of brand experience and affective commitment in determining brand loyalty. *Journal of Brand Management*, 18(8), 570-582.
- Jacoby, J. & Chestnut, R. W. (1978). *Brand Loyalty: Measurement and Management*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Jackson, D. L. (2003). Revisiting sample size and number of parameter estimates: Some support for the n:q hypothesis. *Structural Equation Modeling*, 10(1), 128-141.

- Kaya, İ. (2009). *Pazarlama Bi'tanedir*. 4. Dijital Baskı. İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı.
- Keller, K. L. (2003). Understanding brands, branding and brand equity. *Interactive Marketing*, 5(1), 7-20.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Global Edition*. 4th Edition. New York: Pearson Education Inc.
- King, S. (1973). *Developing New Brands*. London: Pitman.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. Fourth Edition. New York: Guilford Publications.
- Kotler, P. & Pfoertsch, W. (2010). *Ingredient Branding: Making The Invisible Visible*. Berlin: Springer Science & Business Media.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. 14th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kumar, V., Pozza, I. D. & Ganesh, J. (2013). Revisiting the satisfaction-loyalty relationship: Empirical generalizations and directions for future research. *Journal of Retailing*, 89(3), 246-262.
- Kurşunluoğlu, E. (2011). Customer service effects on customer satisfaction and customer loyalty: A field research in shopping centers in Izmir City-Turkey. *International Journal of Business and Social Science*, 2(17), 52-59.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Lamb, C., Hair, J. F. & McDaniel, C. (2012). *Marketing*. Second Edition. Toronto: Nelson Education.
- Louis, D. & Lombart, C. (2010). Impact of brand personality on three major relational consequences (trust, attachment, and commitment to the brand). *Journal of Product & Brand Management*, 19(2), 114-130.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. Global Sixth Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Noel, H. (2009). *Basics Marketing 01: Consumer Behaviour*. Lozan: AVA Publishing.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer*. Second Edition. New York: Routledge.
- Özkan, E. (2013). İnternette kullanıcıların oluşturduğu içeriklerin bilgi yükü ve tüketici kafa karışıklığı açısından incelenmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Özkan, E. & Tolon, M. (2015). The effects of information overload on consumer confusion: An examination on user generated content. *Bogazici Journal*, 29(1), 27-51.

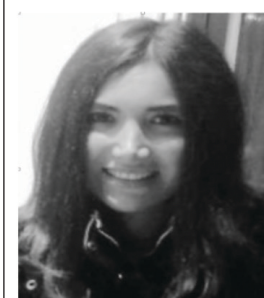
- Padgett, D. & Allen, D. (1997). Communicating experiences: A narrative approach to creating service brand image. *Journal of Advertising*, 26(4), 49-62.
- Park, C. W. & MacInnis, D. J. (2006). What's in and what's out: Questions on the boundaries of the attitude construct. *Journal of Consumer Research*, 33(1), 16-18.
- Park, C. W., MacInnis, D. J. & Priester, J. (2008). Brand attachment: Constructs, consequences, and causes. *Foundations and Trends In Marketing*, 1(3), 191-230.
- Patterson, M. (1999). Re-appraising the concept of brand image. *Journal of Brand Management*, 6(6), 409-426.
- Pine, J. B. & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>. (Erişim Tarihi: 17.03.2016).
- Pine, J. B. & Gilmore, J. H. (2012). *Deneyim Ekonomisi*. (Cinemre, L., Çev.) İstanbul: Optimist.
- Poulsson, S.H.G. & Kale, S.H. (2004). The experience economy and commercial experiences. *The Marketing Review*, 4(3), 267-277.
- Ramaseshan, B. & Stein, A. (2014). Connecting the dots between brand experience and brand loyalty: The mediating role of brand personality and brand relationships. *Journal of Brand Management*, 21(7-8), 664-683.
- Restall, C. & Gordon, W. (1993). Brands-the missing link: Understanding the emotional relationship. *Marketing and Research Today*, 21(2), 59-59.
- Sarstedt, M. & Mooi, E. (2014). *A Concise Guide to Market Research: The Process, Data And Methods Using IBM SPSS Statistics*. Second Edition. Berlin: Springer.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness of fit measures. *Methods of Psychological Research Online*, 8(2), 23-74.
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67.
- Schmitt, B. H. (2010). Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. *Foundations and Trends in Marketing*, 5(2), 55-112.
- Schmitt, B. H. & Zarantonello, L. (2013). Consumer experience and experiential marketing: A critical review. *Review of Marketing Research*, 10, 25-61
- Schmitt, B. H., Brakus, J. & Zarantonello, L. (2014). The current state and future of brand experience. *Journal of Brand Management*, 21(9), 727-733.
- Swaminathan, V., Stille, K. M. & Ahluwalia, R. (2008). When brand personality matters: The moderating role of attachment styles. *Journal of Consumer Research*, 35(6), 985-1002.
- Tam, L., Wood, W. & Ji, M. F. (2009). Brand loyalty is not habitual. In D. J. MacInnis, C. W. Park & J. R. Priester (Eds.), *Handbook of Brand Relationships*. Armonk: M.E. Sharpe Inc, 43-62.

- Tennant, A. (1994). Creating brand power. In P. Stobart (Ed.), *Brand Power*. London: Springer, 33-52.
- Triplett, T. (1994). Brand personality must be managed or it will assume a life of its own. *Marketing News*, 28(10), 9-9.
- Türk Dil Kurumu. Güncel Türkçe Sözlük. [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c49c30d925.537.95831530](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c49c30d925.537.95831530). (Erişim Tarihi: 24.01.2019).
- Türk Dil Kurumu. Bilim ve Sanat Terimleri Ana Sözlüğü. [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bilimsanat&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c49c3f6dcb119.009.11343](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bilimsanat&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5c49c3f6dcb119.009.11343). (Erişim Tarihi: 24.01.2019)
- Upshaw, L. B. (1995). *Building Brand Identity: A Strategy for Success In A Hostile Marketplace*. New York: John Wiley & Sons.
- Yoo, B. & Donthu, N. (2001). Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale. *Journal of Business Research*, 52(1), 1-14.
- You-Ming, C. (2010). Study on the impacts of experiential marketing and customers, satisfaction based on relationship quality. *International Journal Of Organizational Innovation*, 3(1), 189-209.
- Yuan, Y. H. E. & Wu, C. K. (2008). Relationships among experiential marketing, experiential value and customer satisfaction. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(3), 387-410.



**Ahmet ŞEKERKAYA** - draseker@istanbul.edu.tr

He obtained both his M.Sc degree in Marketing and Marketing Research and his Ph.D degree in Marketing and Marketing Research from İstanbul University. He made researches at Brock University, Ontario, Canada; San Francisco State University, California, USA; HAN University, The Netherlands such as visiting scholar. His interest areas are Marketing, Marketing Research, Marketing Management, Advertisement Management, Services Marketing, Professional Selling. He has been teaching Marketing at Galatasaray University MBA program for many years. Prof. Dr. Sekerkaya has long-term private sector experience in different sectors and top management positions. He is currently the Head of Marketing Department of the Faculty of Business at İstanbul University.



**Gülçin ERDOĞAN** - gulcinerdogan@gmail.com

She obtained her M.Sc. degree in Strategic Brand Management from Marmara University. In addition, she received her second M.Sc. degree in Marketing from İstanbul University. Currently she is a Ph.D. student in Marketing at İstanbul University Institute of Social Sciences. Her main research interests are consumer experience, consumer behavior, consumer decision making process, consumer psychology, cultural and creative industries.

## İŞE ORYANTASYON SÜRECİNDE YAŞANAN SORUNLAR: KUŞADASI A GRUBU SEYAHAT ACENTALARI ÖRNEĞİ\*

### PROBLEMS ON THE ORIENTATION PROCESS: A RESEARCH ON A GRADE TRAVEL AGENCIES IN KUSADASI

Hakan ATAY\*\*

Ülker ÇOLAKOĞLU\*\*\*

#### Öz

İşe uyum süreci, yeni işgörenin örgütü tanınması, iş süreçlerini anlaması ve diğer çalışma arkadaşları ile iyi ilişkiler kurabilmesi açısından son derece önemli bir süreçtir. Bu sürecin başarısı, işgörenin örgütü benimsemesini sağlamakta ve uzun süreli bir kariyer için işletmeyi cazip kılmaktadır. Ayrıca turizm endüstrisi gibi işgücü devir hızının yüksek olduğu alanlarda bu sorunun çözümü açısından işe alıştırma eğitimi kritik öneme sahip bir olgudur. Bu araştırmanın amacı, A grubu seyahat acentalarında işe yeni başlayan çalışanların duygusal oryantasyon sürecinde ne gibi sorunlarla karşılaştıklarını ortaya koymaktır. Araştırmanın kişisel konusu göz önüne alınarak nitel günlük araştırması yaklaşımı tercih edilmiştir. Araştırma Kuşadası'nda faaliyet gösteren A grubu seyahat acentalarında gerçekleştirilmiştir. Katılımcılar Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'nun Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği bölümü öğrencileri arasından seçilmiştir. Araştırma evreni daha önceden turizm sektöründe hiç çalışmamış 190 kişiden oluşmaktadır. 190 kişiden 110 kişi çalışma için gönüllü olmuştur. Gönüllü katılımcılar arasında bir seyahat acentasında iş bulup çalışanlar toplam 36 kişidir. Veriler, gönüllülük esasıyla 36 katılımcıdan günlük tekniği kullanılarak toplanmış ve içerik analizine tabi tutulmuştur. Elde edilen bulgular bireyler arası ilişkiler, örgütsel işleyiş, örgüt

\* Makalenin Gönderim Tarihi (Received): 27.11.2018; Makalenin Kabul Tarihi (Accepted): 26.03.2019  
Bu çalışma Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde tamamlanmış olan doktora tezinden üretilmiştir.

\*\* Adnan Menderes Üniversitesi, Seyahat İşletmeciliği Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-4080-8250

\*\*\* Adnan Menderes Üniversitesi, Konaklama İşletmeciliği Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-1265-3319



çevresi ve bireysel eksiklikler olarak tanımlanan dört boyut altında yer alan farklı tema başlıkları altında gruplandırılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Oryantasyon Süreci, Günlük Tekniği, İçerik Analizi, Seyahat Acentaları

**JEL Kodları:** J24

### **Abstract**

The process of orientation to work is a very important process for the new employee to recognize the organization, to understand the business processes and to establish good relations with other colleagues. The success of this process makes the employee adopt the organization and makes the business attractive for a long-term career. In addition, it is a critical phenomenon in the areas where the labor force turnover is high, such as the tourism industry. As far as the education sector is concerned, research shows that most of the students who have received university-level tourism education do not include the tourism sector in their career goals after graduation. Therefore, it is very important to identify the problems experienced in the adaptation process, hence to produce solutions. Although the process of orientation to work has been investigated in different research areas, it has been examined in terms of accommodation enterprises in tourism sector. There has been little research on the orientation process of employees working in travel companies. Therefore, the process of orientation to work should be handled by taking into consideration the special conditions of the employees working in travel agencies and the problems of adaptation to work related to travel agencies should be determined. In this way, managers can foresee the problems of employees and take necessary measures to eliminate these problems. Employees who aim to make a career in travel agencies can also anticipate potential problems that may arise during the orientation process and have the chance to start their career with more realistic expectations. The basic aim of this study is to determine which problems face employees who work first time at A grade travel agencies in Kuşadası. Participants have never worked in a tourism business before, so they do not have any experience with the travel agency business, they just have expectations. In this way, the gap between the realities and expectations of the employees facing the realities of the tourism sector can be understood during the orientation process. In this way, the emotional reactions of employees can be determined. Qualitative diary research approach was preferred considering the exploratory issue of the study. The qualitative diary research is an effective tool that allows us to understand how the subject or the participant is changing in a particular process. It is a very successful technique for entering special areas where data collection techniques such as observations, interviews and questionnaires may be insufficient to reach. A diary writer also sees the diary as a means of emotional cleansing at the end of a busy working day. Due to the high level of trust that is established between the researcher and the participant, the diary writer can log his deepest feelings and thoughts. This research conducted at A grade travel agencies in Kuşadası. Participants chosed from students who graduate from Adnan Menderes University, Tourism and Hotel Management Higher School, Department of Tourism Guideness. The universe of research consists of 190 people who have never worked in the tourism sector before. 110 out of 190 people volunteered for the study. Among the volunteer participants, a total of 36 employees are employed in a travel agency. Data collected from 36 participants by using research diaries and analyzed by content analysis technique. In the content analysis process, the data is divided into three categories as perceptual, mirrored and descriptive data. Perceptual



data refer to participants' prejudices and stereotypes about the research area. Reflected data consists of off-the-job experiences that are not related to the research question. Since the reflected data contains the spontaneous thoughts of the participant, it can contribute to the answer to the research question. Finally, descriptive data constitute the data set containing the answer to the research question. The definition of the research question is derived from descriptive data. Findings coded in different themes and categorised in four different dimensions. These four themes were defined as interpersonal relations, organizational functioning, organizational environment and individual deficiencies. In addition, it was determined during the orientation period that the participants decided to quit and when they left the job. However, the thoughts of the participants under extreme pressure were analyzed under the title of emotional explosions. It is also stated that what makes an employee happy for the first time in a travel agency. In addition, each participant was asked to write one positive and one negative word at the end of the working day defining that working day. In this way, key word analysis which defines the orientation process has been done. In this way, researcher creates a definitional framework for problems of orientation process.

**Keywords:** Orientation Process, Research Diary, Content Analysis, Travel Agencies

**Jel Codes:** J24

## 1.GİRİŞ

Frederick Taylor'un, işletme biliminin bugünlere gelmesine ön ayak olan bilimsel ilkeleri oluşturduğu yıllarda, bir işgörenin işe yönelik motivasyonunun tek kaynağının ücret olduğu düşünülmekteydi. Bir işgören ne kadar çok ve ucuza çalıştırılabilirse o kadar ekonomiktir mantığı, klasik olarak bilinen bir yönetim anlayışının tanımlanmasına yol açmıştır. Klasik yönetim anlayışının zamanla evrimleşmesi, neoklasik ve durumsallık yaklaşımlarına doğru yol alırken, işgörenler daha iyi tanınmaya başlanmış ve sadece ücretin iyi çalışma nedeni olmayacağı ortaya çıkmıştır (Haslam, Powell & Turner, 2000). Bununla birlikte son yirmi yıllık süreçte insan kaynakları yönetimi uygulamalarının ana paradigması, insan kaynağını yönetmekten insan kaynağına liderlik etme felsefesine kaymıştır. Turizm endüstrisindeki liderler, müşterilerine sundukları hizmetlerde kusursuzluğun sağlanabilmesi için, örgütün bütün aşamalarında insan kaynağına liderlik etmenin önemini yeniden tanımlamışlardır. Bu paradigma değişiminin bir başka nedeni ise günümüzde turizm sektöründe insan kaynağının rekabet avantajı sağlamadaki anahtar rolüdür (Walker & Miller, 2010, s.11). İyi motive olmuş işgörenlerin varlığı, başarılı bir işletmenin en temel bileşenleri olarak kabul edilmektedir. Bir işgöreni işine nelerin motive ettiği sorusu 20. yüzyılın yönetim organizasyon literatüründe çok kritik bir gündemin konusu olmuştur. İş motivasyonu konusu, geleneksel bir yaklaşımla, işgören gerekleri penceresinden incelenmiştir. Ücret gibi maddi ödüllerle, kişisel gelişim gibi temel psikolojik gereksinimlerin karşılanması çok önemli faktörler olarak kabul edilmiştir (Murtonen, Olkinuora, Palonen, Hakkarainen & Lehtinen, 2008, s.213).

Yeni kuramlar, kişilerin beklentileri ve ihtiyaçları, destekleyici çalışma ortamı, takım çalışması, ödülleri, tatmin gibi sosyal faktörler göz önüne alınarak yeniden şekillenmiştir. Yönetim ve organizasyon literatürünün son yüz yıllık tarihsel gelişim sürecine kabaca göz atıldığında, eğitim düzeyinin artması ve teknolojik gelişmeler nedeniyle işgören ihtiyaç ve beklentilerinin nasıl hızla değiştiği görülebilir. Zaman ilerledikçe işgörenlerin işe yönelik motivasyonunu etkileyen pek çok faktör tanımlanmıştır. Bunlardan bir tanesi de işgören oryantasyonudur (Murtonen vd, 2008). İşgören oryantasyonu ve destekleyici liderlik gibi kavramların işe katılıma olan etkileri hakkında çok az şey bilinmektedir. Bu durum bu alanda daha fazla çalışma yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır (Kolodinsky, Ritchie & Kuna, 2017).

Bu çalışmada oryantasyon konusu işgören duyguları açısından incelemeye alınmıştır. Son yıllarda örgütsel çalışmalarda duyguların incelenmesine yönelik artan bir ilgi gözlenmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi, duyguların işte çalışan insanların gerçek dünyasını yansıttığıdır. Çalışanların duyguları üzerine yapılan çalışmalar, ilgili literatürde “duygusal emek” kavramıyla tanımlanmakta ve ele alınmaktadır (Karakaş, Tösten, Kansu ve Aydın, 2016; Avcı & Boylu, 2010; Karakaş, 2017). Çoğu yazar gelecekte turizmdeki örgütsel başarının “duygusal sermayedeki” düzeyle ölçüleceğini savunmaktadır (Lashley, 2002, s.255).

Turizm sektörüne yeni giren ve aynı zamanda işe yeni başlayan işgörenlerin duygusal beklentileri ve örgütte karşılaştıkları gerçek durumun işgörenlerde yarattığı duygusal sorunların saptanması, iş yaşamının kalitesinin geliştirilebilmesi açısından önem arz etmektedir.

İşgörenler açısından beklenti kavramı, geleceğe yönelik işle ilişkili olasılıkları içeren inançlar ve olacaklara yönelik öngörüler olarak tanımlanabilir. Bu beklentilerin niteliği, iş yaşamının kalitesini de etkilemektedir. Yapılan araştırmalar, iş yaşamının kalitesinin, işgörenin iş deneyimleri ve geleceğe yönelik kariyer beklentileri ile şekillendiğini göstermektedir (Nadler & Lawler, 1983; Levine, Taylor & Davis, 1984). Otel çalışanları üzerine yapılan nitel araştırmalar sonucunda, iş yaşamının kalitesini belirleyen boyutlardan biri olarak insan kaynakları yönetimi uygulamalarının etkinliği ortaya çıkmıştır. Yapılan çalışmada, oryantasyon süreci, keşfedilen temalardan birisidir. Bu çalışmada, işe iyi oryante olmanın, işin getireceği parasal kazançlardan daha önemli olduğunu gösteren bulgular elde edilmiştir (Kandasamy & Ancheri, 2009, s.329).

Ülkemiz alanyazınında, turizm endüstrisinde çalışan işgörenlerin iş oryantasyonu üzerine yapılan nitel çalışmalar sınırlı sayıda yer almaktadır. Bu çalışmada daha önceden çalışma yaşamına katılmamış olan ve yaşamında ilk kez bir turistik işletmede işe başlayan katılımcıların işe uyum sorunları saptanarak incelemeye alınmıştır. Böylelikle işgören adaylarının turizm sektöründe kalifiye eleman olarak kalıcı istihdamının önünde yatan engellerin neler olduğu anlaşılabilir. Ayrıca bu çalışmadan elde edilen veriler, turizm sektöründe seyahat acentaları için uygun bir oryantasyon programının nasıl olması gerektiği noktasında yöneticilere yarar sağlayacağı gibi; bir yöneticinin işe yeni başlayan bir işgörenin uyum sürecinde

hangi aşamalardan geçtiği gibi öznel ve özel bir alan hakkında da temel bilgi sahibi olmasını sağlayacaktır.

Oryantasyon kavramı literatürde genellikle biçimsel bir prosedür olarak tanımlanmaktadır ve bu durum turizm sektörü açısından bir eksiklik olarak görülmektedir. Çünkü turizm, emek-yoğun özellikleri ağırlık gösteren bir sektördür ve oryantasyon kavramı turizme özgü özellikleri ile keşifsel olarak yeniden ele alınmalıdır. Bu çalışmayı önemli kılan en belirgin nokta, daha önceden işgörenlerin işe uyum süreçlerinde gözlemlenmemiş bir alanı açığa çıkarmayı hedefliyor olmasıdır. İşgörenlerin işe uyum aşamasında yaşadıkları duygusal süreçler, bu duygusal süreçlerin ortaya çıkartılması ve oryantasyon uygulaması için bir model oluşturacak şekilde verilerin sınıflandırılması, yöneticilere işgörenleri işe uyum sürecinde daha iyi tanımaları açısından önemli yararlar ortaya koyacaktır. Ayrıca bu amaç üzerine elde edilecek veriler, örgüt psikolojisi ve örgütsel davranış literatürüne de önemli katkılar sağlayacaktır.

Çalışmanın ikinci bölümünde oryantasyon süreci tanıtılacaktır. Üçüncü bölümde ise çalışmada kullanılan yöntem hakkında bilgi verilecektir. Bölüm 4 çalışmanın bulgularına yer verecek olup, beşinci bölüm sonuç ve önerilerden oluşacaktır.

## 2.ORYANTASYON SÜRECİ ve ÖNEMİ

Fransızca “orientation” kelimesinden Türkçe’ye uyarlanmış olan oryantasyon kelimesi “yönelme; çevre şartlarına uydurma veya uyma, alışma; yeni bir çevreye alıştırmaya programı” anlamına gelmektedir. İşletmeler açısından oryantasyon programının konusunu işe yeni başlayan çalışanların işletme kültürüne ve işe kısa sürede uyum sağlaması için gerçekleştirilen faaliyetler oluşturur. Başka bir deyişle oryantasyon, “işletmeye yeni giren işgörelere işe başlamadan önce uygulanan eğitim”dir (Kocabacak, 2006). İş oryantasyonu üç temel konuyu ilgilendirmektedir. Bunlar (1) işin anlamı veya tanımlanması ve işin yapılmasına dair kabul görmüş olan normlar (2) iş etikleri ve inanışlar ve (3) iş değerleridir (Chandrakumara & Sparrow, 2004, s.565).

Bu programın amacı işgörenlerin ve örgütün kendi amaçlarını başarıyla gerçekleştirmesini sağlamaktır. İnsan kaynakları yöneticileri ve bölüm amirleri, etkili bir oryantasyon programı yürütmek vasıtasıyla örgütün insan kaynağı etkinliği ve verimliliğini yükseltmekten sorumludurlar (Mujtaba, 2008, s.318). İşletmeye yeni gelen bir işgören, kendisine farklı bir sosyal yapı ve davranış kurallarıyla karşılaşacaktır. Bu noktada o örgütte işlerin nasıl yapıldığı, ne gibi yeteneklere sahip olunması gerektiği gibi sorular oryantasyon programları aracılığıyla yanıtlanır (Rothwell & Kazanas, 2003, s.346).

Bununla birlikte sadece işe yeni başlayan işgörenler değil, aynı firma içinde bölüm değiştiren işgörenlerin uyum sürecine dahil edilmesini de kapsamaktadır (Özdemir, 2002). Sürecin uygulanmasında genellikle ilk amirler veya İKY bölümden bir uzman görev

alabilir. Bazı durumlarda bu görev işyerinde kıdemli bir çalışanın sorumluluğuna da verilebilir. Bu görevliler işgöreni, birlikte çalışacağı arkadaşlarıyla tanıştırlar ve yapacakları işleri tanıtırlar (Bingöl, 1998). Bunun yanında işletmenin ne iş yaptığını, bunu nasıl yaptığını, genel kuralların ve düzenlerin neler olduğunu öğretmek için tasarlanır (Taşkın, 2001, s.108).

Oryantasyon, kısaca işgörenin işe uyum süreci olarak tanımlanabilmektedir. Bu süreç işgörenin oto-disiplin, yükümlülükler adanma ve kurallara sadakat yetenekleriyle çok yakından ilgilidir (Harrison, 1985). Oryantasyon süreci 1-2 gün gibi sıkıştırılmış kısa programlarla olabileceği gibi 15 günden bir aya kadar da uzayabilmektedir. Sürenin miktarı işletmenin oryantasyon programına verdiği öneme ve işin doğasına göre çeşitlilik gösterebilir (Phillips, 1999; Kaynak, Adal, Ataay, Uyargil, Sadullah vd., 1998). Sri Lanka'da yapılan bir araştırmada, on konaklama işletmesinin yeni işgörelere iki günlük oryantasyon süreçleri uyguladığı, bu süreçte işletmenin tanıtıldığı ve müşteri hizmet prosedürlerinin öğretildiği açıklanmıştır. Ayrıca sürece örgüt el kitapları da etkin bir şekilde dahil edilmiştir (Hewagama, Boxall, Cheung & Hutchison, 2019). Oryantasyon süreci bazı mesleklerde de 3 aydan 6 aya kadar sürebilmektedir. Bu mesleklere örnek olarak polisler ve acil bölümü hemşireliği gösterilebilir (Patterson, Bayley, Burnell & Rhoads, 2009, s.1).

Bu süreç içinde yeni gelen işgörelere örgüt, örgüt politikaları, iş arkadaşları ve işler tanıtılır. İç kaynaklardan seçilen işgörelere için 15 güne kadar uzayan kapsamlı oryantasyon programlarına gerek duyulmamaktadır. Oryantasyon süreci işletmelerin gerek mevcut düzenlerinin devamında, gerekse örgütsel gelişmede ileri düzeye erişmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu süreç işgörenin işe ve işletmeye yabancılaşmasını önlemekte ve sosyal olarak kaynaşmasını sağlamaktadır. Bu şekilde işgücü dönüşüm oranı (işgören devir hızı) azalmakta, belirsizlik ve bilgisizlikten kaynaklanan şikayetler azalmakta, işgörelere öğrenme süreçlerinde kuralları bozmamasına olanak sağlanmaktadır (Kaynak vd., 1998; Kocabacak, 2006, s.85; Karakaş, 2014). Kişi bu süreçte örgüt içindeki karakterinin farkına varacak ve kendini tanıyacaktır (Aldemir, Ataol & Budak, 1998, ss.145-146).

Yeni personel işe başladığında genellikle üç tip problemle karşılaşmaktadır (Cascio, 1992, s.224):

1. Bir gruba dahil olma problemi: Yeni çalışan kendisine a) diğer grup üyeleri tarafından kabul edilip edilmeyeceğini, b) sevilip sevilmeyeceğini, c) güvende olup olmayacağını, fiziksel veya psikolojik zarar görüp görmeyeceğini sorar. Yeni ortamda kendisini rahat ve üretken hissedebilmesi için öncelikle bu sorulardan kurtulması gereklidir.
2. Saf beklentiler: Birçok kuruluş genellikle, davranış normları, şirketin genel tavırları veya "burada başarıya ulaşabilmek için neler yapılmalıdır" türü konuşmalar yerine maaş ve ek ödemeler, izin süresi ve şirket politikaları gibi konularda bilgi vermeyi daha kolay bir

yol olarak görmektedir. Halbuki personele bu gibi gözle görünmeyen hususlarda da bilgi verilmelidir.

3. İlk iş ortamı: Yeni çalışanı yeni çevre içine dâhil etmek için yardım ediyor mu? Yoksa engelliyor mu? İşe yeni başlayan personele istenen çalışma standartlarının kazandırılması için çalışma arkadaşlarına ne ölçüde güvenebilir? Yeni çalışan getirildiği yeni pozisyonunun farkında mı, yeni görev ve sorumluluklarının bilincinde mi? Yeni personelin bu ve buna benzer birçok sorusu vardır. Bunun içindir ki günümüzde birçok şirket bu soruları yeni personele etkili bir oryantasyon programı uygulayarak cevaplandırmaktadır.

İşletme işgörenden ne yaparsa memnun olur, ne yaparsa memnun olmaz? İşletme standartları neleri kabul eder, neleri etmez? gibi unsurlar oryantasyon süreci içinde işgören tarafından benimsetilir. Böylelikle işgörenin o işletmeyi nasıl temsil edebileceği ortaya konulmuş olur (Collins, 2005, s.135). İşe yeni başlayan bir işgörenin çevresine alışması, tipik bir iş gününün rutin ayrıntılarıyla ilgilenirken, rahat hissedebilmesi, örgütün ve çalışacağı bölümün beklentilerine yönelik bir anlayış geliştirebilmesi için etkili bir oryantasyon sürecinden geçmelidir. Eğer bu süreç sağlıklı işlemezse, işgörenin iş performansı üzerine odaklanması çok zor olacaktır. Oryantasyon sürecinin etkili işlememesi, işgörene yapılan yatırımın boşa gitmesine yol açmakta ve işgören devir hızının artmasına yol açmaktadır (Cadwell, 1989, s.5). Şirket büyüklüğüne bağlı olarak oryantasyon uygulamaları işgören memnuniyetini ve işten ayrılma niyetini de anlamlı olarak etkilemektedir (Park, Jun, Lee & Lee, 2018). Başarılı bir oryantasyon süreci genel anlamda işletme verimliliğini arttıracığı gibi işgören açısından iş tatmini, kendine güven ve işi iyi yapma gibi yararlar sağlayabileceği bir süreçtir (Kozak, 1999, s.27). İş oryantasyonunun başarısı; stres, negatif atmosfer ve moral bozukluğu gibi olumsuzlukların bertaraf edilmesinde etkili olabilmektedir (Patterson vd, 2009). İşletmeye yeni katılan bir üye için iyi bir iş yapmak isteyen yöneticiler, işgörenin özelliklerine uygun bir ortam sağlamaya, uzun vadede de enerji dolu bir kuruluş yaratmaya çalışmaktadırlar (Nelson, 1999, s. 283-286). Oryantasyon süreci, yeni başlayan çalışanların sadece rollerinde başarıya hazır olmalarını sağlamak için değil, onların anlamlı, vizyon ve misyon sahibi bir kuruluşun parçası olabilmeleri ve bundan ilham alarak heyecan duyabilmeleri için de dizayn edilmelidir (Freudig, Tiggelaar, Richardson, Gardner & Boyle, 2019).

### 3.ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmada işgörenin bakış açısından oryantasyon sürecinin henüz keşfedilmemiş doğal yapısı incelemeye alındığı için fenomenolojik (olgusalıcı) bir yaklaşımla nitel araştırma yapılmıştır. Fenomenolojik yaklaşımda bireysel evren araştırılarak sorun saptama yoluna gidilmektedir. Dolayısıyla araştırma sürecinde yaklaşımın temelini bireysel deneyimler oluşturmaktadır. Bu yaklaşımda araştırmacı, katılımcının kişisel (öznel)

tecrübeleri ile ilgilenmekte, bireyin algulamaları ve olaylara yüklediği anlamları incelemektedir. Fenomenolojik bakış açısında tek bir gerçeklik yoktur, gerçeklik kişisel algılamalara dayalıdır ve zamanla değişebilir. Fenomenolojik araştırma yaşanmış deneyimler üzerinde kuram oluşturmak için önemli çıkarımlar sağlamaktadır (Baş & Akturan, 2008, ss. 84-85). Bilgiyi elde ederek bilgiden kurama ulaşma veya araştırma sorusunu yanıtlamak hedeflenmektedir (Finn, Elliot-White & Walton, 2000; Neale, Allen & Coombes, 2005).

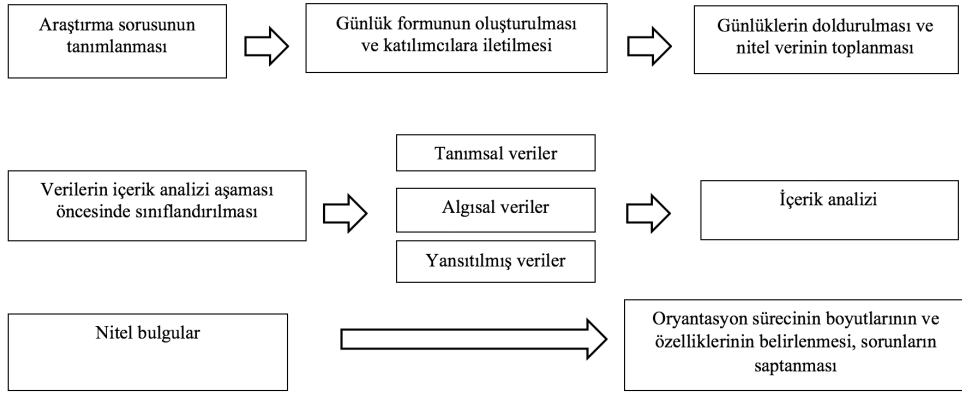
Araştırmanın alt yaklaşımı, literatürde Nitel Günlük Araştırması (NGA) olarak tanımlanmaktadır. Nitel Günlük Araştırması kavramı, Välimäki, Vehviläinen-Julkunen ve Pietilä (2007) tarafından günlük tekniğinin kullanıldığı olgusal araştırma tanımlamak için ortaya atılmıştır. Son yıllarda yapılan bazı çalışmalarda, NGA katılımcısının aksiyon araştırmasında adı geçen içeriden biri konumunda (aksiyon araştırmasında veriyi toplayıp raporlayan katılımcı tanımı) yer alıp almadığı konusunda bazı tartışmalar yer almaktadır. Ancak bu tartışmalar henüz yaygın bir kabul edilebilirlik aşamasında olmadığı için araştırmanın alt yaklaşımı Nitel Günlük Araştırması olarak tanımlanmıştır (Winter, 2001; Coghlan, 2004; Levin, 1999; Greenwood, 1999).

### **3.1.Araştırma Modeli**

Bu çalışmada uygulanacak olan Nitel Günlük Araştırmasının uygulama modeli aşağıdaki çizelgede görülmektedir. Bu model Välimäki, Vehviläinen-Julkunen ve Pietilä (2007) adlı yazarların Nitel Günlük Araştırma modeli temel alınarak oluşturulmuştur. Yazarlara göre bir günlük yazarı, raporunda üç kategoride veri sunmaktadır. Bunlar tanımsal, algısal ve yansıtılmış verilerdir. Araştırmacılara göre, veriler bu üç aşamada sınıflandırıldıktan sonra içerik analizine tabi tutulursa tekniğin güvenilirliği daha da artacaktır.

Yansıtılmış veriler olarak tanımlanan veri setiyle, katılımcıların özel yaşamlarından kaynaklanan bazı özelliklerin veriye yansımaları kast edilmektedir. Bu duruma çok sık rastlanılmamakla birlikte, araştırmacı tarafından dikkate alınmazsa verilerin yorumlanması aşamasında yanlışlıklara neden olabilmektedir. Örneğin bir katılımcının kendi kişisel sorunlarından dolayı araştırma alanında topladığı verileri manipüle etmesi yansıtılmış verilerin tanımsal verileri etkilemesine örnek gösterilebilir.

Algılanan veriler ise kişinin araştırma alanı hakkında konuyla ilgili algısal tutumlarıdır. Bu tutumlar süreç içinde değişebilir. Buradaki değişiminin yönü, üzerinde çalışılan konunun anlaşılması için kritik öneme sahiptir. Araştırmacı için diğer çok önemli bir veri seti ise tanımsal verilerden oluşmaktadır. Katılımcıların konu hakkındaki doğrudan görüşlerini içeren tanımsal veriler, temaların oluşturulmasında ve problemin saptanmasında anahtar bir noktada yer almaktadır.



Şekil 1: Araştırma modeli

Şekil 1’de görüldüğü gibi bir nitel araştırma modeli araştırma sorusunun saptanması ile başlamakta ve veri toplama, verilerin sınıflandırılması, analiz süreci, bulguların saptanması ve son olarak araştırma sorusunun yanıtlanması ile sona ermektedir.

### 3.2. Araştırma Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Kuşadası’nda bulunan A grubu seyahat acentaları oluşturmaktadır. Araştırmanın veri toplama aşamasında, örneklem olarak, Kuşadası’nda bulunan Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu’nda öğrenim gören, turizm sektöründe ilk kez ve A grubu seyahat acentalarında çalışan öğrenciler gönüllülük esasına göre seçilmiştir. Günlük yazımı karşılıklı güvene dayalı kişisel bir süreç olduğu için örneklem seçiminde gönüllülük kriteri esas alınmıştır.

Nitel araştırmada örneklem belirlenirken, araştırmacının amacı ön plandadır ve tesadüfi olma veya temsil kriteri gözetilmez (Merriam, 2015). “Amaçsal örneklem” olarak tanımlanan bu örneklem ile araştırmacı, araştırma amacına hizmet edebilecek örnek birimlerini kapsayan bir örneklem kitlesinden seçim yapar (Baş & Akturan, 2013).

Verilerin toplandığı 2008-2009 yılları içerisinde, Adnan Menderes Üniversitesi’nde öğrenci olup aynı zamanda da ilk iş deneyimini gerçekleştirme potansiyeli olan katılımcı sayısı yaklaşık 190 kişi olarak belirlenmiştir. 190 kişiden 173 kişiyle, her toplantıda farklı öğrencilerin yer aldığı dört toplantı düzenlenmiş ve katılımcılar araştırma süreci ile ilgili bilgilendirilmiştir. Bu toplantıların sonucunda, 110 katılımcı günlük yazmak için gönüllü olmuştur. 110 gönüllü içinden yazın iş bulup çalışanlar toplam 83 kişidir. Bu 83 katılımcı turizm sektöründe daha önceden hiç çalışmamış olma kriterini sağlamaktadır. Bununla birlikte bu 83 katılımcının 47’si aynı



zamanda stajyer konumunda çalışacakları için araştırma sürecine dâhil edilmemişlerdir. Bunun nedeni stajyerliğin belirli kuralları olan zorunlu bir eğitim uygulaması olmasıdır. Dolayısıyla bu noktanın araştırmanın keşifsel yönüne bir sınırlama getirmesini engellemek amaçlanmıştır. Stajyer konumunda yer alan adayların da elenmesiyle toplamda 36 katılımcı üzerinde çalışılmıştır.

Fenomenolojik araştırmalarda unutulmaması gereken nokta, örneklem hacminin büyük olmasının daha fazla bilgi elde etmeyi sağlamadığıdır. Yani daha fazla bireyden veri toplamak olguyla ilgili daha fazla bilgi vermemektedir. Burada önemli olan bireylerden elde edilecek verinin kalitesidir. Fenomenolojide ilk elden ve subjektif bilgi toplanması amaçlanmaktadır (Sanders, 1982; Baş & Akturan, 2013, s.90; Onwuegbuzie & Leech, 2007).

Katılımcılara günlüğün ne amaçla yazılacağı konusunda bilgilendirici bir seminer verilmiştir. Seminerde yer alan temel konularla ilgili kısa bir rehber de yazılı olarak katılımcılara iletilmiştir.

### 3.3.Verilerin Toplanması

Veri toplama tekniği olarak günlük tekniği kullanılmıştır. En erken sistematik günlük çalışmasının tarihi 1924'lere kadar uzanmaktadır ve bu günlük Sovyet hükümeti ile ilgili ve toplumsal bazı planlama çalışmalarında kullanılmıştır (Robinson, 1999). Sosyal bilimler alanındaki ilk örneklerden birisi de Philip Jackson'un (1968) *Life In Classrooms* adlı eseridir. Bu eser günlük yöntemiyle oluşturulmuştur ve öğretmenin dünyası olgusuna daha yakın bir bakış açısı getirmeyi amaçlamıştır. Araştırma günlükleri "süregiden deneyimlerin düzenli olarak incelendiği kişiye özgü oto veri toplama araçlarıdır." Araştırma günlükleri bu yönleriyle evlerde tutulan günlüklerden farklıdır. Bu tür günlük çalışmaları, araştırma yöntemleri literatüründe Nitel Günlük Araştırmaları (NGA) olarak tanımlanmaktadır (Patterson, 2005, s.142). Günlüklerle özel ve detaylı bilgilere ulaşmak mümkündür (Brewerton, 2001). Günlüğün en temel avantajı kişisel bir veri setinin araştırmacıya sunuluyor olmasıdır. Araştırmacı, günlük tekniği ile araştırma yapmak istediği alana doğrudan ulaşabilmekte ve konuyu da gerçekleştiği zaman içindeki değişkenler manipüle olmadan inceleyebilmektedir (Mackrill, 2008). Bazen katılımcılar davranışlarına yön veren güdülerini açıkça yansıtmaktan bilerek kaçınırsalar bile günlük verilerinde araştırmacı bu güdülerini veya bireysel öncelikleri rahatlıkla görebilir (Elliot, 1997).

Günlüğün tasarımı elektronik ortamda gerçekleştirilmiş ve katılımcılara elektronik posta olarak iletilmiştir. Elektronik günlük formu toplam 17 sayfadan oluşmaktadır ve 15 günlük süreyle doldurulması amaçlanmıştır. Ancak herhangi bir yazım sınırlaması yoktur. Her gün için o günü özetleyen bir kelimeyle günlüğün 15 günde tamamlanması katılımcılardan talep edilmiştir. 15 günün sonunda, katılımcılardan bu on beş günü tek bir cümleyle tanımlamaları, günlük tutma deneyimleriyle ilgili düşüncelerini belirtmeleri ve bazı demografik soruları yanıtlamaları istenmiştir.

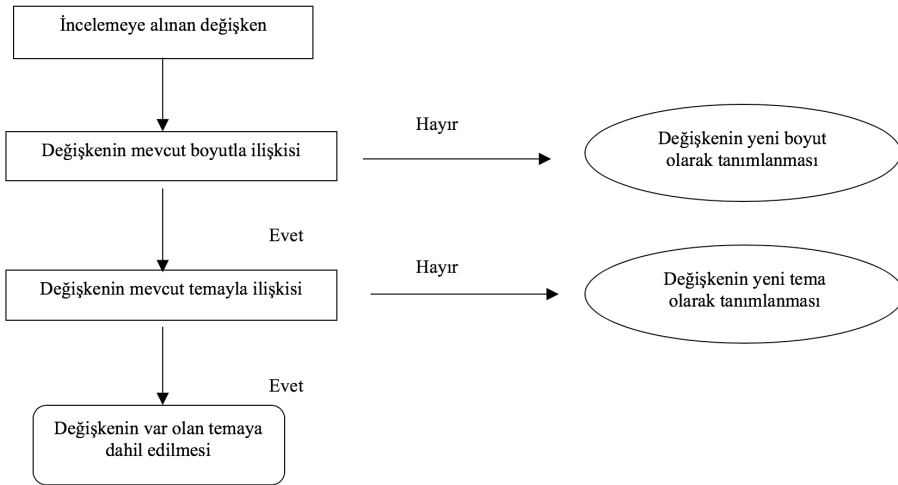


Katılımcılardan günlük tutma deneyimleri hakkında yazmalarının istenme nedeni, bu teknikle ilgili geri bildirim sağlamak ve sonraki araştırmalarda tekniğin daha iyi kullanımının yollarını saptamaktır. Günlük verileri sistematik olarak 2008 ve 2009 yıllarının Mayıs ve Haziran aylarında toplanmıştır.

Günlük tekniğinin başarısında en önemli etken günlüklerin gününbirlik doldurulmasıdır. Bunun için bütün katılımcılardan mobil telefon numaraları alınarak üç günde bir onlarla telefon aracılığıyla irtibata geçilmiş ve motivasyonlarının yüksek tutulmasına özen gösterilmiştir. Aynı zamanda katılımcıların da araştırmacıya rahatlıkla ulaşip bilgi alabilmeleri için, aramaları dâhilinde ücreti karşı tarafın ödeyeceği özel bir telefon numarası verilmiştir.

### 3.4.Verilerin Analizi

Verilerin analiz aşamasında nitel verilerin analizinde yaygın olarak kullanılan içerik analizinden yararlanılmıştır. Bu analiz tekniğinde, araştırmacı nitel veri seti içindeki temaları ortaya çıkartarak veri setinden elde ettiği değişkenleri ilgili konu başlıkları altında toplamakta ve böylece verileri sınıflandırmaktadır. Bu çalışmanın içerik analizinde uygulanacak olan model aşağıdaki çizelgede görülmektedir.



Şekil 2: Araştırmanın içerik analizi modeli

**Kaynak:** Kandasamy, I. & Ancheri, S. (2009). Hotel employees' expectations of QWL: A qualitative study. *International Journal of Hospitality Management*, 28, pp. 328-337.

Şekilden de anlaşılacağı gibi her değişkenin öncelikle hangi boyuta dahil olması gerektiği saptanacaktır. Bu ilk aşamada eğer bir değişken herhangi bir boyuta ya da temaya dahil

olamıyorsa, değişken ayrı bir boyut olarak tanımlanacaktır. Eğer boyutlardan birine dahilse bu kez dahil olduğu boyut içinde hangi temaya dahil olacağı saptanacaktır. Bu aşamada eğer değişken mevcut olduğu boyut içinde herhangi bir temaya dahil edilemiyorsa bu durumda o boyut içinde ayrı bir tema olarak tanımlanacaktır.

#### **4.ARAŞTIRMA BULGULARI**

Çalışmanın bu bölümünde katılımcılardan toplanan verilerin içerdiği bulgular yer almaktadır. Bulgular raporlanırken öncelikle günlük verilerinden elde edilen değişkenler ilgili temalar altında sıralanmıştır. Temalar ve tema altında yer alan değişkenler taslak olarak düzenlendikten sonra alanında uzman 5 akademisyen tarafından yeniden değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda tablolar en son şeklini almıştır.

Bu bölümde öncelikle günlük analizi aşamasında ortaya çıkan, ancak konuyla doğrudan ilişkili olmadığı için analiz sürecinden çıkarılan algısal ve yansıtılmış veriler sunulmaktadır. Bu veriler her ne kadar analiz sürecine dahil edilip yorumlanmasa da aslında üzerinde çalışılan fenomenin anlaşılmasında kritik bir öneme sahiptir.

##### **4.1.Günlük Analizlerinden Elde Edilen Algısal ve Yansıtılmış Veriler**

Algısal ve yansıtılmış veriler sunulmadan önce bu veriler hakkında kısaca açıklama yapılmasında yarar vardır.

**Yansıtılmış Veriler:** Günlüklerde oluşan yansıtılmış veriler genellikle günlük yazmanın doğasında var olan rahatlığın ortaya çıkardığı türden verilerdir. Katılımcılar günlük iş deneyimlerini dışsal bir hafızada kaydetmeye başladıkları anda, kendi duygusal iç dünyalarıyla baş başa kalmanın huzuruyla, katılımcı-araştırmacı arasındaki sınırı kendiliğinden ortadan kaldırmaktadırlar. Bu durum katılımcılar açısından son derece özel olan deneyimlerin günlüklerde yer almasını sağlamaktadır. Bu çalışmada yansıtılmış veriler sadece tema olarak açıklanacaktır. Her ne kadar katılımcıların isimleri açıklanmayacak da olsa temaların içeriklerini açıklamak, katılımcı-araştırmacı arasında son derece yüksek çaba harcanarak oluşturulmuş olan özel güven ortamına bir tür saygısızlık olarak algılanabilir.

Yansıtılmış veriler ve bunların içerikleri, üzerinde çalışılan olgunun derin kodlarının anlaşılmasında büyük öneme sahiptir. Ancak sistematik araştırma süreci, ilk bakışta temel araştırma sorusuyla doğrudan ilişkili görünmedikleri için ek veriler olarak ayrı bir konumda değerlendirilmelidir. Öte yandan bu veriler bir örgüt içinde faaliyet gösteren iş-görenin en doğal duygularını ve tepkilerini içerdikleri için, örgütsel psikoloji ve örgütsel davranış alanlarında, iş ortamındaki bireyin özelliklerini anlamada kritik öneme sahiptirler.

**Algısal Veriler:** Algısal veriler katılımcıların araştırma alanıyla ilgili ön kabullerini içeren verilerdir. Bir nevi bireysel varsayımlar veya önyargılar olarak da kabul edilebilir. Günlük analizi gibi bir sürecin analizini ortaya koyan çalışmalarda, algısal verilerin süreç içinde geçireceği olası değişimler olgunun anlaşılmasında önemli bulguların açığa çıkmasını sağlayabileceği için önem arz etmektedirler.

Algısal veriler, özellikle günlüklerin en başında ve ilk sayfalarda yer almaktadır. Katılımcılar ilk iş deneyimlerini yaşadıkça bu algıları çoğunlukla değişmekte, bazen tamamen tersine dönebilmektedir. Bu türden algı değişimleri, değişimlerin altında yatan sorunlar bu çalışmada örnek olaylar şeklinde raporlanmıştır.

