



MAKÜ

iibFD

Cilt / Volume : 8 Sayı / Issue : 1

Mart / March 2021

MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ
İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
DERGİSİ

MEHMET AKİF ERSOY UNIVERSITY
JOURNAL OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY

E-ISSN: 2149-1658

MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

Mehmet Akif Ersoy University Journal of Economics and Administrative Sciences Faculty

MAKU IIBFD

Sahibi / Owner

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Adına / On behalf of Burdur Mehmet Akif Ersoy University

Prof. Dr. Adem KORKMAZ

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
ademkorkmaz@mehmetakif.edu.tr

Editör Kurulu / Editorial Board

Baş Editör / Editor in Chief

Prof. Dr. Murat KAYALAR

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
kayalar@mehmetakif.edu.tr

Editör Yardımcıları / Co Editors

Doç. Dr. Mustafa LAMBA

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
mlamba@mehmetakif.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KALAĞAN

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
gkalagan@mehmetakif.edu.tr

Dr. Öğr. Üyesi Sümeyye ÖZMEN

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
sozmen@mehmetakif.edu.tr

Yabancı Dil / Foreign Language

Dr. Öğr. Üyesi Erdiñç AKYILDIRIM

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
eakyildirim@mehmetakif.edu.tr

Yayın ve Danışma Kurulu / Publishing and Advisory Board

Prof. Dr. Ahmet ULUSOY

Beykent Üniversitesi

Prof. Dr. Aysel ERCİŞ

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Erhan ADA

Yaşar Üniversitesi

Prof. Dr. Fatma Nur TUĞAL

Adana Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi

Prof. Dr. Hüseyin DALGAR

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Prof. Dr. Metin BERBER

Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Muhittin KAPLAN

İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Nihat AYDENİZ

Dicle Üniversitesi

Prof. Dr. Sayım YORGUN

İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Sunay İL

Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Yonca İLDEŞ ANZERLİOĞLU

Hacettepe Üniversitesi

Dr. Anastasis KRATSIOS

ETH Zürich
(ETH Zürich Üniversitesi)

Dr. Tatjana PUHAN

Universität Mannheim
(Mannheim Üniversitesi)

İletişim / Contact

iibfdergi@mehmetakif.edu.tr

<https://dergipark.org.tr/makuiibf>

MAKU IIBFD, aşağıdaki endeks - dizinler tarafından
taranmaktadır

MAKU IIBFD, covered and abstracted by following
indexing services

Emerging Sources Citation Index (ESCI),
Directory of Open Access Journals (DOAJ),
Index Copernicus (ICI),
(SOBIAD)

YAYIN İLKELERİ VE YAZAR REHBERİ

Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (MAKU IIBFD), Mart, Temmuz ve Kasım aylarında olmak üzere yılda 3 kez Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi tarafından yayımlanan hakemli bir bilimsel dergidir.

Dergide iktisat, işletme, tarih, sosyoloji, maliye, finans, uluslararası ilişkiler, kamu yönetimi, sağlık yönetimi, siyaset bilimi ve diğer ilgili alanlarda Türkçe ve İngilizce dillerinde makaleler yayımlanmaktadır.

Yayınlanmak üzere gönderilen eserlerin başka bir yerde yayınlanmamış veya yayınlanmak üzere gönderilmemiş olması gerekmektedir. Derginin yayın dili Türkçe ve İngilizcedir. Dergide yayınlanacak eserlerin her türlü sorumluluğu yazar veya yazarlara aittir.

MAKU IIBFD, makale sunumlarını memnuniyetle karşılamakta ve hiçbir aşamada (başvuru, hakemlik ve yayınlama) herhangi bir yayın ücreti talep etmemektedir.

Dergimize DergiPark sistemi üzerinden (<http://dergipark.org.tr/makuiibf>) başvurulması gerekmektedir.

Yüklenen her bir makale öncelikli olarak iThenticate intihal tarama programı aracılığı ile taranmaktadır. Tarama sonucu %20'nin üzerinde olan makaleler RET edilmektedir.

Makaleler en az iki hakem tarafından kör hakemlik uygulamasıyla değerlendirilmektedir. Dergimizin yazım kuralları ile ilgili detaylı bilgiye <http://dergipark.org.tr/makuiibf> adresinden ulaşılabilir.

EDITORIAL PRINCIPLES AND GUIDE FOR AUTHORS

Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty (MAKU IIBFD) is an open-access, biannual (March, July, November) and peer reviewed scientific journal, which is publishing by Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty.

MAKU IIBFD publishes scientific articles on economics, business, management, international relations, public administration, healthcare management, political science, sociology, history, finance, and related fields, in English or Turkish.

Manuscripts submitted to the journal are only accepted if they have not been or will not be published and should not be under review elsewhere. Manuscript's language is Turkish and English. All responsibility of the studies belongs to the author(s).

MAKU IIBFD, welcomes article submissions and does not charge any fee for any (article submission, peer review or publication) processes.

Submissions must be done via Dergipark (<http://dergipark.org.tr/makuiibf>) system.

Each uploaded article is scanned primarily through the iThenticate software. The articles that exceeded 20% of the results of the scan are REJECTED.

Double blind peer review is used for review process. Detailed information on the writing rules of our journal can be found at: <http://dergipark.org.tr/makuiibf>

MAKU IIBFD, aşağıdaki endeks - dizinler tarafından taranmaktadır

MAKU IIBFD, covered and abstracted by following indexing services

Emerging Sources Citation Index (ESCI),
Directory of Open Access Journals (DOAJ),
Index Copernicus (ICI),
(SOBIAD)

Bu Sayının Hakemleri / Academic Referees of This Issue

Prof. Dr. Ali DERAN	Doç. Dr. Ahmet Buğra HAMŞIOĞLU
Prof. Dr. Aydın KAYABAŞI	Doç. Dr. Alper AYTEKİN
Prof. Dr. Bülent BAYRAKTAR	Doç. Dr. Alper ÖZMEN
Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ	Doç. Dr. Atilla YÜCEL
Prof. Dr. Ersan ERSOY	Doç. Dr. Burhan KILIÇ
Prof. Dr. Fatih DOĞANOĞLU	Doç. Dr. Elif Türkan ARSLAN
Prof. Dr. Gökhan AKYÜZ	Doç. Dr. Ercan ÖZEN
Prof. Dr. Gözde YİRMİBEŞOĞLU	Doç. Dr. Erkut ALTINDAĞ
Prof. Dr. Gülfen TUNA	Doç. Dr. Fatma SÖNMEZ ÇAKIR
Prof. Dr. Gülsen Serap ÇEKEROL	Doç. Dr. Fatma TEMELLİ
Prof. Dr. H. Nejat BASIM	Doç. Dr. Gülbahar ÜÇLER
Prof. Dr. Hamza ATEŞ	Doç. Dr. Kübra ÖNDER
Prof. Dr. Hasan Hüseyin BAŞIBÜYÜK	Doç. Dr. Mehmet ÇETİN
Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI	Doç. Dr. Metin KAPLAN
Prof. Dr. M. Nedim BAYUK	Doç. Dr. Mustafa ARSLAN
Prof. Dr. Mehmet KARAGÜL	Doç. Dr. Mustafa Emre CİVELEK
Prof. Dr. Mustafa ÖZER	Doç. Dr. Nil Esra DAL
Prof. Dr. Mustafa Zihni TUNCA	Doç. Dr. Osman AKIN
Prof. Dr. Oğuzhan AYDEMİR	Doç. Dr. Ömer TURUNÇ
Prof. Dr. Ömer ÖZER	Doç. Dr. Rasim Serdar KURDOĞLU
Prof. Dr. Rıfat IRAZ	Doç. Dr. S. Süreyya BENGÜL
Prof. Dr. Sabiha KILIÇ	Doç. Dr. Seval MUTLU ÇAMOĞLU
Prof. Dr. Selçuk AKÇAY	Doç. Dr. Sezai ÖZTOP
Prof. Dr. Selim Adem HATIRLI	Doç. Dr. Sibel FETTAHOĞLU
Prof. Dr. Serap ÇABUK	Doç. Dr. Türker ŞİMŞEK
Prof. Dr. Şakir SAKARYA	Doç. Dr. Vedat ACAR
Prof. Dr. Umut AVCI	Dr. Öğr. Üyesi Emine ŞENER
Prof. Dr. Vesile ÖMÜRBEK	Dr. Öğr. Üyesi Hakan KIRBAŞ
Prof. Dr. Veysel BOZKURT	Dr. Öğr. Üyesi Harun ÖĞÜNÇ
Prof. Dr. Vural ÇAĞLIYAN	Dr. Öğr. Üyesi Hülya AĞCASULU
Prof. Dr. Yakup Koray DUMAN	Dr. Öğr. Üyesi Hülya ÖCAL
Prof. Dr. Yusuf Cahit ÇUKACI	Dr. Öğr. Üyesi İsmail BAŞARAN
Prof. Dr. Zuhale KAYNAKCI ELİNÇ	Dr. Öğr. Üyesi İsmail GÖKDAYI
	Dr. Öğr. Üyesi Murat KAYA
	Dr. Öğr. Üyesi Nazlıgül GÜLCAN

İÇİNDEKİLER - CONTENTS

Araştırma Makaleleri – Research Articles

- ORTAK TÜKETİM ANLAYIŞINA İLİŞKİN TUTUMLARIN, İKİNCİ EL E-MODA SİTELERİNİ KULLANMA NİYETİNE ETKİSİ
THE EFFECT OF ATTITUDES TOWARDS THE CONCEPT OF COLLABORATIVE CONSUMPTION ON INTENTION TO USE SECOND HAND E-FASHION WEBSITES
Pages-Sayfalar: 1-25
Ece Özer ÇİZER, Burcu MUCAN ÖZCAN
- SÜRDÜRÜLEBİLİR TEDARİKÇİ SEÇİMİ: FUCOM SÜBJEKTİF AĞIRLIKLANDIRMA YÖNTEMİ TEMELLİ MAIRCA YAKLAŞIMI
SUSTAINABLE SUPPLIER SELECTION: FUCOM SUBJECTIVE WEIGHTING METHOD BASED MAIRCA APPROACH
Pages-Sayfalar: 26-48
Fatih ECER
- ÖZÜMSEME KAPASİTESİ, STRATEJİK PLANLAMA YETENEĞİ VE FİRMA PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ
THE RELATIONSHIP BETWEEN ABSORPTIVE CAPACITY, STRATEGIC PLANNING CAPABILITY, AND FIRM PERFORMANCE
Pages-Sayfalar: 49-65
Salih Zeki İMAMOĞLU, Hüseyin İNCE, Hülya TÜRKCAN
- STRATEJİK LİDERLİK İLE ÖRGÜTSEL ÇEVİKLİK ARASINDAKİ İLİŞKİDE ÖRGÜTSEL İLETİŞİMİN ARACI ROLÜ
THE MEDIATING ROLE OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION ON THE RELATIONSHIP BETWEEN STRATEGIC LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL AGILITY
Pages-Sayfalar: 66-84
Fatih Ferhat ÇETİNKAYA, Yusuf AKKOCA
- TÜRKİYE'DE KENTSEL HAKLAR: SOSYAL DEVLET BAĞLAMINDA KONUT HAKKI ÜZERİNE BİR İNCELEME
URBAN RIGHTS IN TURKEY: AN INVESTIGATION ON THE RIGHT TO HOUSING WITHIN THE CONTEXT OF SOCIAL STATE BEHAVIORS
Pages-Sayfalar: 85-106
Gökhan KALAĞAN
- HEMŞİRELERİN ÖRGÜTSEL ADALET ALGISININ, İNTİKAM VE AFFETME DAVRANIŞI İLE İLİŞKİSİ
THE RELATIONSHIP OF ORGANIZATIONAL JUSTICE PERCEPTION OF NURSES WITH REVENGE AND FORGIVENESS BEHAVIORS
Pages-Sayfalar: 107-130
Gülnur TEKİN, Şerife Didem KAYA
- ÖRGÜTSEL GÜÇSÜZLÜĞÜN İŞ TATMİNİ VE İŞTEN AYRILMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ
THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL POWERLESSNESS ON JOB SATISFACTION AND INTENTION TO LEAVE THE ORGANIZATION
Pages-Sayfalar: 131-145
Elif BİLGİNOĞLU, Uğur YOZGAT
- YAŞLI BAKIM İSTİHDAMINDA YAŞLANMA VE YAŞLILIK ALGISI
AGING AND OLD AGE PERCEPTION IN ELDERLY CARE EMPLOYMENT
Pages-Sayfalar: 146-170
Işıl KALAYCI, Metin ÖZKUL, Meyrem TUNA UYSAL
- VERİ HABERCİLİĞİ: ŞEFFAF TOPLUMA TEŞVİK Mİ? KİŞİSEL VERİ MAHREMİYETİ PAZARLAMASI MI?
DATA JOURNALISM: ENCOURAGEMENT FOR THE TRANSPARENT COMMUNITY? PERSONAL DATA PRIVACY MARKETING?
Pages-Sayfalar: 171-196
Tuba LİVBERBER
- ECONOMIC DEVELOPMENT AND DEMOCRACY IN EMERGING ECONOMIES
YÜKSELEN EKONOMİLERDE EKONOMİK KALKINMA VE DEMOKRASİ
Pages-Sayfalar: 197-214
Rabia EFEOĞLU, Sabri AZGÜN

YOLSUZLUK VE MUHASEBE KALİTESİ İLİŞKİSİ
RELATIONSHIP OF CORRUPTION AND ACCOUNTING QUALITY

Pages-Sayfalar: 215-230

Emin Hüseyin ÇETENAK, Eda KÖSE, İsmail BEKÇİ

PRELIMINARY IDENTIFICATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE STYLES IN THE PROCESS OF
STRATEGIC PLANNING: EMPLOYEE PERCEPTION IN THE TURKISH PUBLIC HIGHER EDUCATION

*STRATEJİK PLANLAMA SÜRECİNDE KURUM KÜLTÜRÜ ÇEŞİTLERİNİN BELİRLENMESİ: TÜRKİYE'DE DEVLET
ÜNİVERSİTELERİNDE ÇALIŞAN PERSONELİN ALGISI*

Pages-Sayfalar: 231-255

Ali Osman ÖZTÜRK, Elif GENÇ TETİK

REKABETÇİ DAVRANIŞLARIN STRATEJİ YÜRÜTME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: OTOMOTİV
SEKTÖRÜNDE BULGULAR

THE IMPACT OF COMPETITIVE BEHAVIORS ON STRATEGY EXECUTION: FINDINGS FROM THE AUTOMOTIVE SECTOR

Pages-Sayfalar: 256-287

Yunus Emre TAŞGİT, Mehmet DURAK

PARA POLİTİKASININ HİSSE SENEDİ GETİRİSİ ÜZERİNDEKİ ASİMETRİK ETKİSİ: BİST100 BOĞA
VE AYI PİYASALARI ÖRNEĞİ

ASYMMETRIC EFFECTS OF MONETARY POLICY ON STOCK RETURNS: CASE OF BIST100 BULL AND BEAR MARKETS

Pages-Sayfalar: 288-311

Can KARABIYIK

COVID-19 PANDEMİSİNİN VE PSİKOLOJİK DAYANIKLILIĞIN AKADEMİSYENLİĞE
YABANCILAŞMAYA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

ALIENATION TO ACADEMICIANSHIP DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Pages-Sayfalar: 312-338

Ali Murat ALPARSLAN, Sema POLATCI, Seher YASTIOĞLU

REKABET STRATEJİLERİNİN ÖRGÜTSEL PERFORMANSA ETKİSİ, GİRİŞİMCİLİĞİN ARACILIK
ROLÜ

*THE EFFECT OF COMPETITION STRATEGIES ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE, THE MEDIATING ROLE OF
ENTREPRENEURSHIP*

Pages-Sayfalar: 339-369

Özgür Uğur ARIKAN, Abdullah ÇALIŞKAN

TESTING THE RELATIONSHIPS BETWEEN ENERGY PRICES AND THE BORSA İSTANBUL INDICES
ENERJİ FİYATLARI İLE BORSA İSTANBUL ENDEKSLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN TEST EDİLMESİ

Pages-Sayfalar: 370-398

Faruk TEMEL, Mehmet ERYİĞİT

THE IMPACT OF TOURISM ON THE ECONOMIC GROWTH IN THE MEDITERRANEAN COUNTRIES:
EVIDENCES FROM HIDDEN PANEL COINTEGRATION TEST

AKDENİZ ÜLKELERİNDE TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİSİ: SAKLI PANEL EŞBÜTÜNLEŞME TESTİNDEN KANITLAR

Pages-Sayfalar: 399-419

Murat BELKE, Süleyman BOLAT, Abdunasser Hatemi-J

HEDONİK VE FAYDACI TÜKETİM İLE KOMPULSİF SATIN ALMA İLİŞKİSİNDE KREDİ KARTI
KULLANIMI: ONLİNE PAZARYERLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

*HEDONIC AND UTILITARIAN CONSUMPTION WITH COMPULSIVE BUYING RELATIONSHIP USE OF CREDIT CARD: A
RESEARCH ON ONLINE MARKETPLACE*

Pages-Sayfalar: 420-441

Talha BAYIR

OLASI DEPREM DURUMUNDA MAHALLE ÖLÇEĞİNDE BURDUR KENTİ ACİL TOPLANMA
ALANLARININ YETERLİLİĞİNİN SAPTANMASI

*TO DETERMINE THE ADEQUACY OF EMERGENCY ASSEMBLY AREAS FOR BURDUR CITY AT THE NEIGHBORHOOD SCALE IN
CASE OF POTENTIAL EARTHQUAKES*

Pages-Sayfalar: 442-456

Hüseyin Samet AŞIKKUTLU, Yasin AŞIK, Cengiz YÜCEDAĞ, Latif Gürkan KAYA

HİLELİ FİNANSAL RAPORLAMA KAPSAMINDA GELİR YARATICI / GİDER AZALTICI
FAALİYETLERİN İNCELENMESİ
ANALYSIS OF INCOME-CREATING / EXPENSE REDUCING ACTIVITIES UNDER FRAUDULENT FINANCIAL REPORTING
Pages-Sayfalar: 457-478
Murat ERDOĞAN, Eda ORUÇ ERDOĞAN

GÖSTERİŞÇİ TÜKETİMİN VE MOTİVASYONLARININ YAŞ KUŞAKLARI EKSENİNDE İNCELENMESİ
EXAMINING THE CONSPICUOUS CONSUMPTION AND MOTIVATIONS IN TERMS OF GENERATIONS
Pages-Sayfalar: 479-507
Cansu TOR KADIOĞLU, Mehmet İsmail YAĞCI

TMS, BOBİ FRS VE VUK/MSUGT'E GÖRE STOKLARIN KARŞILAŞTIRMALI OLARAK İNCELENMESİ
VE MUHASEBE UYGULAMALARI
COMPARATIVE INVESTIGATION OF STOCK ACCORDING TO TAS, FRS FOR LMES AND TPL AND ACCOUNTING PRACTICES
Pages-Sayfalar: 508-538
Hakkı KIYMIK

CRITIC YÖNTEMİ VE OYUN TEORİSİ BÜTÜNLEŞİK YAKLAŞIMI İLE HASTANE
PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ
*EVALUATION OF HOSPITAL PERFORMANCES WITH THE CRITIC METHOD AND THE INTEGRATED APPROACH OF GAME
THEORY*
Pages-Sayfalar: 539-560
Nuri ÖMÜRBEK, Hatice YILDIRIM, Gülen PARLAR, Meltem KARAATLI

ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMAYLA SANAL KAYTARMA ARASINDAKİ İLİŞKİ: TEKSTİL
ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA
THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL ALIENATION AND CYBER LOAFING: A STUDY ON TEXTILE WORKERS
Pages-Sayfalar: 561-576
Mesut KASAP



ORTAK TÜKETİM ANLAYIŞINA İLİŞKİN TUTUMLARIN, İKİNCİ EL E-MODA SİTELERİNİ KULLANMA NİYETİNE ETKİSİ*

THE EFFECT OF ATTITUDES TOWARDS THE CONCEPT OF COLLABORATIVE CONSUMPTION ON INTENTION TO USE SECOND HAND E-FASHION WEBSITES

Ece Özer ÇİZER¹, Burcu MUCAN ÖZCAN²



1. Arş. Gör., Yıldız Teknik Üniversitesi, ece.ozar@icloud.com, <https://orcid.org/0000-0002-8597-2073>
2. Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, burcu.mucan@cbu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6499-4660>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
20.02.2020 02.20.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
02.03.2021 03.02.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.691529>

* Bu çalışma "Ortak Tüketim Anlayışına İlişkin Tutumların, İkinci El Elektronik Moda Sitelerini Kullanma Niyetine Etkisi" isimli yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır.

Öz

Araştırmanın temel amacı, ekonomik yarar, sürdürülebilirlik, güven, elektronik ağzdan ağza iletişim ve fiyat hassasiyetinin, ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti üzerindeki etkisinde ortak tüketim ile ilgili tutumların aracılık etkisini incelemektir. Türkiye’de daha önce ortak tüketim kapsamında yapılmış çalışmalar araba ve ev paylaşımı üzerine odaklanmışlardır. Bu çalışmada ise ortak tüketim kapsamında ikinci el e-moda sitelerinin ele alınması çalışmayı literatürdeki benzerlerinden ayırmaktadır. Araştırmanın verileri 316 katılımcıdan anket toplanarak elde edilmiş ve yedi değişkenli bir yapısal eşitlik modeli kurulmuştur. Çalışmada güvenilirlik ve geçerlilik analizi, korelasyon analizi, keşfedici faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizleri yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda, ekonomik yarar, sürdürülebilirlik, güven, elektronik ağzdan ağza iletişim ve fiyat hassasiyetinin ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumları ve kullanma niyetini pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Ayrıca ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumların bağımsız değişkenler ve bağımlı değişken olan kullanma niyeti arasında aracılık etkisine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Paylaşım Ekonomisi, Ortak Tüketim, İkinci El Alışverişi.

Abstract

The main aim of the study is to examine the mediating effect of attitudes towards collaborative consumption on the effect of economic benefit, sustainability, trust, eWOM and price sensitivity on the intention of using second-hand e-fashion sites. Previous studies in Turkey that related collaborative consumption have focused on the car and home-sharing. In this study, second-hand fashion sites were examined within the scope of collaborative consumption. Therefore this study distinguishes from its peers in the literature. The data of the study was obtained by collecting questionnaires from 316 participants and a structural equation model with seven variables was established. Reliability and validity analysis, correlation analysis, exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis and path analysis were performed in the study. As a result of the study, it was seen that economic benefit, sustainability, trust, eWOM and price sensitivity positively affect attitudes and intention to use on collaborative consumption. In addition, it was found that the attitudes towards the concept of collaborative consumption had a mediating effect between the independent variables and intention to use as a dependent variable.

Keywords: Sharing Economy, Collaborative Consumption, Second-Hand Shopping.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

The main aim of the study is to examine the mediating effect of attitudes towards collaborative consumption on the effect of economic benefit, sustainability, trust, eWOM and price sensitivity on the intention of using second-hand electronic fashion websites.

Research Questions

Does economic benefit, sustainability, trust, eWOM and price sensitivity have a positive and significant effect on attitudes towards collaborative consumption? Does attitude towards collaborative consumption have a mediating effect between the independent variables (economic benefit, sustainability, trust, eWOM and price sensitivity) and the dependent variable (intention of using second-hand electronic fashion websites).

Literature Review

The concept of collaborative consumption was presented to the economic literature by Felson ve Spaeth in 1978 with the article "Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach". This type of consumption is not a short-term alternative form of consumption but also has a long-term impact on the behavior and habits of modern consumers. This trend is made up of more than one million participants worldwide and growing day by day. Many studies about the sharing economy show that the participants of this trend prefer to buy, rent, or buy second-hand products rather than buying new products. The most important advantages of collaborative consumption include saving money, time and space, making friends, strengthening social ties and relationships, reducing environmental pollution, minimizing waste and surpluses due to overproduction and overconsumption. The previous studies about collaborative consumption focus on car and house sharing in Turkey. This study is different from other collaborative studies because that focuses on second-hand electronic fashion websites, therefore it is important for literature.

Methodology

In the study, a seven-variable structural equation model was established based on the models in the literature. In order to test the accuracy of the model and the relationships between the variables, surveys were collected from 316 participants by questionnaire method. The questionnaire consists of three parts. In the first part of the questionnaire, the participants were asked various questions about second-hand electronic shopping sites and second-hand electronic fashion sites, and whether they had heard of these sites before, the status of using these sites and which products they preferred. In the second part of the questionnaire, a total of 33 items of 7 scales, including economic benefit, sustainability, trust, electronic word of mouth, price sensitivity, attitude and intention to use were included. Economic benefit has 4 items (Hamari et al., 2016), sustainability has 5 items (Hamari et al., 2016), trust has 6 items (Möhlmann, 2015), electronic word of mouth has 5 items (Hawapi et al., 2017), price sensitivity has 4 items (Goldsmith and Newell, 1997), attitude towards the understanding of

collaborative consumption has 5 items (Hamari et al., 2016) and finally, the intention to use second-hand electronic shopping sites has 4 items (Wang and Lin, 2011). The last part of the questionnaire consists of demographic questions. As for the analyzes, firstly Exploratory Factor Analysis and Confirmatory Factor Analysis were applied and the reliability and validity of the research model were proved. After the analyzes performed, structural equation modeling (hypothesis) was tested. SPSS 22 and AMOS 23 programs were used for analysis. In addition, frequency analysis was applied to the data obtained from the second-hand electronic shopping sites and second-hand electronic fashion sites in the first part of the questionnaire and to the demographic information of the participants in the last part

Results and Conclusions

As a result of the analyses, it was seen that economic benefit ($\beta=0,214$; $p<.05$), sustainability ($\beta=0,201$; $p<.05$), trust ($\beta=0,182$; $p<.05$), eWOM ($\beta=0,201$; $p<.05$), and price sensitivity ($\beta=0,229$; $p<.05$) affect attitudes towards collaborative consumption in a positive direction. Attitudes towards collaborative consumption affect the intention to use in a positive direction ($\beta=0,668$; $p<.05$). Furthermore, the mediating effect of the attitudes towards the collaborative consumption between the independent variables and the intention to use which is the dependent variable has been proved. In conclusion, all hypotheses are accepted.

1. GİRİŞ

İçinde yaşadığımız dönemde artış gösteren ekolojik ve ekonomik problemler insanlara geçmişten beri süregelen alışkanlıkların devam ettirilemeyeceğini fark ettirmiştir (Hamari vd., 2016). Ortaya çıkan bu farkındalık tüketicileri ekonomik olarak fayda elde edebilecekleri aynı zamanda çevreyi koruyan ve sürdürülebilir olan yeni tüketim biçimlerine yönlendirmiştir (Hawapi vd., 2017). Bu tüketim şekillerinden biri paylaşım ekonomisi kapsamında ele alınan ortak tüketimdir. Ortak tüketim, kişileri karşılıklı yarar elde etmek için bir araya getiren ve ortak bir yarar sağlarken doğal kaynakların tüketimini en aza indirmeyi amaçlayan bir tüketim biçimidir (Perren ve Grauerholz, 2015). Araba ve ev paylaşımından takas uygulamalarına, kitle fonlamasından ikinci el alışverişe kadar geniş bir kategori skalasına sahip paylaşım platformları ortak tüketim kapsamında ele alınmaktadır.

Ortak tüketim, dijital teknoloji çağının gereklilikleri doğrultusunda internet ve akıllı cihazlar ile entegre hale gelmiştir (Belk, 2014). İnternetin dünya çapında kullanımının artması ve özellikle mobil cihazlarda kullanımı, ortak tüketim platformlarını daha kullanışlı ve ulaşılabilir kılmıştır. Böylece internet bağlantısına sahip mobil cihazlar ile istenilen yerden istenilen zamanda ortak tüketimde bulunmak kolaylaşmıştır (Aigrain, 2012). Ortak tüketim platformlarına oldukça kolay ulaşılabilmesinin yanı sıra, bireylerin ortak tüketimde bulunmalarını teşvik eden bir takım içsel ve dışsal, maddi ve manevi motivasyonlar vardır (Hamari vd., 2016). Bu motivasyonlar sürdürülebilir tüketim ortamı oluşturarak çevreye fayda sağlama konusunda kişileri cezbederken aynı zamanda maliyetleri azaltarak kişilere ekonomik yarar sağlama gibi fiyat hassasiyetine sahip kişileri de bu platformlara çekmektedir (Tussyadiah, 2015; Hamari vd., 2016). Literatürde yer alan çalışmalarda paylaşım ekonomisi ve ortak tüketime katılma konusunda tüketicilerin bazı endişeler duyduğu da görülmektedir. Kişilerin en çok tedirginlik duydukları konunun ise ortak tüketim platformlarına ve platformlar vasıtasıyla ortak tüketimde buldukları kişilere karşı duydukları güven seviyesi olduğu tespit edilmiştir (Möhlmann, 2016; Hofmann vd., 2017). Literatürde ortak tüketime katılma motivasyonları içinde ele alınan diğer bir konu ise elektronik ağızdan ağıza iletişimidir. Tüketiciler elektronik ağızdan ağıza iletişim sayesinde kendi tecrübelerini diğer kişiler ile paylaşarak ortak tüketim platformlarının hem bilinirliklerini hem de kullanımlarını etkilemektedirler (Hawapi vd., 2017).

Çalışma kapsamında ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyetini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda literatürdeki çalışmalardan yola çıkılarak ekonomik yarar, sürdürülebilirlik, güven, elektronik ağızdan ağıza iletişim, fiyat hassasiyeti, tutum ve kullanma niyeti değişkenlerinin yer aldığı yedi değişkenli bir model oluşturulmuştur (Hamari vd., 2016; Hawapi vd., 2017; Möhlmann, 2016; Liang vd., 2018). Çalışmanın modelinde ekonomik yarar, sürdürülebilirlik, güven, elektronik ağızdan ağıza iletişim ve fiyat hassasiyeti değişkenleri bağımsız değişkenler, ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumlar aracı değişken ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Çalışmada bağımsız değişkenler ve bağımlı değişken arasındaki

ilişkiler ve bu ilişkilerde tutumun aracılık rolü incelenmiştir. Bu çalışma, literatürdeki farklı çalışmalarda ortak tüketime yönelik tutumlar ve ortak tüketimde bulunma niyeti ile ilişkisi incelenen unsurları bir araya getirerek, tutum ve kullanma niyeti üzerindeki etkilerini ortaya koymaktadır (Hamari vd., 2016; Hawapi vd., 2017; Möhlmann, 2016; Liang vd., 2018; Fraiberger ve Sundararajan, 2015; Tussyadiah, 2015; Hauser vd., 2013).

2. PAYLAŞIM EKONOMİSİ VE ORTAK TÜKETİM

Web 2.0 dönemine girilmesi ile birlikte bilgi sistemlerinde meydana gelen gelişmeler, kullanıcılar tarafından içeriklerin oluşturulmasını, paylaşım yapılmasını ve iş birliğini destekleyen platformların geliştirilmesinin yolu açmıştır (Hamari vd., 2016; Kaplan ve Haenlein, 2010). İnternet ve Web 2.0, eski paylaşım yollarını kolaylaştırmanın yanı sıra yeni paylaşım yollarının oluşmasına da zemin hazırlamıştır (Belk, 2014). Bu paylaşım yollarından biri ilk kez Napster tarafından oluşturulmuştur. Kişiler arasında ücretsiz olarak müzik ve film paylaşmaya olanak sağlayan bir platform olan Napster, müzik ve film endüstrilerinde satışların düşmesine neden olmuştur. Aigrain (2012)'ye göre "paylaşım savaşları" olarak da adlandırılan Napster'a karşı açılan fikri mülkiyet hakları davaları sonucu Napster kapatılmıştır. Napster'ın kapatılmasının ardından The Pirate Bay, Grokster, Gnutella ve Freenet gibi paylaşım olanağı sağlayan birçok alternatif paylaşım platformunu ortaya çıkarmıştır (Belk, 2014). Paylaşım platformlarının önlenemeyen artışı, kişilerin ortak tüketimde buldukları, çeşitli ürünleri, hizmetleri ya da bilgileri paylaştıkları yeni bir ekonomi çeşidini oluşturmuştur. Paylaşım ekonomisi olarak adlandırılan bu yeni ekonomi Belk (2007)'e göre geleneksel alışverişler sonucu bir ürün veya hizmete sahip olmanın alternatifi olarak değerlendirilirken, Hamari vd. (2016)'ne göre ise çevrimiçi ortamlarda ürün ve hizmet paylaşımını destekleyen bilişim ve diğer bilgisayar teknolojileriyle kuşatılmış şemsiye bir kavram olarak tanımlanmıştır.

Paylaşım ekonomisi olarak adlandırılan yeni ekonominin en temel kavramlarından biri ortak tüketimdir. Retamal (2019)'a göre paylaşım ekonomisinin alter egosu olarak tanımlanan ortak tüketim (collaborative consumption), ilk olarak Felson ve Speath (1978)'in "Community Structure and Collaborative Consumption: A Routine Activity Approach" makalesi ile literatüre sunulmuştur. Literatüre kazandırıldığından beri paylaşım ekonomisi ve ortak tüketim kavramları yazarlar tarafından farklı açılardan ele alınıp tanımlanmıştır. Belk (2010) "paylaşım" (sharing) terimini, Botsman ve Rogers (2010) "paylaşımçı (ortak) tüketim" terimini kullanmayı tercih etmiştir. Ticari açıdan paylaşım ekonomisini ve ortak tüketim kavramlarını ele alan Gansky (2010) "ağ ızgara" (the mesh) terimini, Lamberton ve Rose (2012) "ticari paylaşım sistemleri" (commercial sharing systems) terimini kullanmıştır (Yakın, 2018). Türkçe literatürde ise başta paylaşım ekonomisi ve ortak tüketim olmak üzere işbirlikçi tüketim, katılımcı tüketim, paylaşımlı ve paylaşımçı tüketim terimleri de kullanılmaktadır.

Gün geçtikçe artan internet ve akıllı cihaz kullanımı ile birlikte ortak tüketime dayanan paylaşım platformlarının sayısı ve çeşitliliği de artmıştır. Paylaşım platformları, araç ve ev paylaşımı, takas, konaklama, imece fonlama, sosyal sorumluluk, sosyal girişim, ortak ofis, hizmet paylaşımı ve ikinci el alışveriş platformları olarak kategorilere ayrılmaktadır (Kacar, 2018). Bu kategorilere dünyadan ve Türkiye’den araç paylaşımı ve kiralama için Uber ve Sharemyfare, konaklama için Airbnb ve Hemen Kiralık, fonlama için Kickstarter ve Arıkovanı, takas için Freecycle ve Takasyolu, yemek paylaşımı için Eatwith ve Komşu Yemeği, ortak çalışma alanı için WeWork ve Kolektif House, hizmet paylaşımı için TaskRabbit ve Armut, ikinci el alışveriş için eBay ve Letgo ve son olarak ikinci el moda alışveriş için Poshmark ve Dolap platformları örnek gösterilmektedir. Paylaşım platformlarının çeşitlenmesindeki ve sayılarındaki artışın sebebi ise Hamari vd. (2016) tarafından ekonomik fayda ve sürdürülebilirliğe katkı sağlamaları gösterilirken, Hawapi vd. (2017) elektronik ağızdan ağıza iletişimin ortak tüketime katılmanın bir öncülü olduğunu savunmaktadır. Möhlmann (2016) paylaşım platformları kullanılırken platforma ve paylaşımında bulunulan kişilere olan güvenin önemini vurgularken, Liang vd. (2018)’nin çalışması ise fiyat hassasiyetine sahip kişilerin ortam tüketim faaliyetlerini tekrarladıklarını göstermektedir. Bu makalelerden yola çıkarak ekonomik fayda, sürdürülebilirlik, güven, elektronik ağızdan ağıza iletişim ve fiyat hassasiyeti değişkenleri, ortak tüketime ilişkin tutumlar ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyetlerinin öncülleri olarak çalışma kapsamında ele alınmıştır.

2.1. Ekonomik Fayda

Ortak tüketim faaliyetlerine katılmada en önemli unsurlardan biri, ekonomik fayda elde etme isteğidir. Paylaşım ekonomisi kapsamında ekonomik fayda, kişilerin ortak tüketimde bulunmalarından dolayı elde edecekleri maddi değerler bütünüdür (Li ve Wen, 2019). Literatürde yer alan ortak tüketim faaliyetlerini ekonomik nedenlerle ilişkilendiren çalışmalar incelendiğinde, paylaşımında bulunmada en kritik rolün ekonomik fayda elde etme isteği olduğu (Lamberton ve Rose, 2012), ortak tüketime katılmaya teşvik eden en önemli faktörün ekonomik endişe olduğu (Bardhi ve Eckhardt, 2012), ortak tüketimde daha az maliyete katlanarak daha çok değer elde edildiği ve bu doğrultuda ekonomik fayda elde edildiği (Botsman ve Rogers, 2010; Gansky, 2010) üzerinde durulmuştur. Fraiberger ve Sundararajan (2015) tarafından araç paylaşımının konu alındığı bir çalışmada, ortalama gelirin altındaki katılımcıların ekonomik fayda elde etme isteği doğrultusunda araç paylaşımında buldukları tespit edilmiştir. Belk (2014) ise ortak tüketimde bulunmada en önemli unsurun sosyal ya da çevresel fayda elde etmekten çok ekonomik fayda elde etmek olduğunu ortaya koymuştur. Literatürde yer alan çalışmalardan yola çıkılarak H1 ve H2 hipotezleri kurulmuştur.

H1: Ekonomik yarar ve ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumlar arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Ekonomik yarar ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

2.2. Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik ekolojik dengeyi koruma amacı güden, ortak tüketim faaliyetlerine katılmada etkili olan unsurlardan biridir. Çevresel sürdürülebilirlik konusundaki hassasiyet ve bilgi düzeyinin artması, tüketicilerin ve hükümetlerin bu konuya verdikleri önemi artırmıştır (Köse, 2020). Sürdürülebilir tüketim kapsamında ortak tüketim platformlarının kullanımı da desteklenmektedir (Schor ve Fitzmaurice, 2015, Hawapi vd., 2017). Phipps vd. (2013)'e göre ortak tüketim platformları hem mevcut hem de gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamak için tüketimin çevresel, sosyal ve ekonomik sonuçlarını optimize ederek, sürdürülebilir bir pazar oluşturmaktadır. Bu platformlar daha iyi bir çevre için gereksiz kaynak tüketimini en aza indirmeyi amaçlayarak, eşyanın kendisinden ziyade kullanımının satın alınmasını yani kiralanmasını ya da ikinci elinin alınmasını desteklemektedir (Binner vd., 2015). Literatürde yer alan çalışmalarda ise Hamari vd. (2016) sürdürülebilirliğin, kullanıcıların ortak tüketime yönelik tutumlarını ve tutumlar aracılığıyla davranışsal niyetlerini önemli ölçüde etkilediğini belirtirken, Tussyadiah (2015) ve May vd. (2008) ortak tüketime katılımı sürdürülebilirliğin itici bir güç olduğunu vurgulamışlardır. Bu doğrultuda sürdürülebilirliğin ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumlar ile ikinci el e-modu sitelerini kullanma niyeti üzerindeki etkisini incelemek amacıyla kurulan hipotezlere aşağıda yer verilmiştir. Bu bilgiler ışığında H3 ve H4 hipotezleri kurulmuştur.

H3: Sürdürülebilirlik ve ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumlar arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Sürdürülebilirlik ve ikinci el e-modu sitelerini kullanma niyeti arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

2.3. Güven

Güven, iki veya daha fazla taraf arasında gerçekleşen eylemlerde, tarafların birbirlerinin dürüstlüğüne inanma seviyesi olarak tanımlanmaktadır (Deutsch, 1958; Larzelere ve Huston, 1980). Ortak tüketim platformlarında ise güven, kullanıcının ürünü ya da hizmeti sağlayan kişiye veya kuruma olan inancını temsil etmektedir (Möhlmann, 2015; Hoffman vd., 2013: 593). Yeterli önlemler alınmadığında oluşabilecek güven eksikliği, ortak tüketim platformlarının işleyişini olumsuz yönde etkilemektedir (Bhattacharjee, 2002; Melnik ve Alm, 2002). Ortak tüketim platformlarına yönelik mevcut yasal düzenlemelerdeki eksiklikler kişilerin bu platformlara karşı güvensiz hissetmesine yol açarak platformların kullanımını azaltmaktadır (Owyang, 2013). Paylaşım ekonomisi kapsamında gerçekleştirilen çalışmalarda ise güven birçok yazar tarafından aktif olarak ortak tüketime katılmada belirleyici unsur olarak ele alınmıştır (Botsman ve Rogers, 2010; Owyang vd., 2014, Möhlmann, 2015). Ayrıca güvenin davranışsal niyet ve ortak tüketime yönelik tutumlar üzerinde önemli bir yordayıcı olduğu tespit edilmiştir (Billows ve McNeill, 2018; Hamari, 2016; Barnes ve Mattsson, 2017). Bu bilgiler doğrultusunda H5 ve H6 hipotezleri kurulmuştur.

H5: Güven ve ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumlar arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Güven ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

2.4. Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim (eWOM)

Ağızdan ağıza iletişim kavramı bir ürün hakkında ticari olmayan varlıklar arasında fiziksel ortamda gerçekleşen iletişimi ifade etmektedir (Hawapi vd., 2017). İnternet, sosyal medya kanalları ve akıllı cihazların kullanımının artmasıyla birlikte ağızdan ağıza iletişim de internet üzerinden gerçekleşmeye başlamıştır. İnternet ortamında gerçekleştirilen bir tüketiciden diğer bir tüketiciye olan bilgi alışverişi elektronik ağızdan ağıza iletişim (electronic word of mouth, e-wom) olarak adlandırılmaktadır (Gruen vd., 2006). Elektronik ağızdan ağıza iletişim özellikle soyut ürün ve hizmetlerin sunulduğu ortak tüketim faaliyetlerinde önemli bir role sahiptir (Gretzel vd., 2016). Bu tarz ortak tüketim faaliyetlerinde potansiyel kullanıcıların tutumlarını ve kullanma kararlarını daha önceki kullanıcılar tarafından ürün ya da hizmetlere ilişkin yapılan değerlendirmeler etkilemektedir (Polanco-Diges ve Debasa, 2020, Yanng vd., 2018; Hawapi vd., 2017). Özellikle ev, araç ve ofis paylaşımı gibi konaklama ve turistik amaçlı ortak tüketim faaliyetlerine katılma üzerinde en etkili bilgi kaynağının elektronik ağızdan ağıza iletişim olduğu tespit edilmiştir (Albarq, 2014). Bu çalışmalar doğrultusunda H7 ve H8 hipotezleri kurulmuştur.

H7: Elektronik ağızdan ağıza iletişim ve ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumlar arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

H8: Elektronik ağızdan ağıza iletişim ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

2.5. Fiyat Hassasiyeti

Fiyat, tüketicilerin davranışsal niyetleri üzerinde etkisi olan belirleyici bir faktördür (Kim ve Kim, 2004; Moon vd., 2008; Yoon, 2002). Fiyat hassasiyeti ise tüketicilerin fiyat seviyelerine ve fiyat değişikliklerine verdikleri tepki seviyesini ifade etmektedir (Goldsmith ve Newell, 1997). Fiyat hassasiyeti yüksek tüketiciler benzer ürünlerin değerini ya da faydasını ürünün fiyatına göre değerlendirmektedirler (Liang vd., 2018). Paylaşım ekonomisi kapsamında ortak tüketimde bulunan ürünlerin ve hizmetlerin fiyatları ile geleneksel yollardan tüketilen ürün ve hizmetlerin fiyatları karşılaştırıldığında, ortak tüketimin daha uygun fiyatlı ürün ve hizmetler sunduğu görülmektedir (Sordi vd., 2018; Santoso ve Erdaka, 2015). Bu nedenle fiyat hassasiyeti yüksek kişilerin ortak tüketim platformlarına yönelik olumlu tutumlar beslemeleri ve bu platformları daha fazla kullanmaları beklenmektedir (Hauser vd., 2013; Goldsmith vd., 2010; Liang vd., 2018). Literatürde yer alan çalışmalar doğrultusunda H9 ve H10 hipotezleri kurulmuştur.

H9: Fiyat hassasiyeti ve ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumlar arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

H10: Fiyat hassasiyeti ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

2.6. Tutum ve Kullanma Niyeti

Ajzen (1991)'e göre tutum, davranışın en temel belirleyicisidir. Planlı davranış teorisi ve gerekçeli eylem teorisi, belirli bir davranışı gerçekleştirmeye yönelik olumlu bir tutumun, davranışı fiilen gerçekleştirme niyetinden önce geldiğini öne sürmektedir (Ajzen ve Fishbein, 1980; Ajzen, 1985). Literatürde tutum ve davranış tutarlılığının incelenmesine yönelik birçok çalışma mevcuttur (Fishbein ve Ajzen, 1977; Feldman ve Lynch, 1988; Billows ve McNeill, 2018). Bazı çalışmalarda bir olguya ilişkin olumlu tutumlara sahip olunmasına rağmen davranışsal niyetlerin negatif yönde olabileceği görülmektedir (Phipps vd., 2013; Bray vd., 2011). Ortak tüketim kapsamında gerçekleştirilen çalışmalarda ise ortak tüketime yönelik pozitif tutumların, ortak tüketime katılma niyetini de olumlu yönde etkilediği ve ortak tüketim faaliyetlerini gerçekleştirmede en önemli yordayıcılardan biri olduğu tespit edilmiştir (Hamari vd. 2016; Hwang ve Griffiths, 2017; Linblom vd., 2018). Bu doğrultuda H11 hipotezi kurulmuştur.

H11: Ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumlar ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki vardır.

Literatürdeki çalışmalarda planlı davranış teorisi çerçevesinde, sürdürülebilirlik ve ekonomik motivasyonların (Ek Styvén ve Mariani 2020; Hamari vd., 2016), güvenin (Cheung ve To, 2017), elektronik ağızdan ağıza iletişimin (Jalilvand vd., 2012) ve fiyat hassasiyetinin (Hauser vd., 2013) davranışsal niyet ile ilişkisinde tutumların aracı rolü test edilmiştir. Bu bilgiler ışığında çalışma kapsamında ele alınan bağımsız değişkenlerin ortak tüketime yönelik tutumları etkilediği ve tutumların da ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyetini olumlu yönde etkilediği tahmin edilmektedir. Bu doğrultuda ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumların aracılık rolünün test edilmesi amacıyla H12, H13, H14, H15 ve H16 hipotezleri kurulmuştur.

H12: Ekonomik yarar ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti arasındaki ilişkide ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumların aracılık rolü vardır.

H13: Sürdürülebilirlik ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti arasındaki ilişkide ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumların aracılık rolü vardır.

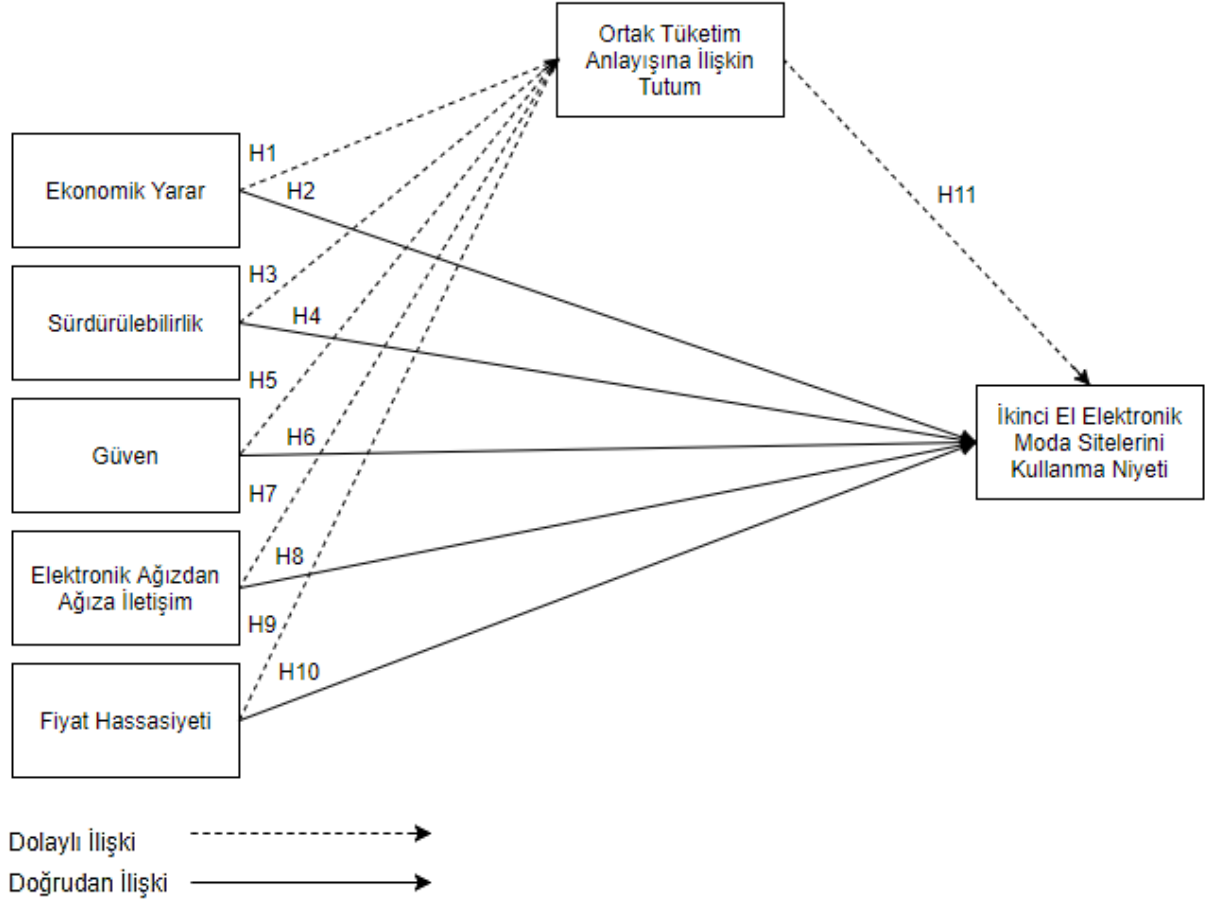
H14: Güven ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti arasındaki ilişkide ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumların aracılık rolü vardır.

H15: Elektronik ağızdan ağıza iletişim ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti arasındaki ilişkide ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumların aracılık rolü vardır.

H16: Fiyat hassasiyeti ve ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti arasındaki ilişkide ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumların aracılık rolü vardır.

Oluşturulan hipotezlerin model üzerindeki görünümü ise Şekil 1’deki gibidir.

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



3. YÖNTEM

Araştırmanın evrenini, Türkiye’deki ikinci el alışveriş siteleri hakkında bilgi sahibi olan kişiler oluşturmaktadır. Anket tekniği kullanılarak veriler toplanırken, kolay ve ucuz bir yöntem olması, hızlı veri toplama olanağı sağlaması sebebiyle kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket formunun ilk bölümünde katılımcılara ikinci el e-alışveriş siteleri ve ikinci el e-moda siteleri ile ilgili çeşitli sorular sorulmuştur. İkinci bölümde ekonomik yarar, sürdürülebilirlik, güven, elektronik ağızdan ağıza iletişim, fiyat hassasiyeti, tutum ve kullanma niyeti olmak üzere 7 ayrı ölçeğe ait toplam 33 ifadeye yer verilmiştir. Ekonomik yarar Hamari vd. (2016)’den 4 ifade ile, sürdürülebilirlik Hamari vd. (2016)’den alınan 5 ifade ile, güven Möhlmann (2015)’nin 6 ifade ile, elektronik ağızdan ağıza iletişim Hawapi vd. (2017)’den alınan 5 ifade ile, fiyat hassasiyeti Goldsmith

ve Newell (1997)'den alınan 4 ifade ile, ortak tüketim anlayışına ilişkin tutum Hamari vd. (2016)'nin 5 ifade ile ve son olarak ikinci el e-alışveriş sitelerini kullanma niyeti Wang ve Lin (2011)'den 4 ifade kullanılarak ölçülmüştür. Son bölümde ise katılımcıların demografik özelliklerini ölçmeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

Veriler analiz edilirken öncelikle keşfedici faktör analizi ardından doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış araştırma modelinin güvenilirliği ve geçerliliği kanıtlanmıştır. Gerçekleştirilen analizlerden sonra yapısal eşitlik modellemesi kurularak hipotezler test edilmiştir. Analizler için SPSS 22 ve AMOS 23 programları kullanılmıştır. Son olarak anket formunun ilk bölümünde yer alan ikinci el e-alışveriş siteleri ve ikinci el e-moda siteleri ile ilgili elde edilen verilere ve son bölümündeki katılımcıların demografik bilgilerine ilişkin verilere frekans analizi uygulanmıştır.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Araştırmanın örneklemini, Türkiye'deki ikinci el e-alışveriş siteleri hakkında bilgi sahibi olan 316 kişi oluşturmaktadır. Örneklemin demografik özelliklerinin tespiti amacıyla frekans analizi uygulanmış, analiz sonucunda elde edilen bulgular Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Araştırma Katılımcılarının Demografik Bilgileri

Medeni Durum	Frekans (n)	Yüzde (%)	Hanehalkı Geliri	Frekans (n)	Yüzde (%)
Evli	46	14,6	2500 TL ve altı	62	19,6
Bekar	270	85,4	2501 ve 5000 TL	165	52,2
Cinsiyet			5001 TL ve üzeri	89	28,2
Kadın	185	58,5	Ekonomik Durum Değerlendirmesi		
Erkek	131	41,5			
Yaş Aralığı			Çok Kötü	11	3,5
0-18	125	39,6	Kötü	29	9,2
19-24	174	55,1	Orta	176	55,7
25-34	14	4,4	İyi	94	29,7
35-44	3	0,9	Çok İyi	6	1,9
Eğitim Durumu			Meslek		
İlköğretim mezunu	1	0,3	Öğrenci	168	53
Lise mezunu	105	33,2	Özel Sektör Çalışanı	108	34
Ön lisans mezunu	18	5,7	Memur	24	8
Lisans mezunu	156	49,4	Serbest Meslek Çalışanı	10	3
Yüksek lisans mezunu	34	10,8	Çalışmıyor	6	2
Doktora mezunu	2	0,6	Toplam	316	100

Araştırma katılımcılarının %85,4'ünün bekar olduğu, %14,6'sının evli olduğu tespit edilmiştir. Örneklemin %58,5'i kadın, %41,5'i erkek katılımcıdan oluşmaktadır. En fazla katılımcı oranına sahip yaş aralığı 19-24 yaş arası olup %55,1'lik orana sahiptir. Ankete katılım gösterenlerin eğitim durumunda ise %49,4 ile lisans mezunlarını ağırlıktadır. Anket katılımcılarının hane halkı gelirlerine yönelik katılımcılara yöneltilen sorular sonucunda %52,2'lik oranla en fazla dağılım 2501 ve 5000 TL aralığındadır. Anket katılımcılarından elde edilen meslek bilgilerine göre ise katılımcıların %53'lük

oran ile öğrenci, %34'lük oran ile özel sektör çalışanı, %8'lük oran ile memur, %3'lük oran ile serbest meslek çalışanından oluştuğu ve son olarak %2'lik kısmının çalışmadığı tespit edilmiştir.

Katılımcılara yönetilen ikinci el e-alışveriş ve ikinci el e-moda siteleri ile ilgili sorular sonucunda, katılımcıların %91'i Sahibinden, %88'i Gittigidiyor, %85'i Letgo, %62'si Dolap, %49'u Gardrops ve %48'i Modacruz sitelerini bildiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca katılımcıların %32'si daha önce hiç e-alışveriş sitelerini kullanmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %57'si, ikinci el e-alışveriş sitelerini ikinci el ürün satmak için, %53'ü ikinci el ürün almak için, %6'sı ürün takas etmek için, %2'si ürün kiralamak ve %1'i ürün bağışlamak için kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların daha çok elektronik eşya (%37), moda ürünü (%33'ü), ardından sırasıyla kitap, mobilya, bisiklet, araba ve oyuncak için ikinci el e-alışveriş sitelerini kullandıkları ortaya çıkmıştır. İkinci el e-moda siteleriyle ilgili olarak ise katılımcıların %41'i daha önce bu platformları kullandığını, %24'ü hiç kullanmadığını ve %34 ü de daha sonra kullanmayı düşündüğünü belirtmiştir. Ayrıca katılımcıların en çok Dolap uygulamasını (%36), ardından Gardrops, ModaCruz ve Davet Çok Elbisem Yok sitelerini kullandıkları ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %39'u ikinci el moda ürünü satmak için, %25'i ikinci el moda ürünü almak için, %1'i moda ürünü kiralamak ve %1'i moda ürünü takas etmek için ikinci el e-moda sitelerini kullandıklarını belirtmişlerdir.