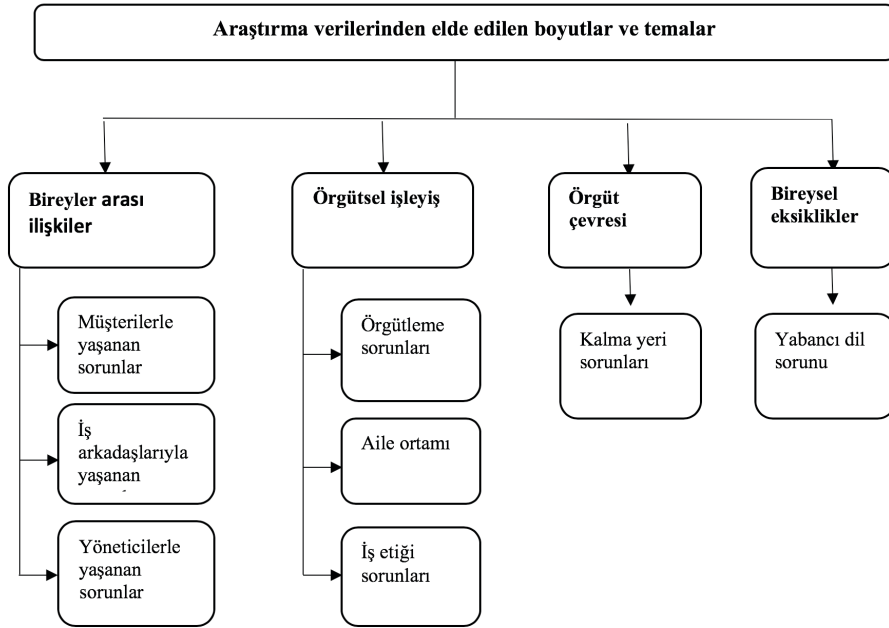
**Tablo 1:** Günlüklerden elde edilen algısal ve yansıtılmış veriler

<b>Yansıtılmış Veriler</b>	
·	Müşterilerle yaşanan iş dışı etkileşimler.
·	Çalışma arkadaşlarıyla yaşanan iş dışı etkileşimler.
·	Yöneticilerle yaşanan iş dışı etkileşimler.
·	İş arkadaşlarıyla ilgili fiziksel özelliklerin alaycı bir biçimde yansıtılması.
·	İş arkadaşları hakkında dedikodular.
·	Yöneticilerinin sapkın olarak nitelendirdikleri tercihleri.
·	İş arkadaşlarıyla iş dışı yapılan sosyal aktiviteler.
·	Yöneticilerin başlarına gelmesi temenni edilen beddualar.
·	Yöneticilerin başlarına gelen kötülükler.
·	Müşterilere yapılan iş dışındaki iyilikler.
·	Günderlik yapılan sıradan acenta işlerinin ayrıntılı bir şekilde raporlanması (Bilet kesmek, tur programı hazırlamak, telefonlara bakmak vb.).
·	Sektörün aslında nasıl işleme gerektiğine dair düşünceler.
·	Müşteriler hakkında varılan izlenimler ve önyargılar.
·	Müşterilerin yarattığı iş dışı sorunlar.
·	Erkek/kız arkadaş arasında yaşanan olaylar.
·	Pazarlık yapan müşterilerle ilgili iş dışı olaylar.
·	Aile şirketlerinde, yöneticiler arasında yaşanan iş dışındaki ailevi kavgalar.
·	Sevilmeyen müşterilerin başına gelen kötü olaylar ve bundan duyulan memnuniyet.
·	Günlük yazarının çocukluk hatıraları.
·	Güncel olaylar hakkında görüşler (ekonomik krizler, gelir dağılımındaki adaletsizlik vb.)
·	Patronun ortağıyla diğer ortak hakkında yapılan iş dışı dedikodular.
<b>Algısal Veriler</b>	
·	Önceden çalışan arkadaşlardan edinilen sektör kötüdür algısı.*
·	Sektörde asla çalışmam.*
·	İngilizler soğuk insanlardır.
·	Türk müşteriler uğraşması en zor olanlardır.
·	Turizm sektöründe çalışanlar küçümsenir.
<p>(* Sektöre yönelik işlerin yapılması, iş arkadaşlarıyla kurulan sıcak ilişkiler (örneğin birlikte kahvaltı yapmak), ilk gün işlerin nasıl yapılacağına yönelik çalışanı bilgilendirip işten erken ayrılmasına izin vermek bu algının kırılmasını sağlayabilmektedir. Katılımcıların üçünde burada açıklanan olumsuz algılar iş arkadaşlarının ve yöneticinin olumlu tutumlarıyla yıkılmıştır ancak birkaç gün sonra yöneticinin olumsuz ve bencil tutumları işgörenin olumlu yönde değişen bütün algısını bir anda yeniden olumsuzu çevirmiştir.</p>	

Tablo 1’de de görüldüğü gibi yansıtılmış ve algısal veriler araştırma sorusunun betimsel yanıtı ile ilişkili olmayıp, işe uyum sorunları ile dolaylı yoldan ilgilidir ve nitel veri setinden bu şekilde ayrıştırılmıştır.

#### 4.2.Günlük Verilerinin Analizinden Elde Edilen Sorunların Boyutlar, Temalar ve Sorun İfadeleri Olarak Analizi

Burada günlük analizlerinden elde edilen sorunlar tablolarda yansıtılmıştır. Her tablonun başlığında o tablo içinde yer alan değişkenlerin toplandığı temanın adı yer almaktadır. Tablolarda, saptanan değişkenin yarattığı etkiler ve değişkenlerin tekrarlanma sıklıkları da yer almaktadır. Temalar başlıca dört boyutta toplanmaktadır. Bu boyutlar ve boyutlar altında yer alan temalar: (1) Bireyler Arası İlişkiler (Müşterilerle Yaşanan Sorunlar, İş Arkadaşlarıyla Yaşanan Sorunlar, Yöneticilerle Yaşanan Sorunlar), (2) Örgütsel İşleyiş (Örgütlenme Sorunları, Aile Ortamı, İş Etiği Sorunları), (3) Örgüt Çevresi (Kalma Yeri Sorunları) (4) Bireysel Eksiklikler (Yabancı Dil Sorunu) şeklinde tanımlanmıştır.



Şekil 3: Araştırma verilerinden elde edilen boyutlar ve temalar

Nitel verilerin araştırılmasında her ne kadar tekrarlanma sıklıklarının çok fazla üzerinde durulmasa da bu çalışmada bazı sorunların yoğun olarak çok fazla işgöreni etkilediği görülmüştür. Bu nedenle kritik sorunların daha belirgin saptanabilmesi ve tablolardaki sıralamanın sağlıklı yapılabilmesi için frekans verileri de tablolara eklenmiştir.

### 4.2.1. Bireyler Arası İlişkiler

Bireyler arası ilişkiler boyutu altında yer alan temalarda yeni işgörenin iş yerinde ilişkiler kurduğu bireylerle yaşadığı sorunlar listelenmiştir. Temalar: Müşterilerle Yaşanan Sorunlar, İş Arkadaşlarıyla Yaşanan Sorunlar ve Yöneticilerle Yaşanan Sorunlar şeklinde aşağıdaki tablolarda tanımlanmıştır.

Tabloda da görüldüğü gibi müşterilerle yaşanan sorunların başında, özellikle kadın katılımcıların yaşadığı taciz sorunu görülmektedir. Erkek katılımcılardan taciz konusunda sorun belirten olmamıştır. Diğer sorunlar ise yabancı müşterilerle iletişime geçmekte yaşanan cesaret eksikliği ve müşterilerin kasten sorun çıkarmasıdır.

İş arkadaşlarıyla yaşanan sorunlar, katılımcıları en çok sıkıntıya sokan temalar arasında yer almaktadır. Bunun en önemli nedenlerinden birisi, katılımcıların iş yerinde sosyalleşmeye yönelik olumlu beklentileridir. Bu beklentilerin boşa çıkması katılımcılarda büyük moral bozuklukları ve strese neden olabilmektedir.

**Tablo 2:** Müşterilerle yaşanan sorunlar

Müşterilerle Yaşanan Sorunlar		
Yaşanan Sorun	Sorunun Yarattığı Olumsuz Etkiler	f
Müşterilerin işgöreni taciz etmesi.	İşgörenin derin bir utanç duyulmasına neden olmakta.	3
İşgörenin yabancı müşterilerle iletişime geçmede zorluk yaşaması ve onlarla konuşma cesareti bulamaması.	Bu durum yeni işgörende büyük bir güvensizlik yaratıyor.	1
Müşterilerin kasten sorun çıkarması.	Bu durum yeni başlayanın iş stresi yaşamasına neden olmakta. Ancak sorunun çözüldüğü durumlarda büyük bir rahatlama ve kendine güven duygusu oluşturuyor.	1

**Tablo 3:** İş arkadaşlarıyla yaşanan sorunlar

İş Arkadaşlarıyla Yaşanan Sorunlar		
Yaşanan Sorun	Sorunun Yarattığı Olumsuz Etkiler	f
Kimseyle yeni işgörenle konuşmaması.	İşgörenin kendini yalnız hissetmesine neden olmakta.	4
Yeni çalışana bencillik etmek (Kibirli davranmak, göz teması kurmamak vb.).	Bu durum işgörende hayal kırıklığı ve güven kaybı yaratmakta.	3
Yeni kadın işgörenin iş arkadaşlarının el şakası diye yansıtılan tacizlerine maruz kalması.	Utanma ve nasıl tepki vereceğini bilememe.	2
İş arkadaşlarının kaba ve geçimsiz olması.	İşgörenin içine kapanmasına neden olmakta.	1
Yeni işgörenin başarılarının kısılanılması.	Bu durum yeni çalışanın agresif tavırlara maruz kalmasına neden olmakta.	1
İş arkadaşlarının birbirlerine iftira atmaları.	Yeni başlayanın iftiralar yüzünden mağdur olan iş arkadaşlarını görmesi moral olarak yıkılmasına neden olabilmekte.	1

İş arkadaşlarının yeni işgöreni yetersiz göstermek için onu yanlış yönlendirmeleri.	Güven kaybı ve iş arkadaşlarıyla ilişkilerin bozulmasına neden olmakta.	1
Yeni işgörenin çok fazla üzerine gidilmesi (Sürekli azarlama, hatalarının her fırsatta yüzüne vurulması vb).	Sinir krizleri.	1
Kıdemli çalışanların amir olmadıkları halde yeni işgörenden angarya işler yapmasını istemeleri.	Bu durum işgörenin acentaya olan güveni zedelemekte.	1

Bir diğer önemli bulgu da müşterilerle yaşanan sorunlarda da yer alan ve yine kadın katılımcıların yaşadığı taciz sorunudur. Kadın katılımcıların iş arkadaşları tarafından maruz kaldıkları cinsel taciz olayları daha çok el şakaları, bunun yanında sözlü imalar ve rahatsız edici göz temasları şeklinde gerçekleşmektedir. Bunlara ek olarak, müşterilerin ve yöneticilerin fiziksel cinsel tacizlerinden daha çok etkilendiklerini belirtmişlerdir.

Bunun en önemli nedeni, bu tür tacizlerin bir yanlış anlaşılma ya da şaka olarak masumlaştırılmaya daha yatkın olmasıdır. Dolayısıyla bu tür taciz olayları hem rahatsız edici bir süreklilik arz etmekte hem de kanıtlanamadığı için yeni işgörenin elini kolunu bağlamaktadır. Kadın katılımcılar doğrudan gerçekleşen tacizlere doğal tepkilerini koyabilirlerken, bu tür “şaka” mahiyetli tacizler söz konusu olduğunda sonu gelmeyen bir sinir savaşıyla mücadele etmek durumunda kalmaktadırlar.

**Tablo 4:** Yöneticilerle yaşanan sorunlar

Yöneticilerle Yaşanan Sorunlar		
Yaşanan Sorun	Sorunun Yarattığı Olumsuz Etkiler	f
Yöneticinin angarya işlerde ve çok basit işlerde bile yeni işgöreni kullanması (örneğin fatura yatırmak, araba yıkamak, çayın karıştırılması, önündeki çöplerin temizlenmesi vb.)	İşgörenin işten ve yöneticiden soğumasına ve kendini diğer çalışma arkadaşlarının önünde küçük düşmüş hissetmesine neden olmakta.	5
Yöneticilerin görgüsüz ve kaba olması.	Hayal kırıklığına ve işten ayrılma kararına neden olabilmekte.	5
Yöneticinin yeni başlayan kadın işgörene asılması.	Utanç ve işten ayrılma isteğine sebep olmakta.	4
Yeni işgörene işle ilgili hiçbir bilgi verilmemesi.	İşgörenin kendisini gereksiz hissetmesi. Kendisine güvenilmediğini düşünmesi.	3
Yeni işgörenin sadece kendi bölümündeki çalışanlarla tanıştırılması.	İşgörenin örgütü soğuk bulmasına neden olmakta.	2
Yöneticinin yeni işgörene hakaret etmesi.	Psikolojik sarsıntı ve stres. İşten ayrılma kararı.	2
Yöneticinin, işgörenin basit hatalar yapması durumunda çok fazla öfkelenmesi, aşırı tepkiler göstermesi.	Bu durum yeni işgörenin hata yapma korkusuyla sürekli endişe durumunda çalışmasına neden olmakta. Aynı zamanda yönetici hakkında o zamana kadar oluşmuş olan olumlu düşüncelerin bir anda silinmesine neden olabiliyor.	2
Yöneticinin ailevi sorunlarını yeni işgörene anlatması.	Yöneticinin özel hayatına dahil olmak bir süre sonra yeni işgörende stres yaratmakta.	2
Yöneticinin hiçbir şey öğretmemesi.	Moral bozukluğu.	1

Yöneticinin hiçbir işten memnun olmaz bir tutum sergilemesi.	İşgörenin yaptığı işten soğumasına neden olmakta.	1
Yöneticinin eşyle kavgalarını işyerinde yapması.	Yeni işgörenin kavgada taraf tutmaya zorlanması ve stres.	1
Yöneticinin yeni işgörene bir seferde çok fazla iş öğretmesi.	Yeni işgörenin kendi kapasitesiyle ilgili güven sorunları yaşamasına neden olmakta.	1
Yöneticinin kendi sorunlarından kaynaklanan öfkesini yeni işgörene yansıtmaması.	Bu durum yeni çalışanın heyecanının sönmesine neden olmakta.	1
Yöneticinin yeni işgörenle samimiyetini iş ortamı seviyesinden daha öteye taşımak istemesi.	Bu durum yeni işgörenin gerilmesine neden olmakta ve onu bunaltmakta.	1
Yöneticinin yeni başlayan çalışana çok güvenmesi ve ona parasal konularda sorumluluk yüklemesi.	Bu durum aşırıya kaçıldığında ruhsal baskı ve stres yaratmakta.	1
Yöneticinin yeni işgörenin özel hayatına da karışması ve sınırlamalar getirmesi.	Bu durum işgörendeki mevcut iş stresini daha da artırıyor ve işten ayrılma kararına neden olabiliyor.	1
Yöneticinin yeni işgöreni başka bir işgörenle karşılaştırarak eksikliklerini yüzüne vurması.	Bu durum yeni başlayanın kendine olan güvenini zedeliyor ve moral olarak olumsuz etkiliyor.	1
Yeni çalışanın kendini manevi yönden işverene borçlu hissettirilmesi.	Bu tutum işgören üzerinde ruhsal ve fiziksel bir sömürü aracı olarak kullanılabilenekte.	1
Mesai saatleri dışında da yeni işgöreni çalıştırmak için işgörenin kandırılması (Örneğin gece yarısı gelecek bir otobüs için işgörenin kasten akşam saatlerinde garaja gönderilmesi).	İşgörenin acentaya karşı saygısının yok olması. İşten ayrılmaya karar vermesi.	1
Yeni işgörene ilk günden temizlik, bulaşık, çay-kahve servisi gibi işlerin sorumluluğunu vermek.	Bu durum yeni işgörende hayal kırıklığına neden olmakta.	1
Yeni başlayacak işgörenden diğer çalışanları haberdar etmemek.	Bu durum yeni başlayanın moralini bozmakta.	1
Haftasonu nöbetlerinin sadece yeni başlayan kişiye yüklenmesi.	Moral bozukluğu ve haksızlığa uğrama düşüncesi.	1

Tablo 4’de görüldüğü gibi, yöneticilerle yaşanan sorunlar katılımcıların en çok sıkıntı yaşadığı sorun grubudur. Bu tema altında 22 farklı sorun saptanmıştır. Bu sorunlar içinde en çok yaşananlar yöneticilerin yeni işgörene yüklediği angarya işlerle, yöneticilerin görüğüüz ve kaba olmasıyla ilgili sorunlardır.

Angarya iş yükleri konusu, yeni işgörenlerin sektör konusundaki bakış açılarını adeta geri dönüşü olamayacak bir biçimde değiştirmektedir. Yeni işgörenler, henüz iş ortamına giriş yapmadan önce, yüksek kişisel güven ve başarı güdüsüyle hareket etmektedirler. Çünkü onlar için acentacılık, sadece işin öğrenileceği ve paranın kazanılacağı bir faaliyet değil, aynı zamanda gelecekleri ve kariyerleridir. Bu tür idealist bir yaklaşımın geliştirilmesinde akademik turizm eğitimi alıyor olmanın da vurgusu, günlüklerde yer almaktadır. Ancak, gerçek iş koşullarında yöneticilerin bu tür algılardan haberdar olmaması, aksine yeni işgörenin bir tür her işe koşturulabilecek ve acentanın verdiği paraya mahkum geçici bir değer olarak görülmesi, yeni işgörende büyük hayal kırıklıkları ve gerçeklik şoku yaratmaktadır. İşten ayrılma kararlarının verilmesinde ve işten ayrılmalarda en büyük paylardan birisi bu tür yönetici kaynaklı sorunlardır.

Yine bir önceki iki temada da tekrar edildiği gibi taciz konusu en çok rahatsızlık veren sorunlardan birisidir. Bireyler arası ilişkiler boyutu altındaki temalarda taciz sorununun ortak bir sorun olması, işyerinde taciz olgusunun, kadın çalışanlar açısından ne derecede önemli bir sorun olduğunu ortaya koymaktadır. Yöneticinin kadın işgörene alenen asılması yine en önemli işten ayrılma nedenlerinden birisidir. Çünkü yöneticiler istismarla ortaya koydukları cinsel beklentileri karşılıksız kaldığında, kadın işgöreni iş yerinde zorlayacak ve sıkıntıya sokacak durumlar yaratma eğilimi sergilemektedirler. Sözgelimi önceden hoş görülmüş ya da önemsenmemiş hatalar fırsat bulunduğu kadın işgörenin yüzüne vurulup suçlanmasına neden olmaktadır.

Bu tür olaylar kadın işgörenlerin her gün işyerine büyük bir isteksizlikle gelmelerine, “acaba bugün ne çıkaracak” şeklinde ifade ettikleri bir ruh haliyle iş gününü yaşamalarına ve utanç duymalarına neden olmaktadır.

Kadın katılımcılar yönetici tacizlerine maruz kaldıklarında ilk iş olarak ayrılmayı düşünmemekte ve yöneticinin profesyonelleşmesini ummaktadırlar. Bunun en önemli nedenlerinden bir tanesi de “önüme çıkan ilk engelde pes edersem, çalışan bir kadın olarak geleceğim olamaz” düşüncesidir.

#### 4.2.2.Örgütsel İşleyiş

Örgütsel işleyiş boyutu altında yer alan temalarda, örgütlenme sürecinin oluşturulmasındaki eksikliklerden kaynaklanan sorunlar, işletmenin aile şirketi olmasının yarattığı sorunlar ve iş etiği sorunları olmak üzere üç farklı sorun grubu tanımlanmıştır.

**Tablo 5:** Örgütlenme sorunları

Örgütlenme Sorunları		
Yaşanan Sorun	Sorunun Yarattığı Olumsuz Etkiler	f
Mesai sürelerinin belirgin olmaması.	İşgörenin gece saatlerine kadar çalışmak zorunda kalması. Bu durum ilerleyen günlerde işgörenin işyerinde uyuya kalmasına, fiziksel ağrılara ve uykuda işle ilgili sayıklamalara neden olabilmektedir.	8
Yeni başlayan çalışanların daha ilk günden çok aşırı bir tempoda çalışmaya başlaması.	Bu durum uykusuzluğa, yorgunluğa, konsantrasyon eksikliğine ve kas ağrılarına neden olmakta, ayrıca psikolojik sarsıntılara da neden olabilmektedir.	5
Turizm mesleği ve acentacılıkla ilgisi olmayan pek çok angarya işin yeni başlayanlara yüklenmesi.	Bu durum yeni başlayan işgörenin mesleğini ve sektörü sorgulamasına neden olmakta.	2
Bütün gün hiçbir iş yapmamak.	Çalışanın işinden sıkılmasına neden olmakta.	1
İşe çok çabuk başlamak durumunda kalmak.	İşgörenin ne yapacağını bilememesine, karmaşa yaşamasına neden olmakta.	1
Yeni başlayan çalışana kaldırılabileceğinden daha büyük sorumluluklar verilmesi.	Bu durum çalışanın baskı hissetmesine neden olabilmektedir.	1
Yeni işgörene acentadaki rolünün tam olarak aktarılamaması.	İşgörenin hangi işlerden sorumlu olduğu konusunda karmaşa yaşaması.	1



Örgütlenme sorunları arasında en çok yaşanan sorun mesai sürelerinin belirgin olmaması, bunun sonucunda da katılımcının sekiz saati aşan süreler boyunca çalışmak durumunda kalmasıdır. Bu durum işgörende hem ruhsal hem de fiziksel sorunlara yol açabilmektedir.

Bir diğer önemli sorun da yeni katılımcının daha ilk günden çok yoğun bir tempoyla işe başlatılmasıdır. Yeni işgörenlerin ilk günden hemen işe koyulmak durumunda bırakılmaları ve işle ilgili bir ön tanıtımın çok aceleyle getirilmesi, daha ilk baştan işgörenlerin bir karmaşa ve belirsizlikle yüz yüze kalmalarına neden olmaktadır. Yöneticiler işgörenlere çok nadiren (sadece iki vakada) iş sürelerini açıkça belirtmektedirler. Diğer vakaların bir çoğunda yöneticiler ricayla yeni işgörenden fazla çalışmalarını talep etmekte, bir süre sonra bu fazla süreler formal bir hale dönüştürülmektedir. İlerleyen zaman içinde sistematik olarak fazla iş yükleriyle donatılan işgören, iş günü dolduğunda işyerinden ayrılıp evine dönmek için izin isteyemez bir hale gelmektedir.

**Tablo 6:** Aile ortamı

Aile Ortamı		
Yaşanan Sorun	Sorunun Yarattığı Olumsuz Etkiler	f
Birlikte çalışılan aile bireyleri arasındaki kavgalar.	Aile bireyleri arasında geçen tartışmalar yeni başlayanın huzursuz olmasına neden olmaktadır. Ayrıca yeni işgörenler, aile şirketinin diğer elemanları tarafından haksızlıklara uğradıklarında yönetim onlara destek olmamaktadır.	7
Yönetici eşlerinin sürekli işyerinde bulunması.	Bu durum özellikle kadın yönetici eşlerinin kadın çalışanı kıskanmasına neden olmaktadır.	1
Yönetici ve ailesinin iş yerinde yatıp kalkması.	Bu durum yeni işgörenin sürekli aile kavgalarına şahit olmasına neden olmaktadır.	1
Yeni işgörenin hem yöneticiden hem de yöneticinin ailesinden emirler alması.	Bu durum rol çatışmasına neden olabiliyor.	1
Yeni işgörenin işyerindeki mevcut aile ortamına dahil edilmesi.	Bu durum çalışanın zayıf noktasına dönüşmekte ve fazla çalıştırılmayla fiziksel olarak sömürülmesine neden olabilmektedir.	1

Katılımcıların bir aile şirketi yapısında olan acentalarda çalışmasından kaynaklanan sorunlar ayrı bir tema oluşturacak derecede ciddi boyutlardadır. Katılımcılar aile şirketlerinde profesyonel yönetim ve çalışma ahlakına uygun olmayan davranışlara hedef olabilmektedirler. Aile ortamında çalışmanın yarattığı en önemli sorun, aile kavgalarına şahit olmaktan kaynaklanmaktadır. Bu kavgalar aile bireyleri arasında yaşandığı için profesyonel yönetim anlayışının sağlayabileceği pratik çözümlerle çözülememektedir (kınama, ihtar, işten uzaklaştırma vb. gibi).

Aile şirketlerinin bir diğer yıpratıcı yanı ise, bu tür çalışma ortamlarında bulunan aile bireylerinin, yeni işgörenden bir şeyler istemeyi kendilerinde bir hak olarak görmeleridir. Bu olguda özellikle yönetici eşlerinin büyük bir payı vardır. Aile bireyleri arasındaki iş yeri kavgaları, yeni işgörenleri en çok yıpratıcı sorundur. Bu tür kavgalarda her bir aile bireyi yeni

işgörenden kendi taraflarını tutmasını beklemektedir. Ayrıca yeni işgören aile bireylerinin bir haksızlığına uğradığında, yönetici nesnel olamadığı için hakkını savunamamaktadır.

**Tablo 7:** İş etiği sorunları

İş Etiği Sorunları		
Yaşanan Sorun	Sorunun Yarattığı Olumsuz Etkiler	f
Acentanın maliyeti düşürmek için eksik araçla çalışması.	Bu yüzden müşterilerin uzun süreler bekletilmesinin faturası yeni işgörene çıkmakta. Bu durum hem yeni işgöreni müşteri önünde mağdur etmekte hem de müşterilerin çalışanlara ve acentaya güvenini yok etmekte.	1
Birden fazla ortağın olduğu acentalarda her yöneticinin sorumluluğu diğerine yüklemesi ve işlerin birbirine karışması.	Bu karışıklıktan doğan öfkenin yeni işgörene yansıtılması. Yeni işgörenin sorumlu tutulması.	1
Yönetim kademesinin işle ilgili şikâyetleri kabul etmemesi.	İşgörende yaptığı işe karşı güvensizliğe neden olmakta.	1

İş etiği sorunları katılımcıların işe uyumunu zorlaştıran ve sektörü sorgulamalarına yol açan sorun gruplarından birisidir. Profesyonel olmayan örgüt yapısının yarattığı bu sorunlar, katılımcılar tarafından birer örnek olay olarak dile getirilmiştir. Bu sorunların iş etiği olarak tanımlanmasının nedeni, katılımcıların sorunları ahlaki bir çerçevede ele almış olmalarıdır. Çizelge incelendiğinde, acentanın maliyetleri düşürmek için eksik araçla çalışması, ortaklar arasındaki gerçekleşen ve ahlaki değerlerin eksik olmasından kaynaklanan kavgalar ve yönetim kademesinin işle ilgili çalışanlardan gelen şikâyetleri kabul etmemesi başlıca etik sorunlardır.

#### 4.2.3. Bireysel Eksiklikler

Bireysel eksiklikler bu çalışmada bir diğer sorun boyutu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu boyut altında yabancı dil sorunu altında yalnızca bir tema tanımlanmıştır.

**Tablo 8:** Yabancı dil sorunu

Yabancı Dil Sorunu		
Yaşanan Sorun	Sorunun Yarattığı Olumsuz Etkiler	f
Pratik eksikliği.	Yeni işgörenin kendine güven sorunu duymasına neden olmakta.	6
Günlük konuşma diline yabancı olmanın getirdiği şaşkınlık.	Kendine güven sorunu.	4
Dilbilgisi ve kelime hazinesi yetersizliği.	Yeni işgörenin müşteri karşısında utanç duymasına neden olmakta.	3
Okulda öğrenilen yabancı dilin yetersiz kalması.	Dil öğrenmeye yeterince zaman ayıramamaktan duyulan pişmanlık.	2

Yabancı dil sorunu teması altında en çok tekrarlanan sorun, pratik eksikliğidir. Katılımcılar iyi bir gramer bilgisine sahip oldukları durumlarda bile, pratik eksikliğinden dolayı sorun yaşayabilmektedirler. Yabancı dil konusundaki bir diğer sorun, okulda bilimsel olarak öğrenilen yabancı dilin, dili konuşan ülke vatandaşlarının günlük konuşma kalıpları konusunda eksik kalmasıdır. Bu durumda katılımcılar bir tür şaşkınlık yaşamaktadırlar.

Katılımcıların gramer kalıpları ve kelime hazinesi konusunda yetersiz kalmaları da bir diğer sorundur. Bu sorunlar yaşandığında, katılımcılar sorunun kaynağı olarak kendi sorumluluklarını göstermişlerdir. Bu sorunlar onların yabancı dil konusunda bilinçlenmelerine de katkıda bulunmaktadır.

#### 4.2.4.Örgüt Çevresi

Bu çalışmada bir diğer sorun boyutu ise örgüt çevresidir. Bu boyut altında saptanan yalnızca bir tema vardır. Bu tema kalma yeri sorunları olarak tanımlanmıştır. Kalma yeri sorunlarının çevresel bir boyut olarak ele alınmasının nedeni, kalacak yerin genellikle iş yerinden uzak olmasıdır.

**Tablo 9:**Kalma yeri sorunları

Kalma Yeri Sorunları		
Yaşanan Sorun	Sorunun Yarattığı Olumsuz Etkiler	f
Yemeklerin ucuz malzemelerle ve gelişigüzel yapılması.	Bu durum işgörenlerin kendi yemeklerini yapmak için fazladan harcamalarda bulunmalarına neden olmakta.	6
Kalacak yerinin fiziksel sorunları (Gürültü, rutubet, küçük bir odada haddinden fazla kişinin kalması).	Çalışanların ilk günden yoğun sezonda kalacak başka yer aramasına ve fazladan gidere neden olmakta.	6
Yeni başlayanlara sunulan kahvaltı ve akşam yemeği olanaklarının yok denecek kadar az olması.	Çalışanlarda moral bozukluğu yaratmakta.	3
İşyerinin ayarladığı kalma yerlerinde kadınlara cinsel taciz hatta tecavüzde bulunulması.	Daha ilk günden kadın adayların gerginlik ve korku içinde işe başlamalarına, hatta başka kalacak yer aramalarına neden olmakta.	2
Kalınan yerde diğer çalışanların kavga yapması ve gürültüler.	Moral ve motivasyon düşüklüğüne yol açmakta.	2

Kalma yeri sorunları, çalışanların işe uyumunu zorlaştıran sorunlar arasında kritik bir öneme sahiptir. Bunun bir nedeni, mevsimsel özelliğinden dolayı turizme özgü bir tema olmasıdır. Bir diğer nedeni ise kalma yerinde yaşanan sorunların iş dışındaki özel hayatı da içeriyor olmasıdır. İş dışındaki yaşam, esasında, yoğun geçen mesai saatlerinden sonra katılımcıların rahatlama olanağı bulabilecekleri bir fırsattır. Böylesine özel zamanlarda da sorunlar yaşanması katılımcıların işe uyumunu adeta baltalamaktadır. Kalma yeri sorunları teması altında göze çarpan en önemli sorunlar, yemeklerin ucuz malzemelerle yapılması ve kalacak yerin fiziksel sorunlarıdır. Bu tür sorunlar katılımcıların sadece moralini olumsuz etkilememekte, en temel ihtiyaçları ve hakları için fazladan para harcamalarına da neden olmaktadır.

### 4.3.Günlük Formlarında Yer Alan ve O Günü Özetleyen Anahtar Kelimeler

Günlük yazım sürecinde, katılımcılardan yaşadıkları her günü mümkün olduğunca çok kısa bir şekilde, hatta mümkünse tek bir kelimeyle özetlemeleri istenmiştir. Bu tür anahtar kelimeler, günlüklere yazılan deneyim süreçlerinin özetlenebilmesini sağladığı gibi, günlük yazarının o gün hakkında etraflıca yeniden düşünmesine de olanak sağlamaktadır.

Burada raporlanan anahtar kelimelerin ve cümlelerin bazıları olumlu bazıları ise olumsuzdur. Böylece genel yapı içinde olumlu veya olumsuz olarak değerlendirilen deneyimlerin yoğunlukla hangi günlerde gerçekleştiği de saptanabilmektedir. Tablo 10'da günlüklerde yer alan anahtar sözcükler yer almaktadır. Bazı anahtar sözcükler aynı zaman dilimi içinde başka katılımcılar tarafından da tekrar edilmiştir. Bu sözcüklerin yanına, parantez içinde o sözcüğün kaç katılımcı tarafından tekrarlandığı yazılmıştır.

**Tablo 10:** Günlük tutma sürecinde açıklanan anahtar sözcükler

Günlük Tutma Sürecinde Açıklanan Anahtar Sözcükler		
Gün	Olumlu	Olumsuz
1.Gün	Bu işi yapabileceğime inanmaya çalıştım Kendime güveniyorum Rahatlık Heyecanlıyım (7) Öğreniyorum Zevkli	Çok uzun bir gün İnsan olun biraz İletişim yok Yorucu (2) Hayal kırıklığı Utangaç Boşluk Olaylı
2.Gün	Alışabileceğimi düşündüm (2) Sakin bir gün Daha iyi Huzur Mutlu	Çok zor Yorucu (3) Kötü hissediyorum Çok çekingenim Sıkıcı (2) Hayal kırıklığı Yabancılık Karmaşık
3.Gün	Hoş bir gündü. Alışıyorum Keyif Güven kazanıyorum Eğlenceli	Boş bir gün. Sıkıcı Heyecan yok Gergin Bitsin artık Yorucu (2) Kötü Pişmanlık Korku

4.Gün	İş hoşuma gitmeye başladı. Uyum Cesaret Hoş İyi Akıcı	Monoton Bitsin Stresli Sıkıcı
5.Gün	Konuşuyorum Yenilik Güzel İlk eğlence Akıcı Alışyorum	Sıkıcı (3) Herşey anlamsız Mutsuz Yorucu (2) Nefret Yoğun
6.Gün	İyi Alışma (3) Uyum	Kötü bir deneyim Sıkıcı (3) Yoğun Yorucu (3) İğrenme Mutsuz
7.Gün	Heyecanlıydım Faydalı Rahatlık (3) Meraklı (2)	Sıkıcı (2) Zor sektör Yorucu (2) Şok Sinirli
8.Gün	Güven Mutlu Rahatlık	Yorucu (4) Bıkkınlık Gergin (2) İğrenme
9.Gün	Eğlenceli Zevkli	Yorucu Hayal kırıklığı Karamsar Korku Sıkıntılı Sıradan Kızgın Keyifsiz
10. Gün	Güzel	Çok yorucu (2) Sıkıcı (3) Yanlış yapmaktan korkuyorum İmdat Gergin Şaşkın
11. Gün		Yorucu (3) Sıkıcı (2) Hüzün Bitkin (2) Durağan Bitsin artık

12. Gün	Güzel bir gündü (3) İyi Eğlenceli Mutluluk	Garip hissediyorum Sıkıcı (2) Gergin Stresli
13. Gün		Zor Yorucu (4) Sıkıcı Çaresizlik Stresli
14. Gün	Başarmak Alışmak Rahat Merak Sakin	Yorucu (2) Kızgınlık Bitkin (2) İğrenç Sıkıcı Kaçmak istiyorum
15. Gün	Hareketli Zevkli Alışma	Tuhaf Boşluk hissi Nefret Yorucu

Tablo 10'da görüldüğü gibi katılımcıların büyük çoğunluğu, “yorucu”, “sıkıcı”, “gergin” ve “bitkin” gibi anahtar sözcükleri yoğun olarak tekrar etmişlerdir. Tablodan yola çıkarak, oryantasyon sürecinin genel karakteristiğini yoğun çalışma temposuna bağlı bir yorgunluk halinin biçimlendirdiği söylenebilir. Bir diğer ilginç bulgu ise 10., 11. ve 13. günlerde neredeyse hiç olumlu bir anahtar kelimenin yer almasıdır. Bunun nedeni, katılımcıların ilk haftadan sonra, yorucu iş ortamının onları tüketmesi nedeniyle tamamen olumsuz bir ruh hali ve beklenti içine girmeleri olabilir.

**Tablo 11:** Duygusal patlamalar

Duygusal Patlamalar					
1. Gün	2-3-4. Günler	5-6-7. Günler	8-9-10. Günler	11-12-13. Günler	14-15. Günler
“Biz gelip geçiciyiz” “Bu kadarını da hak etmiyorum” “Hiçbir şey dışarıdan görüldüğü gibi değil” “Burada yabancıyım, ne yapacağımı bilmiyorum”	“Üniversite öğrencisi olmak ne kadar ucuz” “Hayatın acı gerçekleri” “Hayal ettiğim herşeyin tam tersi gerçekleşiyor” “Yanlış sektör seçmişim, pişmanım” “Kendimi çok küçük hissediyorum” “Herşey boşa mı gidecek?” “Kaç yüzü var bu dünyanın”	“Acı ve zulüm içinde günler geçiyor” “Her gece ağlıyorum” “Herşey boş, insanın değeri yok” “Şeytan diyor vur beynine” “Kafayı yemek üzereyim”	“İnsanlarla uğraşılmaz” “Yok artık” “Bu kötü bir rüya olmalı”	“Sabır, ya sabır”	“Acentada çalışmak için üniversite okumak gereksiz” “Allahım bana sabır ver”

Burada günlük formları içinde araştırmacının dikkatini çeken bazı isyan cümleleri süreç içinde gösterilmiştir. Bu tür patlamalar katılımcıların artık çalışma sürecini dayanılmaz buldukları anlarda dile getirilmiştir ve daha önceki tablolarda yer alan sorunların bir anlamda da yine katılımcı açısından nihai sonuçları gibi değerlendirilebileceği için bu şekilde belirtilmesi uygun görülmüştür.

Katılımcılar son günlerde, biraz da günlüğün tamamlanıyor olmasının etkisiyle zaman içinde kalıplaşmış bazı yargılarını da belirtmektedirler. Bunlardan birisi de turizm eğitimi almamış olmanın iş ortamında daha fazla avantaj sağlayacağı düşüncesidir. Günlüklerde böyle bir düşüncenin oluşmasında çekirdekten yetişmiş ara yöneticilerin büyük etkisinin olduğu saptanmıştır. Turizm eğitimi almamış yöneticilerin, kalifiye elemanlar karşısında komplekse kapılmaları, kalifiye elemanlara karşı daha baskıcı davranmalarına neden olabilmektedir.

#### **4.4.Katılımcıları Neler Mutlu Ediyor?**

Günlük yazarları, on beş günlük oryantasyon süreci içinde her ne kadar yaşadıkları sorunlar üzerinde yoğunlaşmış olsalar da, zaman zaman onları mutlu eden önemli ya da küçük ayrıntıları belirtmişlerdir. Katılımcıları işyerinde en çok mutlu eden olay, iş arkadaşlarının işi öğrenmede onlara yardımcı olmalarıdır. Katılımcıların büyük çoğunluğu iş arkadaşlarının kişisel desteklerinden duydukları moral ve motivasyon artışını dile getirmişlerdir.

İş arkadaşlarının desteğinden sonra katılımcıları en çok mutlu eden ikinci olay ise, kendi masasına sahip olmak ve sadece kendisinin sorumluluğunda olan görevler yüklenmektir. Bu durum katılımcıların ait olma hislerini güçlendirmekte ve kendilerine güven duymalarını sağlamaktadır.

Bu iki önemli unsurdan başka; amirlerin övgü dolu sözleri, inisiyatif almak, en fazla iki işgörenin kaldığı temiz lojman odası, yedeği bulunan temiz iş kıyafetleri, hataların hoş görülmesi, profesyonel acenta çalışanlarıyla çalışıp işi öğrenmek ve iş arkadaşlarının takdiri de katılımcıları mutlu etmektedir. Bunların yanında yöneticilerin küçük jestleri de (örneğin başka bir şehre giden yeni işgörenin garajdan acenta aracıyla alınması ve/veya yöneticinin diğer çalışanlar veya başka yöneticiler önünde yeni işgöreni başarılarından dolayı övmesi) çok önemli motivasyon ve güven artışları sağlamaktadır.

#### **5.SONUÇ ve ÖNERİLER**

Turizm, her zaman emek yoğun bir sektör olarak tanımlanır. Ancak buradaki emek yoğunluğunun, duygusal anlamdaki emek sarfiyatı boyutu genellikle bir sis perdesinin gerisinde kalmaktadır. Uzun çalışma saatleri, düşük moral, yüksek işgören devir hızı gibi bir takım ifadelerle bu noktanın önemi vurgulanmaya çalışılsa da, bu ifadeler iş yerlerine özgü durumsal şartları açığa çıkaramamaktadırlar.

Bu çalışma, yönetim ve organizasyon literatüründe, ülkemizde daha önceden girilmemiş bir alan olan, oryantasyon sürecindeki işgörenin işe duygusal yaklaşımı konusunu ele almaktadır. Kalifiye işgörenlerin turizm sektörüne yönelik eleştirileri ve mezuniyet sonrası başka sektörlerle yönelme istekleri bu türden kişisel bir çalışmayı dizayn etme gereksinimini ortaya çıkarmak noktasında motive edici olmuştur.

Oryantasyon kavramı insan kaynakları yönetimi alanında genellikle örgütsel perspektiften ele alınmaktadır. Örgüt tarafından biçimsel olarak önceden belirlenmiş süreçlerle uygulanan oryantasyon, her ne kadar yabancı ülkelerde ciddiye alınsa da bizim ülkemizde, özellikle turizm sektöründe, bazı profesyonel örgütler dışında gereken önemi ve ilgiyi çekememektedir. Yeni başlayan işgörenlerin ihtiyaçları ve beklentileri göz önüne alınmadan başarılarının çaresine bakmaları beklenmektedir. Bu çalışmada, böyle bir tutum izlemenin işgörenleri nasıl etkilediği, onlarda ne gibi sorunlara yol açtığı ortaya konularak sürecin önemine dikkat çekilmekte ve literatüre bu yönde katkılar sağlamak amaçlanmaktadır.

Çalışmada oryantasyon konusu on beş günlük bir süreç dahilinde incelenmiştir. Verilerin toplanmasında yararlanılan günlük tekniği, ülkemizde, sosyal bilimler alanında henüz yaygın bir kullanım alanına sahip değildir. Ancak, üzerinde daha önceden bir kuram olmayan alanlarda derinlemesine bilgi toplamak noktasında son derece avantajlı bir teknik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günlük tekniği, araştırmacı-katılımcı iletişimini nicel veri toplama teknikleriyle sağlamayacak bir yakınlık noktasına taşıyabilmektedir. Öyle ki, günlüklerde katılımcılar “*Sadece sizinle benim aramda kalsın ama...*”, “*Bunu ancak size anlatabilirim...*”, “*Bunu yazmazsam patlarım...*” türünden ifadelerle deneyimlerini paylaşabilmektedirler.

Verilerin analizi sürecinde, kalifiye işgören adaylarının onbeş günlük sürecin hangi dönemlerinde ne tür duygusal süreçlerden geçtikleri saptanmıştır. Bulgulara genel olarak kuşbakışı bir göz atıldığında, çalışanların gerçeklik şokuna beklenildiği gibi ilk gün değil, çoğunlukla ikinci veya üçüncü günlerde maruz kaldıkları görülmektedir. Oysa ki işgörenler en fazla sorunla ilk gün içinde karşılaşmaktadırlar. İlk gün içinde yaşanan sorunların genel karakteristiğine bakıldığında yönetici ve iş arkadaşı kaynaklı angarya iş yükleri karşımıza çıkmaktadır. İlk günün özetleyen olumsuz anahtar sözcüklerde tepkisel anlamda bir dışavurum da gözlenmemektedir. Katılımcılar daha çok o günün karakteristiğini saptayan uzun bir gün, yorucu, iletişim yoktu türünden kelimeleri ifade etmişlerdir.

Çalışmanın tasarım aşamasında, ilk günün sendrom niteliğinde bir etkisinin olabileceği beklenmesine rağmen, verilerde bu türden ağır bir yaklaşım görülmemektedir. Katılımcıların yoğun tepkisi 8., 9. ve 10. günlerde ortaya çıkmaktadır. Bunun nedeni, işgörenlerin hızlı bir tempoyla işe başlayarak, işyeri, faaliyetler ve yönetim hakkında düşünbilme noktasında gerekli zamanı bulamamaları olabilir.



Katılımcıların on beş gün süren duygusal oryantasyon süreçlerine genel olarak bakıldığında, yönetici kaynaklı sorunların daha yoğun olarak yaşandığı görülmektedir. Bu çalışmanın en çarpıcı bulgularından birisi de, katılımcılar tarafından süreç içinde verilen 14 işten ayrılma kararının hepsinin yönetici kaynaklı sorunlar neticesinde verilmiş olmasıdır.

7 işten ayrılma olayı ise sadece iki vaka dışında yine yönetici kaynaklı sorunlar neticesinde gerçekleşmiştir. Yönetici kaynaklı olmayan işten ayrılma olaylarından birinin nedeni, kalma yerinin katılımcıyı memnun etmemesidir. İşten ayrılan kadın katılımcı, acentanın sağladığı kalma yerinde yeterli güvenlik önlemleri olmadığı, lavabo, tuvalet, mutfak vb. gibi alanların erkek çalışanlarla ortak kullanım dahilinde olmasından dolayı işten ilk gün ayrılmıştır.

Yönetici kaynaklı olmayan bir diğer işten ayrılma olayının nedeni ise, müşteri kaynaklı bir taciz olayıdır. Bununla birlikte, katılımcılar her ne kadar bu türden spesifik olaylar sonucunda işyerinden ayrılıp işi bıraksalar da, süreç içinde daha önceden yaşadıkları birikmiş sorunların da işten ayrılmada etken olabileceği olasılığı göz önünde tutulmalıdır.

Bazı yöneticiler, işe yeni başlayan işgöreni hızlı bir tempo içinde angarya iş yükleriyle sınıntıya sokarken, bazı yöneticiler de yeni işgöreni adeta yok saymaktadırlar. İş yerinde kendisine yönetici tarafından herhangi bir iş verilmeyen katılımcı aynı zamanda iş arkadaşları tarafından da görünmez adam tutumlarına maruz kalmaktadır. Bu istenmeyen iş arkadaşı tutumlarının temelinde yöneticinin tavırları tetikleyici etken konumundadır. Eğer yöneticiler yeni başlayan çalışanı işyerindeki arkadaşlarına tanıştıırırlarsa tam tersi olumlu bir süreç yaşanabilmektedir. Yönetici tarafından işyerinde olumlu bir kabul töreni yaşayan ve yine yönetici tarafından diğer çalışanlara takdim edilen yeni işgören, iş arkadaşlarının sevgisini ve saygısını kazanabilmektedir. Ancak bu çalışmanın bulgularında bu türden biçimsel uygulamalar sadece üç katılımcıda saptanmıştır.

Asılma olayları bu çalışmada sıklıkla vurgulanan bir sorundur. Kadın katılımcılar böyle bir sorunla karşılaştıklarında büyük bir şok yaşamakta ve kendilerine iş hayatını çekilmez kılan bir baskı hissetmektedirler. Taciz ya da asılma olayları, katılımcıyı sadece işten soğutmamakta aynı zamanda genel açıdan turizm sektöründen de soğutmaktadır. Taciz olaylarına maruz kalan kadın katılımcılar, bu olayların sonucundaki hayal kırıklıklarını “*Bu türden insanların çalıştığı bir sektörde kariyer yapmayı düşünemem*” şeklindeki ifadelerle dile getirmektedirler.

Duygusal patlamalar başlığı altında yer alan tablodaki “*Her gece ağlıyorum*” ve “*Bu kötü bir rüya olmalı*” gibi duygusal ifadeler de kadın katılımcıların yönetici kaynaklı cinsel taciz davranışları sonucunda dile getirilmiştir.

Bu çalışma açısından altı çizilmesi gereken bir diğer önemli nokta, kalma yeri şartlarının oryantasyon sürecinde katılımcıyı önemli ölçüde etkileyen bir sorun olduğudur. Literatürde, oryantasyon süreci içinde kalma yerine yönelik yönetimsel yaklaşımlarının tanımlarına

rastlanmamış olması, bu boyutun turizm işletmelerine özgü durumsal bir boyut olduğu savını doğrulamaktadır. Kalifiye işgörenlerin sektöre kazandırılabilmesi için kalma yeri şartlarının işgören beklentilerini karşılar yapıda olmasına dikkat edilmelidir.

Sonuç olarak bu çalışma, dört ana boyut ve sekiz tema altında, işe yeni başlayan işgörenlerin yaşadıkları sorunları ve bu sorunların katılımcılara yönelik etkilerini ortaya koyarak işe yönelik oryantasyon sorunlarının işgören gözünden tanımsal çerçevesini, A grubu seyahat acentaları açısından çizmektedir. Katılımcıların yaşadıkları sorunları ve bu sorunların etkilerini bilmek, yöneticiler açısından, kalifiye işgörenleri seyahat acentalarına ve sektöre kazandırabilmek noktasında kritik bir öneme sahiptir. Bu çalışmadan elde edilen bulgular, seyahat acentası yöneticilerine, işe yeni başlayan bir işgörenin zihnine girme fırsatı verecektir. Aynı zamanda yöneticiler hangi davranışlarının işgörenleri nasıl etkilediğini anlayabilecekleri için daha etkin bir yönetici olma noktasında bu çalışmanın bulgularını göz önüne alabilirler.

Literatürde ele alınan ve çerçevesi belirli yönetsel faaliyetlerle tanımlanan biçimsel oryantasyon süreci, bu çalışma kapsamında incelenen 36 A grubu seyahat acentasının hiçbirinde yoktur. Sadece üç seyahat acentası yöneticisinin bu konuda kısmen bir farkındalığa sahip olduğu günlük analizlerinde saptanmıştır. Bu noktada, seyahat acentası yöneticilerinin, bu çalışmanın ortaya koyduğu bulgular ışığında, kendi durumsal şartlarına uygun bir oryantasyon planı oluşturmada neleri ön plana almaları gerekeceğine karar vermeleri mümkün olabilecektir. Bu sayede, oryantasyon uygulamaları kapsamında, turizm işgörenleri açısından kuram ve uygulama arasında var olan boşluk büyük oranda doldurulabilir.

Bu çalışmanın bulguları göstermektedir ki, seyahat acentaları açısından oryantasyon sürecinin pratiksel çerçevesi, sadece işe yeni başlayan çalışanların örgüte uyumuyla ilgili değildir. Bunun da ötesinde, yeni işgörenlerin özel yaşamlarını ve hayat kalitelerini de etkilemektedir. İş hayatına ilk adımı atan işgörenlerin önemli bir bölümü, kendi ayakları üzerinde durabilmek ve böylece kendisini ailesine ve sosyal çevresine kanıtlamak gibi son derece bireysel beklentiler içerisindedirler. Ancak mevcut işyeri koşullarının oryantasyon sağlama açısından son derece acımasız olması, işe yeni başlayanın özel hayatını da etkileyerek, yorgunluk, uykusuzluk, beslenme sorunları, stres, uyku bozuklukları gibi fizyolojik sorunlar yaratabilmektedir. Katılımcılardan üç tanesi de özel hayatında birlikte yaşadığı kişiyle iş hayatındaki yoğunluk yüzünden tartışmalar yaşamıştır. Sistemli bir oryantasyon planının acentalar açısından oluşturulması, hem iş hayatını hem de özel hayatı etkileyen sorunların ortadan kaldırılabilmesi için son derece kritik önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın bulguları, seyahat acentalarında kariyer yapmayı amaçlayan işgören adayları açısından, seyahat acentalarının işleyişi ve sorunları hakkında fikir edinmek noktasında onlara önemli yararlar sağlayacaktır. Turizm sektörüne kalifiye eleman ve yönetici adayları yetiştiren eğitimciler için de, başarısız yönetici davranış ve tutumlarını saptama olanağı sağlayacak önemli örnek olaylar içermektedir.

Her ne kadar günlük tekniği, bir süreç içinde katılımcılardan derinlemesine veri toplama olanağı sağlasa da, günlük yazımının son derece kişisel bir süreç olması bu çalışmanın sınırlılıklarından birisi haline gelmiştir. Bütün katılımcıların günlük yazımında eşit başarı veya etkinlik gösterdikleri söylenemez. Bazı katılımcılar, kendilerine açıklanan günlük yazma amacına sadık kalarak son derece etkili verileri doğal süreç içinde raporlarken, bazı katılımcılar da iş ve işyeri koşullarıyla ilgisi olmayan, daha çok kendi özel hayatlarını içeren yazılara ağırlık vermişlerdir. Bununla birlikte seçilmiş olan veri toplama tekniğinin, arzu edilen duygusal derinliğe ulaşabilmek noktasında yeterli olduğu söylenebilir.

Bu çalışmanın bir diğer sınırlılığı da, katılımcıların çalışmayı seçtikleri A grubu seyahat acentaları hakkında, araştırmacının acentaları özelliklerine göre sınıflayan (yönetim yapısı, çalışan sayısı, yönetici sayısı, hitap ettiği pazar, pazardaki deneyim süresi vb. gibi) bir bilgi tabanı oluşturamamasıdır. Bunun en önemli nedeni, bu türden sınıflandırmaları yapabilecek kadar fazla vakanın olmamasıdır. Bir diğer neden ise, Kuşadası'nda faaliyet gösteren A grubu seyahat acentalarının mevsimsel faaliyetlerde bulunmasına bağlı olan mevsimsel işgücü ve yönetim sistemleridir. Bununla birlikte, gelecekte bu türden sınıflandırmalar gerçekleştirilerek buna benzer çalışmaların yapılması, elde edilen sorunlarla acentaların özellikleri arasında (örneğin yönetim yapısı gibi) bir ilişki olup olmadığını da saptamaya olanak sağlayabilir.

Bu çalışmada, katılımcı olarak daha önceden turizm sektöründe hiç çalışmamış işgören adaylarının seçilmesi, katılımcı sayısının kadın erkek eşitliği sağlayacak kadar çok olmamasına neden olmuştur. Bu yüzden kadın ve erkek katılımcılar arasında bir karşılaştırma yapılamaması bu çalışmanın bir diğer sınırlılığıdır. Ancak sonraki çalışmalar için araştırmacıların oryantasyon konusuyla ilgili kadın-erkek farklılığına dayalı bir araştırma sorusu sormaları bu bağlamda önerilebilir.

## Kaynakça

- Aldemir, C., Ataol, A. & Budak, G. (1998). *Personel Yönetimi*. 3. Baskı, İzmir: Barış Yayınları.
- Avcı, U. & Boylu, Y. (2010). Türk turizm çalışanları için duygusal emek geçeriemesi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 7(2), 20-29
- Baş, T. & Akturan, U. (Eds.) (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. 2. Baskı. Ankara: Seçkin Kitapevi.
- Bingöl, D. (1998). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. 4. Baskı. İstanbul: Beta Yayınları.
- Brewerton, P. M. (2001). *Organizational Research Methods: A Guide For Students and Researchers*. Londra: Sage Publications.
- Cadwell, C. (1989). *New Employee Orientation: A Practical Guide for Supervisors*. Boston: Course Technology Crisp.
- Cascio, W. F. (1992). *Managing Human Resources*. 3rd Edition. New York: McGraw-Hill.

- Chandrakumara, A. & Sparrow, P. (2004). Work orientation as an element of national culture and its impact on HRM policy-practice design choices. Lessons from Sri Lanka. *International Journal of Manpower*, 25(6), 564-589.
- Coghlan, D. (2004). *Doing Action Research in Your Own Organization*. 2nd Edition. Londra: Sage Publications.
- Collins, J. M. (2005). *Preventing Identity Theft in Your Business: How to Protect Your Business, Customers, and Employees*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Elliot, H. (1997). The use of diaries in sociological research on health experience. *Sociological Research Online*, 2(2). <http://www.socresonline.org.uk/socresonline/2/2/7.html>.
- Finn, M., Elliot-White, M. & Walton, M. (2000). *Tourism and Leisure Research Methods Data Collection, Analysis and Interpretion*. Harlow: Longman.
- Freudig, T., Tiggelaar, D., Richardson, S., Gardner, D. & Boyle, K. (2019). Germ blasters and gameful thinking: Saving new employee orientation one mission at a time. *Nurse Leader*, 17(2), 117-120.
- Greenwood, D. J. (Ed.) (1999). *Action Research*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Harrison, T. M. (1985). Communication and participative decision making: An exploratory study. *Personnel Psychology*, 38(1), 93-116.
- Haslam, S.A., Powell, C. & Turner, J. (2000). Social identity, self-categorization, and work motivation: Rethinking the contribution of the group to positive and sustainable organisational outcomes. *Applied Psychology*, 49(3), 319-339.
- Hewagama, G., Boxall, P., Cheung, G. & Hutchison, A. (2019). Service recovery through empowerment? HRM, employee performance and job satisfaction in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 73-82.
- Jackson, P. W. (1968). *Life in Classrooms*. New York: Teachers College Press.
- Kandasamy, I. & Ancheri, S. (2009). Hotel employees' expectations of QWL: A qualitative study. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 328-337.
- Karakaş, A. (2014). İnsan kaynakları yönetiminde işe alıştırma eğitimi programlarının önemi. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(7), 1-14.
- Karakaş, A. (2017). Duygusal emek, tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki: Otel işletmesi çalışanları üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 80-112.
- Karakaş, A., Tösten, R., Kansu, V. & Aydın, A. S. (2016). Öğretmenlerin duygusal emek davranışlarının iş doyumlarına etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(56), 177-188.
- Kaynak, T., Adal, Z., Ataay, İ., Uyargil, C., Sadullah, Ö., Acar, A. C., Özçelik, O., Dündar, G. & Uluhan, R. (1998). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

- Kocabacak, A. (2006). *İnsan Kaynakları Eğitiminde Oryantasyon*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kolodinsky, R. W., Ritchie, W., Kuna, W. A. (2017). Meaningful engagement: Impacts of a 'calling' work orientation and perceived leadership support. *Journal of Management & Organization*, 24(3), 406-423
- Kozak, M. A. (1999). *Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örnek Olaylar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lashley, C. (2002). Emotional harmony, dissonance and deviance at work. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(5), 255-257.
- Levin, M. (1999). *Action Research Paradigms*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.
- Levine, M. F., Taylor, J. C. & Davis, L.E. (1984). Defining quality of working life. *Human Relations*. 37(1), 81-104.
- Mackrill, T. (2008). Solicited diary studies of psychotherapy in qualitative research – Pros And Cons. *European Journal Of Psychotherapy and Counselling*, 10(1), 5-18.
- Merriam, S. B. (2015). *Nitel Araştırma*. (Çev. Ed. Turan, S.), Ankara: Nobel Yayınevi.
- Mujtaba, B. G. (2008). Employee orientation and mentoring programs. In Tesone, D. V. & Pizam, A. (Eds.) *A Handbook Of Hospitality Human Resources Management*. Oxon: Routledge, 317-346.
- Murtonen, M., Olkinuora, E., Palonen, T., Hakkarainen, K. & Lehtinen, E. (2008). Motivational orientations in work. *International Journal of Educational Research*, 47(4), 213-222.
- Nadler, D. & Lawler, E. (1983). Quality of work life: Perspectives and directions. *Organization Dynamics* 11(4), 20-30.
- Neale, J., Allen, D. & Coombes, L. (2005). Qualitative research methods within the addictions. *Addiction*, 100(11), 1584-1593.
- Nelson, B. (1999). Enerji dolu bir işyeri yaratmak. In Hesselbein, F. & Cohen, P. M. (Eds.). *Liderden Lidere*, İstanbul: BZD Yayıncılık.
- Onwuegbuzie, A. & Leech, N. (2007). A call for qualitative power analyses. *Quality & Quantity*, 41(1), 105-121.
- Özdemir, N. (2002). İşe Alıştırma (Oryantasyon) Eğitimi.  
[www.okyanusbilgiambari.com/ InsanKaynaklari/egitim/oryantasyon.pdf](http://www.okyanusbilgiambari.com/InsanKaynaklari/egitim/oryantasyon.pdf) adresinden alındı
- Park, C., Jun, J., Lee, T. & Lee, H. (2018). Customer orientation or employee orientation: Which mattersmore? The moderating role of firm size. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(7), 1001-1011.
- Patterson, A. (2005). Processes, relationships, settings, products and consumers: The case for qualitative diary research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 8(2), 142-156.

- Patterson, B., Bayley, E.W., Burnell, K. & Rhoads, J. (2009). Orientation to emergency nursing: Perceptions of new graduate nurses. *Journal of Emergency Nursing*, 36(3), 203-211.
- Phillips, J.J. (1999). *Accountability in Human Resource Management*. Houston: Gulf Publishing Company.
- Robinson, J. P. (1999). The time-diary method structure and uses. In Pentland, W. E., Harvey, A., Lawton, M. P. & McColl M. A. (Eds.), *Time Use Research in The Social Sciences*. New York: Springer, 47-90.
- Rothwell, W. J. & Kazanas, H. C. (2003). *Planning & Managing Human Resources: Strategic Planning For Human Resources Management*. 2nd Edition. Massachusetts: HRD Press Inc.
- Sanders, P. (1982). Phenomenology: A new way of viewing organizational research. *The Academy of Management Review*, 7, 353-360.
- Taşkın, E. (2001). *İşletme Yönetiminde Eğitim ve Geliştirme*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Välimäki T., Vehviläinen-Julkunen K. & Pietilä A. M. (2007). Diaries as research data in a study on family caregivers of people with alzheimer's disease: Methodological issues. *Journal of Advanced Nursing*, 59(1), 68-76.
- Walker, J. R. & Miller, J. E. (2010). *Supervision in the Hospitality Industry: Leading Human Resources*. 6th Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Winter, R. (2001). *Handbook for Action Research in Health and Social Care*. Londra: Routledge.



**Hakan ATAY** – hatay@adu.edu.tr

Hakan Atay is an assistant professor at Department of Travel Management in Tourism Faculty of Adnan Menderes University. He is currently recturing. His basic research areas are human resources management, organizational behavior, organizational psychology and business administration.



**Ülker ÇOLAKOĞLU** – ucolakoglu@adu.edu.tr

Ülker Çolakoğlu is an assistant professor at Hospitality Management in Tourism Faculty of Adnan Menderes University. Her basic research areas are hospitality administration, human resources management and strategic management.

## A RESEARCH ON THE RELATIONSHIP BETWEEN INDIVIDUAL AND SOCIAL INNOVATIVENESS: THE CASE OF SELÇUK UNIVERSITY\*

BİREYSEL VE SOSYAL YENİLİKÇİLİK İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA:  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ ÖRNEĞİ

Vural ÇAĞLIYAN\*\*  
Eldana ESENALİEVA\*\*\*  
Melis ATTAR\*\*\*\*

### Abstract

In today's competitive environment, innovativeness is considered to be one of the most important means of increasing social welfare while being a competitive advantage for organizations. Additionally, innovativeness helps organizations in differentiating themselves on the market and providing value with advanced products and services as well as solving customer problems. Within this framework, it is necessary to emphasize an individual's openness to changes and one's ability to innovate. It is supposed that the individual might provide positive changes to the organization and society, as well as solve problems arising in it by considering innovation from both managerial and social perspectives in case he/she wants to innovate. Social innovation regards to innovative practices and services while meeting social needs and providing solutions to such social issues as women empowerment, training for disabled people, waste management etc. There are many studies in the literature that examined the relationship between individual innovativeness and creative behavior. However, as literature review did not demonstrate any research on the relationship between individual innovativeness and generation of social value, this study aims to contribute to the literature by filling this gap. In this context, the main purpose of this research is to be the leading study in the literature by examining the relationship

\* Received: 9.11.2018; Accepted: 25.02.2019

\*\* Selcuk University, Department of Production Management and Marketing, ORCID ID: 0000-0002-7964-8840

\*\*\* Selcuk University, Department of Production Management and Marketing, ORCID ID: 0000-0002-2415-1984

\*\*\*\* Selcuk University, Department of International Trade, ORCID ID: 0000-0002-1299-7552



between individual and social innovativeness along with the causality relationship between these two variables. The survey method has been applied in this research. The results of the field study held on academicians who play an important role in the emergence and dissemination of innovation were evaluated along with the suggestions and limitations of the research. We find a statistically significant relationship between two variables and we conclude that individual innovativeness can be used to explain social innovativeness.

**Keywords:** Innovation, Individual Innovativeness, Social Innovativeness, Diffusion of Innovation.

**JEL Codes:** M10, M11, M14

## Öz

Günümüzün rekabetçi yapısında yenilikçilik; işletmeler için rekabetçi bir avantaj sağlamanın, toplumsal olarak ise refahı artırabilmenin önemli araçlarından birisidir. Bununla birlikte araştırmalara göre yenilikçilik; örgütlere pazarda kendilerini farklılaştırma konusunda yardım etmekte, daha gelişmiş mal ve hizmetler ile değer sağlamakta ve müşteri sorunlarını çözmektedir. Bu çerçevede bireyin yeniliğe açık olması ve yenilik yapabilmesi hem toplum, hem örgüt için oldukça önemlidir. Bireyin yenilik yapmak istediği ve ona hazır olduğu zaman, yeniliği idari ve sosyal bakımından göz önüne alarak onun örgüt ve toplum içinde ortaya çıkan sorunları çözebildiği ve pozitif değişimleri sağlayacağı düşünülmektedir. Sosyal yenilik; yenilikçi uygulamalar ve hizmetler ile alakalı olup sosyal ihtiyaçları karşılamakla birlikte günümüzde önemli olan kadınların güçlendirme, programlar ve teknolojik uygulamalar aracılığıyla engelli insanların eğitim almaları, atık yönetimi, sürdürülebilir gelişim, içme suyu sağlama ve kıtlık gibi sosyal sorunları çözmektedir. Bireysel yenilikçiliğin, yaratıcı davranış ile ilişkisi literatürde birçok çalışma ile tartışılmış ancak sosyal fayda yaratma ile ilişkisini irdeleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, literatüre bu boşluğu doldurarak katkı sağlamayı hedeflemektedir. Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, bireysel yenilikçilik ile sosyal yenilikçilik arasındaki ilişkiyi tespit etmenin yanı sıra nedensel ilişkisini inceleyerek, literatürde öncül çalışmalardan biri olmaktır. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Çalışmada, yeniliğin ortaya çıkmasında ve yayılmasında önemli rol oynayan akademisyenler üzerinde yapılan bir alan araştırmasının sonuçları değerlendirilmiş olup, öneriler ve kısıtlılıklar tartışılmıştır. Yapılan alan araştırması sonucunda akademisyenlerin bireysel yenilikçilik ile sosyal yenilikçilik düzeyleri arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişkinin olduğu ve bireysel yenilikçiliğin sosyal yenilikçiliğin açıklanmasında kullanılabileceği tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yenilik, Bireysel Yenilikçilik, Sosyal Yenilikçilik, Yenilik Yayılımı.

**JEL Kodları:** M10, M11, M14

## 1. INTRODUCTION

The competitive environment requires organizations to respond to environmental changes by creating new products and services. Therefore, *the innovative* capacity of an individual can significantly affect the process of organization's adaptation to innovation and its success.



Moreover, individual innovation can also be defined as a social practice which expands beyond business and depends on social requirements and regulations (Standing, Jackson, Larsen, Suseno, Fulford & Gengatharen, 2016, p.45). Additionally, organizations with the high level of social consciousness (the degree to which organizations define success in terms of social wealth) react to social changes by the means of its innovativeness (Dibrell, 2015, p.600). As individuals are assumed to be the drivers of change and facilitators of creativity and learning in organizations from the individual innovativeness perspective (Gilbert, 2007, p.135), it is assumed that it is necessary for individuals to have innovative characteristics in order to adjust to innovations emerging in society. Thus, it is important to determine whether people with innovative potential can expose social innovative tendencies.

Being a foundation of any organization or community an individual plays an important role in the formation of new ideas and changes in that organization or community. In the business sector innovation is considered to be a significant competence of an individual that brings value (Waychal, Mohanty & Verma, 2011, p.302). Likewise, it is assumed that innovations influencing members of our society and create social value depend on the ability of individuals to create change or innovate (Phillis, Deiglmeier, & Miller, 2008, p.36; Hannan, English & Silver, 1999, p.286). As innovation is commonly defined as creation and development of something new within a group, organization, society or country in terms of productivity and growth (Abernathy & Clark, 1985, p.3; Heunks, 1998, p.263), policymakers work on fostering innovation for sustainable economic growth in countries (Al Mamun, Muniady, Yukthamarani, Noor Raihani Binti & Mohamad, 2016, p.1100). Therefore, it can be supposed that innovation can expose a positive impact both on organizations and society.

Social innovations are defined as innovative activities that are aimed at meeting a social need which can take a form of corporate social responsibility in for-profit organizations (Phillips, Lee, Ghobadian, O'Regan & James, 2015, p.430). Moreover, social innovation contributes to addressing the needs of society while increasing its welfare (Kocziszky & Somosi, 2016, p.170). In addition, considering that innovation from the social perspective is a process that contributes to the development of society, social innovations are also likely to impose a positive effect on the individual. Moreover, social change is widely accepted to be forced by energetic, heroic and creative individuals (Mulgan, 2006, p.148). Therefore, it is important to know to what extent an individual is willing and ready to change, and how this change will affect individuals' innovations in society. In this context, the main purpose of this study is to examine the causal relationship between individual and social innovativeness. The field study is carried out on the academic staff of Selcuk University, Konya, Turkey, considering that the academicians are the pioneers and supporters of innovation.

In this context, firstly, the literature review on the notion of individual innovativeness is conducted. Following sections consider a detailed explanation of the phenomenon of social

innovativeness and the relationship between individual and social innovativeness. Then, a research methodology is presented, followed by the results and conclusion sections.

## **2. LITERATURE REVIEW**

### **2.1. Innovation and Innovativeness**

There has been growing attention to the topic of *innovation* since the last century. Schumpeter was among the first ones to describe it as “the introduction of a new good” in 1934 (Salim Saji & Ellingstad, 2016, p.257). Innovation can also be described as “an early implementation of an idea by an organization” (Pierce & Delbecq, 1977, p.28) and “the creation and implementation of value through business models, products, services, processes, and systems in an organization” (Winby & Worley, 2014, p.225).

Some scholars also state that innovation is a multi-stage process in which organizations transform ideas into improved products, services or processes in order to successfully advance, compete, differentiate themselves in the market (Baregheh, Rowley & Sambrook, 2009, p.1334) and solve customer problems. By “increasing value for customers and producers” these processes have a positive impact on society (Lisetchi & Brancu, 2014, p.88).

Innovation is a concept that is generally associated with technological progress, although it occurs in different areas. Pater and Lewandowska (2015, p.34) emphasize that innovation and *innovativeness* can be created with the help of business relationships with partners in public authorities and institutions as well as professional and social organizations. *Innovativeness* is considered to be “the degree to which an individual or another unit of adoption is relatively earlier in adopting new ideas than other members of a system” (Rogers, 1971, p.22). The speed of innovation adoption and implementation can put an organization one step ahead of its competitors. Therefore, organizations not only need to motivate their employees to innovate but to make them focus on their willingness to innovate and change.

### **2.2. Individual Innovativeness**

Many definitions of innovation involve development and application of new ideas and dependency on creative ideas (Amabile, 1988, p.126). An organization needs to be open to creativity as well as to new products and services as organizations compete with the use of innovations created by their employees (Yesil & Sozbilir, 2013, p.542). Therefore, innovation has become one of the important sources of organizations’ competitive power.

Individual characteristics play an important role in the process of accepting innovations. Individual innovation is based on personal qualities such as creativity, talent and exceptional intelligence (Shavinina & Seeratan, 2003, p.32). Individual innovativeness depends on personal willingness to innovate and on positive tendency to make changes (Erdoğan & Güneş,

2013, p.3034). Individual innovativeness depends on leadership, desire, and commitment to innovation of organization's employees and consumers' openness to new products and services (Uzkurt, 2017, pp.30-183).

Rogers's S-shaped diffusion curve is widely used for the classification of individuals' levels of adopting innovations. The diffusion curve is divided by the categories that fit the ratio of the percentage of participants: *Laggards*, *Late majority*, *Early majority*, *Early adopters*, and *Innovators*. The curve rises gradually when there is a small number of people who adopt innovations, reaches its highest point as the half of the individuals in the system adopts innovation and slows while remaining individuals finally accept the innovation (Rogers, 1971, p.247). The classification of Rogers' adoption of innovations and its general characteristics are summarized in Table 1.

**Table 1:** The classification of adoption of innovation and its characteristics

Class	Characteristics
<i>Innovators</i>	The essential feature of <i>innovators</i> is their bravery and their openness to new ideas and wider social relations. In addition, innovators are ready to accept innovations despite their uncertainty. Innovators also have the ability to perceive and implement technological information. In addition, innovators have a very important place in the social system for adopting new ideas.
<i>Early Adopters</i>	<i>Early adopters</i> serve as role models for the majority of individuals in the system. Early adopters are potential adopters of innovations and consult innovators before adopting innovations. Early adopters apply new ideas and then transfer their evaluation to others. Thus, the early adopters play a leading role for those who adopt the next innovations and gain the appreciation of others.
<i>Early Majority</i>	<i>Early majority</i> have an important place in the system because they provide a link between innovators and late majority. The main feature of the <i>early majority</i> is that these people make prudent decisions about adopting innovations. In fact, the <i>early majority</i> people are eager to adopt new ideas. But these people need a little longer time to adopt innovations.
<i>Late Majority</i>	The main feature of the <i>late majority</i> is skepticism. The <i>late majority</i> people do not accept new ideas until most of the individuals in the system adopt innovations. The <i>late majority</i> should be confident that the ideas they will adopt are safe.
<i>Laggards</i>	<i>Laggards</i> are the last adopters of innovations. Their decisions are based on the decisions of previous generations and they are suspicious of their decisions. They mainly interact with people who have the same traditional views. Moreover, when laggards adopt new ideas, there can emerge a newer idea which has already been adopted by innovators.

There are many studies which examined various factors that may affect the innovative behavior of an individual. Scott and Bruce (1994, p.601) found that there is a significant relationship between individual innovative behavior and leadership, support for innovation and career stage. Additionally, personal characteristics are also among the factors affecting individual innovativeness (Yılmaz & Bayraktar, 2014, p.3461).

There are many studies that examined the measurement of innovativeness. The increase of studies done in this field since the 1970s has led to the development of various consumer

innovativeness scales that were divided into two groups of “life innovativeness” and “adoptive innovativeness” scales (Roehrich, 2004, p.673)

The consumer innovativeness scale developed by Manning, Bearden and Madden (1995, p.342) is based on consumer independent decision-making behavior (the degree to which an individual makes new product decisions independently) and consumer search for innovation (the individual’s tendency to search for new product information). Steenkamp, Hofstede and Wedel (1999, p.56) defined consumer innovativeness as consumers’ tendency to choose new products and new brands rather than stay with previous choices. Vandecasteele and Geuens (2010, p.308) developed a 4-dimensional and 20-item Motivation Consumer Innovativeness scale that considers hedonic, functional, social and cognitive sources of motivation.

Additionally, Wang and Ahmed (2004) have identified 5 basic areas (product innovativeness, market innovativeness, process innovativeness, behavioral innovativeness, and strategic innovativeness) that constitute global innovativeness and define organizational innovativeness as the ability to offer new products with innovative behavior.

However, the literature demonstrates only four main scales that considered innovativeness as a personality trait and measure individual innovativeness: The Jackson Personality Inventory, Kirton Adaption-Innovation Inventory, Innovativeness Scale developed by Hurt, Joseph and Cook (1977), and The NEO Personality Inventory (Goldsmith & Foxall, 2003, p.326). The classification of innovation adopters made by Rogers (1962) is widely accepted in the literature; however, it does not provide any scale for measurement of innovativeness. Nevertheless, reliability and validity of the scale developed by Hurt et al. (1977) which was adapted to Turkish by Kılıçer and Odabaşı, is accepted and used by many researchers (Kılıçer & Odabaşı, 2010, p.152). Thus, in this study, it was decided to use the Individual Innovativeness Scale developed by Hurt et al. (1977) in order to measure an individual’s desire to change.

### **2.3. Social Innovativeness**

In the literature there is significant lack of research in the field of social innovation in comparison to business innovation, still linking it to the area of social entrepreneurship (Phillips et al., 2015, p.431), social inventions and related fields. The ability to find innovative solutions to social problems that is generally regarded as social innovativeness, considered to be a necessity in encountering such social problems as income inequality, climate change and poverty (van Wijk, Zietsma, Dorado, de Bakker & Martí, 2018, p.2). Therefore, society needs to constantly seek new solutions and to be innovative. A social problem can be solved by a new, more effective, efficient, sustainable solution by creating a value that is transferred to the whole society which is accepted as *social innovation* (Phillis et al., 2008, p.36).

The Young Foundation (2012, p.18) proposed the following determination of social innovations in the scope of The Theoretical, Empirical and Policy foundations for building Social Innovation in Europe project (TEPSIE):

*“Social innovations are new solutions (products, services, models, markets, processes, etc.) that simultaneously meet a social need (more effectively than existing solutions) and lead to new or improve capabilities and relationships and/or better use of assets and resources”.*

That is, social innovations are aimed at society’s welfare and enhance society’s capacity to act. They can take form of concepts, ideas, and organizations that meet the needs of society within the context of community development and health while strengthening the civil society (Salim Saji & Ellingstad, 2016, p.258). Social innovation can assess projects in terms of innovation performance and evaluate innovativeness of organizations (Bund, Gerhard, Holscher & Mildenerger, 2015, p.49) as organizations create more “sustainable products and services to meet social and environmental needs” that allows them to be “drivers for social change...while creating new markets” (London, 2012, p.221).

Despite that the social innovation as a term can be considered as new, social innovation itself have been existed for a long time taking the form of social initiatives in health, education, climate change, and related sectors. Industrialization and urbanization in the 19<sup>th</sup> century brought social enterprise and innovation: microcredit, trade unions, model schools, and reading clubs. Then there was a wave of feminism, ecology and civil rights movements that led to innovations in governments and markets in 1960s-1970s (Mulgan, Tucker, Ali & Sanders, 2007, p.9). *This is European Social Innovation* call presented several social innovation projects that tackled social and environmental need, had meaning for all stakeholders and created new and effective relationships in society that help identify social innovation. The examples of such include projects aimed at educational inequalities, employment of socially excluded groups, healthcare technology, an increase of legal rights, active involvement of people with disabilities in society etc. (European Commission, 2010, p.9) as well as Wikipedia, community services etc.

Nevertheless, scholars question the ways of fostering social innovation and conditions for it. Mulgan (2006, p.150) emphasizes that the most effective way to encourage social innovation lies through understanding that an individual or an institution can solve own problems in a competent way. Leadbeater (2007, p.14) suggests that government needs to support a social enterprise as a means of social innovation by encouraging social responsibility from business customers, promoting social innovation in public services and supporting social entrepreneurs. Bright and Godwin (2010, p.180) indicated that social innovation needs virtuous intent as the foundation. Unceta, Castro-Spila and García Fronti (2016, pp.4-10) examined dimensions of social innovation at different levels in RESINDEX (Regional Social Innovation Index) model indicating individual, organizational and regional approach as the

perspectives that can be used to measure existing approaches and social innovation in four key dimensions: “acquisition of knowledge, development of innovations, impact assessment and governance of social innovation”.

In 1995, Roehrich developed the Hedonic and Social Innovation (HSI) scale that consists of two dimensions. Hedonic dimension depends on the person’s need for stimulation while the social dimension is related to the need for human’s uniqueness. In addition, the hedonic dimension is concerned with purchasing and testing, while the social dimension covers both purchasing and information acquisition processes. The items of the HSI scale are demonstrated as follows (Roehrich, 2004, p.674):

1. I am more interested in buying new than known products.
2. When I see a new product in a store I often buy it just to see what it is like.
3. I think that we must buy a product that has just been launched.
4. I like to buy new and different products.
5. New products excite me.
6. I like to test and try the latest innovations.
7. I am usually among the first to try new products.
8. I know more than others on new products.
9. I try new products before my friends and neighbors.

However, as this scale has a hedonic dimension along with the social one, this scale cannot be considered as an appropriate to measure predisposition to seek ways of making positive change and meeting economic and social needs through services, processes and entrepreneurial activities. The field of social innovativeness has dragged the interest of researchers during the last several decades. Nevertheless, Halaç, Eren and Bulut (2014, p.173) have discovered that there was a lack of social innovativeness scale in the literature and decided to fill this gap by developing Social Innovativeness Scale used in this study as the only social innovativeness scale found during the literature review.

#### **2.4. The Relationship between Social Innovativeness and Individual Innovativeness**

The literature review demonstrated that previous research has focused either on social innovation or on individual innovativeness in a separate way. Nevertheless, as social innovation is often related to social entrepreneurship and social enterprise as a mediator, some scholars examined these concepts from the social innovation perspective (Seelos & Mair, 2005; Abu-Saifan, 2012) The discussion on these concepts still often accepts individuals – business leaders, politicians, NGO activists – as drivers of change who influence social issues

(Mulgan et al., 2007, p.13). These individuals need to possess an open and innovative attitude in order to promote social entrepreneurship and social enterprise that realize the social purpose and create social value (Shin, 2018, p.10). However, individual innovativeness is often examined from the perspective of economic value as in studies on innovativeness from the perspective of consumer and producer innovativeness (Blythe, 1999), employee innovativeness (Parzefall, Seeck & Leppänen, 2008) and individual innovation behavior in the workplace (Yesil & Sozbilir, 2013). Thus, this study is expected to bring a deeper understanding of the relationship between individual and social innovativeness. From this perspective, this study can be regarded as a preliminary one examining the relationship between individual and social innovativeness.

Midgley and Dowling (1978) argued that the psychological and sociological traits of an individual are related to one's innate innovativeness traits. Moreover, group creativity and individual creativity are mutually related (Woodman, Sawyer, & Griffin, 1993, p.302). In other words, a group affects individual creativity while one's individual ability to innovate contributes to group creativity. De Jong (2006, pp.29-30) indicated that innovation is a part of personal attributes and that it depends on the personal ability to innovate. However, in the organizational context, individual innovations are influenced by new processes emerging in the whole group. Due to this reason, it can be stated that various organizational and environmental factors have an effect on individual innovation.

The study by Cajaiba-Santana (2014, p.45) examined social innovation from individual, structural and integrated (combined) perspectives. According to the individual perspective, the values and characteristics of the individual are the factors that have the strongest influence on the determination of social innovation.

Moreover, Van der Have and Rubalcaba (2016, p.1924) state that technological innovation also has social aspects. Thakur, Ramendra, Angriawan, Arifin, and Summey (2016, p.2765) emphasized that there is a positive relationship between individual innovativeness and technological innovativeness. Innovative individuals are more susceptible to risks and innovations because of their personal characteristics of curiosity and innovation search. Considering that the concept of technological innovation is closely related to social innovation, it can be assumed that there is a positive relationship between individual innovativeness and social innovativeness.

Tracey and Stott (2017, p.56) outlined a framework for social innovation typology indicating that research considers digital solutions to social issues as social movement organizations make significant investments in digital technology. Rahman et al. (2018, p.242) examined social innovation through the lens of technological innovation and found that innovativeness of individuals can be considered as a predictor of perceived ease of use and perceived usefulness of technological innovations with the social aspect. In the light of



explanations stated above, this study examines the results of a field study conducted on academicians who are supposed to be a reference point for innovativeness in their organization with the assumption that individual innovativeness can explain social innovativeness behavior of individuals.

In this context the hypothesis that is aimed to examine the relationship between individual innovativeness and social innovativeness and the causality relationship between them is stated as follows:

*“There is a positive relationship between individual innovativeness and social innovativeness”.*

### **3. RESEARCH METHODOLOGY**

The main purpose of this research is to examine the relationship between individual innovativeness and social innovativeness of academicians working at Selcuk University, Turkey. The survey method is used as the data collection tool for this study.

According to the literature review students, teachers and academicians are the most popular sample to be selected in order to examine individual innovativeness (Van Rijnsoever & Donders, 2009; Erdoğan & Güneş, 2013; Yilmaz & Bayraktar, 2014; Demiralay, Bayır, & Gelibolu 2016; Eröz, 2017). Unceta et al. (2016) in their study on RESINDEX model measuring social innovation suggested that the organizational level is more appropriate than national level in measuring social innovation. For these reasons, the university and therefore, the academic staff have been identified as the appropriate sample for this study.

A total number of academicians working at the university as the full-time staff is 1,200 people. A survey method (quantitative) is chosen for this study. 280 questionnaire forms have sent to the academicians working at different faculties during the period of research (November-December 2016). By the end of the data collection process, 242 questionnaires are collected. All 242 questionnaire forms are considered to be acceptable for analysis.

In order to determine the representative sample of the population, a table developed by Yazıcıoğlu and Erdoğan (2004) which contains the sample numbers that can represent the specific population is used. In this context, the sample of 224 for the population of 2500 with the consideration of the sampling error of  $\pm 0.05$ ,  $p = 0.8$  (observing ratio of X in the population) and  $q = 0.2$  (the unobserved ratio of X in the population) is sufficient. Thus, taking into account that the population contains 1200 people and the sample is 242, it is considered that the taken sample can represent the given population.



## 4. RESULTS

### 4.1. Demographic Characteristics

The age of the participants ranges from 23 years old to 63 years old, while the average age is estimated as 36.9. Employment term ranges from 1 year to 39 years. Table 2 below provides detailed information on gender, faculty and academic degree.

**Table 2:** Demographic characteristics

Gender	Female	36.8%
	Male	63.2%
Faculty	Faculty of Literature	11.57%
	Faculty of Engineering	11.57%
	Faculty of Communication	11.15%
	Faculty of Science	11.15%
	Faculty of Law	11.15%
	Faculty of Architecture	11.15%
	Faculty of Health Sciences	11.15%
	Faculty of Veterinary	10.3%
	Vocational School of Technical Sciences	3.31%
	Faculty of Agriculture	2.48%
	Faculty of Economics and Administrative Sciences	2.26%
	Vocational School of Foreign Languages	0.83%
Academic degree	Assistant Professors	73.14%
	Professor Doctors	14.05%
	Associate Professors	12.81%

### 4.2. Individual Innovativeness

In order to measure individual innovativeness, 20-items Individual Innovativeness Scale (IIS) is used in this study. The scale developed by Hurt et al. (1977) has been adapted to Turkish by Kılıçer and Odabaşı (2010). The measurement tool uses a Likert scale. For this scale 1 stands for *strongly disagree*, 2 for *disagree*, 3 is for *neutral*, 4 stands for *agree* and 5 is for *strongly agree*. The results obtained are tested using SPSS 15.0 statistical software program.

As the original scale items are in English, they are translated into Turkish and compared with the study by Kılıçer and Odabaşı (2010). The obtained Turkish text is reviewed by Selcuk University Foreign Language Higher School (YADAM) teachers, translated into English again and then compared with the original text. The differences in translation are cross-checked and edited as this step is important from the perspective of the validity of the scale.

Individual Innovativeness Scale (IIS) which is used to identify innovativeness level of individuals and their category of innovation measures innovation in a general sense and characterizes individual innovativeness as “a willingness to try new things”. According to this fact, innovation is a response to new and different things, and these responses to change vary from very positive to very negative. In addition, it is considered as a concept related to other personal characteristics such as risk-taking and openness to experiences (Kılıçer & Oda-başı, 2010).

Innovativeness score measured with the help of IIS is calculated by subtracting the total score of negative items from the total score of positive items (1, 2, 3, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 18 and 19) and adding 42 to the score. Participants are categorized according to the calculated scores. According to Hurt et al. (1977) the score of 80 and higher implies *Innovators*, the score between 69 and 80 identifies *Early Adopters*, the score between 57 and 68 determines *Early Majority*, the score with the range of 46 and 56 implies *Late Majority* and the score under 46 identifies *Laggards*. In this context, the categorization of participants according to their innovativeness levels is presented in Table 3.

**Table 3:** Innovativeness levels of academicians

	Number	Percentage
Laggards (score of 45 and under)	1	0.4
Late majority (score of 46-56)	35	14.5
Early majority (score of 57-68)	115	47.5
Early adopters (score of 69-80)	90	37.2
Innovators (score of 81 and higher)	1	0.4
<b>Total</b>	<b>242</b>	<b>100.0</b>

A significant part of academicians (47.5%) is referred to the category of *early majority*. Due to the fact that the *early majority* connects *late majority* and *early adopters*, this class has an important place in the system. It can be stated that when this category is willing to adopt new ideas the percentage is not underrated. The percentage of *early adopters* which work as a role model for those in the system in adopting innovations is 37.2%. The percentage of *innovators* is 0.4%. Considering that academicians are regarded as leaders in adopting innovations this percentage is considered to be quite low. On the other hand, considering the *early majority*, *early adopters* and *innovators* as one, it can be said that a significant part of Selçuk University academicians has evolved from suspiciousness to more rapid adoption of innovations.

The information related to the measurement of scale items on the sample of academicians is demonstrated in Table 4.

**Table 4:** Individual innovativeness scale

	Mean	St.dev.
My peers often ask me for advice or information.	3.95	0.90
I enjoy trying out new ideas.	4.22	0.80
I seek out new ways to do things.	4.19	0.80
I frequently improvise methods for solving a problem when an answer is not apparent.	3.59	0.94
I feel that I am an influential member of my peer group.	3.97	0.94
I consider myself to be creative and original in my thinking and behavior.	4.02	0.84
I am an inventive kind of person.	3.81	0.94
I enjoy taking part in the leadership responsibilities of the groups I belong to.	4.05	0.90
I find it stimulating to be original in my thinking and behavior.	3.87	0.89
I am challenged by ambiguities and unsolved problems.	3.05	1.20
I am receptive to new ideas.	4.35	0.73
I am challenged by unsolved problems.	2.82	1.15
<b>Total of positive items<sup>1</sup></b>	<b>45.91</b>	<b>5.16</b>
I am generally cautious about accepting new ideas.	3.22	1.14
I am suspicious of new inventions and new ways of thinking.	2.58	1.24
I rarely trust new ideas until I can see whether the vast majority of people around me accepted them.	2.65	1.12
I am aware that I am usually one of the last people in my group to accept something new.	2.64	1.18
I am reluctant about adopting new ways of doing things until I see them working for people around me.	3.22	1.19
I tend to feel that the old way of living and doing things is the best way.	2.55	1.10
I must see other people using new innovations before I will consider them.	3.02	1.20
I often find myself skeptical of new ideas.	2.32	1.04
<b>Total of negative items<sup>2</sup></b>	<b>22.20</b>	<b>5.14</b>

**Note:** (i) n=242, (ii) For this scale 1 is *strongly disagree* and 5 is *strongly agree*. (iii) According to the two-way ANOVA test of Friedman ( $\chi^2=2435.237$ ;  $p<0.001$ ) the results are statistically significant.

### 4.3. Social Innovativeness

Halaç et al. in 2014 have developed the Social Innovativeness Scale while checking its validity and reliability. The scale which consists of one dimension and 8 items measures participants' inclinations to social innovation. This measurement tool uses Likert scale; 1 stands for *strongly disagree*, 2 for *disagree*, 3 is for *neutral*, 4 stands for *agree* and 5 is for *strongly agree*. The results obtained were tested using SPSS 15.0 statistical software program.

- 1 Reliability coefficient of the scale was calculated before summarizing scores of positive items of Individual Innovativeness Scale. The Cronbach alfa of 0.712 shows reliability of the scale and that the total score can be calculated thereafter.
- 2 Reliability coefficient of the scale was calculated before summarizing scores of negative items of Individual Innovativeness Scale. The Cronbach alfa of 0.710 shows reliability of the scale and that the total score can be calculated thereafter.

The results related to social innovativeness are presented in Table 5. Considering Table 5, it can be seen that the average of all items except for “I search for opportunities that will make a change in social norms and rules” exceeds 4. In this context, it can be stated that the level of academicians’ participation is high. In other words, their inclination to social innovativeness is high. The minimum score of the scale is 8 and the maximum score is 40. In this context, the mean of the total score scale is 33.41, which is close to the maximum score. Therefore, the average value of the total score can be considered as an indicator of high social innovativeness of the academicians.

**Table 5:** Social innovativeness scale

	Ort.	S.S.
I want to develop new products and services with social content to improve society’s quality of life.	4.25	0.82
I search for methods to create political and social changes in society.	4.01	0.89
I want to develop new scientific educational techniques to increase the innovative power of society.	4.34	0.78
I use new technologies to solve social problems and find solutions to these problems.	4.24	0.75
I search for ways to improve social solidarity and social participation in society.	4.17	0.81
I search for new ideas that will create social value will make society more effective.	4.03	0.85
I search for opportunities that will make a change in social norms and rules.	3.90	0.84
I would like to be helpful to my surroundings without any financial rewarding.	4.48	0.74
<b>Total<sup>3</sup></b>	<b>33.41</b>	<b>6.48</b>

**Note:** (i) n=242, (ii) For this scale 1 is *strongly disagree* and 5 is *strongly agree*. (iii) According to the two-way ANOVA test of Friedman ( $\chi^2=822.655$ ;  $p<0.001$ ) the results are statistically significant.

#### 4.4. The Relationship between Individual Innovativeness and Social Innovativeness

The main purpose of the research is to examine whether there is a relationship between individual innovativeness and social innovativeness. In this regard, in order to determine the relationship between Individual Innovativeness and Social Innovativeness scales, the Pearson correlation coefficient is calculated (each variable maintains the normal distribution condition and Shapiro-Wilk values are estimated as: statistics for Social Innovativeness=0.892 and  $p=0.241$ ; statistics for Positive total =0.982 and  $p=0.201$ ; statistics for Negative total=0.967 and  $p=0.228$  and statistics for Individual Innovativeness=0.970 and  $p=0.232$ ). The codification of 8 reverse coded items of Individual Innovativeness scale are figured out before the correlation coefficient is calculated. Total individual innovativeness score is calculated thereafter. The results are demonstrated in Table 6 below.

3 Reliability coefficient of Social Innovativeness scale was calculated before summarizing scores. The Cronbach alfa of 0.82 shows reliability of the scale and that the total score can be calculated thereafter.

**Table 6:** Correlation matrix

	Social Innovativeness	Positive total	Negative total	Individual Innovativeness
Social Innovativeness	1			
Positive total	0.575*	1		
Negative total	0.172*	0.108	1	
Individual Innovativeness	0.503*	0.748*	0.741*	1

Note: \*p<0.001.

Considering the data given in Table 6, it can be stated that there is a positive medium-level and statistically significant ( $p < 0.001$ ) correlation between Individual Innovativeness and Social Innovativeness scales. It has been also seen that there is a statistically significant ( $p < 0.001$ ) positive relationship between Social Innovativeness scale and Individual Innovation scale sub-dimensions. In this regard, Table 5 data support the hypothesis that there is a positive relationship between individual innovativeness and social innovativeness.

In order to define a causal relationship between Individual Innovativeness and Social Innovativeness scales the below model is proposed. The regression analysis is carried out thereafter. The classic regression analysis assumptions apply to the error term of  $\mathcal{E}$ . The results of the regression analysis are demonstrated in Table 7.

$$\text{Social Innovativeness} = b_0 + b_1 \text{Individual Innovativeness} + \mathcal{E} \quad (1)$$

The proposed model is statistically significant ( $p < 0.001$ ). According to the results of the regression analysis,  $R^2$  (percent of variance expounded) and F (significance level of regression model) values show that Social Innovativeness can be explained by Individual Innovativeness scale. In this regard, the results in Table 6 also support the hypothesis that there is a positive relationship between individual innovativeness and social innovativeness.

**Table 7:** Regression analysis results

Dependent variable	$R^2$	Independent variables	B	Std.Error	$t$	F
Social Innovativeness	0.250	Constant Term	13.818	2.184	6.327*	81.379*
		Individual Innovativeness	0.273	0.030	9.021*	

Note: \*p<0.001.

The examination of the relationship between Social Innovativeness scale and sub dimensions of Individual Innovativeness scale is considered important for better understanding the question of the research. Due to this reason the following model is proposed:

$$\text{Social Innovativeness} = b_0 + b_1 \text{Pos. Ind. Innovativeness} + b_2 \text{Neg. Ind. Innovativeness} + \mathcal{E} \quad (2)$$

The multiple regression analysis is carried out thereafter. The classic regression analysis assumptions apply to the error term of  $\mathcal{E}$ . The results of the multiple regression analysis are demonstrated in Table 8.

**Table 8:** Multiple regression analysis results

Dependent variable	R <sup>2</sup>	Independent variables	B	Std.Error	t	F
Social innovativeness	0.337	Constant Term	10.313	2.144	4.811*	62.236*
		Positive Individual Innovativeness	0.452	0.042	10.661*	
		Negative Individual Innovativeness	0.091	0.043	2.114**	

**Note:** \* p<0.001, \*\* p<0.05

The proposed model is statistically significant (p < 0.001). According to the results of regression analysis R<sup>2</sup> (percent of variance expounded) and F (significance level of regression model) values demonstrate that Social Innovativeness can be explained by sub-dimensions of Positive Individual Innovativeness and Negative Individual Innovativeness.

## 5. CONCLUSION

Innovations and changes that emerge in society affect not only the society itself but every individual in particular. For this reason, it is pivotal for organizations to motivate their employees to be ready for new ideas, products, and services as well as to develop their adaptiveness to them. In other words, it is necessary for the organizations to keep organizational structure and strategy engaged in processes stimulating new ways of thinking and producing new ideas. Moreover, many scholars have indicated the significance of innovation and innovativeness for an organization (Coakes, Smith, & Alwis, 2011, p.32; Prange & Pinho, 2017, p.1120) for providing a competitive advantage and higher performance (Hurley & Hult, 1998, p.45; Cai, Chen, Chen, & Bruton, 2017, p.113).

Studies examining the topic of innovativeness emphasize the great importance of innovations both for society and organizations. Likewise, the literature demonstrates that now organizations credit social innovations as a mean for creating favorable outcomes for the public and private sector (Matei & Antonie, 2015, p.64). Considering the public sector, social innovations can make a great contribution to the development of the whole society as well as local communities in order to address social needs. Social innovations can facilitate knowledge dissemination, generate new solutions in healthcare, create job opportunities, reduce poverty and foster economic growth on a national level. Regarding the private sector, social innovations are thought to facilitate the organization's competitive advantage and its reputation. The application of social innovation in the organization may be beneficial in both ways: as employees are regarded as the core of the organization they can be considered as drivers of innovations directed towards society.

Nevertheless, according to the literature review, the causal relationship between individual innovativeness and social innovativeness has not been investigated yet. In this context, the main aim of this study is to examine the relationship between individual and social innovativeness along with the causality relationship between these two variables. According to Unceta et al. (2016, p.6) organizational approach is rather more appropriate to measure social innovation than an individual or national one: individual approach is inadequate due to the lack of actors' participation and the national one is inappropriate as they "measure the context of social innovation but not social innovation itself". Furthermore, when assessing innovation and innovativeness it was necessary to select a sample which is considered to be innovative. As academicians play a significant role in seeking, distributing and sharing information and knowledge, and knowledge itself takes an important place in organizational learning and innovation activities (Lam, 2000, p.487), academicians have been chosen as a sample for this study.

This paper's findings provide some insights in regards to the diffusion of innovation and innovativeness data. Most of the academic staff can be categorized as the *early majority* (47.5 %) and as *early adopters* (37.2%), while *late majority* covered 14.5%, and *laggards* and *innovators* covered the percentage of 0.4% respectively. The result appeared to be inconsistent with the assumption that most academicians are innovators; however, the fact that most of the sample taken was in the early majority and early adopters groups (84.7%) supports the assumption that academicians have high – or medium-level individual innovativeness.

Despite the fact that social innovation happened to gain a peculiar interest of researchers, the topic of social innovativeness has not been closely analyzed. This study's results manifest that the level of social innovativeness of all of the items is medium and high. This finding demonstrates that employees are inclined to seek new ways of improving society's quality of life, therefore contributing both to organizational and public interests.

There is a positive, medium-level statistically significant relationship between social innovativeness and individual innovativeness. Additionally, findings contend that social innovativeness level depends on the level of individual innovativeness. The hypothesis of this study was confirmed by the result that the higher individual innovativeness triggers an individual to search for new ways of improvement in society. This fact implies that organizations can stimulate their employees to seek solutions to social issues by encouraging them to adopt innovations and generate new ideas inside the organization. Considering the fact that organizations are in constant search for advanced methods of differentiating their products and services, this finding contributes to the understanding of innovation application in an organization's strategy.

Despite the fact that social innovativeness results are on medium and high levels, still, individual innovativeness findings did not demonstrate the expected results. Considering the

assumption that academicians are the ones who create the value of knowledge in society and stimulate its diffusion along with innovation, these values are presumed to be on a higher level. As the results demonstrate substantial attention have to be paid to the development of individual innovativeness rather than a social one. Additionally, regarding the fact that academicians can be referred to as a source of knowledge to students, it is crucial for academic staff to be “innovators” and “early adopters”. One of the suggestions that can also be verified by further academic research would be to make a cultural and educational exchange with countries with high innovativeness index in society. Another suggestion would be to cultivate innovation activities in universities as working on projects requiring creating social and technological value. Furthermore, one of the recommendations would be to constantly make thorough research and participate in conferences aimed at contemporary topics.

It is important to note some of the limitations of this study that future research can address. Considering the fact that this study is conducted only in one university, a potential shortcoming of this study is the sample size as the data for this study has been collected only from one university in Turkey. Moreover, one might find helpful some suggestions for future studies related to this field. One might investigate the relationship between individual and social innovativeness in a different scope, e.g. selecting the sample of another professional group or organizational structure.

In order to extend the generalizability of the study, future research of this kind might focus on different countries and cultures such as a western one in order to make a comparison and verify the results. Furthermore, one might expand the scope of the research by not only investigating the relationship between social and individual innovativeness but adding other mediators into the model.