4.2. Güvenilirlik, Geçerlilik ve Keşfedici Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Çalışma kapsamında kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliliklerinin tespit edilebilmesi için sırasıyla güvenilirlik ve keşfedici faktör analizleri yapılmıştır. Ölçümlerin gücünü artıran bir unsur olan güvenilirlik farklı yerlerde yapılan ölçümler sonucunda birbirine yakın sonuçlar elde edilmesi olarak açıklanabilmektedir (Çakmur, 2012). Kullanılan ölçeğin güvenilirliği tespit edilirken Cronbach Alfa katsayısının 0,60'dan yüksek olması istenmektedir (Lorcu, 2015). Anket ölçeklerinin Cronbach Alfa değerleri ekonomik yarar ölçeği için 0,902, sürdürülebilirlik ölçeği için 0,948, güven ölçeği için 0,941, elektronik ağızdan ağıza iletişim ölçeği için 0,933, fiyat hassasiyeti ölçeği için 0,922, tutum ölçeği için 0,950 ve son olarak kullanma niyeti ölçeği için 0,937 olarak bulunmuştur. Ölçeklere ait Cronbach Alfa değerleri $0,80 \leq \alpha \leq 1$ aralığında yer aldığı için tüm araştırma ölçeklerinin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 2 de görüldüğü üzere tüm ölçeklerin KMO değerleri 0,60 değerinin üzerinde olup Bartlett's testleri anlamlıdır ($p = 0,000$). Sonuç olarak değişkenlere ait yüksek KMO değerleri verilerin faktör analizine uygun olduğunu gösterirken, Bartlett's küresellik testlerinin anlamlı olması ise araştırma değişkenlerinin arasındaki ilişkilerin yer aldığı matrisin faktör analizi için anlamlı çıktığını kanıtlamaktadır. Ayrıca anket ölçeklerinin birbirleri ile olan ilişkilerini incelemek amacıyla ölçeklere korelasyon analizi uygulanmıştır. Tablo 3'de değişkenler arası korelasyonlar gösterilmektedir.

Tablo 2. Güvenilirlik, Geçerlilik ve Keşfedici Faktör Analizi Sonuçlar

Ölçekler Boyutlar	Faktör Yükleri	Ort.	Açıklanan Varyans %	Cronbach α	KMO Testi	Bartlett Testi
Ekonomik Yarar						
ey1	0,914	3,570	77,496	0,902	0,838	$\chi^2=807,337$ p=0,000
ey2	0,873	3,530				
ey3	0,893	3,510				
ey4	0,840	3,420				
Sürdürülebilirlik						
s1	0,921	3,580	82,739	0,948	0,913	$\chi^2=1492,610$ p=0,000
s2	0,884	3,560				
s3	0,915	3,670				
s4	0,914	3,610				
s5	0,914	3,630				
Güven						
g1	0,851	3,360	77,480	0,941	0,929	$\chi^2=1608,633$ p=0,000
g2	0,858	3,360				
g3	0,911	3,320				
g4	0,903	3,440				
g5	0,889	3,350				
g6	0,868	3,370				
Elektronik ağızdan ağıza iletişim (eWOM)						
ew1	0,892	3,550	79,004	0,933	0,905	$\chi^2=1261,006$ p=0,000
ew2	0,883	3,550				
ew3	0,905	3,390				
ew4	0,864	3,310				
ew5	0,899	3,480				
Fiyat Hassasiyeti						
fh1	0,910	3,580	81,114	0,922	0,854	$\chi^2=936,945$ p=0,000
fh2	0,885	3,510				
fh3	0,902	3,480				
fh4	0,906	3,550				
Tutum						
t1	0,926	3,360	83,554	0,950	0,914	$\chi^2=1561,128$ p=0,000
t2	0,881	3,200				
t3	0,923	3,450				
t4	0,914	3,460				
t5	0,926	3,390				
Kullanma Niyeti						
kn1	0,921	3,180	84,363	0,937	0,865	$\chi^2=1098,641$ p=0,000
kn2	0,928	3,100				
kn3	0,909	3,030				
kn4	0,916	3,060				

Değişkenler arasındaki ilişkilerin tümü 0,01 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Değişkenler arasındaki ilişki düzeylerine bakıldığında en yüksek ilişkinin tutum ve kullanma niyeti ($r=0,934$, $p<0,01$) arasında, en az ilişkinin ise elektronik ağızdan ağıza iletişim ve sürdürülebilirlik ($r=0,807$, $p<0,01$) arasında olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar

	Eko. Yarar	Sürd.	Fiyat Has.	Güven	E.Ağızdan Ağıza İlet.	Tutum	Kull. Niyeti
Eko. Yarar	1						
Sürd.	,833**	1					
Fiyat Has.	,844**	,821**	1				
Güven	,844**	,838**	,838**	1			
E.Ağızdan Ağıza İlet.	,847**	,807**	,809**	,836**	1		
Tutum	,889**	,882**	,884**	,893**	,880**	1	
Kull. Niyeti	,884**	,878**	,871**	,880**	,870**	,934**	1

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

4.3. Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Doğrulayıcı faktör analizi AMOS programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Veri setinin normal dağılım gösterdiğinden analiz yapılırken maksimum likelihood yöntemi seçilerek kovaryans matrisi oluşturulmuştur. Doğrulayıcı faktör analizi model için uygulanmış model uyum iyiliğinin iyi değerlere sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 4. Doğrulayıcı Faktör Analizi Model Uyum İyiliği Değerleri

Model Uyum Ölçütü	Kriterler	Model Uyum İyiliği Değerleri
χ^2	$p > 0,05$	0,118
χ^2/sd	$\chi^2/sd \leq 2$ mükemmel $\chi^2/sd \leq 3$ iyi	1,077
GFI	$,95 \leq GFI$ mükemmel $,90 \leq GFI$ iyi	0,915
AGFI	$,90 \leq AGFI$ mükemmel $,85 \leq AGFI$ iyi	0,900
RMR	$RMR \leq 0,05$ mükemmel $RMR \leq 0,08$ iyi	0,017
SRMR	$SRMR \leq ,05$ mükemmel $SRMR \leq ,08$ iyi	0,016
NFI	$,95 \leq NFI$ mükemmel $,90 \leq NFI$ iyi	0,959
NNFI (TLI)	$,95 \leq NNFI$ (TLI) mükemmel $,90 \leq NNFI$ (TLI) iyi	0,997
CFI	$,95 \leq CFI$ mükemmel $,90 \leq CFI$ iyi	0,997
RMSEA	$RMSEA \leq ,05$ mükemmel $RMSEA \leq ,08$ iyi	0,016

Kaynak: Hair vd., (2006).

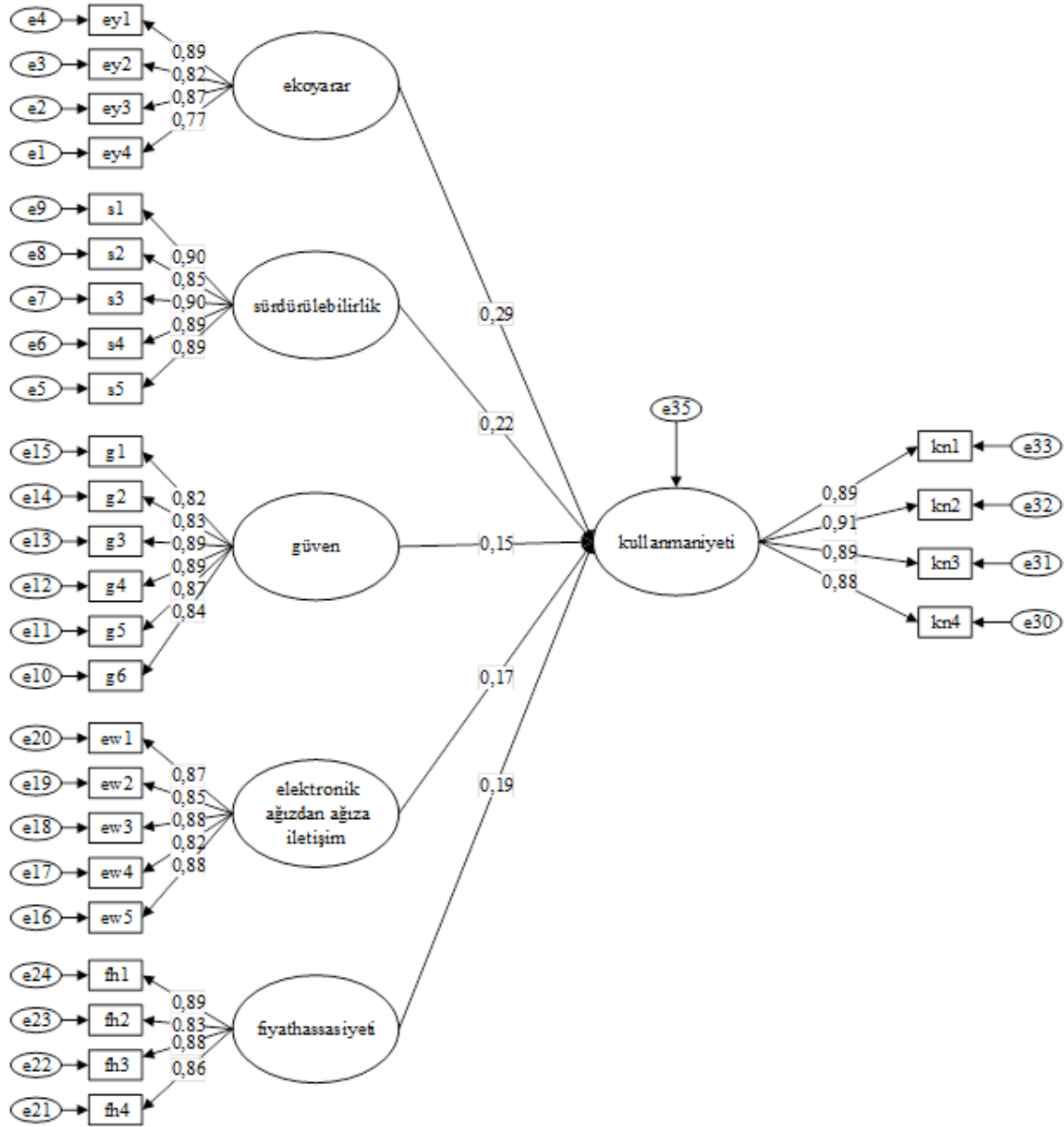
Araştırma modelinin 0,118 olarak bulunan χ^2 değerinin 0,05'ten büyük olması model uyumu açısından istenen bir durumdur. Bu bilgiler ışığında araştırma modelinin 1,077 olarak bulunan χ^2/sd değeri, 2'den küçük olduğu için kurulan modelin χ^2/sd değeri açısından mükemmel uyum gösterdiği görülmektedir. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen bilgiler ışığında GFI değeri 0,915, CFI değeri 0,997, NFI değeri 0,959, NNFI (TLI) değeri 0,997 ve AGFI değeri ise 0,900 olarak bulunmuştur. Buna göre model uyumunun GFI değerine göre iyi uyum, AGFI, CFI, NFI ve NNFI (TLI) değerlerine göre ise mükemmel uyum gösterdiği tespit edilmiştir. RMR, SRMR ve RMSEA değerleri 0,017, 0,016

ve 0,016 olarak bulunmuşlardır. Buna göre model ve veri seti arasındaki uyumun mükemmel olduğu anlaşılmaktadır.

4.4. Yol Analizine İlişkin Bulgular

Gerçekleştirilen analizlerde tutumun aracılık rolünün olup olmadığının tespit edilebilmesi için aracı değişkensiz (Model 1) ve aracı değişkenli (Model 2) olarak iki ayrı model kurulmuştur. AMOS programı ile yol analizi yapılarak, Model 1 ve Model 2'ye ilişkin standardize edilmiş yol katsayıları Şekil 2 ve Şekil 3'teki modeller üzerinde gösterilmiştir. Yol katsayılarının model üzerinde daha iyi gösterilmesi için model ve yol katsayıları Microsoft Visio programı kullanılarak yeniden çizilmiştir.

Şekil 1. Aracı Değişkensiz Yol Analizi (Model 1)



Model 1'in yol analizi sonuçlarına Tablo 5'te yer verilmektedir. Bağımsız değişken olan ekonomik yarar ($\beta:0,29$; $p<0,05$), sürdürülebilirlik ($\beta:0,22$; $p<0,05$), güven ($\beta:0,15$; $p<0,05$), elektronik

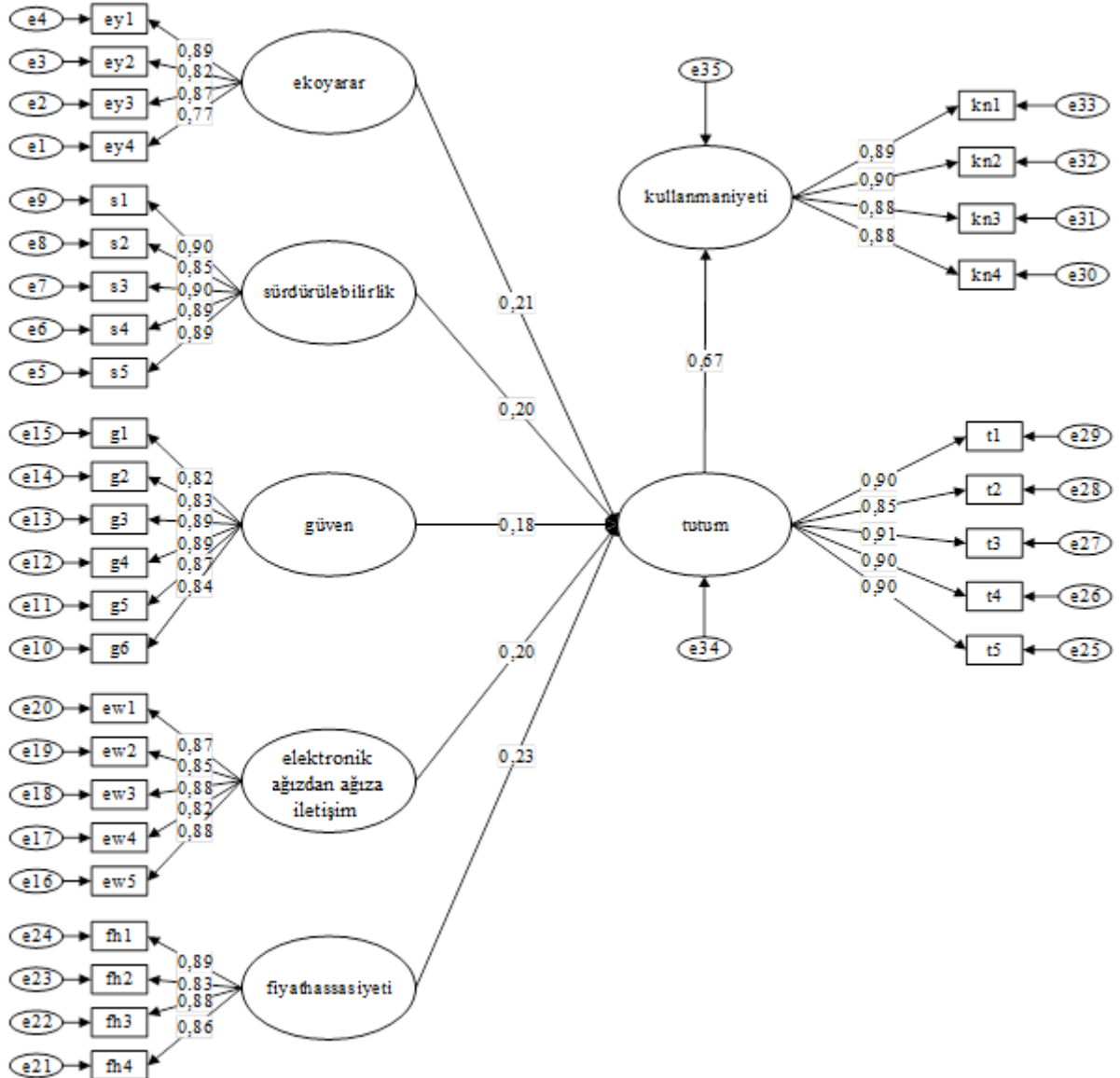
ağızdan ağıza iletişim ($\beta:0,17$; $p<0,05$) ve fiyat hassasiyeti ($\beta:0,19$; $p<0,05$) değişkenleri ile bağımlı değişken olan kullanma niyeti arasında kurulan yolların istatistiksel olarak anlamlı ($p<0,05$) oldukları görülmektedir.

Tablo 5. Yol Analizi Sonuçları (Model 1)

Hip.	Yol	Std. β	Std. Hata	Kritik Oran	P	Sonuç	
H2	ekoyarar	kull.niyeti	0,29	0,13	2,673	0,008	Desteklendi
H4	sürd.	kull.niyeti	0,22	0,06	3,716	0,000	Desteklendi
H6	güven	kull.niyeti	0,15	0,07	2,221	0,026	Desteklendi
H8	e.ağızdan ağıza ilet.	kull.niyeti	0,17	0,07	2,431	0,015	Desteklendi
H10	fiyathas.	kull.niyeti	0,19	0,08	2,504	0,012	Desteklendi

Aracı değişken olmadan gerçekleştirilen yol analizinin ardından araştırmanın tüm değişkenlerinin yer aldığı modele yol analizi uygulanmıştır. Değişkenler arasındaki yol katsayıları Şekil 3'de görülmektedir.

Şekil 2. Aracı Değişkenli Yol Analizi (Model 2)



Tablo 6 incelendiğinde bağımsız değişken olan ekonomik yarar ($\beta:0,21$; $p<0,05$), sürdürülebilirlik ($\beta:0,20$; $p<0,05$), güven ($\beta:0,18$; $p<0,05$), elektronik ağızdan ağıza iletişim ($\beta:0,20$; $p<0,05$) ve fiyat hassasiyeti ($\beta:0,23$; $p<0,05$) değişkenleri ile aracı değişken olan tutum arasındaki yol katsayılarının ($p<0,05$) istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca tutum ile kullanma niyeti arasında kurulan yol da ($\beta:0,67$; $p<0,05$) pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olarak bulunmuştur. Sonuç olarak H1, H3, H5, H7, H9 ve H11 hipotezleri desteklenmiştir.

Tablo 6. Yol Analizi Sonuçları (Model 2)

Hip.	Yol		Std. β	Std. Hata	Kritik Oran	P	Sonuç
H1	ekoyar.	tutum	0,21	0,12	2,196	0,028	Desteklendi
H3	surd.	tutum	0,20	0,06	3,704	0,000	Desteklendi
H5	guven	tutum	0,18	0,07	2,854	0,004	Desteklendi
H7	e.ağızdan ağıza ilet.	tutum	0,20	0,07	3,074	0,002	Desteklendi
H9	fiyathas.	tutum	0,23	0,07	3,235	0,001	Desteklendi
H11	tutum	kull.niyeti	0,67	0,19	3,649	0,000	Desteklendi

4.5. Aracılık Testi Bulguları

Çalışmada bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken olan ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti arasındaki ilişkide, ortak tüketim anlayışına ilişkin tutumların aracılık rolü test edilmiştir. Aracılık rolünden söz edebilmek için Model 1 ve Model 2'ye ilişkin sonuçlar karşılaştırılmış ve Tablo 7'de gösterilmiştir. Tablo 7'ye göre, Model 1'de bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasında kurulan yollar pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olarak bulunurken, Model 2'nin yol analizi sonuçlarına göre, yollar ($p>0,05$) istatistiksel olarak anlamsızlaşmakta ve standardize edilmiş regresyon katsayılarında (Std. β) düşüşler gözlemlenmektedir. Kurulan yolların istatistiksel olarak anlamsızlaşması tutumun tam aracılık rolüne sahip olduğunu göstermektedir (Baron ve Kenny, 1986). Sonuçlara göre araştırmada yer alan tüm bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkilerde tutumun tam aracılık etkisi tespit edilmiştir ve H12, H13, H14, H15 ve H16 hipotezleri desteklenmiştir.

Tablo 7. Aracılık Testi Sonuçları

Hip.	Yol		Model 1	Model 2	Aracılık Türü	Sonuç
			Std. β	Std. β		
H12	ekoyar.	kul.niyeti	0,286**	0,143	Tam Aracılık	Desteklendi
H13	surd.	kul.niyeti	0,220***	0,086	Tam Aracılık	Desteklendi
H14	guven	kul.niyeti	0,154*	0,032	Tam Aracılık	Desteklendi
H15	e.ağızdan ağıza ilet.	kul.niyeti	0,173*	0,038	Tam Aracılık	Desteklendi
H16	fiyathas.	kul.niyeti	0,192*	0,040	Tam Aracılık	Desteklendi

* $p < ,05$. ** $p < ,01$. *** $p < ,001$.

5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Ortak tüketim kapsamında ikinci el e-moda sitelerinin konu alındığı bu çalışmada, ikinci el e-moda sitelerini kullanma niyeti, ortak tüketim anlayışına ilişkin tutum, ekonomik yarar, sürdürülebilirlik, güven, fiyat hassasiyeti ve elektronik ağızdan ağıza iletişim değişkenleri arasındaki ilişkiyi ve tutum değişkeninin bu ilişkideki aracılık rolünü incelenmek amaçlanmıştır. Çalışmada yapısal eşitlik modeli kurularak değişkenler arasındaki ilişkilerin varlığı, gücü ve yönünün tespiti için yol analizleri uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre ikinci el e-moda sitelerinin uygun fiyatlı ürünler sunarak kişilere ekonomik yönden fayda sağlamaları, sürdürülebilir tüketim kapsamında yer almaları, güvenli bir alışveriş ortamı yaratmaları, ürünlere yüksek fiyatlar ödemek istemeyen fiyat hassasiyetleri yüksek kişiler için düşük fiyatlı ürünler sunmaları sebebiyle kişilerin kullanma niyetlerini olumlu yönde etkiledikleri görülmüştür. Ayrıca elektronik ağızdan ağıza iletişim kapsamında diğer kullanıcıların deneyim ve görüşlerinden daha çok yararlanan kişilerin bu platformları kullanma niyetlerinin de olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ek olarak tutum araştırmada oldukça önemli bir yere sahiptir. Ekonomik yarar, sürdürülebilirlik, güven, elektronik ağızdan ağıza iletişim ve fiyat hassasiyeti boyutları kullanma niyetine etki ederken ortak tüketime ilişkin tutumlar aracılık görevi görmektedir. Diğer bir deyişle bu boyutlar tutum vasıtasıyla kullanma niyetini etkilemektedirler.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular, Hamari vd. (2016), Möhlmann (2015), Buda (2017) ve Hawapi vd. (2017) tarafından gerçekleştirilen çalışmalarının sonuçlarıyla karşılaştırılmıştır. Hamari vd. (2016)'nin çalışmasında sürdürülebilirlik ve ekonomik yarar değişkenlerinin aracı değişken olan tutuma etkisi, tutumun aracılık rolü ve davranışsal niyete olan etkisi araştırılmıştır. Bu çalışma sonucunda tutumun sürdürülebilirlik üzerinde olumlu yönde etkiye sahip olduğu tespit edilirken, ekonomik yararın ise negatif yönde etki gösterdiği saptanmıştır. Ayrıca bu çalışmada tutum, davranışsal niyeti olumlu yönde etkilemektedir. Hamari vd. (2016)'nin bulguları ve araştırmada elde edilen bulgular karşılaştırıldığında ise sürdürülebilirliğin tutum üzerindeki etkisi aynı çıkarken, ekonomik yararın tutum üzerindeki etkisi ise farklılık göstermektedir. Hawapi vd. (2017), Malezyalı kullanıcılar üzerinde elektronik ağızdan ağıza iletişim ile ortak tüketime katılım niyeti arasındaki ilişkiyi ve ilişkinin yönünü araştırmış, pozitif yönde bir ilişki tespit etmiştir. Möhlmann (2015) ise çalışmasında güvenin tatmin üzerindeki etkisini incelemiş, anlamlı ve olumlu yönde bir ilişki bulmuştur. Buda (2017)'nin Macaristan'da gerçekleştirdiği çalışmada ise güven, çevresel farkındalık değişkenlerinin tutuma, ekonomik yarar ve sürdürülebilirlik değişkenlerinin ortak tüketime katılıma üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca çalışmada katılımcılar istekli, fiyat hassasiyetine duyarlı, çevresel bilinci yüksek ve sıradan kullanıcılar olmak üzere gruplandırılmıştır. Bu çalışmanın sonucunda fiyat hassasiyeti yüksek kişilerin en iyi satın almayı yapmak için ürünleri ya da hizmetleri indirimli olarak alma eğiliminde oldukları tespit edilmiştir. Sonuç olarak araştırma bulgularının, Finlandiya'da gerçekleştirilen Hamari vd. (2016)'in çalışması haricinde literatürdeki çalışmalar ile paralellik gösterdiği tespit edilmiştir.

Çalışmanın bulgularından yola çıkarak ortak tüketim kapsamında, ikinci el e-moda siteleri başta olmak üzere sektöre yönelik çeşitli öneriler sunulmaktadır. Bu önerilerden ilk ve en önemlisi kişilerin ortak tüketim hakkında düşüncelerini olumlu yönde şekillendirerek ortak tüketim kavramı ve faaliyetlerine karşı olumlu tutum yaratılmasının sağlanmasıdır. Bu amaç doğrultusunda ortak tüketim platformlarının sağlayacağı faydalar hakkında gerekli bilgilendirmeler yapılmalı ve ortak tüketim hakkındaki endişeler ortadan kaldırılmalıdır. Herhangi bir ortak tüketim platformunda oluşan bir negatif tutumun tüm ortak tüketim platformlarını etkileyeceği unutulmamalıdır. Kullanıcılar için güvenli alışveriş ortamı sağlandığına dair bilgilendirici reklamlar yapılmalı, platformlardaki alıcı ve satıcıların platform sağlayıcısı tarafından korunduğuna ilişkin düzenlemeler özellikle vurgulanmalıdır. İkinci el e-alışveriş sitelerinde alışverişi yapılan ürünlerin sağlamlığı, resimlerde görüldüğü gibi olması, özelliklerinin satıcı tarafından belirtilen özellikler ile uyuşması ve orijinalliği vurgulanan ürünlerin beklenildiği gibi orijinal ürün olması gerekmektedir. Kullanıcıların mağduriyetlerini önlemek için sağlanan orijinallik garantisi hizmeti tüm platformlar tarafından zorunlu olarak sunulan hizmetler arasında yerini almalıdır.

İkinci el e-moda siteleri sunmuş oldukları ürünlerin fiyatları açısından klasik e-alışveriş ortamlarından ayrılmaktadırlar. Bu platformlarda uygun fiyatlı ürün ve hizmetlerin sağlandığının belirtilmesi özellikle ekonomik yarar elde etmek isteyen yüksek fiyat hassasiyetine sahip kişilerin bu platformlardan alışveriş yapma isteklerini artıracaktır. Diğer yandan ise ikinci el alışveriş sayesinde kullanılmayan ürünlerin kullanıma kazandırılmasını sağlayarak, kaynak israfını önlemekte ve daha sürdürülebilir bir tüketim biçimi oluşturmaktadırlar. Sonuç olarak bu platformların, çevre ve bütçe dostu imajlarını güçlendirecek reklamlar yaparak kendilerini tüketici zihninde konumlandırmaları önerilmektedir. İkinci el e-moda siteleri katılımcılarından elde ettikleri geri bildirimler doğrultusunda kullanıcıların kendilerinde eksik gördükleri noktaları da düzeltmelidirler. Özellikle birçok kuruma ilişkin olumsuz geri bildirimlerin yer aldığı şikâyet sayfaları başta olmak üzere, ekşi sözlük, süslü sözlük gibi çeşitli forumlarda ve sosyal medya platformlarında yapılmış yorumlar, alışveriş yapılmadan önce birçok kişi tarafından sıklıkla kontrol edilmektedir. Tüm ortak tüketim platformları yorumları incelenmeli, kişilerde olumsuz tutum yaratacak ve onların kullanma niyetlerini olumsuz yönde etkileyecek yorumlarla başa çıkmalıdırlar. Olumsuz görüşe sahip kişiler ile iletişime geçilerek memnuniyetsizliklerinin giderilmesi ve bu şekilde onlardan da olumlu geri bildirimlerin alınması hedeflenmelidir.

Son olarak ilerideki çalışmalarda elde edilecek sonuçların daha sağlıklı ve güvenilir olabilmesi adına ikinci el e-moda siteleri ile iletişime geçilerek aktif kullanıcı olarak üyeliğini sürdüren kullanıcılardan veri toplanabilir ya da farklı sitelere ait kullanıcılardan görüşler alınarak ikinci el e-moda siteleri arası karşılaştırma yapılabilir. Gelecek çalışmalar için verilebilecek diğer bir öneri ise ikinci el e-moda sitelerinin yanı sıra farklı kategorilerde de ürün sunan ikinci el alışveriş sitelerinin, paylaşım ekonomisi ve ortak tüketim kapsamında incelenebileceğidir. Unutulmamalıdır ki paylaşım ekonomisi

günden güne büyüyen ve özellikle genç nüfus tarafından oldukça rağbet gören bir ekonomi şeklidir. Paylaşım ekonomisi ve ortak tüketim ekseninde hem akademik hem de sektörel olarak fayda yaratacak girişimlerde bulunmak oldukça önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Aigrain, P. (2012). *Sharing: Culture and the Economy in the Internet Age*. Amsterdam: University Press.
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. J. Kuhl ve J. Beckmann (Eds.). In *Action Control: From Cognition to Behavior*. (11–39). Berlin, Germany: Springer-Verlag.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. ve Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Albarq, A. N. (2014). Measuring the impacts of Online word-of-mouth on tourists' attitude and intentions to visit Jordan: an empirical study. *International Business Research*, 7(1), 14.
- Bardhi, F. ve Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: the case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881-898.
- Barnes, S. J. ve Mattsson, J. (2017). Understanding collaborative consumption: test of a theoretical model. *Technological Forecasting and Social Change*, 118, 281-292.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.
- Belk, R. (2007). Why not share rather than own?. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126-140.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715-734.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- Bhattacharjee, A. (2002). Individual trust in online firms: scale development and initial test. *Journal of Management Information Systems*, 19(1), 211-241.
- Billows, G. ve McNeill, L. (2018). Consumer attitude and behavioral intention toward collaborative consumption of shared services. *Sustainability*, 10(12), 4468.

- Binninger, A. S., Ourahmoune, N. ve Robert, I. (2015). Collaborative consumption and sustainability: a discursive analysis of consumer representations and collaborative website narratives. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 31(3), 969-986.
- Botsman, R. ve Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours. The Rise of Collaborative Consumption*. New York: Harper Business.
- Bray, J., Johns, N. ve Kilburn, D. (2011). An exploratory study into the factors impeding ethical consumption. *Journal of Business Ethics*, 98(4), 597-608.
- Buda, G. (2017). Attitudes and Motivations of Consumers in Sharing Economy. *Management, Enterprise and Benchmarking in the 21st Century*, 22.
- Çakmur, H. (2012). Araştırmalarda ölçme-güvenilirlik-geçerlilik. *TAF Preventive Medicine Bulletin*, 11(3).
- Cheung, M. F. ve To, W. M. (2017). The influence of the propensity to trust on mobile users' attitudes toward in-app advertisements: an extension of the theory of planned behavior. *Computers in Human Behavior*, 76, 102-111.
- Deutsch, M. (1958). Trust and suspicion. *Journal of Conflict Resolution*, 2(4), 265-279.
- Ek Styvén, M. ve Mariani, M. M. (2020). Understanding the intention to buy secondhand clothing on sharing economy platforms: the influence of sustainability, distance from the consumption system, and economic motivations. *Psychology ve Marketing*, 37(5), 724-739.
- Feldman, J. M. ve Lynch, J. G. (1988). Self-generated validity and other effects of measurement on belief, attitude, intention, and behavior. *Journal of Applied Psychology*, 73(3), 421.
- Felson, M. ve Spaeth, J. L. (1978). Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach. *American Behavioral Scientist*, 21(4), 614-624.
- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1977). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Philosophy & Rhetoric*, 10(2), 130-132.
- Fraiberger, S. P. ve Sundararajan, A. (2015). Peer-To-Peer Rental Markets in The Sharing Economy. NYU Stern School of Business Research Paper, 6, 1-44.
- Gansky, L. (2010). *The Mesh: Why the Future of Business is Sharing*. Penguin.
- Goldsmith, R. E. ve Newell, S. J. (1997). Innovativeness and Price Sensitivity: Managerial, Theoretical and Methodological Issues. *Journal of Product ve Brand Management*, 6(3), 163-174.

- Goldsmith, R. E., Flynn, L. R. ve Kim, D. (2010). Status consumption and price sensitivity. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 18(4), 323-338.
- Gretzel, U., Zhong, L., Koo, C., Doosti, S., Jalilvand, M. R., Asadi, A., ... & Adl, P. M. (2016). Analyzing the influence of electronic word of mouth on visit intention: the mediating role of tourists' attitude and city image. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 137-148.
- Gruen, T. W., Osmonbekov, T. ve Czaplewski, A. J. (2006). Ewom: the impact of customer-to-customer online know-how exchange on customer value and loyalty. *Journal of Business Research*, 59(4), 449-456.
- Hair, F. J., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. ve Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hamari, J., Sjöklint, M. ve Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9): 2047–2059.
- Hauser, M., Nussbeck, F. W. ve Jonas, K. (2013). The impact of food-related values on food purchase behavior and the mediating role of attitudes: a swiss study. *Psychology and Marketing*, 30(9), 765-778.
- Hawapi, M. W., Sulaiman, Z., Kohar, U. H. A. ve Talib, N. A. (2017). Effects of Perceived Risks, Reputation and Electronic Word of Mouth (E-WOM) on Collaborative Consumption of Uber Car Sharing Service. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 215(1), 012019, IOP Publishing.
- Hofmann, E., Hartl, B. ve Penz, E. (2017). Power versus trust—what matters more in collaborative consumption?. *Journal of Services Marketing*, 31(6), 589–603.
- Hwang, J. ve Griffiths, M. A. (2017). Share more, drive less: millennials value perception and behavioral intent in using collaborative consumption Services. *Journal of Consumer Marketing*, 34(2), 132-146.
- Jalilvand, M. R., Samiei, N., Dini, B. ve Manzari, P. Y. (2012). Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: an integrated approach. *Journal of Destination Marketing ve Management*, 1(1-2), 134-143.
- Kacar, A. İ. (2018). *Toplulukların Gücü Paylaşımçı Markalar*. Ay, C., Yakın, V. ve Kacar, A. İ. (Ed.). Paylaşım Ekonomisi içinde. (35-59). Ankara: Akademisyen Kitabevi.

- Kaplan, A. M. ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kim, E. Y. ve Kim, Y. K. (2004). Predicting online purchase intentions for clothing products. *European Journal of Marketing*, 38(7), 883-897.
- Köse, Ş. G. (2020). Is organic food a sustainable choice? evaluating organic food production in the framework of environmental sustainability. *Business and Management Studies: An International Journal*, 8(4), 685-700.
- Lamberton, C. P. ve Rose, R. L. (2012). When is ours better than mine? a framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing*, 76(4), 109-125.
- Larzelere, R.E. ve Huston, T.L., (1980). The dyadic trust scale: toward understanding interpersonal trust in close relationships. *Journal of Marriage and the Family August*, 595-604.
- Li, H. ve Wen, H. (2019). How is Motivation generated in collaborative consumption: mediation effect in extrinsic and intrinsic motivation. *Sustainability*, 11(3), 640.
- Liang, L. J., Choi, H. C. ve Joppe, M. (2018). Understanding repurchase intention of airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 35(1), 73-89.
- Lindblom, A., Lindblom, T. ve Wechtler, H. (2018). Collaborative consumption as c2c trading: analyzing the effects of materialism and price consciousness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 244-252.
- Lorcu, F. (2015). *Örneklerle Veri Analizi Spss Uygulamalı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- May, A., Ross, T., Grebert, J. ve Segarra, G. (2008). User reaction to car share and lift share within a transport 'marketplace'. *IET Intelligent Transport Systems*, 2(1), 47-60.
- Melnik, M. I. ve Alm, J. (2002). Does a seller's ecommerce reputation matter? evidence from ebay auctions. *The Journal of Industrial Economics*, 50(3), 337-349.
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193-207.
- Moon, J., Chadee, D. ve Tikoo, S. (2008). Culture, product type, and price influences on consumer purchase intention to buy personalized products online. *Journal of Business Research*, 61(1), 31-39.

- Owyang, J., Tran, C. ve Silva, C. (2013). *The Collaborative Economy*. United States: Altimeter.
- Perren, R. ve Grauerholz, L. (2015). Collaborative consumption. *International Encyclopedia of the Social ve Behavioral Sciences*, 4, 139-144.
- Phipps, M., Ozanne, L. K., Luchs, M. G., Subrahmanyam, S., Kapitan, S., Catlin, J. R., ... ve Weaver, T. (2013). Understanding the inherent complexity of sustainable consumption: a social cognitive framework. *Journal of Business Research*, 66(8), 1227-1234.
- Polanco-Diges, L. ve Debasa, F. (2020). The use of digital marketing strategies in the sharing economy: a literature review. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 8(3), 217-229.
- Retamal, M. (2019). Collaborative consumption practices in southeast asian cities: prospects for growth and sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 222, 143-152.
- Santoso, A. S. ve Erdaka, A. (2015). Customer loyalty in collaborative consumption model: empirical study of crm for product-service system-based e-commerce in indonesia. *Procedia Computer Science*, 72, 543-551.
- Schor, J. B. ve Fitzmaurice, C. J. (2015). *Collaborating and Connecting: The Emergence of the Sharing Economy*. In *Handbook of Research on Sustainable Consumption*. Edward Elgar Publishing.
- Sordi, J. D., Perin, M. G., Petrini, M. D. C. ve Sampaio, C. H. (2018). Construal level and collaborative consumption: an exploratory approach. *International Journal of Consumer Studies*, 42(2), 264-273.
- Tussyadiah, I. P. (2015). *An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption in Travel*. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, 817-830. Cham: Springer.
- Wang, S. M., ve Lin, J. C. C. (2011). *The Effect of Social Influence on Bloggers' Usage Intention*. Online Information Review.
- Yakın, V. (2018). *Paylaşım Ekonomisi: Tanımı ve Sınıflandırmaları*. Ay, C., Yakın, V. ve Kacar, A. İ. (Ed.). *Paylaşım Ekonomisi içinde*. (19-30). Ankara: Akademisyen Kitabevi

- Yang, S. B., Lee, H., Lee, K. ve Koo, C. (2018). The application of aristotle’s rhetorical theory to the sharing economy: an empirical study of airbnb. *Journal of Travel ve Tourism Marketing*, 35(7), 938-957.
- Yoon, S. J. (2002). The antecedents and consequences of trust in online-purchase decisions. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 47–63.



**SÜRDÜRÜLEBİLİR TEDARİKÇİ SEÇİMİ: FUCOM SÜBJEKTİF AĞIRLIKLANDIRMA
YÖNTEMİ TEMELLİ MAIRCA YAKLAŞIMI**
**SUSTAINABLE SUPPLIER SELECTION: FUCOM SUBJECTIVE WEIGHTING METHOD
BASED MAIRCA APPROACH**

Fatih ECER¹



1. Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Sayısal Yöntemler ABD, fecer@aku.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6174-3241>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
20.02.2020 02.20.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
02.03.2021 03.02.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.691693>

Öz

Sürdürülebilir tedarik zinciri yönetimi, ekonomik performans, ekolojik koruma ve sosyal meseleler gibi yönlerden dolayı hem araştırmacılardan hem de firmalardan büyük ilgi görmektedir. Bir tedarik zincirinin sürdürülebilirlik performansını artırmak için zincirin üyeleri, tedarikçilerini kendi stratejilerine göre dikkatle seçmelidir. Bu nedenle sürdürülebilirliğin üç boyutu (ekonomik, çevresel ve sosyal) bağlamında sürdürülebilir tedarikçi seçimini gerçekleştirmek için etkili bir karar aracına ihtiyaç duyulur. Bu çalışma, tedarikçilerin sürdürülebilirlik performansını değerlendirmek için çok kriterli bütünlük bir karar aracı önermektedir. Önerilen model, FUCOM (Full Consistency Method) ve MAIRCA (Multi Attributive Ideal-Real Comparative Analysis) yöntemlerini 3 sürdürülebilirlik boyutu, 12 alt kriter ve 5 sürdürülebilir tedarikçiyi göz önünde bulunduracak şekilde entegre etmektedir. Ayrıca, önerilen modelin uygulanabilirliğini göstermek için bir otomobil yedek parça firmasında bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Her bir boyut için en önemli alt kriterler ürün fiyatı, bilgilendirme ve çevre yönetim sistemi olarak bulunmuştur. Sonuç olarak, önerilen modelin karar vericilerin uygun sürdürülebilir tedarikçileri seçmelerine yardımcı olmak için etkili ve verimli bir model olduğu söylenebilir. FUCOM-MAIRCA modeli sürdürülebilir tedarik zinciri yönetiminde uygun tedarikçileri değerlendirmek ve seçmek için uygulanabilir.

Anahtar Kelimeler: *Sürdürülebilir Tedarikçi Seçimi, FUCOM, MAIRCA, ÇKKV.*

Abstract

Sustainable supply chain management receives much attention from both researchers and firms due to some aspects such as economic performance, ecological protection, and social issues. In order to improve the sustainability performance of a supply chain, its members should carefully select their suppliers according to their own strategies. Therefore, an effective decision tool is needed to realize sustainable supplier selection within the context of three dimensions of sustainability (economic, environmental and social). This paper proposes an integrated multi-criteria decision tool to evaluate the sustainable performance of suppliers. The proposed model integrates FUCOM and MAIRCA to consider 3 sustainability dimensions, 12 sub-criteria and 5 sustainable suppliers. Moreover, a case study in an automobile spare parts firm is realized to show the applicability of the proposed model. The most crucial sub-criteria in each dimension found to be as price of product, information disclosure, and environmental management system. It can be said that, as a result, the proposed model is effective and efficient to help decision-makers to select suitable sustainable suppliers. The FUCOM-MAIRCA model can be applied to evaluate and select proper suppliers in sustainable supply chain management.

Keywords: *Sustainable Supplier Selection, FUCOM, MAIRCA, MCDM.*

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

In order to improve the sustainability performance of a supply chain, its members need to carefully select their suppliers according to their own strategies. Accordingly, an effective decision tool is needed to conduct sustainable supplier selection within the context of sustainability. This paper aims a hybrid multi-criteria decision tool to evaluate the sustainable performance of suppliers. That is, the proposed model integrates FUCOM and MAIRCA methods to consider sustainability dimensions, their sub-criteria and alternative sustainable suppliers.

Research Questions

How are the criteria used in the selection of sustainable suppliers weighted with the FUCOM method? How are the sustainable suppliers prioritized using the MAIRCA method? How to use the proposed integrated FUCOM-MAIRCA approach to select sustainable suppliers?

Literature Review

Recently, many papers have presented on evaluating the sustainable suppliers and determining the best sustainable supplier. To achieve this aim, various approaches can be selected to quantitatively make assessments of them. For instance, Cheraghalipour and Farsad (2018) used BWM and MILP methods together to choose sustainable suppliers. Luthra et al. (2017) proposed a methodology consisting of AHP and VIKOR methods. An approach consisting of DEA and type-2 fuzzy VIKOR methods was suggested by Alikhani et al. (2019). Memari et al. (2019) evaluated sustainable suppliers with the intuitionistic fuzzy TOPSIS and selected the most efficient one. Pishchulov et al. (2019) used revised AHP and DEA methods together in their study for this aim. Rashidi and Cullinane (2019) indicated that fuzzy TOPSIS gives better results comparing with fuzzy TOPSIS to select the best sustainable supplier in their study. Gören (2018) evaluated suppliers from the perspective of sustainability with the fuzzy DEMATEL method and selected the best sustainable supplier. Liu et al. (2019) utilized the fuzzy AHP based fuzzy TOPSIS approach to identify the best sustainable supplier. Furthermore, Mohammed et al. (2019), Arabsheybani et al. (2018), Mohammed et al. (2019), Abdel-Baset et al. (2019), and Ecer and Pamucar (2020) used various integrated MCDM methodologies to evaluate and select the most suitable sustainable suppliers among others. However, as far as the author's knowledge, there is no study integrating FUCOM and MAIRCA methods for selecting suppliers in the context of sustainability. Thus, it can be stated that this study will fill a gap in the literature.

Methodology

In this paper, a FUCOM based MAIRCA methodology is conducted to select the most proper sustainable supplier in an automotive spare parts firm in Turkey. FUCOM is one of the newest MCDM methods to assign the criteria weights subjectively and proposed by Pamucar et al. (2018). It is based on the pairwise criteria comparisons, in which solely the $n - 1$ comparison in the algorithm is enough. FUCOM has also the ability to calculate the deviation from full consistency of pairwise comparisons. Moreover, the MAIRCA method proposed by Pamucar et al. (2014) is an effective and simple MCDM ranking technique with a perfect degree of stability according to changes in the criteria. By combining these two methods, therefore, it is aimed to reach the results with a more effective and strong approach in this study.

Results and Conclusions

In this paper, we used the FUCOM technique based MAIRCA approach to examine sustainable suppliers by considering 12 criteria based on 3 dimensions like economic, environmental, and social in light of sustainability. Whilst FUCOM was utilized to determine the criteria weights, MAIRCA was conducted to rank the available alternatives. Besides, flexibility, quality, capability, price, transport cost, rights of stakeholders, information disclosure, occupational health and safety systems, environmental management systems (EMS), green manufacturing, green packaging, and waste management are the evaluation criteria considered to achieve this aim. The most important sustainability dimension was found to be the economic dimension. The findings also revealed that information disclosure, price and EMS were the most important criteria for sustainable supplier selection. Finally, the FUCOM-MAIRCA integrated model can be applied to select suitable suppliers in sustainable supply chain management.

1. GİRİŞ

İşletmelerin faaliyetlerini yürütürken topluma ve çevreye karşı olan sorumlulukları da yerine getirmesi günümüzde karlılıklarını ve sürdürülebilir büyümelerini doğrudan etkilemektedir. Tedarik zinciri yönetiminde sürdürülebilirliği sağlamak için tedarikçi seçimi en önemli kararlardan biri haline gelmiştir. Küreselleşme ve dış kaynak kullanımında sürdürülebilir bir yaklaşıma sahip olmak isteği, sürdürülebilir tedarikçi seçimi konusunun örgütsel stratejileri belirlemede ve rekabetçi bir ortamda hayatta kalmaya çalışmaktaki önemini büyük ölçüde artırmaktadır (Cheraghalipour ve Farsad, 2018).

Geçmişte yalnızca ekonomik kriterler üzerine kurulan tedarikçi seçimi (Kara ve Ecer, 2016), zamanla çevre unsurunun dikkate alınmaya başlanmasıyla yeşil tedarikçi seçimi haline dönüşmüş (Ecer, 2020a) ve nihayet ekonomik ve çevre boyutlarına sosyal boyutun da eklenmesiyle birlikte sürdürülebilir tedarikçi seçimi ortaya çıkmıştır (Martins ve Pato, 2019; Ecer ve Pamucar, 2020). Günümüzde sürdürülebilirlik uygulamaları, tedarik zinciri performansını artırmak için şirketlerin planlama sürecinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiş bulunmaktadır (Luthra vd., 2017; Ecer, vd., 2021).

Tedarikçiler, sürdürülebilir tedarik zinciri girişimlerinin uygulanmasında ve sosyal, çevresel ve ekonomik kazanımların sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadırlar (Memari vd, 2019). Özellikle tedarikçilerin tedarik zinciri yönetimleri, onları sosyal ve çevresel konular bakımından odak noktası haline getirmiştir. Pek çok şirket çevreyi yoğun olarak kirlettiği için bu endişe onları faaliyetlerindeki çevresel sorunları dikkate almaya zorlamıştır. Ayrıca, dünya nüfusu arttığı ve mevcut kaynaklar azaldığı için şirketler, tedarikçilerinin günümüz şartlarına uyum sağlamaları gerektiğine inanmaktadırlar. Günümüz şirketleri, hayatta kalabilmeleri için ürünlerinin, süreçlerinin ve üretim sistemlerinin çevresel açıdan tatmin edici bir performans sergilemesi gerektiğine inanmaktadır (Cheraghalipour ve Farsad, 2018). Çevre kirliliğine bağlı olarak ortaya çıkan sosyal sorunlar ise insanların sosyal yaşamlarını olumsuz etkilemektedir (Ecer, 2021a).

Çevre konusunda müşteri bilgi ve bilincinin artması, pazardan ve paydaşlardan kaynaklanan ekolojik baskılar ve hükümetlerin sıkı denetimleri sebebiyle şirketler tedarik zincirlerini tedarikçi seçimi yoluyla sürdürülebilir kılmak istemektedirler (Luthra vd., 2017). Dolayısıyla, sürdürülebilir tedarikçi seçimi, sürdürülebilirlik odaklı bir tedarik zinciri yönetiminde önemli bir stratejik karardır (Alikhani, Torabi ve Altay, 2019). Dolayısıyla tedarikçi seçimine yönelik sistematik ve sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlara ihtiyaç duyulmaktadır (Luthra vd., 2017). Bu bağlamda, çalışma şu amaçları gütmektedir:

- Sürdürülebilir tedarikçi seçimine yönelik çok kriterli bir model önermek.
- Sürdürülebilir tedarikçi seçiminde yararlanılan kriterleri ortaya koymak.
- Sürdürülebilir tedarikçi seçiminde yararlanılan kriterlerin önem ağırlıklarını yöntemiyle tespit etmek.
- Mevcut tedarikçiler arasından en iyi olanı belirlemek.

Bahsedilen amaçları gerçekleştirmek için bu çalışmada çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemlerinden yararlanılmıştır. ÇKKV, birbiriyle çelişen birçok değerlendirme kriteri ile farklı niteliklere sahip olan alternatiflerin olduğu gerçek dünya problemlerinde karar vermeye yardımcı olan yöntemler topluluğu olarak nitelendirilebilir (Hashemkhani Zolfani vd., 2019; Ecer vd., 2018). Özellikle son yıllarda bu alanda pek çok yeni ve etkin yöntem geliştirilmiş olup (Ecer, 2020b) yöntemler, karar vericilerin doğru kararlar vermesinde etkin rol üstlenmektedirler (Ecer, vd., 2019). Her yöntemin kendine has bir yönünün olduğu düşünülürse birden fazla yöntemin bütünleşik olarak kullanılması ile daha güçlü modeller elde edilebilmektedir (Gören, 2018; Ecer, 2019). Bu çalışmada, tedarikçilerin sürdürülebilirlik çerçevesinde değerlendirilmeleri amacıyla FUCOM (Full Consistency Method) temelli MAIRCA (Multi Attributive Ideal-Real Comparative Analysis) yaklaşımı önerilmiştir. İkili karşılaştırmalara dayanan ve daha az ikili karşılaştırmalar yaparak karar problemlerinde yer alan değerlendirme kriterlerinin önem ağırlığını sübjektif olarak belirlemekte kullanılan FUCOM (Ecer, 2021b) vasıtasıyla sürdürülebilir tedarikçi seçimi problemindeki kriterlerin önem ağırlıkları tespit edilmiştir. Daha sonra belirlenen kriter önem ağırlıkları, yeni bir ÇKKV yöntemi olan ve sıralama yapmak amacıyla geliştirilen MAIRCA yönteminin algoritmasında kullanılarak mevcut alternatiflerin sürdürülebilirlik değerlendirmesi yapılmıştır. Önerilen modelin uygulanabilirliğini göstermek için bir otomotiv yedek parça şirketinde uygulama gerçekleştirilmiştir. Şirket, sürdürülebilir tedarikçi seçim kriterlerini kullanmanın faydalı olduğu bilincine sahip olup tedarik zincirindeki alternatifler arasından en verimli sürdürülebilir tedarikçileri seçmek için yapısal bir çerçeveye ihtiyaç duymaktadır.

Çalışma şu şekilde organize edilmiştir. Bölüm 2 sürdürülebilir tedarikçi seçimine yönelik literatüre ayrılmıştır. Bölüm 3 sürdürülebilir tedarikçi seçiminde kullanılan FUCOM ile MAIRCA yöntemlerini içermektedir. Bölüm 4'te uygulama anlatılmış ve analizler gerçekleştirilmiştir. Son bölüm ise sonuç ve öneriler yer almaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Sürdürülebilir tedarikçi seçim problemi üzerine yapılan çalışmalar giderek artmaktadır. Son yıllarda seçim amacıyla tek bir yöntem uygulayan önceki çalışmaların çoğundan farklı olarak bütünleşik yöntemler popülerlik kazanmaktadır. Bu bölümde kısaca sürdürülebilir tedarikçi seçiminde kullanılan karar verme tekniklerine ve değerlendirme kriterlerine odaklanılmıştır.

Cheraghalipour ve Farsad (2018) sürdürülebilir tedarikçi seçimi yapmak amacıyla BWM (Best Worst Method) ve MILP (Mixed Integer Linear Programming) yöntemlerini birlikte kullanmışlardır. Luthra vd. (2017) AHP (Analytical Hierarchy Process) ile VIKOR (ViseKriterijumska Optimizacija I Kompromisno Resenje) yöntemlerinden oluşan bir metodoloji önermişlerdir. DEA (Data Envelopment Analysis) ile tip-2 bulanık VIKOR yöntemlerinden oluşan bir yaklaşım Alikhani vd. (2019) tarafından önerilmiştir. Çalışmada, kriter ağırlıkları DEA ile hesaplanırken alternatifler ise VIKOR yöntemi ile sıralanmışlardır. Memari vd. (2019) sezgisel bulanık TOPSIS (Technique for Order Performance by

Similarity to Ideal Solution) ile sürdürülebilir tedarikçileri değerlendirmiş ve en verimli olanı seçmişlerdir. Pishchulov vd. (2019) yaptıkları çalışmada revise edilmiş AHP ile DEA yöntemlerini birlikte kullanmışlardır. Rashidi ve Cullinane (2019) bulanık DEA ile bulanık TOPSIS'in sürdürülebilir tedarikçi seçimi bağlamında performanslarını karşılaştırdıkları çalışmada bulanık TOPSIS'in daha iyi sonuçlar verdiğini göstermişlerdir. Gören (2018) bulanık kümelerle DEMATEL (Decision Making Trial and Evaluation Laboratory) yöntemini bir arada kullanarak tedarikçileri sürdürülebilirlik perspektifinden değerlendirmiş ve en iyi olan sürdürülebilir tedarikçiyi seçmiştir. Liu vd. (2019), en iyi olan sürdürülebilir tedarikçiyi belirlemek için bulanık AHP temelli bulanık TOPSIS yaklaşımından yararlanmışlardır. Benzer bir çalışmada Mohammed vd. (2019) bulanık AHP temelli bulanık TOPSIS yaklaşımı ile en iyi sürdürülebilir tedarikçiyi seçmişlerdir. Ayrıca, bulanık MOORA (Multi-Objective Optimization Model based on the Ratio Analysis) modeli ile Arabsheybani, Paydar ve Safaei (2018) sürdürülebilir tedarikçileri değerlendirmişlerdir. Bulanık AHP temelli bulanık TOPSIS yaklaşımı kullanılan başka bir çalışmada Mohammed vd. (2018) en uygun sürdürülebilir tedarikçiyi tespit etmek amacıyla alternatifleri değerlendirmişlerdir. Abdel-Baset vd. (2019), ANP (Analytical Network Process) tabanlı VIKOR yönteminden oluşan bir modelle sürdürülebilir tedarikçileri değerlendirmiş ve en iyi olanı belirlemişlerdir.