## References

- Abernathy, W. J. & Clark, K. B. (1985). Innovation: Mapping the winds of creative destruction. *Research Policy*, 14(1), 3-22.
- Abu-Saifan, S. (2012). Social entrepreneurship: Definition and boundaries. *Technology Innovation Management Review*, 2(2), 22-27
- Al Mamun, A., Muniady, R., Yukthamarani, P. P., Noor Raihani Binti, Z. & Mohamad, M. R. (2016). Micro-enterprise development initiatives and entrepreneurial competencies, innovativeness, and social capital in Malaysia. *Development in Practice*, 26(8), 1094-1110.
- Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10(1), 123-167.
- Baregheh, A., Rowley, J. & Sambrook, S. (2009). Towards a multidisciplinary definition of innovation. *Management Decision*, 47(8), 1323-1339.



- Blythe, J. (1999). Innovativeness and newness in high-tech consumer durables. *Journal of Product & Brand Management*, 8(5), 415-429.
- Bright, D. S. & Godwin, L. N. (2010). Encouraging social innovation in global organizations: Integrating planned and emergent approaches. *Journal of Asia-Pacific Business*, 11(3), 179-196.
- Bund, E., Gerhard, U., Hoelscher, M. & Mildenerger, G. (2015). A methodological framework for measuring social innovation. *Historical Social Research/Historische Sozialforschung*, 40(3), 48-78.
- Cai, L., Chen, B., Chen, J. & Bruton, G. D. (2017). Dysfunctional competition & innovation strategy of new ventures as they mature. *Journal of Business Research*, 78, 111-118.
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42-51.
- Capaldo, A. & Petruzzelli, A. M. (2011). In search of alliance-level relational capabilities: Balancing innovation value creation and appropriability in R&D alliances. *Scandinavian Journal of Management*, 27(3), 273-286.
- Coakes, E. W., Smith, P. A. & Alwis, D. (2011). Sustainable innovation and right to market. *Information Systems Management*, 28(1), 30-42.
- Celik, K. (2013). The relationship between individual innovativeness and self-efficacy levels of student teachers. *International Journal of Scientific Research in Education*, 6(1), 56-67.
- De Jong, J. (2006). Individual Innovation. The connection between leadership and employees' innovative work behavior. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41-64.
- Demiralay, R., Bayır, E. A. & Gelibolu, M. F. (2016). Öğrencilerinin bireysel yenilikçilik özellikleri ile çevrimçi öğrenmeye hazır bulunuşlukları ilişkisinin incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 161-167.
- Dibrell, C., Craig, J. B., Kim, J. & Johnson, A. J. (2015). Establishing how natural environmental competency, organizational social consciousness, and innovativeness relate. *Journal of Business Ethics*, 127(3), 591-605.
- Erdoğan, D. G. & Güneş, D. Z. (2013). The relationship between individual innovativeness and change readiness conditions of students attending faculty of education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 3033-3040.
- Eröz, S. S. (2017). The relationship between individual innovativeness and locus of control: A research on tourism faculty students. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 5(1), 46-52.
- European Commission (2010). This is social innovation. Brussels. <https://youngfoundation.org/publications/this-is-european-social-innovation/>
- Gilbert, D. H. (2007). Firm innovativeness in SMES: Lessons from Japan. *International Journal of Organisational Behaviour*, 12(1), 126-143.

- Goldsmith, R. E., & Foxall, G. R. (2003). The measurement of innovativeness. in Shavinina L.V. (Ed.), *The International Handbook of Innovation*. Oxford: Elsevier, 321-328.
- Halaç, Duygu S., Eren, H. & Bulut Ç. (2014). Sosyal yenilikçilik bir ölçek geliştirme çalışması, *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 165-190.
- Hannan, A., English, S. & Silver, H. (1999) Why innovate? Some preliminary findings from a research project on ‘innovations in teaching and learning in higher education, *Studies in Higher Education*, 24(3), 279-289.
- Heunks, F. J. (1998). Innovation, creativity and success. *Small Business Economics*, 10(3), 263-272.
- Hurley, R. F. & Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *The Journal of Marketing*, 62(3), 42-54.
- Hurt, H. T., Joseph, K. & Cook, C. D. (1977). Scales for the measurement of innovativeness. *Human Communication Research*, 4(1), 58-65.
- Kılıçer, K. & Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel yenilikçilik ölçeği (BYÖ): Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164
- Kocziszky, G. & Somosi, M. V. (2016). Generating social innovation with knowledge engineering. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 223, 167-174.
- Lam, A. (2000). Tacit knowledge, organizational learning and societal institutions: An integrated framework. *Organization Studies*, 21(3), 487-513.
- Leadbeater, C. (2007). Social enterprise and social innovation: Strategies for the next ten years. *A social enterprise think piece for the Cabinet Office of the Third Sector*.
- Lisetchi, M. & Brancu, L. (2014). The entrepreneurship concept as a subject of social innovation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 124, 87-92.
- London, M. (2012). CSR partnership initiatives. *Organizational Dynamics*, 3(41), 220-229.
- Manning, K. C., Bearden, W. O. & Madden, T. J. (1995). Consumer innovativeness and the adoption process. *Journal of Consumer Psychology*, 4(4), 329-345.
- Matei, A. & Antonie, C. (2015). Complexity theory and the development of the social innovation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 185, 61-66.
- Midgley, D. F. & Dowling, G. R. (1978). Innovativeness: The concept and its measurement. *Journal of Consumer Research*, 4(4). 229-242.
- Mulgan, G. (2006). The process of social innovation. *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(2), 145-162.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R., & Sanders, B. (2007). Social innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated, Skoll Centre for Social Entrepreneurship. Oxford Said Business School. London: Young Foundation.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2005). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. 3rd Edition. Paris: OECD.

- Parzefall, M. R., Seeck, H. & Leppänen, A. (2008). Employee innovativeness in organizations: A review of the antecedents. *Finnish Journal of Business Economics*, 2(08), 165-182.
- Pater, R. & Lewandowska, A. (2015). Human capital and innovativeness of the European Union regions. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 28(1), 31-51.
- Phillips, W., Lee, H., Ghobadian, A., O'Regan, N. & James, P. (2015). Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. *Group & Organization Management*, 40(3), 428-461.
- Phillis, J. A., Deiglmeier, K. & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.
- Pierce, J. L. & Delbecq, A. L. (1977). Organization structure, individual attitudes and innovation. *Academy of Management Review*, 2(1), 27-37.
- Prange, C. & Pinho, J. C. (2017). How personal and organizational drivers impact on SME international performance: The mediating role of organizational innovation. *International Business Review*, 26(6), 1114-1123.
- Rahman, S. A., Taghizadeh, S. K., Ramayah, T. & Alam, M. M. D. (2017). Technology acceptance among micro-entrepreneurs in marginalized social strata: The case of social innovation in Bangladesh. *Technological Forecasting and Social Change*, 118, 236-245.
- Roehrich, G. (2004). Consumer innovativeness: Concepts and measurements. *Journal of Business Research*, 57(6), 671-677.
- Rogers, E. (1971). *Diffusion of Innovations*. 2nd edition. New York: The Free Press.
- Salim Saji, B. & Ellingstad, P. (2016). Social innovation model for business performance and innovation. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(2), 256-274.
- Scott, S. G. & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Seelos, C. & Mair, J. (2005). Social entrepreneurship: Creating new business models to serve the poor. *Business Horizons*, 48(3), 241-246.
- Shavinina, L.V. & Seeratan, K. L. (2003). On the nature of individual innovation. In Shavinina, L.V. (Ed.) *The International Handbook on Innovation*. Oxford: Elsevier, 31-43
- Shin, C. (2018). How social entrepreneurs affect performance of social enterprises in Korea: The mediating effect of innovativeness. *Sustainability*, 10(8), 2643.
- Sinkovics, N., Sinkovics, R. R. & Yamin, M. (2014). The role of social value creation in business model formulation at the bottom of the pyramid—implications for MNEs?. *International Business Review*, 23(4), 692-707.

- Standing, C., Jackson, D., Larsen, A. C., Suseno, Y., Fulford, R. & Gengatharen, D. (2016). Enhancing individual innovation in organisations: A review of the literature. *International Journal of Innovation and Learning*, 19(1), 44-62.
- Steenkamp, J. B. E., Hofstede, F. T. & Wedel, M. (1999). A cross-national investigation into the individual and national cultural antecedents of consumer innovativeness. *The Journal of Marketing*, 63(2), 55-69.
- Thakur, R., Angriawan, A. & Summey, J. H. (2016). Technological opinion leadership: The role of personal innovativeness, gadget love, and technological innovativeness. *The Journal of Business Research*, 69(8), 2764-2773.
- The Young Foundation (2012). Social Innovation Overview – Part I: Defining social innovation. A deliverable of the project TEPsIE. Brussels: European Commission. <http://www.tepsie.eu/images/documents/TEPSIE.D1.1.Report.DefiningSocialInnovation.Part%201%20-%20defining%20social%20innovation.pdf>
- Tracey, P. & Stott, N. (2017). Social innovation: A window on alternative ways of organizing and innovating. *Innovation*, 19(1), 51-60.
- Unceta, A., Castro-Spila, J. & García Fronti J. (2016). Social innovation indicators. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 29(2), 192-204
- Uzkurt, C. (2017). *Yenilik (İnovasyon) Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü (Kültürel, Yönetimsel ve Makro Yaklaşım)*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Vandecasteele, B. & Geuens, M. (2010). Motivated Consumer Innovativeness: Concept, measurement, and validation. *International Journal of Research in Marketing*, 27(4), 308–318
- Van der Have, R.P. & Rubalcaba, L. (2016) Social innovation research: An emerging area of innovation studies? *Research Policy*, 45(9), 1923-1935.
- Van Rijnsoever, F. J. & Donders, A. R.T. (2009). The effect of innovativeness on different levels of technology adoption. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(5), 984-996.
- Van Wijk, J., Zietsma, C., Dorado, S., de Bakker, F. G. & Martí, I. (2018). Social innovation: Integrating micro, meso, and macro level insights from institutional theory. *Business & Society*, forthcoming, 1-32.
- Wang, C. L. & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303-313.
- Waychal, P., Mohanty, R. P. & Verma, A. (2011). Leading indicators of innovation as a competence for individuals: An empirical study. *Journal of Advances in Management Research*, 8(2), 301-322.

- Winby, S. & Worley, C. G. (2014). Management processes for agility, speed, and innovation. *Organizational Dynamics*, 3(43), 225-234.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E. & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*, 18(2), 293-321.
- Yesil, S. & Sozbilir, F. (2013). An empirical investigation into the impact of personality on individual innovation behaviour in the workplace. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 81, 540-551.
- Yilmaz, O. & Bayraktar, D. M. (2014). Teachers' attitudes towards the use of educational technologies and their individual innovativeness categories. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 116, 3458-3461.



**Vural ÇAĞLIYAN** - vcagliyan@selcuk.edu.tr

Vural Çağlıyan received his B.S. degree in Forest Industries Engineering from Karadeniz Technical University (1998), his Master's degree in Production Management and Marketing from Selcuk University (2002) and PhD degree in Management from Selcuk University (2009). He is an Associate Professor in the Department of Production Management and Marketing in the Faculty of Management and Economics at Selcuk University. He teaches Scientific Methods of Research, Statistical Modeling in Social Sciences, Numerical Methods, and Quality and Innovation Management for undergraduate and graduate students.



**Eldana ESENALİEVA** - eldanamaxim@gmail.com

Eldana Esenalieva received her B.A. degree from the American University of Central Asia (2014). She is currently pursuing her Master's degree in the Department of Production Management and Marketing in the Faculty of Management and Economics at Selcuk University. Her fields of interest include Marketing, Innovation, and Entrepreneurship.



**Melis ATTAR** - melisattar@selcuk.edu.tr

Melis Attar received her B.A. degree in Economics from Koc University (2003), her M.Sc. degree in International Management from Essex University (2005) and her PhD degree in Business Management from Selcuk University (2014). She is an Assistant Professor in the Department of International Trade in the Faculty of Management and Economics at Selcuk University. She teaches International Management, Entrepreneurship, Organization and Management, Behavioral Science, Business Management, and Leadership practices.

## KKP SİSTEMİ İLE ISO 9001 KYS ŞARTLARI NE ÖLÇÜDE KARŞILANABİLİR?\*

### WHAT EXTENT DOES ERP SYSTEM MEET THE ISO 9001 QMS CONDITIONS?

Güzide KARAKUŞ\*\*

#### Öz

İşletmelerin ana amacının sürdürülebilirlik olduğu günümüz şartlarında KKP (Kurumsal Kaynak Planlaması / Enterprise Resource Management) ve KYS (Kalite Yönetim Sistemi / Quality Management System) bu amacı gerçekleştirmek için kullanılabilen önemli araçlardır. İşletmeler bu ve benzeri sistemleri kurmak için önemli maliyetlere katlanmakta ancak çoğu zaman etkin kullanamayıp rafa kaldırabilmektedir. Çünkü bu sistemler hazır alınıp işletmeye yerleştirilecek sistemler olmayıp işletmede bir dönüşüm gerektirmektedir. Ancak işletmelerin her sistem için farklı bir dönüşüm gerçekleştirmeleri önemli kaynak kayıplarına ve çalışanlarda motivasyon kaybına yol açabilmektedir. Bu kapsamda sistemlerin ortak noktalarının ortaya konulması ve birbirlerini tamamlayıcı şekilde işletme bünyesinde kurulması sistemlerin kurulum ve kullanımları esnasında sorumlularına önemli kolaylıklar sağlayacaktır. Bu çalışmada, KKP sisteminin KYS şartlarını ne ölçüde karşıladığının araştırılması hedeflenmektedir. Araştırma kapsamında öncelikle KYS, arkasından KKP sistemi kurmuş bir işletmenin sistem dokümanları, KKP yazılım modülleri ve kayıtları incelenmiştir. Ayrıca sistem sorumluları, sistem danışmanları ve kullanıcıları ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İki sistemin hangi noktalarda ayrıştığı ve hangi noktalarda birbirini tamamladığına ilişkin veriler ortaya konulmuştur. Çalışmanın alanda çalışan akademisyenlere, bu sistemlerin danışman ve uygulayıcılarına fayda sağlanması hedeflenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** KKP, Kurumsal Kaynak Planlaması, Kalite, KYS, ISO 9001 KYS

**JEL Kodları:** M11, L15, L23

\* Makalenin Gönderim Tarihi (Received): 30.03.2019; Makalenin Kabul Tarihi (Accepted): 02.05.2019

\*\* Necmettin Erbakan Üniversitesi, Havacılık Yönetimi Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-2897-7222.

**Abstract**

In today's conditions, where the main purpose of the enterprises is sustainability, ERP (Enterprise Resource Management) and QMS (Quality Management System) are important tools that can be used to achieve this goal. Enterprises spend an important amount of money to establish these and similar systems, but they cannot use them effectively, hence they put them aside. Because these systems are not ready-to-use, but they require a transformation in the enterprise. However, the fact that each system requires a different transformation causes enterprises a significant loss of resources and loss of motivation in employees as well. In this context, establishing common points of the systems and establishing them in a complementary manner within the enterprise will provide important facilities to the responsible people during the installation and usage of the systems. Both ERP and QMS systems are built on the basis that quality output can be achieved with correctly managed systems. Although the building processes of the systems differ from each other, in practice there are modules that meet the same activities. In this context, revealing the common points of the systems and building them as complementary modules within the enterprise will provide important opportunities. The quality management system has many advantages such as creating clear information, having the information available for all the needs in the enterprise, increasing the consistency of output, establishing a systematic of quality control and measurement, reducing the error rates, ensuring the integration of employees, reducing production costs and providing competitive advantage. With all these features, QMS is an issue that needs to be investigated. Although there are available designed softwares for quality management systems, they are mainly used by large enterprises because of their high prices. However, these package programs are prepared according to the standard requirements and require a customization again depending on the operating conditions. This situation also requires additional budget and human resources. The quality management software, which has been made suitable for the enterprise, is also incompatible with the other system software used in the enterprise and causes problems such as loss of time, excess workload, increase in costs and resistance of the implementers. Although many studies have been carried out in the scope of QMS and ERP systems, it is seen that the studies on the efficiency of the systems are insufficient. Both systems are implemented by many businesses globally by spending large budgets and could result in significant failure. In this context, the issues of ERP and QMS, which are of increasing importance for the enterprises, deserve to be investigated within the framework of common practices. In this study, it is aimed to answer two questions in line with the literature survey and observations about the applications: "What are the common points of the QMS and ERP systems that are established in two different systems in different time periods?", "Do system developers improve the ERP system by considering QMS requirements and contribute to effective implementation of the systems?" In this study, it is aimed to investigate to what extent the ERP system meets ISO 9001 QMS requirements. In the study, the case study method which is a qualitative research method was used. A medium-sized enterprise was taken as the case study. This started efforts to establish the QMS system in 2009 and the ERP system in 2017 and currently tries to keep both systems alive. First of all, system documents, ERP software modules and records of the enterprise were examined. Subsequently, interviews were conducted with system administrators, system consultants and users. Then, we observe the similarities and differences between the two systems. Obtained data were compared based on ISO 9001 QMS standard. By examining the standard requirements of each



item, the extent to which each item is met in the ERP system is reported. We then present our suggestions based on the obtained information. The research recommendations are as follows: From a general point of view, it has been seen in the interviews with the relevant unit supervisors and consultants that ERP and QMS have important common requirements and meet each other especially in production management. This situation requires practitioners to do the same job more than once and creates dissatisfaction and resistance in personnel who do not have the habit of keeping records. In this context, the establishment of two systems in parallel in the enterprises and shaping and managing all the production related articles of the QMS through ERP will be an important advantage. However, for this, both system providers need to have detailed information about the other system or should cooperate to carry out joint projects. Unfortunately, the administrative requirements of the QMS are not met by the ERP system. This is normal since the ERP system is a resource management system. However, the systems are continuously improved in line with the demands of the implementing companies. In this context, instead of revising the system in line with every customer demand, a holistic revision to meet QMS requirements would be a more radical solution. Constructing the quality modules of the ERP so as to meet the QMS requirements will be an important advantage for the enterprises willing to use the ERP system.

**Keywords:** ERP, Enterprise Resource Management, Quality, QMS, ISO 9001 QMS

**JEL Codes:** M11, L15, L23

## 1.GİRİŞ

Günümüz global iş dünyasında rekabet gücü elde etmede KKP (Kurumsal Kaynak Planlaması / Enterprise Resource Management) (Candra, 2012, s.141) ve ISO 9001 KYS (Kalite Yönetim Sistemi / Quality Management System) önemli araçlar arasındadır. KKP; işletmenin stratejik amaç ve hedeflerini gerçekleştirmek doğrultusunda müşteri ihtiyaç ve beklentilerini en uygun biçimde karşılayabilmek için farklı konumlarda yer alabilen tedarik, üretim, dağıtım ve maddi kaynaklarının etkin ve verimli bir biçimde koordinasyonu ve kontrol edilmesini sağlayan bir yazılım sistemidir (Karadede & Baykoç, 2006, s.138). KKP işletmeler için zorlu bir yolculuk olmakla birlikte karar verme süreçlerinin etkinliğinin artırılması, bölümler arasında koordinasyonun geliştirilmesi, finansal raporların iyileştirilmesi, üretim hata ve kayıplarının azaltılması, anlık veri ihtiyacının giderilerek zaman kayıplarının azaltılması hedeflerinin bütününde rekabet gücü elde etmek için tercih edilmektedir.

ISO 9001 KYS ilk yayınlandığından bu yana kaliteli ürün hedefinin çok ötesinde kaliteli sistemle elde edilen kaliteli ürün perspektifi de sürekli geliştirilmiş ve 2015 versiyonuyla bu vurguyu arttırmıştır. Mevcut pazar şartlarında işletmeler mevcut ürün ve hizmetlerinin kalitesini artırma çalışmaları konusunda baskı yaşarken aynı zamanda yeni ürün ve hizmetler geliştirmek konusunda da çalışmalar yürütmek zorundadırlar (Muturi, Ochieng & Njehia, 2015, s.1). Küresel rekabetin artması ile birlikte işletmeler hayatta kalabilmek için daha



fazla rekabet aracına ihtiyaç duyarken, ISO 9001 KYS'de bu rekabet araçları arasında önemli bir role sahiptir (Priede, 2012, s.1467).

KKP ve KYS sistemlerinin her ikisi de kaliteli çıktının doğru yönetilen sistemlerle sağlanabileceği temeli üzerinde inşa edilmektedir. İşletmeler bu ve benzeri sistemleri kurmak için önemli maliyetlere katlanmakta ancak çoğu zaman etkin kullanamayıp rafa kaldırmaktadır. Sistemlerin kurulum süreçleri birbirinden farklılık göstermekle birlikte uygulamada aynı faaliyetleri karşılayan modülleri bulunmaktadır. Bu kapsamda sistemlerin ortak noktalarının ortaya konulması ve birbirlerini tamamlayıcı şekilde işletme bünyesinde kurulması, sistemlerin kurulum ve kullanımları esnasında sistem sorumlularına önemli kolaylıklar sağlayacaktır.

Bu çalışmada, KKP sisteminin ISO 9001 KYS şartlarını ne ölçüde karşıladığının araştırılması hedeflenmektedir. Araştırma kapsamında öncelikle KYS, arkasından KKP sistemi kurmuş bir işletmenin sistem dokümanları, KKP yazılım modülleri ve kayıtları incelenmiştir. Arkasından sistem sorumluları, sistem danışmanları ve kullanıcıları ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. İki sistemin hangi noktalarda ayrıştığı ve hangi noktalarda birbirini tamamladığına ilişkin veriler ortaya konulmuştur. Bu kapsamda çalışmanın alanda çalışan akademisyenlere ve bu sistemlerin danışman ve uygulayıcılarına fayda sağlanması hedeflenmektedir.

## **2.İŞLETMELERİN KURUMSAL KAYNAK PLANLAMASI (KKP) SİSTEMİ UYGULAMA NEDENLERİ**

İşletmelerin üretim yönetimini daha sistemli bir hale getirebilmesi doğrultusunda ortaya çıkan MİP / MRP (Malzeme İhtiyaç Planlaması / Material Resource Planning) sistemine insan kaynaklarının da dahil edilmesiyle geliştirilen KKP / ERP (Kurumsal Kaynak Planlaması / Enterprise Resource Planning) sistemi, malzeme temininden bitmiş ürünlerin müşterilere teslimine kadarki tüm süreçleri kapsayan bir veri sistemidir. Sürdürülebilirliğin işletmeler için giderek daha önemli olduğu günümüz şartlarında KKP işletmelere amaç ve hedeflerine ulaşmak için yardımcı olmaktadır (Chofreh, Goni, Ismail, Shaharoun, Klemes & Zeinalnehad, 2016, s. 181).

İşletme yönetiminde değer zincirinin alt operasyonları olan tedarik, üretim, dağıtım ve satış sonrası hizmetlerin entegre bir yapıya dönüştürülmesi (Yıldız ve Akaydın, 2012, s.17) işletmenin performansı açısından büyük öneme sahiptir. KKP bu operasyonların bir yazılım çatısı altında toplanmasını sağlamakta ve bilgiyi standartlaştırmanın yanı sıra ortak bir bilgi havuzu oluşturarak kullanıcının hizmetine sunmaktadır (Çetinoğlu, Kurnaz & Şen, 2011, s.141). Böylelikle işletmede verilere dayalı karar verme yetkinliği tüm fonksiyonlar bazında gelişmekte ve karar süreçlerinin etkinliğini arttırmaktadır. Sistem; esneklikte artış, verimlilikte artış, iletişimde gelişme, işletme maliyetlerinde düşüş, gelirlerde artış, çevrim

zamanlarda iyileşme, işbirliklerinde gelişme ve kar marjında artış gibi önemli faydalara sahiptir (Postacı, Belgin & Erkan, 2012, s.1).

KKP sistemi, gerçek zamanlı bilgilerin sisteme anında girilmesi, ihtiyaç durumunda kullanıma hazır olmaları ve fonksiyonlar arası entegrasyon sağlanması bağlamında işletmelere önemli avantajlar sağlamaktadır (Spathis & Constantinides, 2003, s.677). Ancak KKP'nin avantajları, süreç oryantasyonu ilkeleri kapsamında fonksiyonlar arasında güçlü bir uyum ve uzlaşma mekanizması kurulmadıkça tam olarak elde edilemez (Al-Mashari, Al-Mudimigh & Zairi, 2003, s.352).

Literatürde KKP'nin rekabet avantajı sağlayıp sağlamadığı noktasında bir fikir birliği sağlanamamıştır. Bazı yazarlar KKP'nin işletmelerde tedarik zincirine ilişkin yetenekleri geliştirerek, ürün/hizmet sunumunda çevikliği artırarak, müşteri ihtiyaçlarına cevap vermede esneklik kazanmalarını sağlayarak ve bilgi yönetimi sayesinde yenilikçiliği destekleyerek rekabet avantajı sağlayabileceğini savunmaktadırlar. Ancak bazı yazarlar, KKP'nin kârlılığa ulaşmada yardımcı olabileceğini, ancak rekabet avantajı sağlama noktasında kesin bir kanı olmadığını kabul etmektedirler (Ram, Wu & Tagg, 2014, s.664).

KKP sistemleri birçok avantajlarının yanında önemli riskler de barındırmaktadır (Davenport, 1998, s.123). Sistemi başarı ile kuran ve yöneten işletmeler için büyük faydalar elde edilebilirken, uygulama sürecinin doğru yönetilememesiyle birlikte büyük maddi ve motivasyona ilişkin kayıplar oluşabilmektedir (Holland & Light, 1999, s.31). KKP sistem uygulamasının karmaşık, hantal ve maliyetli bir yapı olduğu yargısı kabul görmektedir (Ahmad & Cuenca, 2013, s.104).

Maliyetinin yüksekliği ve teknik zorlukları KKP sistem yazılımının en önemli dezavantajı olarak görülmekle birlikte farklı olumsuzluklar da ortaya çıkabilmektedir. KKP sistemi ile finans, insan kaynakları, imalat ve depolama için kullanılabilen bağımsız sistemler ortadan kalkmakta, bu sistemleri kapsayan modüllere bölünmüş birleşik bir yazılıma dönüşmekte (Koch & Baatz, 1999, s.4) ve bu yeni yazılıma adaptasyon süreci başlamaktadır (Volkoff, 1999, s. 235). Bu durum bu bölüm çalışanlarında alışkanlıklarını değiştirme gerekliliği ve daha fazla çalışma ihtiyacı nedeniyle direnç oluşturabilmektedir. Bu direnç sistemin başarısızlığında önemli etkiye sahiptir.

İşletme yöneticilerininin KKP'yi hızla tüm sorunlara çözüm üretecek bir ilaç gibi görmesi de önemli bir hatadır. Bu yaklaşım yönetim ile sistemi kurmaktan sorumlu personel arasında çatışmalara yol açabilmekte ve sistem kurulum süreci sekteye uğrayabilmektedir (Laughlin, 1999, s.32). Bu kapsamda en etkin çözüm eğer işletmede kullanılan başka uygulamalar varsa KKP uygulamasının bunlara entegre edilmesidir (Themistocleous, Irani & O'Keefe, 2001, s.203). İşletme mevcut durumda kalite yönetim sistemi ve dokümantasyonu, bakım yönetimi, muhasebe, performans değerlendirme veya sektörüne özel faaliyetlerine ilişkin farklı farklı yazılım uygulamaları kullanıyor olabilir. Ancak bu entegrasyon süreci işletmelerde ek

çalışma süreleri, teknik sıkıntılar, bölümler arası sürtüşmeler gibi olumsuzluklara neden olabilmektedir. Bu kapsamda artık daha geniş bir çerçeveden bakarak bu uygulamaların birbirini nasıl tamamlayacağı üzerinde çalışılması gerekmektedir. Böylelikle birbirinin tekrarını içeren uygulamaların işletmelerde zaman ve kaynak israfı yaratmasının da önüne geçilmiştir.

KKP sistemlerinin başarılı bir şekilde nasıl uygulanacağı ve hedeflenen sonuçlara nasıl ulaşılabileceği araştırmayı hak eden zorlu bir sorundur (Sun, Ni & Lam, 2015, s.40).

### **3.İŞLETMELERİN ISO 9001 KALİTE YÖNETİM SİSTEMİ (KYS) UYGULAMA NEDENLERİ**

Küresel ticarete yer alan mal ve hizmet büyüklüğü, yoğun rekabet, teknolojinin sürekli değişimi, artan müşteri taleplerinin bir sonucu olarak kalite, bir işletmenin hayatta kalması ve evrimi için önemli bir araçtır. Kalite, küresel pazarda iş performansını iyileştirmek için rekabetçi stratejilerden biridir. Bu nedenle organizasyonel yönetimin önemli bir parçasıdır (Ismyrlis & Moschidis, 2015, s.150). Kalite yönetim sistemi uygulaması olan süreç kontrolü ve iyileştirme (Psomas, Fotopoulos & Kafetzopoulos, 2011, s. 438) işletmenin sürdürülebilirliğinde önemli bir etkiye sahiptir.

Uluslararası standartlar, kuruluşlar için objektif bir değerlendirme modu ve aynı zamanda kendilerini küresel olarak başkalarıyla kıyaslayabilecekleri ve benzer kuruluşlarla karşılaştırıldığında nerede olduklarını görebilecekleri araçlardır (Muturi vd., 2015, s.1). ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi (KYS) standardı, Uluslararası Standardizasyon Örgütü (ISO) tarafından sunulan en başarılı uluslararası yönetim sistemi standardıdır (Blind, Mangelsdorf & Pohlisch, 2018, s.51). ISO 9001 KYS standardı 187 ülkede bir milyondan fazla işletme tarafından kullanılan bir standart (Manders, de Vries & Blind, 2016, s.41) olmakla birlikte etkinliği hala sorgulanmaktadır (Sumaedi & Yarmen, 2015, s.436). Kalite yönetim sisteminin etkin yürütülebilmesi için sistemin içselleştirilmesi ve işletmenin mevcut operasyonlarını standardın gerekliliklerini karşılayacak biçimde değiştirmeleri önemlidir (Cai & Jun, 2018, s.248). Çünkü kalite yönetim sadece dokümantasyon veya kapsamlı eğitim programları değil bir kültürel dönüşümdür (Rusu, 2016, s.291). KYS'nin uygulanması, belirli bir hedefe ulaşmak için gerçekleştirilen bir dizi koordineli ve kontrollü faaliyetten oluşan bir proje olarak görülmelidir (Verkhovskaya, Menshikova & Khazanov, 2016, s.604).

Kalite yönetim sistemleri, şirketlerin rekabet gücünü arttırmak için en etkili araçlardan biridir. Deming ve Juran'ın 60 yıl önce şirketlerinde kalite yönetimi ve kalite düşüncesi çalışmalarını ve pratik uygulamalarını başlattıklarından bu yana, konu üzerinde araştırmalar devam etmektedir. Geçmiş uzun olmak ile birlikte konu önemini günümüzde de korumaktadır (Priede, 2012, s.1468). Çünkü, kalite yaşayan ve sürekli iyileştirilmesi gereken bir olgudur.

ISO 9001 KYS: 2015 versiyonu varlık, çevre, bilgi güvenliği, inovasyon, iş sağlığı ve güvenliği, yenilik, sosyal sorumluluk yönetimi gibi birçok genel disipline özgü yönetim sistemi standardıyla uyumlu hale getirilmiştir. Otomotiv, havacılık, eğitim, sağlık, enerji, gıda güvenliği, bilgi sistemleri ve hizmetleri, yerel yönetim, tıbbi cihazlar, askeri, petrol ve doğal gaz, ilaç şirketleri, yol güvenliği, gemi geri dönüşümü, yazılım, tedarik zinciri güvenliği, ulaşım gibi birçok sektör kendi alanına özgü ve disipline özel yönetim sistemi standardı kullanmaktadır. Bu uyumlaştırılmış standart yapının temel amacı, birçok disiplinin yönetim sistem standardını eş zamanlı olarak işletmelerine entegre etmelerinde organizasyonlara yardımcı olmaktır (Anttila & Jussila, 2017, s.1093).

Son yirmi yılda, ISO 9001KYS'yi ulusal kalite standardı olarak benimsemiş olan ülke sayısında istikrarlı bir artış olduğu gibi, bu ülkelerdeki sertifikalı firma sayısında da sürekli bir artış olduğu görülmektedir (Prajogo, 2011, s.78). ISO 9001 KYS standardı dünya çapında en yaygın kullanılan kalite güvence sistemi kılavuzu olma niteliği taşımaktadır. Ancak literatürde konu hakkında yapılan çalışmalar ağırlıklı olarak teorik olmakla birlikte sistemin entegrasyonu sonrası kullanımıyla ilgili vaka analizi çalışmaları yetersizdir (Naveh & Marcus, 2005, s.23). Kalite yönetim sistemi açık bilgi oluşturarak bilginin işletmede tüm ihtiyacı olanlar için hazır bulunması, çıktı tutarlılığını arttırması, kalite kontrol ile ölçme sisteminin oluşturulması böylelikle de hata oranların azaltılması, çalışanların işletmeye entegrasyonunu hızlandırması, üretim maliyetlerini azaltarak işletmeye rekabet avantajı sağlama gibi birçok avantajı taşır. Tüm bu özellikleriyle çalışılması ve araştırılması gereken bir konudur.

#### **4.KKP SİSTEMİ ile ISO 9001 KYS İLİŞKİSİ**

Başarılı bir kalite yönetimi, nihai ürünün kalite kontrolünden öte toplam süreç kalitesini sağlayarak kaliteli ürüne ulaşmayı hedefler. ISO 9001 KYS süreçler üzerinde yoğunlaşmakla birlikte toplam kalite yönetimi açısından önemli bir model görevi görmektedir. Ancak kalite sisteminin etkinliğini arttırmak ve sürdürülebilirliğini sağlamak için bir yazılımla desteklenmesi önemlidir (Jovanovic & Shoemaker, 1997, s.148). Çünkü sistem önemli bir ölçüde doküman gerektirmekte, bu durum da kırtasiye yoğunluğuna neden olmaktadır.

ISO 9001 KYS 2015 versiyonunda standart şartları, organizasyonun bağlamına (büyük-  
lük, faaliyet alanı, kültür, stratejik çerçeve ve iş çevresi) bağlı olarak dokümantasyonun (belgeler ve kayıtlar) şeklini ve miktarını ihtiyaçlar doğrultusunda daha esnek hale getirecek şekilde değiştirilmiştir. Bilgi teknolojisi (BT) desteği ve süreç otomasyonu dahil olmak üzere farklı teknoloji ve altyapının kullanımı için açık alan bırakılmakla birlikte böyle bir entegrasyon için herhangi bir bilgiye yer verilmemiştir. Bir kalite yönetim sisteminin bilgi teknolojileri (BT) ile desteklenmesinin önünde bazı engeller vardır (Alic, 2018, s.1149):

- KYS uygulaması karmaşıktır, aynı zamanda bilgi teknolojisiyle desteklenmesi de zorlu bir süreçtir,

- KYS ve BT uygulaması daha fazla zaman alıp maliyet artışına neden olabilir. Ancak, sonuçta daha iyi performans ve memnuniyet elde edilebilir,
- Sistemin kurulumu ve yürütülmesi daha nitelikli insan kaynağı gerektirir,
- KYS'nin etkinliği, büyük ölçüde, entegre olduğu temel BT çözümlerinin etkinliğine bağlıdır,
- ISO 9001 danışmanları ve belgelendirme kuruluşları, bir KYS'nin BT ile bütünleşik uygulamasını motive etmek ve desteklemek için uygun bilgi ve deneyime sahip olmayabilir.

Kalite yönetim sistemleri için tasarlanmış yazılımlar mevcut olmakla birlikte fiyatlarının yüksek olmasından dolayı ağırlıklı olarak büyük işletmeler tarafından kullanılmaktadır. Ancak, bu paket programlar standart gereklerine göre hazırlanmış olup işletme şartlarına bağlı olarak yine bir özelleştirme gerektirmektedir. Bu durum da yine ek bütçe ve insan kaynağı ihtiyacı ortaya çıkar. İşletmeye uygun hale getirilen kalite yönetim yazılımı yine işletmede kullanılan diğer sistem yazılımlarıyla uyumsuzluk göstermekte ve kayıp zaman, fazla iş yükü, maliyetlerde artış ve uygulayıcılarda direnç gibi sorunları ortaya çıkarmaktadır.

Kurumsal kaynak planlaması (KKP) ve operasyonel yönetim, işletme operasyonlarından, finansal yönetime ve müşteri siparişi alımından müşteri ilişkileri yönetimine (CRM) kadar bir dizi iş sürecini birbirine entegre yürütebilmek için tasarlanmış bir sistem yazılımıdır. KKP aynı zamanda çevre, sağlık ve güvenlik, yönetim, risk ve uyumluluk gibi diğer fonksiyonları da kapsayacak niteliktedir (Alic, 2018, s.1149). KKP'nin giderek yaygınlaştığı ve öneminin arttığı göz önüne alındığında, bilginin etkin kullanımı için başarılı KKP sistemlerinin uygulanmasının önemi daha iyi anlaşılmaktadır (Lin, 2010, s.335). Bu nedenle işletme için yine aynı önemde olan kalite yönetim sistemiyle entegre yürütülmesi önemlidir. KKP sistemde kalite modülü yer almaktadır. Ancak modül genel kalite şartlarını karşılar nitelikte olup ISO 9001 KYS standart şartlarını karşılayacak yeterlilikte değildir.

Yapılan literatür incelemeleri sonucunda KKP ve KYS ile ilgili çeşitli açılarda birçok araştırma yapılmasına rağmen, KKP ve KYS başlıkları birlikte taranarak yapılan aramalarda sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmüştür. Taniguchi ve Onosato (2017) KKP ile KYS uyumsuzluğunun KKP uygulamasının başarısını olumsuz etkilediği görüşünden yola çıkarak KKP kurulumunda proje yönetim bilgi sistemi uygulanmalarından kalite kapısı (Quality Gate Process) sürecine ilişkin bir çalışma gerçekleştirmiştir. Li (2006) gerçekleştirdiği çalışmada KYS'yi dört modülde ele almış (kalite standardı yönetimi, kalite denetimi ve kontrol, kaliteye ilişkin veri analizleri ve kalite iyileştirme) ve bu modüllerin KKP ile nasıl gerçekleştirilebileceğine ilişkin bir işletme uygulaması vermiştir. Natarajan (2017)'de KYS gerekliliklerini KKP yazılımıyla entegre etmenin işletmeye sağlayacağı avantajlar perspektifinde üç operasyonel süreç için yazılım geliştirmeye yönelik girdiler sunmuştur. Alic (2018) KYS'nin uygun yazılım çözümleriyle desteklenmesinin sistem etkinliği üzerinde olumlu etkilere sahip olduğunu belirterek farklı yazılım çözümleri kapsamında bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yapılan yazın taramasında KKP ve KYS başlıklarını içeren Türkçe bir çalışmaya ulaşılamamıştır.

## 5.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ ve ELDE EDİLEN BULGULAR

İşletmeler için kalite, hız, esneklik, verimlilik ve teknoloji yönetimi gibi kavramlar önemini hiç yitirmemektedir. Dijital dönüşümün yeni iş dünyası için konuşulup tartışıldığı günümüz şartlarında ülkemizde, kaynakların etkin kullanımı, izlenebilirlik, hedeflerle yönetim ve kurumsallaşma gibi yaklaşımlar bile henüz tam uygulanamamaktadır. Bu yaklaşımları hayata geçirebilmek için KKP (Kurumsal Kaynak Planlaması) ve KYS (Kalite Yönetim Sistemi) önemli araçlar olarak değerlendirilmelidir. Bu çalışmanın amacı KKP sisteminin KYS şartlarını ne ölçüde karşıladığının araştırılması ve iki sistemin ortak başlıklarının ortaya konulmasıdır. Sistemlerin ortak noktalarının ortaya konulması ve birbirlerini tamamlayıcı şekilde işletme bünyesinde kurulmasının sağlanması, sistemlerin etkin kullanımları konusunda sorumlularına önemli kolaylıklar sağlayacaktır.

### 5.1.Araştırmanın Sorusu ve Yöntemi

KYS ve KKP sistemleri kapsamında gerçekleştirilen alan taramasında iki konu kapsamında birçok çalışma yapılmasına rağmen, sistemlerin uygulama etkinliklerine ilişkin çalışmalar yetersiz olduğu görülmüştür. Her iki sistemde küresel anlamda birçok işletme tarafından büyük bütçeler harcanarak uygulanmakta ve önemli ölçüde başarısızlıkla sonuçlanabilmektedir. Bu kapsamda işletmeler için önemi belki de giderek artan KKP ve KYS konuları tek başlarına ve ortak uygulamalar çerçevesinde araştırılmayı hak etmektedirler. Gerçekleştirilen literatür araştırması ve uygulamalara ilişkin gözlemler doğrultusunda bu çalışmada iki soruya yanıt bulunması hedeflenmiştir:

“İki farklı sistem olarak işletmelere çoğu zaman farklı zaman dilimlerinde kurulmaya çalışılan KYS ve KKP sistemlerinin ortak noktaları nelerdir?”

“Sistem geliştiricilerinin KKP sistemini KYS şartlarını içerecek şekilde geliştirmeleri sistemlerin etkin uygulanmasına katkı sağlar mı?”

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden vaka araştırması yöntemi kullanılmıştır. 2009 yılında KYS, 2017 yılında KKP sistemi kurma çalışmalarına başlayan ve mevcut durumda iki sistemi de hayatta tutmaya çalışan orta ölçekli bir işletme örnek olay olarak incelenmiştir.

Çalışma kapsamında öncelikle işletmenin ISO 9001 KYS dokümanları, arkasından KKP sistemi sistem sorumlusu eşliğinde incelenmiştir. Kalite Yönetim Temsilcisi ve KKP sorumluları ile ayrı ayrı ve birlikte görüşmeler gerçekleştirilerek iki sistemin ortak yönleri ortaya konulmuştur. Son olarak sistemlerin kurulumunda destek sağlayan danışmanlar ile görüşmeler yapılarak onların profesyonel bakış açıları tespit edilmiştir.

Elde edilen veriler ISO 9001 KYS standardı temel alınarak karşılaştırılmıştır. Standart şartları madde madde incelenerek, her maddenin KKP sisteminde ne ölçüde karşılandığı

raporlanmıştır. Son bölümde elde edilen bilgiler doğrultusunda öneriler sunulmuş ve araştırmanın problemi yorumlanmıştır.

## **5.2.Bulgular**

YENAR DÖKÜM Konya Organize Sanayi Bölgesinde değirmen makineleri sektörüne yönelik silindir ve tezgah imalatı yapan orta ölçekli bir işletmedir. İşletme %60 oranında yurt içi satış yaparken, %40 oranında ihracat yapmaktadır. Kendi sektöründe Türkiye’de faaliyet gösteren lider kuruluş olan işletme, dünya çapında da ilk üç firma arasında yer almaktadır.

İşletme araştırma-geliştirme, kalite ve sistem iyileştirme çalışmalarına ağırlık vererek sektördeki gücünü sürekli geliştirmeyi hedeflemektedir. İşletme 2009 yılında danışman desteği ile ISO 9001 KYS belgesini almış ve kısmi eksiklikleriyle birlikte süreci başarıyla yönetmektedir. İşletme 2017 yılında üretim süreçlerinde izlenebilirliği ve kontrolü geliştirmek amacıyla KKP sistemi kurma kararı alarak, ilgili hizmet sağlayıcılarıyla görüşmeler gerçekleştirmeye başlamıştır. Ağustos 2017’de anlaşmaya varılan KKP tedarikçisiyle eğitim, kurulum, sistem geliştirme ve uygulama çalışmalarına başlanmış olup Aralık 2018’te sistem danışman desteği olmaksızın kullanılmaya başlanmıştır. Kısmi aksaklıklar görülmek ile birlikte KKP ekibinin çalışmalarıyla sistem başarı bir şekilde yürütülmektedir. Çalışmada yer alan KKP uygulama ekran görüntülerinde hizmet sağlayıcısı firma bilgileri ve işletmeye ait gizlilik gerektiren teknik bilgiler gizlenmiştir.

KYS danışmanı ve işletme kalite sorumlusuyla yapılan görüşmelerde KYS’de en fazla karşılaşılan sorunlar; çalışanların dokümantasyon yoğunluğundan şikayet etmesi, yönetimin gözden geçirilmesi, düzeltici faaliyet, işletme ve süreç hedeflerinin takibi ve izlenebilirlik konularında gerçekçi uygulamaların yapılamadığı yönündedir.

KKP danışmanı ve KKP sistem sorumlularıyla yapılan görüşmelerde işletmede KKP sisteminin kurulum sürecinde en fazla karşılaşılan sorunlar; veri giriş aşamasındaki iş yoğunluğu, KYS ile çakışan noktalarda işlerin birden fazla yapılması zorunluluğu ve kullanıcılar tarafından direnç olarak belirtilmiştir. Ortak kanı bu çalışmaların birbirini tamamlayıcı biçimde kurgulanmasının zaman kayıplarını ve bu tarz sistemlere olan önyargıyı gidereceği yönündedir.

### **5.2.1.ISO 9001 KYS Madde 1,2,3**

ISO 9001 KYS 1. maddesi kapsam, 2. maddesi atıf yapılan standartlar, 3. maddesi terimler ve tarifler başlıklarını kapsamaktadır. Bu başlıklar standardı tanımlamaya ve amacını anlatmaya yönelik bilgileri içermektedir.



### 5.2.2.ISO 9001 KYS Madde 4 – Kuruluşun Yapısı

Kuruluşun yapısı maddesi, kalite yönetim sistemi kuracak kuruluşun yapısının tanımlanması, ilgili paydaşların ihtiyaç ve beklentilerinin tanımlanması, kapsamın belirlenmesi ve temel proseslerin ortaya konulması başlıklarını içermektedir.

**Tablo 1:** ISO 9001: 2015 KYS madde 4

<i>Madde No</i>	<i>Kapsam</i>
4	Kuruluşun yapısı
4.1	Kuruluşu ve yapısını anlama
4.2	İlgili tarafların ihtiyaç ve beklentilerini anlama
4.3	Kalite yönetim sisteminin kapsamının belirlenmesi
4.4	Kalite yönetim sistemi ve prosesleri

**Kaynak:** TS EN ISO 9001: 2015

Tablo 1’de görüldüğü gibi, ISO 9001 KYS 4. madde kuruluşun bağlamı başlığı altında kuruluşun stratejik ve KYS hedeflerine etkisi olacak iç ve dış etkenleri tanımlaması istenmektedir. KYS kapsamının ilgili tarafların şartları (yasal düzenlemeler gibi), ihtiyaç ve beklentileri (sözleşme şartları gibi) göz önünde bulundurularak belirlenmesi beklenmektedir. Bağlam maddesini KKP’de tam karşılığı olmasa dahi müşteri ve tedarikçi listeleri ile kısmi olarak desteklenmekte ve bu listeler sisteme ek doküman olarak yüklenebilmektedir.

4.4. maddesinde kuruluşun kalite yönetim sistemi kapsamında gerekli proseslerin belirlenmesi ve bu proseslerin gerçekleştirilmesinde karşılaşılabilecek risk ve fırsatların da tanımlanması istenmektedir. Bu maddenin gerçekleştirilmesiyle üst yönetim işletmenin güçlü ve zayıf yönlerini belirleyecek ve bunların ürün ve hizmet üretimi süreçlerini olumsuz etkilemesinin önüne geçilebilecektir. KKP sisteminde bu şartları karşılayacak bir modül yer almaktadır.

### 5.2.3.ISO 9001 KYS Madde 5 – Liderlik

Liderlik kavramı ISO 9001 KYS için temel şartlardan biri olup madde 5’te sistemin etkin yönetimi için üst yönetimin yapması gerekenleri tanımlamaktadır.

**Tablo 2:** ISO 9001: 2015 KYS madde 5

<i>Madde No</i>	<i>Kapsam</i>
5	Liderlik
5.1	Liderlik ve taahhüt
5.1.2	Müşteri odaklılık
5.2	Politika (oluşturulması ve iletilmesi)
5.3	Organizasyonel roller, sorumluluklar ve yetkiler

**Kaynak:** TS EN ISO 9001: 2015



Tablo 2’de görüldüğü gibi ISO 9001 KYS 2015 revizyonunda üst yönetim tanımlanırken “*yönetim*” kavramı yerini “*liderlik*” kavramına bırakılmaktadır. 5.1 maddesinde liderliğin kuruluş yapısına ve stratejik hedeflerine uygun taahhütte bulunması, yani kalite politikası ve alt hedeflerin belirlenmesi istenmektedir. 5.1.2 maddesinde *müşteri odaklılığı* çerçevesinde ürün ve hizmetin uygunluğunun belirlenmesi, dolayısıyla da müşteri memnuniyetini etkileyecek risk ve fırsatların tanımlanması yine liderlikten beklenmektedir.

5.2 maddesi kapsamında liderlikten kuruluşun amaç ve bağlamına uygun, kalite hedeflerinin belirlenmesi için bir çerçeve niteliğinde olan şartları yerine getirmeyi ve sürdürülebilirliğini sağlamayı taahhüt eden bir *politika* oluşturması, duyurması ve anlaşılabilirliğinin sağlanması; 5.3 maddesinde de çalışanların görev, yetki ve sorumluluklarının belirlenmesi ve duyurulması istenmektedir.

KKP sisteminde bu maddeleri karşılayan bir modül yer almamakla birlikte satış modülü müşteri beklentilerini, şikayetlerini ve sözleşme gereklerini içeren dokümanlar eklenerek karşılanabilmektedir. İnsan kaynakları modülü organizasyon şemasının tanımlanması için kullanılmakla birlikte görev tanımları bu modüle ek doküman olarak yüklenerek kişilerin kullanımına sunulabilmektedir. KKP öncesinde fiziksel dosyalarda sunulan bu dokümanlar çalışan tarafından okunmamakta, korunmasında ve revizyonunda sorunlara yol açabilmekte iken, sistem üzerinden uygulanması daha başarılı olmuştur.

#### 5.2.4.ISO 9001 KYS Madde 6 – Planlama

Planlama aynı zamanda denetimin de önemli bir gerekliliği olduğundan KYS gerçekleştirilecek yönetsel ve taktik faaliyetlere ilişkin risk ve fırsatları da içeren bir planlamayı gerekli görmektedir.