Son yıllarda yabancı literatürde sürdürülebilir tedarikçi seçiminde kullanılan kriterler ise Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Sürdürülebilir Tedarikçi Seçiminde Yararlanılan Kriterler

Yazar/lar	Ekonomik kriterler	Çevre kriterleri	Sosyal kriterler
Cheraghalipour ve Farsad (2018)	Maliyet, kalite, teslimat, sadakat, teknoloji, finansal yapı, hizmet	Çevresel duyarlılık, çevre yönetim sistemi (ÇYS), kirlilik, sera gazı	İş sağlığı ve güvenliği, işçi güvenliği ve sağlığı, sosyal sorumluluk, sosyal yönetim, sendikal özgürlük, ücretler ve çalışma saatleri
Luthra vd. (2017)	Fiyat, kar, kalite, teknoloji, kapasite, teslimat ve hizmet, teslim süresi, taşıma maliyeti	ÇYS, yeşil tasarım, yeşil üretim, yeşil yönetim, yeşil paketleme, atık yönetimi ve kirliliğin önlenmesi, çevresel maliyetler, çevresel yeterlilikler, yeşil Ar-Ge	İş sağlığı ve güvenliği, çalışanların hakları, bilgilendirme
Memari vd. (2019)	Maliyet, kalite, hizmet,	Çevre verimliliği, yeşil imaj, kirliliği azaltma, yeşil yetkinlikler	Güvenlik ve sağlık, iş pratikleri
Pishchulov vd. (2019)	Kalite, teslimat, hevesli olma, teknik yetenek, disiplin, yönetim, finans, üretim, tesis, algı	Çevre taahhüdü, ÇYS, çevresel yetenekler, malzeme tüketimi, enerji tüketimi, emisyonlar, su tüketimi, atık, çevresel ürün performansı	Sosyal taahhütler, sosyal yönetim, çocuk yaşta çalıştırma, iş sağlığı ve güvenliği, ücretler ve çalışma saatleri, eğitim, iş ilişkileri, ayrımcılık, paydaş katılımı, toplum

Rashidi ve Cullinane (2019)	Maliyet, kültür, teslimat, finansal kapasite, esneklik, yenilikçilik, kalite, ilgi, servis kapasitesi, teslimat süresi	ÇYS, yeşil imaj, sera gazı, kirlilik kontrolü, yeniden kullanma ve geri dönüşüm, enerji ve kaynak tüketimi	Refah ve büyüme, sosyal sorumluluk, yerel topluluklar, çalışanların hakları, iş sağlığı ve güvenliği, paydaş katılımı, iş fırsatları
Gören (2018)	Fiyat, verimlilik, kapasite, uzun dönemli ilişki, teslim süresi, kalite, teknoloji, duyarlılık	ÇYS, yeşil tasarım, kaynak tüketimi	İş sağlığı ve güvenliği, destekleyici faaliyetler
Liu vd. (2019)	Yatırım, üretim maliyeti, yem sistemi maliyeti, atık, işgücü maliyeti	Su kirliliği, toprak asitlenmesi, insan toksisitesi, fosil kaynak tüketimi, su tüketimi, iklim değişikliği, arazi kullanımı,	İş saatleri, biyoçeşitlilik, yerellik, biyoçeşitlilik türleri
Mohammed vd. (2019)	Maliyet, kalite, teknoloji, teslimat	ÇYS, atık yönetimi, kirlilik	Çalışanların güvenlik, sağlık ve hakları, personel geliştirme, bilgilendirme
Arabsheybani vd. (2018)	Maliyet, kalite, teslimat	ÇYS, yeşil tedarik zinciri	İşçi güvenliği ve iş sağlığı, çalışanların hakları, güvenlik, işten çıkarılma
Mohammed vd. (2018)	Teknoloji, tazelik, teslimat	ÇYS, atık yönetimi, kirlilik	İşçi güvenliği ve iş sağlığı, çalışanların hakları, personel geliştirme, bilgilendirme
Abdel-Baset vd. (2019)	Maliyet, ürün geliri, taşıma maliyeti	Atık yönetimi, yeşil üretim, yeşil paketleme	İş sağlığı ve güvenliği, bilgilendirme, etik konular ve yasal uyum
Ecer ve Pamucar (2020)	Teslimat, taşıma maliyeti, hizmet, ürün kalitesi	Kirlilik kontrolü, çevre yönetim sistemi, çevresel yeterlilikler, yeşil yönetim, çevresel maliyet	Çalışanların eğitimi, sağlık ve güvenlik, bilgilendirme, ortakların hakları, çalışanların hakları

Literatür taraması sonucunda sürdürülebilir tedarikçi seçimine yönelik FUCOM-MAIRCA bütünleşik modelinin kullanıldığı bir çalışmaya rastlanılmamıştır. FUCOM yönteminin oldukça tutarlı şekilde ağırlıkları belirliyor olması ve MAIRCA yönteminin tüm alternatiflere karşı eşit mesafede davranarak analizleri gerçekleştirmesi sayesinde önerilen modelin oldukça sağlam, etkin ve kullanışlı bir model olarak literatürdeki yerini alacağı düşünülmektedir.

3. METODOLOJİ

Sürdürülebilir tedarikçilerin değerlendirilmesi ve seçilmesi amacıyla bu çalışmada FUCOM yöntemi ile MAIRCA yöntemi bütünleşik olarak kullanılmış ve böylece daha etkin ve doğru kararlar verebilmek amaçlanmıştır. Bu bölümde FUCOM ve MAIRCA yöntemlerine kısaca değinilmiştir.

3.1. FUCOM Yöntemi

Oldukça yeni bir ÇKKV yöntemi olan ve subjektif ağırlıklandırma amacıyla önerilen FUCOM (Full Consistency Method-Tam Tutarlılık Yöntemi), Pamucar vd. (2018) tarafından literatüre

kazandırılmış olan bir ÇKKV yöntemidir. Doğrusal programlama (DP) temelli model, kriterlerin önem ağırlıklarının elde edilmesi için iki koşulun sağlanmasını gerektirir: Birinci koşul, kriterlerin ağırlık katsayıları arasındaki ilişkilerin kriterlerin karşılaştırmalı önceliklerine eşit olmasıdır. İkinci koşul ise matematiksel geçişliliğin sağlanmasıdır (Pamucar ve Ecer, 2020). Kısıtlamaları belirledikten ve modeli çözdükten sonra, optimal ağırlık değerlerine ek olarak, tam tutarlılıktan sapma (TTS) elde edilir. TTS derecesi, elde edilen ağırlık katsayılarının kriterlerin tahmini karşılaştırmalı önceliklerinden sapma değeridir. TTS ayrıca elde edilen kriter ağırlıklarının güvenilir olduğunun göstergesidir. Bu değer 0'a yaklaştıkça elde edilen kriter ağırlıklarına olan güven daha da artar.

FUCOM'un diğer ağırlıklandırma yöntemlerine (AHP, ANP, SAW, BWM vb.) göre temel avantajları şunlardır:

- Daha az sayıda ikili karşılaştırma ile sonuca ulaşır (n kriter sayısını göstermek üzere sadece $n-1$ tane ikili karşılaştırma).
- Kriterlerin tutarlı bir şekilde ikili karşılaştırmasına izin verir.
- Kriter ağırlıklarının daha güvenilir şekilde hesaplanmasına olanak sağlar.

FUCOM'un ağırlık belirleme kullandığı adımlar ise şunlardır:

Adım 1. Karar vericiler kriterlerin sıralaması yaparlar. Sıralama, kriterlerin önemine göre yani en fazla önemli görülen kriterden en az önemli görülen kritere doğru yapılır. Böylece Eşitlik (1)'de görüldüğü gibi ağırlık katsayılarının beklenen değerlerine göre sıralanmış kriterler elde edilir. Eşitlik (1)'de k , dikkate alınan kriterin derecesini temsil eder.

$$C_{j(1)} > C_{j(2)} > \dots > C_{j(k)} \quad (1)$$

Aynı öneme sahip iki veya daha fazla kriterin varlığına dair bir yargı varsa, Eşitlik (1)'deki ">" yerine "=" işareti yazılır.

Adım 2. Karar vericinin tercihlerine dayanarak, sıralanan kriterlerin karşılaştırmalı öncelikleri ($\varphi_{k/(k+1)}$) belirlenir ve değerlendirme kriterlerinin karşılaştırmalı öncelik vektörü elde edilir.

$\varphi_{k/(k+1)}$, $C_j(k)$ kriterinin sıralamasının $C_j(k+1)$ kriterinin sıralamasına göre avantajını temsil eder. Böylece, Eşitlik (2)'deki değerlendirme kriterlerinin karşılaştırmalı önceliklerinin vektörleri elde edilir:

$$\Phi = (\varphi_{1/2}, \varphi_{2/3}, \varphi_{3/4}, \dots, \varphi_{k/(k+1)}) \quad (2)$$

FUCOM yöntemi kriterlerin ikili karşılaştırması için tamsayı, ondalık değerler veya önceden tanımlanmış bir ölçeğin değerleri kullanılarak kriterlerin ikili karşılaştırmasına izin verir.

Adım 3. Son adımda, değerlendirme kriterlerinin ağırlık katsayılarının nihai değerleri yani $(w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ hesaplanır. Ağırlık katsayılarının nihai değerleri aşağıdaki 2 koşulu sağlamak zorundadır:

Koşul 1. Ağırlık katsayılarının oranı, Adım 2'de tanımlanan gözlemlenen kriterler arasındaki karşılaştırmalı önceliğe ($\varphi_{k/(k+1)}$) eşittir.

$$\frac{w_k}{w_{k+1}} = \varphi_{k/(k+1)} \quad (3)$$

Koşul 2. Ağırlık katsayılarının son değerleri, matematiksel geçişlilik koşulunu sağlamalıdır, yani $\varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} = \varphi_{k/(k+2)}$. Ayrıca $\varphi_{k/(k+1)} = \frac{w_k}{w_{k+1}}$ ve $\varphi_{(k+1)/(k+2)} = \frac{w_{k+1}}{w_{k+2}}$ olduğundan dolayı $\frac{w_k}{w_{k+1}} \otimes \frac{w_{k+1}}{w_{k+2}} = \frac{w_k}{w_{k+2}}$ elde edilir. Böylece, değerlendirme kriterlerinin ağırlık katsayılarının nihai değerlerinin yerine getirmesi gereken başka bir koşul Eşitlik (4)'teki gibi elde edilmiş olur.

$$\frac{w_k}{w_{k+2}} = \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} \quad (4)$$

Tam tutarlılık, yani minimum TTS (χ), yalnızca geçişliliğe tam olarak uyulduğunda gerçekleşir. Bir başka ifadeyle $\frac{w_k}{w_{k+1}} = \varphi_{k/(k+1)}$ ve $\frac{w_k}{w_{k+2}} = \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)}$ koşulları sağlanırsa minimum TTS elde edilir. Bu şekilde maksimum tutarlılık (0.000) sağlanır, yani ağırlık katsayılarının elde edilen değerleri için TTS değeri $\chi = 0$ 'dır. Koşulların sağlanabilmesi için, ağırlık katsayılarının $(w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ değerlerinin, χ değerinin minimizasyonu $\left| \frac{w_k}{w_{k+1}} - \varphi_{k/(k+1)} \right| \leq \chi$ ve $\left| \frac{w_k}{w_{k+2}} - \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} \right| \leq \chi$ koşulunun gerçekleşmesi gerekir.

Sonuç olarak, değerlendirme kriterlerinin ağırlık katsayılarının nihai değerlerini belirlemek için DP modeli Eşitlik (5)'teki gibi tanımlanabilir.

min χ

Öyle ki,

$$\begin{cases} \left| \frac{w_{j(k)}}{w_{j(k+1)}} - \varphi_{\frac{k}{k+1}} \right| \leq \chi, \forall j \\ \left| \frac{w_{j(k)}}{w_{j(k+2)}} - \varphi_{k/(k+1)} \otimes \varphi_{(k+1)/(k+2)} \right| \leq \chi, \forall j \\ \sum_{j=1}^n w_j = 1, w_j \geq 0, \forall j \end{cases} \quad (5)$$

Eşitlik (5)'teki modelin çözülmesi ile değerlendirme kriterlerinin $(w_1, w_2, \dots, w_n)^T$ nihai değerleri ve TTS (χ) derecesi elde edilir.

3.2. MAIRCA Yöntemi

Çok ölçütlü ideal-gerçek karşılaştırma analizi olarak Türkçe'ye çevrilebilecek olan MAIRCA yöntemi, tıpkı FUCOM gibi yakın bir geçmişte Pamucar, Vasin ve Lukovac (2014) tarafından geliştirilmiş olan bir ÇKKV yöntemidir. Yöntem, teorik (ideal) çözüm ile elde edilen (gerçek) sonuç arasındaki farkın belirlenmesi prensibine dayanmaktadır ve bu farkın en az olduğu alternatifin ideal

duruma en yakın olduğu gerçeğiyle en fazla tercih edilen seçenek olması düşüncesi üzerine kurulmaktadır (Günay ve Ecer, 2020). MAIRCA yöntemi kolay anlaşılır bir matematiksel algoritmaya sahiptir, sonuçları güvenilirdir ve diğer ÇKKV yöntemleriyle bir arada kullanılmaya izin verebilecek özelliklere sahiptir. Son olarak, başlangıçta tüm alternatiflere karşı tarafsız yaklaşarak onlara eşit şans tanınması yöntemin en dikkat çekici yönlerinden birisidir.

MAIRCA yöntemi, aşağıdaki adımları izleyerek alternatif sıralamalarını tespit eder (Pamucar vd., 2014):

Adım 1. *Başlangıç karar matrisinin oluşturulması.* Kriter önem ağırlıkları, alternatiflerin kriterlere göre aldığı sayısal değerler vb. başlangıç karar matrisi X 'te yer alır (Eşitlik (1)).

$$X = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \cdots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \cdots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \cdots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

Adım 2. *Alternatiflerin tercih değerlerinin belirlenmesi.* MAIRCA, Karar vericinin başlangıçta alternatiflere karşı tarafsız olduğu varsayımıyla hareket eder. Yani karar verici, alternatif seçim sürecinde hiçbir alternatife karşı daha yakın değildir. Dolayısıyla, m toplam alternatif sayısı olmak üzere mevcut alternatiflerden herhangi birinin tercihi Eşitlik (2) kullanılarak belirlenir.

$$P_{A_i} = \frac{1}{m}; \quad \sum_{i=1}^m P_{A_i} = 1, \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (2)$$

Adım 3. *Teorik değerlendirme matrisinin elde edilmesi.* n kriter sayısı ve m alternatif sayısı iken teorik değerlendirme matrisi T_p , kriter ağırlıkları ile alternatif tercih değerlerinin çarpımı neticesinde bulunur.

$$T_p = \begin{matrix} & w_1 & w_2 & \cdots & w_n \\ \begin{matrix} P_{A_1} \\ P_{A_2} \\ \vdots \\ P_{A_m} \end{matrix} & \begin{bmatrix} t_{p11} & t_{p12} & \cdots & t_{p1n} \\ t_{p21} & t_{p22} & \cdots & t_{p2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ t_{pm1} & t_{pm2} & \cdots & t_{pmn} \end{bmatrix} & = & \begin{matrix} w_1 & w_2 & \cdots & w_n \\ \begin{matrix} P_{A_1} \\ P_{A_2} \\ \vdots \\ P_{A_m} \end{matrix} & \begin{bmatrix} w_1 \cdot t_{p11} & w_2 \cdot t_{p12} & \cdots & w_n \cdot t_{p1n} \\ w_1 \cdot t_{p21} & w_2 \cdot t_{p22} & \cdots & w_n \cdot t_{p2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ w_1 \cdot t_{pm1} & w_2 \cdot t_{pm2} & \cdots & w_n \cdot t_{pmn} \end{bmatrix} \end{matrix} \quad (3)$$

Adım 4. *Gerçek değerlendirme matrisinin elde edilmesi.* Gerçek değerlendirme matrisinin bulunması için öncelikle başlangıç karar matrisinin standartlaştırılması (normalizasyonu) gerekir. Bu işlemin ardından ise bir önceki adımda bulunan teorik değerlendirme matrisi ile standartlaştırılmış matris çarpılır.

Standartlaştırmada fayda temelli kriterler için Eşitlik (6), maliyet temelli kriterler için ise Eşitlik (7) kullanılır.

$$t_{rij} = t_{pij} \cdot \left(\frac{x_{ij} - x_i^-}{x_i^+ - x_i^-} \right) \quad (6)$$

$$t_{rij} = t_{pij} \cdot \left(\frac{x_i^+ - x_{ij}}{x_i^+ - x_i^-} \right) \quad (7)$$

Eşitlik (6) ve (7)'de x_i^+ ilgili kriterin maksimum değeri iken x_i^- ise ilgili kriterin minimum değerini gösterir. Böylece Eşitlik (8)'de görülen gerçek değerlendirme matrisi bulunur.

$$T_r = \begin{bmatrix} t_{r11} & t_{r12} & \cdots & t_{r1n} \\ t_{r21} & t_{r22} & \cdots & t_{r2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ t_{rm1} & t_{rm2} & \cdots & t_{rmn} \end{bmatrix} \quad (8)$$

Adım 5. *Fark (boşluk) matrisinin elde edilmesi.* Teorik değerlendirme matrisi T_p ile gerçek değerlendirme matrisi T_r birbirinden çıkartılarak toplam fark matrisine ulaşılır (Eşitlik 9).

$$G = T_p - T_r = \begin{bmatrix} g_{11} & g_{12} & \cdots & g_{1n} \\ g_{21} & g_{22} & \cdots & g_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ g_{m1} & g_{m2} & \cdots & g_{mn} \end{bmatrix} \quad (9)$$

Adım 6. *Kriter fonksiyonu değerlerinin (Q_i) hesaplanarak sıralamaların belirlenmesi.* Her alternatifin Q_i değeri, fark matrisinin satır toplamları alınarak bulunur (Eşitlik 10).

$$Q_i = \sum_{j=1}^n g_{ij} \quad (10)$$

Son olarak alternatifler, hesaplanan Q_i değerlerine göre küçükten büyüğe doğru sıralanır. Başka bir deyişle, Q_i değeri en küçük olan alternatif ideal alternatife en yakın olandır ve karar probleminde en iyi (tercih edilebilir) alternatiftir.

4. UYGULAMA

Önerilen modelin uygulamasını göstermek için, bu çalışmada İstanbul'daki bir otomotiv yedek parça şirketi belirlenmiştir. Şirket 1991 yılında kurulmuştur ve kendi pazarında en önemli şirketlerden

birisidir. Şirket fren, ateşleme, debriyaj, filtre ve aydınlatma gibi pek çok otomotiv parçasının üretimini gerçekleştirmektedir.

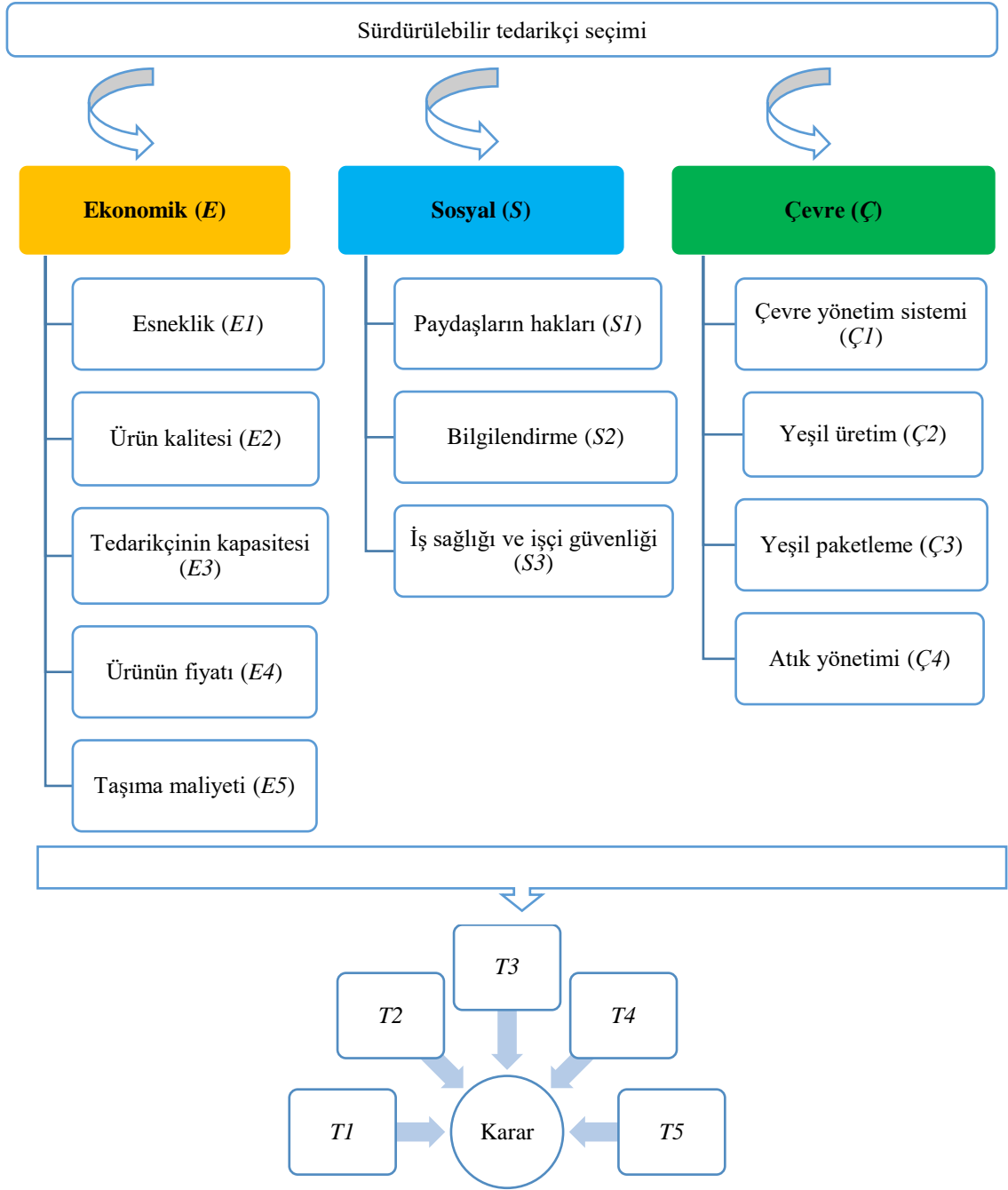
Şirket sürdürülebilir tedarikçi seçimi vasıtasıyla sürdürülebilirlik odaklı bir kimlik kazanmak istemektedir. Bunu başarmak için şirket kendi tedarik zincirinde yer alan tedarikçilerin sürdürülebilirliklerini değerlendirmek ve seçmek istemektedir. Ayrıca çevresel ve sosyal faaliyetlerinden kaynaklanan etkileri azaltma çabasıdadır. Şirket yöneticileri, sürdürülebilir tedarikçileri seçme ve tedarik zincirindeki ilgili uygulamaları yönetme konusunda birtakım zorluklarla karşılaşmışlardır.

Bu nedenle şirket, faaliyetlerinde sürdürülebilirliğin uygulanmasında yardımcı olacak sürdürülebilir tedarikçi seçimi değerlendirme kriterlerini anlamak için kapsamlı bir yaklaşım belirlemeye çalışmaktadır. Yöneticiler ayrıca sürdürülebilir tedarikçi seçimi kriterlerinin önem düzeylerini belirlemek ve alternatifleri arasından en uygun olan sürdürülebilir tedarikçiyi seçmek istemektedir. Dolayısıyla yöneticilere yardımcı olmak için FUCOM-MAIRCA bütünleşik yaklaşımı uygulanmasına karar verilmiştir. Diğer detaylar aşağıdaki alt bölümlerde verilmiştir.

3.1. Aşama 1. Amaca yönelik sürdürülebilir değerlendirme kriterlerini, alt kriterlerini ve alternatifini tanımlama.

İlk aşamada 4 uzmandan oluşan (bir akademisyen ile şirketin üretim, pazarlama ve satın alma departmanlarının üç yöneticisi) bir karar vericiler komitesi oluşturulmuştur. Uzmanların her biri en az 15 yıl iş deneyimine sahip, üçü erkek bir bayan ve 35-52 yaş aralığında olan kişilerdir. Ayrıca ikisi lisans, biri yüksek lisans biri de doktora derecesine sahiptir. Uzmanlar kapsamlı bir literatür taraması ile kendi bilgi ve tecrübeleri ışığında 3 ana, 12 alt kriter belirlemişlerdir. Ayrıca şirketin debriyaj tedarikini sağlayan mevcut 5 tedarikçi ($T1, \dots, T5$) alternatif sürdürülebilir tedarikçiler olarak ele alınmıştır. Böylece Şekil 1’de sunulan bir yapısal hiyerarşi kurulmuştur.

Şekil 1. Sürdürülebilir Tedarikçi Seçimi İçin Hiyerarşik Yapı



Şekil 1 şu dört düzeyden oluşmaktadır: Amaç, ana kriterler, alt kriterler ve alternatifler. Amaç, en iyi olan sürdürülebilir tedarikçiyi seçmektir. İkinci düzeyde ana kriterler olarak belirtilen ve sürdürülebilirliğin üç temel ögesi olan (ekonomik, sosyal ve çevre) boyutları yer almaktadır. Üçüncü düzeyde her bir ana kritere ait alt kriterler görülmektedir. Bu düzeyde ekonomik boyut beş, sosyal boyut üç ve çevre boyutu ise dört kriter ile temsil edilmektedir. Son düzeyde ise değerlendirilen beş alternatif yer almaktadır.

3.2. Aşama 2. FUCOM uygulaması. Ana ve alt kriterlerin önem ağırlıklarının tespiti.

Bu aşamada karar vericiler hem ana kriterleri hem de alt kriterleri bir konsensüs sağlayarak sıralar. Sıralamaların ardından karar vericiler bu kez kriterlerin ikili karşılaştırmalar vasıtasıyla 1-9 ölçeğini kullanarak önceliklerini belirler. Yöntem daha önce de vurgulandığı gibi 3 adımda çözüme ulaşır.

Adım 1. İlk adımda karar vericiler bir araya gelerek bir konsensüs çerçevesinde ana kriterleri ve alt kriterleri önem düzeylerine göre Tablo 2'deki gibi sıralamışlardır.

Tablo 2. Ana ve Alt Kriterlerin Sıralanması

	Sıralama
Ana kriterler	$E > \Ç > S$
Ekonomi alt kriterleri	$E4 > E2 > E5 > E1 > E3$
Sosyal alt kriterleri	$S2 > S3 > S1$
Çevre alt kriterleri	$\Ç1 > \Ç4 > \Ç2 > \Ç3$

Adım 2. Ana ve alt kriterler Adım 1'deki sıralamalara göre öncelik puanlandırmasına tabi tutulur. Örneğin ana kriterler için ekonomi çevre ile çevre ise sosyal boyut ile karşılaştırılır. Karşılaştırmalarda 1 en yüksek, 9 en düşük olmak üzere 1-9 ölçeğinden yararlanılır. Tablo 3'te uzman ekibin öncelik değerleri verilmiştir.

Tablo 3. Ana/Alt Kriterlerin Öncelik Değerleri

	Sıralama
Ana kriterler	1-1.2-1.4
Ekonomi alt kriterleri	1-1.3-1.5-1.8-2
Sosyal alt kriterleri	1-1.4-1.6
Çevre alt kriterleri	1-1.1-1.5-1.9

Örneğin Tablo 3'te ekonomi boyutu çevre boyutuna göre 1.2, çevre boyutu ise sosyal boyuta göre 1.4 öncelik değerine sahiptir.

Adım 3. Kriter önem ağırlıklarının hesaplanması. Son adımda, Adım 2'deki öncelik değerleri yardımıyla elde edilen minimizasyon modelleri çözülür ve önem ağırlıklarına ulaşılır (Tablo 4).

Tablo 4. Local ve Global Ağırlıklar

Ana kriter	Önem ağırlığı	Alt kriterler	Lokal ağırlık	Global ağırlık	Global sıralama
Ekonomi	0.393	$E1$	0.159	0.0625	10.
		$E2$	0.220	0.0865	5.
		$E3$	0.143	0.0562	11.
		$E4$	0.286	0.1124	2.
		$E5$	0.191	0.0749	7.
Sosyal	0.280	$S1$	0.267	0.0749	8.
		$S2$	0.427	0.1199	1.
		$S3$	0.305	0.0856	6.
Çevre	0.327	$\Ç1$	0.322	0.1054	3.
		$\Ç2$	0.215	0.0703	9.

Ç3	0.170	0.0555	12.
Ç4	0.293	0.0959	4.

Tablo 4'teki kriter ağırlıklarının FUCOM çok kriterli ağırlıklandırma yöntemiyle hesaplanmasına açıklık kazandırmak için ana kriterlerin ağırlıklarının nasıl elde edildiğinin açıklanmasının araştırmacılara faydalı olacağı düşünülmektedir. Hatırlanacağı üzere ana kriterler en önemliden başlamak üzere ekonomi, çevre ve sosyal boyut şeklinde sıralanmış ve karar vericilerin değerlendirmeleri neticesinde bunlara 1-1.2-1.4 öncelik değerleri atanmıştı. FUCOM yönteminin ikinci adımına göre kriterlerin karşılaştırmalı öncelikleri şöyle hesaplanır:

$$\varphi_{E/\zeta} = 1.2/1 = 1.2, \varphi_{\zeta/S} = 1.4/1.2 = 1.166$$

Üçüncü adımda iki koşul yerine getirilmelidir. İlk koşula göre ağırlık katsayılarının oranı, kriterlerin karşılaştırmalı önceliğine eşittir. Yani,

$$\frac{w_E}{w_\zeta} = 1.2, \frac{w_\zeta}{w_S} = 1.166$$

yazılır. İkinci koşula göre ise ağırlık katsayılarının nihai değerleri, matematiksel geçişlilik koşulunu karşılamalıdır. Böylece,

$$\frac{w_E}{w_S} = \frac{w_E}{w_\zeta} \otimes \frac{w_\zeta}{w_S} = 1.2 \otimes 1.166 = 1.399$$

elde edilir. Eşitlik (5) kullanılarak DP modeli şöyle yazılır:

$$\min \chi$$

Öyle ki,

$$\begin{cases} \left| \frac{w_E}{w_\zeta} - 1.2 \right| \leq \chi, \left| \frac{w_\zeta}{w_S} - 1.166 \right| \leq \chi, \left| \frac{w_E}{w_S} - 1.399 \right| \leq \chi, \\ \sum_{j=1}^4 w_j = 1, w_j \geq 0, \forall j \end{cases}$$

Modelin çözülmesi sonrasında ana kriterlerin nihai ağırlıkları,

$$w_E = 0.393; w_S = 0.280; w_\zeta = 0.327$$

olarak bulunur.

Benzer işlemler yapılarak elde edilen önem ağırlıklarının yer aldığı Tablo 4'e göre sürdürülebilir tedarikçi seçiminde en önemli ana kriter 0.393 ile ekonomi boyutudur. Ekonomiyi sırasıyla 0.327 ile çevre ve 0.280 ile sosyal boyutlar takip etmektedir. "Ürünün fiyatı" 0.286 lokal ağırlık ile ekonomi boyutunda en önemli görülen alt kriterdir. Onu sırasıyla "kalite", "taşıma maliyeti", "esneklik" ve "tedarikçinin kapasitesi" alt kriterleri izlemiştir. Benzer şekilde 0.427 lokal ağırlığa sahip olan "bilgilendirme", sosyal boyut içerisinde en önemli alt kriter olarak belirlenmiştir. Onu sırasıyla "iş sağlığı ve işçi güvenliği" ile "paydaşların hakları" izlemiştir. Son olarak çevre boyutunda ise "çevre yönetim sistemi" 0.322 ile en önemli alt kriter iken "yeşil paketleme" ise 0.170 ile en az önemli alt kriter olarak tespit edilmiştir. Global ağırlıklar, sonraki adımda alternatif tedarikçilerin sürdürülebilirlik

performanslarının belirlenmesinde kullanılacak olan ağırlık değerleridir. Tablo 4’de hesaplanan global ağırlıklara göre sürdürülebilirlik performansı belirlemede yararlanılan en önemli alt kriterler sırasıyla 0.1199 önem ağırlığı ile “bilgilendirme”, 0.1124 ile “ürünün fiyatı” ve 0.1054 ile “çevre yönetim sistemi” olmuştur. En az önemli görülen alt kriterler ise sırasıyla “esneklik”, “tedarikçinin kapasitesi” ve “yeşil paketleme” olmuştur.

Elde edilen tüm sonuçlara ilişkin tam tutarlılıktan sapma değerleri ise TTS=0.000’dır. Dolayısıyla tüm karşılaştırmalar tam tutarlılığa sahiptir ve sonuçlara güven duyma noktasında bir problem yoktur.

3.3. *Aşama 3. MAIRCA uygulaması. Alternatifler arasında en iyi olan sürdürülebilir tedarikçinin belirlenmesi.*

Bu çalışmada, mevcut tedarikçiler arasında en iyi olan sürdürülebilir tedarikçi MAIRCA yöntemi kullanılarak tespit edilmiştir. Tablo 5’te verilen değerlendirme matrisi, 1-5 ölçeği ile (1: Çok kötü/düşük, 5: Çok iyi/yüksek) karar vericiler komitesinin ortak görüşleri sonucunda belirlenmiştir. MAIRCA yöntemi kullanılarak elde edilen sonuçlar adım adım şu şekildedir:

Tablo 5. Alternatif Tedarikçilerin Kriterlere Göre Değerlendirmeleri

Tedarikçiler	Değerlendirme kriterleri											
	E1	E2	E3	E4	E5	S1	S2	S3	Ç1	Ç2	Ç3	Ç4
T1	2	3	1	2	3	4	1	3	2	1	3	2
T2	1	3	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3
T3	3	4	2	2	2	3	4	2	4	2	3	2
T4	4	2	3	4	5	3	3	4	3	3	2	4
T5	2	5	3	2	3	2	5	4	4	3	4	5

Adım 1: Karar matrisinin oluşturulması. Öncelikle Tablo 5’te yer alan değerlendirmeler, kriter ağırlıkları ve kriter tipine ilişkin bilgilerin de yer aldığı bir başlangıç karar matrisi oluşturulur (Tablo 6). Ürünün fiyatı (E4) ve taşıma maliyeti (E5), düşük olması daha iyi olan kriterler olduğu için maliyet temelli kriterler grubunda, geriye kalan 10 kriter ise yüksek olması daha iyi olan kriterler olduğundan fayda temelli kriterler grubunda yer alır. Böylece E4 ile E5 kriterinde amaç minimizasyon, diğerlerinde ise maksimizasyondur.

Tablo 6. Başlangıç Karar Matrisi

	Değerlendirme kriterleri											
	E1	E2	E3	E4	E5	S1	S2	S3	Ç1	Ç2	Ç3	Ç4
Amaç	Maks.	Maks.	Maks.	Min.	Min.	Maks.	Maks.	Maks.	Maks.	Maks.	Maks.	Maks.
Kriter ağırlığı	0.0625	0.0865	0.0562	0.1124	0.0749	0.0749	0.1199	0.0856	0.1054	0.0703	0.0555	0.0959
T1	2	3	1	2	3	4	1	3	2	1	3	2
T2	1	3	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3
T3	3	4	2	2	2	3	4	2	4	2	3	2

<i>T4</i>	4	2	3	4	5	3	3	4	3	3	2	4
<i>T5</i>	2	5	3	2	3	2	5	4	4	3	4	5
<i>Maksimum</i>	4	5	3	4	5	4	5	4	4	3	4	5
<i>Minimum</i>	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2

Adım 2. Alternatiflerin tercih değerlerinin belirlenmesi. MAIRCA yöntemi başlangıçta her alternatifin eşit şansa sahip olduğunu kabul eder. Dolayısıyla alternatif sayısı 1'e bölünerek bu adım gerçekleştirilir.

$$P_{A_i} = \frac{1}{m} = \frac{1}{5} = 0.2$$

Adım 3. Üçüncü adımda teorik değerlendirme matrisinin bulunur. Bu matris elde edilirken önceki adımda hesaplanan 0.2 değeri ile kriter ağırlıkları çarpılır. Teorik değerlendirme matrisi Tablo 7'de görülebilir.

Tablo 7. Teorik Değerlendirme Matrisi

	<i>E1</i>	<i>E2</i>	<i>E3</i>	<i>E4</i>	<i>E5</i>	<i>S1</i>	<i>S2</i>	<i>S3</i>	<i>Ç1</i>	<i>Ç2</i>	<i>Ç3</i>	<i>Ç4</i>
<i>T1</i>	0.013	0.017	0.011	0.022	0.015	0.015	0.024	0.017	0.021	0.014	0.011	0.019
<i>T2</i>	0.013	0.017	0.011	0.022	0.015	0.015	0.024	0.017	0.021	0.014	0.011	0.019
<i>T3</i>	0.013	0.017	0.011	0.022	0.015	0.015	0.024	0.017	0.021	0.014	0.011	0.019
<i>T4</i>	0.013	0.017	0.011	0.022	0.015	0.015	0.024	0.017	0.021	0.014	0.011	0.019
<i>T5</i>	0.013	0.017	0.011	0.022	0.015	0.015	0.024	0.017	0.021	0.014	0.011	0.019

Örneğin *E1* sütunundaki değerler şu şekilde bulunur:

$$t_{p11} = t_{p21} = t_{p31} = t_{p41} = t_{p51} = 0.2 \times 0.0625 = 0.013$$

Adım 4. Bu adımda gerçek değerlendirme matrisi oluşturulur. Bunu başarabilmek için önce standartlaştırılmış matrisin bulunması, ardından da bu matrisin teorik değerlendirme matrisi ile çarpılması gerekir.

Standartlaştırma yaparken daha önce de vurgulandığı gibi fayda temelli kriterler için Eşitlik (6), maliyet temelli kriterler için ise Eşitlik (7)'den yararlanır. Sonuçta elde edilen standartlaştırılmış matris Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Standartlaştırılmış Matris

	<i>E1</i>	<i>E2</i>	<i>E3</i>	<i>E4</i>	<i>E5</i>	<i>S1</i>	<i>S2</i>	<i>S3</i>	<i>Ç1</i>	<i>Ç2</i>	<i>Ç3</i>	<i>Ç4</i>
<i>T1</i>	0.333	0.333	0.000	1.000	0.667	1.000	0.000	0.500	0.000	0.000	0.500	0.000
<i>T2</i>	0.000	0.333	0.500	0.500	0.333	0.000	0.500	0.500	0.000	1.000	0.500	0.333
<i>T3</i>	0.667	0.667	0.500	1.000	1.000	0.500	0.750	0.000	1.000	0.500	0.500	0.000
<i>T4</i>	1.000	0.000	1.000	0.000	0.000	0.500	0.500	1.000	0.500	1.000	0.000	0.667
<i>T5</i>	0.333	1.000	1.000	1.000	0.667	0.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000

Örneğin *T1* alternatifinin fayda temelli bir kriter olan *E1* ile maliyet temelli bir kriter olan *E4*'e göre standartlaştırılmış değerleri şöyle bulunur:

$$t_{r11} = \frac{2-1}{4-1} = 0.333$$

$$t_{r14} = \frac{4-2}{4-2} = 1$$

Standartlaştırılmış matris ile teorik değerlendirme matrisinin çarpılması neticesinde Tablo 9'da görülen gerçek değerlendirme matrisine ulaşılır.

Tablo 9. Gerçek Değerlendirme Matrisi

	<i>E1</i>	<i>E2</i>	<i>E3</i>	<i>E4</i>	<i>E5</i>	<i>S1</i>	<i>S2</i>	<i>S3</i>	<i>Ç1</i>	<i>Ç2</i>	<i>Ç3</i>	<i>Ç4</i>
<i>T1</i>	0.004	0.006	0.000	0.022	0.010	0.015	0.000	0.009	0.000	0.000	0.006	0.000
<i>T2</i>	0.000	0.006	0.006	0.011	0.005	0.000	0.012	0.009	0.000	0.014	0.006	0.006
<i>T3</i>	0.008	0.012	0.006	0.022	0.015	0.007	0.018	0.000	0.021	0.007	0.006	0.000
<i>T4</i>	0.013	0.000	0.011	0.000	0.000	0.007	0.012	0.017	0.011	0.014	0.000	0.013
<i>T5</i>	0.004	0.017	0.011	0.022	0.010	0.000	0.024	0.017	0.021	0.014	0.011	0.019

Örneğin *T1* alternatifinin *E1* kriterine göre gerçek değerlendirme sonucu şöyle hesaplanır:

$$t_{r11} = 0.333 \times 0.013 = 0.004$$

Adım 5. Teorik değerlendirme matrisinden, gerçek değerlendirme matrisinin çıkartılmasıyla fark ya da boşluk matrisi elde edilir. (Tablo 10).

Tablo 10. Fark Matrisi

	<i>E1</i>	<i>E2</i>	<i>E3</i>	<i>E4</i>	<i>E5</i>	<i>S1</i>	<i>S2</i>	<i>S3</i>	<i>Ç1</i>	<i>Ç2</i>	<i>Ç3</i>	<i>Ç4</i>
<i>T1</i>	0.009	0.012	0.011	0.000	0.005	0.000	0.024	0.009	0.021	0.014	0.006	0.019
<i>T2</i>	0.013	0.012	0.006	0.011	0.010	0.015	0.012	0.009	0.021	0.000	0.006	0.013
<i>T3</i>	0.004	0.006	0.006	0.000	0.000	0.007	0.006	0.017	0.000	0.007	0.006	0.019
<i>T4</i>	0.000	0.017	0.000	0.022	0.015	0.007	0.012	0.000	0.011	0.000	0.011	0.006
<i>T5</i>	0.008	0.000	0.000	0.000	0.005	0.015	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Örneğin *T1*'in *E1* kriterine göre fark matrisi değeri şöyle elde edilir:

$$g_{11} = 0.013 - 0.004 = 0.009$$

Adım 6. MAIRCA yönteminin son adımında sıralamaların elde edilmesi için alternatiflerin kriter değerleri (Q_i) bulunur. Fark matrisinin her bir satırının toplamı, her bir alternatifin Q_i değeridir. Bulunan Q_i değerlerinin küçükten büyüğe doğru sıralanmasıyla alternatiflerin sıralamadaki yerleri tespit edilir. Tablo 11'de elde edilen sonuçlar verilmiştir.

Tablo 11. Tedarikçilere İlişkin Q_i Değerleri ve Sıralamalar

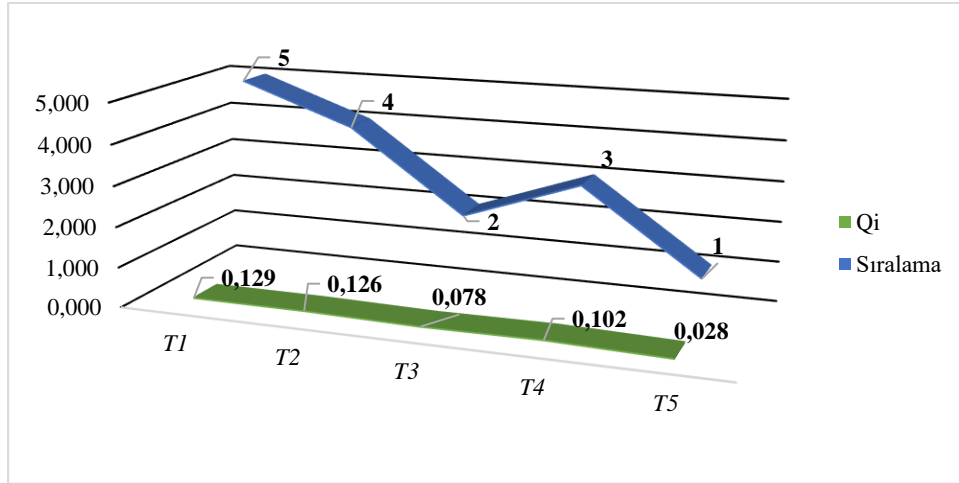
Tedarikçi	Q_i	Sıralama
<i>T1</i>	0.129	5
<i>T2</i>	0.126	4
<i>T3</i>	0.078	2
<i>T4</i>	0.102	3
<i>T5</i>	0.028	1

Örneğin ilk tedarikçinin Q_i değeri şu şekilde bulunur:

$$Q_1 = 0,008 + 0,012 + 0,011 + 0 + 0,005 + 0 + 0,024 + 0,009 + 0,021 + 0,014 + 0,006 + 0,019 \\ = 0,129$$

Şekil 2’de de görüldüğü üzere alternatifler Q_i değerine göre artan şekilde sıralandığında $T5 > T3 > T4 > T2 > T1$ sıralamasına ulaşılır. Sonuç olarak, sürdürülebilirlik bağlamında en etkili ve en iyi performansa sahip olan alternatif $T5$ tedarikçisidir.

Şekil 2. Tedarikçilerin Sıralamaları



5. SONUÇ

Son yıllarda tedarikçi seçiminde sürdürülebilirlik unsurlarının kullanılmasının önemine vurgu yapılması nedeniyle bu çalışmada, sürdürülebilir tedarikçi seçimi amacıyla FUCOM ile MAIRCA yöntemlerinin bütünsel olarak kullanılmasından oluşan bir ÇKKV modeli önerilmiştir. Çalışmada ekonomik, çevresel ve sosyal olmak üzere her üç sürdürülebilirlik boyutu ile bunlara ilişkin alt kriterler uzmanların görüşleri alınarak ve ilgili literatür taraması sonucunda belirlenmiştir. Böylece ekonomi boyutuna ilişkin 5, sosyal boyuta ilişkin 3 ve çevre boyutuna ilişkin ise 4 olmak üzere 12 alt kriter, alternatif tedarikçileri sürdürülebilirlik çerçevesinde değerlendirmek için kullanılmıştır. Gerek sürdürülebilirlik boyutlarının gerekse de onlara ilişkin kriterlerin önem ağırlıklarını belirlemek için oldukça yeni bir ÇKKV yöntemi olan FUCOM yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin avantajı AHP, DEMATEL, BWM gibi diğer ağırlık belirleme yöntemlerine göre çok daha az sayıda ikili karşılaştırmaya gereksinim duymasındadır. Alternatif sürdürülebilir tedarikçilerin performansını değerlendirmek ve sıralamaları tespit etmek için ise yeni bir ÇKKV yöntemi olan MAIRCA yönteminden faydalanılmıştır. İşlem kolaylığı ve hesaplama hızı bu yöntemin en önemli avantajlarıdır. Sürdürülebilir tedarikçi seçimi için önerilen uygulaması ise bir otomobil yedek parça üreticisinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda en önemli sürdürülebilirlik boyutunun ekonomik boyut olduğu, onu sırasıyla çevre ve sosyal boyutun izlediği bulunmuştur. Sürdürülebilirlik boyutları itibarıyla

en önemli kriterler ekonomi boyutunda ürün fiyatı, sosyal boyutta bilgilendirme ve çevre boyutunda ise çevre yönetim sistemi olmuştur. Tüm kriterler birlikte değerlendirildiğinde ise sırasıyla bilgilendirme, ürünün fiyatı ve çevre yönetim sistemi sürdürülebilir tedarikçi seçimindeki en önemli kriterlerdir. Önerilen modelde, FUCOM yöntemi ile elde edilen kriter önem ağırlıkları MAIRCA yönteminde kullanılarak mevcut alternatifler değerlendirilmiş ve sıralamalar belirlenerek en verimli alternatif seçilmiştir.

Diğer sübjektif ağırlıklandırma temelli ÇKKV yaklaşımlarında olduğu gibi burada da karar ekibinin farklı karar vericilerden oluşması, sayılarının artması/azalması kriter ağırlıklarını etkileyeceğinden, alternatif sıralamaları üzerinde de etkiye bulunabilir. Çalışma böyle bir kısıta sahiptir.

Son olarak, gelecekteki araştırmalar için bazı öneriler aşağıda verilmiştir.

- Yakın geçmişte geliştirilen diğer ÇKKV yöntemleri kullanılabilir.
- Farklı kriterler eklenerek sonuçlar karşılaştırılabilir.
- İnsan düşünce sistemine oldukça uygun olan bulanık mantık ve uzantılarından yararlanılabilir.
- Önerilen model farklı sektörlerde ve alanlarda karşılaşılan karar verme problemlerine uygulanabilir.

KAYNAKÇA

- Abdel-Baset, M., Chang, V., Gamal, A., ve Smarandache, F. (2019). An integrated neutrosophic ANP and VIKOR method for achieving sustainable supplier selection: A case study in importing field. *Computers in Industry*, 106, 94-110.
- Alikhani, R., Torabi, S. A., ve Altay, N. (2019). Strategic supplier selection under sustainability and risk criteria. *International Journal of Production Economics*, 208, 69-82.
- Arabsheybani, A., Paydar, M. M., ve Safaei, A. S. (2018). An integrated fuzzy MOORA method and FMEA technique for sustainable supplier selection considering quantity discounts and supplier's risk. *Journal of cleaner production*, 190, 577-591.
- Cheraghalipour, A., ve Farsad, S. (2018). A bi-objective sustainable supplier selection and order allocation considering quantity discounts under disruption risks: A case study in plastic industry. *Computers ve Industrial Engineering*, 118, 237-250.
- Ecer, F. (2019). Özel sermayeli bankaların kurumsal sürdürülebilirlik performanslarının değerlendirilmesine yönelik çok kriterli bir yaklaşım: Entropi-ARAS bütünleşik modeli. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 365-390.

- Ecer, F. (2020a). Multi-criteria decision making for green supplier selection using interval type-2 fuzzy AHP: a case study of a home appliance manufacturer. *Operational Research*.
<https://doi.org/10.1007/s12351-020-00552-y>
- Ecer, F. (2020b). *Çok Kriterli Karar Verme, Geçmişten Günümüze Kapsamlı Bir Yaklaşım*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Ecer, F. (2021a). Sustainability assessment of existing onshore wind plants in the context of triple bottom line: a best-worst method (BWM) based MCDM framework. *Environmental Science and Pollution Research*, 1-17.
- Ecer, F. (2021b). An analysis of the factors affecting wind farm site selection through FUCOM subjective weighting method. *Pamukkale University Journal of Engineering Sciences*, 27(1), 24-34.
- Ecer, F., ve Pamucar, D. (2020). Sustainable supplier selection: A novel integrated fuzzy best worst method (F-BWM) and fuzzy CoCoSo with Bonferroni (CoCoSo'B) multi-criteria model. *Journal of Cleaner Production*, 266, 121981.
- Ecer, F., Kınay, A. Ö., ve Nasiboğlu, E. (2018). Determination of the Financial Support Required by the Families with Disabilities to Achieve Standard Life Conditions with the AHP Method. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(3), 687-704.
- Ecer, F., Pamucar, D., Hashemkhani Zolfani, S., ve Eshkalag, M. K. (2019). Sustainability assessment of OPEC countries: Application of a multiple attribute decision making tool. *Journal of Cleaner Production*, 241, 118324.
- Ecer, F., Pamucar, D., Mardani, A., ve Alrasheedi, M. (2021). Assessment of renewable energy resources using new interval rough number extension of the level based weight assessment and combinative distance-based assessment. *Renewable Energy*.
- Gören, H. G. (2018). A decision framework for sustainable supplier selection and order allocation with lost sales. *Journal of Cleaner Production*, 183, 1156-1169.
- Günay, F., ve Ecer, F. (2020). Cash flow based financial performance of Borsa İstanbul tourism companies by Entropy-MAIRCA integrated model. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 5(1), 29-37.
- Hashemkhani Zolfani, S., Ecer, F., Pamucar, D., ve Raslanas, S. (2020). Neighborhood selection for a newcomer via a novel BWM-based revised MAIRCA integrated model: a case from the Coquimbo-La Serena conurbation, Chile. *International Journal of Strategic Property Management*, 24(2), 102-118.

- Kara, İ., Ecer, F. (2016). AHP-VIKOR entegre yöntemi ile tedarikçi seçimi: tekstil sektörü uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi SBE Dergisi*, 18(2), 255-272.
- Liu, Y., Eckert, C., Yannou-Le Bris, G., ve Petit, G. (2019). A fuzzy decision tool to evaluate the sustainable performance of suppliers in an agrifood value chain. *Computers ve Industrial Engineering*, 127, 196-212.
- Luthra, S., Govindan, K., Kannan, D., Mangla, S. K., ve Garg, C. P. (2017). An integrated framework for sustainable supplier selection and evaluation in supply chains. *Journal of Cleaner Production*, 140, 1686-1698.
- Martins, C. L., ve Pato, M. V. (2019). Supply chain sustainability: A tertiary literature review. *Journal of Cleaner Production*, 225, 995-106.
- Memari, A., Dargi, A., Jokar, M. R. A., Ahmad, R., ve Rahim, A. R. A. (2019). Sustainable supplier selection: A multi-criteria intuitionistic fuzzy TOPSIS method. *Journal of Manufacturing Systems*, 50, 9-24.
- Mohammed, A., Harris, I., ve Govindan, K. (2019). A hybrid MCDM-FMOO approach for sustainable supplier selection and order allocation. *International Journal of Production Economics*, 217, 171-184.
- Mohammed, A., Setchi, R., Filip, M., Harris, I., ve Li, X. (2018). An integrated methodology for a sustainable two-stage supplier selection and order allocation problem. *Journal of Cleaner Production*, 192, 99-114.
- Pamucar, D., ve Ecer, F. (2020). Prioritizing the weights of the evaluation criteria under fuzziness: The fuzzy full consistency method–FUCOM-F. *Facta Universitatis, Series: Mechanical Engineering*, 18(3), 419-437.
- Pamucar, D., Stevic, Z., ve Sremac, S. (2018). A new model for determining weight coefficients of criteria in MCDM models: Full consistency method (FUCOM). *Symmetry*, 10 (393), 1-22.
- Pamucar, D., Vasin, L., ve Lukovac, L. (2014, October). Selection of railway level crossings for investing in security equipment using hybrid DEMATEL-MARICA model. In *XVI International Scientific-expert Conference on Railway, Railcon* (pp. 89-92).
- Pishchulov, G., Trautrimis, A., Chesney, T., Gold, S., ve Schwab, L. (2019). The Voting Analytic Hierarchy Process revisited: A revised method with application to sustainable supplier selection. *International Journal of Production Economics*, 211, 166-179.

Rashidi, K., ve Cullinane, K. (2019). A comparison of fuzzy DEA and fuzzy TOPSIS in sustainable supplier selection: Implications for sourcing strategy. *Expert Systems with Applications*, 121, 266-281.



ÖZÜMSEME KAPASİTESİ, STRATEJİK PLANLAMA YETENEĞİ VE FİRMA
PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ
THE RELATIONSHIP BETWEEN ABSORPTIVE CAPACITY, STRATEGIC PLANNING
CAPABILITY, AND FIRM PERFORMANCE

Salih Zeki İMAMOĞLU¹, Hüseyin İNCE², Hülya TÜRKCAN³



1. Prof. Dr., Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, imamoglu@gtu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>
2. Prof. Dr., Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, h.ince@gtu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>
3. Arş. Gör., Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, E-Posta, <https://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
21.02.2020 02.21.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
02.03.2021 03.02.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.692469>

Öz

Rekabetin küresel boyuta ulaştığı günümüz şartlarında sahip olunan yetenekler, firma başarısı için belirleyici bir role sahiptir. Bununla birlikte değişken çevre ve pazar yapısına uyum için dış çevre bilgisi ve bu bilginin mevcut bilgiyle bütünleştirilerek firma yararına kullanımı, firmanın yetenekleri gibi maddi olmayan kaynaklarını artırdığı gibi yol haritasını belirlemede de kritik öneme sahiptir. Bu çalışmanın amacı özümseme kapasitesi, stratejik planlama yeteneği ve firma performansı arasındaki ilişkileri incelemektir. Bu kapsamda İstanbul ve Gebze’de bulunan ve üretim sektöründe faaliyet gösteren firmalarda görev yapan 211 yöneticiden anket yöntemi kullanılarak veri toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizleri sonucunda, özümseme kapasitesinin stratejik planlama yeteneği ile pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca stratejik planlama yeteneği ile firma performansı arasında da pozitif bir ilişki olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Özümseme Kapasitesi, Stratejik Planlama Yeteneği, Firma Performansı.

Abstract

In today's conditions where competition has reached global, organizational capabilities are decisive for firm success. Furthermore, in order to adapt to the changing environment and market structure, knowledge from the external environment and the use of this knowledge by integrating with existing knowledge are critical for determining the road map as well as improving the intangible resources of the firm such as its capabilities. The aim of this study is to examine the relationships between absorptive capacity, strategic planning capability and firm performance. In this context, data were collected by survey method from 211 executives working in firms from manufacturing sector in İstanbul and Gebze. As a result of the analysis of the data collected, it is determined that the absorptive capacity is positively associated with the strategic planning ability. In addition, a positive relationship is found between strategic planning capability and firm performance.

Keywords: Absorptive Capacity, Strategic Planning Capability, Firm Performance.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

The purpose of this study is to examine the relationships between absorptive capacity, strategic planning capability and firm performance. Thus, it is aimed to contribute to the literature, provide a perspective that will lead future academic studies and guide the organizational structure and strategic management practices that business managers will create.

Research Questions

What effect does absorptive capacity have on strategic planning capability? Does strategic planning capability significantly influence firm performance?

Literature Review

Firm's inimitable assets such as capabilities are crucial to survive in the competitive environment (Cardeal and Antonio, 2012). But in today's knowledge era, firms need to develop their capabilities by using knowledge in order to have high performance. The degree of achievement of the firm's objectives determines the firm performance (Hafeez et al., 2011). For this reason, it is necessary to determine the firm's objectives in a realistic way and to have a strategic road map in order to achieve these goals. Strategic planning capability enables firms to identify the opportunities and threats in the external environment, determine the strong and weak characteristics of the organization and create a path suitable for the firm's objectives by using these evaluations (Razavi et al., 2016). Furthermore, high strategic planning capability increases the motivation of the employees by providing clear organizational goals (Kriemadis, 2009). Employees with a high motivation increase organizational efficiency and customer satisfaction by showing a maximum effort to reach organizational goals (Dobre, 2013). Therefore, it can be concluded that strategic planning capability is a determining factor for high firm performance. However, although there are studies examining the direct relationship between strategic planning capability and firm performance (Charles, 2014; Grimmer et al. 2018), it is limited. Since the strategic planning capability is the ability of the firm to create strategic plans by considering the external environment (Yam et al., 2004), the firm should be as knowledgeable as possible about the external environment. Getting knowledge about the market, competitors, and customers is of great importance in terms of the strategic planning process and also plays a key role in determining the strengths and weaknesses of the organization as well as recognizing the opportunities and threats in the environment (Khan and Khaliq, 2014). Absorptive capacity provides to recognize and obtain new knowledge and have beneficial outcomes through this knowledge. In addition, absorptive capacity enables the firm to make more accurate predictions about future developments (Cohen and Levinthal, 1994). Therefore, it is expected that firms with high absorptive capacity have high strategic planning capability. However, no studies investigating the relationship between absorptive capacity and strategic planning capability have been observed in the literature.

Methodology

This research was designed as a quantitative study. The survey method was used to collect data, and scales were adapted from previous studies. 211 surveys were collected from executives from the manufacturing sector in Istanbul and Gebze. After data collection, measure validity and reliability were assessed and then hypotheses were tested by performing structural equation modeling analysis.

Results and Conclusions

The research findings illustrate that absorptive capacity positively influences strategic planning capability and also strategic planning capability positively affects firm performance. Since the studies which examine the relationship between strategic planning capability and firm performance have been limited, this research makes an important contribution. Moreover, this study is the first research that investigates the relationship between absorptive capacity and strategic planning capability. Therefore, the research findings are thought to fill a significant gap in the literature. According to these results, firms should continuously get knowledge about the environment, as well as objectively identify their own internal structure in order to reach high firm performance. Managers should prepare plans in a clear manner in accordance with all these internal and external evaluations. Namely, firms should improve their strategic planning capability and absorptive capacity is a crucial factor that improves strategic planning capability. In this respect, managers should attach importance to human resources. In addition, they should provide favorable conditions for effective environmental interaction and information sharing. Thus, by increasing absorptive capacity, valuable knowledge can be acquired and it can be used for the benefit of the organization.

1. GİRİŞ

Firma başarısı ve rekabetçiliği için sahip olduğu kaynaklar ve yetenekler en önemli faktörler olarak kabul edilirken, günümüz bilgi ekonomisiyle 21. yüzyıl daha rekabetçi hale gelmiş (Pillania, 2009), kaynak ve yeteneklerin yanısıra bilgi altyapısı ile bilginin nasıl kullanıldığı firmanın pazardaki konumunu belirlemeye başlamıştır (Halawi, Aronson, Mccarthy, 2005). Bu sebeple firmaların yeteneklerini, stratejilerini ve faaliyetlerini, çevre bilgisi elde edip onu kullanarak kendi yararına geliştirdiği yeni bilgilerle desteklemesi firma başarısı ve rekabet avantajı için önem arz etmektedir (Carneiro, 2000). Nitekim kaynak tabanlı görüş ve onun tamamlayıcısı olarak gelişen dinamik yetenekler literatürü, firmanın sahip olduğu yetenekler ve eşsiz kaynaklar ile bunların sürekli dinamik çevre şartlarına uyumlu bir şekilde kullanılması ve geliştirilmesinin firmalara büyük değer kattığını açıklamaktadır (Wang vd., 2019).

Firma performansı belirlenen amaçlara ulaşılma derecesiyle ilgilidir (Hafeezvd., 2011). Dolayısıyla firma amaçlarının gerçekçi ve motive edici bir biçimde belirlenmesi ve faaliyetler ile izlenecek yolun bu doğrultuda tasarlanması firma performansı açısından belirleyici role sahiptir. Rekabetin yoğunluğundan dolayı bunları uygularken pazar koşulları, paydaşların durumu, rakiplerin hamleleri ve müşterilerin beklentilerini dikkate almak gerekmektedir. Firmanın sahip olduğu stratejik planlama yeteneği ise, dış çevredeki fırsat ve tehditleri tespit edip, örgütün güçlü ve zayıf özelliklerini ortaya koyarak bunları firma yararına olacak şekilde değerlendirmesini ve firma hedeflerine uygun bir gidişat yolu oluşturabilmesini sağlamaktadır (Razavi vd., 2016). Bu sebeple, stratejik planlama yeteneğinin değişken çevre şartlarında firmanın hedeflerine ulaşma derecesi konusunda belirleyici bir unsur olduğu söylenebilir. Ancak stratejik planlama yeteneği ve firma performansı arasındaki direkt ilişkiyi inceleyen çalışmalar mevcut olsa da (Charles, 2014; Grimmer vd., 2018), kısıtlı sayıdadır.

Stratejik planlama yeteneği, firmanın dış çevreyi de göz önünde bulundurarak stratejik planlar oluşturabilmesini sağlayan bir yeteneği olduğundan (Yam vd., 2004), firmanın dış çevreyle ilgili olabildiğince bilgi sahibi olması gerekmektedir. Firmanın edindiği dış çevre bilgisi hem pazardaki fırsatların daha iyi çözümlenmesini hem de olası tehditlerin daha kolay fark edilmesini sağlayabilir. Ayrıca edinilen dış çevre bilgisi ile sahip olunan güçlü ve zayıf yönler daha objektif bir şekilde belirlenebilir (Khan ve Khalique, 2014). Nitekim özümseme kapasitesi dış çevreden firma için faydalı bilgiler elde edilmesini ve dış çevre bilgisinin mevcut bilgi ve faaliyetler ile bütünleştirilerek firmanın yararına çeşitli çıktılar elde edilmesini sağlamaktadır (Lane vd., 2006). Dolayısıyla yüksek özümseme kapasitesine sahip firmaların, stratejik planlama yeteneklerinin de gelişmiş olması beklenebilir. Fakat bu olası etkiye rağmen, uluslararası literatürde özümseme kapasitesi ve stratejik planlama yeteneği ilişkisini araştıran herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Literatürdeki yukarıda bahsedilen boşluklara katkı yapmak üzere, bu çalışmanın amacı özümseme kapasitesi, stratejik planlama yeteneği ve firma performansı arasındaki ilişkileri

incelemektir. Böylece literatüre katkıda bulunmak ve gelecek akademik çalışmalara yön verecek bir bakış açısı sunmak hedeflenmektedir. Ayrıca bu çalışma sonuçlarının, işletme yöneticilerinin oluşturacağı örgüt yapısı ve stratejik yönetim uygulamalarına rehberlik etmesi de beklenmektedir.

Bu çalışma kapsamında ilk olarak ilgili kavramlar açıklanmış, teorik altyapı verilerek araştırma hipotezleri geliştirilmiş ve araştırma modeli sunulmuştur. Ardından ölçekler ve örneklem hakkında bilgi verilmiş ve araştırma hipotezlerini test etmek üzere uygulanan analizlere ve bulgulara yer verilmiştir. Son olarak, araştırma bulguları değerlendirilmiş, araştırmanın kısıtları belirtilmiş, gelecek araştırmalar ve iş dünyasına önerilerde bulunulmuştur.

2.LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Özümseme Kapasitesi

Özümseme kapasitesi, Cohen ve Levinthal (1989)'ın çalışmasından bu yana yaklaşık 30 yıldır örgüt teorisi, stratejik yönetim ve ekonomi gibi pek çok alanda yapılmış çalışmalarda sıklıkla ele alınmıştır (Lewin vd., 2011). Bunun başlıca sebebi günümüz bilgi çağında özümseme kapasitesinin çevreden edinilen bilgidan firma için fayda sağlayacak çıktılar geliştirilmesini sağlaması (Murovec ve Prodan, 2009), değişen ve gelişen çevreye uyumu kolaylaştırması ve böylece sürdürülebilir rekabet avantajının temel kaynaklarından biri olarak öne çıkmasıdır (Lewandowska, 2015).

Özümseme kapasitesi firma için hem eşsiz bir kaynak hem de çevreye uyumu etkileyen bir yetenektir. Çünkü özümseme kapasitesi çevredeki bilginin nasıl kullanıldığıyla ilgilidir ve aynı bilgiye maruz kalan farklı firmalar o bilgidan farklı çıktılar elde ederler (Cuervo-Cazurra ve Rui, 2017). Özümseme kapasitesi bilginin sistematik yönetim ve kullanım süreci (Vlačić vd., 2019) olduğundan firmalar için bilgi girdisi ve çıktı arasındaki farkın temel sebebi sahip oldukları özümseme kapasitesidir.

Cohen ve Levinthal (1989) özümseme kapasitesini firmanın dış bilgiyi fark ederek, onu içselleştirme ve kullanabilme kabiliyeti olarak tanımlamışlar, 1990'da yayınlanan çalışmalarındaki tanımda ise kullanma yerine ticari bir çıktı elde etme üzerinde durmuşlardır. Her iki tanımlarından da anlaşılacağı gibi özümseme kapasitesini üç boyutlu olarak (fark etme, asimile etme, uygulama) ele almışlardır. Lane ve Lubatkin (1998) özümseme kapasitesini öğrenci- öğretmen firma çiftinden oluşan bir yapı olarak ele almışlar ve Cohen ve Levinthal (1990) 'ın çalışmasına benzer şekilde üç boyutlu bir kavram olduğunu vurgulamışlardır. Zahra ve George (2002) özümseme kapasitesini firmaların dış bilgiyi elde etmesi, asimile etmesi, dönüştürmesi ve kullanmasından oluşan örgütsel rutin ve süreçler olarak açıklamışlardır. Burada özümseme kapasitesi dört boyutlu olarak ele alınmış, elde etme ve asimile etme boyutları potansiyel özümseme kapasitesi; dönüştürme ve kullanma boyutları ise gerçekleştirilen özümseme kapasitesi olarak nitelendirilmiştir. Lane vd. (2006) özümseme kapasitesini, keşfedici öğrenme, dönüştürücü öğrenme ve faydacı öğrenme süreçlerinden oluşan ve bu süreçler sonucunda firmanın edinilen bilgidan yarar sağladığı bir yetenek olarak tanımlamışlardır.

Zahra ve George (2002) özümseme kapasitesini, boyutları elde etme kapasitesi, asimile etme kapasitesi, dönüştürme kapasitesi ve kullanma kapasitesi olan dört boyutlu dinamik yetenek olarak ele almıştır. Özümseme kapasitesinin boyutlarından ilki elde etme kapasitesidir. Elde etme kapasitesi, çevredeki faydalı olması muhtemel bilginin fark edilmesi ve edinilmesidir (Lau ve Lo, 2015). Asimile etme kapasitesi elde edilen bilginin anlaşılması ve böylece benimsenebilmesi olarak açıklanmaktadır (Aliasghar vd., 2019). Dönüştürme kapasitesi, elde edilip içselleştirilen bilgi ile mevcut bilgi ve mevcut firma faaliyetlerini bütünleştirebilme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır (Zahra ve George, 2002). Kullanma kapasitesi ise, mevcut yapıyla bütünleştirilen bilgi sayesinde firma için yeni bilgi, ürün, süreç ve yetkinlikler gibi faydalı çıktılar geliştirebilme kapasitesidir (Jiménez-Barrionuevo vd., 2011).

2.2. Stratejik Planlama Yeteneği

Planlama yönetim fonksiyonlarından biridir ve örgüt amaçlarına karar vererek, bu amaçlar doğrultusunda atılacak adımları akılcı bir yaklaşımla belirlemek şeklinde ifade edilmektedir (Wehrich ve Koontz, 2005). Stratejik planlama da örgütün amaçları doğrultusunda yol haritası çizmek olarak ifade edilmektedir ve planlamadan farkı bu yol haritasının belirlenmesinde dış çevre unsurlarının faaliyetleri, güncel durumları ve olası değişimlerinin göz önünde bulundurulmasıdır (Ülgen ve Mirze, 2013).

Stratejik planlama kavramı ilk olarak 1960'larda (Mintzberg, 1994a), küreselleşme, dinamik pazar yapısı ve öngörülemez çevre koşulları sebebiyle ortaya çıkmış ve uygulanmaya başlanmıştır (Rezvani vd., 2011). Çünkü 1960larda örgütlerin çevrelerinden etkilenen açık sistemler olduğu ve örgütün çevreye adapte olması ve çevre koşullarına göre planlamaların yapılması fikri öne çıkmıştır (Eren, 2013). 1965'te yayımlanan H. Igor Ansoff'un "Kurumsal Strateji" kitabıyla ise popüleritesi iyice artmıştır. (Mintzberg, 1994a). Nitekim o dönemde yöneticiler, stratejik planlamayı rekabetçiliği artırmak için en iyi yol olarak görmeye başlamıştır (Mintzberg, 1994b). Çünkü stratejik planlama ile işin kapsamı, örgütsel hedefler, iş yerindeki roller ve sorumluluklar belirlenir, faaliyetler ve kaynaklar amaçlar doğrultusunda tahsis edilir ve en önemlisi tüm bunlar çevrenin etkisi göz ardı edilmeden yapılır (Nzewi vd., 2017).

Literatür incelendiğinde, stratejik planlama yeteneğinin firmanın sahip olduğu teknolojik yenilik yeteneklerinden biri olarak ele alındığı görülmektedir. Teknolojik yenilik yetenekleri, pazardaki yüksek dinamizme adapte olmayı, fırsatları görerek bunlardan yararlanabilmeyi sağlamaktadır (Cheng ve Yang, 2017). Rekabet avantajının belirleyici faktörlerinden biri olan teknolojik yenilik yetenekleri (Tseng vd., 2012), elde edilen rekabet avantajının sürdürülebilir hale getirilmesinde de büyük rol oynamaktadır (Guan ve Ma, 2003). Varlık yaklaşımı, süreç yaklaşımı ve fonksiyonel yaklaşım gibi farklı yaklaşımlarla ele alınan teknolojik yenilik yetenekleri ile ilgili farklı sınıflandırmalar yapılmıştır (Yam vd., 2011). Yam ve diğerleri (2004) teknolojik yenilik yeteneklerini fonksiyonel yaklaşım çerçevesinde ele alarak stratejik planlama yeteneğinin teknolojik yenilik yeteneklerinin boyutlarından biri olduğunu belirtmiştir.

Stratejik planlama yeteneği, firmanın hem iç koşulları ve yapısını hem de pazar şartlarını göz önünde bulundurarak uygulanabilir plan yapabilmesi yeteneğidir (Yam vd., 2004). Guan ve Ma (2003) ise stratejik planlama yeteneğini, rekabetin yüksek olduğu ortamlarda pazar şartlarına uyum göstermeyi sağlayan planları benimseme ve uygulama yeteneği olarak tanımlamışlardır. Dolayısıyla stratejik planlama yeteneği örgüte, dış çevredeki fırsat ve tehditler ile içsel güçlü ve zayıf yönlerin belirleyerek örgüt amaçlarıyla uyumlu planlara sahip olmayı sağlamaktadır (Razavi vd., 2016).

3.HİPOTEZ GELİŞTİRME

3.1. Özümseme Kapasitesi ve Stratejik Planlama Yeteneği

Pazar belirsizliği ve teknolojik değişimlerin çok hızlı olduğu günümüz iş dünyasında, firmalar stratejik planlama yaparken rasyonel ve başarılı stratejik kararlar verebilmek için dış çevre hakkında bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar. Özümseme kapasitesi ise dört boyutlu bir dinamik yetenektir (Zahra ve George, 2002) ve boyutlarından elde etme kapasitesi ile firma için değerli olan bilgiler elde edilirken (Todorova ve Durisin, 2007), asimile etme kapasitesi ile edinilen bilgi anlaşılıp yorumlanır (Jime'nez-Barrionuevo vd., 2011), dönüştürme kapasitesi ile mevcut bilgiyle uyumlaştırılır (Zahra ve George, 2002) ve kullanma kapasitesi ile süreç sonunda faydalı ve yenilikçi çıktılar elde edilir (Jiménez - Barrionuevo vd., 2011). Yani özümseme kapasitesi, yeni bilginin fark edilip elde edilmesinden, bu bilgi sayesinde faydalı çıktılar elde edilmesine kadar olan süreci ifade etmektedir. Bu doğrultuda özümseme kapasitesi, firmanın sahip olduğu bilgiyi ve böylece maddi olmayan kaynaklarını artırmaktadır (Aliasghar vd.,2019). Nitekim dış bilgi de stratejik planlama yeteneğini artıran önemli bir etmendir (Yam vd., 2011; Khan ve Khaliq, 2014; Hughes ve Hodgkinson, 2020).

Pazarı, rakipleri ve müşterileri sürekli inceleyerek bilgi edinmek, stratejik planlama süreci açısından büyük önem arz etmektedir ve ayrıca çevredeki fırsatlar ile tehditlerin fark edilebilmesinin yanı sıra sahip olunan güçlü ve zayıflıkların belirlenmesi noktasında da kilit rol oynamaktadır (Khan ve Khaliq, 2014). Özümseme kapasitesi ise firmaya çevre hakkında bilgi sağlayarak bunu kendi yararına kullanma imkânı tanımaktadır (Murovec ve Prodan, 2009). Dolayısıyla özümseme kapasitesi ile elde edilip mevcut bilgi ile bütünleştirilen dış bilginin, firmanın Pazar, rakipler, paydaşlar ve müşteriler hakkında bilgi sahibi olmasının yanı sıra hem pazardaki fırsatları ve tehditleri fark edebilmesinde hem de kendi içyapısındaki güçlü yönleri ve zayıflıklarını belirleyebilmesi de rol oynadığı söylenebilir. Ayrıca özümseme kapasitesi firmanın gelecekteki gelişmeler ile ilgili daha doğru tahminler yapmasını da sağlamaktadır (Cohen ve Levinthal, 1994). Dolayısıyla firmanın sadece mevcut durumdaki fırsat ve tehditleri değil gelecekteki fırsat ve tehditleri de doğru bir şekilde tahmin edip stratejik planlarını yapmalarını ve buna göre aksiyon almalarını sağlayabilir.

Özümseme kapasitesi dinamik yeteneklerden biridir ve ayrıca örgütün sahip olduğu yeteneklerin geliştirilmesini de sağlamaktadır (Zahra ve George 2002; Camisón ve Forés, 2010; Chen

vd., 2015). Stratejik planlama yeteneği ise firmanın sahip olduğu teknolojik yenilik yeteneklerinden biridir (Yam vd., 2004) ve bir dinamik yetenektir (Davila vd., 2006). Dinamik yetenekler, dinamik pazar şartlarına uyumu sağlayan, firmanın sahip olduğu kaynakları değişme ve gelişmelere göre yeniden yapılandıran ve rekabet avantajı sağlama noktasında kritik rol oynayan yeteneklerdir (Teece ve Pisano, 1994). Bu sebeple de en önemli öncüllerinden biri sahip olunan bilgi altyapısıdır (Cheng ve Yang, 2017) ve özümseme kapasitesi firmanın bilgi altyapısını artırarak (Lane vd., 2006), sahip olduğu dinamik yetenekleri geliştirmektedir. Dolayısıyla özümseme kapasitesinin, firmanın sahip olduğu bir dinamik yetenek olan stratejik planlama yeteneğinin geliştirilmesinde rol oynadığı söylenebilir. Bu çerçevede aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H1: Özümseme kapasitesi ile stratejik planlama yeteneği arasında pozitif bir ilişki vardır.

3.2. Stratejik Planlama Yeteneği ve Firma Performansı

Stratejik planlama, pazarın küreselleşmesi, belirsizlik, öngörülemez pazar ve teknolojik değişiklikler sebebiyle işletmelerin bu çevresel değişimlere tepki verebilmek için ihtiyaç duyduğu bir uygulama olarak ortaya çıkmıştır (Rezvani vd., 2011). Dolayısıyla stratejik planlama firmanın sahip olduğu bir yetenek olarak kurumsal başarının ve yüksek performansın önemli bir faktörü olarak kabul edilmektedir (Kylaheiko vd., 2016).

Stratejik planlama yeteneği, çevreye adapte olma, çevredeki fırsat ve tehditleri belirleyebilme, sahip olunan güçlü ve zayıf yönleri objektif bir şekilde ortaya koyabilme ve ölçülebilir evrelere sahip planlara sahip olmayı sağlamaktadır (Yam vd., 2004). Böylece firmanın çevredeki değişimlerden olumsuz etkilenmesini önlemenin yanı sıra, bu değişimleri kendi faydasına kullanmasını sağlayabilir. Çünkü firma objektif bir şekilde kendi güçlü ve zayıf yönlerini belirleyerek, çevredeki tehditlere karşı hazırlıklı olup fırsatları en iyi şekilde belirleyebilmektedir. Bu doğrultuda stratejik planlarını başarılı bir şekilde oluşturan firmalar, çevredeki her türlü değişimi, firma için avantaja dönüştürülebilmektedir. Bu da firmanın zamanın gerisinde kalmadan hareket etmesini sağlamakta ve pazarda kaybolup gitmesini önlemektedir. Dolayısıyla günümüz değişken çevre şartlarında yüksek stratejik planlama yeteneğine sahip firmalar, rakiplerine göre öne çıkmakta, müşteriler için tercih edilen konuma gelmektedir (Tseng vd., 2012). Böylece rekabet avantajı elde etmiş ve müşteriler için öne çıkmış firmaların satışlarını ve karlılığını da artırması beklenir.

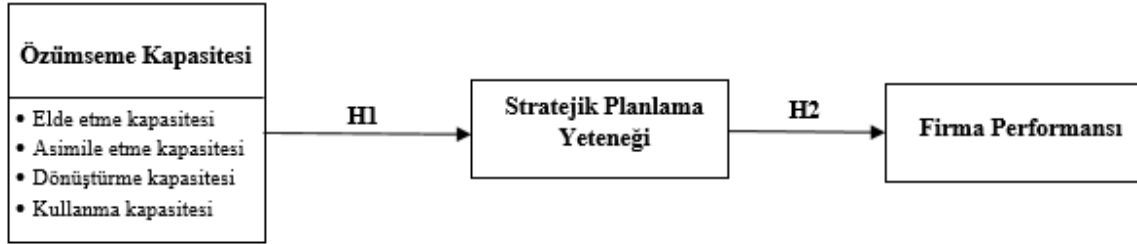
Yüksek stratejik planlama yeteneği, çalışanlara örgüt ile ilgili net hedefler sağlayarak onların motivasyonlarını artırmaktadır (Kriemadis, 2009). Motive çalışanlar ise örgüt hedefleri doğrultusunda büyük çaba göstermekte ve bu hedeflere ulaşılması için ellerinden geleni yapmaktadırlar (Manzoor, 2011). Kendi işlerini iyileştirebilmenin yollarını sürekli olarak araştıran ve uğraşan yüksek motivasyona sahip çalışanlar, örgütsel hedeflere yönelik gösterdikleri bu çabalar ile hem örgüt verimliliğinin hem de müşteri memnuniyetinin artmasını sağlamaktadırlar (Dobre, 2013). Dolayısıyla yüksek stratejik planlama yeteneğinin, firmanın hedeflerine ulaşabilmesini, müşteri memnuniyetini artırmasını,

karlılığını yükseltmesini ve rekabet avantajı kazanmasını sağladığı söylenebilir. Bu çerçevede aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H2: Stratejik planlama yeteneği ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki vardır.

Özümseme kapasitesi, stratejik planlama yeteneği ve firma performansı arasındaki ilişkiyle ilgili geliştirilen hipotezlere göre oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’ de gösterilmektedir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



4. ARAŞTIRMA

4.1. Ölçüm ve Örneklem

Araştırma hipotezlerini test etmek için önceki çalışmalardan uyarlanmış ölçekler kullanılmıştır. Ankette stratejik planlama yeteneğini ölçmek için kullanılan ölçek Yam ve diğerlerinin (2004) çalışmasından uyarlanmıştır ve 6 sorudan oluşmaktadır. 19 sorudan oluşan özümseme kapasitesi ölçeği Camisón ve Forés’in (2010) çalışmasından uyarlanmıştır. Firma performansı ölçeği, Ellinger vd., (2002)’nin çalışmasından uyarlanmıştır ve 9 sorudan oluşmaktadır. Stratejik planlama yeteneği ve firma performansı değişkenleri, “1. Kesinlikle katılmıyorum” dan “5. Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde derecelendirilen 5’li Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Özümseme kapasitesi değişkeni ise, “1. Rakiplerden çok kötü”, “2. Rakiplerden kötü”, “3. Rakipler ile eş”, “4. Rakiplerden üstün”, “5. Rakiplerden çok üstün” şeklinde derecelendirilen ölçekle ölçülmüştür. Kapsamlı bir literatür taraması sonucu oluşturulan anketin ilk kısmında ise, işletme hakkında ve formu dolduran kişi hakkında genel bilgilere ilişkin sorular yer almaktadır.

Bu çalışmada özümseme kapasitesi, stratejik planlama yeteneği ve firma performansı arasındaki ilişkiler araştırılmaktadır. Bu sebeple, her firmadan anketi doldurmak üzere örgütün faaliyetleri, finansal durumu, yapısı ve çalışanlar hakkında yeterli bilgiye sahip yönetici pozisyonunda çalışan en az iki kişiden veri toplamak amaçlanmıştır.

Araştırmanın çalışma evrenini, Gebze ve İstanbul’da bulunan ve imalat sektöründe faaliyet gösteren firmalar oluşturmaktadır. Bu doğrultuda ilgili firmalarla iletişime geçilmiş ve 114 firmadan anket çalışmasına katılma konusunda olumlu dönüş alınmıştır. Ancak 12 firmadan gelen anketler, o firmada çalışan ve yönetici konumunda görev yapan en az iki kişiden anket toplama gerekliliğine

uyumadığı için analiz dışı bırakılmıştır. Sonuç olarak 102 firmadan elde edilen 211 anketin analize tabi tutulabilir olduğu belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan firmaların, %32,3'ü 31 yıl ve daha üzeri yıldır faaliyet göstermektedir ve %26,5'inin faaliyet süresi maksimum 10 yıldır. %46,1'i maksimum 100 çalışan, %34,3'ü ise 500'den daha fazla çalışan istihdam etmektedir. Katılımcıların %79,6'sını erkek çalışanlar oluşturmaktadır ve %94,3'ü en az üniversite mezunudur. Ayrıca %50,2'si 26 ile 35 yaş aralığındadır ve sadece %9'u 45 yaşından büyüktür.

4.2. Ölçüm Geçerliliği ve Güvenilirliği

Anket yoluyla toplanan verilere, ölçüm geçerliliği ve güvenilirliğini test etmek üzere doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi yaparken, faktör yükü 0,50'nin altında olan göstergeler elenmiştir. DFA sonuçlarına göre, uyum indeksleri kabul edilebilir düzeydedir ($\chi^2/df = 2.062$, CFI: .886, IFI: .888, TLI: .863, RMSEA: .071).

Ardından her bir değişkenin ortalama açıklanan varyans (AVE) ve AMOS-tabanlı bileşik güvenilirlik (CR) değerleri hesaplanmıştır. Bütün değişkenlerin AVE değeri, Fornell ve Larcker (1981)'in önerdiği gibi .50'nin ve benzer şekilde, CR değeri de kabul edilen minimum değer olan .70'in üzerindedir. Ayrıca Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayılarının da Nunnally (1978)'nin önerdiği eşik değer üzerinde olduğu görülmektedir. İlgili sonuçlar Tablo 1'de yer almaktadır ve bu sonuçlara göre ölçüm geçerliliği ve güvenilirliğinin sağlandığı söylenebilir.

Tablo 1. DFA Sonuçları

Değişkenler	İfadeler	Faktör Yükleri	Cronbach's α	AVE	CR
Stratejik Planlama Yeteneği	SPY1	.681	.907	.621	.907
	SPY2	.741			
	SPY3	.782			
	SPY4	.860			
	SPY5	.874			
	SPY6	.773			
Elde Etme Kapasitesi	ÖK1	.659	.764	.518	.763
	ÖK2	.756			
	ÖK4	.741			
Asimile Etme Kapasitesi	ÖK5	.629	.826	.507	.836
	ÖK7	.745			
	ÖK8	.770			
	ÖK9	.693			
Dönüştürme Kapasitesi	ÖK10	.714	.770	.551	.786
	ÖK11	.690			
	ÖK12	.791			
Kullanma Kapasitesi	ÖK15	.743	.817	.546	.826
	ÖK16	.837			
	ÖK17	.821			
	ÖK18	.644			
	ÖK19	.629			

Firma Performansı	FP1	.715					
	FP2	.698					
	FP3	.773					
	FP4	.737	.897				
	FP5	.652		.522			.897
	FP6	.781					
	FP7	.702					
	FP8	.712					

Tablo 2’de değişkenler arası korelasyon katsayıları ve tanımlayıcı istatistikler gösterilmektedir. Ayrıca potansiyel ortak yöntem varyansı (common method bias) problemini incelemek üzere Podsakoff, Mackenzie, ve Podsakoff’un (2003) önerdiği gibi Harman tek faktör testi yapılmıştır. Buna göre ilk faktörün açıklama yüzdesi %34.04’tür ve özdeğeri 1’den büyük 1’den fazla faktör bulunmuştur. Elde edilen bu bulgu, mevcut araştırmada ortak yöntem varyansının bir sorun teşkil etmediğini göstermektedir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	Ortalama	Std. Sapma	1	2	3	4	5	6
Firma Performansı	3.4397	.7713	1					
Stratejik Planlama Yeteneği	3.5435	.9034	.446*	1				
Elde Etme Kapasitesi	3.4147	.8141	.756*	.598*	1			
Asimile Etme Kapasitesi	3.3488	.8134	.539*	.535*	.743*	1		
Dönüştürme Kapasitesi	3.4307	.8371	.592*	.456*	.758*	.801*	1	
Kullanma Kapasitesi	3.4354	.7912	.553*	.610*	.721*	.688*	.837*	1

*p<.01

İlgili literatürde pek çok çalışmada olduğu gibi, bu araştırmada da özümseme kapasitesi, elde etme, asimile etme, dönüştürme ve kullanma alt boyutlarından oluşan ikinci düzey yapı olarak ele alınmıştır. Bunu test etmek üzere ikinci düzey DFA uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, tüm alt boyutlar için yük değerleri yüksektir (.825 -.951 arası) ve uyum iyiliği indeksleri kabul edilir düzeydedir ($\chi^2/df=1.867$, CFI = .95, IFI=.95, TLI= .93, RMSEA=.064). Bu bulgular, özümseme kapasitesinin ikinci düzey yapı olarak analiz edilebilir olduğunu doğrulamaktadır.

4.3. Hipotez Testi

Araştırma hipotezleri, Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) kullanılarak test edilmiştir. Özümseme kapasitesi, stratejik planlama yeteneği ve firma performansı arasındaki ilişkilerin incelendiği hipotez testi sonuçları Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3. Hipotez Testi Sonuçları

Hipotezler	İlişki	Yol Değeri	t	Sonuç
H1	Özümseme Kapasitesi →Stratejik Planlama Yeteneği	.648*	6.377	Desteklendi
H2	Stratejik Planlama Yeteneği →Firma Performansı	.474*	5.637	Desteklendi

$\chi^2 /df = 2.267$, CFI: .86, IFI: .863, TLI: .836, RMSEA: .078

*p < .01

Hipotez testi sonuçlarının bulunduğu Tablo 3'te görüleceği üzere, özümseme kapasitesi ile stratejik planlama yeteneği pozitif ilişkilidir ($\beta = .648$, $p < .01$) ve özümseme kapasitesi stratejik planlama yeteneği üzerindeki değişimin %42'sini açıklamaktadır. Bu sebeple H1 hipotezi desteklenmektedir. Ayrıca bulgulara göre, stratejik planlama yeteneği ile firma performansının pozitif ilişkili olduğu görülmektedir ($\beta = .474$, $p < .01$). Stratejik planlama yeteneği performans üzerindeki değişimin %22,5'ini açıklamaktadır. Dolayısıyla H2 hipotezi de desteklenmektedir.

5.TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, özümseme kapasitesi, stratejik planlama yeteneği ve firma performansı arasındaki ilişkileri ortaya koyan bir model sunulup, ampirik olarak test edilerek literatüre katkı sağlamak hedeflenmiştir. Teorik katkılarının yanı sıra, yöneticilere firma performansını yükseltmek için gözden kaçması muhtemel, ancak kritik öneme sahip bazı ipuçları sunmak da bu çalışmanın bir diğer amacıdır.

Yapılan araştırma neticesinde, örgütün sahip olduğu özümseme kapasitesinin stratejik planlama yeteneği ile pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Literatürde daha önce özümseme kapasitesi ile stratejik planlama yeteneği arasındaki ilişkiyi incelen herhangi bir çalışma olmadığı gözlemlenmiştir. Bu sebeple, mevcut çalışma bu ilişkiyi test eden ilk çalışmadır. Ancak dış bilgi ile stratejik planlama yeteneği ilişkisini test eden sınırlı sayıda araştırma mevcuttur (Yam vd., 2011) ve özümseme kapasitesi firmaya faydalı dış bilgi sağladığından, dış bilgi ile stratejik planlama yeteneği arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar mevcut araştırma bulgusunu destekler niteliktedir. Araştırma sonucu göstermektedir ki, yüksek stratejik planlama yeteneğine sahip olmak isteyen firmaların sahip oldukları özümseme kapasitesini yükseltmesi gerekmektedir. Örgütün sahip olduğu özümseme kapasitesi, çalışanların özümseme kapasiteleriyle ilişkilidir (Cohen ve Levinthal, 1990). Dolayısıyla yöneticiler insan kaynağına önem vermeli ve çalışanlarını araştırmaya teşvik etmelidir. Bunun yanı sıra, etkin çevre etkileşimi ve bilgi paylaşımı için uygun koşulları sağlamalıdır. Böylece örgütün özümseme kapasitesini artırarak, örgüt için faydalı olabilecek her türlü bilginin tespiti, bu bilgilerin örgüt faydasına nasıl

kullanılacağı belirlenebilir. Bu doğrultuda firmada, değişen çevre şartlarına uyumu mümkün kılacak ve hatta bu değişimlerden fayda sağlayacak objektif planlar yapılabilir.

Elde edilen diğer araştırma bulgusuna göre, stratejik planlama yeteneğinin firma performansı ile pozitif ilişkili olduğu saptanmıştır. Ampirik olarak gösterilen bu ilişki, geçmiş araştırma sonuçlarını güçlendirmektedir (Charles, 2014; Grimmer vd. 2018). Buradan hareketle, firmaların, hem çevredeki tehditlerin hem de fırsatların farkında olarak ve bünyesindeki eksiklikler ile güçlü özelliklerini göz önünde bulundurarak kriz durumlarına her an hazırlıklı olacak şekilde bir yapılanma içerisinde bulunması ve bu doğrultuda uygulanabilir planlar oluşturabilmesi, onun günümüz hızla değişen pazar şartlarına uyum sağlayıp varlığını devam ettirmesini, örgütsel amaçlarına ulaşabilmesini, büyüme, karlılık ve müşteri memnuniyeti açısından rakiplerini geride bırakmasını mümkün kılacaktır. Bu sebeple yöneticiler, yüksek firma performansına ulaşabilmek için iç yapı hakkındaki bilgileri objektif bir şekilde belirleyebilmenin yanı sıra çevre ve pazarla ilgili değişim ve gelişimleri de sürekli takip ederek değerlendirmelidir. Ayrıca çalışanları bu konuda yönlendirmelidir. İşletmedeki ilgili çalışanlar ve yöneticiler planlamaları, tüm bu iç ve dış değerlendirmelere uygun olarak net ve ulaşılabilir bir şekilde hazırlamalıdır.

Araştırmanın yukarıda açıklanan katkılarının yanı sıra, diğer tüm ampirik çalışmalar da olduğu gibi bazı kısıtları da bulunmaktadır. Çalışma kapsamında uygulanan anket verileri Gebze ve İstanbul'da bulunan, imalat sektöründe faaliyet gösteren firma yöneticilerinden elde edilmiştir. Farklı bölgelerde yapılacak araştırmalar sonucunda farklı sonuçlara ulaşılması mümkündür. Ayrıca daha geniş bir örneklem boyutundan veri elde edildiğinde, daha genellenebilir sonuçlar ortaya çıkabilir. Diğer bir kısıt ise, bu çalışmada kesitsel araştırma tasarımının kullanılmasıdır. Bu araştırma kapsamında toplanan anket verileri, belirli bir zamandaki değerlendirmeyi içermektedir ve bu sebeple belirli bir zaman sonra ilgili değerlendirmelerde değişimler olması mümkündür. Dolayısıyla boylamsal araştırmalar daha kesin sonuçlar sunabilir.

Mevcut çalışmada, özümseme kapasitesi, stratejik planlama yeteneği ve firma performansı arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Gelecek çalışmalarda özümseme kapasitesi ile stratejik planlama yeteneği arasındaki ilişkide, liderlik tarzının etkisi inceleyebilir. Ayrıca çevresel belirsizliğin, stratejik planlama yeteneği ve firma performansı ilişkisini nasıl etkilediğinin araştırılması da faydalı olacaktır. Araştırmacıların, benzer ilişkiyi büyük ölçekli firmalar ve KOBİ'lerde inceleyerek, sonuçları karşılaştırmaları ve farklılıkları ortaya koymaları literatüre önemli katkı sağlayabilir.

KAYNAKÇA

Aliasghar, O., Rose, E. L. ve Chetty, S. (2019). Building Absorptive Capacity Through Firm Openness in the Context of a Less-Open Country. *Industrial Marketing Management*, 83, 81-93.

- Camisón, C. ve Forés, B. (2010). Knowledge absorptive capacity: new insights for its conceptualization and measurement. *Journal of Business Research*, 63(7), 707-715.
- Cardeal, N. ve Antonio, N. S. (2012). Valuable, rare, inimitable resources and organization (vrio) resources or valuable, rare, inimitable resources (vri) capabilities: what leads to competitive advantage?. *African Journal of Business Management*, 6(37), 10159-10170.
- Carneiro, A. (2000). How does knowledge management influence innovation and competitiveness?. *Journal of Knowledge Management*, 4(2), 87-98.
- Charles, A. (2014). The impact of technological innovation on organizational performance. *Industrial Engineering Letters*, 4(3), 97-101.
- Chen, Y. S., Lin, Y. H., Lin, C. Y. ve Chang, C. W. (2015). Enhancing green absorptive capacity, green dynamic capacities and green service innovation to improve firm performance: an analysis of structural equation modeling (sem). *Sustainability*, 7(11), 15674-15692.
- Cheng, C. ve Yang, M. (2017). Enhancing performance of cross-border mergers and acquisitions in developed markets: the role of business ties and technological innovation capability. *Journal of Business Research*, 81, 107-117.
- Cohen, W. M. ve Levinthal, D. A., (1989). Innovation and learning: the two faces of R & D. *The Economic Journal*, 99(397), 569-596.
- Cohen, W. M. ve Levinthal, D. A., (1990). Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 128-152.
- Cohen, W. M. ve Levinthal, D. A. (1994). Fortune Favors the Prepared Firm. *Management Science*, 40(2), 227-251.
- Cuervo-Cazurra, A. ve Rui, H. (2017). Barriers to Absorptive Capacity in Emerging Market Firms. *Journal of World Business*, 52(6), 727-742.
- Davila, T., Epstein, M.J. ve Shelton, R. (2006). *The Creative Enterprise: Managing Innovative Organization and People*. Westport: Praeger Publishers.
- Dobre, O. I. (2013). Employee Motivation and Organizational Performance. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 5(1), 53-60.
- Ellinger, A. D., Ellinger, A. E., Yang, B. ve Howton, S. W. (2002). The Relationship Between the Learning Organization Concept and Firms' Financial Performance: An Empirical Assessment. *Human Resource Development Quarterly*, 13(1), 5-22.

- Eren, E. (2013). *Yönetim ve Organizasyon:(Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar)*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–51.
- Grimmer, L., Grimmer, M. ve Mortimer, G. (2018). The more things change the more they stay the same: a replicated study of small retail firm resources. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 54-63.
- Guan, J. ve Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of chinese firms. *Technovation*, 23(9), 737-747.
- Hafeez, S., Siddiqui, Z. U. ve Rehman, K. U. (2011). The effect of market and entrepreneurial orientation on firm performance. *Information Management and Business Review*, 3(6), 389-395.
- Halawi, L. A., Aronson, J. E. ve Mccarthy, R. V. (2005). Resource-based view of knowledge management for competitive advantage. *The Electronic Journal of Knowledge Management*, 3(2), 75-86.
- Hughes, P. ve Hodgkinson, I. R. (2020). Knowledge management activities and strategic planning capability development. *European Business Review*. In press.
- Jiménez-Barrionuevo, M. M., Garcia-Morales, V. J. ve Molina, L. M. (2011). Validation of an instrument to measure absorptive capacity. *Technovation*, 31(5), 190-202.
- Khan, M. ve Khalique, M. (2014). Strategic planning and reality of external environment of organizations in contemporary business environments. *Business Management and Strategy*, 5(2), 165-182.
- Kriemadis, T. (2009). Strategic planning in university athletic departments in the united kingdom. *The Sport Journal*, 12(2).
- Kylaheiko, K., Puumalainen, K., Sjogren, H., Syrjä, P. ve Fellnhofner, K. (2016). Strategic planning and firm performance: a comparison across countries and sectors. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 8(3), 280-295.
- Lane, P. J., Koka, B. R. ve Pathak, S. (2006). The Reification of Absorptive Capacity: A Critical Review and Rejuvenation of the Construct. *Academy of Management Review*, 31(4), 833-863.
- Lane, P. J. ve Lubatkin, M. (1998). Relative absorptive capacity and interorganizational learning. *Strategic Management Journal*, 19(5), 461-477.

- Lau, A. K. ve Lo, W. (2015). Regional innovation system, absorptive capacity and innovation performance: an empirical study. *Technological Forecasting and Social Change*, 92, 99-114.
- Lewandowska, M. S. (2015). Capturing absorptive capacity: concepts, determinants, measurement modes and role in open innovation. *International Journal of Management and Economics*, 45(1), 32-56.
- Lewin, A. Y., Massini, S. ve Peeters, C. (2011). Microfoundations of internal and external absorptive capacity routines. *Organization Science*, 22(1), 81-98.
- Manzoor, Q. A. (2011). Impact of employees motivation on organizational effectiveness. *European Journal of Business and Management*, 3(3), 36-44.
- Mintzberg, H. (1994a). Rethinking strategic planning part i: pitfalls and fallacies. *Long Range Planning*, 27(3), 12-21.
- Mintzberg, H. (1994b). The fall and rise of strategic planning. *Harvard Business Review*, 72(1), 107-114.
- Murovec, N. ve Prodan, I. (2009). Absorptive capacity, its determinants, and influence on innovation output: cross-cultural validation of the structural model. *Technovation*, 29(12), 859-872.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Nzewi, H. N., Ebele, M. O., Jesuwunmi, A. C., Daniel, C. ve Stanley, A. (2017). Corporate strategic planning and nigerian deposit money banks' financial performance. *Journal of Economics, Management and Trade*, 19(1), 1-17.
- Pillania, R. K. (2009). Competitiveness and emerging markets. *Business Strategy Series*, 10(2), 90-95.
- Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B., Lee, J. Y. ve Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879-903.
- Razavi, S. M. H., Ramezanpoor Nargesi, G., Hajihoseini, H. ve Akbari, M. (2016). The impact of technological innovation capabilities on competitive performance of iranian ict firms. *Iranian Journal of Management Studies*, 9(4), 855-882.
- Rezvani, M., Gilaninia, S. ve Mousavian, S. J. (2011). Strategic planning: a tool for managing organizations in competitive environments. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(9), 1537-1546.

- Teece, D. ve Pisano, G. (1994). The dynamic capabilities of firms: an introduction. *Industrial and Corporate Change*, 3(3), 537-556.
- Todorova, G. ve Durisin, B. (2007). Absorptive capacity: valuing a reconceptualization. *Academy Of Management Review*, 32(3), 774-786.
- Tseng, M. L., Lin, S. H. ve Vy, T. N. T. (2012). Mediate effect of technology innovation capabilities investment capability and firm performance in vietnam. *Procedia - Social And Behavioral Sciences*, 40, 817-829.
- Ülgen, H. ve Mirze, S. K. (2013). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Beta Basım Yayın.
- Vlačić, E., Dabić, M., Daim, T. ve Vlačić, D. (2019). Exploring the impact of the level of absorptive capacity in technology development firms. *Technological Forecasting and Social Change*, 138, 166-177.
- Wang, S., Yeoh, W., Richards, G., Wong, S. F. ve Chang, Y. (2019). Harnessing business analytics value through organizational absorptive capacity. *Information & Management*, 56(7), 103152.
- Wehrich, H. ve Koontz, H. (2005). *Management: A Global Perspective*. New Delphi: Tata McGraw-Hill.
- Yam, R. C., Guan, J. C., Pun, K. F. ve Tang, E. P. (2004). An audit of technological innovation capabilities in chinese firms: some empirical findings in beijing, china. *Research Policy*, 33(8), 1123-1140.
- Yam, R. C., Lo, W., Tang, E. P. ve Lau, A. K. (2011). Analysis of sources of innovation, technological innovation capabilities, and performance: an empirical study of hong kong manufacturing industries. *Research Policy*, 40(3), 391-402.
- Zahra, S. A. ve George, G. (2002). Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.



STRATEJİK LİDERLİK İLE ÖRGÜTSEL ÇEVİKLİK ARASINDAKİ İLİŞKİDE
ÖRGÜTSEL İLETİŞİMİN ARACI ROLÜ
THE MEDIATING ROLE OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION ON THE
RELATIONSHIP BETWEEN STRATEGIC LEADERSHIP AND ORGANIZATIONAL
AGILITY

Fatih Ferhat ÇETİNKAYA¹, Yusuf AKKOCA²



1. Dr. Öğr. Üyesi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, ffctinkaya40@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-2263-0479>
2. Arş. Gör. Dr., Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, yakkoca38@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8772-6896>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
03.09.2020 09.03.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
25.02.2021 02.25.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.790072>

Öz

Günümüzde hızlı değişimin yarattığı belirsizlik ilk önce üretim sistemlerinde etkisini göstermiştir. Seri ve yalın üretim yapan örgütlerin, yaşanan bu hızlı değişime cevap vermekte gecikmeleri onları dezavantajlı bir hale sokmuştur. Günümüzde öngörülemeyen değişimler, iş ortamında eşi benzeri görülmemiş tehditler ve belirsizlik ortamında örgütlerin klasik yöntemlerle bu sorunlarla başa çıkması oldukça zorlaşmıştır. Bu nedenlerden dolayı ortaya çıkan örgütsel çeviklik konusu örgütlerin hayatta kalması açısından çok önemlidir. Özellikle liderin etkisinin yadsınmayacağı örgütsel çevikliğin etkin olabilmesi için örgütsel iletişimin de güçlü olması gerektiği açıktır. Çalışmada örgütsel çeviklik ile stratejik liderlik arasındaki ilişkide örgütsel iletişimin aracı etkisi araştırılmıştır. Kırşehir ilinde faaliyet gösteren farklı özel sektörlerden 482 çalışan ile anket yapılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre stratejik liderlik ile örgütsel çeviklik arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Aynı zamanda örgütsel iletişimin de stratejik liderlik ile örgütsel çeviklik arasındaki ilişkiye aracılık ettiği bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Liderlik, Örgütsel Çeviklik, Örgütsel İletişim, Özel Sektör Çalışanları.

Abstract

The uncertainty created by the rapid change first showed its effect on production systems. The delays of organizations making serial and lean production in responding to this rapid change have put them at a disadvantage. Today, unforeseen changes, unprecedented threats in the business environment and uncertainty have made it difficult for organizations to deal with these problems through classical management methods. The organizational agility issue that emerged for these reasons is very important for the survival of organizations. It is clear that organizational communication must be strong in order for organizational agility to be effective, especially where the leader's influence cannot be denied. In this study, the mediating effect of organizational communication on the relationship between organizational agility and strategic leadership was investigated. A survey was conducted with 482 employees from different private sectors operating in Kırşehir. According to the results of the research, a positive and significant relationship was determined between strategic leadership and organizational agility. It has also been found that organizational communication mediates the relationship between strategic leadership and organizational agility.

Keywords: Strategic Leadership, Organizational Agility, Organizational Communication, Private Sector Employees.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

It is very important for organizations to make strategic decisions according to unforeseen conditions for the continuation of their existence. While the organizations that are successful can survive, those who are not able to achieve this face survival problem. Strategic decisions are directly related to the leadership characteristics and people who manage the organization. At the same time, the ability of organizations to react instantly to this change is related to the agility of the organizations. In other words, it is very important for an organization to be able to make strategic decisions and to be in an agile form for its survival. However, strong communication within the organization, open communication channels between employees and managers, or a healthy communication climate between employees are also important for the survival of the organization. In organizations where communication is not healthy, it will be difficult for the organization to adapt to changing environmental conditions.

Research Questions

In the study, the effect of strategic leadership on organizational agility was examined and an answer was sought to the question of whether organizational communication has a mediating role in this relationship. So, our research question is as follows: Does strategic leadership affect organizational agility? Does organizational communication have a mediating effect on this relationship?

Literature Review

Today, the uncertainty created by the rapid change first showed its effect on the production systems. The delays of organizations making serial and lean production in responding to this rapid change have made them harmful. Today, in an environment of unpredictable changes, unprecedented threats and uncertainty in the business environment, it has become very difficult for organizations to cope with these problems with classical methods. For this reason, agility was born to find solutions to existing problems, to quickly adapt to changes in the business environment, and to adapt to market and customer needs proactively (Candan et al., 2017; Sharifi & Zhang, 2001). Agile organizations are designed to understand and predict changes in work and deal with the structures of organizations (Mehdibeigi et al., 2016). Organizational agility can be defined as the philosophy in which the environment is constantly changing and based on the survival and development of the business (Maskell, 2001). Agile organizations combine the processes and employees of the organization with advanced technology to meet the quality products and services demanded by customers in a short time. Agility will only emerge when it is supported by the leadership as a value and strategy of the organization (Crocitto and Youssef, 2003). Nowadays, with the increase of globalization, the level of competition has increased from national to an international level, technological changes have accelerated, and this situation has led businesses to complexity and uncertainty. Leaders have to design many strategies and a future-oriented organization to deal with these rapidly changing environmental problems (Eren, 2000).

These problems change the role of leaders and make strategic leadership mandatory (Çetin and Akpolat, 2017). It is possible for people to understand and explain their inner and outer worlds through communication. With the help of communication, people transfer feelings, thoughts and information to their environment and make sense of those coming from the environment (Çakır, 2020). Organizational communication is the element that provides the communication that should exist between the employees in the business. Organizational communication is an open system that affects the environment and affected by the environment (Özkan, 2013). Organizational communication is to create a positive atmosphere among employees within the organization (Eroğluer, 2011).

Methodology

The research was conducted with collecting a questionnaire of the employees from various companies in the private sector operating in Kırşehir. Before reaching the survey collection stage, the ethics committee approval was obtained for the questionnaire form to be used in the research. Collected questionnaires were first examined, filled randomly, and extreme values were removed from the questionnaire. 493 questionnaires were collected and 11 of them were not included in the analysis and were deleted and 482 questionnaires were analyzed. Mediation relationship was tested using Bootstrap method.

Results and Conclusions

124 of the participants were gathered with the age of 25 and under (25.7%). 237 people are single and 245 people are married. 289 of the participants are men (60%), 193 (40%) are women. While 272 people were undergraduate (56.4%), 11 were primary school graduates (2.3%). Most of the employees (204 people) have been working in their institutions for 3 years or less, while 169 people have been working for 3 years or less. Most of the employees (165 people) have a monthly salary of 3000 TL or less. In Model 1, there is a regression analysis result showing the effect of strategic leadership on organizational communication. Accordingly, strategic leadership explains organizational communication at a rate of 67% ($R^2 = 0.6740$). Strategic leadership positively and significantly affects organizational communication in the model in which organizational agility is not included ($p = 0.00$). Model 2 shows the impact of strategic leadership and organizational communication on organizational agility. Accordingly, strategic leadership positively and significantly affects organizational agility ($p = 0.00$). In addition, organizational communication affects organizational agility positively and significantly ($p = 0.00$). In Model 3, the impact of strategic leadership on organizational agility (without organizational communication) is shown. Strategic leadership positively and significantly affects organizational agility ($p = 0.00$). In Model 4, the effect of strategic leadership on organizational agility through organizational communication, that is, the mediating effect of organizational communication, is shown. Accordingly, since the values of BootLLCI (0.4034) and BootULCI (0.6058) do not contain the value of 0, the mediation effect is considered significant. Therefore, it can be said that organizational communication mediates the relationship between strategic leadership and organizational agility.