**Tablo 3:** ISO 9001: 2015 KYS madde 6

<i>Madde No</i>	<i>Kapsam</i>
6	Planlama
6.1	Risk ve fırsatları ele alan faaliyetler
6.2	Kalite hedefleri ve hedeflere ulaşmak için planlama
6.3	Değişikliklerin planlanması

**Kaynak:** TS EN ISO 9001: 2015

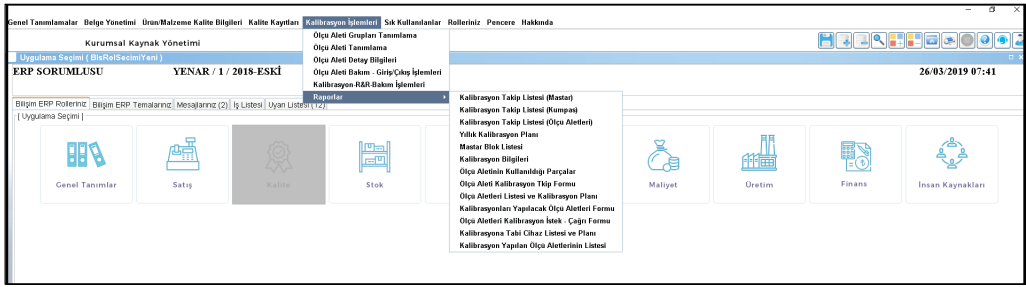
Tablo 3’te görüldüğü gibi ISO 9001 KYS standardının 6.1 maddesinde işletmenin kalite hedeflerine ulaşmak için planlama yaparken iç ve dış boyutları (4.1) ve ilgili tarafları (4.2) göz önünde bulundurarak risk ve fırsatların tanımlanması istenmektedir. Böylelikle kuruluş;

- KYS’nin hedeflenen sonuçlara ulaşmasını garanti altına alacak,
- İstenmeyen sonuçları en az seviyeye indirecek,
- Sürekli iyileştirme olanağı sağlayacaktır.



Tablo 4'te görüldüğü gibi ISO 9001 KYS 7.1 maddesinde kalite sisteminin kurulması, uygulanması, sürdürülmesi ve sürekli iyileştirilmesi için gerekli kaynakların belirlenmesi istenmektedir. KKP'de insan, altyapı ve ortam şartlarına ilişkin bir modül bulunmamaktadır.

KYS 7.1.5 maddesinde ürün ve hizmetlerin uygunluğunu doğrulamak amacıyla izleme ve ölçme yapıldığında sonuçların geçerliliği ve güvenilirliğini sağlaması gerektiği belirtilmektedir. Bu kapsamda izlenebilirliğin önemine de değinilmektedir. KKP'de kalibrasyon modülü bu maddeyi karşılayacak niteliktedir. Resim 2'de ve 3'te görüldüğü gibi kalibrasyon planları, uygulamaları ve gerekli uyarı sistemleri sistem üzerinden başarıyla uygulanabilmektedir.



Resim 2: KKP sisteminde kalibrasyon – 1

Ölçü Alet Türü	Ölçü Türü	Ölçü Alet Adı	Form Durumu	İst. D.	Geçerlilik T.	Son İst. Yap. T.	İstisna	Değişiklik Durumu	Yazdır	İstisna Gön. Dur.	İst. Periyodu	Ölçü Alet Kodu	
Bölüm	Kurumsal	02	0119005	KUMFAL005	Form Hazırlanmadı	13/04/2019	KABLA	13/04/2019	0001	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1
Bölüm	Kurumsal	02	0119021	KUMFAL021	Form Hazırlanmadı	18/04/2019	KABLA	18/04/2019	0002	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1
Bölüm	Kurumsal	02	0119026	KUMFAL026	Form Hazırlanmadı	18/04/2019	KABLA	18/04/2019	0006	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1
Bölüm	Diğer Kurumsal	01	0119040	DIĞFAL KUMFAS.	Form Hazırlanmadı	18/04/2019	KABLA	18/04/2019	0006	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1
Bölüm	Diğer Kurumsal	01	0119042	DIĞFAL KUMFAS.	Form Hazırlanmadı	18/04/2019	KABLA	18/04/2019	0006	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1
Bölüm	Mikroendü. - Ölç.	05	0119045	KAL MASTAR045	Form Hazırlanmadı	18/04/2019	KABLA	18/04/2019	0007	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1
Bölüm	Mikroendü. Ölçü	05	0119020	KUMFAL020	Form Hazırlanmadı	13/04/2019	KABLA	13/04/2019	0005	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1
Bölüm	Kurumsal - Ölçüm	04	0119020	DIĞFAL KUMFA.	Form Hazırlanmadı	13/04/2019	KABLA	13/04/2019	0005	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1
Bölüm	Kurumsal - Ölçüm	04	0119025	DIĞFAL KUMFA.	Form Hazırlanmadı	13/04/2019	KABLA	13/04/2019	0005	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1
Bölüm	Mikroendü. - Ölç.	05	0119042	DIĞ ÇAP MİRCİM.	Form Hazırlanmadı	13/04/2019	KABLA	13/04/2019	0763	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1
Bölüm	Mikroendü. - Ölç.	05	0119044	DIĞ ÇAP MİRCİM.	Form Hazırlanmadı	13/04/2019	KABLA	13/04/2019	0765	<input type="checkbox"/>	0	Yab.	1

Resim 3: KKP sisteminde kalibrasyon – 2

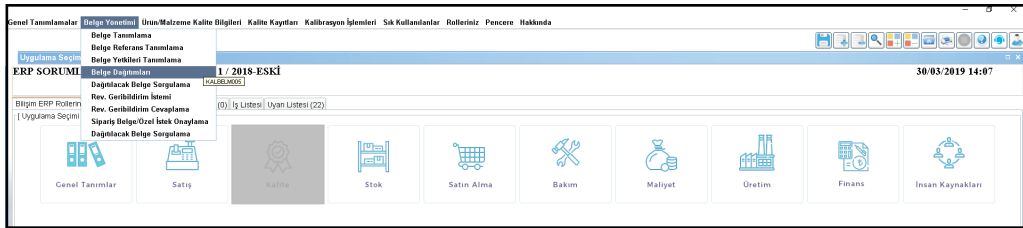
KYS 7.1.6 maddesi kurumsal bilgi kavramının önemi vurgulanmaktadır. Kurumsal bilgi kaynakları, iç kaynaklar (tecrübe, başarısızlıklar, başarılı projelerden edinilen dersler, Ar-Ge çalışmaları sonuçları vb.) ve dış kaynaklar (standartlar, konferanslar, müşteri ve tedarikçilerden edinilen bilgiler vb.) olarak tanımlanmıştır. Kuruluşun ürün ve hizmet üretimi için ihtiyaç duyacağı bilgiye nasıl ulaşabileceğini belirlemesi istenmektedir. Böylelikle kuruluşun bilgi kaybından korunması sağlanarak, bilgi edinme ve paylaşımı teşvik edilmektedir. KKP üzerine düşünüldüğünde aslında sistem bütünsel olarak kurumsal bilginin oluşturulması

için önemli bir araçtır. Bilgiyi depolama, koruma ve kullanacak kişinin hizmetine sunmak KKP projesinin temel hedefidir. KKP sisteminde işletme bünyesinde gerçekleştirilen üretim, stok, satın alma, satış, kalibrasyon, bakım, muhasebe ve finans, tasarım ve insan kaynakları faaliyetlerinin kaydı silinemez bir şekilde depolanmaktadır. Gerçekleştirilen proje ve prototip ürün-süreç bilgileri de manuel olarak sisteme girilebilmekte ve takip edilebilmektedir.

KYS 7.2 Yeterlilik, 7.3 Farkındalık ve 7.4 İletişim başlıkları KKP sisteminde karşılığı olmayan maddelerdir.

KYS 7.5 maddesi dokümantasyon maddesine dönüştürülmüş ve 2008 ve önceki versiyonlarda yer alan Kalite El Kitabı ve zorunlu prosedür gerekliliği kaldırılmıştır. 2015 versiyonunda, 2008 versiyonunda “*dokümanite prosedür*” olarak kullanılan kavram yerine “*dokümanite bilginin sürdürülmesi*” kullanılırken, “*kayıt*” yerine “*dokümanite bilginin saklanması*” kavramı getirilmiştir. Yani kuruluşlar için zorlayıcı olan dokümantasyon şartları esnetilmiş ve kuruluşun ihtiyaçları doğrultusunda doküman oluşturması imkanı tanınmıştır. Bu durum kuruluşları sistemlerinde ihtiyaç duyulmayan dokümanları oluşturmak, kullanmak ve muhafaza etmekten kurtaracak ve kalite sisteminde esneklik sağlayacaktır.

Dokümantasyon sistematığının esnetilmesi sistemin KKP'ye entegrasyonunu kolaylaştıracak niteliktedir. Şekil 4'de ve 5'te görüldüğü gibi KKP'nin kalite modülü, dokümanların oluşturulması, dağıtımı, revizyonlarının takibi ve muhafazası ile ilgili kişilerin yetkilendirme dahilinde dokümana ulaşmasını sağlayıcı nitelikleriyle dokümantasyon sistematığını kolaylaştırmaktadır.



Resim 4: KKP sisteminde belge yönetimi – 1

Rev. No	* Rev. Sı	Kayıt No	*Revizyon Tipleri	*Revizyon Neden Tipleri	Açıklama	Belge Yolu	Ebrnik Gösterge	Tasarl Onay	Onay Tarihi	Kayıt Giriş Kullancı	Kayıt Giriş Tarihi	Kayıt De. Kullancı	Kayıt De. Tarihi	Talep Va	Bistirim T
01	15/01/2011	0001	Genel	İmzalanmış		C:\Belgeler\REV.pdf\Rev001	Gr	Hayır	26/11/2011	30/03/2011	ömr.sorkan	26/11/2011	ömr.sorkan		
01	28/10/2011	0002	Genel	Müşteri Talebi		C:\Belgeler\REV.pdf\Rev002	Gr	Hayır	26/11/2011	30/03/2011	ömr.sorkan	26/11/2011	ömr.sorkan		
01	17/04/2011	0003	Genel	Müşteri Talebi		C:\Belgeler\REV.pdf\Rev003	Gr	Hayır	26/11/2011	30/03/2011	ömr.sorkan	26/11/2011	ömr.sorkan		
01	10/07/2011	0004	Genel	İç Yorum		C:\Belgeler\REV.pdf\Rev004	Gr	Hayır	26/11/2011	30/03/2011	ömr.sorkan	26/11/2011	ömr.sorkan		

Resim 5: KKP sisteminde belge yönetimi – 2

### 5.2.6.ISO 9001 KYS Madde 8 – Operasyon

ISO 9001 KYSde operasyon başlığı ürün/hizmet üretimine ilişkin tüm şartların tanımlanması gerekliliğini belirtmektedir. Üretim yönetimi olarak da adlandırılabilir bu madde kapsamında müşteriyle iletişim, ürün/hizmet şartlarının belirlenmesi, tasarım, üretim, kontrol ve sevkiyat planlamaları tanımlanmaktadır. Bu madde KKP ile KYS'nin en fazla örtüştüğü maddedir.

Tablo 5: ISO 9001: 2015 KYS madde 8 – 1

Madde No	Kapsam
8	Operasyon
8.1	Operasyonel planlama ve kontrol
8.2	Müşteri ile iletişim (ürün ve hizmet şartlarının belirlenmesi, gözden geçirilmesi ve değişikliklerin kontrolü)
8.3	Ürün ve hizmet tasarımı ve geliştirilmesi (tasarım ve geliştirmenin planlanması, tasarım ve geliştirmenin girdileri, kontrolü, çıktıları ve değişikliklerin kontrolü)

Kaynak: TS EN ISO 9001: 2015

Tablo 5'te görüldüğü gibi ISO 9001 KYS 2015 revizyonunda 8. madde “*operasyon*” olarak adlandırılmış, ürün ve hizmet kavramları kullanılarak genişletilmiştir. Böylelikle ISO 9001 KYS standardının imalat işletmeleri için uygun olduğu, hizmet işletmeleri, sivil toplum kuruluşları, esnaflar gibi farklı sektörlerin uygulamalarını karşılamadığı yargısının önüne geçilmiştir.

KYS 8.1 maddesi operasyonel planlama ve kontrol, KKP sistemi tarafından tamamıyla karşılanmaktadır. KKP'de ürün ağaçlarının hazırlanmasıyla başlayan süreç, siparişin alınması, iş emirlerinin ilgili birimlere aktarımı, üretim proseslerinin gerçekleştirilmesi, gerekli kalite kontrollerin yapılmasının ardından sevkiyata kadar tüm işlemleri içeren niteliktedir.

KKP sisteminde en temel aşama envanter tanımlamadır. Tüm malzeme-hizmet, yarı mamul ve son ürün envanterleri detaylı ve herkesin anlayacağı şekilde tanımlanmaktadır. Tanımlanmış olan envanterlerden hangi son ürün envanterine hangi yarı mamul ve malzeme-hizmet envanterleri, ne zaman eklenecek gibi sorular cevaplanarak ve sistemde bu envanterler birbirlerine bağlanarak ürün ağacı oluşturulmaktadır. Resim 6'da görüldüğü gibi ürün ağaçları üzerinden hangi ürün ağacı kırılımının/ envanterlerinin hangi işlem aşamalarından geçeceği, hangi makinelerde, hangi personel tarafından işleneceği, hangi depolardan envanter giriş çıkışlarının takip edileceği gibi parametreler belirlenmektedir.

Adres	Adet	Elinde Göster	Envan. Etkinliği	Envan. Tipi	İçerik Açılımı (M)	Uzunluk	Kodlu-Adı	Planlı Miktar	Planlı Birim	Takip Miktar	Takip Birim	Opsiyon Ana Kodu	Açıklama	Onaylanacak Miktar	Onaylanacak Koli
Atd					Soruşu		K 250	0						0,00	
Atd					Yarı Mamul		K 250	0						0,00	
Atd					Yarı Mamul		K 250	0						0,00	
Atd					Yarı Mamul		K 250	0						0,00	
Atd					Yarı Mamul		K 250	0						0,00	
Atd					Yarı Mamul		K 250	0						0,00	
Atd					Yarı Mamul		K 250	0						0,00	
Atd					Yarı Mamul		K 250	0						0,00	
Atd					Yarı Mamul		K 250	0						0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-002	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-004	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		5	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-001	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-002	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-001	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-002	0		01	n			0,00	
Atd					Yarı Mamul		VAZ GEREKENDE	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-001	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-002	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-003	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-002	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-001	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-002	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-001	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-002	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		150-01-001-004	0		01	n			0,00	
Atd					Malzeme		KOL-KOL	0		01	n			0,00	
Atd					Yarı Mamul		KOL-KOL	0		01	n			0,00	

Resim 6: KKP sisteminde ürün ağacı tanımlama

Ürün ağaçları ve ölçüm parametreleri KKP kurulum sürecinde hayata geçirilmektedir. KKP'nin uygulama aşamasında tanımlanan iş emirleri doğrultusunda operatörler vasıtasıyla üretim gerçekleştirilir ve mobil ekranlardan gerekli veriler sisteme girilir. Böylelikle hangi makinede, hangi personelin, hangi tarih ve saatte işlem yaptığı ve hangi ölçüm cihazı ile kalite kontrol yaptığı, elde ettiği ölçüm değerleri, hata miktar ve kaynaklarına ilişkin sorulara yanıt bulunabilir (Resim 7 – 8).

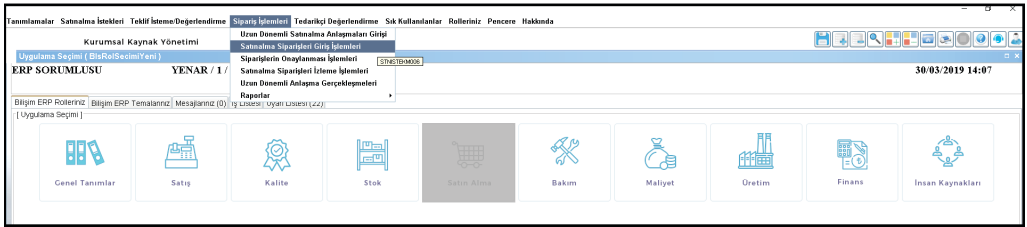






Tablo 7’de görüldüğü gibi ISO 9001 KYS 2015 revizyonunda 8.4 maddesinde 2008 versiyonunda “*satın alma*” yerine “*dışarıdan tedarik edilen proses, ürün ve hizmetin kontrolü*” kavramı kullanılmıştır. Farklı olarak harici sağlayıcıdan temin edilen ürün ve hizmetin müşteriye doğrudan teslimine ilişkin proses varsa tanımlanması, kontrolü ve değerlendirilmesi gerekliliği getirilmiştir. Böylelikle harici sağlayıcının ürün ve hizmet sunmasında oluşabilecek potansiyel olumsuz etkilerin önüne geçilmesi sağlanacaktır.

KKP sisteminin satın alma kurgusu; operatörlerin ve depo sorumlularının ihtiyaç duydukları malzemeler için sistemde kayıt oluşturarak istekte bulunması, bölüm şeflerinin malzeme isteklerini onaylaması ve ardından satın alma biriminin ilgili malzemeler için teklif alması, teklif cevaplarının değerlendirilmesi, satın alma siparişi oluşturulması ve önceden belirlenmiş yetkili kişiler tarafından onaylanarak, satın alma siparişinin tedarikçi firmaya iletilmesi şeklindedir (Resim 12 – 13 – 14). Yani KKP’de satın alma modülü oldukça kapsamlı olup tedarikçi bilgilerinden, satın alma kayıtlarına, kabul şartlarına ilişkin tüm bilgileri içermektedir. Sadece KYS’de istenen temin edilen malzemelere ilişkin hazırlanan şartnameler sistemde yer almayıp, ek doküman şeklinde yüklenebilmektedir.

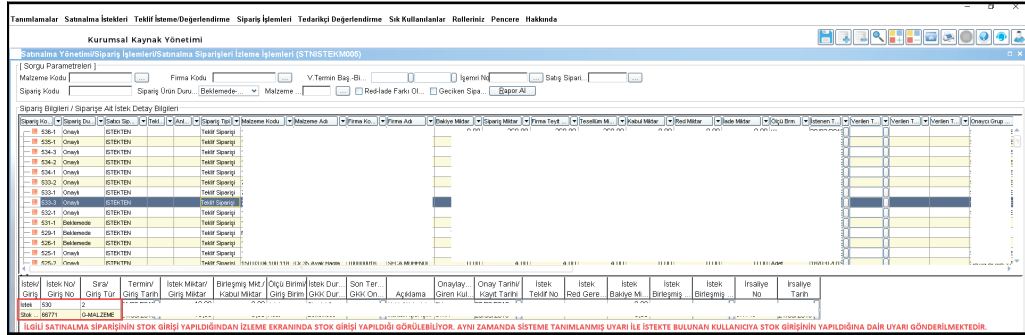


Resim 12: KKP sisteminde satınalma istekleri girişi

İstek No	İstek Tipi	Talep Eden Organizasyon	Talep Eden İlgisi	Talep Tarihi	İlgili MRP
1	MONTAJ	MARINA BALIK SORUNLUSU	20/09/2018		
2	MONTAJ	MARINA BALIK SORUNLUSU	09/10/2018		
3	MONTAJ	MARINA BALIK SORUNLUSU	08/10/2018		
4	DIŞAR	DIŞAR ÇIĞIR SORUNLUSU	03/10/2018		
5	MARINA BALIK SORUNLUSU	MARINA BALIK SORUNLUSU	07/10/2018		
6	MARINA BALIK SORUNLUSU	MARINA BALIK SORUNLUSU	07/10/2018		
7	MARINA BALIK SORUNLUSU	MARINA BALIK SORUNLUSU	11/10/2018		
8	YOL ÇIKARMA	YOL ÇIKARMA SORUNLUSU	14/10/2018		
9	ORG KALITE KONTROL	STOK VE KALITE KONTROL	21/10/2018		
10	DIŞAR	DIŞAR ÇIĞIR SORUNLUSU	23/10/2018		
11	DIŞAR	DIŞAR ÇIĞIR SORUNLUSU	24/10/2018		

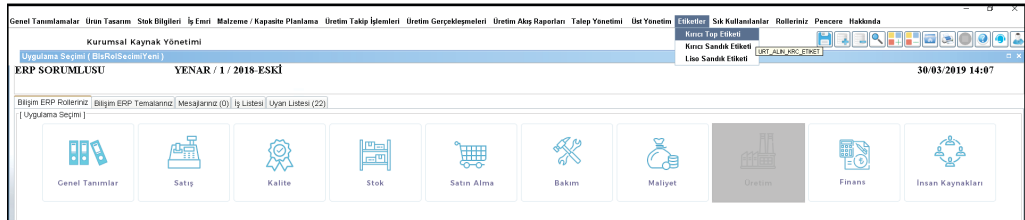
Sıra	Mazeme Adı	Miktar	Çiğü Birim	Çiğü Birim	İstek Açıklaması	İstek Durumu	Uyarı Açıklaması	Onay Durumu	Red Gerçekleşti	Bakiye Miktar	1. Belge Yolu	1. Alınan İstisna	2. Belge Yolu	2. Alınan İstisna	Boru SORBI No	Giriş Yapan Kullanıcı
1	150	1,00	JAD	Asm	10/09/2018			me	10/09/2018	1,00						me
2	150	1,00	JAD	Asm	10/09/2018			me	10/09/2018	1,00						me
3	150	1,00	JAD	Asm	10/09/2018			me	10/09/2018	1,00						me

Resim 13: KKP sisteminde satınalma istekleri onayı



Resim 14: KKP sisteminde satınalma siparişleri takibi

KYS 8.5 maddesinde yer alan üretim ve hizmetin sunumu başlığı personelin yeterliliği ve özellikleri, geçerli kılma ve periyodik geçerli kılma, kayıt tutma, proses kontrolünün sağlanması için izleme ve ölçmenin yapılması gerekliliklerini belirtmektedir. KKP sisteminde açılmış iş emirlerine, ürünlere özgü gerekli karakteristikler ilgili bölümlere tanımlanmaktadır. Üretim faaliyetleri esnasında her operatör kendi bölümüyle ilgili ölçümleri yaparak mobil veri girişi uygulamasını kullanarak anlık olarak sisteme ölçüm kayıtlarını kaydetmektedir. Ölçüm sonuçları, ürün seri numaraları gibi bilgiler etiket yazıcısı ile baskı alınarak ürünlerin ve paketlerinin üzerine yapıştırılmakta ve ürünler sevkiyata sunulmaktadır. Böylelikle her ürüne ait karakteristik özellikler – ürün sertifikası gibi – ürünün üzerinde yer almaktadır (Resim 15 – 16).

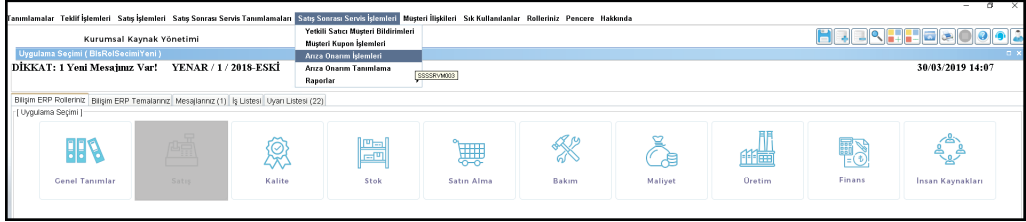


Resim 15: KKP sisteminde ürün takibi

1812515	
Top Seri No Roll Serial No	YENAR19030858
Top Ebadı / Roll Size	250 X 1000
ACI   ANGLE	PASAJ   POSITION
40 X 65	R2
ZAVIYE   TORSION	DİŞ/CM   FLUTE/CM
10	11.19
DİŞ ÜSTÜ   LAND	DİŞ/CEVRE FLUTE/ CIRCUMFERENCE
0.1	875

Resim 16: KKP sisteminde etiket örneği

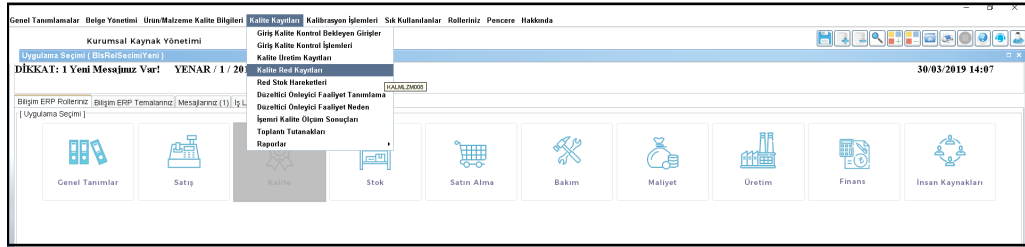
ISO 9001 KYS standardının 2015 revizyonu 8.5.5 maddesinde “*teslim sonrası faaliyetler*” başlığı ilk kez kullanılmıştır. 1994 versiyonunda 4.19 maddesi, 2008 versiyonunda 7.5.1 maddesi altında yer alan teslimat sonrası faaliyetler, garanti kapsamındaki faaliyetler, servis faaliyetleri, geri dönüşüm ve son elden çıkarma uygulamalarını da kapsayacak şekilde ayrı bir madde olarak değerlendirilmiştir. Resim 17 ve 18’de görüldüğü gibi KKP sisteminde bu maddenin karşılığı “Satış sonrası servis işlemleri” adı altında takip edilmektedir. Arıza sebebi, arıza onarım işlemleri, malzeme, seyahat gibi giderler ve yapılan işlemler bu ekranlarda kayıt altına alınmaktadır.



Resim 17: KKP sisteminde servis / arıza onarım işlemleri – 1

Resim 18: KKP sisteminde servis / arıza onarım işlemleri – 2

KYS 8.6 maddesinde kullanılan ürün ve hizmetin serbest bırakılması başlığında uygunluk şartlarını sağlamış ürünlerin teslimatı tanımlanmaktadır. 8.7 maddesinde “*uygun olmayan proses çıktısı*” ifadesi ile üretim süreçlerinin herhangi bir aşamasında tespit edilen uygunsuzluğun nasıl giderileceğine ilişkin yöntem belirlenmesi istenmektedir. KKP sistemi hammadde girişinden ara ürün ve bitmiş ürünün kalite kontrolüne kadar tüm aşamalardaki kontrolün sisteme girilmesi, toleranslar dahilinde değerlendirilmesi ve uygunsuzluk tespiti durumunda ürünün ret edilmesi işlemlerini içererek bu maddeleri tam olarak karşılamaktadır.



Resim 19: KKP sisteminde kalite kontrol

Operator	Kısmi Kod Adı	Stok	Kısmi Açıklama	Kontrol Miktarı	Kısmi Miktar	Deneyim Miktarı	Oran	Kısmi İşlem	Kısmi Hata Sayısı	Sayma No	Sayma İht. Tarihi	Sayma G. Tarihi	Ölçüm Sonucu M	Ölçüm Sonucu M	Ölçüm Birim	Ölçüm Sonucu A	Belge Yolu 1	Belge Yolu 2	Belge Yolu 3	İçlikt. Sayısı	Hata Dur. İstatistikleri
MEHMET										1.000			0.000	0.000						0.000	0.000

Resim 20: KKP sisteminde uygunsuzluk kayıtları

Resim 19 ve 20'de görüldüğü gibi KKP sisteminde mobil kayıt sistemi sayesinde üretim esnasında uygunsuz ürünler tespit edildiği anda hatalı ürün iş emri numarası üzerinde kayıt oluşturulmakta ve hata sebebi açıklanmaktadır. Uygunsuz ürüne ilişkin nasıl bir işlem yapılacağına karar verilerek, gerekli işlemler hayata geçirilmektedir. Benzer şekilde girdi kalite kontrol ve bitmiş ürün kalite kontrol aşamalarında da uygunsuzluk tespit edilmesi durumunda aynı işlemler uygulanarak kayıtlar tutulmaktadır.

### 5.2.8.ISO 9001 KYS Madde 9 – Performans Değerlendirme

Performans değerlendirme maddesi, yönetimin gerçekleştirilen tüm kalite yönetim faaliyetlerinin denetlenmesi ve uygunluğunun değerlendirmesi için gerekli olan prosesleri tanımlamaktadır.

**Tablo 7:** ISO 9001: 2015 KYS madde 9

<i>Madde No</i>	<i>Kapsam</i>
9	Performans değerlendirme
9.1	Genel
9.2	İç denetim
9.3	Yönetimin gözden geçirmesi (girdileri, çıktıları)

**Kaynak:** TS EN ISO 9001: 2015

Tablo 7’de görüldüğü gibi ISO 9001 KYS standardının 2015 revizyonunda 9. performans değerlendirme maddesi 2008 versiyonunda 8. ölçme, analiz ve iyileştirme maddesine karşılık gelmektedir. 9.1 maddesinde kuruluşun kalite yönetim sisteminde neleri, ne şekilde (yöntem), ne zaman izlemesi ve ölçmesi gerektiğini ve ölçüm sonuçlarını ne zaman analiz edip değerlendireceğinin tanımlaması istenmektedir.

9.1.2 müşteri memnuniyeti başlığında müşteri görüş ve önerilerinin değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. 9.2 maddesinde işletme içerisinde uygun yöntemler belirlenerek bir iç denetim mekanizması kurulması belirtilmektedir. 9.3 yönetimin gözden geçirmesi başlığı altında, yönetimin yılda en az bir kez bir araya gelerek bir önceki yıla ait detaylı değerlendirme yapması beklenmektedir.

KKP sistemi bu maddeleri tam olarak karşılamamakla birlikte, veri analizlerine kaynak teşkil etmek noktasında önemli bir destek sunmaktadır. Sistem veri kaydetme ve koruma üzerine inşa edilmiş olup analiz modülü bulunmamaktadır. Ancak üretim ve işgücü kayıplarının, eğitim verilerinin ve uygunsuzlukların değerlendirilmesinde veri sağlama kalite sisteminin etkin yönetimi açısından önemli bir avantajdır.

### 5.2.9.ISO 9001 KYS Madde 10 – İyileştirme

İyileştirme maddesi aslında KYS’nin yaşayan bir sistem olduğunun göstergesidir. Kurulan sistemin mükemmel olduğu ve yıllar boyunca kullanılması sistem için olumsuz bir yaklaşımdır. Sistemde eksikliklerin olduğu veya zaman içerisinde değişiklikler gerektirmesi sistemi revize etmeyi sağlar. Uygunsuzlukların doğru tanımlanması ve etkin bir düzeltici faaliyet prosesiyle sistem sürekli iyileşerek ana amacına hizmet eder.

**Tablo 8:** ISO 9001: 2015 KYS madde 10

<i>Madde No</i>	<i>Kapsam</i>
10	İyileştirme
10.1	Genel
10.2	Uygunsuzluk ve düzeltici faaliyet
10.3	Sürekli iyileştirme

**Kaynak:** TS EN ISO 9001: 2015

2008 versiyonunda 8.3 “*uygun olmayan ürün kontrolü*” ve 8.5.2 “*düzeltilici faaliyet*” maddeleri 2015 revizyonunda 10.2 maddesi altında birleştirilerek “*uygunsuzluk ve düzeltici faaliyet*” başlığı altında verilmiştir. KKP sisteminde üretimdeki uygunsuzlukların kaydedilmesi ve kayıtların kontrolü açısından önemli bir veri oluşmaktadır. Bu veri sürekli iyileştirme için önemli bir kaynak olmakla birlikte hedef belirleme, takip ve düzeltici faaliyetler konusunda KKP’de bir karşılığı yer almamaktadır.

KKP sisteminde toplanan verilerin farklı veri analiz yazılımlarında analiz edilmesi doğrultusunda işletmede düzeltici faaliyetlerin etkin uygulanması mümkün olmaktadır. Ancak bu veri analizleriyle doğru sonuçlara ulaşabilmek için ortalama üç yıl KKP veri tabanında veri toplanması önemlidir. Böylelikle sistem kurma aşamasında oluşabilecek gürültülü (bulanık) verilerin analiz sonuçlarının etkilemesinin önüne geçilebilecektir. Sistem etkin biçimde kullanılmaya başlandıktan sonra ortaya çıkacak verilerin analiz edilmesi daha sağlıklı değerlendirmeler yapılmasını sağlayacaktır.

## 6.DEĞERLENDİRME ve ÖNERİLER

Hammadde temininden bitmiş ürünün müşteriye teslimine kadarki tüm süreçlerde kaliteli, izlenebilir, denetlenebilir, hızlı ve düşük maliyetli bir üretim yönetimi sistemi hedefleyen KKP, işletmenin kurumsallaşması, kurumsal hafıza oluşturma ve departmanlar arasında bütünleşme sağlanması kapsamında önemli etkilere sahiptir. Benzer biçimde KYS’de katılımcı liderlik, müşteri odaklılık, çalışanların katılımı, süreç yaklaşımı, sürekli iyileştirme ve kanıtlara dayalı karar verme hedefleriyle kaliteli ürün hedefinin ötesinde, kalite yaklaşımının tüm işletme bünyesine yaygınlaştırıldığı bir sistemi hedeflemektedir. İki sistem de kaliteli çıktının doğru yönetilen sistemlerle sağlanabileceği temeli üzerinde inşa edilmektedir.

Literatürde KKP ve KYS ile ilgili çok sayıda çalışma olmak ile birlikte KKP ve KYS’yi bir arada işleyen sınırlı çalışmaya rastlanmıştır. Bu çalışmada bir işletmenin KKP sistemi ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Standardı maddeleri doğrultusunda incelenerek sistemin standart maddelerini karşılama durumu araştırılmıştır.

Çalışma kapsamında tespit edilen bulgular göstermektedir ki KKP sistemi işletmelerde üretim yönetimi kapsamında önemli bir araç niteliğindedir. ISO 9001 KYS standardı 2015

versiyonu geçmiş versiyonlarından farklı olarak risk yönetimini gerekli kılmaktadır. KKP sisteminde yönetsel kararlar bağlamında risk yönetimine ilişkin bir unsur yer almamakla birlikte üretimde stoksuz kalma riskine yönelik tedbirler mevcuttur.

KYS'nin 5. maddesinde yer alan liderlik, müşteri odaklılık, politika ve organizasyona ilişkin gereklilikler KKP sisteminde doğrudan yer almamakla birlikte organizasyonel çalışmalar insan kaynakları modülü kapsamında uygulanabilmektedir. 6. maddede yer alan planlama gerekliliği, üretim planlaması doğrultusunda etkin olsa da yönetsel planlama kapsamında yetersizdir.

KYS'nin 7. maddesinde yer alan kaynaklar, yeterlilik, farkındalık ve iletişim başlıkları KKP sisteminde karşılığı olmayan başlıklardır. Ancak dokümantasyon başlığı KKP sisteminin kalite modülü çerçevesinde karşılanabilecek niteliktedir. Önce KYS sistemi kurmuş olan işletme için mevcut dokümantasyonunu KKP'ye aktarmakta zorluklar yaşanmakla birlikte, dokümantasyon sistematüğını sağlamak açısından KKP yeterli bir araçtır. KYS'nin 8. maddesinde yer alan operasyonel planlama ve kontrol başlığı KKP sisteminin ana amacıyla paralellik göstermektedir. KKP'nin satın alma, üretim, tasarım ve satış modülleri KYS gerekliliklerini fazlasıyla karşılar niteliktedir.

KYS'nin 9. maddesinde yer alan performans değerlendirme başlığı, KKP sistemi tarafından birebir karşılanmamakla birlikte üretim ve işgücü kayıplarının, eğitim verilerinin ve uygunsuzlukların değerlendirilmesinde veri sağlaması bakımından kalite sisteminin etkin yönetimi açısından önemli bir avantaj sunmaktadır. KYS'nin 10. maddesinde yer alan uygunsuzluk ve düzeltici faaliyet ile sürekli iyileştirme başlıkları yer almaktadır. KKP sisteminde üretime ilişkin uygunsuzlukların kaydedilmesi ve kayıtların kontrolü açısından önemli bir veri oluşmaktadır. Bu veri sürekli iyileştirme için önemli olmakla birlikte hedef belirleme, takip ve düzeltici faaliyetler konusunda KKP yetersiz kalmaktadır.

Genel bir bakış açısıyla, araştırma kapsamında ilgili birim sorumluları ve danışmanlar ile yapılan görüşmelerde de görülmüştür ki KKP ve KYS özellikle üretim yönetimi kapsamında önemli ortak gerekliliklere sahip ve birbirini karşılar niteliktedir. Bu durum uygulayıcılarda aynı işi birden fazla yapma gerekliliği doğurmakta ve kayıt tutma alışkanlığı olmayan personelde memnuniyetsizlik ve direnç oluşturmaktadır. Bu kapsamda işletmelerde iki sistemin paralel olarak kurulması ve KYS'nin üretime ilişkin maddelerinin tamamının KKP üzerinden şekillendirilmesi ve yönetilmesi önemli bir avantaj sağlayacaktır. Ancak, bunun için iki sistem sağlayıcısının da diğer sistem hakkında detaylı bilgi sahibi olması veya ortak projeler yürütmek üzere işbirlikleri oluşturmaları gerekmektedir.

KYS'nin yönetsel gereklilikleri maalesef KKP sistemi tarafından karşılanmamaktadır. KKP sistemi bir kaynak yönetim sistemi olduğundan bu durum normaldir. Ancak, sistemler uygulayıcı işletmelerin talepleri doğrultusunda revizyona açık biçimde sürekli iyileştirilmektedir. Bu kapsamda, her müşteri talebi doğrultusunda sistemde revizyona

gitmek yerine KYS şartlarını karşılayacak yönde bütünsel bir revizyona gitmek daha köklü bir çözüm olacaktır. KKP'nin kalite modüllerinin KYS şartlarını karşılayacak biçimde kurulanması KKP sistemini kullanmakta istekli işletmeler açısından önemli bir tercih nedeni olacaktır.

KYS ve KKP arasındaki ilişkinin incelendiği bu araştırmanın operasyonel yönetim literatürüne katkı sunacağı düşünülmektedir. Ayrıca, çalışmanın sistem uygulayıcı işletmeler ve sistem sağlayıcı uzmanlara da yararlı olacağı öngörülmektedir. Gerçekleştirilen çalışma KOBİ ölçeğindeki bir işletmenin verileri üzerinden ve işletmenin uzman ve danışmanlarıyla gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen bulgular doğrultusunda yapıldığından, sonuçların tüm işletme ve KKP yazılımları için genellenmesi mümkün değildir. Bu çalışmanın farklı yazılım sağlayıcılarından KKP sistemi edinmiş, farklı büyüklük ve sektör grubundan işletmelere uyarlanması elde edilecek sonuçların geçerliliğini arttıracaktır. Hatta diğer yönetim sistemlerinin de bu kapsamda karşılaştırılması entegre sistemler oluşturulması konusunda önemli faydalar yaratacaktır.

### **Kaynakça**

- Ahmad, M. M. & Cuenca, R. P. (2013). Critical success factors for ERP implementation in SMEs. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 29(3), 104-111.
- Alic, M. (2018). Integration of the ISO 9001 QMS with the company's IT business system. *Total Quality Management & Business Excellence*, 29(9-10), 1143-1160.
- Al-Mashari, M., Al-Mudimigh, A. & Zairi, M. (2003). Enterprise resource planning: A taxonomy of critical factors. *European Journal of Operational Research*, 146(2), 352-364.
- Anttila, J. & Jussila, K. (2017). ISO 9001: 2015—a questionable reform. What should the implementing organisations understand and do?. *Total Quality Management & Business Excellence*, 28(9-10), 1090-1105.
- Blind, K., Mangelsdorf, A. & Pohlisch, J. (2018). The effects of cooperation in accreditation on international trade: Empirical evidence on ISO 9000 certifications. *International Journal of Production Economics*, 198(2), 50-59.
- Cai, S. & Jun, M. (2018). A qualitative study of the internalization of ISO 9000 standards: The linkages among firms' motivations, internalization processes, and performance. *International Journal of Production Economics*, 196(2), 248-260.
- Candra, S. (2012). ERP implementation success and knowledge capability. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 65, 141-149.
- Chofreh, A. G., Goni, F. A., Ismail, S., Shaharoun, A. M., Klemeš, J. J. & Zeinalnezhad, M. (2016). A master plan for the implementation of sustainable enterprise resource planning systems (part I): Concept and methodology. *Journal of Cleaner Production*, 136, 176-182.



- Çetinoğlu, T., Kurnaz, N. & Şen, Y. (2011). Kurumsal kaynak planlaması: Yönetmel karar verme açısından CP Group uygulaması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30, 141-154.
- Davenport, T. H. (1998). Putting the enterprise into the enterprise system. *Harvard Business Review*, 76(4), 121-131.
- Holland, C. P. & Light, B. (1999). A critical success factors model for ERP implementation. *IEEE Software*, 16(3), 30-36.
- Ismyrilis, V. & Moschidis, O. (2015). The effects of ISO 9001 certification on the performance of Greek companies: A multidimensional statistical analysis. *The TQM Journal*, 27(1), 150-162.
- Jovanovic, V. & Shoemaker, D. (1997). ISO 9001 standard and software quality improvement. *Benchmarking for Quality Management & Technology*, 4(2), 148-159.
- Karadede, A. & Baykoç, Ö. F. (2006). Kurumsal kaynak planlama (KKP) uygulaması sonrası işletmelerin yaşadığı sorunlar. *Gazi Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 21(1), 137-149.
- Koch, C., Slater, D. & Baatz, E. (1999). The ABCs of ERP. *CIO Magazine*, 22.
- Laughlin, S. P. (1999). An ERP game plan. *Journal of Business Strategy*, 20(1), 32-37
- Li, Y. (2006). Research and implement of quality management system in ERP. In *International Conference on Programming Languages for Manufacturing*. Springer: Boston, 570-575.
- Lin, H. F. (2010). An investigation into the effects of IS quality and top management support on ERP system usage. *Total Quality Management*, 21(3), 335-349.
- Manders, B., de Vries, H. J. & Blind, K. (2016). ISO 9001 and product innovation: A literature review and research framework. *Technovation*, 48, 41-55.
- Muturi, D., Ochieng, J. & Njihia, S. (2015). Impact of ISO 9001 implementation on organizational performance in Kenya. *Nairobi: KIM*. doi: 10.13140/RG.2.1.1461.3921
- Natarajan, D. (2017). Implementing QMS with ERP software. In *ISO 9001 Quality Management Systems*. Springer: Cham, 129-137.
- Naveh, E. & Marcus, A. (2005). Achieving competitive advantage through implementing a replicable management standard: Installing and using ISO 9000. *Journal of Operations Management*, 24(1), 1-26.
- Postacı, T., Belgin, Ö. & Erkan, T. E. (2012). *KOBİ'lerde Kurumsal Kaynak Planlaması (ERP) Uygulamaları*. Verimlilik Genel Müdürlüğü, Ankara: Korza Yayıncılık
- Prajogo, D. I. (2011). The roles of firms' motives in affecting the outcomes of ISO 9000 adoption. *International Journal of Operations & Production Management*, 31(1), 78-100.

- Priede, J. (2012). Implementation of quality management system ISO 9001 in the world and its strategic necessity. *8th International Strategic Management Conference, Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1466-1475.
- Psomas, E. L., Fotopoulos, C. V. & Kafetzopoulos, D. P. (2011). Core process management practices, quality tools and quality improvement in ISO 9001 certified manufacturing companies. *Business Process Management Journal*, 17(3), 437-460.
- Ram, J., Wu, M. L. & Tagg, R. (2014). Competitive advantage from ERP projects: Examining the role of key implementation drivers. *International Journal of Project Management*, 32(4), 663-675.
- Rusu, C. (2016). From quality management to managing quality. *SIM 2015 / 13th International Symposium in Management, Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 221, 287-293.
- Spathis, C. & Constantinides, S. (2003). The usefulness of ERP systems for effective management. *Industrial Management & Data Systems*, 103(9), 677-685.
- Sumaedi, S. & Yarmen, M. (2015). The effectiveness of ISO 9001 implementation in food manufacturing companies: A proposed measurement instrument. *Procedia Food Science*, 3, 436-444.
- Sun, H., Ni, W. & Lam, R. (2015). A step-by-step performance assessment and improvement method for ERP implementation: Action case studies in Chinese companies. *Computers in Industry*, 68, 40-52.
- Taniguchi, A. & Onosato, M. (2017). Use of project management information system to initiate the quality gate process for ERP implementation. *International Journal of Information Technology and Computer Science*, 9(12), 1-10.
- Themistocleous, M., Irani, Z. & O'Keefe, R. M. (2001). ERP and application integration: Exploratory survey. *Business Process Management Journal*, 7(3), 195-204.
- TS EN ISO 9001 (Ekim 2015). Kalite Yönetim Sistemi – Şartlar. Türk Standartları Enstitüsü.
- Verkhovskaya, M. V., Menshikova, E. V. & Khazanov, O. V. (2016). Particularities of the implement of quality management system based on the requirements of the iso 9001 in the telecommunications companies, *International Review of Management and Marketing*, 6(3), 603-607.
- Volkoff, O. (1999). Using the structurational model of technology to analyze an ERP implementation. *Americas Conference on Information Systems (AMCIS 1999) Proceedings*, 84.
- Yıldız, M. S. & Akaydın, A. (2012). Kurumsal kaynak planlaması sistemine geçiş yapan endüstriyel bir işletmede yazılımın kurulum süreci ve yaşanan değişimler. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 5(1), 1-20.



**Güzide KARAKUŞ** – gkarakus@erbakan.edu.tr

Güzide Karakuş is an Assistant Professor at Necmettin Erbakan University, Department of Aviation Management. She holds a BA degree in Industrial Engineering from Kocaeli University (1999) and an MBA degree from Gebze Institute of Technology (2002). She completed her PhD in Production Management and Marketing at Selçuk University in 2014. Prior joining academia, she worked in consulting about quality management systems, CE marking and project management. She teaches Innovation Management, Technology Management, Project Management, Quality Management, Decision Making Techniques, Supply Chain Management, both at undergraduate and graduate level.

## RİSKE MARUZ DEĞER YÖNTEMİYLE PORTFÖY RİSKİNİN BELİRLENMESİ\*

DETERMINATION OF PORTFOLIO RISK WITH VALUE AT RISK METHOD

Ömer KAVRAR\*\*

Baki YILMAZ\*\*\*

### Öz

Küresel ekonomik entegrasyon ve piyasa ekonomisinin genişlemesiyle yatırımlardan beklenen kazançlar veya kayıplardaki dalgalanmalar ciddi şekilde artmaktadır. Yatırımların önemli bir bölümünü oluşturan tasarruf araçlarının barındırdığı riski yönetme ihtiyacı 1990'lı yıllarda daha belirgin hale gelmiştir. Bu amaçla, Riske Maruz Değer (RMD) yöntemi bir finansal yatırımdan ortaya çıkabilecek en çok zararı ölçmek için geliştirilen bir yöntemdir. Yöntem aynı zamanda uluslararası düzenlemeler açısından standartların belirlenmesinde finansal istikrarın artırılması amacıyla bir risk ölçüsü olarak yer almıştır. Piyasa risklerini azaltmak için kullanılan RMD yönteminin çeşitli avantajları olmasına rağmen tekniğin zayıf yönlerine odaklanan ciddi eleştiriler de mevcuttur. Çalışmada Monte Carlo Simülasyon, Varyans-Kovaryans ve Tarihi Simülasyon Yöntemleri, RMD hesaplamaları için üç temel yaklaşım olarak ele alınmıştır. Teorik bölümde yer alan çerçeveyi desteklemek amacıyla son bölümde, Tarihsel Simülasyon Yöntemi kullanılarak BIST 100 Endeksinde yer alan Türk Telekomünikasyon A.Ş. (TTKOM) ve Ford Otosan (FROTO) A.Ş.'ye ait hisse senetleri, euro ve altından oluşturulmuş varsayımsal bir portföy için RMD tutarları hesaplanmıştır. RMD yönteminin sadece kontrol edici bir ortalama sunmakla sınırlı olmayan aynı zamanda işletmelerde verimliliği artırmak ve değer yaratımını desteklemek için bir araç olarak kullanılabilceği sonucuna ulaşılmıştır.