1. GİRİŞ

Günümüzde hızlı değişimin yarattığı belirsizlik ilk önce üretim sistemlerinde etkisini göstermiştir. Seri ve yalın üretim yapan örgütlerin, yaşanan bu hızlı değişime cevap vermekte gecikmeleri onları dezavantajlı bir hale sokmuştur. Günümüzde öngörülemeyen değişimler, iş ortamında eşi benzeri görülmemiş tehditler ve belirsizlik ortamında örgütlerin klasik yöntemlerle bu sorunlarla başa çıkması oldukça zorlaşmıştır. Bu nedenle yeni bir örgütsel konu olan örgütsel çeviklik mevcut problemlere çözüm bulmak, iş ortamındaki değişikliklere hızla adapte olmak, pazar ve müşteri ihtiyaçlarına proaktif yollarla uyum sağlamak üzere doğmuştur (Candan vd., 2017; Sharifi ve Zhang, 2001). Çeviklik, örgütlerin öngörülemeyen ve beklenilmeyen değişikliklere karşı hızlı ve proaktif olarak uyum sağlayabilmesidir (Sherehiy vd., 2007). Çeviklik kaynakları doğru kullanarak örgütün hızlı karar almasını ve kararlara hızlı adaptasyonunu sağlar. Liderlerin bu kararları alabilmesi için çevik iş yapış şekillerini kolaylaştırıcaktır (Cicerali, 2019). Çeviklik, hızla değişen ve öngörülemeyen müşteri taleplerini, teslimat süresinin kısalmasıyla, yüksek kaliteli ve daha düşük maliyetli ürünlerle karşılayabilmektir (Ustasüleyman, 2008). Çeviklik, hızlı ve kolay bir şekilde hareket edebilme durumu veya kalitesi olarak tanımlanabilir (Ganguly vd., 2009). Günümüzde küresel ekonominin her geçen gün ilerlemesi sonucu iş hayatının öngörülemez ve karmaşık hale gelmesi, kamu ve özel sektör gözetmeksizin örgütlerin çeviklik yeteneklerinin en üst seviyede tutmalarını zorunlu hale getirmiştir (Işık, 2020). Genel olarak çeviklik, örgütlerin gelecekte var olabilmeleri için hayatta kalma yöntemidir. Örgütler değişimi yakalamak hatta öncü olmak için organizasyon yapısını çevikleştirmelidirler (Candan vd., 2017).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Örgütsel Çeviklik

Bir yarışa katılan herkes uzun soluklu olarak yarışta kalıp, zafer kazanmak ister. Kimse yarışa kaybetmek için girmez. İşletmelerde böyledir, uzun süreli yaşamak ve diğer işletmelere karşı rekabet yeteneği geliştirmeleri için strateji geliştirip yarışın gerisinde kalmamaya çalışırlar. Bu stratejilerden en önemlileri arasında “örgütsel çeviklik” gelir (Bakan vd., 2017). Çevik örgütler, işteki değişimleri anlamak ve tahmin etmek üzere tasarlanmıştır ve örgütlerin yapılarıyla ilgilendirler (Mehdibeigi vd., 2016). Örgütsel çeviklik, çevrenin devamlı eğiştiği ve işletmenin yaşamını sürdürmeye ve gelişmesine dayanan felsefe olarak tanımlanabilir (Maskell, 2001). Çevik örgütler, kısa sürede müşterilerin talep ettiği kaliteli ürün ve hizmetleri karşılamak için örgütün süreçlerini ve çalışanlarını ileri teknoloji ile birleştirir. Çeviklik sadece örgütün bir değeri ve stratejisi olarak liderlik tarafından desteklendiğinde ortaya çıkacaktır (Crocitto ve Youssef, 2003). Örgütsel çevikliğin temel bir yetkinlik, rekabet avantajı ve farklılaştırma gerektiren stratejik düşünme, yenilikçi bir zihniyet ve değişimden yararlanma içeren uyarlanabilir ve proaktif olması gerekir. Çeviklik bu nedenle bir seçimden ziyade hayatta kalmak için

zorunlu bir iş haline gelir (Harraf vd., 2015). Çevik örgütler, hareketli çalışanları, tutkulu liderleri, esnek örgüt yapıları, çabuk iş bitirmeleri ve değişime çabuk uyum sağlama yeteneğine haizdirler (İleri ve Soylu, 2014). Çevik örgütlerin özellikleri Tablo 1’de özetlenmiştir:

Tablo 1. Çevik Örgüt Özellikleri

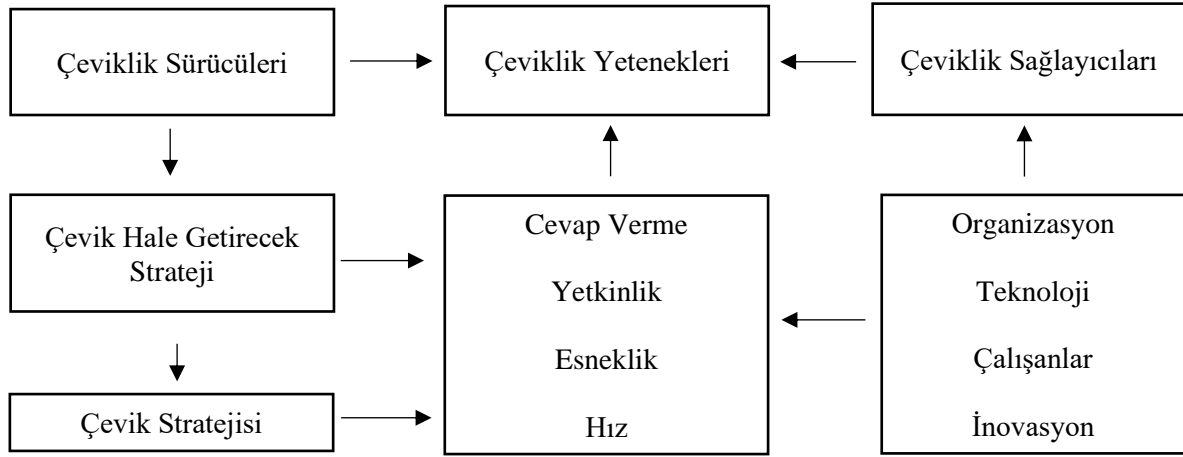
Organizasyonel Özellikler	
Yetki	Merkezi olmayan bilgi ve kontrol Daha az otorite (Unvan, derece ve statü vb.) Otorite ve kontrole daha az bağımlılık Proje veya gruba sadakat ve bağlılık Görevlere bağlı yetki Görevler değiştiğinde yetki değişikliği Geniş kontrol aralığı
Kurallar ve Prosedürler	Daha az kural ve prosedür Düşük düzeyde resmi düzenleme (iş tanımları ve çalışma programları bakımından) Akışkan rol tanımları Gayri resmi olarak organize olma
Koordinasyon	Gayri resmi ve kişisel koordinasyon Görevlerin devri ve karar alma Ağ iletişimi Hedefe yönelme
Yapı	Düz, yatay, matris, ağ veya sanal organizasyon yapısı Takım çalışması, çapraz fonksiyonel bağlantılar Fonksiyon ve birimler arasında sınırları azaltma
İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları	Personel Güçlendirme Personel katılımı İş genişletme İş zenginleştirme Karar vermede özerklik Bilgi ve tecrübeye erişim Takım çalışması Çok fonksiyonlu takımlar Multidisipliner beceri eğitimleri İş gücü eğitimi ve gelişimi Farklılaştırma ve çeşitlilik geliştirme

Kaynak: Sherehiy vd., 2007

Örgütsel çevikliğin kendine özgü özellikleri ve yetenekleri vardır. Örgütsel çeviklik, modeli genellikle üç öğeden oluşan bir yapıya sahiptir.

- Örgütte çevik üretimin uygulanabilmesi için örgütü çevreye uyum sağlamasını zorlayan ve stratejilerini düzenlemek olarak ifade edilen “Çeviklik Sürücüleridir”dir.
- Örgütün, değişime olumlu cevap verebilmesi gereken yetenekler “Çeviklik Yetenekleri” olarak tanımlanır.
- Yöneticiler tarafından örgütün çeviklik yeteneklerini elde edebilmesi için gerekli olan araç ve uygulamalar “Çeviklik Sağlayıcıları” olarak ifade edilir (Akkaya vd., 2019; Akkaya ve Tabak, 2018).

Şekil 1. Çevik Örgütün Kavramsal Modeli



Kaynak: Sharifi ve Zhang, 1999

Kaynak taramalarında araştırmacılar tarafından örgütsel çevikliğin farklı boyutlara ayrıldığı görülse de, Sharifi ve Zhang (1999), Zhang ve Sharifi (2000), Sharifi ve Zhang (2001), Crocitto ve Youssef (2003), Lin vd., (2006), Zhang (2011), Nejatian ve Hossein Zarei (2013), Mohammadi vd.0 (2015) ve Mehdibeigi vd. (2016) örgütsel çevikliğin Cevap Verme-Yetkinlik-Esneklik-Hız olmak üzere dört temel yeteneği barındırdığını belirtmektedirler (Akkaya vd., 2019; Mehdibeigi vd., 2016; Özeroğlu ve Koçyiğit, 2020).

Cevap Verme: Çevredeki değişimi algılayıp, tespit ettikten sonra kontrollü bir şekilde sisteme dahil etme becerisi olarak tanımlanır (Doğan ve Baloğlu, 2018; Nejatian ve Zarei, 2013) Teknolojideki hızlı gelişim sonucu müşteri talepleri sürekli olarak farklılık göstermektedir. Örgütler, bu müşteri taleplerine hızla cevap verdikleri sürece rekabet avantajı yakalayabilirler. Aksi takdirde pazar paylarını kaybedeceklerdir (Akkaya vd., 2018) Örgütler cevap verme yeteneğini kullandığı sürece örgütsel çevikliği sağlayacaktır (Akkaya vd., 2019).

Yetkinlik: Örgütün, hızlı ve esnek olmasını sağlama yeteneğidir. Yani eğer örgüt yetkinlik yeteneği geliştirirse hızlı ve esnek demektir. Yetkinlik, değişen çevre şartlarına uyum sağlaması ya da örgütün hedeflerini gerçekleştirme ve mevcut olan yeteneklerini devamlı uyarlaması ve yenilemesidir (Akkaya vd., 2019; Özeroğlu vd., 2020). Günümüzde örgütün hem temel yeteneklerini geliştirme hem de bu yeteneklere dinamizm kazandırması gerekmektedir. Taklit edilemeyen bu temel yetenekler sayesinde örgütler, karşısına çıkan fırsat ve tehditleri algılayarak rakip işletmelerin önüne geçeceklerdir (Akkaya vd., 2018).

Esneklik: Örgütün yaşamını devam ettirebilmesi için örgütün yapısını ve sahip olduğu kaynaklarını (personel, teknoloji, teçhizat-makine, hammadde, içyapısı vb.) müşteri istek ve ihtiyaçlarına göre zamanında ayak uydurabilmesidir. Esnek olabilme yeteneği, müşteri taleplerine, çevre ve teknolojik değişimlere karşı örgütün esneklik sağlayarak performansını ve karını artırmasını ifade eder (Akkaya vd., 2019). Yöneticilerin, örgütsel çevikliği sağlarken farklı süreçleri ve yolları

kullanabilmesidir. Bu süreçler ürün cinsi, miktarı, yapısı, modeli, üretim hacmi, örgüt ve çalışan esnekliği şeklinde olabilir. (Akkaya vd., 2018; Nejatian vd., 2013). Esneklikten kasıt hızlı hareket etmekten daha fazlasıdır; örgütün manevra yeteneğine sahip olmasıdır (Kerse ve Tazegül, 2016). Çeviklik ve esneklik birbirine karıştırılmamalıdır. Çeviklik, dinamik, dışa odaklı bir yetenekken; esneklik çevikliğin oluşmasına zemin oluşturan, içe odaklanmış bir yetkinliktir (Yaşar-Uğurlu, Çolakoğlu ve Öztosun, 2019).

Hız: Örgütün tedarikten nihai mal ve hizmete kadar geçen evreleri en kısa sürede gerçekleştirmesidir (Akkaya vd., 2019). Değişime karşı bilgiyi kullanmak başka bir deyişle inovasyon açısından önemlidir (Akkaya vd., 2018). Piyasaya yeni ürün sunma hızı, hızlı ve zamanında ürün ve hizmet sunma ve hızlı çalışma süresi olarak tanımlanabilir (Nejatian vd., 2013). Hızlılıktan kasıt iş bitirme çabukluğudur. Süratli biçimde iş yapabilmek ve çevredeki değişikliklere anında adapte olabilmektir (Sekman ve Utku, 2009).

Örgütsel çevikliğin faydaları şu şekilde sıralanabilir;

Örgütsel adaptasyon ve örgütsel esneklik sağlar.

Bilgiyi yönetme, hızlı karar verme, değişime çabuk cevap vermede etkilidir.

Piyasada başarıyı artırır, rekabet avantajı sağlar.

Çevik takımlar oluşturur; müşteri taleplerine hızlı cevap verir.

Çevrede meydana gelen değişime hızlı yanıt verebilme yeteneğine sahip olmayı sağlar.

Çevreyle sinerji oluşturur (İnanır, 2020).

Örgütün yaşamının devamlılığını sağlar.

Örgütün performansını artırır (Sağır ve Gönülölmez, 2019).

Belirsizlik ortamında doğru karar alınmasını sağlar (Candan vd., 2017).

Akkaya (2018) yöneticilerin liderlik tiplerinin örgütsel çevikliğine etkisini konu alan lisansüstü tezine göre dönüştürücü ve işe dönük lider tiplerinin firmaların örgütsel çevikliğini artırdığını ortaya koymuştur.

2.2. Stratejik Liderlik

Günümüzde küreselleşmenin de artmasıyla rekabet düzeyi ulusaldan uluslararası bir düzeye çıkmış, teknolojik değişimler hızlanmış bu durum işletmeleri karmaşıklığa ve belirsizliğe götürmüştür. Liderler bu hızlı değişen çevresel sorunlarla başa çıkmak için pek çok strateji ve geleceğe dönük bir örgüt tasarlamak durumundadırlar (Eren, 2000). Bu değişim liderlerin bugünkü rollerini değiştirmekte ve stratejik liderliği zorunlu hale getirmektedir (Çetin ve Akpolat, 2017). Stratejik yönetim anlayışıyla alan yazımında yer almaya başlayan stratejik liderlik, işletmelerin üst kademe yöneticilerinin kişilik ve

liderlik özellikleriyle çalışmalara başlanılmış ve günümüzde yaygın hale gelmiştir. Bazı araştırmacılara göre stratejik liderlik farklı bir liderlik türüken, bazılarına göre ayrı liderlik özelliklerinin doğru zaman ve koşulda bir arada kullanıldığı bir türdür (Aksulu-Köse, 2018). Örgütte, CEO, yöneticiler yahut yönetim kurulları ve ekipleri stratejik lider olarak tanımlanır (Besler, 2003).

Stratejik liderlik, örgütleri için vizyon geliştiren, bunu çalışanlarına benimseten, değişen çevre şartlarına hızlı bir şekilde adapte olacak şekilde stratejiler geliştirebilenlerdir (Yalçın ve Ay, 2011). Ülgen ve Mirze'ye göre (2018) geleceği öngören, vizyon sahibi, değişime karşı esnek davranabilen ve personeli güçlendiren yeteneğe sahip kişidir. Bir başka tanıma göre stratejik liderlik, örgütün hedeflediği amaçlara ulaşılması için çalışanları etkileme, onları karar almaya dahil etme ve motive etmektir (Nyong'a ve Maina, 2019). Örgütün hayatta kalabilmesi ve gelişmesi için her türlü stratejik faaliyeti gerçekleştiren lidere denir ve bu lider üst düzey yönetici olmalıdır (Güçlü vd., 2017). Bir başka ifade ile de stratejik lider, örgütün vizyon, misyon ve amaçları tanımlanarak, tüm bunları uygulamaya dönüştürme sürecidir (Davies ve Davies, 2010). Bütün bu tanımlamalar sonucunda stratejik liderliği, diğer liderlik türlerinde içine alan bir liderlik modelidir şeklinde ifade edilebilir (Demiraslan vd., 2019).

Küresel ekonominin getirdiği yeni dünya düzeni stratejik liderlik uygulamalarını değiştirmiştir. Şekil 2'de 20. ve 21. yüzyıl stratejik liderlik uygulamaları arasındaki farklılıklar gösterilmiştir.

Şekil 2. Günümüz Stratejik Liderlik Uygulamaları

20. yy Uygulamaları	21. yy Uygulamaları
Sonuç odaklıydı.	Sonuç ve süreç odaklıdır.
Bilgiyi elde etmek için araştırma yapılırdı.	Bilgiyi elde etmek ve kaldıraç yapmak için araştırma yapılırdı.
Bireylerin yaratıcılığına rehberlik edilirdi.	Bireylerin yaratıcılığını ortaya koymasına özgürlük tanınır ve bu fikirler beslenir.
Önceden belirlenen bir hiyerarşiye göre işler yürütülürdü.	İlişkiler vasıtasıyla işler yürütülür.
Belirsizliğe yönelik hoşgörü vardı.	Farklılığı aramak esastır.
Çevresel değişimlere karşı tepki verilirdi.	Çevresel değişimleri öngörebilmek için çalışılır.
Büyük lider gibi hizmet edilirdi.	Lider, büyük bir ekibin/grubun bir üyesi gibi görülür.
Çalışanlar bir üretim faktörü gibi kaynak olarak görülürdü.	İşletmenin tüm üyeleri kritik birer kaynak olarak görülürler.
İlk olarak yerel düşünülerek hareket edilirdi. İlk olarak küresel düşünülerek hareket edilir.	Çalışanların gelişimine yatırım yapılırdı. İşletme üyelerinin sürekli olarak gelişimine ciddi oranda yatırım yapılır.

Kaynak: Türk ve Kara

Alan yazını tarandığında stratejik liderliğin çeşitli boyutlar altında incelendiği görülmüştür (Akman, 2019). Çalışmamızda Pisapia, Guerra ve Semmel (2005)'e göre stratejik liderlik; dönüşümsel, yönetimsel, etik, politik ve ilişkisel olmak üzere beş boyut olarak ele alınmıştır (Türk ve Akbaba, 2017).

Dönüşümsel Liderlik: Örgütlerde karmaşık ve belirsiz durumlarda sürekli öğrenme yönünde örgüt kültürü oluşturarak değişime uyum sağlayabilen, problemlerle baş etme yeteneğine sahip, değişim ve yenilik taraftarı olan liderliktir (Türk ve Akbaba, 2017).

Yönetimsel Liderlik: Örgüt amaçlarını etkili ve verimli bir şekilde gerçekleştirmek için istikrar ve düzeni korurlar. Bazı bakımlardan işe yönelik liderlere benzemektedirler. Yönetimsel liderler, günlük işleri ve işletmenin kısa süreli amaçlarını yönetmede başarılıdırlar. Yönetimsel lider olmak sabır, azim, çalışma, tahammül ve samimiyet gerektirir. İnsanlarla çalışmayı tercih eder, tek başına karar almazlar, çalışanların işletmeye katkıda bulunmasını sağlar (Akman, 2019; Uğurluoğlu vd., 2009).

Etik Liderlik: Örgütteki çalışanların işlerini yaparlarken etik davranışları, örgütün amaç ve değerlerini benimsemeleri konusunda onlara rol model olur ve böyle davranış sergilemeleri için yardımcı olur. Bunun içinse liderin taahhütleri ile davranışları arasında uyum olmalıdır (Güllüce vd., 2019).

Politik Liderlik: Ortaklar, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler vb. ile bütünleşerek örgütün gelişimi için kaynak bulmayı hedeflemektedir. Politik liderlik, takım çalışması ve örgütsel performansı artırmak için iletişim yeteneklerini etkin olarak kullanmasıdır. Politik yeteneğe sahip liderler, sürekli değişen çevreye hızla adapte olarak esnek ve etkin biçimde çalışma imkânı tanımaktadır (Akyüz, 2018).

İlişkisel Liderlik: Bu liderlerin amacı güçlü ilişkiler kurmak ve kendi kişisel çıkarlarını değil örgütün çıkarlarını ön planda tutarlar (Akyüz, 2018). Bu liderler çalışanlarına değer verir bu nedenle çalışanın işe olan sadakatini artırır. İlişkisel liderler ekip içindeki uyumu, motivasyonu ve iletişimi artırır (Uslu, 2011).

2.3. Örgütsel İletişim

İnsanların iç ve dış dünyasını anlayabilmesi ve anlatabilmesi iletişim ile mümkündür. İletişim yardımıyla, insanlar çevrelerine duygu, düşünce ve bilgi aktarırlar ve çevreden gelenleri ise anlamlandırır (Çakır, 2020). İşletmedeki çalışan kişiler arasında olması gereken iletişimi sağlayan öge örgütsel iletişimdir. Örgütsel iletişim hem çevreyi etkileyen hem de çevreden etkilenen açık bir sistemdir (Özkan, 2013). Örgütsel iletişim, örgüt içinde çalışanlar arasında olumlu bir hava yaratmaktır (Eroğluer, 2011). Akat, Budak ve Budak (2002)'a göre örgütsel iletişim örgütün belirlediği hedeflere ulaşması için örgütün bölümleri ile örgüt ve çevre arasında sürekli bilgi aktarımını mümkün kılan süreçtir. Örgütten çevreye yayılan mesajlar örgüt içinde çalışanları, tedarikçileri ve diğer çıkar gruplarını etkiler ve onlar ile olan ilişkilerin daha iyi ilerlemesine imkân verir. Örgüt ve onun paydaşlarının (çalışan, müşteri, tedarikçi vb.) taleplerini karşılayacak ortam hazırlayabilmenin ilk şartı ise örgütsel iletişimden geçtiğine yöneticilerin her zamankinden çok inanmaları gerekmektedir (Kocabaş, 2005). Örgüt içindeki iletişim süreci, çalışanların gün içinde birbirleriyle konuşmalarından daha fazlasıdır. Bu süreç çalışanları, mesajları ve amaçları barındırır (Evliyaoğlu, 2020). Yönetim tarihi açısından dönüm

noktası kabul edilen eserleriyle klasik yönetim bilimci Taylor, örgüt ve iletişim arasındaki bağı izah etmek için söylem metaforunu kullanmıştır ve söylem ile metin arasında dinamik bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Söylem ve metnin bütünleşmesinden örgüt meydana gelmiştir. Söylem, dilin DNA'sıdır ve örgüt bir bütün olarak söylemdir. Örgütler, örgütte var olan iletişim olgusunun karakterine sahiptirler (Durğun, 2006). Örgüt çalışanları görev ve sorumluluklarını yerine getirmelerinde iletişim önemli rol oynar. Üst düzey yöneticiler, bu iletişim fonksiyonu kullanarak çalışanlara daha kolay ulaşmakta, koordinasyonu sağlamakta, bütünleştirmekte ve çalışanların işlerini daha kolay yapmalarını sağlamaktadır (Eroğluer, 2011).

Örgütsel iletişimin, biçimsel ve biçimsel olmayan olmak üzere iki türü vardır. Biçimsel iletişim kanallarında emir, talimat, raporlar, örgüt yapısı ve çevreyle ilgili bilgileri çalışanlara iletilmesini içerir. Yazılı ve sözlü iletişim kanalları (bültenler, iş toplantıları, e-posta ve iletişim panoları) vardır. Biçimsel iletişim dikey, yatay ve çapraz olarak üç boyutta incelenmektedir. Biçimsel iletişimin bir boyutu olan dikey iletişim, görev ve sorumlulukların, yönetimden çalışanlara doğru yani yukarıdan aşağıya ya da tam ters yönde aşağıdan yukarıya doğru olabilmektedir. Yukarıdan aşağıya doğru iletişimde, örgütte alınan kararların çalışanlara aktarılması süreci iken; aşağıdan yukarıya iletişim çalışanların yönetimle kurduğu iletişimi göstermektedir. Dikey iletişimin net ve yeterli olması, iş görenlerin kendilerini doğru ifade etmelerini ve yaşadıkları sorunları yönetime aktarmalarına ve yönetimin de geri dönüş yapabilmesine olanak sağlar (Başol ve Karatuna, 2016). Biçimsel iletişimin bir diğer boyutu ise yatay iletişimdir ve örgüt hiyerarşisinde aynı seviyede kişiler arasında iletişimi ifade eder. Çapraz iletişim kavramı ise farklı bölümlerde ve farklı seviyelerde bulunan kişiler arasında iletişimi anlatmak için kullanılmaktadır (Kocabaş, 2005). Biçimsel olmayan iletişim ise, örgütlerde oluşan doğal grupların sosyal ihtiyaçlarını gidermek üzere işleyen ve bireysel ilişkilere dayanan kanalları göstermektedir. Söylenti ve dedikodu da biçimsel olmayan iletişim türüdür. (Eroğluer, 2011; Karaçor ve Şahin, 2004; Timuroğlu ve Balkaya, 2017).

Kocabaş (2005) örgüt içi iletişimin amaçlarını şu şekilde sıralamıştır:

- Örgütün amaçları, hedefleri ve politikalarının çalışanlara doğru bir şekilde aktarmak,
- İşin yürütülmesine ilişkin bilgi vermek ve bu şekilde iş başında eğitimi kolaylaştırmak,
- Örgütün içinde bulunduğu sosyal ve ekonomik problemler hakkında çalışanları bilgilendirmek ve örgütteki birey-grup içindeki sorunları aydınlatmak,
- Çalışanları cesaretlendirerek onları yenilik ve yaratıcılıklarını özendirip, çalışanların deneyim, bilgilerini ortaya çıkarılmasını sağlamak ve yönetime geri bildirim yapmalarına yardımcı olmak,
- Örgütün etkinlikleri, önemli olaylar ve kararlar, başarımlar konusunda aydınlatmak,
- Yönetim ve çalışanlar arasında çift yönlü iletişimi artırmak,
- Çalışanların işlerini yaparken veya iş sonrasında örgütü temsil niteliklerini geliştirmek,

- Çalışanları kariyerlerinde ilerleme olanakları, işle ilgili gelişmeler, kariyer beklentileri vb. konularda bilgilendirmek,
- Tüm bu iletişim etkinlikleriyle bir örgüt iklimi, kültürü ve kimliği yaratmaya ve devam ettirmeye çalışmak.

İyi bir iletişim sistemine sahip olan örgütlerde yönetim fonksiyonlarının yerine getirilmesi de kolay olacaktır. Günümüzde küreselleşmenin de artmasıyla rekabetin hızlanması sonucu uzun süre yaşayabilmek için örgüt yöneticileri, etkin bir iletişim sistemi kurarak personelin sosyalleşmesini sağlıyor ve iş ortamındaki stres ve uyuşmazlıkları minimize etmeye çalışmaktadır. Böylece örgüt içindeki işler düzen ve iş birliği içinde gerçekleşmektedir (Karcıoğlu, Timuroğlu ve Çınar, 2009). Yörük ve Kocabaş'ın (2000) ortaya koyduğu araştırmada demokratik liderlikte iletişimin önemini belirtmişlerdir. Taşlıyan vd., (2017)'nin babacan liderlik ve örgütsel iletişim arasındaki ilişkiyi ortaya koyduğu çalışmasında örgütsel iletişim ile babacan liderlik arasında anlamlı bir ilişki var olduğunu öne sürmüştür.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma Kırşehir ilinde faaliyet gösteren özel sektördeki çeşitli firmalarda çalışanlardan anket toplanarak yapılmıştır. Anket toplama kısmı pandemi dönemine denk gelmesi, anket uygulanacak çalışanların hem sağlıklarını tehlikeye atmamak hem de psikolojik olarak daha rahat ve kolay doldurabilmeleri için online yapılmıştır. Google Drive üzerinde hazırlanan anket formu çalışanlara online olarak ulaştırılmış ve veriler toplanmıştır. Anket toplama aşamasına gelmeden önce araştırmada kullanılacak anket formu için etik kurul izni alınmıştır. Tek bir firmada çalışanlara yönelik yapılmadığı için kartopu tekniği kullanılmış, anketi dolduranlardan tanıdıklarına ve arkadaşlarına da anketi ulaştırmaları rica edilmiştir. Bu sayede yeteri kadar anket toplanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formunun birinci kısmında demografik özellikleri içeren sorular yer almaktadır. İkinci bölümde; stratejik liderliği ölçmek için Guerra ve Pisipia (2009)' un geliştirdiği ve Çoban (2016) tarafından Türk dil ve kültürüne uyarlanan “Stratejik Liderlik Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek beş alt boyuttan (yönetimsel liderlik, etik liderlik, politik liderlik, dönüşümcü liderlik, ilişkisel liderlik) ve 35 maddeden oluşmaktadır. Üçüncü bölümde; Örgütsel çevikliği ölçmek için Sharifi ve Zhang (1999) tarafından geliştirilen ve Akkaya ve Tabak (2018) tarafından Türkçeye uyarlanan Örgütsel Çeviklik Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek dört alt boyuttan (Yetkinlik, Esneklik, Cevap Verme, Hız) ve 17 maddeden oluşmaktadır. Dördüncü bölümde; Örgütsel iletişimi ölçmek için ise Downs ve Hazen (1977)'in geliştirdiği, Varona (1996) tarafından güncellenen Örgütsel İletişim Doyumu Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek beş alt boyuttan (Üstlerle İletişim, Yatay İletişim, İletişim İklimi, İletişim Araçlarının Kalitesi, Bölümler Arası İletişim) ve 25 maddeden oluşmaktadır. Anket formunda 5’li Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Burada (1: ‘Kesinlikle Katılmıyorum’ – 5: ‘Kesinlikle Katılıyorum’) şeklinde oluşmaktadır.

Toplanan anketler ilk olarak incelenmiş, gelişigüzel doldurulmuş, uç değerler anketten çıkarılmıştır. 493 adet anket toplanmış bunların 11 tanesi analize dahil edilmeyerek silinmiş ve 482 anket ile analiz yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapılmış ve Cronbach's alfa katsayısı değerleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	Değişken Sayısı
Stratejik Liderlik	,957	,958	35
Örgütsel Çeviklik	,957	,959	17
Örgütsel İletişim	,952	,954	25

Cronbach's Alpha değerlerine bakıldığında her üç ölçeğin de 0,90'dan büyük olduğu ve dolayısıyla ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu görülecektir. Daha sonra ölçeklere açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda ise alt boyutlar altında toplanmayan veya alt boyutların birden fazlasına aynı anda ve birbirine yakın oranlarda dağılım gösteren maddeler incelenmiştir. Bunun sonucunda ise stratejik liderlik ölçeğinden altı madde, örgütsel çeviklik ölçeğinden dört madde, örgütsel iletişim ölçeğinden ise üç madde çıkarılmış ve analize dahil edilmemiştir.

Yapılan açımlayıcı faktör analizine göre stratejik liderlik ölçeğinin orjinalinde olduğu gibi beş alt boyutta kümelendiği ve beş faktörlü yapının da toplam varyansın %63'ünü açıkladığı görülmüştür. Örgütsel çeviklik ölçeğinin ise orjinalinde olduğu gibi dört alt boyuta dağıldığı ve toplam varyansın %69'unu açıkladığı görülmüştür. Örgütsel iletişim ölçeğinin ise yine orjinalinde olduğu gibi beş alt boyuta dağıldığı ve beş boyutlu yapının toplam varyansın %71'ini açıkladığı bulunmuştur. Ölçeklerin KMO ve Bartlett's test sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Ölçeklerin KMO ve Bartlett's Test Sonuçları

KMO and Bartlett's Test		Stratejik Liderlik	Örgütsel Çeviklik	Örgütsel İletişim
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,967	,963	,969
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	5204,674	5204,674	9193,899
	df	136	136	300
	Sig.	,000	,000	,000

4. BULGULAR

Araştırmaya katılanların demografik bilgilerinin sayı ve yüzdesel olarak değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

YAŞ	Frekans	% Oran	Kümülatif Oran
25 yaş ve altı	124	25,7	25,7
26-31	98	20,3	46,1
32-37	60	12,4	58,5
38-43	72	14,9	73,4
44-49	66	13,7	87,1
50 yaş ve üstü	62	12,9	100,0
Total	482	100,0	

MEDENİ DURUM			
Bekar	237	49,2	49,2
Evli	245	50,8	100,0
Total	482	100,0	

CİNSİYET			
Erkek	289	60,0	60,0
Kadın	193	40,0	100,0
Total	482	100,0	

ÖĞRENİM DURUMUNUZ			
İlköğretim	11	2,3	2,3
Lise	46	9,5	11,9
Ön lisans	53	11,0	22,9
Lisans	272	56,4	79,3
Lisansüstü	100	20,7	100,0
Total	482	100,0	

KURUMDA ÇALIŞMA SÜRENİZ			
3 yıl ve daha az	204	42,3	42,3
4-8 yıl	82	17,0	59,4
9-13 yıl	59	12,2	71,6
14-18 yıl	45	9,3	80,9
19-23 yıl	37	7,7	88,6
24 yıl ve üstü	55	11,4	100,0
Total	482	100,0	

MESLEKTE ÇALIŞMA SÜRENİZ			
3 yıl ve daha az	169	35,1	35,1
4-8 yıl	73	15,1	50,2
9-13 yıl	58	12,0	62,2
14-18 yıl	42	8,7	70,9
19-23 yıl	50	10,4	81,3
24 yıl ve üstü	90	18,7	100,0
Total	482	100,0	

AYLIK GELİRİNİZ			
3000 ve daha az	165	34,2	34,2
3001-4000	69	14,3	48,5
4001-5000	74	15,4	63,9
5001-6000	90	18,7	82,6
6001 ve daha fazla	84	17,4	100,0
Total	482	100,0	

Katılımcılardan 124 tanesi 25 yaş ve altı (%25,7) ile en fazla bu grupta toplanmıştır. 237 kişi bekar ve 245 kişi ise evlidir. Katılımcıların 289'u erkek (%60), 193'u (%40) kadındır. 272 kişi lisans mezunuyken (%56,4), 11 kişi ilköğretim (%2,3) mezunudur. Çalışanların çoğu (204 kişi) 3 yıl ve daha az süreyle kurumlarında çalışmakta, yine 169 kişi ise 3 yıl ve daha az süreyle meslekte çalışmaktadır. Çalışanlardan çoğu (165 kişi) 3000 TL ve daha az aylık ücrete sahiptir.

4.1. Regresyon Analizi

Bootstrap yöntemi kullanılarak yapılan regresyon analiz sonuçları Tablo 5'de gösterilmiştir. 3 ayrı model ve bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisini gösteren bölümlerden oluşmaktadır.

Tablo 5. Regresyon Analizi Sonuçları

Model 1	R2	F	T	LLCI	ULCI	Anamlılık
Stratejik Liderlik	,6740	992,4561	31,5033	,8224	,9318	,0000
Bağımlı Değişken: Örgütsel İletişim						
Model 2	R2	F	T	LLCI	ULCI	Anamlılık
Stratejik Liderlik	6334	413,8340	5,5653	,1937	,4052	,0000
Örgütsel İletişim			11,5465	,4826	,6805	,0000
Bağımlı Değişken: Örgütsel Çeviklik						
Model 3	R2	F	T	LLCI	ULCI	Anamlılık
Stratejik Liderlik	5314	544,2983	23,3302	,7413	,8776	,0000
Bağımlı Değişken: Örgütsel Çeviklik						
Model 4					BootLLCI	BootULCI
Stratejik Liderliğin Örgütsel Çeviklik üzerindeki dolaylı etkisi					,4034	,6058

Model 1'de stratejik liderliğin örgütsel iletişim üzerindeki etkisini gösteren regresyon analiz sonucu yer almaktadır. Buna göre stratejik liderlik örgütsel iletişimi %67 oranında açıklamaktadır ($R^2=0,6740$). Stratejik liderlik örgütsel çevikliğin dahil edilmediği modelde örgütsel iletişimi pozitif yönlü ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir ($p=0,00$). Model 2'de ise stratejik liderliğin ve örgütsel iletişimin örgütsel çeviklik üzerindeki etkisi gösterilmektedir. Buna göre stratejik liderlik örgütsel çevikliği pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir ($p=0,00$). Ayrıca örgütsel iletişim de örgütsel çevikliği pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir ($p=0,00$). Model 3'de ise stratejik liderliğin örgütsel çeviklik üzerindeki etkisi (örgütsel iletişim dahil edilmeden) gösterilmiştir. Stratejik liderlik örgütsel çevikliği pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir ($p=0,00$). Model 4'de ise stratejik liderliğin örgütsel iletişim üzerinden örgütsel çevikliğe etkisi yani örgütsel iletişimin aracı etkisi gösterilmiştir. Buna göre BootLLCI (0,4034) ve BootULCI (0,6058) değerleri 0 değerini içermediğinden yani alt bant olan BootLLCI'nin 0,4034 olan değeri ile üst bant olan BootULCI'nin 0,6058 olan değeri bir sayı doğrultusunda düşünülürse 0 değeri bu rakamların arasında bulunmadığından aracılık etkisi anlamlı kabul edilmektedir. Dolayısıyla örgütsel iletişimin, stratejik liderlik ile örgütsel çeviklik arasındaki ilişkiye aracılık ettiği söylenebilir.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Örgütsel çeviklik konusu literatürde uzun zamandır çalışılan bir konu olarak dururken, bu konu Türkiye'deki araştırmacılar tarafından son zamanlarda dikkat çekilen ve araştırılan bir konu olmuştur. Örgütler için hayati derecede önemli olan değişime ayak uydurma ve konjonktüre uygun stratejiler belirleme ve bu stratejileri uygulamak için örgütlerin çevik olması çok önemlidir. Bu çalışmada örgütlerin karar verme süreçlerinde etkili olan stratejik liderliğin, örgütün değişen koşullara uyum sağlayıp sağlamadığını anlamaya yardımcı olan örgütsel çeviklik üzerindeki etkisi araştırılmış ve

örgütsel iletişimin bu ilişkiye aracılık edip etmediği analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda stratejik liderliğin hem örgütsel iletişimi hem de örgütsel çevikliği pozitif ve anlamlı etkilediği ayrıca örgütsel iletişimin de stratejik liderlik ile örgütsel çeviklik arasındaki ilişkiye aracılık ettiği bulunmuştur.

Özeroğlu ve Koçyiğit (2020)'in vizyoner liderliğin çeviklik üzerine etkisini ve vizyoner liderliğe ait alt boyutların örgütsel çevikliğe ait alt boyutlar üzerine olan etkisini tespit etmek için bir araştırma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmaya göre, vizyoner liderliğin alt boyutları olan değişimlere açık olma ve eylem odaklılık, örgütsel çeviklik yeteneklerinden yetkinliği anlamlı olarak etkilediği, vizyoner liderliğin alt boyutu olan eylem odaklılık, örgütsel çeviklik yeteneklerinden esnekliği anlamlı olarak etkilediği, vizyoner liderliğin alt boyutu olan geleceğin resmi ile örgütsel çevikliğin alt boyutu olan cevap verme yeteneği arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Buna göre örgütlerin çeviklik kazanmasının önemli yollarından biri yönetici seçiminde vizyoner liderlerin ön plana çıkarılması sonucuna varılmıştır.

Günümüz rekabet şartlarında işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayabilmelerinde çevik hareket edebilmeleri önemli hale gelmiştir. Teknolojik gelişmeler ve bilgiye ulaşma yolları çok hızlı gelişmektedir. Bu nedenle bundan sonraki çalışmalarda, bilgi yönetimi ve örgütsel çeviklik, teknolojiye sahip olma ve örgütsel çeviklik ve stratejik yönetim ve örgütsel çeviklik gibi konuların araştırılabileceği önerilmektedir.

Bu çalışmada, stratejik liderlik ile örgütsel çeviklik arasındaki ilişkide iletişimin aracı rolü araştırılmıştır. Konu örgütlerin başarısını etkileyen faktörlerin araştırma konusu yapılarak çeşitli sonuçların paylaşılması bakımından önemli görülmüştür. Bulunan sonuçlar doğrultusunda önerilerde bulunularak ilgili literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

KAYNAKÇA

- Akat, İ., Budak, G. ve Budak, G. (2002). İşletme Yönetimi. İzmir: Barış Yayınları.
- Akkaya, B. (2018). Teknogirişim Firmalarındaki Yöneticilerin Liderlik Tiplerinin Firmaların Örgütsel Çevikliğine Etkisi: Teknopark Firmaları Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora tezi, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İzmir.
- Akkaya, B. ve Tabak, A. (2018). Örgütsel Çeviklik Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *İş ve İnsan Dergisi*, 5(2), 185-206.
- Akkaya, B., Kayalıdere, U. A. K. ve Tabak, A. (2019) Endüstriyel alanda üretim yapan firmaların örgütsel çevikliği ile firma yöneticilerinin sahip olduğu dinamik yetenekler arasındaki ilişki: manisa organize sanayi bölgesinde (mosb) faaliyet gösteren firmalar üzerine bir araştırma. *Yeni Nesil Girişimcilik ve Ekonomi*, 1(2), 19-54.

- Akman, Y. (2019). Stratejik liderliğin mesleki profesyonellikte oynadığı rol. *SDU International Journal of Educational Studies*, 6(2), 114-127.
- Aksulu Köse, A. ve Güçlü, N. (2018). Özel okul müdürlerinin stratejik liderlik davranışları ile örgütsel sağlık arasındaki ilişki. *Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(3), 241-252.
- Akyüz, M. (2018). Stratejik liderlik. *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 45-66.
- Bakan, İ., Sezer, B. ve Kara, C. (2017). Bilgi yönetiminin örgütsel çeviklik ve örgütsel atalet üzerindeki etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 117-138.
- Başol, O ve Karatuna, İ. (2016). Örgütlerde olumsuz durumların ifşa edilmesi ve örgütsel iletişim ilişkisi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 37(2), 153-170.
- Besler, S. (2003). Stratejik yönetimin başarısında stratejik liderliğin rolü. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 75-86.
- Candan, A., Çankır, B. ve Şeker, Ş. E. (2017). Organizasyonlarda çeviklik, *YBS Ansiklopedi*, 4(3), 3-9.
- Ciceralli, E. E. (2019). Çevikliği destekleyen örgütsel kültür özellikleri. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 2422-2432.
- Crocitto, M., and Youssef, M. (2003). The human side of organizational agility. *Industrial Management & Data Systems*, 103(6), 388-397.
- Çakır, M. (2020). Örgütlerde iletişim sorunlarının saptanması ve çözümü için kullanılabilecek teknikler üzerine bir inceleme, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (1), 973-989.
- Çetin, M. ve Akpolat, T. (2017). Öğretmenlerin algılarına göre yöneticilerin stratejik liderlik özellikleri. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(11), 16-37.
- Davies, B. J. and Davies, B. (2010). The nature and dimensions of the strategic leadership. Educational Leadership Context, *Strategy and Collaboration*, 38(1), 5-21.
- Demiraslan, E., Koç, M. ve Bir, Y. (2019). *Kamu Kurumlarındaki Okul Yöneticilerinin Stratejik Liderlik Davranışlarının İncelenmesi*. 18. Uluslararası İşletmecilik Kongresi. Osmaniye.
- Doğan, O. ve Baloğlu N. (2018). *Örgütsel Çeviklik ve Bazı Eğitim Kurumlarındaki Yansımaları*. 13. Uluslararası Eğitim Yönetimi Kongresi, Sivas, 100-109.
- Durğun, S. (2006). Örgüt kültürü ve örgütsel iletişim. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 112-132.

- Eren, E. (2000). *Yönetim ve Organizasyon*. İstanbul: Beta Yayın Dağıtım A.Ş.
- Eroğluer, K. (2011). Örgütsel iletişim ile iş tatmini unsurları arasındaki ilişkiler: kuramsal bir inceleme. *Ege Akademik Bakış*, 11(1), 121-136.
- Evliyaoğlu, F. (2020). Çinli işletmelerde örgüt içi iletişim ve liderlik tarzlarının toplumsal kültür bakış açısından incelenmesi, *Journal of Organizational Behavior Review*, 2(1), 68-89.
- Ganguly, A., Nilchiani, R. ve Farr, J. V. (2009). Evaluating agility in corporate enterprises. *International Journal of Production Economics*, 118(2), 410-423.
- Güçlü, N., Çoban, Ö. ve Atasoy, R. (2017). Okul yöneticilerinin stratejik liderlik özellikleri ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkinin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 46(215), 167-191.
- Güllüce, A. Ç., Kaygın, E., Zengin, Y., Sağbaş, M. ve Karabal, C. (2019). Stratejik liderlik anlayışının örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyeti ile ilişkisi: istanbul ili örneği. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(7), 30-47.
- Harraf, A., Wanasika, I., Tate, K. and Talbott, K. (2015). Organizational agility. *Journal of Applied Business Research*, 31, 675-686.
- Işık, M. (2020). KOBİ'lerde sosyal sermayenin stratejik çevikliğe etkisi. *İzmir İktisat Dergisi*, 35(1), 187-200.
- İleri, Y. ve Soylu, Y. (2014). Bir rekabet üstünlüğü aracı olarak çeviklik kavramı ve örgüt yapısına olası etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 13(1-2), 13-28.
- İnanır, A. (2020). *Örgütsel Çeviklik*. Mehmet Sağır (Ed.), *Modern İşletmecilikte Yönetimsel Konular* (71-80). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Karaçor, S. ve Şahin, A. (2004). Örgütsel iletişim kurma yöntemleri ve karşılaşılan iletişim engellerine yönelik bir araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(8), 96-117.
- Karcioğlu, F., Timuroğlu, M.K. ve Çınar, O. (2009). Örgütsel iletişim ve iş tatmini ilişkisi- bir uygulama. *Yönetim*, 20(63), 59-76.
- Kerse, Y. ve Tazegül, A. (2016). *Tedarik Zincirinde Çevikliğin Önemi. II. Uluslararası Kafkasya-Orta Asya Dış Ticaret ve Lojistik Kongresi*, Erzurum, 159-164.
- Kocabaş, F. (2005). Değişime uyum sürecinde iç ve dış örgütsel iletişim çabalarının entegrasyonu gerekliliği. *Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 247-252.
- Maskell, B. (2001). The age of agile manufacturing, supply chain management, *An International Journal*, 6(1), 5-11.

- Mehdibeigi, N., Dehghani, M., and Yaghoubi, N. M. (2016). Customer knowledge management and organization's effectiveness: explaining the mediator role of organizational agility. *Procedia – Social And Behavioral Sciences*, 230, 94-103.
- Nejatian, M. and Zarei, M. H. (2013), Moving towards organizational agility: are we improving in the right direction?, *Global Journal of Flexible Systems Management*, 14(4), 241-253.
- Nyong'a, T. M. ve Maina, R. (2019). Influence of strategic leadership on strategy implementation at kenya revenue authority, southern region in kenya. *International Academic Journal of Human Resource and Business Administration*, 3(5), 128-159.
- Özeroğlu, E. ve Koçyiğit, Y. (2020). Hastane işletmelerinde örgütsel çeviklik: vizyoner liderliğin rolü. *Research Journal of Business and Management*, 7(1), 13-22.
- Özkan, G. (2013). Çağrı merkezlerinde duygusal emek ve örgütsel iletişim. *Selçuk İletişim*, 7(4), 64-80.
- Sağır, M. ve Gönülölmez, A. (2019). Yapısal sermaye ve insan sermayesinin işletme performansına etkileri: örgütsel çevikliğin aracılık rolü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(27), 58-77.
- Sekman, M. ve Utku, A. (2009). *Çevik Şirketler: Kurumsal Ataleti Yenmek*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Sharifi, H. and Zhang, Z. (1999). A methodology for achieving agility in manufacturing organisations: an introduction, *International Journal of Production Economics*, 62(1-2), 7-22.
- Sharifi, H. and Zhang, Z. (2001). Agile manufacturing in practice – application of a methodology. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(5-6), 772-794.
- Sherehiy, B., Karwowski, W. and Layer, J. K. (2007). A review of enterprise agility: concepts, frameworks, and attributes. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 37, 445–460.
- Taşhyan, M., Çiçekliçli, H. ve Bıyıkbeyi, T. (2017). Paternalist liderlik ve örgütsel iletişim arasındaki ilişki: doğu akdeniz bölgesinde bir belediye örneği. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*, 4(8), 70-87.
- Timuroğlu, M. ve Balkaya, E. (2017). Örgütsel iletişim ve motivasyon ilişkisi - bir uygulama. *U.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(2), 89-113.

- Türk, M. ve Akbaba, M. (2017). Stratejik liderlik algılamalarının çalışan performansına etkisi: konaklama işletmeleri üzerine bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(16), 182-196.
- Uslu, Y., D. (2011). Örgütlerde yönetsel etkinliğe ulaşmada yeni bir yaklaşım: yaratıcı liderlik, *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(22) 419- 443.
- Ustasüleyman, T. (2008). Çevikliğin işletme performansına etkisine yönelik yapısal bir model önerisi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 161-178.
- Ülgen, H. ve Mirze, K. (2018). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, İstanbul: Beta Basım.
- Yalçın, Y. ve Ay, P. (2011). Bilgi toplumunda öğrenen örgütler ve liderlik süreci bağlamında bir örnek olay çalışması. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 15-36.
- Yaşar Uğurlu, Ö., Çolakoğlu, E. ve Öztosun, E. (2019). Stratejik çevikliğin firma performansına etkisi: üretim işletmelerinde bir araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 6(1), 93-106.
- Yörük, S. ve Kocabaş, İ. (2000). Eğitimde demokratik liderlik ve iletişim. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 1-13.



TÜRKİYE'DE KENTSEL HAKLAR: SOSYAL DEVLET BAĞLAMINDA KONUT HAKKI ÜZERİNE BİR İNCELEME

URBAN RIGHTS IN TURKEY: AN INVESTIGATION ON THE RIGHT TO HOUSING WITHIN THE CONTEXT OF SOCIAL STATE

Gökhan KALAĞAN¹



1. Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, gkalagan@mehmetakif.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8296-6316>

Öz

Kırdan kente göç eden insanlar, kentte yaşamaya başladıkları andan itibaren kente ait değer ve kurallara hayatlarında yer verirler, bu kentli olmanın gereğidir. Kentler, sakinlerine, sosyal, ekonomik, kültürel, fiziki bakımdan bir çok imkanlar sunar. Kent sakinleri gündelik yaşamları içerisinde bu imkanlardan faydalanırken, birbirlerine ve çevreye karşı sosyal kurallar ve davranış kalıplarını benimseyip uygulamak zorundadır. Kentsel yaşamın, tüm bu gereklilikleri, kentsel hak kavramının, temelini oluşturur. Ayrıca, tüm bireylerin sağlıklı bir çevrede yaşama ve barınma hakları vardır. Bu haklar konut hakkı olarak ifade edilir. Sosyal devlet anlayışında ekonomik bakımdan güçsüz ve zayıf olanların, insan onuruna yakışır bir biçimde yaşamlarını sürdürebilmeleri için devlet tarafından desteklenmeleri ve korunmaları söz konusudur. En temel insan haklarından olan yaşam hakkının, korunması ve sağlanması için konut hakkının devlet tarafından güvence altına alınması gereklidir. Türkiye’de, doğrudan kenti ve kentlileri korumaya yönelik yasal düzenlemeler bulunmamakta, var olan hukuki metinlerin içerisinde kısmen ve dolaylı koruma sağlayan hükümler bulunmaktadır. Kentsel bir hak olarak görülen, “konut hakkı”, ise Türk anayasal metinlerinde, yaşam hakkının bir parçası olarak görülerek, korunmakta ve desteklenmektedir. Cumhuriyetin kuruluşundan günümüze kadar, özellikle alt ve orta gelir grubuna mensup, ekonomik bakımdan imkansızlıkları bulunan vatandaşlar, sosyal devlet anlayışının gereği olarak, barınma ve sağlıklı bir çevrede yaşamlarını sürdürebilmeleri için uygulanan politikalar ile imkanlar ölçüsünde her dönem desteklenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Kentsel Haklar, Konut Hakkı, Sosyal Devlet, Türkiye’de Kentsel Haklar, Türkiye’de Konut Hakkı.*

Abstract

People who migrate from the countryside to the city, from the moment they start living in the city, adopt the values and rules of the city in their lives, this is the necessity of being urban residents. Cities offer their residents many social, economic, cultural and physical opportunities. While city residents benefit from these opportunities in their daily lives, they have to adopt and apply social rules and behavior patterns towards each other and the environment. All these requirements of urban life form the basis of the concept of urban rights. In addition, all individuals have the right to live and shelter in a healthy environment. These rights are expressed as housing rights. In the concept of the social state, those who are economically weak and poor should be supported and protected by the state in order for them to survive in a way which is worthy of human dignity. In order to protect and ensure the right to life, which is one of the most fundamental human rights, the right to housing must be guaranteed by the state. In Turkey, there are no direct regulations to protect the citizens of the town and there are provisions that provide partial and indirect protection in the existing legal texts. “The right to housing”, which is seen as an urban right, is protected and supported in Turkish constitutional texts as a part of the right to life. Since the foundation of the Republic, especially the citizens of low and middle-income groups who have economic impossibilities, have been supported in every period to the extent possible with the policies implemented to enable them to live in a shelter and a healthy environment, as required by the concept of the social state.

Keywords: *Urban Rights, Right to Housing, Social State, Urban Rights in Turkey, Housing Rights in Turkey.*

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
03.09.2020 09.03.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
16.03.2021 03.16.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.790191>

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

Urban rights are among the first and second generation human rights, which denote “the economic, social and cultural rights demanded from the state for the protection of the individual and the protection of the individual against the state”. Every country that respects human rights is obliged to include urban rights in its laws due to its obligations arising from both national and international conventions with other countries. Housing right is one of the rights included in "economic, social and cultural rights" within the urban rights. The right to housing is guaranteed by international or regional conventions, declarations and conditions in the field of human rights. In Turkey, the "urban rights" not taken directly guaranteed by the legislation, while taking place in legal texts, the “right to housing”, on the other hand, has been tried to be protected and encouraged by legal regulations and constitutional guarantees. Social rights can be defined as providing the opportunity by the state for the weak segments of the society with low economic opportunities in order for them to lead a life worthy of human dignity and taking measures in this regard. In the study, the right to life considered among the most basic human rights is given place interpreted within the context of the urban rights, in particular for Turkey and periodic policies aiming at protecting and promoting the right to housing of low-income citizens with social state practices are analyzed.

Research Questions

There is not any binding international legal text on urban rights. However, in many legal regulations that are accepted as "moral values", the rights of the citizens are included directly or indirectly. The right to housing, on the other hand, is accepted as a part of the right to life, and is guaranteed by international or regional agreements, declarations and conditions in the field of human rights. The social state should support low and middle-income citizens. How these supports should be with social welfare state practices has been studied in particular for Turkey.

Literature Review

Urbanization refers to moving away from the rural and getting closer to the urban features (Şahin, 2017). We can define the city as the place where agriculture and non-livestock activities form the livelihood of the people living within its borders, differing from the rural areas in terms of administrative structure, social relations, population density and cultural areas (Başaran, 2008). In a broad sense, the concept of the city can be defined as "the settlement where non-agricultural production is encouraged by controlling production, based on technology, where organization, specialization and division of labor take place, which has risen to the level of social heterogeneity and integration with the size and density of the population, and where a dynamic mechanism works permanently" (Keleş, 1994). The concept of urbanization is generally defined as a spatially weighted process. On the other hand, in the socio-cultural sense, those who migrate to the city or live in the city, it is possible for them to adopt the value / norm system of the city as a way of life by assimilating the way of thinking as well as the

way of behavior of the urban people. (Koçak, 2011). Urban rights are applied indiscriminately for everyone living in the city, and the concretization of fundamental rights and freedoms in urban spaces as the realization area of “socio-economic organization, solidarity, social, cultural and political rights; it is individuals' ability to use their human rights sufficiently and freely in urban spaces.” (Geray, 2000). In this context, the right to the city should be thought and interpreted in the "economic, political, physical, sociocultural" sense / dimension. International legal texts in which the rights of the citizens are included give place to regulations for the first and second-generation rights (Karasu, 2008). The right to housing is also guaranteed by international or regional agreements, declarations and conditions in the field of human rights. Countries that are parties to these documents have obligations to fulfill the right to housing (Özbey ve Özel, 2015). The right to housing, regulated in the 57th article of the “social and economic rights and duties” section of the Constitution, is among the “social rights” in human rights texts (Tanör, 1978; Özbudun, 2009). The perspectives of the 1961 and 1982 Constitutions on the right to housing differ. Due to the nature of the constitutional period of both constitutions, they reflected the social state understanding in their regulations differently. Social rights are “for those who are economically weak and powerless to ensure and strengthen their own lives and because of the fact that they have the right to legal protection,” (Talas, 1981-1982). In 1984, Housing Development Administration (TOKI) was established. Establishment purpose of TOKI is defined as "to provide social housing for the lower and middle-income groups and to provide the necessary service units by completing their infrastructures". "Social Residences", which are defined as TOKI residences, produced houses only for middle-income groups living in the city from 1984 until 2009.

Methodology

While creating the theoretical dimension of the study, national and international academic studies and documents related to the subject were examined and the literature was searched. In the context of the social state of the right to housing, Turkey has been given a special place in the evaluation done periodically updated data analysis.

Results and Conclusions

Every individual living in the city has the right to participate in the decisions and processes of the city in which they live, as well as the right to equally benefit from urban facilities. Although the right to housing is considered and secured within the scope of urban rights, it should be provided with national and international guarantees with detailed regulations, taking into account the periodic differences, because today population movements are not only from rural to urban, it can also be experienced across the border from country to country. Turkey, instead of making direct legal regulations on urban rights, it has preferred the way to include it in different laws. It is necessary to enact concrete laws on urban rights because the variety of services offered in the city is increasing day by day and the expectations and demands of the city residents regarding their living spaces are getting different. Protection of the economically weak and poor segments by the state, providing the opportunity to lead a life worthy of

human dignity are the necessities of being a social state. The Republic of Turkey, on housing issues and the right to shelter, has always tried to fulfill the necessity of being a social state within its possibilities.