\* Makalenin Gönderim Tarihi (Received): 13.12.2018; Makalenin Kabul Tarihi (Accepted): 06.03.2019

\*\* Selçuk Üniversitesi, İktisat Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-3295-6093

\*\*\* Selçuk Üniversitesi, İşletme Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-5392-2485

**Anahtar Kelimeler:** Riske Maruz Değer, RMD, Risk Hesaplaması, Tarihi Simülasyon Yöntemi.

**Jel Kodları:** M10, G11, G17

### **Abstract**

With global economic integration and the expansion of the market economy, gains or losses expected from investments have increased considerably. When creating an optimal portfolio, the risk preference, which is the most important factor that the investor has, is often neglected. Investments comprising of dangers or opportunities are generally risky and must be accurately measured and managed. The general definition of Value-at-Risk (VaR) is the maximum potential loss to the portfolio value as a result of negative market movements for a given probability. The enormous popularity of this instrument is mainly as a result of its conceptual simplicity. Portfolio managers faced with effective risk management issues due to the financial crisis during the 1990s. Hence, VaR became a fundamental part of the efficient risk management. After JP Morgan introduced its Risk Metrics in 1994, many VaR models were developed and the use of VaR has become prevalent in all financial institutes. The method has also taken place as a risk measure to increase financial stability in setting standards for international regulations. In particular, the studies conducted by the Bank of International Settlement (BIS) emphasize that the VaR methods are effective in determining the real risk dimension. The VaR method used as a risk management strategy for investors and financial institutions has different strengths and weaknesses. VaR provides a comprehensive and appropriate measurement of financial risk. The unit of measurement is the same as the bottom line of the asset. Therefore, it is easily accessible to a technically non-expert audience. In terms of transferring business risks to information users and enabling the integration of earnings into risks, the VaR is not only a tool for managing risk, but it is also used as a performance criterion and to determine where resources should be transferred. On the other hand, it is important to reveal the negative aspects of VaR in a clear and transparent manner. Since it is a quantitative statistical technique, VaR captures only the measurable risks. The Historical Simulation Method applied in VaR calculations, limiting the assumption that future historical data will be repeated in the future, limiting future events. VaR is unreliable under market pressure. Under extreme asset prices fluctuations or the excessive dependency of assets, the VaR can estimate the risk to be low. However, it should be highlighted that VaR is not committed to preventing the realization of financial crises. For example, the loss of future portfolio may be worse than VaR, since future portfolio losses are a random variable. In the real world, if the loss of a business is greater than the relevant VaR, this should not be taken as a false or methodological misconception of VaR and that anyone who knows what the technique means will perceive otherwise. This study aims to define the simplest market risk model that can perform its part reasonably and practically today. While summarizing the mathematics, daily work and application of the model, a simple approach that eliminates

the statistical burden has been followed. In this study, the three main VaR calculation approaches, namely Historical Simulation, Variance-Covariance and Monte Carlo simulation, are employed. VaR is calculated using historical simulation method on a hypothetical portfolio consisting of gold, euro and two securities namely TTKOM and FROTO, which are included in the Istanbul Stock Exchange (ISE) 100 Index. with 100-day data in the period of 06.02.2018 – 28.06.2018. As a result of the application, it was determined that the daily VaR value at the 99% confidence level could result in a loss of 3.036,54 TL and a gain of 1% confidence level of 3.888,01 TL. The historical simulation technique is a very simple and useful approach to predict RMD in various confidence intervals. The extension of these confidence intervals or frequency depends on the selected sample size. Other VaR techniques differ in their ability to measure the risks of savings on financial instruments, ease of implementation and disclosure to senior management, flexibility to analyze the impact of changes in assumptions, and the ability to capture the reliability of results. In this respect, the decision on which technique should be used will be the technical determinant, which reflects the most important aspect of the risk manager. The VaR method should not be considered as a tool that reflects all information about market risks that an administrator wants to have. However, the method is not only limited to providing a controlling average, but also as a tool to increase productivity in enterprises and to support value adding. The VaR method can be used for risk management but should not be regarded as an adequate procedure, and should be supported by stress tests, limits and controls in addition to the risk management function.

**Keywords:** Value at Risk, VaR, Risk Calculation, Historical Simulation Method.

**Jel Codes:** M10, G11, G17

## 1.GİRİŞ

Son yirmi yılda finansal piyasalarda gündeme gelen olumsuz örnekler tasarruf araçlarının kullanımında efektif bir risk yönetimi ihtiyacını ortaya koymuştur (Bostancı & Korkmaz, 2014, s.16). Optimum bir portföy oluştururken, yatırımcının sahip olduğu en önemli faktör olan risk tercihi genellikle ihmal edilmektedir. Tehlikeleri veya fırsatları beraberinde taşıyan yatırımlar genel olarak risklidir ve doğru bir şekilde ölçülüp yönetilmesi gerekir.

RMD, belirli bir olasılık için olumsuz piyasa hareketlerinden dolayı portföy değerindeki maksimum potansiyel zarar olarak tanımlanır. Bu enstrümanın ulaştığı büyük popülerlik, temel olarak kavramsal basitliğinden kaynaklanmaktadır. Yaygın bir kullanım alanına sahip olan RMD, bir varlığın veya bir portföyün belirli bir güven seviyesi ve belirli bir zaman diliminde beklenen en kötü kayıptır (Laporta, Merlo & Petrella, 2018, s.629).

RMD hesaplama yöntemleri riski yönetme anlamında, son yıllarda ortaya çıkmış önemli ve yaygın kullanım alanı bulunan modellerdir. Özellikle Bank of International Settlement

(BIS) tarafından yapılan çalışmalarda gerçek risk boyutunu belirlemede RMD yöntemlerinin etkili olduğu vurgulanmaktadır. Yatırımcılar ve finansal kuruluşlar için riski yönetimi stratejisi olarak kullanılan RMD yönteminin birbirinden farklı, güçlü ve zayıf yönleri bulunmaktadır (Bolgün & Akçay, 2003). Bununla birlikte, RMD'nin zayıf yönlerinin açık ve tarafsız bir şekilde sunulması önemlidir. Dahası, RMD'nin finansal krizlerin gerçekleşmesini engellemeyi vaat etmediğini ve tekniğini tam olarak anlayan herkesin başka türlü iddia edemeyeceğini anlamak önemlidir. Tekrar etmek gerekirse, gelecek dönemdeki finansal kayıplar rastgele bir değişken olduğundan, gerçek kayıp RMD'den daha kötü olabilir (Sollis, 2009, s.399). Pratikte bir bankanın kaybı, ilişkili RMD'den daha kötü ise, kendi başına bu, RMD'nin bir şekilde yanlış olduğu veya metodolojinin hatalı olduğu anlamına gelmemektedir.

Risk yöneticilerinin beklenmedik kayıplara maruz kalmalarını değerlendirmek ve sonunda toplam piyasa risklerini azaltmak için kullanılan RMD hesaplamaları için üç temel yöntem bulunmaktadır. Bunlar; Varyans-Kovaryans, Tarihsel Simülasyon ve Monte Carlo Simülasyon Yöntemleridir. Piyasalarda yaygın olarak kullanılan bu yöntemler finansal kurumlarca ve denetim gözetim otoritelerince kabul görmüş piyasa risk ölçüm modelleridir.

Bu çalışma günümüzde hala pratik olan en basit piyasa riski modelini tanımlamayı amaçlamaktadır. Modelin altında yatan matematiğini, günlük çalışmasını ve uygulanmasını özetlerken, istatistiksel yükü de ortadan kaldıran basit bir yaklaşım izlenmiştir. Günümüzde daha sofistike modellerin varlığı bilinmekle birlikte bu modelleme ile üzerine düşeni makul bir şekilde gerçekleştirebilecek yöntemleri seçmeye ve sunmaya çalışılmaktadır. Çalışmamızın uygulama bölümünde, yerel sermaye piyasalarında tercih edilen yatırım araçlarından 06.02.2018 – 28.06.2018 tarih aralığında 100 günlük verilerle BIST (Borsa İstanbul) 100 Endeksinde yer alan Türk Telekomünikasyon A.Ş. (TTKOM) ve Ford Otosan (FROTO) A.Ş.'ye ait hisse senetleri, euro ve altından oluşan bir portföy Tarihsel Simülasyon Yöntemiyle RMD ölçümleri yapılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde kavramsal çerçeve çizilecek olup, üçüncü bölümde literatür taraması sunulacaktır. Dördüncü bölümde, çalışmada kullanılan yöntem, beşinci bölümde ise çalışmanın bulgularına yer verilecektir.

## **2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1.Riske Maruz Değer Kavramı**

Bir yatırımcının taşıyacağı risk ne kadar yüksek olursa, portföy sonuçlarının getiri değişkenliği de o kadar yüksek olur. Yüksek risk almak istemeyen yatırımcılar için bu durum tam tersidir. Bu nedenle, bir yatırımcı tarafından belirli bir risk seviyesine ve belirli bir güven düzeyine sahip olarak tolere edilebilecek geri dönüş sonuçlarındaki değişikliklerin miktarının hesaplanması gerekmektedir (Suwarno & Mahadwartha, 2017, s.130). Bir finansal kurum için başarıya giden yollardan biri, modern bilgi teknolojisini kullanarak ölçülebilir ve

ölçülebilir olmayan risklerin değerlendirmesi üzerine kurulan risk yönetimidir. Sadece olası riskleri en iyi şekilde sınıflandıran finansal kurumlar, bunları ölçmek ve modern bilgi teknolojisini etkin bir şekilde kullanmak için modern modeller uygulamakta, rekabet avantajı kazanabilmekte ve böylece kâr elde edebilmektedirler.

Son on yılda finansal piyasaların artan oynaklığı, araştırmacıları, uygulayıcıları ve düzenleyicileri daha sofistike risk yönetimi araçları tasarlamak ve geliştirmek için teşvik etmiştir. Riske Maruz Değer (RMD), finansal analistlerin piyasa riskini ölçmek için kullandıkları standart bir ölçü olmuştur (Manganelli & Engle, 2001, s.5). Riske maruz değer, JP Morgan Grubu tarafından Risk Ölçütleri (Metrics) risk yönetim sisteminin genişletilmesiyle türetilmiştir. RMD fiyat riskini hesaplamak için kullanılan en önemli modeldir ve 20. yüzyılda model, küresel olarak popüler hale gelmiştir (Zhang & Nadarajah, 2017, s.3616). Model, Jorion tarafından 1996 yılında daha da geliştirilmiştir ve büyük ölçüde dünya çapında bir ölçüt ve kabul edilen risk yönetimi yöntemi olarak kullanılmıştır (Rehman, Wang, Khan & Saqib, 2018, s. 437). RMD, normal piyasa koşullarında belirli bir zaman periyodunda ve güven düzeyinde dikkate alınan bir portföyde meydana gelebilecek en büyük zararı ölçer (Bozkuş, 2005, s.28).

Birçok finansal yatırım için gelecekteki kazanç rastlantısal bir değişkendir. Bu yüzden genellikle gelecekteki gerçek kazanç bir dereceye kadar tahmin edilenden farklı olacaktır. Böylece, bir RMD sonucu gerçek parasal kaybın RMD'den büyük olamayacağını öngörür. Örnek olarak belli bir yatırım için bir günlük RMD %99 güvenilirlik düzeyinde 1 milyon sterlin olsun. Bunun anlamı bir gün sonra %99 oranla bu yatırımla ilgili kayıp 1 milyon sterlinden fazla olmayacaktır (ama %1 ihtimalle daha fazla olabilir) (Sollis, 2009, s.398).

İşletme risklerinin bilgi kullanıcılarına iletilmesinde ve kazançların risklere entegre edilmesini mümkün kılması yönüyle RMD riskin idaresi için kullanılan bir araç olmakla kalmayıp aynı zamanda kaynakların nerelere aktarılacağını belirlemenin ve performans kriteri olarak kullanımı gibi işlevleri de bulunmaktadır (Akan, Oktay & Tüzün, 2003, s. 30).

Döviz, tahvil, hisse senetleri ve madeni değer içeren bir portföy için farklı gözlem dönemleri ve farklı RMD hesaplama yöntemleri kullanmıştır. Bu çalışma, RMD hesaplama yöntemlerinin geriye dönük test işleminin önemini vurgulamaktadır. Elde edilen sonuçlara göre öneriler de aşağıdaki gibi sıralamıştır (Best, 1999):

- İyi bir RMD hesaplama modeli oluşturmak için uygun gözlem döneminin seçimi, standart sapma hesaplama yönteminden daha önemlidir.
- Normal dağılımın söz konusu olmaması, %95 güven seviyesi için RMD hesaplamalarının geçerliliğini tartışılır hale getirmektedir.
- %95 güven seviyesi için hesaplanan RMD için 100 günlük veya daha kısa bir gözlem dönemi uzun gözlem dönemlerinden daha başarılıdır.



- %99 güven seviyesi için hesaplanan RMD için 250 günlük veya daha uzun bir gözlem dönemi uygun olmaktadır, bunun sebebi ise modellerin “hafıza etkisi”dir.
- RMD hesaplamalarının tek bir varlık için yapılmasından ziyade portföyler için yapılması daha uygundur.

Risk yöneticilerinin beklenmedik kayıplara maruz kalıp kalmayacaklarını analiz etmeleri ve piyasa risklerini azaltmaları için kullanılan RMD hesaplamalarının çeşitli avantajları ile birlikte çok ciddi eleştiriler de bulunmaktadır.

## 2.2.Riske Maruz Değer Yönteminin Avantajları

RMD kapsamlı ve uygun bir finansal risk ölçümü sağlar. Ölçü birimi, eldeki varlığın alt çizgisi ile aynıdır. Bu nedenle, teknik olarak uzman olmayan bir kitleye kolayca ulaştırılabilir. Ayrıca, RMD çeşitli endüstrilerin düzenlenmesi konusunda yaygın olarak kullanılan bir ölçüt olma durumunu elde etmiştir. En önemlisi, Basel Anlaşması, bankacılık işlemlerini kapsamlı bir şekilde düzenlemek için RMD ölçümünün kullanıldığı çeşitli çerçeveler ve ölçütler geliştirmiştir (Cao Minh, Faseruk & Hossain, 2018, ss.88-89). Basel Komitesi İçsel Modeller Yaklaşımı, bir bankanın düzenleyici sermayesinde belirli riskleri yakalamak için bir modele sahip olmasını ve sermaye masraflarının RMD tabanlı hesaplamalarla belirtilmesini gerektiğini söyler (Agliardi, 2018, s.1).

Faiz oranlarının yanı sıra RMD, döviz, emtia ve hisse senedi gibi diğer risk kaynaklarını da tutarlı bir şekilde kapsayabilir. RMD, türev araçlar ile büyük portföyler ile ilgilenirken gerekli olan kaldıraç ve korelasyonu dikkate almaktadır (Jorion, 2007, s.16). Bu enstrümanın ulaştığı büyük popülerlik, temel olarak kavramsal basitliğinden kaynaklanmaktadır: RMD, herhangi bir portföyle ilişkili (piyasa) riski, sadece bir sayıya, belirli bir olasılığa bağlı kayıplara indirgemektedir (Manganelli & Engle, 2001, s.5). Riske Maruz Değer (RMD), kavramsal sadeliği, hesaplama kolaylığı ve hazır uygulanabilirliği nedeniyle finansal risk yönetimi için standart bir risk ölçütü haline gelmiştir (Yamai & Yoshida, 2005, s.998).

Bu yaklaşımın uygulanması basittir, bu yüzden daha özgül güven aralığı tahminleri isteyenler bunları kendileri için kolayca üretebilir. Daha da önemlisi, aynı metodoloji, normal olmayan RDM'ler için de güven aralıklarını türetmek için de uyarlanabilir (Dowd, 2000, s.63).

## 2.3.Riske Maruz Değer Yöntemine Yöneltilen Eleştiriler

RMD, finansal risklerin modellenmesi için bankalar tarafından kullanılan temel istatistiksel tekniktir. Finansal krizler ışığında, RMD çeşitli çevrelerce dikkat çekmiş ve bu dikkatin çoğu tekniğin zayıf yönlerine odaklanmıştır. Bazı yazarlar RMD'yi yoğun bir şekilde niceliksel ve teorik prensiplere dayanan bir yöntem olarak başlı başına finansal krizlere sebep olduğu iddiasıyla suçlamışlardır (Sollis, 2009, s.398).

RMD'yi hesaplamak için mantıksal olarak tamamen sürdürülebilir ancak içeriğinde bazı güçlü varsayımlara dayanan bir dizi metot bulunmaktadır. Farklı metodolojiler kullanılarak hazırlanan tahminler önemli ölçüde farklılık gösterebilir. Bu noktada, RMD'nin ne olmadığını hatırlatmak faydalı olacaktır. Farklı hesaplama metodolojilerinin her biri farklı RMD değerleri ürettiğinden, riski ölçmek için birleşik bir yöntem değildir. Ek olarak, niceliksel bir istatistik tekniği olduğu için, RMD sadece ölçülebilen riskleri yakalar. Dolayısıyla, Dolayısıyla RMD, likidite riski veya operasyonel risk gibi bir bankanın veya menkul kıymetlerin maruz kalabileceği diğer riskleri ölçmez (veya ölçmeye çalışmaz). (Choudhry & Alexander, 2013, s.32).

Sermaye gereksinimlerini belirlemek için RMD'yi kullanmak, RMD ölçümünü aşan potansiyel zarar büyüklüğü hakkında bilgi sağlamaz (Agliardi, 2018, s.1). RMD hesaplamalarında uygulanan Tarihi Simülasyon Yöntemi, gelecekte tarihsel verilerin tekrarlanacağını varsayarak gelecekteki olayları tahmin etmesi sınırlılık getirmektedir (Suwarno & Mahadwartha, 2017, s.143). RMD'nin aşağıda değinilen çeşitli kavramsal sorunlara sahip olduğu iddia edilmektedir (Yamai & Yoshida, 2005, ss.998-999):

- Beklenen faydalarını maksimize eden akılcı yatırımcılar, RMD'nin bir risk ölçütü olarak kullanılmasıyla yanlış yönlendirilebilir. RMD seviyesinin ötesinde koşullar altında daha fazla zararla sonuçlanan, istenmeyen zayıflıklarla pozisyonları oluşturma olasılığı yüksektir.
- RMD piyasa baskısı altında güvenilmezdir. Aşırı varlık fiyatlarındaki dalgalanmalar veya varlıkların aşırı bağımlılık yapısı altında, RMD riski düşük tahmin edebilir.
- Yatırımcılar veya risk yöneticileri, bu gibi sorunları, RMD seviyesinin ötesinde kayıpları hesaba katarak, beklenen açığı benimseyerek çözebilirler.
- Ancak, beklenen eksikliğin etkinliği, tahminin doğruluğuna bağlıdır.

Gerçek şu ki RMD, portföy getirilerinin normal olarak dağıtıldığını varsayarak hesaplanabilir. Diğer taraftan, portföy getirilerinin normal olarak dağıtılmadığını varsayarak da hesaplanabilir. Nitekim AB'de bankalar için risk yönetimini düzenleyen Basel II Sermaye Anlaşması kapsamında, RMD'yi hesaplamak için kullanılması gereken olasılık dağılımı türü üzerinde resmi bir düzenleme kısıtlaması yoktur. Tarihsel veriler kullanılarak hesaplanan RMD, geleceğin ilgili tarihsel döneme benzer olacağı varsayımı kabul edilebilirse, sadece gelecekteki bir riskin makul bir ölçüsüdür (Sollis, 2009, s.399). Bu ölçü kısa vadeli bazı varlıklar için ve daha uzun süreler için kesinlikle gerçekleşecek anlamını taşımamaktadır ve analistlerin çoğu bu gerçeğin farkındadırlar.

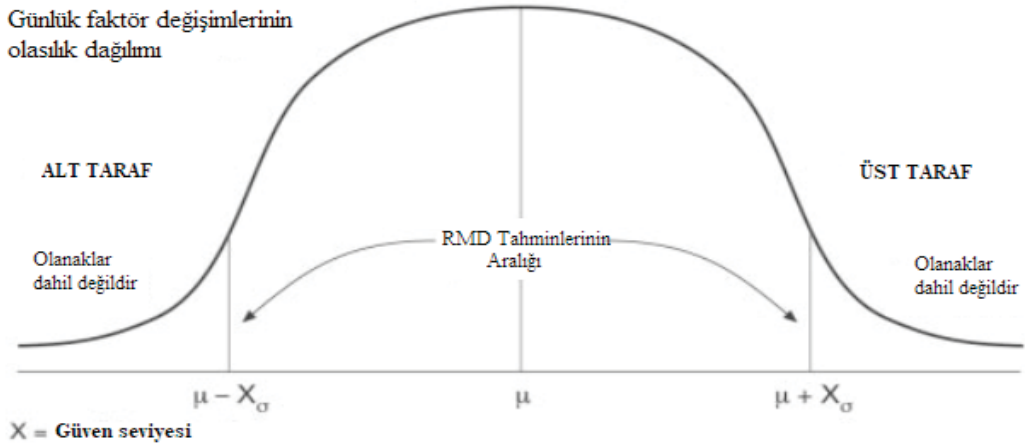
Genel olarak, RMD, riski yönetmek için gerekli ama yeterli bir prosedür olarak görülmemelidir. Bağımsız bir risk yönetim fonksiyonuna ek olarak, stres testleri, limitler ve kontroller ile desteklenmelidir (Jorion, 2007, s.28). Gerçekten de, RMD'nin zayıf yönlerini göz

önünde bulundurularak etkin risk yönetimi uygulamalarına odaklanması, yöntemin yaygın kullanımını üzerinde pozitif bir etki yaratacaktır.

#### 2.4.Riske Maruz Değer Hesaplama Yöntemleri

Herhangi bir portföyle ilişkili (piyasa) riskin sadece bir sayıya indirgenerek belirli bir olasılığa bağlı kayıp olarak (Manganelli & Engle, 2001, s.5) ifade edilen RMD tahmininin hesaplanması genel olarak aşağıdaki dört adımdan oluşmaktadır (Choudhry & Alexander, 2013, s.31):

- Potansiyel bir zararı tahmin etmek istediği zaman aralığının belirlenmesi,
- RMD tahminine uygulanan güven seviyesi olarak istenen kesinlik derecesinin seçilmesi,
- Söz konusu araç veya portföy için muhtemel getirilerin olasılık dağılımının oluşturulması,
- RMD tahmininin hesaplanması.



Şekil 1: RMD ve normal dağılım (Choudhry & Alexander, 2013, s.36)

Genel olarak dört adımdan oluşan RMD hesaplamaları için üç temel yaklaşım bulunmaktadır. Tüm istatistiksel modellerde olduğu gibi belirli varsayımlara dayanan bu yöntemler (Choudhry & Alexander, 2013, s.33);

- Korelasyon yöntemi (veya varyans / kovaryans yöntemi),
- Tarihsel Simülasyon,
- Monte Carlo Simülasyonu.

İndirgenmiş getiri dağılımına sahip olduğumuzda, RMD'yi tahmin etmek kolaydır, ancak bu dağılımı oluşturmak büyük çabalar gerektirebilir. Üç RMD modeli arasındaki tek fark, bu dağılımın yapılış biçiminden kaynaklanmaktadır. Monte Carlo çerçevesi diğerlerinin arasında en esnek olanıdır ve çok çeşitli risk faktörü geri dönüş dağılımlarıyla kullanılabilir ve Tarihsel Simülasyon Yöntemi'nde olduğu gibi, opsiyon portföyleri için de geçerlidir (Alexander, 2009, s.41).

RMD tahminlerinin hesaplanmasıyla ilgili hangi yöntemin en iyi yöntem olacağı sorusuna cevap vermek kolay değildir. Portföy varlık getirilerinin istatistiksel dağılımı tartışmanın ana kaynağını oluşturmaktadır. Hesaplama teknikleri getirilerin koşullu (çoğu zaman normal) dağılımına dayanan parametrik yöntem olup olmaması açısından ikiye ayrılmaktadır (Tardivo, 2002). Bir diğer bakış açısına göre yöntemler, opsiyonlar ve opsiyon benzeri enstrümanların risklerini, uygulama kolaylığını, üst yönetime açıklama kolaylığını, varsayımlardaki değişikliklerin etkisini analiz etme esnekliğini ve sonuçların güvenilirliğini yakalama yetenekleri bakımından farklılık gösterir. En iyi seçim, risk yöneticisinin en önemli bulduğu boyutlara göre belirlenir (Linsmeier & Pearson, 1996, s.16). Diğer taraftan RMD yöntemini baskı altında olan finansal kurumlar veya kar amacı gütmeyen organizasyonlar tarafından kullanılmaması da doğru bir yaklaşım olarak görülebilir.

#### **2.4.1.Varyans-Kovaryans Tekniği**

Bu yöntem, risk faktörleri üzerindeki geri dönüşlerin normal olarak dağıldığını varsayar, risk faktörleri arasındaki korelasyonlar sabittir ve her bir portföy bileşeninin deltası (veya bir risk faktöründeki değişikliklere karşı fiyat duyarlılığı) sabittir. Korelasyon yöntemini kullanarak, her risk faktörünün oynaklığı (volatility) tarihsel gözlem periyodundan çıkarılır. Bu nedenle yatırım getirileri hakkındaki tarihsel veriler gereklidir. Portföyün her bir bileşeninin genel portföy değeri üzerindeki potansiyel etkisi daha sonra bileşenin deltasından (belirli bir risk faktörü ile ilgili olarak) ve bu risk faktörünün oynaklığından çıkarılır (Choudhry & Alexander, 2013, s. 34).

Bu yöntem, risk faktörü getirilerinin doğrusal bir fonksiyonu olan bir portföy veya varlık getirileri için geçerlidir. Modeldeki en temel varsayım, risk faktörü getirilerinin normal olarak dağılması ve ortak dağılımlarının çok değişkenli normal olmasıdır. Bu nedenle risk faktörü getirilerinin kovaryans matrisi, risk faktörü getirileri arasındaki bağımlılığı yakalamak için gerekli olan tüm değerlerdir. (Alexander, 2009, s.42). Varyans kovaryans tekniği risk değişkenlerinin normal dağılım olarak bilinen standart simetrik dağılımı olduğu varsayılan parametrik bir yöntemdir. Bu normal dağılımların parametreleri tahmin edildiği için teknik basittir (Amin, Yahya, Ibrahim & Kamari, 2018, ss.1-2). Başka bir deyişle, opsiyonun dağılımını normal dağılıma dönüştürür. Bu, özellikle büyük bir portföy söz konusu olduğunda yararlı olabilir (Chance & Brooks, 2015, ss.529-530).

### 2.4.2.Tarihi Simülasyon Tekniği

Tarihsel yöntem, portföyün geçmiş performansı hakkında veri toplayarak ve gelecekteki olasılık dağılımını tahmin etmek için kullanarak portföy performansının dağılımını tahmin etmektedir. Açıkçası, geçmiş dağılımın gelecekte öngörülen dağılıma iyi bir tahmini olduğunu varsayar (Chance & Brooks, 2015, s.530). Tarihsel RMD modeli, geçmişte olabilecek tüm muhtemel varyasyonların geçmişte olduğunu ve tarihsel olarak simüle edilen dağılımın, ileriye dönük risk görüşü üzerinden geri dönüş dağılımı ile aynı olduğunu varsayar (Alexander, 2009, s.43).

RMD çoğunlukla tarihsel yöntemle göre hesaplanır, çünkü yaklaşık parametrelere ve belirli bir istatistiksel dağılıma göre işlem yapmaya olan ihtiyacı ortadan kaldıran parametrik olmayan bir yaklaşımdır (Amin vd., 2018, s.2). Tarihsel Simülasyon Yöntemi, risk faktörlerinde gerçek tarihsel geri dönüşleri kullanarak potansiyel kayıpları hesaplar ve böylece normal olmayan risk faktörü dağılımlarını yakalar. Bu, nadir olayların ve çökmelerin sonuçlara dahil edilebileceği anlamına gelir. Portföyün yeniden değerlendirilmesi için kullanılan risk faktörü getirileri gerçek geçmiş hareketlerdir, hesaplamadaki korelasyonlar da geçmiş korelasyonlardır (Choudhry & Alexander, 2013, s. 34). Risk faktörlerinin aşağı yukarı, yakın geçmişte olduğu gibi davranacağını ve gözlenen getirilerin zaman içinde değişen oynaklıklar gösterdiğini varsayar (Auer, 2018, s.21).

### 2.4.3.Monte Carlo Simülasyon Yöntemi

Son yöntem yarı parametrik bir yaklaşım olan Monte Carlo Simülasyon Yöntemi'dir. Monte Carlo ile hesaplanan RMD, Tarihsel Simülasyon Yöntemi'ne benzer. Aralarındaki temel fark, sadece tarihsel verileri kullanmak yerine, algoritmanın ilk adımında yatmaktadır. Monte Carlo Simülasyonu için, hisse senedi fiyatlarında büyük miktarlarda varsayımsal değişikliklerin üretilmesi için rasgele sayı üretici kullanılmaktadır (Amin vd., 2018, s.2).

En temel formunda Monte Carlo RMD modeli çok değişkenli normal dağılım ve varyans kovaryans tekniğini ile aynı varsayımları kullanır. Özellikle, kovaryans matrisinin, risk faktörü geri dönüşleri arasındaki olası tüm bağımlılığı yakalayabildiğini varsayar. Ancak, Monte Carlo RMD modeli son derece esnek ve çok faktörlü risk faktörü getirileri dağılımı hakkında birçok farklı varsayım kabul edilebilir (Alexander, 2009, s.44).

Monte Carlo Simülasyonu yöntemi, geçmiş verilere dayalı bir dağıtım uygulayarak gelecekteki getirileri tahmin eder ancak parametrik yöntemle zıt olarak, Monte Carlo simülasyonu normal dağılım varsayımında bulunmaz, çünkü tarihsel verilerin dağılımını yaklaşık olarak belirlemek için birkaç kez rastgele örnekleme yapmaktadır. Bununla birlikte, bu rastgele örnekleme, yoğun bir hesaplama gerektirir ve bu nedenle, gerçek zamanlı uygulama elde etmek zordur (Hogenboom, Winter, Frasinca & Kaymak, 2015, s.4668).

Monte Carlo Simülasyonu, tarihi simülasyon ve varyans-kovaryans tekniklerinden daha esneklerdir. Tarihsel Simülasyonda olduğu gibi, Monte Carlo Simülasyonu da risk yöneticisinin normal geri dönüşleri varsaymaktan ziyade risk faktörü getirileri için gerçek tarihsel dağılımları kullanmasına izin verir. Çok sayıda rastgele oluşturulmuş simülasyon, risk yöneticisi tarafından seçilen oynaklık ve korelasyon tahminleri kullanılarak zamanla ileriye doğru ilerlemektedir (Choudhry & Alexander, 2013, s.35).

### 3.LİTERATÜR İNCELEMESİ

Riske maruz değer yöntemini inceleyen birçok yerli ve yabancı çalışma mevcuttur. İlk olarak yabancı literatüre göz atacak olursak, (Linsmeier & Pearson, 1996, 2000) RMD'nin konsepti ve metodolojisini tanıttığı çalışmada üç temel hesaplama yöntemi incelenmiş ve yöntemin avantajlı ve dezavantajları yönleri ele alınmıştır. Son olarak alternatif risk hesaplama yöntemlerinden kısaca bahsedilmiştir. Riske maruz değer uygulaması isimli çalışmada (Best, 1999) piyasa riskinin yönetilmesinde kullanılan RMD yönteminin çerçevesini ve ona eşlik eden stres testlerini ayrıntılı olarak açıklamıştır. Temel araştırma sorusu "RMD tahminlerinin doğruluğunu nasıl ölçüleceği" olan çalışmada (Dowd, 2000) simülasyon metodu ile normal dağılıma sahip RMD tahminleri için kullanıcıların istedikleri güven aralığı nispetinde veriye ihtiyaçları olduğu sonucuna ulaşmıştır. RMD'nin temel varsayımlarına ve bu varsayımlardaki mantıksal hatalara odaklanan (Manganelli & Engle, 2001), makalelerinde yöntemin performansı araştırılmış ve değerlendirilmiştir. Koşullu otoregresif riske maruz değer yönteminin incelenmesi ve beklenen kayıpların basit regresyon teknikleriyle tahmin edilmesi iki orijinal katkı olarak belirtilmektedir. Çalışmada aynı zamanda Monte Carlo yöntemi uygulaması yapılmış ve bulgular özetlenmiştir. Teknik bilgiye sahip olmayanlar tarafından RMD'nin krizlere sebep olduğu yargısına varılmasına sebep olan yöntemin zayıf yönlerine Sollis (2009) tarafından genel bir bakış ortaya konulmuştur. RMD hesaplanmasında bankaların kullandığı temel yaklaşımların bazılarının ciddi zayıflıkları olduğunu ve bu zayıflıkların mevcut mali krize katkıda bulunduğu bulgusuna ulaşılmıştır. RMD gelecekteki mali düzenlemeler altında önemli bir rol oynayacaksa, gelişmiş tahmin teknikleri ve geriye dönük test prosedürleri geliştirmek için araştırma yapılması gerektiği önerilmektedir. Risk yönetim stratejilerinin oluşturulması için fiyatlardaki en fazla değişikliği ölçen RMD'nin petrol fiyatlarının risk ölçümü için kullanılıp, kullanılmayacağı (David Cabedo & Moya, 2003) çalışmalarda araştırılmıştır. Tarihsel Simülasyon Yöntemi'ni üç farklı yaklaşımla analiz eden çalışmada doğrudan geçmişte oluşan getirileri kullanmak yerine otoregresif hareketli ortalama yöntemiyle dağılımlardaki tahmin hatalarını dikkate alarak yeni bir metod geliştirmişlerdir. Bu yöntemin petrol fiyatlarındaki hareketlere en iyi şekilde uyduğu ve etkin bir risk ölçümü sağladığı sonucuna varmışlardır. (Pritsker, 2006) makalesinde Tarihsel Simülasyon yaklaşımı kullanan RMD modellerinin iyi anlaşılmadığından yola çıkarak çeşitli RMD uygulamalarını teorik ve ampirik olarak incelemiştir. Bu yaklaşımın risk

tahminlerinde küçük örneklerde değişken olduğu ve korelasyonların sabit olduğu varsayımı büyük örneklerde ihlal edildiği savunulmaktadır. Zamanla değişen korelasyonları hesaba katmak için ek iyileştirmelere ihtiyaç olduğu ve tarihsel örnekleme döneminin uygun uzunluğunu seçmenin önemli olduğuna dikkat çekmiştir. Diğer bir makalede ticari bankalarda en popüler RMD yöntemi olarak Tarihsel Simülasyon ve bunun bir türevi olan filtrelenmiş Tarihsel Simülasyon yöntemlerinin değerlendirilmesinde kullanılan koşulsuz geriye dönük testleri ile analiz edilmiştir. Sonuç olarak koşulsuz geriye dönük testlerin her iki yöntemde tutarsız olduğunu ortaya konulmuştur (Escanciano & Pei, 2012). RMD hesaplamalarında kullanılan geçmiş hisse senedi getirisi verilerinin, örneklenen dönemde meydana gelen gelişmelerin hisse senedi fiyatları üzerindeki etkilerini ölçüldüğü çalışmada düzensizliğe neden olan olayların optimize ederek RMD'nin doğruluğunu iyileştirildiği sonucuna varılmıştır (Hogenboom, de Winter, Frasinca, & Kaymak, 2015). Bir çalışmada Tarihi Simülasyon yaklaşımını genişleterek veri ön işleme adımı ile negatif risk faktörlerini pozitif bölgeye yerleştirmek suretiyle birleşik bir model kullanılıp kullanılmayacağını araştırılmıştır. Burada amaç risk faktörünün negatif hale geldiği ve göreceli değişiklik yaklaşımını kullanmanın makul olmadığı zamanlar doğru sonucu elde edebilmektir. Önerilen model, gerçek Tarihsel Simülasyon yaklaşımı uygulanmadan önce verileri değiştiren basit bir koordinat dönüşümü ile bu sorunu çözdüğü sonucuna ulaşılmıştır (Fries, Nigbur & Seeger, 2017).

Yerli çalışmalar genel olarak RMD kavramının açıklanması ve hesaplama yöntemlerinin karşılaştırılması üzerinde yoğunlaşmıştır. Piyasa riski ölçümünde BDDK tarafından bir standart olarak tavsiye edilen RMD'nin üç temel hesaplama yöntemlerinden bir olan Varyans Kovaryans yaklaşımı ve üssel ağırlıklandırılmış hareketli ortalama yöntemlerinin yerel piyasalara uygun hale getirilmesi amaçlanmıştır (Akan vd., 2003). Bu çerçevede 1990 ve 2002 yılları arasında Türkiye'de uygulanan döviz kuru politikaları incelenerek Varyans Kovaryans tekniği üzerindeki etkileri incelenmiştir. RMD'nin şişman kuyruklu dağılıma sahip verilerde bir sapma olup olmadığını inceleyen (Bozkuş, 2005) alternatif bir yöntem olarak Beklenen Kayıp tekniği ile karşılaştırılmıştır. İkinci yöntemin daha tutarlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Döviz kuru ve borsa risklerinin karşılaştırıldığı çalışmada (Gürsaka, 2007) RMD yöntemini kullanarak hangi tasarruf aracının daha riskli olduğu araştırılmıştır. Bu amaçla veri setleri çeşitli güven düzeylerinde ve sürelerde test edilmiştir. Döviz kurunun borsaya göre daha az riskli bir yatırım aracı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye piyasalarında RMD hesaplama yöntemlerinin karşılaştırmalı olarak incelendiği çalışmalarda (Demireli & Taner, 2009) Monte Carlo yönteminin en geçerli yöntem olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kuruluşlar için önemi yüksek olan risk pozisyonalarını ölçmede en etkili yöntemlerden biri olan RMD yöntemi Kayahan ve Topal (2009) tarafından incelenmiştir. Bir firmanın kur portföyü riskini Tarihsel Simülasyon Yöntemi'yle hesaplamış ve sonuçları geriye dönük test analizine tabi tutmuştur. Çalışmada aynı zamanda elde edilen analiz sonuçlarının işletmenin hedefleri üzerine etkileri incelenmiştir. Sonuçta firmalar için risklerin ölçülmesi ve yönetilmesinin



önemi vurgulanmıştır. Eski adıyla İMKB’de yer alan dört banka hisselerinin riskleri Çelik (2010) tarafından RMD yöntemleri kullanılarak hesaplanmıştır. Uç değerler yönteminin diğer yöntemlere kıyasla daha doğru sonuçlar verdiği sonucuna ulaşılmıştır. Tarihi Simülasyon Yöntemi’nin kullanıldığı çalışmada Esena (2012) çeşitli yatırım araçlarından oluşan bir portföyün RMD değerlerini hesaplamıştır. Hangi yatırım aracının daha karlı olduğunun belirlendiği bu yöntemin kolay anlaşılabilir bir yöntem olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dolar ve eurodan oluşan bir portföyün piyasa riskleri RMD yöntemi ile hesaplanmasında kopuların sağladığı avantajlar Çatal ve Albayrak (2013) tarafından incelenmiştir. Sonuç olarak kopula kullanılarak oluşturulan modellerin daha başarılı olduğu sonucuna varılmıştır. Kopula kullanılarak oluşturulan modeller arasında da karışım kopula modeli öne çıkmıştır. RMD yönteminde kullanılan yaklaşımlarını çeşitli BIST endekslerinde uygulamasını yapan Yıldırım ve Çolakyan, (2014) çalışmalarında hangi yöntemin en doğru sonuçları sağladığını araştırmışlardır. Volatilité hesaplamaları ve geriye dönük testler ile sonuçların tutarlılığı ölçülmüştür. Firmaların kendi önceliklerine göre en etkin modeli seçmeleri gerektiği vurgulanmıştır.

#### 4.ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Uygulamanın amacı yatırımcıların risk tercihlerini ölçmek ve yönetmek için yaygın bir kullanım alanına sahip olan RMD yöntemini ampirik bir uygulamayla ortaya koymaktır. Bu çerçevede gerçek verilerden oluşan hipotetik bir portföy oluşturulmuş ve Tarihi Simülasyon Yöntemi’ni kullanarak RMD hesaplaması yapılmış ve yorumlanmıştır. Analizimizde incelenen portföy oluşturulurken riski dağıtmak saikiyle varlıkların çeşitli olmasına ve tercih edilen yatırım araçlarından oluşmasına dikkat edilmiştir. Varlıkların getirileri için serilerin aralığının belirlenmesi analistin tercihinine bağlıdır. Kimi bankalar 100 günlük seriler üzerinde çalışırken kimileri için bu süre 2-3 yılı bulabilmektedir. 06.02.2018 – 28.06.2018 tarih aralığında 100 günlük verilerle BIST 100 Endeksinde yer alan Türk Telekomünikasyon A.Ş. (TTKOM) ve Ford Otosan (FROTO) A.Ş.’ye ait hisse senetleri, euro ve altından oluşan hipotetik bir portföy üzerinden RMD tutarlarının hesaplanması uygun görülmüştür. Analizimizde ilk önce EK-1’de yer alan varlıkların günlük kapanış fiyatları kullanılarak hesaplanan getirileri üzerinden standart sapmaları, basıklıkları ve çarpıklıkları gibi çeşitli istatistiksel verilerin hesaplanması ile başlanmıştır.

Tarihi Simülasyon Yönetiminde portföydeki her bir varlığın getiri oranını hesaplamak için kullanılan bir yöntem geriye dönük günlük kapanış fiyatı verileri üzerinden kesikli getirileri kullanılmaktadır (Amin vd., 2018, s. 3). Kesikli getiri aşağıdaki formüle göre hesaplanmaktadır:

$$r_{A,t} = (P_{A,t} - P_{A,t-1}) / P_{A,t-1} \quad (2)$$

Portföydeki yatırım araçlarının getirilerini hesaplamak için kullanılan diğer bir yöntem olan sürekli getiri yöntemi aşağıdaki şekilde hesaplanmaktadır (Bostancı, 2006, s. 25):



$$r_{At} = \ln(P_{At} / P_{A,t-1}) \quad (3)$$

Burada;

$\ln$  = Doğal logaritma,

$r_{At}$  = Varlığın t zamandaki getirisi,

$P_{At}$  = Varlığın t zamandaki piyasa fiyatı,

$P_{A,t-1}$  = Varlığın t-1 zamandaki piyasa fiyatını göstermektedir.

Bu yönteme göre hesaplanan getirilerde menkul kıymetin fiyat artışı ve azalışından kaynaklanan negatif değerleri elimine etmektedir. Bu nedenle, Tarihi Simülasyon Yöntemi'ne göre yapacağımız analizin daha sağlıklı sonuçlar verebilmesi için sürekli getiri yönteminin kullanılması uygun görülmüştür.

#### 4.1.Verilerin Analizi

Bu aşamada 25.000,20 TL Türk Telekomünikasyon A.Ş. (TTKOM) ve 25.001,60 TL Ford Otosan (FROTO) A.Ş.'ye ait hisse senetleri ile 25.000,10 TL euro ve 25.008,75 TL altından oluşan varsayımsal portföyün değeri 100.010,65TL'dir. Eşit ağırlığa sahip yatırım araçlarından oluşan portföye ait veriler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 1:** Hipotetik portföy pozisyon değeri ve yatırım araçlarının ağırlıkları

PORTFÖY	HİSSE ADEDİ	KAPANIŞ FİYATI	POZİSYON DEĞERİ	AĞIRLIKLAR
TTKOM	4902	5,10	25.000,20	0,2500
FROTO	416	60,10	25.001,60	0,2500
EURO	4717	5,30	25.000,10	0,2500
ALTIN	135	185,25	25.008,75	0,2500
		TOPLAM	100.010,65	1,00

Aşağıdaki tabloda getiri serilerine ait istatistiksel veriler yer almaktadır.

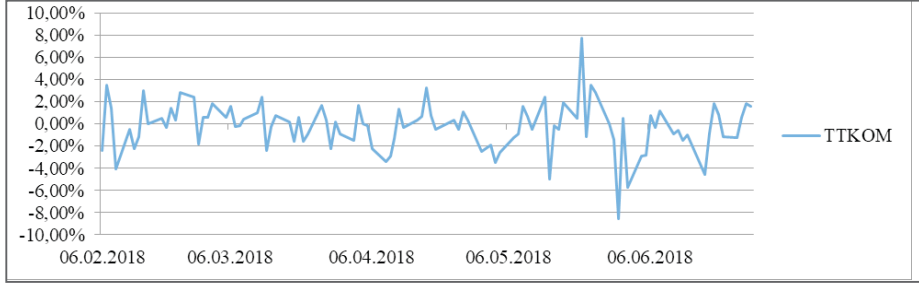
**Tablo 2:** Getiri serilerine ilişkin istatistiksel özellikler

	TTKOM	FROTO	EURO	ALTIN
STDSAPMA	0,0216	0,0244	0,0100	0,0128
BASIKLIK	2,9898	3,5505	1,2120	3,5097
ÇARPIKLIK	-0,3547	-0,9899	-0,2024	0,5850

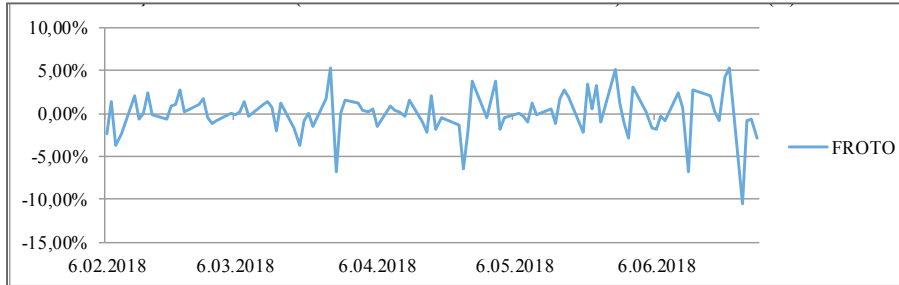
Tablo 2'de görüldüğü üzere % 2,44'lük bir standart sapmaya sahip olan Ford Otosan A.Ş.'ye ait hisse senetlerinin oynaklığı yüksek en riskli yatırım aracı olarak görülmektedir. Normal bir dağılımda çarpıklığın sıfırdan küçük, basıklığın ise üçten küçük olması gerekmektedir. Portföyü basıklık ve çarpıklık değerleri açısından inceleyecek olursak bu değerlerin yüksek

çıktığı ve serilerin normal dağılmadığı görülmektedir. Tarihi Simülasyon Yöntemi, varyans kovaryans tekniğinden farklı olarak fiyat değişikliklerinin normal dağılıma sahip olduğu varsayımını içermediğinden analizimiz açısından daha avantajlıdır.

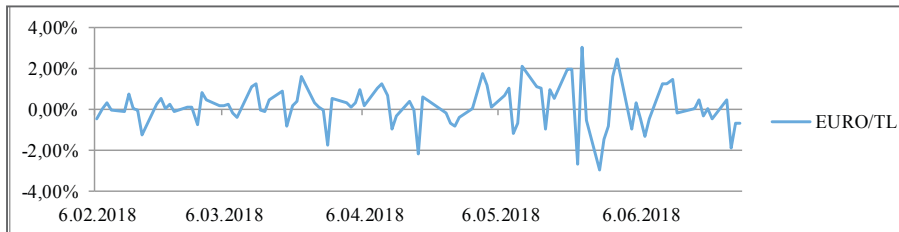
Aşağıdaki şekillerde, portföyde yer alan Türk Telekomünikasyon A.Ş. (TTKOM) ve Ford Otosan (FROTO) A.Ş.'ye ait hisse senetleri, euro ve altın için 100 günlük geçmiş fiyat serilerini göstermektedir. Bu grafiklerde mutlak fiyat değişim oranından ziyade, yüzdelik değişim serisinin kullanıldığına dikkat edilmelidir.



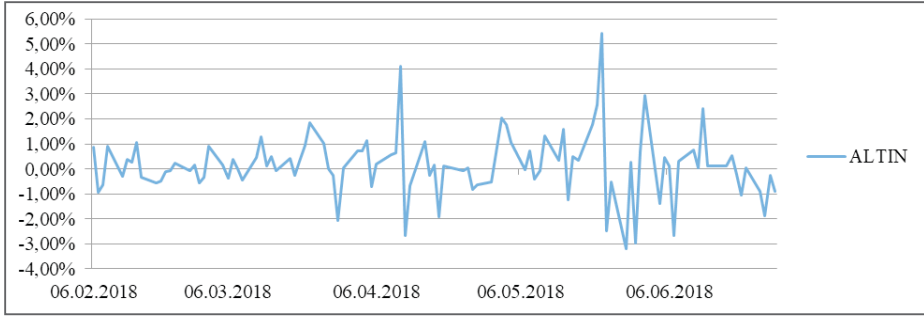
**Şekil 2:** 100 Günlük (06.02.2018 - 28.06.2018 Tarihleri Arasında) TTKOM Getirileri (%)



**Şekil 3:** 100 Günlük (06.02.2018 - 28.06.2018 Tarihleri Arasında) FROTO Getirileri (%)



**Şekil 4:** 100 Günlük (06.02.2018 - 28.06.2018 Tarihleri Arasında) EURO Getirileri (%)



**Şekil 5:** 100 Günlük (06.02.2018 - 28.06.2018 Tarihleri Arasında) Altın Getirileri (%)

Portföydeki varlıkların görelî oynaklıkları ile çeşitlendirmenin etkisi dört grafikten açıkça görülebilmektedir. Her dört grafikte, fiyat değişikliğinin oldukça farklı bir şekli olduğu dikkati çekmektedir. Eğer yüksek derecede bir ilişki söz konusu olsaydı, grafiklerden açıkça görülebilirdi.

#### 4.2. Tarihsel Simülasyon Yöntemine Göre RMD Hesaplanması

Tarihsel Simülasyon Yöntemi'ne göre RMD'nin hesaplanması için en basit yol belirtilen tarihi fiyatlar üzerinden portföyü tekrar değerlemektir. Belirlenen aralıkta her bir gün için portföy değeri bulunur. Bu değerler daha sonra yüzdeliklere yerleştirilebilir. RMD daha sonra gerekli güven düzeyine karşılık gelen yüzdelikten elde edilmektedir (Best, 1999, s. 34). Uygulamamız için her bir gözlem değeri için RMD aşağıdaki formüle göre ağırlıklandırılarak hesaplanmıştır:

$$RMD = r_{Bt} \times A_B + r_{Ft} \times A_F + r_{Et} \times A_E + r_{At} \times A_A \quad (4)$$

Burada;

$R_{xt}$  = X Varlığının Getirisi

$A_x$  = X Varlığının Portföydeki Ağırlığını

ifade etmektedir.

Örneğin portföyün 28 Haziran 2018 tarihli Tablo 3'teki verilere göre RMD değeri aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır:

**Tablo 3:** Portföy'deki varlıkların kapanış fiyatları

Tarih	MENKUL KIYMETLERİN KAPANIŞ FİYATLARI				1 GÜN ÖNCESİNİN KAPANIŞ FİYATLARI			
	TTKOM	FROTO	EURO/TL	ALTIN	TTKOM	FROTO	EURO/TL	ALTIN
28.06.2018	5,1	60,1	5,30	185,25	5,02	61,85	5,34	186,90

$$= (\ln(5,1/5,02)) * 0,25 + (\ln(60,1/61,85)) * 0,25 + (\ln(5,30/185,25)) * 0,25 + (\ln(185,25/186,9)) * 0,25$$

$$= - \%0,71$$

Portföy'ün 28.06.2018 tarihli riske maruz değeri Tarihi Simülasyon Yöntemi'ne göre - %0,71 olarak hesaplanmıştır. Örnek olarak yapılan bu hesaplama 100 günlük veri seti için ayrı ayrı bulunduktan sonra portföyün toplam değeri ile çarpılarak Portföy'ün günlük getirisi TL cinsinden bulunmalıdır. Tarihi Simülasyon Yöntemi'ne göre bu getiriler daha sonra en düşük değerden en yüksek değere göre sıralanmalı ve %99 güven düzeyine karşılık gelen RMD değeri seçilmelidir. Aşağıdaki tabloda bu işlemin nasıl yapıldığı daha ayrıntılı görülmektedir.

**Tablo 4:** Tarihsel simülasyon değerleri

SIRA	GÖZLEM TARİHİ	TTKOM GETİRİSİ	FROTO GETİRİSİ	EURO GETİRİSİ	ALTIN GETİRİSİ	RİSKE MARUZ DEĞER	PORTFÖY GETİRİSİ (TL)
100.	30.05.2018	-8,60%	-1,13%	-0,80%	-2,96%	-3,37%	-3372,209
99.	25.06.2018	-1,22%	-10,50%	0,48%	-0,91%	<b>-3,04%</b>	<b>-3036,537</b>
98.	28.03.2018	-2,21%	-6,79%	-0,06%	-0,26%	-2,33%	-2329,636
97.	25.04.2018	-0,47%	-6,54%	-0,71%	0,03%	-1,92%	-1924,030
96.	20.03.2018	-1,59%	-3,80%	-0,81%	-0,24%	-1,61%	-1613,167
95.	09.02.2018	-4,10%	-2,36%	-0,07%	0,90%	-1,41%	-1405,833
94.	04.06.2018	-2,90%	0,15%	-0,94%	-1,40%	-1,27%	-1274,294
93.	07.06.2018	-0,38%	-0,39%	-1,35%	-2,67%	-1,20%	-1197,272
92.	13.06.2018	-1,52%	-6,76%	1,48%	2,43%	-1,09%	-1093,872
91.	06.02.2018	-2,40%	-2,33%	-0,47%	0,86%	-1,08%	-1083,757
90.	26.06.2018	0,61%	-0,80%	-1,89%	-1,88%	-0,99%	-990,127
89.	05.06.2018	-2,80%	-1,68%	0,31%	0,44%	-0,93%	-930,815
88.	29.03.2018	0,15%	0,00%	-1,77%	-2,08%	-0,93%	-925,217
87.	15.05.2018	-5,02%	-1,23%	1,02%	1,57%	-0,92%	-915,647
86.	30.04.2018	-2,52%	-0,44%	0,06%	-0,52%	-0,86%	-857,555
-	-	-	-	-	-	-	-
-	-	-	-	-	-	-	-
19.	18.04.2018	3,21%	2,06%	-2,16%	0,17%	0,82%	817,438
18.	22.02.2018	0,32%	2,82%	0,25%	-0,06%	0,83%	830,828
17.	11.06.2018	-0,94%	2,35%	1,25%	0,74%	0,85%	852,384
16.	26.02.2018	2,45%	1,05%	0,07%	-0,06%	0,88%	877,097
15.	22.06.2018	-1,20%	5,22%	-0,50%	0,05%	0,89%	894,622
14.	12.03.2018	1,02%	1,04%	1,07%	0,46%	0,90%	897,427
13.	11.04.2018	-1,32%	0,16%	0,67%	4,09%	0,90%	901,566
12.	17.05.2018	-0,54%	2,75%	0,94%	0,49%	0,91%	910,347
11.	07.02.2018	3,50%	1,34%	0,02%	-0,92%	0,98%	984,518
10.	21.06.2018	0,80%	4,32%	0,05%	-1,03%	1,03%	1034,908
9.	14.05.2018	2,39%	0,53%	1,09%	0,33%	1,08%	1083,912

8.	18.05.2018	1,95%	1,85%	0,56%	0,35%	1,18%	1175,867
7.	26.03.2018	1,62%	1,78%	0,30%	1,02%	1,18%	1181,577
6.	27.03.2018	0,29%	5,24%	0,09%	0,00%	1,41%	1405,393
5.	02.05.2018	-1,93%	3,84%	1,74%	2,03%	1,42%	1420,205
4.	15.02.2018	2,97%	2,32%	-0,03%	1,07%	1,58%	1582,603
3.	13.03.2018	2,43%	1,42%	1,23%	1,28%	1,59%	1589,101
2.	24.05.2018	3,53%	3,30%	3,03%	-2,48%	1,84%	1844,198
1.	22.05.2018	7,72%	3,34%	1,93%	2,55%	<b>3,89%</b>	<b>3888,010</b>

## 5.BULGULAR

06.02.2018 – 28.06.2018 arasındaki RMD hesaplamaları sonuçları yorumlamak açısından önemli olmadığı için tabloya yansıtılmamıştır. Hipotetik portföy için yapılan hesaplamalar 100 veri ile sınırlandırıldığından her bir veri aynı zamanda karşılık gelen yüzdelik dilimi yansıtmaktadır. Buradan arzu edilen güven düzeyine göre tahmini riske maruz değer tespit edilebilmektedir. Tablodan elde edilen sonuçlar aşağıda yorumlanmak üzere özetlenmiştir.

**Tablo 5:** RMD Sonuçları (Tarihsel Simülasyon Yöntemine göre)

	KAYIP	KAZANÇ
Gözlem	100	100
Güven Aralığı	0,99	0,01
Gün	99	1
RMD	-3.036,54 TL	3.888,01 TL
Tarih	25.06.2018	22.05.2018

Hipotetik bir portföy üzerinden riske maruz değer Tarih Simülasyon Yöntemi'ne göre hesaplanması için 06.02.2018 – 28.06.2018 tarihleri arasında ele alınan 100 günlük veri için:

RMD değeri 99. güne karşılık gelen 3.036,54 TL olarak bulunmuştur. Bir diğer önemli istatistikte 1. güne denk gelen 3.888,01 TL'lik getiridir. Bunun anlamı; çeşitli tasarruf araçlarından oluşan portföyün %99 olasılıkla tarihsel şartların tekrerrür etmesi halinde en çok 3.036,54 TL kayba uğrayabilir veya %1 güven düzeyine göre 3.888,01 TL kazanç sağlayabilir.

## 6.SONUÇ

Bu çalışmada ilk olarak yaygın bir risk ölçüm yöntemi olan riske maruz değer kavramı açıklanmış ve literatürde yer alan değişik tanımlarına yer verilmiştir. Daha sonra yöntemte getirilen eleştirilere ve RMD yönteminin avantajları üzerinde durulmuştur. RMD hesaplamalarında kullanılan üç temel yaklaşım olan varyans-kovaryans tekniği, Tarihi Simülasyon Yöntemi ve Monte-Carlo teknikleri açıklandıktan sonra RMD hesaplamasının aşamaları hipotetik

bir portföy üzerine Tarihi Simülasyon Yöntemi kullanılarak uygulanmıştır. Portföy, Türk piyasalarında sıklıkla kullanılan tasarruf araçlarından; İMKB 100 Endeksinde yer alan ait iki farklı hisse senedi, euro ve altından oluşturulmuştur.

Uygulamanın sonucunda, 06.02.2018 – 28.06.2018 dönemi BIST 100 endeksi hisse senetleri, euro ve altının günlük getirileri kullanılarak eşit ağırlıklı 100.010,65 TL değerindeki bir yatırımın Tarihi Simülasyon Yöntemi ile hesaplanan %99 güven düzeyinde günlük RMD değeri 3.036,54 TL kayıp ve %1 güven düzeyine göre 3.888,01 TL kazanç sağlayabileceği tespit edilmiştir. Hesaplama kullanılan adımların ve tekniğin arka planında yer alan teorik çerçevenin detaylı bir şekilde ele alındığı Tarihi Simülasyon Yöntemi'ne göre yaptığımız uygulamada, yatırımın yüksek bir olasılıkla en çok ne kadar değer kaybedeceği veya düşük bir olasılıkla ne kadar kazanabileceği ele alınmıştır.

Tarihi Simülasyon Yöntemi çeşitli güven aralıklarında RMD tahminlerinde bulunmak açısından oldukça basit ve kullanışlı bir yaklaşımdır. Bu güven aralıklarının genişliği veya daha sıkı olması seçilen örnek büyüklüğüne bağlıdır. Diğer RMD teknikleri, tasarruf araçlarının risklerini ölçebilmesi, uygulama kolaylığı, üst yönetime açıklama kolaylığı, varsayımlardaki değişikliklerin etkisini analiz etme esnekliğini ve sonuçların güvenilirliğini yakalama yetenekleri bakımından farklılık göstermektedir. Bu açıdan hangi tekniğin kullanılması gerektiği ile ilgili kararı verirken risk yöneticisinin en önemli bulduğu boyutu yansıtan teknik belirleyici olacaktır.

RMD yöntemi bir yöneticinin sahip olmak istediği piyasa riskleri hakkında tüm bilgileri yansıtan bir araç değildir. Daha çok portföy değerindeki muhtemel değişikliklerin olasılık dağılımı ile ilgili bilgileri belirli bir şekilde (diğer bir deyişle, sadece yüzde x'lik bir olasılıkla aşan kaybı raporlamak suretiyle) özetlemektedir. Bu açıdan RMD yöntemine potansiyel karmaşıklığının gözden kaybolmasına neden olma riskini barındırması hususunda eleştiriler yöneltilmektedir. Diğer taraftan Tarihsel Simülasyon Yöntemi'nin iyileştirilmesi gereken yönlerinin olduğunu da vurgulamakta fayda görülmektedir. Örnekleme döneminin uzunluğunun doğru belirlenmesi, koşullu riskteki değişimlere simetrik olmayan tepkilerin düzeltilmesi ve uygun portföy yapılarının seçilmesi ile yöntemin geliştirilmesine katkı sağlanabilir. Ayrıca Tarihsel Simülasyon Yöntemi'nde kullanılan koşulsuz geçmiş testi gibi bazı yöntemlerin zaman zaman tutarsız sonuçlar verdiği, büyük örneklemlerde nominal oranın bile altında değerler üretebildikleri saptanmıştır.

Ancak yöntemin, sadece kontrol edici bir ortalama sunmakla sınırlı olmayan aynı zamanda işletmelerde verimliliği artırmak ve değer yaratımını desteklemek için bir araç olarak farklı seviyelerde kullanım alanları da mevcuttur. RMD yöntemi risk yönetimi için gerekli ama yeterli bir prosedür olarak görülmeyip risk yönetim fonksiyonuna ek olarak, stres testleri, limitler ve kontroller ile desteklenmelidir.

**Kaynakça**

- Agliardi, R. (2018). Value-at-risk under ambiguity aversion. *Financial Innovation*, 4(10), 1-13.
- Akan, N. B., Oktay, L. A., & Tüzün, Y. (2003). Parametrik riske maruz değer yöntemi Türkiye Uygulaması. *Bankacılar Dergisi*, 14(45), 29-39.
- Alexander, C. (2009). *Market Risk Analysis: Value at Risk Models*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Amin, F. A. M., Yahya, S. F., Ibrahim, S. A. S., & Kamari, M. S. M. (2018). Portfolio risk measurement based on value at risk (VaR). *AIP Conference Proceedings*, 1974(1), 020012.
- Auer, M. (2018). *Hands-On Value-at-Risk and Expected Shortfall: A Practical Primer*. Cham: Springer International Publishing.
- Best, P. (1999). *Implementing Value at Risk*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Bolğun, E., & Akçay, B. (2003). *Risk Yönetimi*. İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Bostancı, A. (2006). *Riske Maruz Değer Hesaplama Yöntemlerinin Karşılaştırılması ve Geriye Dönük Test (Backtesting) Uygulaması*. (Yüksek Lisans), Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Zonguldak.
- Bostancı, A., & Korkmaz, T. (2014). Bankaların sermaye yeterliliği oranı açısından riske maruz değer hesaplama yöntemlerinin karşılaştırılması. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 15-41.
- Bozkuş, S. (2005). Risk ölçümünde alternatif yaklaşımlar: Riske maruz değer (VaR) ve beklenen kayıp (ES) uygulamaları. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 27-45.
- Cao Minh, D., Faseruk, A., & Hossain, A. (2018). Risk measurement – value at risk (VaR) versus conditional value at risk (CVaR): A teaching note. *Journal of Accounting & Finance*, 18(6), 86-93.
- Chance, D. M., & Brooks, R. (2015). *An Introduction to Derivatives and Risk Management*. Boston: South-Western College Pub.
- Choudhry, M., & Alexander, C. (2013). *An Introduction to Value-at-Risk* (5 ed.). Chichester: John Wiley & Sons.
- Çatal, D., & Albayrak, R. S. (2013). Riske maruz değer hesabında karışım Koplua kullanımı: Dolar-Euro portföyü. *Journal of Yasar University*, 8(31), 5187-5202.
- Çelik, N. (2010). Uç değerler yöntemi ile riske maruz değer tahmini ve İstanbul Menkul Kıymetler Borsası üzerine bir uygulama. *Bankacılık ve Sigortacılık Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 19-32.
- David Cabedo, J., & Moya, I. (2003). Estimating oil price 'value at risk' using the historical simulation approach. *Energy Economics*, 25(3), 239-253.
- Demireli, E., & Taner, B. (2009). Risk yönetiminde riske maruz değer yöntemleri ve bir uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 127-148.

- Dowd, K. (2000). Assessing VaR accuracy. *Derivatives Quarterly*, 6(3), 61-63.
- Escanciano, J. C., & Pei, P. (2012). Pitfalls in backtesting historical simulation VaR models. *Journal of Banking & Finance*, 36(8), 2233-2244.
- Esen, S. (2012). Riske Maruz değer modeli ve tarihi simülasyon yöntemi ile risk hesaplaması. *Mesleki Bilimler Dergisi (MBD)*, 1(3), 67-77.
- Fries, C. P., Nigbur, T., & Seeger, N. (2017). Displaced relative changes in historical simulation: Application to risk measures of interest rates with phases of negative rates. *Journal of Empirical Finance*, 42, 175-198.
- Gürsakal, S. (2007). Hisse senedi ve döviz piyasası risklerinin riske maruz değer yöntemi ile karşılaştırılması. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 61-67.
- Hogenboom, F., Winter, M. d., Frasinçar, F., & Kaymak, U. (2015). A news event-driven approach for the historical value at risk method. *Expert Systems with Applications*, 42(10), 4667-4675.
- Jorion, P. (2007). *Value At Risk : The New Benchmark for Managing Financial Risk* (3 ed.). New York: McGraw-Hill.
- Kayahan, C., & Topal, Y. (2009). Tarihsel riske maruz değer (RMD) finansal riskleri açıklamada yeterli midir? *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 179-198.
- Laporta, A. G., Merlo, L., & Petrella, L. (2018). Selection of value at risk models for energy commodities. *Energy Economics*, 74, 628-643.
- Linsmeier, T. J., & Pearson, N. D. (1996). Risk Measurement: An Introduction to Value at Risk (Vol. 1). ACE Reports: University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Linsmeier, T. J., & Pearson, N. D. (2000). Value at risk. *Financial Analysts Journal*, 56(2), 47-67.
- Manganelli, S., & Engle, R. F. (2001). *Value at Risk Models in Finance*. Frankfurt: European Central Bank.
- Pritsker, M. (2006). The hidden dangers of historical simulation. *Journal of Banking & Finance*, 30(2), 561-582.
- Rehman, A., Wang, J., Khan, N., & Saqib, R. (2018). Major crops market risk based on value at risk model in P.R. China. *Sarhad Journal of Agriculture*, 34(2), 435-442.
- Sollis, R. (2009). Value at risk: A critical overview. *Journal of Financial Regulation and Compliance*, 17(4), 398-414.
- Suwarno, A., & Mahadwartha, P. (2017). The analysis of portfolio risk management using VAR approach based on investor risk preference. *KINERJA*, 21(2), 129-144.
- Tardivo, G. (2002). Value at risk (VaR): The new benchmark for managing market risk. *Journal of Financial Management and Analysis*, 15(1), 16-26.





- Yamai, Y., & Yoshiba, T. (2005). Value-at-risk versus expected shortfall: A practical perspective. *Journal of Banking & Finance*, 29(4), 997-1015.
- Yıldırım, H., & Çolakyan, A. (2014). Finansal yatırım araçlarında riske maruz değer uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(1), 1-24.
- Zhang, Y., & Nadarajah, S. (2017). A review of backtesting for value at risk. *Communications in Statistics – Theory and Methods*, 47(15), 3616-3639.

### EK-1: MENKUL KIYMETLERİN KAPANIŞ FİYATLARI

Tarih	MENKUL KIYMETLERİN KAPANIŞ FİYATLARI*				Tarih	MENKUL KIYMETLERİN KAPANIŞ FİYATLARI			
	TTKOM	FROTO	EURO / TL	ALTIN (TL/Gr)		TTKOM	FROTO	EURO / TL	ALTIN (TL/Gr)
28.06.2018	5,1	60,1	5,30	185,25	13.04.2018	6,08	62,2	5,05	175,90
27.06.2018	5,02	61,85	5,34	186,90	12.04.2018	6,1	61,25	5,07	177,10
26.06.2018	4,93	62,3	5,38	187,40	11.04.2018	6,02	61,4	5,12	181,90
25.06.2018	4,9	62,8	5,48	190,95	10.04.2018	6,1	61,3	5,08	174,61
22.06.2018	4,96	69,75	5,45	192,71	09.04.2018	6,28	61,05	5,02	173,45
21.06.2018	5,02	66,2	5,48	192,60	06.04.2018	6,5	60,5	4,97	172,47
20.06.2018	4,98	63,4	5,48	194,60	05.04.2018	6,65	61,4	4,96	172,10
19.06.2018	4,89	63,9	5,49	195,00	04.04.2018	6,66	61,05	4,91	173,30
18.06.2018	4,93	63,75	5,47	194,00	03.04.2018	6,66	60,95	4,89	171,33
14.06.2018	5,16	62,4	5,47	193,80	02.04.2018	6,55	60,75	4,89	170,10
13.06.2018	5,21	60,75	5,48	193,60	30.03.2018	6,65	60,02	4,87	168,90
12.06.2018	5,29	65	5,40	188,95	29.03.2018	6,71	59,1	4,85	168,80
11.06.2018	5,32	64,5	5,33	188,90	28.03.2018	6,7	59,1	4,94	172,35
08.06.2018	5,37	63	5,27	187,50	27.03.2018	6,85	63,25	4,94	172,80
07.06.2018	5,31	63,55	5,29	186,90	26.03.2018	6,83	60,02	4,93	172,80
06.06.2018	5,33	63,8	5,36	191,95	23.03.2018	6,72	58,96	4,92	171,05
05.06.2018	5,29	65	5,39	191,75	22.03.2018	6,78	59,88	4,84	167,90
04.06.2018	5,44	66,1	5,37	190,90	21.03.2018	6,89	59,83	4,82	166,30
01.06.2018	5,6	66	5,42	193,60	20.03.2018	6,85	60,36	4,82	165,80
31.05.2018	5,93	64	5,29	188,00	19.03.2018	6,96	62,7	4,86	166,20
30.05.2018	5,9	65,85	5,21	186,70	16.03.2018	6,95	63,75	4,81	165,50
29.05.2018	6,43	66,6	5,25	192,30	15.03.2018	6,9	63	4,79	165,60
28.05.2018	6,52	65,8	5,33	191,81	14.03.2018	6,92	64,3	4,80	164,80
25.05.2018	6,52	62,5	5,49	198,00	13.03.2018	7,09	63,9	4,80	164,60
24.05.2018	6,34	63,15	5,52	199,00	12.03.2018	6,92	63	4,74	162,50
23.05.2018	6,12	61,1	5,35	204,00	09.03.2018	6,85	62,35	4,69	161,75
22.05.2018	6,19	60,8	5,50	193,22	08.03.2018	6,82	62,5	4,71	162,50
21.05.2018	5,73	58,8	5,39	188,35	07.03.2018	6,83	61,6	4,72	162,50
18.05.2018	5,7	60,1	5,29	185,05	06.03.2018	6,85	61,5	4,71	161,90
17.05.2018	5,59	59	5,26	184,40	05.03.2018	6,74	61,55	4,70	162,50
16.05.2018	5,62	57,4	5,21	183,50	02.03.2018	6,7	61,5	4,69	162,25

15.05.2018	5,63	56,4	5,26	185,80	01.03.2018	6,58	62	4,67	160,80
14.05.2018	5,92	57,1	5,21	182,90	28.02.2018	6,54	62,7	4,63	161,35
11.05.2018	5,78	56,8	5,15	182,30	27.02.2018	6,5	63	4,67	162,25
10.05.2018	5,81	56,9	5,05	179,90	26.02.2018	6,62	61,95	4,66	162,00
09.05.2018	5,77	56,25	5,08	180,00	23.02.2018	6,46	61,3	4,66	162,10
08.05.2018	5,68	56,8	5,14	180,75	22.02.2018	6,28	61,2	4,67	161,70
07.05.2018	5,73	57	5,09	179,45	21.02.2018	6,26	59,5	4,65	161,80
04.05.2018	5,8	57	5,05	179,50	20.02.2018	6,17	58,9	4,69	162,00
03.05.2018	5,95	57,3	5,05	177,60	19.02.2018	6,19	58,4	4,66	162,80
02.05.2018	6,16	58,35	4,99	174,50	16.02.2018	6,16	58,75	4,65	163,70
30.04.2018	6,28	56,15	4,91	171,00	15.02.2018	6,16	58,85	4,71	164,25
27.04.2018	6,44	56,4	4,90	171,90	14.02.2018	5,98	57,5	4,71	162,50
26.04.2018	6,42	54,3	4,92	173,00	13.02.2018	6,05	57,45	4,71	162,09
25.04.2018	6,35	55,5	4,96	174,40	12.02.2018	6,19	57,8	4,67	161,50
24.04.2018	6,38	59,25	5,00	174,35	09.02.2018	6,22	56,65	4,68	161,95
20.04.2018	6,36	60,1	5,01	174,50	08.02.2018	6,48	58	4,68	160,50
19.04.2018	6,39	60,35	4,99	174,30	07.02.2018	6,39	60,2	4,67	161,50
18.04.2018	6,34	61,45	4,96	177,70	06.02.2018	6,17	59,4	4,67	163,00
17.04.2018	6,14	60,2	5,07	177,40	05.02.2018	6,32	60,8	4,69	161,60
16.04.2018	6,1	61,55	5,07	177,85					

\*TTKOM, FROTO ve EURO'nun kapanış fiyatları <https://tr.investing.com> adresinden ve ALTIN'ın kapanış fiyatları <http://www.borsaistanbul.com/veriler/verileralt/kmtp/veri-sorgulama> adreslerinden 11.12.2018 tarihinde alınmıştır.

	<p><b>Ömer KAVRAR</b> – okavrar@selcuk.edu.tr</p> <p>He is currently vice coordinator in Erasmus coordination office at Selcuk University, Konya. He completed his PhD in accounting and finance at the same university in 2018. Kavrar holds a master of accounting degree from Central Queensland University of Melbourne, Australia obtained in 2008 and a bachelor of science degree in economics from Karadeniz Technical University (Turkey) in 2004. Prior to joining Selcuk University in 2011, he worked in various accounting and finance jobs in private sector. His research interests include energy management and accounting and activity based costing approach.</p>
	<p><b>Baki YILMAZ</b> – byilmaz@selcuk.edu.tr</p> <p>He has a Ph.D of Accounting and Finance from Social Sciences Institute at Selcuk University. He is currently a full-time faculty member of Selcuk University, Department of Accounting and Finance. He teaches financial accounting, cost and management accounting. His specific research fields are cost analysis in hospitals, environmental accounting and corporate social responsibility.</p>

## BİREYSEL EMEKLİLİK SİSTEMİ YATIRIMLARININ GETİRİ ORANLARININ HESAPLANMASI: BİR VAKA ANALİZİ\*

### CALCULATION OF RATE OF RETURN ON INVESTMENTS IN INDIVIDUAL PENSION SYSTEM: A CASE STUDY WITH ACTUAL DATA

Ergün KÜÇÜK\*\*

#### Öz

Getiri oranları, finansal karar verme sürecinin en önemli karşılaştırma ve karar verme araçlarından birisidir. Bu nedenle, küçük veya büyük her türlü yatırım kararının verilmesinde veya alternatif yatırım seçeneklerinin değerlendirilmesinde getiri oranının hesaplanması gerekir. Bireysel Emeklilik Sistemi (BES) bağlamında yapılan ödemeler de diğer yatırım tercihlerinden çok da farklılık arz etmez. Bu nedenle BES yatırımlarının da getiri oranlarının çeşitli bakış açılarına göre hesaplanabilmesi gerekir. Katılımcıların her an BES yatırımlarının getiri oranını hesaplayabilmesine yönelik önemli bir ihtiyaç olduğu düşünülmektedir. Bunun iki gerekçesi vardır. Birincisi; ilgili literatürde bu ihtiyacın karşılanmasına yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. İkincisi; Türkiye örneğinde, BES sistemine yatırım yapan ve/veya yatırım yapma potansiyeli olan milyonlarca bireysel katılımcı vardır. Bu nedenle, çalışmanın amacı; herhangi bir BES yatırım senaryosunun getiri oranını (efektif faiz oranı) çeşitli bakış açıları çerçevesinde nasıl hesaplanıp değerlendirilebileceğine ilişkin örnek vaka analizi tasarlamak ve çözüm önerileri sunmaktır. Bu amaçla, çalışmada, bir BES yatırımının çeşitli varsayımlar çerçevesinde getiri analizinin nasıl yapılabileceğine ilişkin üç farklı yaklaşım sunulmuştur. Ayrıca çalışmada, BES yatırımı getiri oranının artırılmasında etkili olan faktör ve hareket tarzlarının değerlendirilmesi konusunda katılımcılara bazı önerilerde bulunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Bireysel Emeklilik Sistemi (BES), Efektif Faiz Oranı, Getiri Oranı.

**JEL Kodları:** G00, G11, G22.

\* Makalenin Gönderim Tarihi (Received): 17.08.2018; Makalenin Kabul Tarihi (Accepted): 10.02.2019

\*\* Erciyes Üniversitesi, İşletme Bölümü, ORCID ID: 0000-0003-4240-0750.

**Abstract**

Individual Pension System (IPS) can be defined as a type of private pension system designed to ensure that individuals earn additional income by which they can maintain their living standards in the future. Individual pension system allows individuals to invest their savings in pension plans usually managed by asset management companies in this area. Contribution payments made by investors in the IPS can be assessed similar to other financial investments. The objective of the study is to guide how the rate of return (effective interest rate) on an IPS investment can be calculated. In this regard, three different approaches, on the issue of how the return analysis of any IPS investment can be done under various assumptions, are presented in the study. No similar study aiming to calculate the rate of return on any IPS investment has been found in the related literature. In the literature, the generally accepted approach seems to be the analysis of the effectiveness of insurance companies and of the funds they manage. There are many such studies in the related literature like Peker 2016, Kizilgeçit 2014, Karakaya, Kurtaran and Dağlı 2014, Alptekin and Şıklar 2009. It is unlikely that the analyses used in such studies referred above can be used to calculate the rate of return of any IPS investment. Because in an IPS investment; there are millions of unique investment scenarios specific to each IPS investment in terms of the timing of the funds channeled to the system, amount of contribution payments, the percentage of funds in the pension plan, and the disparity of participant-specific funding expenditure cutoffs. For this reason, the approach presented in this study is expected to provide a good example of how the rate of return of any IPS portfolio, which is initiated and developed specifically for each IPS participant, can be calculated at any given time. Therefore, the most important contribution of the study to the related literature is that it designs the return analysis from the viewpoint of the IPS participants. A case analysis on an IPS investor in Turkey was conducted in the study to illustrate how to calculate and interpret the rate of return (effective interest rate) on his/her IPS investment under various assumptions at a given time. The calculation approach presented in the study can be used by the sector experts for the purpose of informing, directing and encouraging their IPS participants. This study focuses on the resolution of a case study, developed by using a real individual IPS participant's data. In this context, three different analyses were carried out, with three different assumptions, in calculating the rate of return on the IPS investment: In the subsection titled Realistic Analysis (Assumption 1), the case was analyzed on 11.04.2018 through a real IPS investment scenario. Accordingly, the participant's annual rate of return was calculated as 15,1062%. For the same case, the average annual inflation rate (consumer price index-CPI) for the corresponding investment period is 8,5785%. Hence the real rate of return for the case was calculated as 6,0119%. Fund performance analysis (Assumption 2) is designed to assess the performance of the insurance company responsible for fund management, particularly from the perspective of IPS participants. Within the framework of the assumptions set for this analysis, the annual rate of return on the date of the analysis is 16.1610%. The annual real rate of return was calculated as 6,9834% taking into account the annual average inflation rate for the investment period. The optimistic analysis (Assumption 3) is designed on the assumption that the IPS participant has obtained the pension on the date of the analysis. As a result of the analysis carried out within the framework of this last assumption, the annual rate of return was calculated as 17,1204%. The real rate of return was calculated as 7,8670%. Within this framework, two types of suggestions can be made to increase the rate of return on any IPS investment: Firstly, the most important potential contributor

to the high return on the IPS investment is the performance of the funds comprising the pension plan. Secondly, there may be some actions that will maximize the positive impact of the state contribution on the rate of return. Accordingly, it is expected that the positive impact of the state contribution to the rate of return on IPS investment will reach to the highest level on the dates when the participant is entitled to the upper level through which he/she will be allowed to receive a higher percentage of the accumulated state contribution in the pension plan.

**Keywords:** Individual Pension System (IPS), Effective Interest Rate, Rate of Return.

**JEL Codes:** G00, G11, G22.

## 1. GİRİŞ

Bireysel Emeklilik Sistemi (BES); gelişmiş ülke örneklerinde başarılı uygulama örnekleri sergilemesinden bir süre sonra, gelişmekte olan ülkelerde de yaygın uygulama alanı bulmaya başlayan tasarrufu teşvik ve yatırım uygulamalarından birisi olmuştur. Sosyal ve ekonomik birçok hedefi olmakla birlikte, BES uygulamasının amacı şu şekilde özetlenebilir: Bireylerin gelir elde ettikleri dönemlerde tasarruf olarak değerlendirdikleri fonlarını yaşlılık döneminde kullanmalarını ve bu şekilde toplumda tasarruf bilincinin gelişip yerleşmesini sağlamaktır. Türkiye’de şu anda uygulanmakta olan BES sisteminin gönüllülük esasına dayandığı söylenebilir. BES sisteminin diğer hayat sigortalarından ayıran en önemli özelliği; sisteme yatırılan fon tutarları üzerinden (belirli limitler dahilinde) %25 oranında devlet katkısına tabi olmasıdır. Bu uygulamaya ek olarak, sisteme yatırılan tutarların, BES şirketinin yönetiminde olan fonlardan getiri elde etme potansiyeline de sahip olduğu hatırlanmalıdır.

Yatırımcı bakış açısıyla değerlendirildiğinde, BES sistemine entegre edilen devlet katkısı uygulamasının yatırımın getiri oranının yükselmesine katkıda bulunan bir fırsat sunduğu söylenebilir. Diğer taraftan, mevcut BES uygulamasında %25 olarak tatbik imkânı olan devlet katkısı oranının, BES katılımcısının emeklilik hakkı elde etmiş olma şartına bağlandığı dikkate alınmalıdır. Emeklilik hakkının elde edilebilmesi; katılımcının, en az 10 yıl sistemde kalma ve 56 yaşını doldurmuş olma şartlarını sağlamasına bağlıdır. Emeklilik hakkı elde etmeden sistemden ayrılmak isteyenler, sistemde buldukları süreye bağlı olarak, devlet katkısı uygulamasından ilgili mevzuatta belirtilen oranlar üzerinden kısmi olarak yararlanabilecektir. Ayrıca mevcut vergi mevzuatına göre, emeklilik hakkını elde edenler de dahil olmak üzere, sistemden çıkarken ödenen tutarlardan “fon getiri” ve “devlet katkısı getiri” kalemleri, azalan oranlı (sistemde geçirdikleri süreye bağlı olarak) gelir vergisi kesintisine (stopaj) tabidir.

Finansal açıdan bakıldığında, aslında, BES uygulaması çerçevesinde katılımcının sisteme yapmış olduğu ödemeler diğer yatırım tercihlerinden pek de farklı değildir. Bu nedenle, her türlü yatırım alternatifinde olduğu gibi finansal karar verme sürecinin sağlıklı olarak işletilebilmesi için BES yatırımlarının da getiri oranının her an hesaplanabilmesi

gerekir. Bu sayede katılımcı yatırım seçeneklerini karşılaştırma ve değerlendirme imkânını elde etmiş olmakta, aynı zamanda, fon yönetim şirketlerinin performanslarının değerlendirilmesi de kolaylaşmaktadır. Halihazırda BES sisteminin mevcut ve potansiyel milyonlarca katılımcıyı ilgilendirdiği düşünüldüğünde, bir BES yatırımının getiri oranını hesaplamaya yönelik örnek uygulamalara duyulan ihtiyaç kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Hal böyle iken, ilgili literatürde bu ihtiyacın karşılanmasına yönelik çalışmalar olduğu pek söylenemez. Mevcut çalışmalar ise, genellikle, sigorta şirketlerinin ve bunların yönetiminde bulunan fonların, performans ve etkinliklerinin analiz edilmesine yöneliktir. Bu yaklaşımların da BES yatırımının getirisinin hesaplanmasında kullanılması pek pratik ve kolay uygulanabilir gözükmemektedir. Bu nedenle, bu çalışmanın amacı; herhangi bir BES yatırım senaryosunun getiri oranını (efektif faiz oranı) çeşitli bakış açıları çerçevesinde nasıl hesaplanıp değerlendirilebileceğine ilişkin örnek vaka analizi tasarlamak ve çözüm önerileri sunmak olarak belirlenmiştir. Bu amaçla, çalışmada, bir BES yatırımının çeşitli varsayımlar çerçevesinde getiri analizinin nasıl yapılabileceğine ilişkin üç farklı yaklaşım sunulmuştur. Ayrıca çalışmada, BES yatırımı getiri oranının artırılmasında etkili olan faktör ve hareket tarzlarının değerlendirilmesi konusunda katılımcılara bazı önerilerde bulunulmaktadır.

Çalışmanın diğer bölümleri şu şekilde düzenlenmiştir. Bölüm 2 çalışmanın kavramsal çerçevesini çizerken, Bölüm 3 BES getirileri ile ilgili bir vaka analizi kurgulamaktadır. Çalışmanın son bölümü ise bazı yatırım tavsiyeleri içermektedir.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Bireysel Emeklilik Sistemi bireylerin gelir elde ettikleri zaman periyodu süresince yaptıkları tasarrufları ilgili sigorta şirketleri vasıtasıyla uzun vadeli yatırıma yönlendirerek sonraki yaşam süreleri boyunca yaşam standartlarını koruyabilecekleri ek gelir elde etmelerini sağlamaya yönelik olarak tasarlanmış bir tür özel emeklilik sistemi olarak tanımlanabilir. BES sisteminin, öncelikli amacının, katılımcıların (yatırımcı) refah düzeyini yükseltmek olduğu söylenebilir. Ancak bu sistemin makro ekonomik fayda ve gayelerinin olduğu da açıktır. Bu bağlamda BES sisteminin; toplumun tasarruf bilincinin artırılmasını sağlamak, ekonomiye uzun vadeli kaynak sağlamak, istihdamı artırmak, ekonomik istikrarın güçlendirilmesini sağlamak gibi birçok faydasından bahsedilmektedir (Bkz. Karakaya vd., 2014: 2).

Türkiye'de BES sisteminin işleyiş ilke ve kuralları; 4632 sayılı Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu ve ilgili alt mevzuat tarafından belirlenmektedir. Buna göre; BES sisteminde, tasarrufların fonlarda toplanması söz konusudur. Fonlarda biriken tutarlar, BES mevzuatının katılımcılar için belirlemiş olduğu sınırlar içerisinde kalınmak şartıyla, katılımcıların yatırım tercihleri doğrultusunda yetki sahibi sigorta kuruluşları tarafından yatırıma yönlendirilmektedir. Tüm fon yönetimi uygulamalarında olduğu gibi BES yatırımları

da yönlendirildikleri fonlardan getiri elde etme potansiyeli taşımaktadır. Bu uygulamaya ek olarak, BES yatırımına özel olarak tasarlanmış bir diğer getiri elde imkânı ise; devlet katkısı uygulamasıdır. Devlet katkısı, diğer yatırım ve/veya emeklilik sigortası uygulamalarından farklı olarak, kamu otoritesinin sadece BES sistemindeki katılımcılara taahhüt ettiği destek ödemesidir.

Şu anki BES mevzuatına göre, devlet katkısı, katılımcının yapmış olduğu ödemelerin %25 oranında uygulanmaktadır. Ancak devlet katkısından bu oran üzerinden faydalanabilmek için katılımcının emeklilik hakkını elde etmesi gerekir. Bu hakkın elde edilebilmesi için katılımcının en az 10 yıl sistemde kalma ve 56 yaşını doldurmuş olma şartlarını sağlaması gerekmektedir. Devlet Katkısı uygulamasına tabi olan tutarların yıllık limiti (%25 ile çarpılacak tutar); Yıllık Brüt Asgari ücret kadardır. Dolayısıyla bir katılımcı, yıllık olarak en fazla yıllık brüt asgari ücretin %25'i kadar devlet katkısından faydalanabilir. Sistemden emeklilik hakkını elde etmeden ayrılmak istenmesi halinde, katılımcı, sistemde bulunduğu süreye bağlı olarak devlet katkısının belirli bir kısmını tahsil edebilmektedir. Dolayısıyla bu durumdaki katılımcıların devlet katkısından %25 oranı üzerinden yararlanmaları mümkün değildir. Örneğin, BES sisteminde 10 yılını doldurmuş, ancak 56 yaşını tamamlamamış olan bir katılımcı sistemden çıkmak isterse; devlet katkısı tutarının %60'lık kısmını alabilir. Buna göre, bu katılımcının yararlanacağı devlet katkısı oranı; sisteme yatırmış olduğu nominal tutarın %15'ine ( $25 \times 60$ ) tekabül edecektir. Ayrıca devlet katkısı tutarları, katılımcının sisteme yaptığı ödemenin yapıldığı ayı takip eden ilk takvim ayının sonuna kadar katılımcının fon hesabıyla ilişkilendirilmektedir. Bu nedenle, devlet katkısı tutarının da katılımcı lehine yatırımlara yönlendirilerek gelir (devlet katkısı geliri) oluşturma potansiyeli vardır. Aynı şekilde, sistemden emeklilik hakkı elde edilmeden ayrılmak istenmesi halinde, devlet katkısı getirisinin belirli bir kısmının tahsili söz konusu olabilmektedir.

Bu çalışmanın literatüre katkısı; getiri analizlerini BES katılımcısının bakış açısı üzerinden tasarlamış olmasıdır. Zira çalışmadaki getiri analizi, ilgili tarih itibarıyla ve söz konusu analiz için belirlenmiş varsayımlar çerçevesinde, katılımcının eline geçecek net tutarlar üzerinden tasarlanmıştır. Dolayısıyla bu tarz bir yaklaşımda, çeşitli ad ve/veya kalemler halinde BES yatırımdan kesilen giderlerin etkisi kendiliğinden bu getiri hesaplamasına yansımaktadır. İlgili literatürde BES yatırımlarının getirisinin hesaplanabilmesi ihtiyacını karşılamaya yönelik benzer bir yaklaşım ve/veya çalışmaya rastlanmamıştır. İlgili literatürdeki en yakın benzerleri açısından, genellikle üzerinde durulan yaklaşım tarzı; sigorta şirketlerinin ve bunların yönetiminde bulunan fonların performans ve etkinliklerinin analiz edilmesine yöneliktir. Bu bağlamda ilgili literatürde çok sayıda çalışma bulunduğu söylenebilir. Bu tür çalışmaların bazıları şöyledir: Peker (2016) çalışmasında, 2008-2014 aralığındaki takvim yıllarını kapsayan verilerden hareketle, Türkiye'de



BES kapsamında bulunan tüm fonları birlikte düşünerek sistem üzerindeki kesintilerin fonların getirileri üzerindeki etkisini gösterecek şekilde getiri analizi yapmıştır. Kızılgeçit (2014) ve Karakaya vd. (2014) Türkiye’de BES hizmeti sunan sigorta şirketlerinin etkinliklerini veri zarflama analizi yoluyla ölçümlenmiştir. Kızılgeçit (2014); veri olarak 2010, 2011 ve 2012 takvim yıllarını kullanılırken, Karakaya vd. (2014) çalışmasında sadece 2011 takvim yılı sonu itibariyle geçerli olan veriler kullanılmıştır. Alptekin ve Şıklar (2009) da Türkiye’deki emeklilik yatırım fonlarının Ocak 2007-Aralık 2008 dönemindeki performansını TOPSIS yöntemiyle değerlendirmiştir. Nitekim Dağlı, Bank ve Er (2008), Kasım 2003-Mart 2007 dönemi verilerini kullanarak Türkiye’deki bireysel emeklilik fonlarının performanslarının ilgili literatürde performans değerlemede yaygın olarak kullanılan birden fazla teknik kullanarak değerlendirmeye çalışmıştır. Bu gibi çok sayıda çalışmaya ek olarak, literatürde, sigorta şirketlerinin ve/veya bunların yönettiği fonların getirileri üzerinde etkili olan değişkenleri belirlemeye ve ölçmeye yönelik çalışmalara da rastlanmaktadır. Örneğin Dağlı vd. (2015) kurumsal yatırımcı kimliği ile Türkiye’deki emeklilik yatırım fonlarının karakteristik özelliklerinin fonların getirileri üzerindeki etkilerini incelemiştir. Bu analizde 29 adet emeklilik yatırım fonunun 2008:01-2012:12 dönemi verilerinin panel veri analiz yöntemiyle incelenmesi söz konusudur.

Genel olarak değerlendirildiğinde, yukarıda örnekleri verilen çalışmaların bu çalışmaya en yakın benzerleri; emeklilik yatırım fonlarının etkinlik ve/veya performansını analiz etmeye yönelik olanlardır. Ancak bu tip çalışmalarda benimsenen yaklaşımların herhangi bir BES yatırımının getirisinin hesaplanmasında kullanılması pek pratik ve kolay uygulanabilir gözükmemektedir. Zira bir BES yatırımında; sisteme yönlendirilen fonların zamanlaması, yatırım tutarları, yatırımların yönlendirildiği fonların ağırlıkları, katılımcıya özgü fon gider kesintilerinin farklılığı gibi çeşitli faktörler açısından her bir BES yatırımına özgü benzersiz yatırım senaryoları vardır. Bu nedenle, bu çalışmada örneği sunulan yaklaşım tarzının, her bir BES katılımcısına özgü olarak doğup gelişmekte olan bir BES portföyünün herhangi bir zaman itibariyle getirisinin nasıl hesaplanabileceğine ilişkin doğru ve kolay uygulanabilir bir örnek oluşturduğu söylenebilir.

### **3.VAKA ANALİZİ**

Çalışmanın bu bölümünde, BES sisteminde bulunan bir gerçek kişinin (yatırımcı) 11.04.2018 tarihi itibariyle söz konusu yatırımının yıllık bazda getiri oranının bileşik faiz (efektif faiz oranı) yaklaşımına uygun olarak hesaplanmasına ve değerlendirilmesine ilişkin vaka incelenecektir.

Söz konusu BES katılımcısının sisteme yapmış olduğu ödemeler Tablo 1’de sunulmuştur.





Tablo 1’de, katılımcının, ilk ödemesini 31.12.2003’de, en son ödemesini ise 30.03.2018 tarihinde yaptığı görülmektedir. Örnek vaka üzerinden yapılan getiri analizinin, bu yatırımın 11.04.2018 tarihi itibariyle ortaya çıkan fon getiri düzeyi ve/veya katılımcının hak etmiş olduğu tutarlar üzerinden yapıldığı hatırd tutulmalıdır. Dolayısıyla bu BES yatırımına ilişkin getiri tutarlarının sonraki günlerde artış veya azalış yönünde hareket edebileceği, bunun yanında katılımcının sisteme ödeme yapmaya devam ettiği ve/veya edebileceği gibi hususların dikkate alınması gerekir.

Tablo 1’de dikkat çeken bazı hususların altını çizmekte fayda görülebilir. Katılımcı yaklaşık 14 yıl 3 aylık bir periyod boyunca sisteme ödeme yapmakta olup, genellikle aylık dönemlerde ve ay sonlarında sisteme fon transfer etmektedir. Ancak Tablo 1’de bu durumun birçok istisnasının olduğu da anlaşılmaktadır. Hatta bazı örneklerde bir ayda iki farklı ödeme yapılması durumu söz konusu olabilmektedir. Nitekim, katılımcı, sisteme yaptığı 31.12.2003 tarihli ilk ödemeden sonra ikinci ödemesini yaklaşık 15 ay sonra yapmıştır. Böyle bir durum, diğer değişle, katılımcının, eşit olmayan zaman aralıkları ile sisteme ödeme yapmış olması, Excel gibi bir programda iç verim oranı formülü yoluyla yatırımın getirisini hesaplama imkanını ortadan kaldırmaktadır.

Vaka örneği çerçevesinde dikkat çekilmesi gereken bir diğer husus ise; katılımcının başlangıç tarihi itibariyle “Birikimli Hayat Sigortası” olarak yatırımına başlamış olmasıdır. Katılımcı, 28.03.2001 yılında Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu’nun çıkması, ilgili kanunun 7 Ekim 2001 tarihinde yürürlüğe girmesi ile birlikte ilgili kanunun tanıdığı haklar çerçevesinde yatırımını BES’e aktarmıştır. Buna göre; katılımcı, sadece 01.01.2013 tarihinden sonra sisteme aktardığı tutarlar için %25 devlet katkısı uygulamasından faydalanabilecektir. Diğer taraftan, katılımcının BES sisteminde geçen süresinin hesabında; birikimli hayat sigortasının başlangıç tarihi, BES sistemine giriş tarihi olarak kabul edilmekte, ancak 01.01.2013 öncesi eski sistemde geçirdiği süre birebir olarak dikkate alınmamaktadır. Konunun uygulaması çalışmanın analiz kısmında yapılmıştır.

### 3.1. Veriler ve Analiz Yaklaşımı

Vaka örneği kapsamında katılımcının 11.04.2018 itibariyle yatırımına ilişkin tutarlar Tablo 2’de sunulmuştur.

**Tablo 2:** Yatırımın brüt tutarları

Yatırılan Nominal Tutar:	33.501,60 TL
Fon Getirisi:	40.941,81 TL
Devlet Katkısı (%25) (01.01.2013’den itibaren)	5.283,25 TL
Devlet Katkısı Getirisi:	742,13 TL
<b>TOPLAM</b>	<b>80.468,79 TL</b>

Tablo 2’de geçen “Yatırılan Nominal Tutar” kavramı; katılımcının, yatırım süreci boyunca sisteme toplam 157 kaleme yapmış olduğu ödemelerin nominal tutarları toplamını göstermektedir. Fon Getirisi tutarı ise; değerlendirme tarihi itibarıyla, sigorta şirketinin yatırım süreci boyunca bu yatırım için üretmiş olduğu getiri tutarını göstermektedir. Bu nedenle fon getiri tutarını, sigorta şirketinin performans ölçüsü olarak kabul etmek mümkündür. BES yatırımlarında devlet katkısı tutarı yatırılan nominal tutarların %25’i olarak hesaplanır. Ancak bu vaka örneğindeki katılımcı, BES sistemine ilgili mevzuatın tanıdığı hak gereğince birikimli hayat sigortasından geçiş yaparak iştirak etmiştir. Bu nedenle vaka örneğindeki katılımcının devlet katkısı tutarı; 01.01.2013 tarihinden itibaren yatırılan toplam 63 kalemin toplam nominal bedeli olan 21.133 TL’nin %25’i üzerinden hesaplanmıştır. Bu tutar, katılımcının BES şirketi nezdindeki hesapları üzerinden teyit edilmiştir. Diğer taraftan, Tablo 2’de gösterilen devlet katkısının tamamını elde edebilmek için katılımcının emeklilik hakkını elde etmesi gerektiği (en az 10 yıl sistemde kalma şartı ve 56 yaşını doldurmuş olmak) açıktır. Devlet Katkısı Getiri tutarı ise; katılımcı hesabına yatırılan devlet katkısı tutarlarının fon getirisidir. Devlet katkısının değerlendirildiği fonlar; sigorta şirketi tarafından devlet katkısı fonu olarak tanımlanmış ve portföy sınırlamaları Hazine müsteşarlığınca belirlenmiş fonlarda değerlendirilir. Bu nedenle devlet katkısı getiri tutarını, sigorta şirketinin performansı olarak düşünmek doğru olmaz.

Vaka örneği kapsamında yapılacak performans analizinde, diğer bir değişle, BES yatırımının yıllık ortalama efektif getiri oranının hesaplanmasında; finans literatüründe yer alan “Gelecekteki Değer (Future Value-FV)” formülünden hareket edilebilir. Buna göre, vaka örneğinde yapılacak analize temel teşkil edecek formül aşağıda sunulmuştur:

$$FV = [\text{Tutar (1)} \times (1 + EFO)^{\text{Geçen Süre}}] + [\text{Tutar (2)} \times (1 + EFO)^{\text{Geçen Süre}}] + \dots + [\text{Tutar (157)} \times (1 + EFO)^{\text{Geçen Süre}}] \quad (1)$$

Formül (1)’de FV (11.04.2018) olarak geçen tutar; kabul edilen varsayım çerçevesinde, BES katılımcısının eline geçecek net tutar olacaktır. Dolayısıyla bu formülde ortaya çıkarılması (hesaplanması) gereken değişken, EFO (efektif faiz oranı) olarak formülde yer alan ıskonto oranıdır. Bu oranın hesaplanması için, çalışmanın ilerleyen kısımlarında sayısal verileri işleme özelliğine sahip olan Microsoft Excel programından istifade edilecektir.

Yatırımcı bakış açısıyla, herhangi bir yatırımın, fiyatlar genel düzeyindeki artışlardan (enflasyon) ne ölçüde etkilendiğinin tespit edilmesi önemlidir. Bu nedenle, bu çalışmada, vaka örneğinin yatırım periyoduna isabet eden “Tüketici Fiyat Endeksi-(TÜFE)” verilerinden istifade ederek yıllık ortalama enflasyon oranının hesaplanması söz konusudur. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’nin ilan ettiği en kısa süreli enflasyon verileri, aylık bazda hesaplanmaktadır. Bu nedenle vaka örneğinin yatırım periyoduna isabet eden aylık enflasyon dönemleri; 31.12.2003 ile 31.03.2018 tarihlerine isabet eden endeks rakamları olarak belirlenmiştir. Söz konusu tarihler; 14 yıl 3 aylık bir periyodu (5.202 Gün) temsil etmektedir.