1. GİRİŞ

Kentleşme süreci, kentsel hakların da başlangıcını oluşturmaktadır. Kırdan, kente göç ile başlayan kentleşme olgusu, kırsal olandan kopmayı, farklılaşmayı, kentsel olana yakınlaşmayı ifade eder. Bu sürecin, ekonomik, iktisadi, sosyo-psikolojik ve siyasi farklı sebepleri vardır. Kentleşmeyle birlikte, kentli yaşamda; *“İş bölümü, uzmanlaşma, nüfus büyüklüğü, yoğunluğu ve yerleşim şartlarındaki farklılaşmaya”* vurgu yapılırken, kentlileşme olgusunda ise, kentli yaşamın gerektirdiği; *“Davranış kalıpları, değerler, bireyler arasındaki ilişkiler, zaman içerisinde yaşadıkları eğitimsel ve kültürel süreçteki değişim”* ifade edilir. Kentli olmak, bireysel ve toplu olarak kentlerde sunulan kamusal ve özel hizmetlerden faydalanma hakkını sağlar. Kentsel haklar, *“devlete karşı bireyin korunduğu ve devletten bireyin korunması için istenilen ekonomik, sosyal ve kültürel hakları”* ifade eden, birinci ve ikinci kuşak, insan hakları arasında yer alır. İnsan haklarına saygılı her ülke, kentsel haklara gerek ulusal gerekse diğer ülkeler ile taraf olduğu uluslararası sözleşmelerden kaynaklanan yükümlülüklerinden dolayı, yasalarında yer vermek zorundadır. Konut hakkı, kentsel haklar içerisinde, *“ekonomik, sosyal ve kültürel haklar içerisinde”* yer alan haklardandır. Konut hakkı, insan hakları alanındaki uluslararası veya bölgesel nitelikteki sözleşmeler, bildirimler ve şartlar ile güvence altına alınmıştır. Türkiye’de, *“kentsel haklar”* doğrudan yasal düzenlemeler ile güvence altına alınmayıp, hukuki metinler içerisinde yer verilirken, *“konut hakkı”* ise yasal düzenlemeler ve anayasal güvenceler ile korunmaya, teşvik edilmeye çalışılmıştır. Cumhuriyetin kuruluşundan günümüze kadar geçen sürede, konut hakkına bakış açısı ve izlenen politikalar dönemselsel olarak farklılıklar göstermiştir. 1961 Anayasası, tüm dünyada hakim olan, sosyal refah devleti anlayışının bir yansıması olarak; *“Yoksul ve dar gelirli ailelerin konut ihtiyacını karşılamak ile devleti yükümlü”* kılarken, 1982 Anayasası ise, liberal söylemlerin dönemselsel etkisiyle, *“Devlet, vatandaşların konut ihtiyacını karşılayacak tedbirleri alır”* demek ile yetinmiştir. Türkiye’de devlet, sosyal devlet olmanın gerekliliklerini, her dönem imkanları ölçüsünde yerine getirmiş, hiçbir zaman yoksul ve dar gelirli halka desteğini esirgememiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren, düşük ve alt gelir grubuna mensup kişilere ve devlet memurlarına yönelik, konut edinme ve kira teşvik düzenlemeleri yapılmış, gecekondulaşmanın önlenmesi için yasa çıkarılarak, mülk edinme hakkı tanınmış, konut kooperatifleri kurulmuş, devlet ve özel sektör iş birliği modelleri, teşvik ve krediler ile desteklenerek, sosyal konutlar inşa ettirilmiştir.

2. KENTSEL HAKLAR

2.1.Kentsel Hak: Kavramsal Çerçeve

Kentleşme kavramı: *“Sanayileşme ve iktisadi gelişmeye koşut olarak kent sayısının artarak, kentlerin büyümesi sonucunu doğuran, toplumda artan oranda örgütlemeye, uzmanlaşmaya ve insanlararası ilişkilerde kentlere özgü nüfus birikimi süreci”* olarak tanımlanmaktadır. Tanımda kent ve kır ayrımına değinilerek, her iki kavram arasındaki farklılıklara vurgu yapılmaktadır. Kentleşme, kırsal

olandan uzaklaşarak kentsel olan özelliklere yakınlaşmayı ifade eder (Şahin, 2017). Bu açıdan bakıldığında; kentin kırsal yaşam alanlarından ayrılan bazı özellikleri vardır. Kenti, sınırları içerisinde yaşayanların geçim kaynağı olarak tarım ve hayvancılık dışı faaliyetlerin oluşturduğu, idari yapı, toplumsal ilişkiler, nüfus yoğunluğu ve kültürel alanlar bakımından kırsal alanlara göre farklılık gösteren yerler olarak tanımlayabiliriz (Başaran, 2008).

Kentleşme kavramı, kentlerin demografik özelliklerine daha çok vurgu yapmaktadır. Demografik yapının yanısıra bir toplumun ekonomik ve sosyal yapısıyla da etkileşim içindedir. Ökmen (1998) kentleşme sürecini; *“Sanayileşme ve ekonomik gelişmeye koşut olarak kent sayısının artması ve bugünkü kentlerin büyümesi sonucunu doğuran, toplum yapısında artan oranda örgütlenme, iş bölümü ve uzmanlaşma yaratan, insan davranış ve ilişkilerinde kentlere özgü davranışlara yol açan bir nüfus birikimi”* şeklinde tanımlanmaktadır. Geniş anlamda kent kavramı ise; *“Üretimin denetlenerek, tarım dışı üretimin teşvik edildiği, teknolojiye dayalı, teşkilatlanma, uzmanlaşma ve iş bölümünün yer aldığı, nüfus büyüklüğü ve yoğunluğuyla, toplumsal heterojenlik ve entegrasyon düzeyine yükselmiş, dinamik bir mekanizmanın daimi olarak işlediği yerleşme”* olarak tanımlanabilir (Keleş, 1994). Kent yaşamının gerekliliği olan; *“İş bölümü, uzmanlaşma ve örgütlenme, sadece üretim ve tüketim sürecinde değil, kentsel yaşam kalitesini zarar veren sorunların ve çelişkilerin önlenmesi ve giderilmesi aşamasında da gerçekleşmektedir”* (Akkoyunlu, 1997). Kentler, uygarlıkların/medeniyetlerin doğup geliştiği, kentli haklarını da kapsayan, insan haklarının, en iyi anlaşılıp, uygulandığı mekanlardır (Ökmen, 1998).

Kentleşmenin önemli bir boyutunu sosyolojik dönüşüm oluşturmaktadır. Kaya (2016) bu süreci; *“İnsanların sosyolojik olarak kentli olabilmeleri kültürel ve eğitimsel bir süreci gerektirmektedir. Kent halkının kente uyumu dendiğinde vurgulanmak istenen kentin fiziki ve doğal yapısıyla insan unsurunun bütünleşmesidir. Diğer bir husus ise kent halkının kent kültürü edinerek birbiriyle entegre olabilmesidir. İnsanların yaşadıkları kentle ve kent halkıyla bütünleşebilmeleri kentleri koruma ve geliştirme açısından önemli bir noktadır”* şeklinde açıklamaktadır.

Kentleşme kavramı, genel anlamda mekansal ağırlıklı bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Buna karşın; Sosyo-kültürel anlamda, kente göç eden veya kentte yaşayanların, kente ait değer/norm sistemini, kentli insanın düşünme tarzının yanı sıra davranış biçimlerini, özümseyerek bir yaşam biçimi olarak benimsemeleri mümkündür. Kente göç edip yerleşmek, *“kentli”* sayılabilmek için yeterli olmaz. Aynı zamanda, kente ait değerlerinde benimsenmesi, içselleştirilmesi gereklidir. Kırdan, kente gelen insanlar, fiziki yerleşme, meslek değişimi, iş ve çalışma koşullarının değişmesi gibi maddi kültür değişimine uğramaktadırlar. Manevi kültür değişimi ise, tarım toplumunda yaşayan insanların, sanayi toplumuna geçişinde yaşadıkları değer yargılarındaki değişimleri ifade eder (Koçak, 2011).

Kentleşmenin gerçekleşmesi için gereken aşamalar vardır. Bunlardan ilki, kırdan kente gelen kişilerin kentte kalıcı olmayı istemeleridir. Kentte kalıcı olmayı düşünmeyen kişilerin kentli olma, kente ait davranış ve kalıpları benimseyip uygulamak gibi kaygıları olmayacaktır. Gelecek yaşamlarını kentte

kurgulayan insanlar, kentsel değer ve kurallara daha sıkı bağlanacaklardır. Kentleşmenin bir başka boyutu ise, kişilerin, kentte yaşamını sürdürebilecekleri bir işe sahip olmalarıdır, ekonomik bakımdan bağımsız ve güvenceli bir işe sahip olmak, kent aidiyetini kuvvetlendirici bir unsurdur. Sosyo ekonomik anlamda kente ait değer ve davranış kalıplarının benimsenerek, bunların nesilden nesile aktarılarak bir kent kültürünün oluşması diğer bir aşamadır (Kaya vd., 2008). Kentli olmak, belli tüketim kalıplarına sahip olarak, buna uygun bir yaşam tarzı geliştirmekten öte, genel kabul görmüş bir sosyal politika anlayışına uygun olarak, kentlerde sunulan hizmetlerden faydalanabilmek anlamına gelmektedir. Kentsel hizmetlerden faydalanmak, vatandaşlık haklarındanır. Sosyal devlet anlayışında, vatandaşlar; *“Eğitim, sosyal güvenlik, sağlık hizmetleri, hak arama, örgütlenme özgürlüğü, insan onuruna yakışır koşullarda çalışma hakkı ve işsizliğin önlenmesi”* gibi sosyal haklardan yararlanırlar (Kalfa, 2016). Kentli hakları, kentte yaşayan tüm herkes için, ayırım gözetmeksizin uygulanarak, temel hak ve hürriyetlerin; *“Sosyo-ekonomik anlamda örgütlenme, dayanışma, toplumsal, kültürel, siyasal hakların gerçekleşme alanı olarak, kentsel mekanlarda somutlaşması, bireylerin, sahip oldukları insan haklarını kentsel mekanlarda yeterince ve özgürce kullanabilmesidir.”* (Geray, 2000).

Kentli hakları, *“bireyin hem tek başına hem de toplu olarak”* kullanabilecekleri haklardandır. Bireylerin, diğer birey ve topluluklara karşı bu hakları uygulamak ve muhafaza etmek yükümlülükleri bulunmasından dolayı, *“dayanışma hakları”* içerisinde yer alırlar. Tekeli (2014); Kentli haklarının gerçekleştirilmesi ya da yaşam bulmasının üç yönden önem taşıdığını ifade etmektedir;

“Bunlardan birincisi; Kentte yaşayan bir kimsenin haklarını kullanırken, kentli hakları, gasbetmesinin ve tahrip etmesinin önlenmesi ve bu hakların savunma yoluyla yaşama geçirilmesidir.

İkincisi ise; Kentli haklarının her kentlinin davranışlarıyla oluşup, geliştiği kabul edildiğine göre, kişilerin geliştirilmesine açık olması gerekliliğidir.

Üçüncüsü ise; Hak sahibinin, bu hakların gerçekleştirilmesini toplumsal düzeni korumaktan sorumlu olan devletten istemesi yoluyla gerçekleştirilmesidir.”

Kent hakkı konusunda özellikle, Henri Lefebvre ve David Harvey’in çalışmaları dikkat çekmektedir. Lefebvre, kent hakkını, mekansal çözümlerle incelemeyi tercih etmiştir. Sanayileşme ve şehirleşme sorununun ana hatları konusunda tespitlerde bulunmuş, maddi çıkarımların yanı sıra şehirde yaşamının ideolojik felsefesine vurgu yapmıştır. Lefebvre, bu noktada kentli haklarına değinerek, kenti bir süreç olarak irdelemek gerektiğini ve bu sürecin en temel dinamiğinin de mekan üretimi olduğunu belirtmiştir. Mekan üretimi konusunda geliştirmiş olduğu teoriye göre, mekanın üretimi üç boyut ve süreç ile ifade edilebilir. Bunlar; *“Mekansal pratikler (algılanan mekan)”*, *“Mekan temsilleri (tasarlanan mekan)”* ve *“Temsil mekanları (yaşanan mekan)”* dir. Mekan üretiminde, kentte yaşayanların söz hakkı olmalı, ayrıca toplumun tamamının mekana erişim ve mekan kullanım hakkı sağlanmalıdır. Ayrıca, kentsel karar alma ve kentsel siyaset konusunda da kentte yaşayanlar söz hakkına

bulunmalıdır (Lefebvre, 2015). Farklı olma ve bilgi edinme hakkını da içeren kent hakkı, yurttaş olma hakkını değiştirebilmeli, somutlaştırarak daha uygulanabilir kılmalıdır.

Harvey, kent ile ilgili düşüncelerinde, Lefebvre'den etkilenmiş olmasına rağmen, bazı yönlerden ondan ayrılmaktadır. Lefebvre, kent hakkı konusunda, mekan üzerinden tespitler yaparken, Harvey, sermaye ve üretim ilişkileri üzerinden konuya değinmiştir. Harvey'e göre "*mekan*", insanın biçimlendirdiği ve kendisinin de biçimlendiği toplumsal bir olgudur (Harvey, 2015). Ayrıca kentleşme, sınıfsal yapıları da ortaya çıkarmaktadır. Kentlerde, yaratılan /üretilen artı ürünün toplumsal ve coğrafi olarak belli alanlarda yoğunlaşması; bu artı değer kontrolünün ise daima küçük bir kesimin elinde olması, sınıfsal bir olgudur. Bu noktada Harvey, kent hakkını bir amaç değil, sınıfsal yapı ve kapitalist sistemi ortadan kaldırmanın bir aracı olduğunu savunmaktadır. Harvey'e göre, kentte yaşayan tüm herkes, kentsel mekanın kullanımı ve üretimi konusunda hak sahibi olmalı, kentler rant sağlamak için değil, kişilerin refah ve huzuru için düzenlenmeli ve planlanmalıdır (Harvey, 2008).

2.2.Kentsel Hak Türleri: Anlamı ve Boyutları

Kentli haklarının açık ve net bir tanımını yapmak mümkün olmamasına rağmen, insan haklarının kent-kentli boyutu olarak değerlendirilebilir. Kentsel hakları; "*İnsanın insan olmasından kaynaklanan en temel haklar olarak görüp değerlendirmek*" mümkündür (Önder, 2007).

Kentsel hakların temel amacını Geray (1998) şöyle özetler; "*Temel amaç, kentsel yaşam standart ve kalitesinin artırılmasıdır. Kentsel yaşam kalitesinin ölçüsünü, toplumsal, ekonomik ve mekansal unsurlar bakımından, kentsel alt yapı, iletişim, ulaşım, konut ve benzeri olanakların sunulma düzeyi belirler. Ayrıca, kentsel haklar, kentlerin sunmuş olduğu olanak ve fırsatlardan bireylerin, eşit, dengeli ve gereksinimleri oranında yararlanması, eğitsel, sanatsal, siyasi etkinlik ve süreçlere katılma olanaklarına sahip olmasıdır.*"

Kent hakkı; "*Kırdan kente göç edenler ve yerleşik kentliler açısından kentsel bütünleşme ve kentlilik bilinci bakımından önemli bir işleve sahiptir. Göç ederek kente gelen bireylerin, kentlileşme süreçlerini tamamlayabilmeleri ve yerleşik kentlilerle aralarındaki farkları kapatabilmeleri için kent hakkından yararlanmaları gerekir. Nitelikli eğitim, sağlık ve iş güvencesi başta olmak üzere, kent hakkının tüm boyutlarıyla gerçekleştirilmesi, kentsel bütünleşme sürecini hızlandırıcı etki yapar*" (Dur, 2009).

Kent hakkı, bu bağlamda; "*Ekonomik, siyasi, fiziki, sosyokültürel*" anlamda/boyutta düşünmeli ve yorumlanmalıdır.

"*Ekonomik Anlam/Boyut*"; Kentlerin sahip olduğu kaynaklar kısıtlıdır ve bu kaynakların kent sakinlerine eşit ve adil bir şekilde paylaşılması mümkün değildir. Her kent sakininin bu imkanlara erişirken ödediği ekonomik maliyet kuşkusuz aynı düzeyde değildir. Eğitim, sağlık, konut, ulaşım ve iş imkanlarına erişim maliyetleri konusunda farklılıklar söz konusudur. Kent hakkını savunanlar, kentsel

adaletin bir gereği olarak, sınırlı olan imkanların, eşit şekilde pay edilmesini ve kişilerin ekonomik güçlerine bakılmaksızın herkesin, bu hizmetlere erişim imkanına kavuşması gerektiğine vurgu yaparlar (Harvey, 2013). Kentte yaşayan bireylerin gelirlerini eşitlemek mümkün olmadığına göre dezavantajlı durumdaki grupları destekleyici düzenlemeler yapmak, sosyal devlet anlayışının bir gerekliliğidir. 1980’li yıllardan itibaren neoliberal söylemler, uygulanan kentsel politikalara da hakim olmuştur. Neoliberal görüşe göre dezavantajlı guruplara yapılan teşvikler bırakılmalı, girişimci büyüme odaklarına yönlendirilmelidir. Neoliberalere göre, dezavantajlı gurupların desteklenmesinin, kısa vadede ekonomik avantaj yarattığı düşünülse bile, orta ve uzun vadede yarardan çok zarar getireceğini belirtmişlerdir (Harvey, 2008).

“*Siyasi Anlam/Boyut*”; Kent hakkı, sadece sahip olunan yasal haklar ile sınırlı olmayıp kentte yaşayanların yönetimde söz sahibi olmaları ile de ifade edilebilir. Kentin sahiplerinin gerçek anlamda kentte söz sahibi olabilmelerinin yolu, kent yönetimlerine katılımlarından geçmektedir. Kent sakinlerinin, sadece belirli aralıklarla yapılan yerel seçimlerde oy kullanmalarının ötesinde, kentle ilgili kararlara her zaman katılmaları, kenti sahiplenme duygularını geliştirecektir. Bu bağlamda, katılımcı demokrasi anlayışı kentlerde hayata geçirilmelidir (Kaya, vd.,2008). Lefebvre’nin, “*kent hakkı*” kavramındaki, kent ifadesi, sadece kentle ilgili çevresel unsurları değil, yaşadıkları alanlara egemen olmayı ve yönetiminde söz sahibi olmayı da ifade ederek, iyi örgütlenmiş grup ve toplulukların, daha geniş bir siyasi güce ve etkiye sahip olacakları belirtilmektedir (Lefebvre, 2015).

“*Fiziki Anlam/Boyut*”; Kentler, insanların, yeryüzünde yaşamlarını sürdürdükleri merkezlerdir. Yerleşim yerlerinin, kent statüsü kazanmasında, fiziksel alt yapılarının gelişmişlik düzeyi önemlidir. İnsanların ekonomik ve toplumsal gereksinimlerinin karşılanma düzeyleri yaşadıkları kentlerin çevre,fiziksel koşullar ve alt yapı imkanlarından ayrı düşünülemez (Kaya, vd.2008). Lefebvre, fiziki anlamda kent hakkını, felsefi anlamda kentsel mekan kavramı üzerinden ele alarak, “*gelecekte var olacak kentlere yönelik bir ütopya*” olarak ortaya koymuştu bu bakımdan “*kentsel mekân*” kavramına farklı bir bakış açısı ortaya koymuştur (Baysal, 2011).

“*Sosyokültürel Anlam/Boyut*”; Kentlileşme; Kırdan kente göç edenler ve kentte yaşayanların, kente ait, değer ve norm sistemlerini, kentli insanların düşünme ve davranış tarzlarını benimsemeleridir (Kaya, 2016). Kentler, nüfus yapısı bakımından, etnik, dinsel ve sosyokültürel anlamda farklılaşmaların olduğu mekanlardır. Kaya, vd. (2008) göre; “*Kent hakkı; Kan bağı, cinsiyet ayrımcılığı, yaşa dayalı statü, etnik ve dini ayrımcılık yaklaşımlarını ortadan kaldırarak bir kent kültürü oluşturur. Farklı bireylerin bir araya gelmeleriyle oluşan, kent kültüründe, bireysel farklılıklara vurgu yapılmaz. Bireysel farklılıkların ortadan kalkması, tek tip insan oluşumunu değil, farklı bireylerden oluşan, çok renkli bir topluluğun ortak yaşam biçimine ulaşmalarını ifade eder.*”

Keleş (1994) ise, “*Ekonomik, siyasi, fiziki, sosyokültürel bakımdan*” kent hakkının unsurlarını birbirleriyle bağdaştırarak; “*Bütün bu unsurlar ile tanımlanmaya çalışılan, kent haklarının özünü,*

güvenli, temiz, kirlenmemiş, doğanın ve kaynakların gereği gibi korunduğu, çalışma fırsatları bol, barınma gereksinmelerini karşılayabilen, dolaşım özgürlüğünü sağlamış, sağlıklı, kültürel ve yaratıcı etkinliklerin geliştirilebilmesine açık, yaş ve gelir düzeyi ayrımı olmaksızın spordan ve boş zaman etkinliklerinden insanları yararlandırabilen, ırk, din, dil ve kültür ayrılıklarına bakılmaksızın türlü kültürleri bütünleştirebilmiş, kaliteli mimari ve özdeksel çevre koşullarına sahip, oturma, çalışma, dinlenme ve gezme gibi türlü işlevleri arasında uyum sağlanmış, insanların yönetime katılımını engellemeyen, özendirilen ve çoğaltan bir kentte yaşamak” şeklinde özetler.

2.3. Uluslararası Belgelerde Kentsel Haklar

Kentsel haklar konusunda bağlayıcılık niteliği taşıyan herhangi bir uluslararası hukuki metin mevcut bulunmamaktadır. Ancak “*moral değerler*” olarak kabul edilen birçok hukuki düzenlemede kentli haklarına doğrudan ya da dolaylı bir biçimde yer verilmiştir. Kentli haklarının yer aldığı uluslararası hukuki metinler, birinci ve ikinci kuşak haklara yönelik olarak düzenlenmelere yer vermektedir (Karasu, 2008). “*Birinci kuşak insan haklarında, devlete karşı bireyi korumak amacı vardır. İkinci kuşak insan hakları ile bireyin korunması için devletten ekonomik, sosyal ve kültürel haklar sağlanması beklenmektedir. Üçüncü kuşak insan haklarının özünde taşıdığı dayanışma felsefesi ile tüm bireyler arasında iş birliğini gerektirmektedir*” (Ertan, 1997). Kentli haklarının, insan hakları içerisinde nereye yerleştirilmesi gerektiği önemli bir sorundur. Bu sorun; her üç kuşak insan hakları ilkelerinin yorumlanması ile çözülebilir. “*Örneğin; Kente temiz su sağlamak yaşam hakkı ile ilişkilidir. Düzgün kaldırımların bulunması ve yayaalara öncelik verilmesi can güvenliği ile ilgilidir. Herkese konut sağlanması ise ikinci kuşak haklar arasında yer almaktadır. Kentli haklarının bu şekilde yorumlanması sorunun çözülmesi açısından önemlidir. Çünkü kentli haklarının üçüncü kuşak haklar kapsamında yeni bir alan olarak ele alınması daha çözüm getirir niteliktedir*” (Tekeli, 2001a).

Kentli hakları konusunda en açık ve detaylı tanımlama “*Avrupa Kentsel Şartı*”nda yer almaktadır. 1992 yılında Avrupa Konseyi’nin 27. oturumunda kabul edilen Avrupa Kentsel Şartı, Avrupa ülkelerinde 1980–1982 döneminde genel kabul gören “*Kentsel Rönesans*”ın ortaya çıkardığı, önemli kentsel politikalara dikkat çeker. Şart, kentsel yaşamın geliştirilmesi için dört alan seçmiştir. Bunlar;

“Fiziksel kentsel çevrenin geliştirilmesi

Mevcut konut stoklarının yenilenmesi

Yerleşmelerde sosyal ve kültürel olanakların yaratılması

Toplum kalkınması ve halk katılımının özendirilmesi” şeklinde maddelendirilir.

Yerel düzeyde iyi kent yönetimi için gerekli ilkeleri bir araya getiren bu şartın amacı:

“Yerel yönetimler için pratik bir kent yönetimi el kitabı oluşturmak

Gelecekteki olası bir kentli hakları kongresi için temel ilkeleri oluşturmak

Şartın ilkelerini yerine getiren kentler için verilecek uluslararası ödüllere bir baz oluşturmak

Fiziksel çevre ve yasalarıyla ilgili yaptırımlar için Avrupa Konseyi’nin bu konulara ilişkin katılımına bir vize oluşturmak.” şeklinde özetlenebilir (Yener, Arapkirlioglu, 1996).

Avrupa Kentsel Şartına göre, Avrupa yerleşimlerinde yaşayan kent sakinlerinin sahip olduğu haklar ise şu başlıklar altında toplanmıştır;

“ **GÜVENLİK:** *Mümkün olduğunca suç, şiddet ve yasa dışı olaylardan arındırılmış emin ve güvenli bir kent;*

KİRLETİLMEMİŞ, SAĞLIKLI BİR ÇEVRE: *Hava, gürültü, su ve toprak kirliliği olmayan, doğası ve doğal kaynakları korunan bir çevre;*

İSTİHDAM: *Yeterli istihdam olanaklarının yaratılarak, ekonomik kalkınmadan pay alabilme şansının ve kişisel ekonomik özgürlüklerin sağlanması;*

KONUT: *Mahremiyet ve dokunulmazlığının garanti edildiği, sağlıklı, satın alınabilir, yeterli konut stokunun sağlanması;*

DOLAŞIM: *Toplu taşıma, özel arabalar, yayalar ve bisikletliler gibi tüm yol kullanıcıları arasında, birbirinin hareket kabiliyetini ve dolaşım özgürlüğünü kısıtlamayan uyumlu bir düzenin sağlanması;*

SAĞLIK: *Beden ve ruh sağlığının korunmasına yardımcı çevrenin ve koşulların sağlanması;*

SPOR VE DİNLENCE: *Yaş, yetenek ve gelir durumu ne olursa olsun, her birey için, spor ve boş vakitlerini değerlendirebileceği olanakların sağlanması;*

KÜLTÜRLER ARASI KAYNAŞMA: *Geçmişten günümüze, farklı kültürel ve etnik yapıları barındıran toplulukların barış içinde yaşamalarının sağlanması;*

KALİTELİ BİR MİMARİ VE FİZİKSEL ÇEVRE: *Tarihi yapı mirasının duyarlı bir biçimde restorasyonu ve nitelikli çağdaş mimarinin uygulanmasıyla, uyumlu ve güzel fiziksel mekanların yaratılması;*

İŞLEVLERİN UYUMU: *Yaşama, çalışma, seyahat işlevleri ve sosyal aktivitelerin olabildiğince birbirleriyle ilintili olmasının sağlanması;*

KATILIM: *Çoğulcu demokrasilerde; kurum ve kuruluşlar arasındaki dayanışmanın esas olduğu kent yönetimlerinde; gereksiz bürokrasiden arındırma, yardımlaşma ve bilgilendirme ilkelerinin sağlanması;*

EKONOMİK KALKINMA: *Kararlı ve aydın yapıdaki tüm yerel yönetimlerin, doğrudan veya dolaylı olarak ekonomik kalkınmaya katkı konusunda sorumluluk sahibi olması;*

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA: Yerel yönetimlerce ekonomik kalkınma ile çevrenin korunması ilkeleri arasında uzlaşmanın sağlanması;

MAL VE HİZMETLER: Erişilebilir, kapsamlı, kaliteli mal ve hizmet sunumunun yerel yönetimi, özel sektör ya da her ikisinin ortaklığıyla sağlanması;

DOĞAL ZENGİNLİKLER ve KAYNAKLAR: Yerel doğal kaynak ve değerlerin; yerel yönetimlerce, akılcı, dikkatli, verimli ve adil bir biçimde, beldede yaşayanların yararı gözetilerek, korunması ve idaresi;

KİŞİSEL BÜTÜNLÜK: Bireyin sosyal, kültürel, ahlaki ve ruhsal gelişimine, kişisel refahına yönelik kentsel koşulların oluşturulması;

BELEDİYELERARASI İŞ BİRLİĞİ: Kişilerin yaşadıkları beldenin, beldeler arası ya da uluslararası ilişkilerine doğrudan katılma konusunda özgür olmaları ve özendirilmeleri;

FİNANSAL YAPI ve MEKANİZMALAR: Bu deklarasyonda tanımlanan hakların sağlanması için, gerekli mali kaynakları bulma konusunda yerel yönetimlerin yetkili kılınması;

EŞİTLİK: Yerel yönetimlerin; tüm bu hakları bütün bireylere cinsiyet, yaş, köken, inanç, sosyal, ekonomik ve politik ayırım gözetmeden, fiziksel veya zihinsel özürlerine bakılmadan; eşit olarak sunulmasını sağlamakta yükümlü olması” (Yener ve Arapkırlıoğlu, 1996).

Avrupa Kentsel Şartı’nda belirtilen tüm bu haklara, kentte yaşayan herkes koşulsuz ve ayırım gözetmeksizin sahip olmalıdır. Devletlere düşen görev ise bu hakları hızla içselleştirerek hayata geçirmektir.

2.4. Kentsel Bir Hak: Konut Hakkı

Konut, “İçinde aile ya da ailelerin barındığı her türlü yapının genel adı, bir ya da birkaç ev halkının yaşaması için yapılmış, insan yaşamının gerekli kıldığı uyuma, yemek pişirme, soğuktan ve sıcaktan korunma, yıkanma gibi temel gereksinme konularında kolaylıkları bulunan barınak” şeklinde tanımlanmaktadır (Keleş, 1998). Konut dört duvar ve çatıdan ibaret olmayıp, içinde yaşayan bireylere uygun ve yeterli yaşam ve faaliyet alanları sağlamalıdır (Kaboğlu, 1995).

Konut hakkı, ekonomik, sosyal ve kültürel haklar içerisinde tanımlanmaktadır. “Uluslararası Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklar Antlaşması (ICESCR)’nın, 11. Maddesinde”; “Herkesin yeterli yaşam koşullarının yeterli yiyecek, giysi ve konuta erişim hakkı” olduğu belirtilir. Ayrıca, “Birleşmiş Milletler Ekonomik Sosyal ve Kültürel Haklar Konseyi”, konutun; “İlk ve asli hak” olduğunu vurgulamıştır. Taraf devletler; “Bu hakkın gerçekleşebilmesi için kaynaklara erişimi ve gerekli önlemleri almakla, alternatif konut veya yerleşim ihtiyaçlarını temin etmekle yükümlüdürler. Ekonomik, sosyal ve kültürel haklar arasında tanımlanan konut hakkının içeriği çok geniştir (Önver, 2016).

Konut hakkı, insan hakları alanındaki uluslararası veya bölgesel nitelikli sözleşmeler, bildirimler ve şartlarla da güvence altına alınmıştır. Bu belgelere taraf olan ülkelere, konut hakkının yerine getirilmesi konusunda yükümlülükler düşmektedir (Özbey ve Özel, 2015). Konut hakkı, insan haklarının en temel gereksinimlerinde birisi olarak kabul edilmeli, kişilerin sahip oldukları sosyal hak ve özgürlükler ile ayrılmaz bir bütünlük oluşturmalıdır. Sıhhi bakımdan yeterli yaşam koşullarına sahip bir konutta barınma hakkını sağlayamamış bir kişinin, düşünce, kanaat, bilim ve sanat hürriyetine kavuşması beklenemez (Yalçın ve Selçuk, 2017). İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinde (İHEB – 10 Aralık 1948),” Konut, *herkesin yeterli bir yaşam düzeyine sahip olma hakkının bir bileşimi*” olarak öngörür (m.25.1) (Kaboğlu, 1995). Ayrıca aynı madde de; “*Herkesin kendisi ve ailesinin sağlık ve gönenci için; Beslenme giyim, konut ve tıbbi bakım hakkı vardır.*” denilmekte, bu hakların sağlanmasını devletin asli görevlerinden olarak görmektedir (Bulut, 2009).

1966 tarihinde kabul edilen, “*Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Haklar Uluslararası Sözleşmesi*”nin 11/1.mad.’sinde; konut hakkı “... *herkese kendisi ve ailesi için beslenme, giyim ve konut dahil, yeterli bir yaşam düzeyi ve yaşama koşullarını sürekli olarak geliştirme hakkı vardır.*” şeklinde tanımlanmıştır. Ayrıca, Avrupa Sosyal Şartı’nın 31. Maddesinde; “*Devletler barınaktan yoksun kalma durumunu da tedricen ortadan kaldırmaya yönelik önlemler almalıdırlar. Devlet halkın kabul edilir düzeyde kentlerden yararlanabilmesini sağlamakla ve maddi olanağı dar olanlar için konut giderlerini ulaşılabilir bir düzeyde tutmakla yükümlüdür.*” Denilmiş, devletlere; konut hakkı ve konut çevresini koruma altına alma ve konut ihtiyacının karşılamak konusunda sorumluluklar yüklemiştir (Sur, 1995). Uluslararası düzeyde ilk kez çevre hakkının tanındığı, özgürlükler hukukuna yeni bir toplumsal değer ve özgün bir hak katan Haziran 1972 “*BM Çevre Konferansı*” sonucu yayınlanan, “*Stockholm Bildirgesi*”dir. Bu bildirmede; “*İnsanlar onurlu ve iyi bir yaşama olanak verecek kalitede bir çevrede, elverişli yaşam koşulları, eşitlik ve özgürlük temel hakkına sahiptirler...*” denilerek konut hakkına vurgu yapılmıştır. 1992 tarihli, “*Rio BM Çevre ve Kalkınma Zirvesi*”nde ise; “*Global çevrenin ve insan haklarının korunmasının uluslararası alanda bireysel olarak devletlerin iradelerine bırakılmayacağını, kabul edilmesi bağlamında, herkesin ve her zamanın sorumluluğu olduğu*” belirtilmiştir (Kaboğlu, 1995).

3.TÜRKİYE’DE KENTSEL HAKLAR: SOSYAL DEVLET BAĞLAMINDA KONUT HAKKI

3.1. Türkiye’de Konut Hakkı

Kentsel hakların korunması ve sürekliliği için devlet gücüne ve onun yaptırımlarına ihtiyaç vardır. Kent kültürü oluşturularak, kentsel yaşamın sağlıklı bir şekilde sürdürülebilmesi ve kentsel hakların herhangi bir zorlama olmadan korunması sağlanmış olur (Tekeli 2001b). Türkiye’de, kentli haklarının gerektiği gibi uygulanarak, kent sakinlerinin bu haklardan yeterli düzeyde yararlandığı

söylenemez. Mevcut hukuki düzenlemelerin tavsiye niteliğinde olması, hukuki bağlayıcılıklarının bulunmaması, Türkiye’de kentli haklarını uygulanamaz hale getirmektedir (Karasu, 2008).

Kentsel haklar ve konut hakkıyla ilgili anayasal düzenlemeler, 1982 Anayasası’nın 17, 56 ve 57. maddelerinde yer almaktadır. Bu maddelerde, *“bireylerin sağlıklı bir çevrede yaşama ve barınma hakları”* koruma altına alınmıştır. Anayasanın 17. maddesinde *“Herkes, yaşama, maddi ve manevi varlığını koruma ve geliştirme hakkına sahiptir”* denilmiştir. Konut hakkı herkese tanınan temel bir hak olarak kabul edilmekle birlikte, özellikle yoksul ve dar gelirli kesimler bakımından daha büyük öneme sahiptir. Özellikle insan hakkıyla ilgili belgelerde yoksul ve dar gelirli kesimlere yönelik düzenlemelere özellikle yer verilmektedir. Türkiye de ise, 1961 Anayasası’nın, 49. maddesinde; *“Devlet yoksul ve dar gelirli ailelerin sağlık şartlarına uygun konut ihtiyaçlarını karşılayıcı tedbirleri alır”* ifadesine yer verilmiştir. (Balkır, 2010), 1982 Anayasasında, temel hak ve özgürlükler, niteliklerine göre üç kategori halinde yer almıştır; *“Buna göre; Hak ve özgürlükler, kişinin hakları ve ödevleri, sosyal ve ekonomik haklar ve ödevler ve siyasi haklar ve ödevler”* olarak düzenlenmiştir. Anayasanın, *“sosyal ve ekonomik haklar ve ödevler”* bölümünün 57. maddesinde düzenlenen konut hakkı, insan hakları metinleri içerisinde, *“sosyal haklar”* arasında yer almaktadır (Tanör, 1978; Özbudun, 2009).

1961 ve 1982 Anayasaları’nın, konut hakkına bakış açıları farklılık taşır. Her iki anayasa yapılış dönemlerinin özelliği gereği, sosyal devlet anlayışını düzenlemelerine farklı yansıtmıştır. Örneğin; 1961 Anayasası, sosyal devlet olmanın bir gerekliliği olarak, *“Yoksul veya dar gelirli ailelerin konut ihtiyacını karşılamakla devleti yükümlü kılarken (m. 49)”*, 1982 Anayasasında, devlet, *“Vatandaşların, konut ihtiyacını karşılayacak tedbirleri alır”* demekle yetinmiştir. 1982 Anayasası, konut sorununa, ihtiyaç sahibi birey ve hak özneleri açısından yaklaşımdan kaçınırken, 1961 Anayasası ise özne kriterini birey olarak değil, yoksul konumdaki aile şeklinde tanımlayarak, hak sahibi öznelere sorumluluğunu açıkça ortaya koymaktadır. 1961 Anayasası, sosyal devlet anlayışına açıkça daha yakın düzenlemeler içermektedir (Kaboğlu, 1995).

3.2. Türkiye’de Sosyal Devlet Anlayışının Konut Hakkına Yaklaşımı

Sosyal hakların temel amacı, bireylerin ihtiyaçlarının karşılanarak, ülke içinde yaşayan insanların muhtaç ve yoksul olmalarını önlemektir. Sosyal haklar; *“Ekonomik bakımdan zayıf ve güçsüz olanların; kendi yaşamlarını sağlamak ve güçlendirmek için, hukukça korunma haklarına sahip olmalarıdır”* (Talas, 1981-1982). Sosyal haklar, toplumun düşük ekonomik imkanlara sahip, güçsüz kesimlerinin, insan onuruna yakışır bir yaşam sürdürebilmeleri imkanının devletçe sağlanması ve bu konuda önlemlerin alınması şeklinde tanımlanabilir (Kaboğlu, 2002). Sosyal haklar, hukuk devleti bakımından toplumsal eşitliği sağlayan bu amaca yönelmiş haklardır. Bu haklar, devletin destek ve katkısı olmadan bireylerin kendi başlarına yararlanamayacağı haklardandır. Sosyal hakların temel niteliği, toplumdan bireye doğru yararlandırıcı yönde olmalarıdır ayrıca özünde, temel hak ve özgürlükleri toplumsallaştırmaktadır (Balkır, 2010).

Kentsel haklar bakımından, bir yerleşim alanı; “Yaşanabilirlik, sürdürülebilirlik, hakçılık” özelliklerini taşıması gereklidir. Toplumsal kaynakların, herhangi bir ayırım gözetilmeksizin, kentin tüm sakinlerine adil dağıtılması gerekmektedir. Kentsel rant ve imkanlar sadece üst-sosyoekonomik sınıflara fayda sağlamamalı, alt ve orta gelir grubuna mensup kişilerde bu imkanlardan eşit düzeyde faydalanmalıdır (Arslan, 2014). Avrupa Kentsel Şartında’da belirtildiği gibi; “Sosyal ve mekânsal farklılıklar nüfusun büyük kesimlerini etkilemeye devam etmektedir. Kentin farklı mahalleleri arasındaki derin sosyal uçurumlar ve çevresel farklılaşmalar kırılgan kesimlerin artmasına, eşitsizlikler ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Düşük gelir gruplarıyla, özürllülerle, finansal ve sosyal zorluklarla karşı karşıya olan kesimlerle dayanışma içinde olmak gerekir. Nihai hedef, sosyal dışlanmışlıkla savaşmak, herkese kentlerin ve kasabaların sunduğu imkan ve potansiyelden eşit şekilde yararlanma fırsatı vermektir. Kentsel hak kapsamında, kent herkesin ortak malı olarak kabul edilmelidir.” Bu sebeple kentsel dönüşüm ve diğer süreçleri planlar ve uygularken, sosyal boyutu öne çıkaran, kenti ve kentliliği güçlendirecek kentsel haklara dayanılması gerekmektedir (Arslan, 2014).

Sosyal devlet düşük ve orta gelir grubunda yer alan vatandaşlarını desteklemelidir. Bu destekler sosyal refah devletinin bir gereğidir. Kısa vadede devlete ekonomik yük gibi görülen bu destek ve yardımlar, orta ve uzun vadede devlete, topluma bir kazanç olarak yansıtacaktır. Bu bağlamda, giderek artan konut ihtiyacının karşılanabilmesi için devlet destekli, toplu/sosyal konut üretiminin teşvik edilmesi gerekmektedir. Konut sorunu ile mücadele eden ülkeler, kâr amacı gütmeyen, toplu konut kuruluşları ile şehir dışında veya çevresinde yeni çağdaş yerleşim alanları oluşturmak zorundadır.

Sosyal devletin, konut sorunu ve barınma hakkını sağlamak için yapabilecekleri başlıklar halinde şöyle özetlenebilir;

“Kentsel rantın düzenleme altına alınması ve yeterli arsa üretimi,

Kentsel altyapı finansmanının geliştirilmesi,

Kaçak yapılaşmanın önlenmesi,

Gecekondu alanlarının yenilenerek, ıslah edilmesi,

Yaşanabilir bir yerleşme ve herkese yeterli konut sağlanabilmesi ve bunun tek bir merkezden izlenip koordine edilebilmesi için coğrafi bilgi ve istatistik sisteminin kurulması,

Ülke topraklarının bir dökümü yapılarak, tarımsal ve ormanlık alanlar, hazine taşınmazları, boş alanlar, kadastro harici bırakılmış olup devletin hüküm ve tasarrufu altında olan yerler, tespit edilerek haritalandırılmalarının yapılması,

Arsa spekülasyonu ve vergi kaçığının önlenerek güvenilir, sağlıklı arsa piyasasının yaratılması amacıyla taşınmaz değer haritaları oluşturulması.”(Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği, 1998)

Toplumun, orta ve alt gelir gruplarına mensup bireyler sayısal olarak en kalabalık grubu oluşturmaktadır. Sınıfsal olarak, toplumun bu kesimini, yaşam alanlarındaki imkanlar bakımından ihmal

etmek, dışlamak toplumsal olarak çok ağır sonuçlar, sınıfsal çatışmalar doğurabilir. Sosyal politika uygulamalarının en temel sorunu ve çalışma alanı içerisine giren barınma (konut) ve sağlıklı bir kentsel çevrede yaşama hakkı, temel bir insan hakkı olmasının yanı sıra toplumsal adalet ve bütünleşme açısından da çok önemlidir. Ayrıca bu temel hakların temin edilmesi, diğer sosyal haklara (iş ve çalışma koşullarına, sosyokültürel imkanlara, sağlık, eğitim, güvenlik, adalet, ulaşım, temizlik hizmetleri, vs.) erişimi de önemli ölçüde kolaylaştıracaktır. Barınma hakkı, temel bir hak olarak kabul edilerek, geliştirilecek ve uygulanacak devlet politikalarında, mutlaka yer verilmesi gerekmektedir (Yılmaz, 2009).

3.3. Türkiye’de Sosyal Konut Uygulamaları ve Dönemsel Analiz

II. Dünya savaşından sonra, 1950’li yıllardan itibaren dünyada, sınırların kalktığı, toplumların birbirine yakınlaştığı bir dönem başlamıştır. Dünya devletleri, savaşın tahribatlarını onarma sürecini, refah devleti uygulamalarıyla aşmaya çalışmış, egemen, güçlü, genişleyen ve bu nitelikleri sorgulamadan benimseyen bir devlet anlayışı ortaya çıkmıştır (Sezen, 1999). Bu dönemde, “*refah devleti*” kavramı, gelişmiş ülkelerde ulusal gelirin daha iyi paylaşılmasını ve vatandaşlarına asgari bir yaşam düzeyi sağlamayı hedefleyen bir anlayış olarak kullanılmaya başlanılmıştır. Sosyal refah devleti anlayışı, paylaşılan ulusal gelirden herkese anlamlı bir pay düşebilmesi için ulusal sermaye birikimini sağlayan ve hızlı kalkınmaya önem veren ekonomik politikalar ile özdeşleşmiştir. Sosyal refah devleti uygulamaları 1945 yılından sonra çoğu, az gelişmiş ülkeyi içine alarak yaygınlaşmış, yönetsel ve siyasal gelişmelerle teşvik edilen, refah optimizasyonu hedeflenmiştir. Sosyal refah devleti, sosyal güvenlik, sağlık ve eğitim harcamalarının yanı sıra, tam istihdamın sağlanmasından, özel kişi ve kuruluşların faaliyetlerinin, bireyin yaşam koşullarını iyileştirmesine kadar farklı görevler üstlenmiştir (Gökbunar ve Kovacılar, 1998). Bu dönemde, en temel insan haklarından biri olarak kabul edilen, sağlıklı bir çevrede yaşam hakkıyla doğrudan ilgili olan konut hakkı, sosyal refah devleti tarafından teşvik edilip korunmuştur. Sosyal konut kavramı, bu dönemde ucuz, düşük maliyetli ve hızla yapılabilen konutları tanımlamak için kullanılmıştır. Bu konutlar özellikle, dar gelirli ailelere yönelik inşa edilen, devlet teşviklerinin büyük ölçüde yer aldığı konutlardır. Sosyal konut uygulamaları ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bazı ülkelerde, sosyal konutlar, devlet tarafından inşa edilerek, mülkiyetinin değil kullanım haklarının, dar ve orta gelirli insanlara, kiralanmak veya başka usuller ile tahsis edilen konutlar olarak planlanmıştır. Türkiye’de ise sadece kullanım hakkı değil sosyal konutların mülkiyet hakları da kişilere devredilmektedir. Ayrıca her devletin sosyal konut politikalarında, konutun inşa süreciyle ilgili de farklı usuller bulunmaktadır. Bazı devletler konutları, doğrudan kendi imkanları ile inşa ederken, bazı devletler ise çeşitli sübvansiyon, vergi indirimleri ve teşvikler sağlayarak özel sektör veya kooperatifler aracılığıyla inşa ettirmektedir (Akalin, 2016).

Türkiye’de izlenen sosyal konut politikalarını dört dönem halinde ele alabiliriz;

“1923 – 1945 Yılları Arasındaki Dönem”; Bu dönemde, Cumhuriyet yeni kurulmuş, ülkenin imkanları oldukça kısıtlıdır. Özel sektör, sermaye bakımından güçsüz, demir çelik, çimento, madencilik gibi konut inşasında kullanılan hammaddelerin, üretimi doğrudan devlet veya devlet teşvikiyle özel sektör tarafından yapılmaktadır. Bireylerin barınma ve konut ihtiyaçları kırsal alan ve kentlerde sınırlı olarak kendi imkanları ile sağlanmaktadır. Bu dönemde savaş ile yıkılan kentlerin yeniden inşa edilmesi süreci başlatılmıştır. Başkent olarak seçilen Ankara yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti’nin gücünün bir sembolü olmuştur. Planlı kentleşme uygulaması ilk kez başkent Ankara’da uygulanmış ve kasabadan, dünya standardında metropol bir şehir/başkente uzanan gelişim süreci böylelikle başlamıştır. Ayrıca, düşük ve alt gelir grubuna mensup kişilere ve devlet memurlarına yönelik konut edinme ve kira teşvikleri uygulanmıştır. Bu amaçla, 1925 tarihinde çıkarılan, 586 sayılı yasa ile tüm devlet memurlarına konut kooperatifleri kurmaları için aylıklarının yarısı kadar avans verilmiştir. 1928 yılında, 1352 sayılı yasa, memur konutları yapımını tekrar teşvik kapsamına almıştır. 1929 yılında 1452 sayılı yasa ile memurlara konut tazminatları verilmiş, bu durum 1952 yılına kadar sürmüştür (Keleş, 2008). Bu dönemde, kira fiyatları kontrol altına alınmak amacıyla Milli Koruma Kanunu ile dondurulmuş ayrıca 1940 yılında yapılan düzenleme ile kiracıların haksız şekilde konutlarından çıkarılmalarının önüne geçilmiştir. Atatürk’ün talimatıyla, halkın inşaat teşebbüslerini desteklemek, gerekli kredileri sağlamak ve yetim haklarını korumak amacıyla 3 Haziran 1926 yılında “*Emlak ve Eytam Bankası*” kurularak, 1946 yılında Türkiye Emlak Kredi Bankasına devredilmiş, konut teşvik ve yapımı konusundaki faaliyetleri artarak devam etmiştir.

“1945–1980 Yılları Arasındaki Dönem”; Bu dönem sanayileşmeyle birlikte kırdan kente göçün yoğun olarak yaşandığı bir dönemdir. Hızla yaşanan iç göç ile birlikte düzensiz yapılaşma gelişmekte olan büyükşehirlerde görülmeye başlamıştır. “*Gecekondu*”, olarak nitelendirilen bu konut türlerinin önlenmesi için 1966 yılında 775 sayılı Gecekondu kanunu çıkarılmış ve bu kanunda gecekondu şöyle tanımlanmıştır; “*İmar ve yapı kanunlarına aykırı olarak, başkalarına ait arsa veya araziler üzerinde ve sahibinin rızası olmaksızın yapılmış yapı.*” Gecekondular, sağlıksız ve insan onuruna yakışmayacak koşullara sahip yapılaşmalar olmalarına karşın, kırdan kente göç edenler için geçici barınma imkanı sağlamıştır. Gecekondular, yasa dışı, gayri sıhhi ve güvenli barınma imkanı sağlayamayan konutlar olarak kabul edilmişlerdir. Buna karşın, gecekondulaşmanın, dönemin imkanlarına bakıldığında yararlarının olduğu, bazı görüşlerde dile getirilmiştir; Bu görüşlere göre, barınma sorunu yaşayan kitlelerin öfkeleri bastırılmış, refah devletinin sağladığı geçici rahatlama ve teşvikler yerine, emeğin yeniden üretimi sağlanmış, göç ederek gelen ve kent hayatına uyum sorunu yaşayan bireyler için hemşerilik dayanışması ve tampon mekanizmalar oluşturmuştur (Şahin, 2017).

Bu dönemde, orta ve alt gelir grubuna mensup kişilerin mülk edinmelerini sağlamak ve barınma sorunlarına çözüm bulmak amacıyla sosyal kiralama yöntemi yerine, mülk edinme politikaları uygulamaya konmuş fakat bu politika beklenen başarıya finans gücü ve ekonomik sıkıntılar nedeniyle ulaşamamıştır. Dönemin kentli hakları ve sosyal konut hakkıyla ilgili en önemli düzenlemesi, 1961

Anayasasının 49. Maddesinde yer alan düzenleme ile yoksul ve dar gelirli insanların konut sorunlarının çözülmesinin doğrudan devletin görevi olarak görülmesidir. Bu düzenleme sosyal devletin, konut sorununun önlenmesini ilk kez anayasal güvenceye alması ve anayasal bir hak olarak görmesi bakımında önemlidir.

“1980’den Günümüze Kadar Olan Dönem”; 1980’li yıllar dünyanın ekonomi politikalarının yeniden şekillendiği yıllar olarak kabul edilebilir. Sosyal refah devleti anlayışı bu dönemde “Yeni Sağ” söylemler ile sorgulanmaya başlamış, bu kavram hem yeni liberalizmi hem de yeni muhafazakarlığı ifade eder hale gelmiştir. Yeni Sağ’ın geliştirdiği minimal girişimci devlet yaklaşımı ile refah devletinin içine girdiği krizden çıkmaya yönelik politikalar geliştirilmiştir. Bu politikalar, devletin piyasaya müdahalesinin kısıtlanmasını, ekonomik, sosyal ve yönetsel boyutlarıyla devletin kapsamlı bir dönüşüme tabi tutulması gerekliliğini savunur (Sallan Gül, 2004). Bu dönemde konut edinme konusunda, devlet doğrudan bir aktör olmak yerine, özel sektörü teşvik ve destekleyici olarak görev almayı tercih etmiştir. Bunun yansımalarını anayasal düzenlemelerde de görmekteyiz. 1982 Anayasası, 1961 Anayasası’nın, yoksul ve dar gelirli insanların konut sorunlarının çözülmesini doğrudan devletin görevi olarak görmesi anlayışını terk ederek, devletin teşvik ettiği ve koruduğu haklar arasında kabul etmiştir. Ayrıca bu dönemde konut kooperatifleri yaygınlaşarak özellikle Emlak ve Kredi Bankası’ndan kredi teşvikleri sağlanmıştır.

1984’lı yıllında, Toplu Konut İdaresi (TOKİ) kurulmuştur. TOKİ’nin kuruluş amacı; “*Alt ve orta gelir grubuna yönelik sosyal konutlar ile gerekli hizmet birimlerinin altyapılarını da tamamlayarak sunmak*” olarak tanımlanmıştır. TOKİ konutları olarak nitelenen, “*Sosyal Meskenler*”, 1984’de yılından, 2009 yılına kadar sadece orta gelirli, kentte yaşayan gruplara yönelik konut üretmiştir. Bu yıllarda, “*T.C. Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü (SYDGM)*” ile iş birliği protokolleri yapılarak, toplumun en yoksul kesimine yönelik “*sosyal konutlar*” da üretilmeye başlanmıştır.

2003 yılı, 31.07.2003 tarih ve 4966 Sayılı Kanun ile hazineye ait tüm arazilerin kullanım hakkının TOKİ’ye devredilmesi ile yeni bir dönem olmuştur. TOKİ bu dönemde faaliyetlerine hız kazandırmış, daha aktif hale gelmiştir. TOKİ misyon ve amacını; “*Piyasa koşullarında konut edinme imkanı bulunmayan alt gelir ve yoksul grubu vatandaşların konut ihtiyacı ile şehirlerimizin kentsel dönüşüm zorunluluğunu merkeze alan TOKİ, sosyal devlet, olmanın bir gereği olan konut üretimine barınma merkezi anlayışıyla değil, sosyal donatılardan çevre düzenlemelerine, estetiği gözetilen konforlu yaşam alanlarıyla öne çıkan projeler olarak bakmaktadır. Kuruluş felsefesine uygun olarak, özellikle dar gelirli vatandaşlarımızın konut beklentisini karşılamada bir dost eli anlayışıyla hizmet vermeye devam etmektedir.*” şeklinde tanımlamaktadır (Toplu Konut İdaresi, t. y.).

TOKİ’nin faaliyetleri güncel veriler ile şöyle özetlenebilir,

“Sosyal Konut Alanında; dar ve orta gelir vatandaşlara yönelik yaklaşık 1 milyon konutun üretimi tamamlanmıştır. 2002-2011 yılları arasında inşa edilen 500 bin konutun ardından, 2023 yılına dek hedeflenen 700 bin konutun yaklaşık 500 bini tamamlanmış ve ihtiyaç sahiplerinin hizmetine sunulmuştur.”

“Sosyal Donatı Alanında; TOKİ 2018 yılı itibariyle, 1055 okul, 19 üniversite, 99 spor salonu, 42 kütüphane, 189 yurt ve pansiyon, 198 kamu hizmet binası, 266 hastane, 96 sağlık ocağı, 928 ticaret merkezi ve 704 caminin yanı sıra sevgi evleri, eczane, engelsiz yaşam merkezleri, karakol, kültür merkezleri, halk eğitim merkezleri, askeri hizmet binaları ve uygulama oteli gibi birçok sosyal donatının olduğu 14351 yapıyı da bireylerin hizmetine sunmuştur” (Toplu Konut İdaresi Başkanlığı, 2018).

Tüm bu verilerden de anlaşılacağı üzere, 2000’li yıllarda devletin sosyal konut inşa ve teşvik politikalarında köklü değişiklikler olmuş, devlet sosyal konut üretiminde etkin ve piyasada asli belirleyici konumuna gelmiştir. Sosyal konutların yanı sıra, inşa ettiği modern sosyal donatılar da vatandaşların hizmetine sunulmuştur.

4. SONUÇ

Kentsel alanlar ve bu alanlar içerisinde yer alan konutlar, toplumsal hayatın ve iş ilişkilerinin sürdürüldüğü güvenli ve korunaklı mekanlar olarak düşünülmemeli, kişilerin, bedensel sağlık ve vücut bütünlüklerini korudukları, yaşam ve özgürlük haklarını kullandıkları mekanlar olarak kabul edilmelidir. Bu bakımdan sadece ulusal ve uluslararası metinler ile zorunlu şartların güvence altına alınması yeterli değildir, süreç evrensel olarak insan hakları olarak düşünülmeli ve yorumlanmalıdır. Kentte yaşayan her bireyin, kentsel imkanlardan eşit şekilde faydalanma hakkının yanı sıra yaşadığı kente ait karar ve süreçlere katılma hakkı vardır. Konut hakkı, kentsel haklar kapsamında düşünülüp güvence altına alınmış olsa da dönemsel farklılıklar dikkate alınarak, detaylı düzenlemeler ile ulusal ve uluslararası güvencelere kavuşturulmalıdır, zira günümüzde nüfus hareketleri sadece kırdan kente değil, ülkeden ülkeye sınır ötesi olarak da yaşanabilmektedir.

Türkiye kentsel haklar konusunda doğrudan yasal düzenlemeler yapmak yerine, farklı yasalar içerisinde yer verme yolunu tercih etmiştir. Kentsel haklar konusunda somutlaşmış yasaların çıkarılması gereklidir çünkü kentte sunulan hizmetlerin çeşitliliği her geçen gün artmakta, kent sakinlerinin yaşam alanlarıyla ilgili beklenti ve talepleri farklılaşmaktadır. Ekonomik bakımdan güçsüz ve zayıf olan kesimlerin, devlet tarafından korunması, insan onuruna yakışır bir yaşam sürdürebilme imkanının sağlanması sosyal devlet olmanın zorunluluğudur. Türkiye Cumhuriyeti Devleti, konut sorunu ve barınma hakkı konusunda, sosyal devlet olmanın gerekliliğini, her dönem imkanları ölçüsünde yerine getirmeye çalışmıştır.

KAYNAKÇA

- Akalın M. (2016). Sosyal konutların türkiye'nin konut politikaları içerisindeki yeri ve toki'nin sosyal konut uygulamaları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 26(1), 107-124.
- Akkoyunlu, E.K. (1997). Kentli hakları. *Amme İdaresi Dergisi*, 30(3), 125-141.
- Arslan, H. (2014). Kentsel dönüşüm süreçlerinin kentsel haklar temelinde değerlendirilmesi gerekliliği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 16 (Ö.S.I), 33-41.
- Baysal, C. U. (2011). Kent hakkı yeniden hayat bulurken. *Eğitim Bilim Toplum*. 9(36), 31-55.
- Balkır, Z.G. (2010). *Konut Hakkı ve İhlalleri: Kentli Haklarının Doğuşu*. Denizli: II. Sosyal Haklar Ulusal Sempozyumu Bildiri Kitabı.
- Başaran İ. (2008). *Kent ve Yerel Yönetim*, İstanbul: Okutan Yayınları.
- Bulut. N. (2009). *Sanayi Devriminden Küreselleşmeye Sosyal Haklar*. İstanbul: On İki Levha Yayıncılık
- Dur, V. (2009). *Kent Hakkı Çerçevesinde Kentleşme*. Çalışma Ortamı Dergisi. Fişek Enstitüsü Yayınları. 104.
- Harvey, D. (2008). *The Right To The City*. (M. Kırmızı, Çev.). New Left Review. 53(23).
- Harvey, D. (2013). *Sosyal Adalet ve Şehir*. (M. Moralı, Çev.). 4. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.
- Harvey, D. (2015). *Asi Şehirler*. (A.D. Temiz, Çev.). 4. Baskı. İstanbul: Metis Yayınları.
- Geray, C. (1998). Kentsel yaşam kalitesi ve belediyeler. *Türk İdare Dergisi*. 70(421), 184-207.
- Geray, C. (2000). Kenttaşlık Hakları, İnsan Hakları Yıllığı, C.21.
- Gökbunar, R., Kovancılar B. (1998). Sosyal refah devleti ve değişim. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(3), 251-266.
- Kaboğlu, İ. Ö. (1995). Yerleşme özgürlüğü ve konut hakkı. *İnsan Hakları Yıllığı*. 17(18), 67-112.
- Kaboğlu, İ.Ö. (2002). *Özgürlükler Hukuku*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Kalfa. A. (2009). Kentli Hakları Çerçevesinde Kentleşme Çalışma Ortamı Dergisi. Fişek Enstitüsü Yayınları. 104.
- Karasu, M.A. (2008). Kentli haklarının gelişimi ve hukuki boyutları. *TBB Dergisi*. 12(1), 37-52.

- Kaya, E., Şentürk, H., Daniş, O., Şimşek S. (2008). *Modern Kent Yönetimi-I*. İstanbul: Okutan Yayınları.
- Kaya, E. (2016). *Kentleşme ve Kentlileşme*, İstanbul: İşaret Yayınları.
- Keleş, R. (1994). Kent ve çevre haklarının korunması üzerine gözlemler. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 49(03), 275-281.
- Keleş, R. (1998). *Kentbilim Terimleri Sözlüğü*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Keleş, R. (2008). *Kentleşme Politikası*. 10. Baskı. Ankara: İmge Yayınevi.
- Koçak, H. (2011). Kent-kültür ilişkisi bağlamında türkiye’de değişen ve dönüşen kentler. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 6(2), 259-269.
- Lefebvre, H. (2015). *Şehir Hakkı*. (I. Ergüden. Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Ökmen, M. (1998). Bir insan hakkı olarak ‘kentsel haklar ve bazı mülahazalar. *Yeni Türkiye, İnsan Hakları Özel Sayısı*, 4(22), 61-88.
- Önder, F. (2007). *Kentli Hakları ve Yerel Siyaset*. Yerel Siyaset. İstanbul: Okutan Yayınları.
- Önver, Ş., M. (2016). *Konut ve Konut Politikası*, İstanbul: Ijopec Publication.
- Özbey M. ve Özel M. (2015). Kentsel haklar ve kolluğun işlevleri. *Aksaray Üniversitesi (AKÜ) İİBF Dergisi*. 17(1), 35-49.
- Özbudun, E. (2009). *Türk Anayasa Hukuku*. Ankara: Yetkin Yayınları.
- Sallan Gül, S. (2004). *Sosyal Devlet Bitti Yaşasın Piyasa. Yeni Liberalizm ve Muhazafakarlık Kısacasında Refah Devleti*. İstanbul: Etik Yayınları.
- Sezen, S. *Türkiye’de Planlama (1999)*. Yayın No.293. Ankara: TODAİE Yayınları.
- Sur, M. (1995). *İş Hukukunun Uluslararası Kaynakları*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Yayınları.
- Şahin, Y. (2017). *Kentleşme Politikası*. 6.Basım. İstanbul: Ekin Yayınları.
- Talas, C. (1981-1982). Sosyal haklar ve türk anayasalarında sosyal hakların evrimi. *İnsan Hakları Yıllığı*. 3(4), 38-75.
- Tanör, B. (1978). *Anayasa Hukukunda Sosyal Haklar*. İstanbul: May Yayınları.
- Tekeli, İ. (2001a). *İnsan Haklarının Yerleşmeye ve Mekana İlişkin Boyutları Üzerine, Modernite Aşılırken Kent Planlaması*. Ankara:İmge Kitabevi.
- Tekeli, İ. (2001b). *Kente Karşı İşlenen Suç mu, Yoksa Kentlinin Gasp Edilen Hakkı mı?. Modernite Aşılırken Kent Planlaması*. Ankara: İmge Kitabevi.

- Tekeli, İ. (2014). *Kent, Kentli Hakları, Kentleşme ve Kentsel Dönüşüm*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Toplu Konut İdaresi Başkanlığı. (t. y.). Sosyal Konutlar. 12.10.2020 tarihinde TOKİ: <https://www.toki.gov.tr/sosyal-konutlar> adresinden alındı
- Toplu Konut İdaresi Başkanlığı. (2018). TOKİ Konut Üretim Raporu. 12.12.2020 tarihinde TOKİ: <https://www.toki.gov.tr/AppResources/UserFiles/files/FaaliyetOzeti/ozet.pdf> adresinden alındı
- Türk Mühendis ve Mimar Odaları Birliği. (1998). Kentleşme, Konut Sorunu, Barınma Hakkı ve Demokrasi. 12 12, 2020 tarihinde TMMOB: <http://www.tmmob.org.tr/etkinlik/tmmob-demokrasi-kurultayi-1998/kentlesme-konut-sorunu-barinma-hakki-v-e-demokrasi> adresinden alındı
- Yalçın, E., Selçuk, A. (2017). Konut hakkı ve konut sektörüne 2013-2016 dönemi konya özelinde bakış. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 0(38), 95-111.
- Yener, Z. Arapkırlioğlu, K. (1996). *Avrupa Kentsel Şartı*. Ankara: İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü Yayını.
- Yılmaz, B. (2009). Çağdaş kent-çağdaş konut: kentsel dönüşüm ve dönüştürülen yaşam alanları. *Toplum ve Demokrasi*. 3(5), 152-160.



HEMŞİRELERİN ÖRGÜTSEL ADALET ALGISININ, İNTİKAM VE AFFETME DAVRANIŞI İLE İLİŞKİSİ*

THE RELATIONSHIP OF ORGANIZATIONAL JUSTICE PERCEPTION OF NURSES WITH REVENGE AND FORGIVENESS BEHAVIORS

Gülnur TEKİN¹, Şerife Didem KAYA²



1. Doktora Öğrenci, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, glnrkn@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-7582-1741>
2. Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, dkaya@erbakan.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0729-1886>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
09.09.2020 09.09.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
17.01.2021 01.17.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.792585>

* Bu çalışma, Doç. Dr. Ş. Didem KAYA'nın danışmanlığında yürütülen, "Örgütsel Adaletin, İntikam ve Affetme Davranışları ile İlişkilendirilmesi: Hemşireler Üzerinde Bir Uygulama" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiş olup, 3. Uluslararası 13. Ulusal Hastane ve Sağlık İdaresi Kongresi'nde (10-13 Ekim 2019 - Sakarya) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Öz

Araştırmanın amacı, Türkiye'de çalışan hemşirelerin örgütsel adalet algılarının, intikam ve affetme davranışları ile ilişkisi ve bu ilişkinin iki model yardımıyla betimlenmesidir. Çalışmanın evrenini TÜİK verilerine (2016) göre Türkiye'de çalışmakta olan 152.952 hemşire oluşturmaktadır. Çalışmanın örnekleme ise 411 hemşiredir. Verilerin analizinde yüzde, ortalama, standart sapma, t testi, ANOVA testi, Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ve Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) yapılmıştır. Hemşirelerin cinsiyete göre intikam davranışı; medeni durum ve yaşa göre affetme davranışı; tecrübe yılına göre intikam ve affetme; çalışılan birim değişkenine göre toplam örgütsel adalet ve alt boyutları arasında anlamlı düzeyde fark vardır ($p < 0,05$). YEM yol şemaları ve elde edilen regresyon değerlerine göre örgütsel adalet/amirlerle ilişki, affetme davranışını pozitif yönde %19 oranında etkilerken ($R^2=0,19$); intikam davranışını negatif yönde %13 oranında etkilediği ($R^2=0,13$); örgütsel adalet/çalışanlarla ilişki durumu affetme davranışını pozitif yönde %16 oranında etkilerken ($R^2 = 0,16$), intikam davranışını negatif yönde %25 oranında etkilediği ($R^2= 0,25$) sonucuna ulaşılmıştır. Bulgulara göre tasarlanan iki model de doğrulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Affetme, İntikam, Örgütsel Adalet, Hemşire, İşyerinde Duygular, Yapısal Eşitlik Modeli.*

Abstract

The aim of the study is nurses' perceptions of organizational justice in Turkey, to determine the relationship of revenge and forgiveness behavior and describing this relationship implementing two models. According to TurkStat data the population of the study in 2016, which constitutes 152 952 nurses working in Turkey. The sample of the study is 411 nurses. Percentage, mean, standard deviation, t test, ANOVA test, Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Structural Equation Model (SEM) were performed. The mean values of the nurses' revenge behavior according to gender; forgiveness behavior according to marital status and age; revenge and forgiveness by years of experience; there was a significant difference between total organizational justice and sub-dimensions according to the unit variable studied ($p < 0.05$). According to SEM path diagrams and the obtained regression values, organizational justice/relationship with superiors positively affected forgiveness behavior by 19% ($R^2=0,19$); it affected the revenge behavior negatively by 13% ($R^2=0,13$); It was concluded that organizational justice/relationship with employees positively affected forgiveness behavior by 16% ($R^2=0,16$), while negatively affecting revenge behavior by 25% ($R^2=0,25$). Both models designed according to the findings are confirmed.

Keywords: *Forgiveness, Revenge, Organizational Justice, Nurse, Emotion at Work, Structural Equation Model.*

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

The aim of the study is nurses' perceptions of organizational justice in Turkey, to determine the relationship of revenge and forgiveness behavior and describing this relationship implementing two models.

Research Questions

A research question was created about whether there is a significant difference between the groups in terms of organizational justice, revenge and forgiveness behaviors according to the descriptive variables of the nurses. In the study, two models were designed for the effects of organizational justice dimensions of relations with superiors and relations with employees on revenge and forgiveness behaviors.

Literature Review

Health institutions have a separate place from most service businesses because they are complex, urgent, non-deferrable and watertight. Nurses play an important role in the production of the service provided in health institutions. Justice perceptions of nurses in health institutions can cause them to develop positive and negative attitudes towards their organizations. Organizational justice is the perception of employees on whether they are treated fairly in the work environment. Revenge is when the victim inflicts harm on the party that caused this harm because he/she was hurt. Forgiveness, on the other hand, is when an individual releases feeling of anger and revenge against those who harm him/her, and his/her inner and emotional wounds heal. An employee who has the intention of revenge in health institutions doing his/her duty with this negative feeling is a situation that threatens the safety of employees and patients. As forgiveness is a positive behavior, it helps to create a peaceful organizational climate. Therefore, it is beneficial to make some arrangements in the organization in order to prevent the employees from developing the intention of revenge.

Methodology

The research was designed as relationship seeker and model testing (Path Analysis) from quantitative research designs (Nahcivan, 2015). According to TurkStat data the population of the study in 2016, which constitutes 152 952 nurses working in Turkey. According to the sampling error of 0.05, the sample of the study was determined as 384. After the missing forms were eliminated, 411 questionnaires were analyzed. The data collection covers the period between October 30, 2017 and June 30, 2018. As data collection tools, Organizational Justice Scale developed by Donovan, Drasgow, Munson (1998) and whose Turkish validity and reliability were studied by Wasti (2001), Revenge Scale developed by Stuckless and Goranson (1992) and whose Turkish validity and reliability were studied by Satici, Can, Akın (2015) and Forgiveness Scale developed by Berry, Worthington, O'Conner, Parrott, Waide (2005) and whose Turkish validity and reliability were studied by Sariçam and Akın (2013) were

used. Percentage, mean, standard deviation, t test, ANOVA test, Confirmatory Factor Analysis (CFA) and Structural Equation Model (SEM) were performed.

Results and Conclusions

There is a significant difference between nurses' revenge behavior by gender, forgiveness behavior by marital status and age, revenge and forgiveness intention by seniority and total organizational justice according to the unit variable and its sub-dimensions ($p < 0.05$). It was found that males ($n=61,3$) were more vengeful than females ($n=56,2$) and married ($n=32,7$) individuals were more forgiving than single ($n=31,1$) individuals. It has been revealed that nurses in the age group of 40 and over are more forgiving, and nurses working for 23 years and over are more vengeful. It was found that the units with the lowest perception of organizational justice are surgical units. According to SEM path diagrams and the obtained regression values, organizational justice/relationship with superiors positively affected forgiveness behavior by 19% ($R^2=0,19$); it affected the revenge behavior negatively by 13% ($R^2=0,13$); It was concluded that organizational justice/relationship with employees positively affected forgiveness behavior by 16% ($R^2=0,16$), while negatively affecting revenge behavior by 25% ($R^2=0,25$). Both models designed according to the findings are confirmed.

1. GİRİŞ

Örgütler, ortak bir amacı gerçekleştirmek için bir araya gelen sosyal gruplardır. Bireyler de hayatlarının büyük bir bölümünü bu sosyal gruplar içerisinde geçirmektedirler. Örgüt amaçlarına ulaşmak için bireyler, kendilerine verilen görevleri yerine getirirken, örgütten de kendi beklentilerinin yerine getirilmesini beklerler. Beklentilerin yerine getirilmesi esnasında adil olmayan davranışlar ile karşılaşarak hayal kırıklığı yaşanması muhtemeldir. Adaletsizlik algısı, bireylerde intikam gibi olumsuz davranışların ortaya çıkmasına neden olabileceği gibi affetme gibi olumlu bir davranışa da yöneltebilmektedir.

1.1. Örgütsel Adalet

Adalet kelimesinin kökeni Arapça bir kelime (Seymen Çakar, 2013) olup insan hayatında sıklıkla kullanılmaktadır. Türk Dil Kurumuna göre adalet, yasalara sahip olunan hakların herkes tarafından kullanılmasının sağlanması; herkese kendine uygun düşeni, kendi hakkı olanı verme; bu işi uygulayan ve yerine getiren devlet kuruluşları şeklinde tanımlanmaktadır (Türkçe Sözlük, 2013). Adalet Bakanlığı Hukuk Sözlüğüne göre adalet; haklılık, hakka uygunluk (Hukuk Sözlüğü, t.y.) şeklinde geçmektedir. Adalet kavramı ayrıca hak ve hukuka uyma, hakkı gözetme ve doğruluk olarak ifade edilmektedir. İlkesi eşitlik olan adalet kavramı, objektif olmak, her şartta hukuk kurallarına sadık kalmak, inanç ve ilkelerini şartlara göre değiştirebilmek ve bunları yaparken, bireylerin yanlışlarından yarar sağlamamaktır (Özkalp ve Kırel, 2016). Bu bağlamda adalet, bireylerin haklarını dikkate almak ve her bireyin hak ettiği ödül ve ceza ile karşılaşmasıdır (Abbasoğlu, 2015).

Kavramsal anlamda örgütsel adaletin temeli Adams'ın geliştirmiş olduğu "Eşitlik Teorisi"ne dayanmaktadır (Eren, 2012). Bu teori, bireyin işteki performansının ve işinden tatmin olma derecesinin çalıştığı ortamla alakalı bir şekilde algıladığı eşitlik ya da eşitsizliğe bağlı olduğunu savunur (Greenberg, 1990). Greenberg (1987)'e göre örgütsel adalet kavramı, örgüt çalışanlarının örgüt içindeki süreç ve çıktının ne kadar adil olarak algılayıp, değerlendirmeleriyle ilgili bir kavramdır. Folger ve Cropanzano ise örgütsel adalet kavramını, örgütteki bireylerin kendilerine yanlı davranılıp davranılmadığını düşünmelerine neden olan çalışma şartları olarak tanımlamışlardır (aktaran Parker ve Kohlmeyer, 2005, s.357). Cropanzano, Bowen, Gilliland (2007) örgütsel adalet kavramını, yönetsel durumların etik ve ahlaki tarafına yönelik olan kişisel değerlendirme olarak ele almışlardır. Örgütsel adalet kavramının alan yazını incelendiğinde, araştırmacıların çoğunun bu kavramı kaç boyutta ele alacakları konusunda fikir ayrılıkları yaşadıkları görülmektedir (Özmen vd., 2007). Bazı araştırmacılar örgütsel adalet kavramını; dağıtımsal adalet, prosedürel adalet ve etkileşimsel adalet olarak üç boyutta değerlendirmişlerdir (Robbins ve Judge, 2013; Tyler ve Blader, 2003). Donovan vd. (1998) ise örgütsel adalet kavramını, örgüt içindeki ilişkileri baz alarak; amirlerle ilişkiler boyutu ve çalışan bireyler arası ilişkiler boyutu olmak üzere iki boyutta değerlendirmektedir. Çalışmada da bu iki alt boyut ele alınmaktadır. Amirlerle ilişkiler, örgütsel adaletin uygulanış biçimi ve çalışanların bu durumu algılaması ile ilgilidir. Çalışanlar

arası ilişkiler ise kişiler arası adil davranış algıları ile işe yönelik tutum ve algıları ile ilgilidir (Donovan vd., 1998).

Her sektörde olduğu gibi sağlık sektöründe çalışanlar birbirleriyle ve amirleriyle iletişim halindedirler (Tekin, 2019). Çalışanların iletişimde buldukları bireyler ile birçok nedenden dolayı çatışma yaşamaları ve adaletsizlik algılamaları olağandır.

Adaletsizlik algısı, çalışanlar arasında olabileceği gibi, çalışan ile örgüt yöneticisi ya da amirleri arasında da olabilmektedir (Donovan vd., 1998). Çünkü hemşireler örgüt içinde kişilerarası ilişkilere daha fazla odaklanmaktadır. Amirlerinin kendilerine yönelik uygulamalarında daha saygılı ve hassas olunmasını, kendileri ile ilgili alınan kararlarda açıklama yapılmasını istemektedirler (Bağcı, 2016). Amirler tarafından bu gibi durumlar önemsenmediği takdirde hemşirelerin adaletsizlik algısı da kaçınılmaz olmaktadır. Adaletsizlik gibi olumsuz durumlara maruz kalan hemşirelerde affetme davranışı oluşabileceği gibi intikam davranışı da oluşabilmektedir.

1.2. İntikam Davranışı

İntikam; yapılan bir adaletsizliğe karşı, adaletsizliği yapan tarafa zarar verilmesidir (Bradfield ve Aquino, 1999). Stuckless ve Goranson (1992), intikam kavramının, temel bir insani dürtü ve motive edici güçlü sosyal bir davranış olduğunu söyleyerek, intikamı “Yanlış algılama karşılığında zararın cezası” olarak tanımlamış ve agresifliğin ana nedeni olarak göstermiştir. Aquino vd. (2006) intikamı, “Mağdurun zarar görmesinden dolayı zarara sebep olan tarafı zarara uğratması, rahatsız, huzursuz etmesi ve cezalandırması” olarak ifade etmişlerdir. Cota-McKinley vd. (2001), intikam kavramını “Algılanan zarar veya hakaret karşılığında zarar vermek amacıyla cezalandırmak” olarak tanımlamışlardır.

Temel bir insani dürtü ve sosyal davranışın güçlü bir güdüleyicisi olan intikam, algılanan yanlış karşılığında verilen zarar ve eziyet olarak tanımlanmakta ve saldırganlığın birincil sebebi olarak gösterilmektedir (Bradfield ve Aquino, 1999). İntikamın amaçları arasında, mağdura karşı yapılan haksızlığın giderilmesi, mağdurun öz saygısını yeniden kazanması ve ileride bu tür haksızlıkların engellenmesi yer almaktadır. Haksızlıkla ve kişisel zarar görmeyle ilişkili olarak öfke, kızgınlık, kin ve nefret duyguları intikam kavramının temelinde yer almaktadır ve bireyin intikama yönelik tutumunu etkileyebilmektedir (Cota-McKinley vd. 2001). Genellikle öfkenin eşlik ettiği intikam davranışı mağdurun zararını tazmin etmek amacıyla harekete geçer. İntikam duygusunun birçok nedeni olmasına rağmen genellikle temel nedeni adalet ve hakkaniyeti aramaktır. İntikam davranışının kişilerarası ilişkiler düzeyinde daha fazla ortaya çıkmasının sebebi adaletsizlik deneyimlerinin daha çok bu boyutta olmasından kaynaklanmaktadır (Bradfield ve Aquino, 1999).

Adaletsizlik sonucu ortaya çıkan intikam davranışı doğrudan ya da dolaylı olarak suçlu bireylere işledikleri suçların bir bölümü ile ilgili olarak zarar vermektir. Tüm saldırgan davranışlar direk intikam

olmasa da doğasında intikam vardır. İntikam arzusu bulunan olgular üretim karşıtı davranışlar, çalışan hırsızlığı, dedikodu, anti sosyal davranış, işyerinde saldırganlık, sabotaj ve şiddet (Shteynberg, 2005) şeklinde sıralanmaktadır. Sağlık çalışanları tarafından algılanan huzursuzluklar, adaletsizlikler, olumsuz örgüt kültürü ve iklimi vb. birçok olumsuz durum çalışanları üretkenlik karşıtı iş davranışlarından intikam davranışına yöneltebilmektedir. Sağlık çalışanlarının intikam alma niyeti, birey örgüt ve müşteri olmak üzere üç düzeyde değerlendirilmektedir. Yani intikam niyetinin hem bireyin kendisine hem örgütüne hem de hizmet verilen hastalara zarar vermektedir (Kaya ve Parlak, 2020).

1.3. Affetme Davranışı

Affetme, esasen suçlama veya hata bulma işleminden vazgeçmek anlamına gelmektedir. Affetme, başka bir tarafça algılanan zarar veya yanlış davranmaya yanıt olarak yapılan bir eylemdir. Affetme, mağdurun iyi niyetli davranışını suçluya doğru genişleterek zarar görmüş bir ilişkiyi eski haline getirme veya yeniden kurma girişimi olan uzlaşma yoluyla ifade edilebilmektedir (McCullough vd., 1997). Hargrave ve Sells (1997)'e göre affetme davranışı bireyin kendisini zarara uğratanlara karşı duyduğu öfke ve intikam duygularını bırakarak, aralarındaki bağları onararak, içsel ve duygusal yaralarının iyileşmesidir. McCullough vd. (2001), affetmeyi davranışa vurgu yaparak tanımlamakta ve kişilerarası ilişkilerde hatalı davranmış bireye karşı içsel, olumlu bir değişim olarak görmektedirler. Buna göre, birey hatalı olan bireyi affettiğinde, affeden kişi duygu, düşünce ve davranış olarak değişim göstermektedir. Rye ve Pargament (2002) affetmeyi, bireyin adaletsiz durumlara yönelik hissettiği negatif duygulardan vazgeçerek, bazı durumlarda da pozitif tepkiler vermesi olarak tanımlamışlardır.

Affetme kavramı, yönetim alanı için nispeten yeni bir kavramdır. Aquino vd. (2003), işyerinde kişiler arası affedilmeyi şu şekilde açıklamıştır; kendini ahlaki olarak zarar görebilecek bir suçun hedefi olduğunu algılayan bir çalışanın kasıtlı olarak (a) suçluya karşı olumsuz duyguların üstesinden gelmek ve (b) haklı olduğuna inandığı halde suçluya zarar vermektan kaçınmaktır. Affetme, intikam almanın olumsuz sonuçlarından kaçınma davranışı anlamına da gelmektedir (Aquino vd., 2006). Ayrıca affetme, bir suçun ardından ilişkileri onarma özelliğine sahiptir (Aquino vd., 2003). Affetmenin yapıcı sonuçlarının olması örgütler için oldukça önemlidir. Bireysel düzeyde affetme, daha düşük devamsızlık ve azalan sağlık maliyetleri ile bağlantılı olan daha iyi fiziksel ve zihinsel sağlıkla ilişkili olmuştur (Cameron ve Caza, 2002).

İş yeri çatışmalarıyla alakalı çalışmalarda verilen en güçlü nokta çatışmalara bağlı olarak meydana gelen uzaklaşma ya da intikam alma gibi negatif sonuçlar çıktığı için, bu sonuçların ortadan kaldırılmasının yararlı olduğu görülmektedir (Palanski, 2012). Ayrıca bireylerin affetmeye yönelmesinde sosyal, ahlaki ve dini faktörlerin de etkisi olduğu düşünülmektedir (Kaya ve Parlak, 2020). Affetme davranışı dünyada tüm büyük dinlerde yer almaktadır (İsmail vd., 2009). İslam, Hıristiyanlık, Musevilik, Budizm ve Hinduizm'de affetme, erdemli bir davranış olarak kabul görmektedir (Cameron ve Caza, 2002).

Hasta odaklı çalışan sağlık kurumlarında bireylerin birbirlerinden intikam alma niyeti, sağlık kurumu için ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Her ne kadar örgüt içinde adaletsizlik algılanması intikam gibi zarar verici olumsuz tutuma neden olsa da bireye ve örgüte bağlı olan değişkenler ile çalışan affetme davranışını da seçebilmektedir. Olumlu bir tutum olan affetme davranışı hem idare hem birey hem de hizmet alan hastalar açısından daha yararlı bir tutumdur.

Sağlık kurumlarında affetme davranışı gibi davranışların sergilenmesi; yönetimin bu davranışı desteklemesi; yönetimin, çalışanlarını olumlu tutumlar geliştirmeye yönelik tedbirler alması ve konuyla ilgili eğitimler düzenlemesi tüm çalışanlar açısından daha sağlıklı bir çalışma ortamı oluşturmaktadır.

2.YÖNTEM

2.1.Araştırmanın Amacı, Araştırma Sorusu ve Modeli

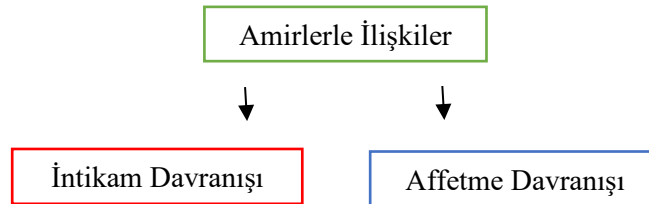
Araştırma, nicel araştırma tasarımlarından ilişki arayıcı ve model sınaması (Path Analizi) şeklinde tasarlanmıştır (Nahcivan, 2015). Araştırmanın amacı, Türkiye’de çalışan hemşirelerin örgütsel adalet algılarının, intikam ve affetme davranışları ile ilişkisi ve bu ilişkinin model yardımıyla betimlenmesidir.

Araştırma sorusu: Hemşirelerin tanımlayıcı (cinsiyet, medeni durum, yaş, öğrenim düzeyi, kıdem, çalışılan birim) değişkenlerine göre örgütsel adalet, intikam ve affetme davranışları ile gruplar arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

Çalışmada örgütsel adaletin amirlerle ilişkiler boyutu ve çalışanlarla ilişkiler boyutunun intikam ve affetme davranışlarını etkilemesi üzerine iki model tasarlanmıştır. İlk olarak ölçeklerin ölçmede geçerli olup olmadığına karar vermek için DFA ile ölçüm modeli test edilmiştir. Geçerli bir ölçüm modeline ulaşıldıktan sonra ikinci aşamada hemşirelerin örgütsel adalet algılarının amirlerle ilişkiler ve çalışanlarla ilişkiler boyutunun, intikam ve affetme davranışını etkilemesinin sınıandığı iki model YEM analizi kullanılarak test edilmiştir. Modeller Şekil 1 ve 2’de gösterilmektedir.

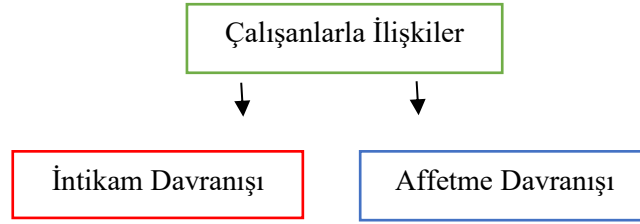
Model 1’e ait araştırma sorusu: Örgütsel adaletin amirlerle ilişki durumu, intikam ve affetme davranışını yordamakta mıdır?

Şekil 1. Araştırma Modeli 1



Model 2’ye ait araştırma sorusu: Örgütsel adaletin çalışanlarla ilişki durumu, intikam ve affetme davranışını yordamakta mıdır?

Şekil 2. Araştırma Modeli 2



2.2.Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye genelinde özel ve kamu sektöründe çalışmakta olan ve en az bir yıl iş tecrübesine sahip hemşireler (2016 TÜİK verilerine göre 152.952) oluşturmaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2016). 0,05 örneklem hatasına göre örneklem 384 olarak belirlenmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2014). Veriler; 30 Ekim 2017 - 30 Haziran 2018 tarihleri arasında kartopu örneklem yöntemiyle (yüz yüze veya online olarak) toplanmıştır. Eksik doldurulan veriler elendikten sonra analizler 411 anket üzerinde yapılmıştır.

2.3.Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanmasında anket tekniğinden (4 bölüm) yararlanılmıştır. Kişisel bilgi formu; hemşirelerin yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, öğrenim düzeyi, kıdem, görev yaptığı kuruluş, görev yaptığı il/ilçe ve çalıştığı birimi içeren (8 madde) sorulardır. Örgütsel Adalet Ölçeği; Donovan vd. (1998) tarafından geliştirilen ve Wasti (2001) tarafından Türkçeye uyarlanan (18 madde) ölçektir. Ölçek, amirlerle ilişkiler (14 madde) ve çalışanlarla ilişkiler (4 madde) olmak üzere iki alt boyuttan oluşmaktadır. “Evet”, “Kararsızım”, “Hayır” cevap seçenekleri sunulmuştur. Ölçekte en düşük puan 18, en yüksek puan ise 54’tür. İntikam Ölçeği; Stuckless ve Goranson (1992) tarafından geliştirilip, Satıcı vd. (2015) tarafından Türkçeye (20 soru ve bir boyut) uyarlanmıştır. Ölçeğin derecelendirmesi yedili Likert tipindedir. Ölçekte yer alan 1, 4, 5, 8, 9, 11, 15, 17, 18. ve 20. maddeler ters kodlandıktan sonra tüm maddelerin puanları toplanarak bir intikam puanı elde edilmektedir. Ölçekteki olası puanların aralığı 20-140 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan yüksek puanlar bireyin intikam alma düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Affedicilik Ölçeği; Berry vd. (2005)'in geliştirdiği, Sarıçam ve Akın (2013)'nın Türkçeye uyarladığı (10 madde) beşli Likert tipinde bir ölçektir. Ölçekte 1, 3, 6, 7 ve 8. maddeler ters puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 10, en yüksek puan ise 50’dir.

2.4.Verilerin Analizi

Araştırma verileri SPSS ve LISREL programları kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçeklerin geçerliliği tespit etmek için ilk olarak DFA yapılmıştır. Daha sonra ölçeklerin güvenilirlik katsayıları için Cronbach Alpha değerlerine bakılmıştır.

Verilerin, basıklık ve çarpıklık değerleri -1.96 ile +1.96 arasında bulunmuş olduğundan verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir (Ghasemi ve Zahediasl, 2012). Ortalama, standart sapma ve yüzde dağılımı, t testi, One-way ANOVA testi yapılmıştır. Ayrıca örgütsel adaletin amirlerle ilişkiler ve çalışanlarla ilişkiler boyutlarının, intikam ve affetme davranışlarına etkisini belirlemek amacıyla YEM kullanılmıştır.

2.5. Araştırmanın Etik Boyutu

İlaç ve Tıbbi Cihaz Dışı Araştırmalar Etik Kurulu'ndan 20.10.2017 tarihli ve 2017/1046 sayılı etik kurul onayı alınmıştır. Anket uygulanan hemşirelerden ise bilgilendirilmiş onam alınmıştır.

2.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

Mesafe, maliyet ve zaman açısından Karadeniz ve Ege bölgelerinden katılımcı sayısının daha az olması araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır. Bu nedenle araştırma sonuçları, sadece güncel araştırmadaki örneklem grubuna genellenebilir.

3. BULGULAR

Katılımcıların tanımlayıcı özelliklerine ilişkin bulgular şu şekildedir. Katılımcıların %83,7'si kadın, %16,3'ü erkek, %65,9'u evli ve %34,1 bekâr hemşirelerden oluşmaktadır. Katılımcı hemşirelerin öğrenim durumları lise (%15,1), ön lisans ve lisans (%69,1) ve lisansüstü (%15,8) olarak değerlendirilmiştir. Hemşirelerin kıdemi 1-11 yıl (50,6), 12-22 yıl (%29,2) ve 23+ yıl (%20,2) olmak üzere üç grupta toplanmıştır. Katılımcılar kamu (%69,8), üniversite (%22,4) ve özel (%7,8) hastane çalışanıdır. En fazla katılım İç Anadolu Bölgesi'nden (%37,7) en az katılım ise Karadeniz (%7,3) ve Ege (%7,3) bölgelerinden olduğu görülmüştür.

3.1. Geçerlik ve Güvenirlik Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğine ilişkin DFA sonuçları Tablo 1.'de verilmiştir.

Tablo 1. Affedicilik, İntikam ve Örgütsel Adalet Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Model	X ² /sd	RMSEA	RMR	GFI	AGFI	CFI	NFI	NNFI
Afedicilik Ölçeği	2,8	0,06	0,04	0,97	0,93	0,96	0,94	0,93
İntikam Ölçeği	4,7	0,09	0,06	0,84	0,80	0,95	0,93	0,94
Örgütsel Adalet Ölçeği	4,4	0,09	0,04	0,83	0,80	0,96	0,95	0,96
Kabul Edilebilir Uyum	2-5	≤0,08* -≤0,10*	≤0,08*	≥0,80**	≥0,90-0,80**	≥0,90*	≥0,90*	≥0,90*

*Schermelleh- Engel vd., (2003); **Büyüköztürk vd., (2004)

Tablo 1'de görülen DFA sonucunda, X²/sd değerleri 2-5 arasında çıkmıştır. p değerleri (p=0,00) ise 0,01 düzeyinde manidardır. Affedicilik ölçeğinin RMSEA değerinin (0,06) "kabul edilebilir"

sınırlarda olduğu ($\leq 0,08$), dolayısıyla modelin doğrulandığı görülmektedir. İntikam ve Örgütsel Adalet Ölçeği'nin RMSEA (0,09) değerinin, 0,10'dan düşük olması durumunda “zayıf uyum” ve “kabul edilebilir” değerler arasında olduğu (Schermelleh-Engel vd., 2003) söylenebilir. İntikam ölçeğinin GFI değeri 0,84 olarak, örgütsel adalet ölçeğinin GFI değeri 0,83 ve AGFI değerleri 0,80 olarak bulunmuştur. Büyüköztürk vd. (2004)'nin yaptıkları bir çalışmada AGFI değerinin 0,80'e eşit veya büyük olmasının yapının uygun olduğunu gösterdiğini söylemişlerdir. Ayrıca Korucu ve Usta (2017), Erkorkmaz vd. (2013)'nun çalışmaları da bu bilgiyi doğrulamaktadır. Örgütsel adalet, intikam ve affedicilik ölçeği uyum iyiliğine ilişkin sunulan bütün değerler, ilgili alan yazında genel kabul gören ölçütlere bağlı kalınarak (Çokluk vd., 2016; Erdem, 2013; Seçer, 2015; Şimşek, 2007) “kabul edilebilir” olarak nitelendirilebilir.

Örtük değişkenlerin gözlenen değişkenler tarafından açıklanma durumlarına ilişkin t değerleri incelendiğinde, tüm gözlenen değişkenlerin t değerlerinin $< 0,05$ anlamlılık düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Ölçek maddelerinin hata varyansları incelendiğinde ise Affedicilik Ölçeği'nin 6. ve 7. maddelerinin hata varyansları çok yüksek çıktığı için ölçekten çıkartılmıştır. Ölçek maddelerinin faktör yüklerine bakıldığında Affedicilik Ölçeği'nin 1. maddesinin faktör yükü 0,29 olmasına rağmen modele uyum sağladığı ve fit indekslerini etkilemediği için, bu maddenin kalmasına karar verilmiştir. Fit indekslerinin düşük olduğu görülen maddelerde, output dosyasının önerisi doğrultusunda 4. ve 5. maddeler ile 9. ve 10. maddeler arasında modifikasyon yapılmıştır. İntikam Ölçeği'nin yol şemasına göre, 6. madde faktör yükü 0,20 olmasına rağmen modele uyum sağladığı ve fit indekslerini etkilemediği için uzman görüşü ile kalmasına karar verilmiştir. Fit indekslerinin düşük olduğu görülen maddelerde, output dosyasının önerisi doğrultusunda 2. ve 3. maddeler arasında modifikasyon yapılmıştır (Çokluk vd., 2016). Bu sonuçlar üzerinden tekrar DFA yapılarak uyum indekslerine bakılmıştır.

Ölçeklerden elde edilen toplam puanların güvenilirlik katsayıları incelendiğinde, örgütsel adalet (0,92), örgütsel adalet-çalışanlarla ilişkiler alt boyutu (0,91), örgütsel adalet-amirlerle ilişkiler alt boyutu (0,80) ve intikam davranışı (0,89) Cronbach Alpha kat sayıları Büyüköztürk (2017)'e göre 0,70'in üzerinde olup sosyal bilimlerdeki çalışmalara göre yüksek düzeyde güvenilirliği olan ölçeklerdir. Affetme davranışı güvenilirlik katsayısı 0,64 olup, Büyüköztürk (2017)'e göre düşük olmasına rağmen, Alpar (2014)'a göre 10-15 maddeden oluşan ölçme araçlarında değerinin 0,50 gibi düşük bir değere sahip olmasının dahi testin güvenilir olduğunu söylemektedir. Affedicilik Ölçeği 10 maddeden oluşan bir ölçek olduğu için Alpar (2014)'a göre bu ölçek güvenilir bir ölçektir.

3.2.Tanımlayıcı Değişkenlere İlişkin Bulgular

Hemşirelerin örgütsel adalet, amirlerle ilişki, çalışanlarla ilişki, intikam ve affetme ortalama puan ve standart sapmaları sırayla $37,87 \pm 9,54$; $28,75 \pm 7,74$; $9,12 \pm 2,44$; $57,04 \pm 18,51$; $32,17 \pm 4,84$ şeklindedir. Hemşirelerin affetme düzeyi orta değer üzerinde, intikam niyeti ise orta değer altında

bulunmuştur. Çalışanlarla ilişki boyutundaki adaletsizlik algısı, amirlerle ilişki boyundan daha yüksek çıkmıştır.

Tablo 2’de katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş grupları, kıdem, çalışılan birim ve öğrenim düzeyi değişkenlerine göre örgütsel adalet, intikam ve affetme ölçek puanlarının t ve ANOVA testi bulguları gösterilmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyet, Medeni Durum, Yaş Grupları, Kıdem, Çalışılan Birim ve Öğrenim Düzeyi Değişkenlerine Göre Ölçek Puanlarının Karşılaştırılması*

		İntikam	Affetme	Toplam Adalet	Amirlerle İlişki	Çalışanlarla İlişki
Cinsiyet						
Kadın (n=344)	Ortalama	56,21	32,10	37,57	28,46	9,10
	SS	18,36	4,84	9,40	7,65	2,38
Erkek (n=67)	Ortalama	61,30	32,54	39,45	30,22	9,22
	SS	18,83	4,85	10,17	8,10	2,74
	t	-2,07	-0,68	-1,48	-1,71	-0,33
	p	0,040	0,496	0,140	0,089	0,716
Medeni durum						
Evli (n=271)	Ortalama	56,32	32,70	38,32	29,15	9,17
	SS	18,54	4,83	9,39	7,58	2,43
Bekar (n=140)	Ortalama	58,44	31,14	37,01	27,97	9,04
	SS	18,45	4,71	9,79	8,02	2,46
	t	-1,10	3,12	1,32	1,47	0,53
	p	0,273	0,002	0,186	0,144	0,599
Yaş grupları						
18-28 Yaş Arası (n=143)	Ortalama	56,73	31,23 ¹	37,06	28,06	9,01
	SS	17,73	4,94	9,57	7,73	2,46
29-39 Yaş Arası (n=139)	Ortalama	56,56	32,53 ²	38,36	29,27	9,09
	SS	18,69	4,72	10,43	8,37	2,62
40+ Yaş (n=129)	Ortalama	57,91	32,81 ³	38,25	28,95	9,29
	SS	19,26	4,73	8,46	7,03	2,22
	F	0,21	4,28	0,80	0,94	0,49
	p	0,813	0,014	0,452	0,393	0,611
Kıdem						
1-11 Yıl (n= 208)	Ortalama	57,50 ²	31,39 ¹	37,55	28,51	9,03
	SS	18,21	5,05	10,10	8,18	2,52
12- 22 Yıl (n=120)	Ortalama	53,57 ¹	33,21 ³	38,11	28,87	9,24
	SS	17,63	4,25	9,37	7,57	2,47
23+ Yıl (n=83)	Ortalama	60,93 ³	32,61 ²	38,35	29,17	9,18
	SS	19,78	4,83	8,33	6,90	2,22
	F	4,06	5,94	0,26	0,23	0,30
	p	0,018	0,003	0,772	0,795	0,739

Çalışılan Birim						
Cerrahi (n= 123)	Ortalama	57,15	32,31	35,89 ¹	27,16 ¹	8,73 ¹
	SS	18,37	4,41	9,35	7,53	2,46
Dahiliye (n= 202)	Ortalama	56,81	31,93	38,09 ²	28,94 ²	9,15 ²
	SS	18,49	5,31	9,67	7,92	2,41
Diğer (n= 86)	Ortalama	57,42	32,53	40,19 ³	30,57 ³	9,62 ³
	SS	18,97	4,28	9,01	7,24	2,44
	F	0,04	0,55	5,33	5,11	3,38
	p	0,965	0,578	0,005	0,006	0,035
Öğrenim Düzeyi						
Lise (n=62)	Ortalama	56,94	32,24	36,74	28,03	8,71
	SS	18,14	4,62	9,90	7,78	2,53
Önlisans ve Lisans (n= 284)	Ortalama	57,25	32,02	37,98	28,70	9,27
	SS	18,40	4,78	9,37	7,73	2,37
Lisansüstü (n= 65)	Ortalama	56,23	32,72	38,49	29,63	8,86
	SS	19,58	5,34	9,98	7,80	2,63
	F	0,08	0,56	0,59	0,69	1,81
	p	0,922	0,574	0,556	0,502	0,165

*: t-test : One-Way ANOVA

Tablo 2’de görüldüğü gibi intikam puanı bakımından, cinsiyet grupları arasındaki fark önemli çıkmıştır ($t=-2,07$; $p<0,05$). Buna göre erkeklerin ortalama puanı ($61,30\pm 18,83$) kadınlardan ($56,21\pm 18,36$) daha yüksektir. Toplam affetme puanı bakımından, medeni durum grupları arasındaki fark önemli ($t=3,12$; $p<0,05$) olup evli bireylerin affetme puanları ($32,70\pm 4,83$) daha yüksektir.

Yaş grubu karşılaştırmalarında ise sadece affetme değişkeni bakımından yaşlar arası fark önemli ($F=4,28$; $p<0,05$) çıkmış olup, Post-Hoc testine göre bu farklılık 40+ yaş grubundan ($3>2>1$) kaynaklanmaktadır. 40+ yaş grubunun ($32,81\pm 4,73$), 18-28 yaş grubu ($31,23\pm 4,94$) ve 29-39 yaş grubuna ($32,53\pm 4,72$) göre puanı daha yüksektir.

Toplam ölçek puanları kıdeme göre karşılaştırıldığında, intikam ($F=4,06$; $p=0,018$) ve affetme ($F=5,94$; $p=0,003$) değişkenlerinde gruplar arası farkın önemli olduğu görülmektedir ($p<0,05$). Post-Hoc testine göre intikam değişkeninde farklılık 23+ yıl grubundan ($3>2>1$) kaynaklanırken, affetme değişkeninde ise 12-22 yıl grubundan ($3>2>1$) kaynaklanmaktadır. İntikam değişkeninde en yüksek değeri 23+ yıl grubu ($60,93\pm 19,78$) alırken, en küçük değeri 12-22 yıl grubu ($53,57\pm 17,63$) almıştır. Toplam affetme değişkeninde ise en yüksek değeri 12-22 yıl grubu ($33,21\pm 4,25$) alırken, en küçük değeri 1-11 yıl grubu ($31,39\pm 5,05$) almıştır.

Çalışılan birim bakımından ölçek puanları karşılaştırıldığında ise toplam adalet ($F=5,33$; $p=0,005$), amirlerle ilişki ($F=5,11$; $p=0,006$) ve çalışanlarla ilişki ($F=3,38$; $p=0,035$) alt boyutlarında fark bulunmuştur ($p<0,05$). Toplam adalet değişkeninde en yüksek değeri diğer birimler grubu ($40,19\pm 9,01$) alırken, en düşük değeri cerrahi birim grubu ($35,89\pm 9,35$) almıştır. Aynı şekilde örgütsel adaletin alt boyutları amirlerle ilişkiler ve çalışanlarla ilişkiler değişkenlerine bakıldığında, ikisinde de

en yüksek puanı diğer birimler grubu (amirlerle ilişkiler; 30,57±7,24; çalışanlarla ilişkiler; 9,62±2,44) alırken en düşük puanı cerrahi birim grubu (amirlerle ilişkiler; 27,16±7,53; çalışanlarla ilişkiler; 8,73±2,46) almıştır. Katılımcıların öğrenim düzeyi puanı ile ölçek puanları karşılaştırıldığında gruplar arasında herhangi bir fark yoktur ($p>0,05$).

3.3.Yapısal Eşitlik Modellemesine İlişkin Bulgular

Örgütsel adalet/amirlerle ilişkiler alt boyutu ile intikam ve affetme davranışı yapısal eşitlik modeli uyum indeksleri Tablo 3'te gösterilmiştir.

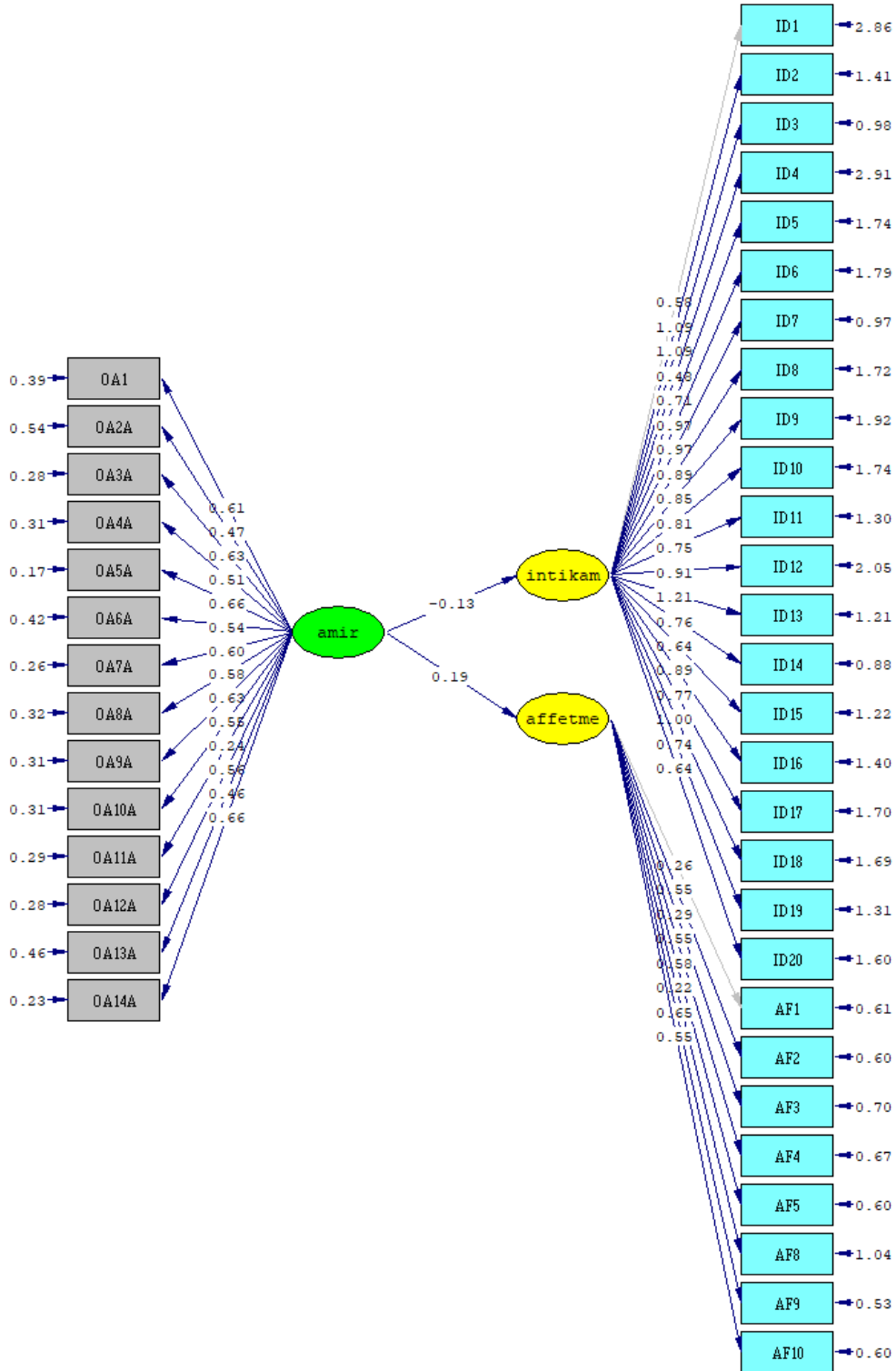
Tablo 3. Örgütsel Adalet/Amirlerle İlişkiler ile İntikam ve Affetme Davranışı Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İndeksleri

Model	X ² /sd	RMSEA	RMR	GFI	AGFI	CFI	NFI	NNFI
Örgütsel Adalet/ Amirlerle İlişkiler Boyutu	2,3	0,06	0,06	0,77	0,74	0,94	0,93	0,90
Kabul Edilebilir Uyum	2-5*	≤ 0,08*	≤ 0,08*	≥ 0,80**	≥ 0,80**	≥ 0,90*	≥ 0,90*	≥ 0,90*

* Schermelleh- Engel vd., 2003; **Büyüköztürk vd. (2004)

Tablo 3 incelendiğinde, X² /sd değeri 2,3 olup “kabul edilebilir” sınırlar arasındadır. Alan yazına göre oluşturulan Örgütsel adalet/amirlerle ilişkiler ile intikam ve affetme davranışı yapısal eşitlik modelin uyumunun sağlandığı görülmektedir. Parametrelere bakıldığında RMSEA (0,06)’nın “kabul edilebilir” sınırlar içinde olduğu görülmektedir. Büyüköztürk vd. (2004) yaptıkları bir çalışmada GFI ve AGFI değerinin 0,80’e eşit veya büyük olmasının yapının uygun olduğunu gösterdiğini söylemişlerdir. GFI değeri 0,77 ve AGFI değeri 0,74 olarak bulunmuştur. Bu değerlerin “kabul edilebilir” değerlere çok yakın olduğu görülmektedir. Modellerde tüm değerler bir bütün olarak değerlendirilmelidir, bir ya da iki değer “kabul edilebilir” sınırlara yakın olması, modelin uyumsuz olduğunu göstermemektedir (Schermelleh-Engel vd., 2003). Tablo 3 uyum iyiliğine ilişkin sunulan bütün değerlerin ilgili alan yazında genel kabul gören ölçütlere bağlı kalınarak (Çokluk vd., 2016; Erdem, 2013; Seçer, 2015; Şimşek, 2007) “kabul edilebilir” olarak nitelendirilebilir. Dolayısıyla Model 1 doğrulanmıştır.

Şekil 3. Örgütsel Adalet/Amirlerle İlişkileri ile İntikam ve Affetme Davranışı Yapısal Eşitlik Modeli Yol Şeması



Chi-Square=1950.10, df=817, P-value=0.00000, RMSEA=0.063

Örgütsel adalet/amirlerle ilişkiler ile intikam ve affetme davranışı yapısal eşitlik modeli yol şemasına göre, kurulan modelin doğrulandığı görülmektedir (Şekil 3). Gözlenen değişkenlerin modeli açıklama durumuna ilişkin t değerleri anlamlıdır ($p < 0,05$). Örgütsel adalet/amirlerle ilişki durumu, affetme ve intikam davranışlarını yordamaktadır. Elde edilen regresyon değerlerine göre amirlerle ilişki, affetme davranışını pozitif yönde %19 oranında etkilerken ($R^2= 0,19$); intikam davranışını negatif yönde %13 oranında etkilemektedir ($R^2= 0,13$).