TUİK'in TÜFE verilerine göre; 31.12.2003 tarihli endeks 104,12'dir. TUİK'in 31.03.2018 tarihli TÜFE endeksi ise 336,48'dir (Bkz. TUİK, 2018).

Bu çalışmada hesaplanacak getiri oranı “yıllık ortalamayı” temsil ettiği için yatırım döneminin başlangıç ve bitiş tarihlerine isabet eden 14 yıl 3 aylık periyod için geçerli olacak yıllık ortalama TÜFE enflasyon oranının söz konusu endeksler kullanılarak hesaplanması gerekir. Bu hesaplama yapabilmek için bileşik faiz yöntemine göre tasarlanmış FV formülünden hareket edilebilir. Bileşik faiz esasının kullanılmasının nedeni; endeks rakamlarının bir enflasyon döneminden diğerine birikimli olarak hareket etmesidir. Buna göre, söz konusu yatırım dönemine isabet eden yıllık ortalama TÜFE enflasyon oranı aşağıdaki şekilde hesaplanacaktır.

$$104,12 \times (1 + i)^{5.202/365} = 336,48 \dots \dots \dots (2)$$

Formül (2)'de başlangıç endeksi bugünkü değeri (PV), bitiş endeksi ise gelecekteki değeri (FV) temsil etmektedir. Periyodun 14 yıl 3 aylık süresi ise, 5.202 gün olarak formüle yerleştirilmiş ve bu rakam 365'e bölünmüştür. Formül (2)'den yıllık ortalama enflasyon oranı üretilmeye çalışıldığı için, sürenin formülde yıllık cinsten ifade edilmesi gerekir. Diğer bir deyişle, başlangıç ve bitiş endekslerinin kapsadığı yıllık süre;  $5.202/365=14,2521$  yıldır.

Formül (2)'nin çözümlenmesi sonucunda, yatırım periyoduna isabet eden 14 yıl 3 ay için geçerli olan “yıllık ortalama TÜFE enflasyon oranı (i)”; %8,5785 olarak hesaplanmıştır. Dolayısıyla vaka örneğindeki katılımcının BES sistemine aktarmış olduğu fonların satın alma gücünü koruyabilmesi için yatırım periyodu için hesaplanan getiri oranının en az %8,5785 olması gerekir. Bu oranın üzerinde bir getiri oranı; katılımcının reel getiri elde etmesini sağlayacaktır.

### 3.2. Getiri Analizleri

BES sisteminin tasarımı çerçevesinde, analiz günü itibarıyla (11.04.2018) katılımcının sistemden elde edeceği menfaatler; sistemde geçirilen süre, emeklilik hakkının varlığı gibi her bir BES yatırımcısının kendisine özel kriterleri çerçevesinde şekillenmektedir. Ayrıca sistemde geçirilen süre ve emeklilik hakkının elde edilmesi gibi değişkenlere bağlı olarak sistemden elde edilecek getiriler üzerinden farklı gelir vergisi kesintilerinin (stopaj) yapılması söz konusudur. Bu nedenle, bu çalışmada, vaka örneğindeki BES yatırımının getirisi; üç farklı varsayımdan hareketle analiz konusu yapılacaktır <sup>1</sup>.

1 Elbette bu çalışmada yapılan üç farklı varsayıma ek olarak farklı varsayımlardan hareket etmek de mümkündür.

### 3.2.1. Gerçekçi Analiz (Varsayım 1)

Gerçekçi analiz olarak tanımlanan analiz varsayımında, vaka örneğindeki katılımcının analiz günü itibariyle (11.04.2018) sistemden ayrıldığı kabul edilmiştir. Dolayısıyla, buradaki analizde, katılımcıya özgü kriterlerin ilgili BES mevzuatı çerçevesinde değerlendirilmesi sonucunda katılımcının eline geçecek olan net fon tutarı üzerinden getiri analizinin tasarlanması söz konusudur. Bu nedenle, burada, öncelikle, vaka örneğindeki katılımcının analiz tarihi itibariyle BES sisteminden çıkması halinde eline geçecek fon tutarının hesaplanması gerekir.

BES mevzuatına göre; katılımcının emeklilik hakkını kazanabilmesi için, sisteme ilk giriş tarihinden itibaren 10 yıl süreyle sistemde kalması ve 56 yaşını doldurması gerekir (BES Kanunu, Md. 6 Değişik birinci fıkra: 13/6/2012-6327/18 md.). Tablo 1'e bakıldığında vaka örneğindeki katılımcının ilk ödemesini 31.12.2003'de yaptığı anlaşılmaktadır. Analiz tarihi olan 11.04.2018 ile bu tarih arasındaki süre; 14 yıl 3 ay olmaktadır. Ancak BES mevzuatı açısından bu süreyi sistemde geçirilen süre olarak kabul etmek mümkün değildir. Zira BES mevzuatına göre, belirli süreler için tanınan hak gereğince; başka emeklilik sistemlerindeki yatırımlarını BES sistemine aktaran katılımcıların, 01.01.2013 tarihi öncesi eski sistemde geçirdikleri süre, BES sisteminde geçirdikleri sürenin hesabında şu şekilde dikkate alınacaktır.

**Tablo 3:**BES sisteminde geçirilen sürenin hesabında 01.01.2013 öncesi sürenin katkısı

3 yıldan fazla 6 yıldan az (6. yıl dâhil)	1 Yıl
6 yıldan fazla 10 yıldan az (10. Yıl dâhil)	2 Yıl
10 yıldan fazla	3 Yıl

Buna göre, örnek katılımcının 01.01.2013→11.04.2018 tarihleri arasında BES sisteminde geçirdiği süre olan 1.925 gün (5 yıl 3 ay 1 hafta 3 gün) doğrudan hesaplamaya dahil edilecektir. Diğer taraftan 01.01.2013 tarihinden öncesine isabet eden 31.12.2003→31.12.2012 tarihleri arasında 3.288 gün (9 yıl) vardır. BES mevzuatına göre, bu sürenin sistemde geçirilen süreye katkısı; sadece 2 yıldır. Bu durumda örnek katılımcının sistemde geçirdiği süre; kabaca 7 yıl 3 aylık (5 yıl 3 ay + 2 yıl) süreye denk gelmektedir. Bu durumda, 10 yıllık süre doldurulmadığı için katılımcının yaşı ne olursa olsun, katılımcının emeklilik hakkını kazanması söz konusu değildir. Zaten katılımcı da 44 yaşının içerisindeydir. BES mevzuatına göre; sistemden emeklilik hakkı kazanmaksızın fonlarını çekmek isteyen katılımcı, bu tarih itibariyle sistemde 6 yıldan fazla ancak 10 yıldan az (10. Yıl dâhil) bulunmakta ise; kendisine sunulacak fonlar şu şekilde hesaplanacaktır: (1) Devlet katkısı ve devlet katkısı getiri tutarlarının sadece %35'lik kısmına hak kazanılır, (2) fon getirisi ve devlet katkısı getiri tutarlarından %15 stopaj kesintisi yapılır (Bkz. EGM, 2018).

**Tablo 4:** Gerçekçi analiz tutarları

Brüt Tutarlar		Gerçekçi Analiz Tutarları	
Yatırılan Nominal Tutar:	33.501,60 TL	Alınacak Nominal Tutar:	33.501,60 TL
Fon Getirisi:	40.941,81 TL	Alınacak Fon Getirisi:	34.800,54 TL
Devlet Katkısı:	5.283,25 TL	Alınacak Devlet Katkısı:	1.849,14 TL
Devlet Katkısı Getirisi:	742,13 TL	Alınacak Devlet Katkısı Getirisi:	220,78 TL
<b>TOPLAM</b>	<b>80.468,79 TL</b>	<b>TOPLAM</b>	<b>70.372,06 TL</b>

Gerçekçi analiz varsayımı altında, vaka örneğindeki katılımcının analiz tarihi itibariyle hak ettiği tutarlar Tablo 4’de gösterilmiştir. Bu tutarlar aşağıda açıklandığı şekilde hesaplanmıştır.

- I. Yatırılan fon tutarları, nominal bedel üzerinden hiçbir kesintiye tabi olmadan 33.501,60 TL olarak geri alınabilecektir.
- II. Sisteme yatırılan nominal tutarların getirisi olan “Fon Getirisi”, %15 stopaj kesintisine tabidir. Bu nedenle, fon getirinin %85’lik kısmı tahsil edilebilir. Buna göre; tahsil edilebilecek fon getirisi  $40.941,81 \times 85 = 34.800,54$  TL olacaktır.
- III. Alınacak devlet katkısı tutarı; 5.283,25 TL’nin %35’i olacaktır. Buna göre, alınacak devlet katkısı tutarı;  $5.283,25 \times 35 = 1.849,14$  TL’dir.
- IV. Alınacak devlet katkısı getiri tutarının da bu aşamada sadece %35’lik tutarı tahsil edilebilir. Bu tutar;  $742,13 \times 35 = 259,75$  TL’dir. Bu tutar, getiri niteliğinde olduğundan, bu tutar üzerinden de %15 stopaj kesilecektir. Buna göre, alınacak devlet katkısı getiri tutarı;  $259,75 \times 85 = 220,78$  TL olacaktır.

Tablo 4’de belirtildiği üzere, analiz tarihi itibariyle sistemden çıkmayı tercih eden katılımcının tahsil edeceği toplam tutar; 70.372,06 TL olacaktır. Bu tutar tespit edildikten sonra, BES sistemine 157 farklı kalem ve tarihte yatırılmış olan toplam 33.501,60 TL’lik nominal bedelli yatırım tutarını, analiz tarihi itibariyle elde edilecek 70.372,06 TL’ye eşitleyebilecek olan getiri oranını bulmak için Formül (1)’de EFO olarak belirtilen “Efektif Faiz Oranını” hesaplamak gerekir.

**Tablo 5:** Efektif getiri oranının hesaplanması (Gerçekçi Analiz)

Taksit Nu	Tarih	Yatırılan Tutar	Geçen Gün	Takvim Yılı	Süre	Efektif Faiz Oranı	1+EFO	(1+EFO) Süre	Peşin Değer
1	31.12.2003	20,00	5.215	365	14,2877	<b>0,151062</b>	1,151062	7,46379	149,28
2	31.03.2005	26,90	4.759	365	13,0384	<b>0,151062</b>	1,151062	6,26077	168,41
3	02.05.2005	26,90	4.727	365	12,9507	<b>0,151062</b>	1,151062	6,18402	166,35
4	16.05.2005	26,90	4.713	365	12,9123	<b>0,151062</b>	1,151062	6,15074	165,45
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
155	31.01.2018	450,00	70	365	0,1918	<b>0,151062</b>	1,151062	1,02735	462,31

156	28.02.2018	450,00	42	365	0,1151	<b>0,151062</b>	1,151062	1,01632	457,34
157	30.03.2018	450,00	12	365	0,0329	<b>0,151062</b>	1,151062	1,00464	452,09
		<b>33.501,60</b>							<b>70.372,06</b>

Tablo 5’de EFO’nun yıllık %15,1062 olarak hesaplandığı görülmektedir<sup>2</sup>. Bu oran, gerçekçi varsayım altında, yaklaşık 14 yıl 3 aylık yatırım dönemini temsil eden bileşik yıllık ortalama getiriyi göstermektedir<sup>3</sup>. EFO’nun kolay bir şekilde hesaplanabilmesi için Microsoft Excel programından istifade edilmiştir. Tablo 5’de hesaplanmaya çalışılan değişken; EFO sütunundaki rakamdır. Tablo 5’de, EFO; peşin değerler sütunundaki rakamların genel toplamını tam olarak 70.372,06 TL’ye eşitleyen efektif getiri oranıdır. Dolayısıyla, bu orana, Microsoft Excel sayfasında deneme yanılma uygulaması yoluyla ilgili rakamın artırılıp azaltılması neticesinde ulaşılabilmektedir. EFO rakamının artırılması, peşin değerler genel toplamını artırmakta; azaltılması ise peşin değerler genel toplamını azaltmaktadır. Diğer bir deyişle, EFO ile peşin değer toplamları arasında doğrusal bir ilişki vardır.

Tablo 5’de %15,1062 olarak hesaplanan yıllık bileşik getiri oranının makul bir seviyede olup olmadığını değerlendirebilmek için söz konusu orandan enflasyonun etkisinin arındırılması uygun görülebilir. Çalışmanın önceki kısımlarında, yatırım periyoduna isabet eden dönemlerde, yıllık ortalama TÜFE enflasyon oranı %8,5785 olarak hesaplanmıştı. Eldeki bu verileri kullanarak, gerçekçi varsayım altında, BES yatırımının reel (enflasyondan arındırılmış) getirisi hesaplanabilir.

$$\text{Reel Getiri} = \frac{1 + EFO}{1 + \text{Enflasyon Oranı}} - 1 \dots \dots \dots (3)$$

$$\text{Reel Getiri} = \frac{1 + 0,151062}{1 + 0,085785} - 1 \dots \dots \dots (4)$$

Denklem (3)’den yararlanarak, gerçekçi varsayım altında, BES yatırımının yıllık reel getiri oranı; %6,0119 olarak hesaplanmaktadır. Bu sonuç, gerçekçi varsayım altında, BES yatırımının enflasyondan arındırılmış reel getirisini göstermektedir.

### 3.2.2. Fon Performansı Analizi (Varsayım 2)

Getiri analizini, yatırım tutarlarının değerlendirildiği fonları yöneten sigorta şirketinin performansı değerlendirmek amacıyla farklı bir şekilde tasarlamak mümkündür. Bu amaçla, analiz tarihi itibarıyla (11.04.2018) katılımcının, sadece, sisteme yatırdığı anapara ve fon tutarlarının geri alınabileceği varsayımıyla hareket etmek uygun olacaktır. Burada amaç; yatırım dönemi boyunca sisteme yatırılan fonların performansını (yıllık ortalama bileşik getiri)

2 Çalışmada hesaplanan tüm EFO rakamları, virgülden sonra dört hane olarak dikkate alınmıştır.

3 Çalışma hacmini gereksiz yere artırmamak amacıyla 157 kalemin tümü gösterilmemiştir. Tüm ödeme kalemlerinin dökümü; Tablo 1’dedir.

hesaplamak olduğu için, BES sisteminden herhangi bir gerekçeyle ayrılmak isteyen katılımcıların sistemden elde ettikleri getiri tutarları üzerinden yapılan stopaj kesintisinin göz ardı edilmesi uygun olacaktır. Zira stopaj kesintisinin katılımcıya olan yükünün fon yöneticilerinin performansı ile ilişkilendirilmesi uygun olmaz.

**Tablo 6:** Fon performansı analiz tutarları

Brüt Tutarlar		Fon Performansı Analiz Tutarları	
Yatırılan Nominal Tutar:	33.501,60 TL	Nominal Tutar:	33.501,60 TL
Fon Getirisi:	40.941,81 TL	Fon Getirisi:	40.941,81 TL
Devlet Katkısı:	5.283,25 TL		
Devlet Katkısı Getirisi:	742,13 TL		
<b>TOPLAM</b>	<b>80.468,79 TL</b>	<b>TOPLAM</b>	<b>74.443,41</b>

Fon performansı analizinin varsayımları çerçevesinde analiz tarihi itibarıyla ortaya çıkan tutar; **74.443,41 TL**dir. BES sistemine 157 farklı kalem ve tarihte yatırılmış olan toplam 33.501,60 TL'lik nominal bedelli yatırım tutarını, analiz tarihi itibarıyla fon getirisiyle birlikte oluşan 74.443,41 TL'ye eşitleyebilecek olan getiri oranını bulmak için Formül (1)'de EFO olarak belirtilen "Etkatif Faiz Oranı" hesaplamak gerekir.

**Tablo 7:** Etkatif getiri oranının hesaplanması (Fon Performansı)

Taksit Nu	Tarih	Yatırılan Tutar	Geçen Gün	Takvim Yılı	Süre	Etkatif Faiz Oranı	1+EFO	(1+EFO) <sup>Süre</sup>	Peşin Değer
1	31.12.2003	20,00	5.215	365	14,2877	<b>0,161610</b>	1,161610	8,502739	170,05
2	31.03.2005	26,90	4.759	365	13,0384	<b>0,161610</b>	1,161610	7,051445	189,68
3	02.05.2005	26,90	4.727	365	12,9507	<b>0,161610</b>	1,161610	6,959439	187,21
4	16.05.2005	26,90	4.713	365	12,9123	<b>0,161610</b>	1,161610	6,919565	186,14
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮				
155	31.01.2018	450,00	70	365	0,1918	<b>0,161610</b>	1,161610	1,029147	463,12
156	28.02.2018	450,00	42	365	0,1151	<b>0,161610</b>	1,161610	1,017387	457,82
157	30.03.2018	450,00	12	365	0,0329	<b>0,161610</b>	1,161610	1,004937	452,22
		<b>33.501,60</b>							<b>74.443,41</b>

Tablo 7'de EFO'nun yıllık **%16,1610** olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu oran, fon performansı varsayımları çerçevesinde, yaklaşık 14 yıl 3 aylık yatırım döneminde yatırıma yönlendirilen BES fonlarının bileşik yıllık ortalama getirisini göstermektedir.

Tablo 7'de %16,1610 olarak hesaplanan yıllık bileşik getiri oranının makul bir seviyede olup olmadığını değerlendirebilmek için, söz konusu orandan enflasyonun etkisinin arındırılması uygun olacaktır. Çalışmanın önceki kısımlarında, yatırım periyoduna isabet eden dönemlerde, yıllık ortalama TÜFE enflasyon oranı %8,5785 olarak hesaplanmıştı. Eldeki bu







Denklem (6)'nın çözümü neticesinde, fon performansının, ilgili yatırım dönemine ilişkin yıllık ortalama reel (enflasyonundan arındırılmış) getirisi; %7,8670 olarak hesaplanmaktadır.

### 3.3. Getiri Analizlerinin Değerlendirilmesi

Vaka konusu BES yatırımı için çalışmada üç farklı varsayım çerçevesinde yapılan analizler neticesinde ulaşılan getiri oranları Tablo 10'da topluca gösterilmiştir.

**Tablo 10:** Getiri oranlarının karşılaştırılması

		Efektif Getiri Oranı	Reel Getiri Oranı
Gerçekçi Analiz	Varsayım 1	%15,1062	%6,0119
Fon Performansı Analizi	Varsayım 2	%16,1610	%6,9834
İyimser Analiz	Varsayım 3	%17,1204	%7,8670

Tablo 10'da fon performansı analizi getiri oranının, gerçekçi analiz sonuçlarından daha yüksek olması şaşırtıcı görülebilir. Zira gerçekçi analizde katılımcının fon getirisine ek olarak, devlet katkısı ile devlet katkısı getirisi tutarlarının katılımcının hak ettiği kısmının analize dahil edilmesi söz konusudur. Halbuki fon performansına yönelik analizde her iki kalem de analiz dışı tutulmuştur. Ancak fon performansı analizinde fon getiri üzerinden stopaj kesintisi yapılmadığı hatırlanmalıdır (Bkz. Tablo 6). Özetle, gerçekçi analizde katılımcının analiz tarihinde tahsil edeceği tutar; 70.372,06 TL iken, fon performansı analizinde bu tutar; 74.443,41 TL'dir. Bu durumun oluşmasına neden olan faktörleri Tablo 11 yardımıyla daha net bir şekilde görmek mümkündür.

**Tablo 11:** Gerçekçi analiz ve fon performansı analiz tutarları karşılaştırması

Gerçekçi Analiz Tutarları		Fon Performansı Analiz Tutarları	
Alınacak Nominal Tutar:	33.501,60 TL	Nominal Tutar:	33.501,60 TL
Alınacak Fon Getirisi:	34.800,54 TL	Fon Getirisi:	40.941,81 TL
Alınacak Devlet Katkısı (%25X%35):	1.849,14 TL		
Alınacak Devlet Katkısı Getirisi:	220,78 TL		
<b>TOPLAM</b>	<b>70.372,06 TL</b>	<b>TOPLAM</b>	<b>74.443,41</b>

Tablo 4 ve Tablo 11'den görüldüğü gibi, gerçekçi analizde fon getirisinin %15 stopaj kesintisine tabi tutulması, katılımcının getiri tutarını, 6.141,27 TL (40.941,81X%15) azaltmıştır. Halbuki fon performansı analizinde sigorta şirketinin performansını adil bir şekilde değerlendirebilmek için stopaj kesintisi analize dahil edilmemiştir. Gerçekçi analiz varsayımında, katılımcının, tahsil edebileceği devlet katkısı (1.849,14 TL) ve devlet katkısı getirisinin (220,78 TL) toplamı; 2.069,92 TL'dir. Bu tutar, katılımcının fon getirisinden yapılacak olan %15'lik stopaj kesintisi kaybını tamamen telafi edememekte ve katılımcı açısından gerçekçi analiz aleyhine 4.071,35 TL'lik (6.141,27-2.069,92) olumsuz fark ortaya çıkmasına

neden olmaktadır. Bu fark aynı zamanda her iki analiz arasındaki toplam tutar farkını (74.443,41-70.372,06=4.071,35) temsil etmektedir. Dolayısıyla gerçekçi analiz aleyhine ortaya çıkan bu fark nedeniyle, gerçekçi analizin getiri oranları, fon performansı analiz sonuçlarından daha düşük çıkmaktadır.

Tablo 10'da görüldüğü gibi en yüksek yatırım getirisi, iyimser analiz varsayımları sonucu yapılan analizde ortaya çıkmaktadır. İyimser analiz varsayımlarının geçerli olabilmesi, BES sisteminde emeklilik hakkı için konulmuş olan kriterlerin sağlanmış olmasına bağlanmıştır. Böyle bir durumun da vaka örneğindeki katılımcı için henüz geçerli olmadığı bilinmektedir.

Örnek vaka açısından devlet katkısı uygulamasının BES yatırımının getirisi üzerindeki katkısı analiz edilebilir. Tablo 4 ve Tablo 11'de BES yatırımıyla ilgili brüt tutarlar ile gerçekçi analiz çerçevesinde katılımcının devlet katkısı ve getirisi kalemlerinden tahsil edileceği tutarlar gösterilmiştir. Buna göre, analiz tarihi itibarıyla, katılımcının fon getirisinin sıfır olduğu varsayımıyla, devlet katkısı ve devlet katkısı getirisi tutarının BES yatırımının performansına olan katkısı hesaplanabilir. Ancak vaka örneği açısından yapılacak bu analizi 01.01.2013 tarihinden itibaren sisteme yatırılan toplam 63 kalemin oluşturduğu 21.133,00 TL'lik tutar üzerinden değerlendirmek gerekir<sup>5</sup>. Zira BES sisteminin tipik özelliği olan devlet katkısı ve devlet katkısı getiri tutarları, vaka örneği açısından 01.01.2013 tarihinden itibaren yatırılan tutarlar için işletilmeye başlanmıştır.

Devlet katkısı uygulamasının performansını değerlendirmek için gerçekçi analiz varsayımları çerçevesinde vaka örneği kapsamında 31.01.2013'den analiz tarihine (11.04.2018) kadar geçen süre dikkate alınmıştır. Bu çerçevede, bu analizde sadece devlet katkısı ve devlet katkısı getirisinin katılımcı tarafından tahsil edilebilecek tutarları analize dahil edilmiştir. İlgili tutarlar Tablo 12 vasıtasıyla aşağıda sunulmuştur.

**Tablo 12:** Devlet katkısı uygulaması tutarları

Yatırılan Nominal Tutar:	21.133,00 TL
Fon Getirisi:	0,00 TL
Alınacak Devlet Katkısı:	1.849,14 TL
Alınacak Devlet Katkısı Getirisi:	220,78 TL
<b>TOPLAM</b>	<b>23.202,92 TL</b>

Tablo 12'de, yatırılan nominal tutarın 31.01.2013'den itibaren sisteme yatırılmış olan nominal tutarların toplamı olduğuna dikkat edilmelidir. Tablo 12'deki diğer veriler, Tablo 4'deki gerçekçi analiz tutarları sütunundan alınmıştır. Gerçekçi analiz varsayımları ve fon getirisinin sıfır olduğu varsayımı çerçevesinde vaka örneğindeki katılımcının analiz tarihi itibarıyla

<sup>5</sup> Katılımcı, 01.01.2013 tarihinden sonra sisteme ilk fon aktarımını 31.01.2013'de yapmıştır. Bu nedenle analiz periyodunun başlangıcı olarak bu tarih kabul edilmiştir.

taahhüt edebileceği tutar; **23.202,92 TL** olmaktadır. Buradan hareketle, ilgili periyoda ilişkin yıllık ortalama efektif getiri oranı; **%3,9800** olarak hesaplanmaktadır <sup>6</sup>.

Tipik bir yatırımcı bakış açısıyla şöyle bir soru türetilebilir. Bir BES katılımcısı, yatırımının getiri oranını maksimize etme amacı çerçevesinde devlet katkısı uygulamasından nasıl istifade etmelidir? Bu sorunun yanıtını verebilmek için iki hususun dikkate alınması gerekir. Birincisi; paranın zaman değeri, ikincisi; BES sisteminde geçirilen süreye bağlı olarak devlet katkısı tutarlarının hangi oranda tahsil edilebileceğini gösteren artan oranlı hakkeş oranları tablosu. Halihazırda geçerli olan, devlet katkısı hakkeş oranları Tablo 13’de sunulmuştur.

**Tablo 13:** Devlet katkısı hakkeş oranları

1 Ocak 2013’ten Sonra Sistemde Geçirilen Süre	Hakkeş Oranları
3 yıldan 6 yıla kadar (6. Yıl dahil)	%15
6 yıldan 10 yıla kadar (10. Yıl dahil)	%35
10 yıl ve daha fazla	%60
Emeklilik, vefat, maluliyet	%100

Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde, sistemde bulunulan süre itibariyle, devlet katkısı hakkeş oranlarının bir üst dilime çıktığı tarih itibariyle yapılacak getiri analizlerinde devlet katkısı tutarlarının BES yatırımının getiri oranı üzerindeki etkisinin en yüksek seviyeye çıkacağı söylenebilir. Bu bağlamda, hipotetik BES yatırım portföyleri oluşturularak üç farklı hakkeş oranı için Microsoft Excel programında iç verim oranı formülü kullanılarak karşılaştırmalı analiz yapılabilir. Bu analizler için en iyi senaryo örnekleri; (1) üçüncü yılını henüz dolduran katılımcı, (2) altıncı yılını henüz dolduran katılımcı ve (3) sistemde onuncu yılını doldurduğu tarih ile aynı zamanda emeklilik hakkını kazanmış olan katılımcı. Elbette bu değerlendirmelerin yatırım getirilerinin maksimize edilmesi amacı çerçevesinde, devlet katkısı tutarının BES yatırımı getiri oranı üzerindeki etkisini maksimize edilmesi bakış açısıyla yapıldığı dikkate alınmalıdır.

#### 4. SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye’de BES sistemine yatırım yapmış olan bir katılımcının, belirli bir an itibariyle ve çeşitli varsayımlar altında yatırımının getiri oranını (efektif faiz oranı) nasıl hesaplayıp yorumlanabileceğini somutlaştırmak amacıyla örnek bir vaka analizi çalışması yapılmıştır. Çalışma amaç ve konusunun mevcut ve potansiyel milyonlarca bireysel yatırımcıyı (BES katılımcıları) ilgilendiren bir konu üzerinden tasarlanmış olması önemlidir. Zira bu çalışma sayesinde bir BES yatırımcısının karar verme süreçlerinde kullanabileceği getiri oranlarının

<sup>6</sup> Yatırım periyodu 31.01.2013 ile 31.03.2018 tarihlerine 1.884 gün isabet etmektedir. Bu periyoda ilişkin “yıllık ortalama TÜFE enflasyon oranı”; %8,8949 olarak hesaplanmıştır.

nasıl hesaplanıp yorumlanabileceğine ilişkin ilgili literatüre bir örnek bir yaklaşım sunulmuş olmaktadır. Ayrıca bu analiz yoluyla, katılımcıların BES yatırımlarının getiri oranlarını yükseltmek amacıyla ne tür faktörlere dikkat etmeleri gerektiği noktasında fikir edinmeleri söz konusu olabilecektir. Çalışmada önerilen hesaplama yaklaşımının sektör personeli tarafından mevcut ve/veya potansiyel katılımcıları somut veriler üzerinden bilgilendirmek, yönlendirmek ve teşvik etmek amaçlarıyla kullanılması da söz konusu olabilir.

Çalışmanın omurgasını; konuyla ilgili olarak gerçek bir BES katılımcısının verilerinden birebir yararlanılarak geliştirilen örnek bir vakanın çözüm ve değerlendirmesine ilişkin bölümler oluşturmaktadır. Bu kapsamda, BES yatırımı getiri oranının hesaplanmasında üç farklı varsayımdan hareketle üç farklı analiz yapılmıştır: Gerçekçi analiz (Varsayım 1) başlıklı alt bölümde, gerçek bir BES yatırım senaryosu üzerinden 11.04.2018 itibariyle BES yatırımı analiz edilmiştir. Buna göre, katılımcının yıllık getiri oranı (efektif faiz oranı); %15,1062 olarak hesaplanmıştır. Örnek vaka için yatırım sürecine isabet eden periyod için hesaplanan yıllık ortalama TÜFE enflasyon oranı; %8,5785'dir. Dolayısıyla vaka örneği için reel getiri oranı; %6,0119 olarak hesaplanmıştır. Fon performansı analizi (Varsayım 2), BES katılımcısının bakış açısıyla, özellikle fon yönetiminden sorumlu sigorta işletmesini değerlendirmek amacıyla tasarlanmıştır. Bu analiz için belirlenen varsayımlar çerçevesinde, analiz tarihi itibariyle yıllık getiri oranı; %16,1610'dir. Yıllık getiri oranından, yatırım dönemine isabet eden yıllık ortalama TÜFE enflasyon oranının arındırılması neticesinde, reel getiri oranı %6,9834 olarak hesaplanmıştır. İyimser analiz (Varsayım 3), analiz tarihi itibariyle BES katılımcısının emeklilik hakkını elde etmiş olduğu varsayımıyla tasarlanmıştır. Bu analiz için belirlenen varsayımlar çerçevesinde yapılan analiz sonucunda, yıllık getiri oranı; %17,1204 olarak hesaplanmıştır. Yıllık getiri oranından, yatırım dönemine isabet eden yıllık ortalama TÜFE enflasyon oranının arındırılması neticesinde, reel getiri oranı %7,8670 olarak belirlenmiştir.

BES yatırımı getiri oranının yükseltilmesi amacı çerçevesinde iki hususun vurgulanması yararlı görülebilir: Birincisi; BES yatırımının getiri oranının yüksek çıkmasına katkı sunan en önemli potansiyel unsur; yatırım kalemlerinin değerlendirildiği fonların performanslarıdır. Dolayısıyla, fonları yöneten sigorta kurumunun performansı ile katılımcının alternatif fonlar arasında yapmış olduğu tercihlerin önemsenmesi gerekir. İkincisi; devlet katkısı uygulamasının BES yatırımlarının getiri oranlarına pozitif katkı sağladığı muhakkaktır. Ancak bu katkının, fon performansının muhtemel ve potansiyel katkı seviyesinden daha yüksek olacağını beklemek pek makul gözükmemektedir. Diğer bir deyişle, devlet katkısı uygulamasının BES yatırımının getiri oranı üzerindeki pozitif etkisinin sınırlı olduğunu kabul etmek gerekir. Diğer taraftan, finansman teorisi açısından değerlendirildiğinde, devlet katkısı uygulamasının BES yatırımının efektif getiri oranı üzerindeki pozitif etkisini maksimuma çıkaracak bazı hareket tarzları olabilir. Buna göre, sistemde bulunan süre itibariyle, devlet katkısı hakkediş oranlarının bir üst dilime çıktığı tarih itibariyle yapılacak getiri analizlerinde

devlet katkısı tutarlarının BES yatırımının getiri oranı üzerindeki etkisinin en yüksek seviyeye çıkması beklenebilir.

Bu çalışmada kullanılan yaklaşımı değerlendirirken dikkate alınması gereken ön önemli kısıt; çalışmanın, halen geçerli olan kurallar (cari BES mevzuatı) bağlamında tasarlanmış olmasıdır. Diğer bir deyişle, çalışmada kullanılan yaklaşım; mevcut mevzuat kurallarının geçerli olduğu tüm BES yatırım örnekleri üzerinde kullanılmaya elverişlidir. Çalışmanın tek bir BES yatırım örneği üzerinden tasarlanmış olması, çalışmanın eksikliği olarak algılanabilir. Ancak birden fazla farklı örnek üzerinde durulmuş olsa bile, bu durum çalışmanın amaç ve kapsamına fazla bir katkı sağlamaz. Zira BES yatırımlarında yatırım periyodu boyunca fon çıkışı söz konusu değildir. Sadece fon girişlerinin zamanlaması, tutarı, fonların yatırımlara yönlendirildiği portföylerin yapısı ve gider kesintileri gibi hususlar farklıdır. Bu farklılıklar da kullanılan yaklaşımda ciddi değişiklikler yapılmasını gerektirmez. Ancak ilerleyen zamanlarda BES mevzuatında meydana gelecek bir değişiklik ile BES yatırımcısına yatırım periyodu esnasında sistemdeki fonlarının bir kısmını çekebilme hakkı tanınabilir. Böylesi bir durum, bu çalışmada kullanılan yaklaşımın yeniden tasarlanmasını gerektirir.

### **Kaynakça**

- Alptekin, N. & Şıklar E. (2009). Türk hisse senedi emeklilik yatırım fonlarının çok kriterli performans değerlendirmesi: TOPSIS metodu. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25, 185-196.
- BES Kanunu (2001). Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu, 07.04.2011 tarih ve 24.366 sayılı Resmî Gazete. <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4632.pdf> , (Erişim tarihi: 06 Mayıs 2018).
- Dağlı, H., Bank, S. & Er, B. (2008). Türkiye'deki bireysel emeklilik yatırım fonlarının performans değerlendirmesi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 40, 84-95.
- Dağlı, H., Karakaya, A. & Bulut, E. (2015). Emeklilik yatırım fonlarının karakteristik özellikleri ve performansı: Türkiye örneği, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 7(14), 177-199.
- EGM, Emeklilik Gözetim Merkezi. <https://www.egm.org.tr/>, (Erişim tarihi: 06 Mayıs 2018).
- Karakaya, A., Kurtaran, A. & Dağlı, H. (2014). Bireysel emeklilik şirketlerinin veri zarflama analizi ile etkinlik ölçümü: Türkiye örneği, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 22, 1-23.
- Kızılgöçer, Z. (2014). Bireysel Emeklilik Sistemi ve Bireysel Emeklilik Sistemindeki Sigorta Şirketlerinde Fon Yönetimi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Erzurum.
- Peker, İ., (2016). Türkiye bireysel emeklilik sistemi üzerindeki kesintiler ile getirilerin analizi, *Journal of Economics, Finance and Accounting*, 3(1), 100-116.
- TUİK, Türkiye İstatistik Enstitüsü Kurumu. [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr) , (Erişim tarihi: 06 Mayıs 2018).



**Ergün KÜÇÜK** – [erg@erciyes.edu.tr](mailto:erg@erciyes.edu.tr)

Ergün Küçük is an Associate Professor of Accounting at Erciyes University in Kayseri. He received his B.A., M.B.A. and Ph.D. degrees from the same university where he is currently working as a full-time faculty member. His areas of interest include international accounting standards, accounting theories, tax and accounting applications, finance, business ethics and philosophy of science. He gives accounting related lectures at both undergraduate and graduate levels.



## EK

### YAZIM KURALLARI

#### GENEL KURALLAR

1. Dergide yayımlanan yazı ve makalelerde kullanılacak dil Türkçe ve İngilizcedir.
2. Çalışmayı destekleyen bir kurum varsa, makale başlığının son kelimesi üzerine (\*) konularak, aynı sayfada dipnot olarak destek veren kurum bilgileri belirtilmelidir.
3. Gönderilen yazılar kaynakça ve ekler dahil 12.000 kelimeyi aşmamalıdır.
4. Makaleler APA referans sistemine göre düzenlenmelidir. Lütfen metin içinde verilen referansların kaynakçada olmasına özen gösteriniz.

#### ÖZEL KURALLAR

**Sayfa Düzeni:** Tüm sayfalar A4 sayfa düzeninde, kenar boşlukları; üst 3 cm, alt 3 cm, sağ 2 cm, sol 2 cm olacak şekilde düzenlenmelidir.

**Yazı Türü:** Times New Roman yazı karakteri kullanılmalıdır. Türkçe “Öz” İngilizce “Abstract” bölümleri 9 punto, ana metin 10 punto, yararlanılan kaynaklar bölümü ise 9 punto olmalı; metin, Türkçe-İngilizce özet ve yararlanılan kaynaklar iki yöne yash olarak hizalanmalıdır. Metin tek satır aralığı kullanılarak yazılmalı, paragraflar 1 cm sayfa girintisi ile başlatılmalıdır.

**Başlıklar:** Makale ana başlık ve alt başlıklardan oluşacak şekilde düzenlenmelidir.

- **Makale Başlığı:** İlk sayfanın başında, ortalı, tüm harfleri büyük, 14 punto, tek satır aralıklı, 30 nk önce, 12 nk sonra olacak şekilde, Türkçe makleler için Türkçe başlığın altına İngilizce, İngilizce makaleler için İngilizce başlığın altına Türkçe makale başlığı yazılarak oluşturulmalıdır.

- **Alt Başlıklar:** Makalenin içeriğine göre oluşturulan başlıklar 12 punto, bold ve Arap rakamlarına göre (1.- 1.1.-1.1.1...vb) sıralanarak hazırlanmalıdır. Makale metnindeki ana başlıklar (Giriş, Kavramsal Çerçeve, Literatür Taraması, Araştırma Metodolojisi, Bulgular, Sonuç... gibi) 1., 2., 3., şeklinde, 6 nk önce, 6 nk sonra, harf karakterlerinin hepsi büyük olacak şekilde yazılmalıdır. Metin içinde ana başlıklar altında sıralanacak alt başlıklar ait oldukları ana başlığın sıra numarasına göre ikinci düzeyde 1.1., 1.2... şeklinde 6 nk önce, 6 nk sonra; üçüncü düzeyde 1.1.1., 1.1.2... şeklinde 6 nk önce, 6 nk sonra şeklinde başlıkta kullanılan her bir kelimenin ilk harfi büyük diğer harfler küçük olacak şekilde hazırlanmalıdır.

**Öz/Abstract, Anahtar Kelimeler:** Makalede Türkçe “Öz” İngilizce “Abstract” ve metin içeriğine uygun olacak şekilde anahtar kelimelerin bulunması zorunludur.

• **Öz-Türkçe Anahtar Kelimeler:** Makale dilinin Türkçe ya da İngilizce olmasına bakılmaksızın 100-200 kelime aralığında Türkçe “Öz” bölümü olmalıdır. Özler 9 punto, iki yana yaslı ve tek paragraf şeklinde düzenlenmelidir. Öz’ün hemen altında “Anahtar Kelimeler” başlığı oluşturularak, makaleye uygun en az üç anahtar kelime; 9 punto, anahtar kelimelerin ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır.

• **Abstract-Keywords:** Türkçe makaleler için 750-800 kelime aralığında, İngilizce makaleler için 100-200 kelime aralığında İngilizce “Abstract” bölümü olmalıdır. Abstract 9 punto, iki yana yaslı ve tek paragraf şeklinde düzenlenmelidir. Abstract’ın hemen altında “Keywords” başlığı oluşturularak, makaleye uygun en az üç anahtar kelime; 9 punto, anahtar kelimelerin ilk harfleri büyük diğer harfleri küçük olacak şekilde yazılmalıdır.

**Tablo, Şekil, Grafik ve Resimler:** Metinde kullanılan tablo, şekil, grafik ve resimler yazar(lar) tarafından özgün olarak oluşturulmamış ise kaynak gösterilerek metin içinde kullanılabilir.

• **Tablo ve Grafikler:** Metin içinde kullanılan tablo ve grafikler Tablo 1., Tablo 2./ Grafik 1., Grafik 2. ... vb gibi sıralanmalı, başlıklar tablo ve grafiklerin üstüne yazılmalıdır. Tablo/Grafik sınırını aşmayacak şekilde başlıklar sola dayalı ve başlıkta kullanılan ilk kelimenin ilk harfleri büyük diğerleri küçük olacak şekilde oluşturulmalıdır. Özgün olmayan tablo ve grafiklerin hemen altına sola dayalı olarak “Kaynak” başlığı açılarak, tablo ve grafiklerin kaynağı belirtilmelidir.

• **Şekil ve Resimler:** Metin içinde kullanılan şekil ve resimler Şekil 1., Şekil 2./ Resim 1., Resim 2. ... vb gibi sıralanmalı, başlıklar şekil ve resimlerin altına yazılmalıdır. Şekil/Resimin altında başlıklar ortalı ve ilk kelimenin ilk harfi büyük diğerleri küçük olacak şekilde oluşturulmalıdır. Özgün olmayan şekil ve resimlerin hemen altına sola dayalı olarak “Kaynak” başlığı açılarak, şekil ve resimlerin kaynağı belirtilmelidir.

**ATIFLAR:** Makalede yapılan atıflar APA kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir. APA atıf kuralları için bakınız: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

**Tek yazarlı kaynaklara atıf:** (Atılğan, 2015, s. 28) , (Atılğan, 2015, ss. 28-32)

**İki yazarlı kaynaklara atıf:** (Atılğan & Demir, 2015, s. 28), (Atılğan & Demir, 2015, ss. 28-32)

**Beş yazarlı kaynaklara ilk kez atıf yapıldığında:** (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş & Yıldırım, 2015, s. 28)

**Beş yazarlı kaynaklara ikinci kez veya daha fazla kez atıf yapıldığında:** (Atılğan vd., 2015, s.28)

**Beşten fazla yazarlı kaynaklara ilk kez atıf yapıldığında:** ( Atılğan, Demir, Çelik, Savaş, Yıldırım.... Işık, 2015, s. 28)

**Beşten fazla yazarlı kaynaklara ikinc kez veya daha fazla kez atıf yapıldığında:** (Atılğan vd., 2015, s.28)

**KAYNAKÇA:** Makalede yararlanılan kaynaklar APA kurallarına uygun olacak şekilde düzenlenmelidir. APA kaynak gösterimi için bakınız: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

### **Tek yazarlı kitap**

Tuncer, D. (1992). Dağıtım Kanalları Sistemi. Ankara: Gazi Yayınları.

### **İki yazarlı kitap**

Turgut, M. F. & Y. Baykul. (1992). Ölçekleme Teknikleri. Ankara: ÖSYM Yayınları.

### **Editörlü kitap**

Theberge, J. (Ed.). (1968). Economics of trade and development. New York: John Wiley.

### **Çeviri kitap**

Morgan, L.H. (2015). Eski Toplum. (Oskay,Ü. Çev.), İstanbul: İnkılap Yayınevi.

### **Kitap bölümü**

Ünlüer, A.O. (1988). Boş zamanı değerlendirme açısından kitle iletişim araçlarının ülkemizde durumu. Demiray, U. (Ed.). Kitle İletişim Araçları ve Boş Zaman. (ss.71-113). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı.

### **Basılı dergi**

Engin, B. H. (2016). Markalaşma kavramı çerçevesinde marka ederi. Öneri Dergisi. 12 (46). 277-294.

### **Elektronik dergi**

Sebetci, Ö., Günay. M. B. & Sebetci, E. (2018). İş süreç yönetimi (bpm) ve iş akış yönetimi (wfm) kavramlarına yaklaşım. AJIT-e, 9 (33), 155-126. doi: 10.5824/1309-1581.2018.3.007.x

### **Basılı Gazete**

Kumcu. E. (2006, 11 Aralık). Büyüme yavaşlama sinyali veriyor. Hürriyet Gazetesi, s.9.

### **Elektronik Gazete**

Mills, S. (2012, 16 Ekim). How Twitter is winning the 2012 US election. The Guardian. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/16/twitter-winning-2012-us-election> (Erişim tarihi: 10 Temmuz 2018).

### **Tez**

Algül, N. (2006). *Sanat tarihinde Mahmut Akok*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.

### **Web sayfası**

Yavuz, E. (2018, 7 Kasım). Zaman ve insan üzerine. <https://dusunbil.com/zaman-ve-insan-uzerine>. adresinden alındı.

### **Rapor**

Taymaz, E. (2018). Dijital teknolojiler ve ekonomik büyüme raporu. (TÜSİAD-T/2018,10-600). <https://www.tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/10130-dijital-teknolojiler-ve-ekonomik-buyume-raporu>.

## GUIDE FOR AUTHORS

### General Rules for Submission

5. Öneri accepts articles both in English and Turkish.
6. You are requested to identify funding/supporting organizations for the conduct of the research and/or preparation of the article as a footnote on the title page.
7. Manuscripts should not exceed 12,000 words, including footnotes, tables, figures, and references.
8. Manuscripts should be organized using the APA method of referencing (6th Edition). Please ensure that every reference cited in the text is also present in the reference list (and vice versa).

### Specific Rules

**Layout:** All pages should be in A4 size with margins as 3cm top, 3cm bottom, 2cm right and 2cm left.

**Font Type and Size:** Times New Roman is the font type to be used for submissions. Abstracts in Turkish and English and References should be 9pt and the main text should be 10pt. The main text should be justified with single line spacing.

**Titles:** Submissions should contain a main title and subtitles.

- **Main Title:** The main title should be placed in the first page as centered with capital letters in 14pt. Turkish submissions should also include an English title (and vice versa).

- **Subtitles:** The relevant subtitles should be in 12pt in bold characters and ranked with Arabic numerals (1.- 1.1.-1.1.1...etc.). The headings such as Introduction, Literature Review, Findings and Conclusion should be in capital letters and sorted with 1., 2., 3. Second level headings should be sorted as 1.1., 1.2., and third level headings should be sorted as 1.1.1., 1.1.2., with first letter being capital.

**Abstract and Keywords:** The abstract should state briefly the purpose of the research, the principal results and major conclusions. Manuscripts should contain Turkish and English abstracts with relevant keywords.

- **Abstract in Turkish and Keywords:** All manuscripts written in Turkish or English should contain an abstract of 100-200 words in Turkish. There should be at least 3 relevant keywords.

• **Abstract and Keywords:** The abstract in English should be 750-800 word long for Turkish submissions and 100-200 word long for English submissions. There should be at least 3 relevant keywords.

**Tables, Figures, Graphics and Pictures:** Tables, figures, graphics, and pictures in the text should include a source unless they belong to the author(s).

• **Tables and Graphics:** Ensure that each table and graphic embedded in the text has a caption that should be sorted as Table 1., Table 2., or Graphic 1., Graphic 2. The corresponding caption should be placed directly above the table or graphic.

• **Figures and Images:** Ensure that each figure and image embedded in the text has a caption that should be sorted as Figure 1., Figure 2., or Image 1., Image 2. The corresponding caption should be placed directly above the figure or image.

• **Referencing:** The APA (6th Edition) should be used as the method of referencing. For further information about the APA method, please refer to: <https://www.citefast.com/styleguide.php?style=APA&sec=form>

## Reference Style

Text;

**Single author:** (Atılğan, 2015, p. 28), (Atılğan, 2015, pp. 28-32)

**Two authors:** (Atılğan & Demir, 2015, p. 28), (Atılğan & Demir, 2015, pp. 28-32)

**Five authors cited first time:** (Atılğan, Demir, Çelik, Savaş & Yıldırım, 2015, p. 28)

**Five authors cited second time or more:** (Atılğan vd., 2015, p.28)

References list;

### Reference to a book

Tuncer, D. (1992). *Dağıtım Kanalları Sistemi*. Ankara: Gazi Yayınları.

Turgut, M. F. & Y. Baykul. (1992). *Ölçekleme Teknikleri*. Ankara: ÖSYM Yayınları.

### Reference to an edited book

Theberge, J. (Ed.). (1968). *Economics of trade and development*. New York: John Wiley.

### Reference to a translated book

Morgan, L.H. (2015). *Eski Toplum*. (Oskay, Ü. Çev.), İstanbul: İnkılap Yayınevi.

### Reference to a chapter in an edited book:

Ünlüer, A.O. (1988). Boş zamanı değerlendirme açısından kitle iletişim araçlarının ülkemizde durumu. Demiray, U. (Ed.). *Kitle İletişim Araçları ve Boş Zaman*. (ss.71-113). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Teknolojisi ve Yaygın Eğitim Vakfı.

**Reference to a journal publication**

Engin, B. H. (2016). Markalaşma kavramı çerçevesinde marka ederi. *Öneri Dergisi*. 12 (46). 277-294.

**Reference to an online journal**

Sebetci, Ö., Günay. M. B & Sebetci, E. (2018). İş süreç yönetimi (bpm) ve iş akış yönetimi (wfm) kavramlarına yaklaşım. *AJIT-e*, 9 (33), 155-126. doi: 10.5824/1309-1581.2018.3.007.x

**Reference to a published newspaper**

Kumcu. E. (2006, 11 Aralık). Büyüme yavaşlama sinyali veriyor. *Hürriyet Gazetesi*. s.9.

**Reference to an online newspaper**

Mills, S. (2012, 16 Ekim). How Twitter is winning the 2012 US election. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2012/oct/16/twitter-winning-2012-us-election> (Access date: 10 Temmuz 2018).

**Reference to a dissertation or thesis**

Algül, N. (2006). *Sanat tarihinde Mahmut Akok*. (Unpublished Dissertation). Marmara University, İstanbul.

**Reference to a website**

Yavuz, E. (2018, 7 Kasım). Zaman ve insan üzerine. <https://dusunbil.com/zaman-ve-insan-uzerine>.

**Reference to a report**

Taymaz, E. (2018). *Dijital teknolojiler ve ekonomik büyüme raporu*. (TÜSİAD-T/2018,10-600). <https://www.tusiad.org/tr/yayinlar/raporlar/item/10130-dijital-teknolojiler-ve-ekonomik-buyume-raporu>.