Örgütsel adalet/çalışanlarla ilişkiler ile intikam ve affetme davranışı yapısal eşitlik modelinin uyum indeksleri Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Örgütsel Adalet/Çalışanlarla İlişkiler ile İntikam ve Affetme Davranışı Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İndeksleri

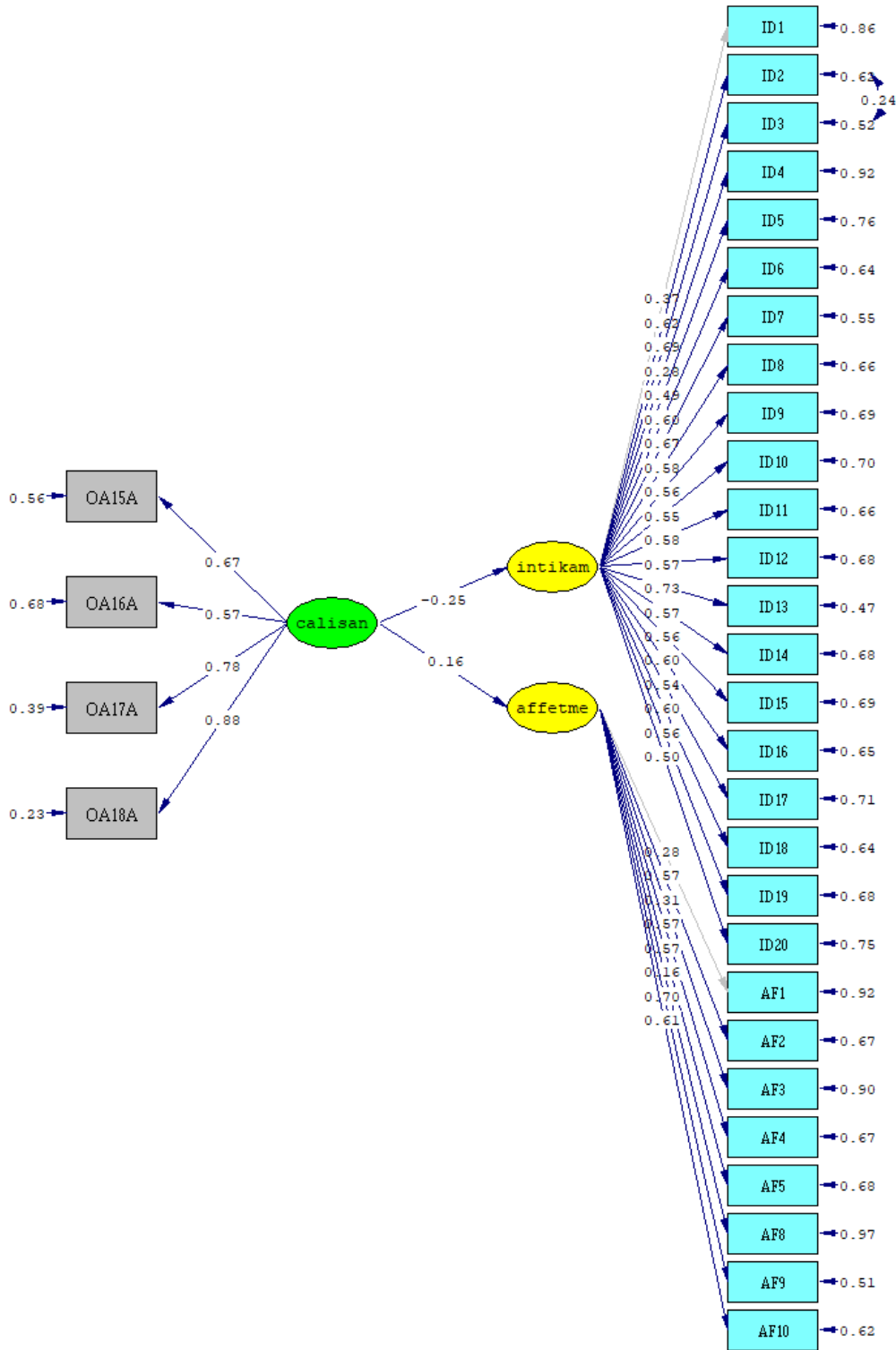
Model	X ² /sd	RMSEA	RMR	GFI	AGFI	CFI	NFI	NNFI
Örgütsel Adalet/Çalışanlarla İlişkiler Boyutu	3,3	0,07	0,12	0,80	0,81	0,92	0,88	0,91
Kabul Edilebilir Uyum	2-5	≤ 0,08*	≤ 0,08*	≥ 0,80**	≥ 0,90-0,80**	≥ 0,90*	≥ 0,90*	≥ 0,90*

* Schermelleh- Engel vd. 2003; **Büyüköztürk vd. (2004)

Tablo 4 incelendiğinde, X²/sd değeri 3,3 olup “kabul edilebilir” sınırlar arasındadır. Alan yazına göre oluşturulan örgütsel adalet/çalışanlarla ilişkiler ile intikam ve affetme davranışı yapısal eşitlik modelin uyumunun sağlandığı görülmektedir. Parametrelere bakıldığında RMSEA (0,07) “kabul edilebilir” sınırlar içindedir. Büyüköztürk vd. (2004) yaptıkları bir çalışmada GFI değerinin 0,80’e eşit veya büyük olmasının yapının uygun olduğunu gösterdiğini söylemişlerdir. GFI değeri 0,80 ve NFI 0,88 olarak bulunmuştur. Modellerde tüm değerler bir bütün olarak değerlendirilmelidir (Schermelleh-Engel vd., 2003). Ayrıca Korucu ve Usta (2017), Erkorkmaz vd. (2013)’nin çalışmaları da bu bilgiyi doğrulamaktadır. Tablo 4’te uyum iyiliğine ilişkin sunulan bütün değerlerin ilgili alan yazında genel kabul gören ölçütlere bağlı kalınarak (Çokluk vd., 2016; Erdem, 2013; Seçer, 2015; Şimşek, 2007) “kabul edilebilir” olarak nitelendirilebilir. Buna göre Model 2 doğrulanmıştır.

Örgütsel adalet/çalışanlarla ilişkiler ile intikam ve affetme davranışı yapısal eşitlik modeli yol şemasına göre kurulan modelin doğrulandığı görülmektedir (Şekil 4). Gözlenen değişkenlerin modeli açıklama durumuna ilişkin t değerleri ($p < 0,05$) anlamlıdır. Örgütsel adalet/çalışanlarla ilişki durumu affetme ve intikam davranışını yordamaktadır. Elde edilen regresyon değerlerine göre örgütsel adalet/çalışanlarla ilişki durumu affetme davranışını pozitif yönde %16 oranında etkilerken ($R^2=0,16$), intikam davranışını negatif yönde %25 oranında etkilemektedir ($R^2=0,25$). Bu sonuçlara göre örgütsel adalet/çalışanlarla ilişki durumunun, intikam davranışını affetme davranışına göre daha çok etkilediği söylenebilir.

Şekil 4. Örgütsel Adalet/Çalışanlarla İlişkiler ile İntikam ve Affetme Davranışı Yapısal Eşitlik Modeli Yol Şeması



Chi-Square=1538.45, df=461, P-value=0.00000, RMSEA=0.076

4.TARTIŞMA

Hemşirelerin örgütsel adalet ve affetme düzeyi ortalama değerin üzerinde, intikam niyeti ise ortalama değerin altında bulunmuştur. Sağlık çalışanları (hekim, hemşire, diğer sağlık çalışanları) ile yapılmış bir çalışmada intikam davranışına eğilim düzeyi orta değerin altında (Kaya ve Parlak, 2020), sağlık çalışanları (ebe, hemşire, diğer sağlık çalışanları) ile yapılan bir diğer çalışmada affetme niyetinin orta, intikam niyetini ise düşük olduğu (Şantaş vd., 2019) ve üniversite, banka, özel hastane, kamu hastanesi, mobilya imalathanesi ve lojistik firması çalışanları ile yapılmış bir çalışmada ise affetme niyetinin yüksek, intikam niyetinin düşük düzeyde olduğu (Akın vd., Ünlü, 2012) bulunmuştur. Çalışmada, cinsiyete göre toplam intikam puanı incelendiğinde, erkeklerin kadınlara oranla daha intikamcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonucu destekleyen birçok çalışmaya rastlanmıştır (Cota-McKinley vd., 2001; Brown, 2004; Nayir, 2015; Saticı vd., 2015; Şantaş vd., 2019; Yılmaz, 2014). Bu bulguların tersine Şahin (2017) çalışmasında kadınların erkeklere göre daha fazla intikam niyeti olduğu sonucuna ulaşmıştır. Şener vd. (2017) ise çalışmalarında intikam niyeti ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark olmadığını saptamışlardır. Günümüz toplumun ataerkil bir yapıya sahip olması; toplumun erkeğe ve kadına yüklediği rolleri farklı kılmaktadır. Erkeklerin intikam düzeyinin yüksek olmasının toplumun erkeklere yüklediği hükmedici rollerden kaynaklandığı düşünülmektedir. Ayrıca bu durum erkeklerin kadınlara oranla saldırgan davranışlara daha yatkın olmaları ile de açıklanabilir. Öyle ki, Sommers vd. (2002)'de erkeklerin çalışma ortamında kadınlara oranla şiddete daha meyilli olduklarını saptamışlardır. Çalışmada örgütsel adalet ve affetme davranışı ile cinsiyet arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Fakat Exline vd. (2004) çalışmalarında kadınların erkeklere oranla daha affedici oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Çetinkaya ve Şener (2016)'in araştırmasında ise erkeklerin kadınlara göre affetme puanlarının yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmada, evli bireylerin bekâr bireylere göre daha affedici oldukları saptanmıştır. Akın vd. (2012)'nin çalışması da bu sonucu desteklemektedir. Bunun nedeni evlilik ile birlikte kişilerin sosyal desteklerinin artması ile daha uzlaşmacı bir yol seçmeleri olabilir. Fakat Şener vd. (2017)'nin yaptığı çalışmada intikam niyeti ile medeni durum arasında anlamlı bir fark olmadığı saptanmıştır. Yaş grupları açısından beş değişken (örgütsel adalet, amirlerle ilişkiler, çalışanlarla ilişkiler, intikam davranışı, affetme davranışı) arasında sadece affetme davranışında gruplar arası fark anlamlı çıkmış olup, en düşük değeri 18-28 yaş grubu, en yüksek değeri ise 40 ve üzeri yaş grubu almıştır. Buna göre en affedici grup 40 ve üzeri yaş grubu olduğu saptanmıştır. 40 ve üzeri yaş grubunun daha affedici olmalarının sebebi, edindikleri deneyimlerin etkisiyle olaylara karşı daha anlayışlı ve olgun yaklaşımlarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Şener vd. (2017)'nin intikam niyeti ile yaş grupları arasında önemli bir fark olduğu ve yaş ortalaması arttıkça intikam niyeti puanları düştüğü sonucuna ulaşmışlardır. Öğrenim düzeyleri açısından ise, beş değişkende de (örgütsel adalet, amirlerle ilişkiler, çalışanlarla ilişkiler, intikam davranışı, affetme davranışı) gruplar arası karşılaştırmada anlamlı bir fark bulunmamıştır. Şahin (2017)'in çalışmasına göre lise mezunları ile üniversite mezunları arasında intikam niyeti açısından anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Üniversite

mezunları, “ara sıra” intikam niyetinde iken, lise mezunları “çok nadir” intikam niyetinde buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Şantaş vd. (2019) çalışmasında, intikam niyetinin ön lisans ve üzeri öğrenim düzeyinde olan sağlık çalışanlarında daha düşük olduğu saptamışlardır. Kıdem açısından yapılan değerlendirmede; 12-22 yıl süre hizmet veren hemşirelerin diğer gruplara göre hem daha affedici hem de intikam düzeyi daha düşük grup olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum 12-22 yıl süre çalışan hemşirelerin diğer kıdem gruplarına göre daha bağışlayıcı olduklarını göstermektedir. Bu durum, söz konusu grubun kişilik özellikleri ve olgunluk seviyesi ile ilişkili olabilmektedir. Çalışma yaşamının sağlıklı bir şekilde yürütülmesinde ve stres yaratan durumlarla baş etmede affedicilik önem arz etmektedir. Şantaş vd. (2019)’nin çalışmasında 9 yıl ve daha az tecrübesi olan sağlık çalışanlarının affetme düzeylerinin düşük olduğu bulunmuştur. Çalışılan birimler açısından değişkenler incelendiğinde, intikam ve affetme davranışlarında gruplar arasında anlamlı farklılıklara ulaşılmamıştır. Bunun yanı sıra, toplam adalet algısı en yüksek grup diğer birimler grubu iken en düşük grup ise cerrahi birimler çıkmıştır. Aynı şekilde, örgütsel adaletin alt boyutları amirlerle ilişkiler ve çalışanlarla ilişkiler değişkenlerine bakıldığında, ikisinde de en yüksek puanı diğer birim grupları alırken en düşük puanı cerrahi birimler almıştır. Buradan ulaşılan sonuç ise cerrahi birim çalışanlarının adalet algısının, dâhiliye ve diğer birim çalışanlarına kıyasla düşük olmasıdır. Bu sonucun cerrahi branşlarda yapılan işin diğer birimlere göre daha kompleks olmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Çalışma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, örgütsel adaletin alt boyutu olan amirlerle ilişkilerin iyi olması, affetme davranışını pozitif yönde %19 etkilerken, intikam davranışını negatif yönde %13 etkilediği görülmüştür. Yine aynı şekilde örgütsel adaletin çalışanlarla ilişkiler alt boyutu, affetme davranışını %16 pozitif yönde, intikam davranışını ise %25 negatif yönde etkilediği saptanmıştır. Bradfield ve Aquino (1999) kişilerarası suçların işlenmesiyle ortaya çıkan onarıcı adalet kavramı; intikam, affetme, iade ve tazminat gibi farklı adalet yapılarını içeren süreçlerden oluştuğunu bildirmektedirler. İntikam davranışı, algılanan adaletsizliğe karşılık olarak, adaletsizliği yapan tarafa zarar verilmesidir. Birey, kendisine zarar veren birey ya da örgütten intikam aldığı anda adaletin yerine getirilerek eşitliğin sağlandığını düşünmektedir. Tripp vd. (2002) mağdurun intikam alabilecek örgütsel desteğe sahip olması ya da saldırganın örgüt yönetimi tarafından cezalandırılmayacağını ve örgütte adaletin sağlanmayacağını düşünmesi gibi durumlarda intikam alma niyetinde olacağını öne sürmektedir. Çünkü mağdurlar temelde saldırganın davranışından dolayı cezalandırılmasını ve böylece adaletin sağlanmasını istemektedir. Adaletin sağlanması durumunda ise genellikle intikam alma niyetinde azalma görülmektedir. Diğer bir deyişle; mağdur örgütteki kural ve düzen anlayışının adil ve etkili olduğunu düşündüğünde intikam alma niyeti azalmaktadır. Buna göre çalışmanın bulgularının literatürdeki bilgilerle örtüştüğü görülmektedir.

Aquino vd. (2006), kamu çalışanı ile yaptıkları çalışmada, adalet algısının yüksek olmasının intikam ile negatif, affetme ve uzlaşma ile pozitif ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Hung vd. (2009) çalışanların haksız bir durumla karşılaştıklarında ve iş arkadaşlarının haksız olduğunu

algıladıklarında intikam hedeflerini aramaya çalıştıklarını göstermişlerdir. Gollwitzer vd. (2011), haksızlık sonucu mağdur olan bireylerin intikam aldıkları zaman karşı tarafın acı çekmesinden tatmin olduklarını vurgulamışlardır. Lucas vd. (2010) ise çalışmalarında adaletin dolaylı olarak affetmeyle olumlu yönde %22 ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır. Çalışmanın sonuçları ile bahsedilen çalışmaların sonuçları paralellik göstermektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada örgütsel adaletin, intikam ve affetme davranışları ile ilişkisini incelemek için iki model geliştirilmiş ve modeller doğrulanmıştır. Hemşirelerin örgütsel adalet algılarının affetme davranışını pozitif, intikam niyetini ise negatif yönde etkilediği görülmüştür. Ayrıca erkek hemşirelerin kadınlara göre daha intikamcı; evli hemşirelerin bekarlara göre daha affedici; 40+ yaş grubunun ve 12-22 yıl çalışan grubun diğer gruplara göre daha affedici; cerrahi birimlerin adalet algısının diğer birimlere göre daha düşük olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır.

Elde edilen bu sonuçlar doğrultusunda geliştirilen öneriler aşağıda sunulmuştur;

1) Çalışmada, örgütsel adalet algısı orta düzeyin üzerinde, intikam düzeyi ortalamanın altında çıkmasına rağmen adalet algısının daha da artırılması ve intikam düzeyinin daha da düşürülmesi amacıyla örgüt içerisinde açık iletişime daha çok önem verilmesi, kurum bünyelerinde davranış uzmanlarının bulunması, liyakate önem verilmesi ve konu ile ilgili hizmet içi eğitim programlarının düzenlenmesi önerilmektedir.

2) Kurumsal hafıza, örgütün amaçları için bilginin elde edilmesi, depolanması, erişilmesi ve yeniden kullanılması ile ilgili metotların tamamıdır. İşletmelerde kurumsal hafızanın oluşturulmasının amaçlarından bazıları; karar verme süreçlerine destek olmak, geçmiş uygulama ve çözümlere erişim hızını arttırmak, çalışanlar arasında bilgiyi paylaşmaktır. Kurumlarda yönetici ve yönetimin değişmesi durumlarında yeni yönetimin olumsuz duygu durumuna sahip bireyleri fark etmesi uzun zaman alabilmektedir. Bu durumlara önlem olarak dijital belgelerle kurumsal hafıza oluşturulup, algılanan affetme ve intikam davranışlarıyla alakalı, örgütsel iletişime de katkı sağlayan, davranışsal puanlamaya dayalı elektronik uygulamaların kurumlarda oluşturulması önerilmektedir.

3) Kurum içinde adaletsizlik algısı çalışanlarla ilişkiler boyutunda daha yüksek çıkmıştır. Bu durumda çalışanlar arasında oluşan adaletsizlik algısının giderilmesine yönelik olarak bireylerin şikâyetlerinin dinlenilmesi ve çatışmaların giderilmesine yönelik olarak ise seçilmiş tarafsız arabulucular ile çalışılması önerilmektedir.

4) Çalışmada elde edilen bulgulardan yola çıkılarak erkek hemşirelerin daha intikamcı; evlilerin, 40+ yaş grubunun ve 12-22 yıl çalışan grubun diğer gruplara göre daha affedici; cerrahi birimlerin adalet algısının diğer birimlere göre neden daha düşük olduğuna dair gelecek çalışmalar için nitel çalışmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Abbasoğlu, Ş. (2015). İş görenlerde örgütsel adalet algısı ve örgütsel adaletin çalışanların iş motivasyonu üzerindeki etkisi; bir devlet hastanesi örneği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Atılım Üniversitesi.
- Akın, M., Özdevecioğlu, M. ve Ünlü, O. (2012). Örgütlerde intikam niyeti ve affetme eğiliminin çalışanların ruh sağlıkları ile ilişkisi, *Amme İdaresi Dergisi*, 45(1), 77-97.
- Alpar, R. (2014). *Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik ve Güvenirlik* (3. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aquino, K., Grover, S.L., Goldman, B. ve Folger, R. (2003). When push doesn't come to shove: interpersonal forgiveness in workplace relationships. *Journal of Management Inquiry*, 12(3), 209-216.
- Aquino, K., Tripp, T.M. ve Bies, R.J. (2006). Getting even or moving on? power, procedural justice, and types of offense as predictors of revenge, forgiveness, reconciliation, and avoidance in organizations. *Journal of Applied Psychology*, 91(3), 653-668.
- Bağcı, Z. (2016). Hemşirelerin örgütsel adalet algılarının iş tatminleri üzerindeki etkisini incelemeye yönelik bir araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 330-346.
- Bradfield, M. ve Aquino, K. (1999). The effects of blame attributions and offender likableness on forgiveness and revenge in the workplace. *Journal of Management*, 25(5), 607-631.
- Berry, J.W., Worthington, E.L., O'Conner, L., Parrott, L. ve Waide, N.G. (2005). Forgiveness, vengeful rumination and affective trait. *Journal of Personality*, 73(1), 183-226.
- Brown, R.P. (2004). Vengeance is mine: narcissism, vengeance, and the tendency to forgive. *Journal of Research in Personality*, 38, 576-584.
- Büyüköztürk, Ş., Akgün, O.E., Özkahveci, O., ve Demirel, F. (2004). Güdülenme ve öğrenme stratejileri ölçeğine Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 4(2), 207-239.
- Büyüköztürk, Ş. (2017). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı* (23. Basım). Ankara: Pegem Akademi.
- Cameron, K. ve Caza, A. (2002). Organizational and leadership virtues and the role of forgiveness. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 9(1), 33-48.
- Cota-McKInley, A.L., Woody, W.D., ve Bell, P.A. (2001). Vengeance: effects of gender, age and religious background. *Aggressive Behaviour*, 27, 343-350.

- Cropanzano, R., Bowen, D.E. ve Gilliland, S.W. (2007). The management of organizational justice. *Academy of Management Perspectives*, 21(4), 35-38.
- Çetinkaya, F.F. ve Şener, E. (2016). Çalışma yaşamında affetme eğilimi ve duygusal emek ilişkisi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14, 109-117.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, Y. ve Büyüköztürk, Ş. (2016). *Sosyal Bilimler için Çok Değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL Uygulamaları* (4. Baskı). Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Donovan, M.A., Drasgow, F. ve Munson, L.J. (1998). The perceptions of fair interpersonal treatment scale: the development and validation of a measure of interpersonal treatment in the workplace. *Journal of Applied Psychology*, 83, 680-691.
- Eren, E. (2012). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi* (13. Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Erdem, İ. (2013). Kekeme öğrencilerine ilişkin öğretmen tutumları: bir ölçek geliştirme çalışması. *International Journal of Social Science*, 6(7), 401-416.
- Erkorkmaz, Ü., İtcan, İ., Demir, O., Özdamar, K. ve Sanisoğlu, S.Y. (2013). Doğrulayıcı faktör analizi ve uyum indeksleri. *Journal of Medical Science*, 33(1), 210-223.
- Exline, J.J., Baumeister, R.F., Bushman, B.J., Campbell, W.K. ve Finkel, E.J. (2004). Too proud to let go: narcissistic entitlement as a barrier to forgiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87(6), 894-912.
- Ghasemi, A. ve Zahediasl, S. (2012). Normality test for statistical analyses: a guide for non-statisticians. *International Journal of Endocrinology and Metabolism*, 10(2), 486-489.
- Gollwitzer, M., Meder, M. ve Schmitt, M. (2011). What gives victims satisfaction when they seek revenge? *European Journal of Social Psychology*, 41, 364-374.
- Greenberg, J. (1987). A taxonomy of organizational justice theories. *Academy of Management Review*, 12(1), 9-22.
- Greenberg, J. (1990). Organizational justice: yesterday, today, tomorrow. *Journal of Management*, 16(2), 399-432.
- Hargrave, T.D. ve Sells, J.N. (1997). The development of a forgiveness scale. *Journal of Marital and Family Therapy*, 23(1), 41-62.
- Hukuk Sözlüğü. (t. y.). Adalet 12.12.2018 tarihinde T.C. Adalet Bakanlığı Hukuk Sözlüğü: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=istihdam-issizlik-ve-ucret-108&dil=1> adresinden alındı

- Hung, T.K., Chi N.W. ve Lu, W.L. (2009). Exploring the relationships between perceived coworker loafing and counterproductive work behaviors: the mediating role of a revenge motive. *J Bus Psychol*, 24, 257-270.
- İlköğretim Okulları İçin Türkçe Sözlük (2013). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- İsmail, M.N., Mohideen, M.T.K. ve Togok, S. (2009). Forgiveness and revenge: empirical study of Malaysian business employees. *Contemporary Management Research*, 5(3), 227-258.
- Kaya, Ş.D. ve Parlak, Ş. (2020). Sağlık çalışanlarında intikam davranışlarına eğilim. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 23 (1), 12-22.
- Korucu, A.T. ve Usta, E. (2017). Sosyal medya öğretmen-öğrenci etkileşimi ölçeğinin geliştirilmesi. *İlköğretim Online*, 16(1), 197-216.
- Lucas, T., Young, J.D., Zhdanova, I. ve Alexander, S. (2010). Self and other justice beliefs, impulsivity, rumination, and forgiveness: justice beliefs can both prevent and Promote forgiveness. *Personallity and Individual Differences*, 49, 851-856.
- McCullough, M.E., Worthington, E.L. ve Rachal, K.C. (1997). Interpersonal forgiving in close relationship. *American Psychological Association*, 73(2), 321-336.
- McCullough, M.E., Bellah, C.G. ve Kilpatrick, J.L. (2001). Vengefulness: relationships with forgiveness, rumination, well-being, and the big five. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 27(5), 601-610.
- Nahcivan, N. (2015). *Nicel Araştırma Tasarımları içinde Hemşirelikte Araştırma*. S. Erdoğan, N. Nahcivan, N. Esin (Ed). İstanbul: Nobel Tıp Kitabevleri.
- Nayir, K.F. (2015). Öğretmen adaylarının öç alma davranışına ilişkin görüşleri. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(11), 1205-1216.
- Özkalp, E. ve Kırel, Ç. (2016). *Örgütsel Davranış* (6.Baskı). Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Özmen, Ö.N.T., Arbak, Y. ve Özer, P.S. (2007). Adalet verilen değer in adalet algıları üzerindeki etkisinin sorgulanmasına ilişkin bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 7(1), 17-33.
- Palanski, M.E. (2012). Forgiveness and reconciliation in the workplace: a multi-level perspective and research agenda. *Journal of Business Ethics*, 109(3), 275-287.

- Parker, R.J. ve Kohlmeyer, J.M. (2005). Organizational justice and turnover in public accounting firms: a research note accounting. *Organizationtions and Society*, 30, 357-369.
- Robbins, S.P. ve Judge T.A. (2013). *Organizational Behavior (Örgütsel Davranış)*, (İ. Erdem, Çev. Ed). İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Rye, M.S. ve Pargament, K.I. (2002). Forgiveness and romantic relationships in college: can it heal the wounded heart? *Journal of Clinical Psychology*, 58, 419– 441.
- Sarıçam, H. ve Akın, A. (2013). Affedicilik ölçeğinin Türkçe uyarlaması: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19, 37-46.
- Satıcı, S.A., Can, G. ve Akın, A. (2015). İntikam ölçeği: Türkçe'ye uyarlama çalışması. *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 16(1), 37-43.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H. ve 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.
- Sommers, J.A., Schell, T.L. ve Vodanovich, S.J. (2002). Developing a measure of individual differences in organizational revenge. *Journal of Business and Psychology*, 17(2), 207-222.
- Shteynberg, G. (2005). The cultural psychology of revenge in the Unites States and South Korea, Master of the Arts, PhD Thesis, University of Maryland.
- Seçer, İ. (2015). *Psikolojik Test Geliştirme ve Uyarlama Süreci* (1. Basım). Ankara: Anı Yayıncılık.
- Seymen Çakar, A. (2013). Adalet mülkün temeli midir? *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 106, 261-276.
- Stuckless, N. ve Goranson, R. (1992). The vengeance scale: development of measure of attitudes toward revenge. *Journal of Social Behavior and Personality*, 7(1), 25-42.
- Şahin, S. (2017). Örgütlerde mağduriyet algılamasının intikam niyeti ve affetme üzerindeki etkisi: bir uygulama. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Erciyes Üniversitesi.
- Şahin, R. ve Kavas, R. (2016). Örgütsel adalet ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin belirlenmesinde öğretmenlere yönelik bir araştırma: Bayat örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(14), 119-140.

- Şantaş, G., Akbolat, M. ve Sağlam, H. (2019). Sağlık çalışanlarında örgütsel affetme ve örgütsel dedikodunun intikam niyeti üzerindeki etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 36, 131-148.
- Şener, E., Çetinkaya, F.F., ve Akkoca, Y. (2017). Hidden side of the employee relations: the relationship between impression management and revenge intention. *International Journal of Business and Management Invention*, 6(7), 73-84.
- Şimşek, Ö.F. (2007). *Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş Temel İlkeler ve LISREL Uygulamaları* (1. Basım). Ankara: Ekinox Yayıncılık.
- Tekin, G. (2019). Örgütsel adaletin, intikam ve affetme davranışları ile ilişkilendirilmesi: hemşireler üzerinde bir uygulama. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi.
- Tripp, T.M., Bies, R.J. ve Aquino, K. (2002). Poetic justice or petty jealousy? The aesthetics of revenge. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 89, 966-984.
- Tyler, T.R., ve Blader, S. (2003). The group engagement model: procedural justice, social identity, and cooperative behavior. *Personality and Social Psychology Review*, 7(4), 349-361.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2016). İstatistik Veri Portalı. 01.11.2017 tarihinde TÜİK: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=istihdam-issizlik-ve-ucret-108&dil=1> adresinden alındı
- Wasti, S.A. (2001). Örgütsel adalet kavramı ve tercüme bir ölçeğin Türkçe’de güvenilirlik ve geçerlik analizi. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 1, 33-50.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2014). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (4. Basım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, Ö.D. (2014). Algılanan mağduriyetin affetme eğilimi ve intikam niyeti üzerindeki etkisi: konaklama işletmeleri çalışanlarına yönelik bir araştırma. *AKÜ İİBF Dergisi*, 16(1), 87-105.



ÖRGÜTSEL GÜÇSÜZLÜĞÜN İŞ TATMİNİ VE İŞTEN AYRILMA NİYETİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ*

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL POWERLESSNESS ON JOB SATISFACTION AND INTENTION TO LEAVE THE ORGANIZATION

Elif BİLGİNOĞLU¹, Uğur YOZGAT²



1. Dr., Bağımsız Araştırmacı, İstanbul, elifb@ada.net.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1481-0170>
2. Prof. Dr., Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, ugur.yozgat@nisantasi.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-9893-3551>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
12.09.2020 09.12.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
05.03.2021 03.05.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.794018>

* Bu çalışma 01-02 Kasım 2019 tarihinde, 7. Örgütsel Davranış Kongresi'nde sunulan sözel bildirinin genişletilmiş ve güncellenmiş halidir.

Öz

Güç, örgütsel davranış ve örgüt teorisinde kesinlikle en önemli bilimsel araştırma alanlarından biridir. Bu yüzden de çeşitli araştırmalarda, farklı teorik bakış açılarıyla incelenmiştir. Her biri gücün farklı yönlerine odaklanan bu yaklaşımlar, örgütlerde güç üzerine olan kavrayışımıza katkıda bulunmuşlardır. Ancak literatür tarandığında, güç üzerine olan araştırmaların örgütlerde güçsüzlüğü göz ardı etmekte oldukları görülmektedir. Oysa örgütlerde güçsüzlük, pek çok kişi tarafından yaşanan temel bir durumdur ve bu konunun detaylı bir şekilde araştırılması önem taşımaktadır. Bu araştırma örgütlerde güçsüzlük üzerine teorik bir çerçeve sunuyor olması yanı sıra, örgütlerde güçsüzlüğün iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışmayı da içermektedir. Bu amaçla İstanbul'da çalışan 276 kişi üzerinde anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçları örgütlerde güçsüzlüğün iş tatmini üzerinde negatif, işten ayrılma niyeti üzerinde ise pozitif etkisi olduğunu, bununla birlikte iş tatmininin örgütlerde güçsüzlük ve işten ayrılma niyeti arasında aracı değişken etkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Örgütlerde Güç, Örgütsel Güçsüzlük, İş Tatmini, İşten Ayrılma Niyeti.

Abstract

Power is certainly one of the most important areas of scientific research in organizational behavior and organizational theory. Therefore, it has been examined in various researches from different theoretical perspectives. These approaches, each focusing on different aspects of power, have contributed to our understanding of power in organizations. However, when the literature is reviewed, it is seen that the researches on power ignore the powerlessness in organizations. Nevertheless, powerlessness in organizations is a fundamental situation experienced by many and it is important to investigate this issue in detail. In addition to providing a theoretical framework on organizational powerlessness, this study includes a study examining the impact of organizational powerlessness on job satisfaction and intention to leave. For this purpose, 276 people working in Istanbul were surveyed. The results of the study reveal that powerlessness in organizations has a negative effect on job satisfaction and a positive effect on intention to leave, whereas job satisfaction has a mediating effect on the relationship between organizational powerlessness and intention to leave.

Keywords: Power in Organizations, Organizational Powerlessness, Job Satisfaction, Intention to Leave.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

Power is certainly one of the most important areas of scientific research in organizational behavior and organizational theory. Therefore, it has been examined in various researches from different theoretical perspectives. These approaches, each focusing on different aspects of power, have contributed to our understanding of power in organizations. However, when the literature is reviewed, it is seen that the researches on power ignore the powerlessness in organizations. Nevertheless, powerlessness in organizations is a fundamental situation experienced by many and it is important to investigate this issue in detail. Powerlessness in organizations is a fundamental situation experienced by many and it is important to investigate this issue in detail. In addition to providing a theoretical framework on organizational powerlessness, this study includes a study examining the impact of organizational powerlessness on job satisfaction and intention to leave.

Research Questions

Does organizational powerlessness have a negative effect on job satisfaction? Does job satisfaction have a negative effect on intention to leave the organization? Does organizational powerlessness have a positive effect on intention to leave the organization? Does job satisfaction have a mediating effect on the relation between organizational powerlessness and intention to leave the organization?

Literature Review

Powerlessness is defined as "the expectancy or the probability held by the individual that his own behavior cannot determine the occurrence of the outcomes, or reinforcements, he seeks" (Seeman, 1959) or "perception that one's own actions will not significantly affect an outcome; a perceived lack of control over a current situation or immediate happening" (North American Nursing Diagnosis Association as cited in Dunn, 1998) or "the perceived threat of the occurrence of various events that would negatively affect an individual's total job" (Ashford, et al., 1989). Powerlessness can be considered as the absence of complete authority or status to affect how others will act toward others (Jashinsky and Smothers, 2008). Given the many factors influencing one's sense of power, individuals are likely to often experience both states of power and powerlessness in their everyday life (Dubois, 2011). Considering the pyramid shaped power hierarchies in organizations, experiencing powerlessness tends to be a more common psychological state than feeling powerful (Schaerer et al., 2018). Powerlessness implies that the employees neither control the work process nor do they participate in organizational decision making (Bacharach and Aiken, 1979). The sense of powerlessness is responsible for a whole host of organizational and social problems. Low productivity, poor quality, sabotage, labor turnover, absenteeism, alcoholism, and job stress are all organizational consequences of employees who feel powerless (Johnson as cited in Lashley and Lee-Ross, 2003).

Methodology

Considering previous theories and research, the researchers propose the following hypotheses: H1: Organizational powerlessness has a negative effect on job satisfaction. H2: Job satisfaction has a negative effect on intention to leave the organization. H3: Organizational powerlessness has a positive effect on intention to leave the organization. H4: Job satisfaction has a mediating effect on the relation between organizational powerlessness and intention to leave the organization. This study was conducted in Istanbul on white collar participants working in various sectors. 550 questionnaires were collected. After deleting the semi-filled ones 276 remained to analyze. The group consisted of 154 women (55.8 %) and 122 men (44.2 %). The mean age of the respondents is 30.88 and the mean of tenure 8.55. Most of the participants (39.1 %) have a university degree, whereas 19.2 % have a vocational school qualification, and 34.1 % have a high school degree. The data obtained was analyzed using SPSS and LISREL. The reliability of the questionnaire is high where Cronbach's Alpha value of it was found 0.908 (Kalaycı, 2009). The questionnaires are rated with a six-point scale ranging from 1 (totally agree) to 6 (totally disagree). Organizational powerlessness is measured using the 3 items developed by Bell and Khoury (2016). Since the researchers modified the measure and divided one of the items into two different items, the measure is represented with 4 items in the questionnaire form. Job satisfaction is measured using the 3 items developed by Dubinsky and Harley (1986). Intention to leave the organization is measured using the 3 items developed by Blau (1989).

Results and Conclusions

The results of the study reveal that powerlessness in organizations has a negative effect on job satisfaction and a positive effect on intention to leave, whereas job satisfaction has a mediating effect on the relationship between organizational powerlessness and intention to leave. Understanding the psychology of powerlessness can help leaders to activate employees. Thus, the leaders who consider new directions should embrace an organizational culture that grows the power pie and try to avoid putting the employees in a position where they feel they have no power. Since people who feel powerless have many reasons to avoid conflict, the onus is on those in power to make sure they are treating people with fairness and respect.

1. GİRİŞ

Güç, örgütsel davranış ve örgüt teorisinde kesinlikle en önemli bilimsel araştırma alanlarından biridir (Rahim, 2009). Güç, tüm sosyal bağlamlarda, örgütlerde ve gruplarda kilit bir rol oynamaktadır. Örgütler hiyerarşik yapıları, birbirine bağlı ilişkileri ve tarafların potansiyel hedef uyuşmazlıkları ile güç süreçlerinin ortaya çıktığı başlıca alanları oluşturmaktadırlar (Tjosvold ve Wisse, 2009). Diğer temel örgütsel olgular gibi güç de yıllar boyunca çeşitli teorik bakış açılarıyla incelenmiştir. Her biri gücün farklı yönlerine odaklanan bu yaklaşımlar, örgütlerde güç üzerine olan kavrayışımıza katkıda bulunmuşlardır (Coleman ve Voronov, 2005). Güç üzerine olan araştırmalar gücün sonuçları üzerine odaklanmış (Foult vd., 2019) ve nesnel ve/veya öznel güçsüzlüğü göz ardı etmişlerdir. Oysa güçsüzlük pek çok kişi tarafından yaşanan temel bir durumdur (Treadway vd., 2017) ve çalışanlar arasında yaygın bir şekilde deneyimlenmektedir (Foult vd., 2019). Bu çalışmanın amacı, örgütlerde güçsüzlüğün iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini incelemektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Örgütsel Güçsüzlük

Güç “kaynakları temin etmek ya da elde tutmak ya da cezalar uygulamak yoluyla diğerlerinin durumlarında değişiklik yapmak konusunda bireyin görece kapasitesi” olarak tanımlanmaktadır (Keltner vd., 2003). Fazla güce sahip olmak göreceli olarak daha fazla kaynak üzerinde kontrol sahibi olmaya işaret etmekteyken, az güce sahip olmak değerli kaynaklar üzerinde göreceli olarak daha az kontrol sahibi olmaya karşılık gelmekte (Schaerer vd., 2018; Shirako, 2011; van der Toorn vd., 2015) ve güçlü kişiler başkalarının durumlarında değişiklik yapma kapasitesine sahipken güçsüz kişiler başkalarının durumlarında değişiklik yapma kapasitesine sahip olmamaktadırlar (Hiemer ve Abele, 2012). Güçsüz kişiler, güçlü kişilerle karşılaştırıldıklarında hem fiziksel (ör. maddi zenginlik) hem de sosyal ödüllere (ör. tanınma) daha az erişim sağlamaktadırlar (Rucker ve Galinsky, 2008). Güçlü kişiler ne istiyorlarsa yapabilecekleri için şanslı görünürlerken, güçsüz kişiler sınırlamalara ve başkalarının denetimine maruz kalmaktadırlar. Bunun sonucunda, güçlü kişilerin eylemleri güçsüz kişilerin eylemlerinden farklı olarak yorumlanmaktadır. Güç sahibi kişinin kendi eylemini amaçladığı varsayılabilirken, güçsüz kişinin basitçe durum ya da daha güçlü bir taraf etkisiyle harekete geçmek zorunda kaldığı varsayılmaktadır (Overbeck vd., 2006). Güçlü kişiler aktif bir şekilde angaje olmuş ve önderlik eden dinamik kişilerken, güçsüzler pasif, risk karşıtı ve cansız görünmekte ve başkalarını takip etmeyi beklemektedirler (Guinote ve Lammers, 2016).

Dünya genelinde gücün satın alma gücü artık eskisi kadar fazla değildir. Aslında, güç yıpranmaktadır: Kazanması daha kolay, fakat kullanımı zor ve kaybetmesi çok daha kolaydır (Naim, 2013). “Bireyin kendi davranışının, peşinde koştuğu sonuçların ya da desteklerin oluşumunu belirleyemediği beklentisi ya da olasılığı” (Seeman, 1959), “kişinin, kendi eylemlerinin bir sonucu

önemli ölçüde etkilemeyeceğine dair algısı; mevcut bir durum ya da acil bir olay üzerinde algılanan kontrol eksikliği” (North American Nursing Diagnosis Association’dan akt. Dunn, 1998) ya da “bir bireyin işyerindeki tehditleri engelleme kabiliyetine sahip olamayabileceği algısı” olarak tanımlanan güçsüzlük (Ashford vd., 1989), birilerinin diğerlerine karşı nasıl davranacağını etkilemek konusunda tam bir otorite ya da statü eksikliği olarak da değerlendirilebilir (Jashinsky ve Smothers, 2008).

Kişilerin güç hissini etkileyen birçok faktör göz önüne alındığında, günlük yaşamda hem güç hem de güçsüzlük durumlarının deneyimlenme olasılığının yüksek olduğu söylenebilir (Dubois, 2011). Örgütlerde ise, çoğu örgütün sahip olduğu piramit benzeri yapı, güçsüzlüğün deneyimlenmesini gücün deneyimlenmesinden daha sık rastlanmasını olası kılmaktadır (Schaerer vd., 2018). Güçsüzlük, çalışanların iş sürecini kontrol etmediklerine ve örgütsel karar alma sürecine katılmadıklarına işaret etmektedir (Bacharach ve Aiken, 1979). Güçsüzlük örgütlerde makine, aletler ve ürüne sahip olma gücünden, genel yönetim politikasında etkin olmaktan, beraber çalışacağı, üretimi beraber yapacağı kişileri seçme gücünden ve halen yapmakta olduğu işi kontrol etme gücünden yoksun olma şeklinde ortaya çıkmaktadır (Blauner’dan akt. Şenturan, 2007). Güçsüzlük duygusu birçok örgütsel ve sosyal soruna sebep olmaktadır. Düşük verimlilik, düşük kalite, sabotaj, iş gücü devir hızı, devamsızlık, alkolizm ve iş stresi, kendilerini güçsüz hisseden çalışanların örgütsel sonuçlarıdır (Johnson’dan akt. Lashley ve Lee-Ross, 2003).

2.2. İş Tatmini

İş tatmini “kişilerin işlerini ne ölçüde sevdikleri” olarak tanımlanmaktadır (Spector, 1997). Çalışanların işyerinde bir hâkimiyet ya da sese sahip olmamaları hissi, mutsuzluk ve öfkeye sebep olmaktadır (Booth, 2017). Örgütlerde bireyler; güçsüzlük duygusuyla yalnız başlarına bir şey yapamayacakları ve başaramayacakları duygusuna kapılmaktadırlar (Tanrıverdi ve Kılıç, 2016). Kişinin kendini sürekli güçsüz hissetmesi, çaresizlik algılarına yol açmakta, bu yüzden de öğrenilmiş çaresizlik gücün bir alt kümesini oluşturmaktadır (Rucker ve Galinsky, 2008). Güçsüzlük duygusu, moral bozucu olması yanı sıra kişinin işverenine ve işle ilgili sorumluluklarına bağlılığının azalmasına neden olabilmektedir (Boriack, 1994). Güçsüzlük en iyi ihtimalle kişinin motivasyonunu düşürürken, en kötü ihtimalle isyan ve sabotaja sebep olmaktadır (Bushe, 1998). Güçsüzlük algısı yüksek olan çalışanların iş tatminleri düşüktür (Tutar, 2010).

2.3. İşten Ayrılma Niyeti

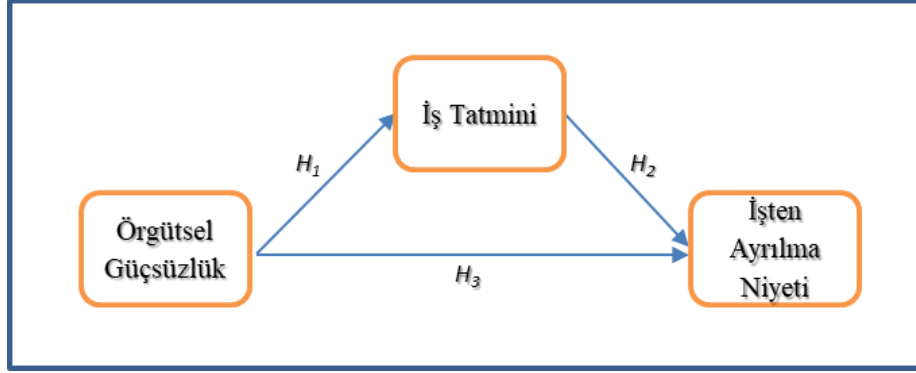
İşten ayrılma niyeti “bir çalışanın gönüllü olarak iş veya kurum değiştirme niyeti” (Schyns vd., 2007) olarak tanımlanmaktadır. Kişiler tamamen güçsüz olmanın özellikle nefret verici olduğunu düşünmektedirler (Handgraaf vd., 2008). Çok az sayıda çalışan, işyerlerinde ve örgütlerinde güçsüz kalmaktan hoşlanır (Robbins ve Judge, 2018). Güçsüz hissetmek, kişilerin bu durumu hafifletmeye ya da değiştirmeye çalışmasına yol açacak kaçınılmaz bir durum oluşturmaktadır (Rucker ve Galinsky, 2008). Güçsüzlük algısı yüksek olan çalışanların, işten ayrılma niyetleri yüksek olacaktır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Model ve Hipotezler

Literatürde yer alan araştırmalardan yola çıkarak, açıklanan kavramlar sonucunda bu araştırmada geliştirilmiş olan teorik model Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1. Araştırma Modeli ve Hipotezler



Araştırma hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H1: Örgütsel güçsüzlük, iş tatmini üzerinde negatif bir etkiye sahiptir.

H2: İş tatmini, işten ayrılma niyeti üzerinde negatif bir etkiye sahiptir.

H3: Örgütsel güçsüzlük, işten ayrılma niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H4: İş tatmini, örgütsel güçsüzlük ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide aracı değişken role sahiptir.

3.2. Örneklem

Araştırma için gerekli olan veriler yapılandırılmış anketler 01.06.2019 tarihinden itibaren İstanbul’da çalışan 550 beyaz yakalı çalışana kartopu örnekleme yöntemiyle dağıtılmıştır. 15.08.2019 tarihine kadar değerlendirilebilir 293 anket elde edilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen anketlerden 17’sinde eksiklik olduğu gözlenerek kapsam dışı bırakılmıştır. Elde edilen veriler SPSS ve LISREL istatistik paket programlarıyla analiz edilmiştir. Tüm soruların güvenilirlik analizi sonucu Cronbachs’ Alpha değeri 0,908 olduğu için anket çok güvenilir olarak kabul edilmiştir (Kalaycı, 2009).

3.3. Ölçüm Araçları

Yapılan çalışmada tüm ifadeler “(1) Katılmıyorum”dan “(6) Katılıyorum”a uzanan 6’lı dereceleme ile ölçülmüştür.

3.3.1. Örgütsel Güçsüzlük

Örgütsel güçsüzlüğü ölçmek üzere Bell ve Khoury (2016) tarafından geliştirilen 3 soruluk “Örgütsel Güçsüzlük Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçekte yer alan son soru ikiye bölünerek 2 farklı soru olarak yöneltildiği için, ölçek çalışmada 4 soru olarak yer almaktadır.

3.3.2. İş Tatmini

İş tatminini ölçmek üzere Dubinsky ve Harley (1986) tarafından geliştirilen 3 soruluk “İş Tatmini Ölçeği” kullanılmıştır.

3.3.3. İşten Ayrılma Niyeti

İşten ayrılma niyetini ölçmek üzere Blau (1989) tarafından geliştirilen ve 3 sorudan oluşan “İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği” kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Katılımcıları tanımaya yönelik olarak demografik sorulara verilen yanıtlar frekans analizine tabi tutulmuştur; katılımcıların %55,8'i kadın ve %44,2'si erkek; %53,3'ü bekâr ve %46,7'si evli olup, %34,1'i lise, %19,2'si yüksekokul, %39,1'i üniversite, %7,2'si yüksek lisans ve %0,4'ü doktora eğitimine sahiptir. Katılımcıların yaş ortalaması 30,88 iken; toplam çalışma hayatlarının ortalaması da 8,55 yıldır.

Keşfedici faktör analizi sonuçlarına göre değişkenler öngörüldüğü şekilde örgütsel güçsüzlük, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti faktörleri altında toplanmıştır. Faktör yükleri 0,50'den düşük olan soru bulunmadığından faktör analizine 10 madde ile devam edilmiştir. Belirlenen faktörler toplam varyansın %86,94'ünü açıklamaktadır (Tablo 1).

Güvenilirlik katsayısı Cronbach alpha değerleri 0,84 ile 0,90 arasında değişmektedir. Güvenilirlik için ayrıca birleşik geçerlilik (CR: composite reliability) ve AVE değerleri irdelenmiştir; tüm değerler tavsiye edilen 0,50'nin ve birleşik geçerlilikler 0,70'in üzerinde olduğu görülmüştür (Tablo 1).

3 değişkenin (Örgütsel güçsüzlük, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti) ayrışım (discriminant) geçerliliği LISREL programı ile test edilmiştir. 3 değişkenli model iyi bir uyum göstermektedir ($\chi^2(32) = 115,795$; $\chi^2/df = 3,61$; IFI = 0,969; CFI = 0,969; NNFI = 0,0957; SRMR = 0,030; RMSEA = 0,079). Çeşitli alternatif modeller denenmiş, ancak diğerleri daha düşük uyum göstermiş veya uyum göstermemiştir.

Normal dağılımı test etmek için değişkenlerin basıklık ve çarpıklık değerleri hesaplanmıştır. Basıklık değerleri -0,258 ile 0,646, çarpıklık değerleri -0,665 ile -1,072 arasında değişmektedir ve kabul sınırları içinde yer almaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2013).

Tablo 1. Faktör Boyutları, Std. Faktör Yükleri, CR ve AVE Değerleri

İfadeler	Faktör Yükleri			CR	AVE
	ÖG	İAN	İT		
Çalıştığım kurumda kariyerimin aldığı yön üzerinde çok az etkim vardır.	0,881				
Çalıştığım kurumda yaptığım işin aldığı yön üzerinde çok az etkim vardır.	0,877				
Çalıştığım kurumda olanları bir kişinin gerçekten etkileyebileceğini düşünmek saf bir şekilde umut beslemektir.	0,863			0,923	0,750
Çalıştığım kurum güç sahibi birkaç kişi tarafından yönetilmektedir ve çalışanların bu konuda yapabileceği fazla bir şey yoktur.	0,842				
İşimde yaptığım şeylerden memnunum.			0,947		
Genellikle işimde kendimi tatmin olmuş hissetmekteyim.			0,925	0,948	0,860
İşimi yaparken hissettiğim başarı duygusu genellikle beni tatmin eder.			0,909		
Başka bir iş aramaya niyetliyim.		0,935			
Bu işten ayrılmayı düşünüyorum.		0,921		0,946	0,854
Bu işi bırakmaya niyetliyim.		0,916			
<i>Açıklanan Varyans (%)</i>	32,06	27,73	27,15		
<i>KMO = 0,822, Barlett's Küresellik Testi: $\chi^2 = 2.716,403$, $df = 45$, $sig. = 0,000$</i>					

Ortalamalara bakıldığında, katılımcıların örgütsel güçsüzlük, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti boyutlarının 2,55 ile 3,97 arasında değerlere sahip olduğu görülmektedir. Değişkenlere ait standart sapma değerleri 1,37 ile 1,57 arasında hesaplanmış olup, bu değerler arasındaki değişkenlik miktarının, geçerli analiz yapılması için yeterli seviyede olduğunu göstermektedir (Alpkan vd., 2005; Yılmaz, 1999). Korelasyon katsayıları incelenecek olursa, örneklem bağlamında değişkenler arasında %5 hata oranıyla anlamlı ve güçlü bire bir ilişkiler olduğu görülmektedir ($r = 0,315^{***}$ ile $0,450^{***}$ arasında değerler almaktadır). Örgütsel güçsüzlük ile işten ayrılma niyeti birbiriyle en güçlü ilişkiye sahiptir (Tablo 2).

Tablo 2. Değişkenlerin Ortalama, Standart Sapma, Korelasyon ve Güvenilirlik Değerleri

	Ortalama	Std. Sapma	ÖG	İT	İAN
ÖG	3,04	1,37	(0,916)		
İT	3,97	1,57	-0,315 ^{***}	(0,944)	
İAN	2,55	1,55	0,450 ^{***}	-0,328 ^{***}	(0,959)

ÖG: Örgütsel Güçsüzlük, İT: İş Tatmini, İAN: İşten Ayrılma Niyeti

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$ ve *** $p < 0,001$,

Cronbach Alpha değerleri parantez içinde gösterilmiştir, N = 276

Araştırmanın hipotezlerini test etmek için regresyon analizleri ve hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmanın 1. hipotezinde (H1) örgütsel güçsüzlüğün iş tatmini negatif yönde etkileyeceği öngörülmekteydi. Bu hipotezin test edilmesine yönelik yapılan regresyon analizi sonucunda, örneklem bağlamında, örgütsel güçsüzlüğün iş tatmini üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu ($\text{Std.}\beta = -0,325^{***}$) ve değişimi %10,0 oranında açıkladığı görülmektedir. Bu durumda 1. hipotez (H1) doğrulanmıştır.

Araştırmanın 2. hipotezinde (H2) iş tatmininin işten ayrılma niyetini negatif yönde etkileyeceği öngörülmektedir. Bu hipotezin test edilmesine yönelik yapılan regresyon analizi sonucunda, örneklem bağlamında, iş tatmininin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu (Std.β=-0,328***) ve değişimi %10,7 oranında açıkladığı görülmektedir. Bu durumda 2. hipotez (H2) doğrulanmıştır.

Araştırmanın 3. hipotezinde (H3) örgütsel güçsüzlüğün işten ayrılma niyetini pozitif yönde etkileyeceği öngörülmektedir. Bu hipotezin test edilmesine yönelik yapılan regresyon analizi sonucunda, örneklem bağlamında, örgütsel güçsüzlüğün işten ayrılma niyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu (Std.β=0,450***) ve değişimi %20,3 oranında açıkladığı görülmektedir. Bu durumda 3. hipotez (H3) doğrulanmıştır.

Araştırmanın 4. hipotezinde (H4), iş tatmininin örgütsel güçsüzlük ve işten ayrılma niyeti ilişkisinde aracı değişken etkisi öngörülmektedir. Bu hipotezlerin test edilmesi için Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen ara değişken regresyon analizleri (mediated regression analysis) uygulanmıştır. Örneklem bağlamında iş tatmini örgütsel güçsüzlük ile birlikte bağımsız değişken olarak modele dâhil edildiğinde modelin açıklayıcılığı anlamlı bir şekilde artmakta (%35,0), örgütsel güçsüzlük ve iş tatmini beraber modele girmekte ve tek başına olan etkileri azalmaktadır (β=0,385***/-0,206***). Ortaya çıkan aracılık etkisinin anlamlılığı için de Sobel (1982) testi uygulanmıştır. Bu sonuç da Baron ve Kenny'nin ara değişken tanımına göre iş tatmininin, örgütsel güçsüzlük ve işten ayrılma niyeti arasında kısmi aracı değişken vazifesi gördüğünü göstermektedir. Bu durumda 4. hipotez (H4) doğrulanmıştır.

Tablo 3. Değişkenler Arası Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Sobel Testi Sonuçları

Değişkenler	R ²	Düz. R ²	ΔR ²	F	Std. B	Tolerans	VIF	Sobel	H
<i>ÖG</i> → <i>İT</i>	0,100	0,096		30,284***	-0,325***				H ₁ ✓
<i>İT</i> → <i>İAN</i>	0,107	0,104		32,976***	-0,328***				H ₂ ✓
<i>ÖG</i> → <i>İAN</i>	0,203	0,200		69,597***	0,450***				H ₃ ✓
<i>ÖG</i> → <i>İAN</i>	0,241	0,235	0,035	13,782***	0,385***	0,900	1,111	3,873***	H ₄ ✓
<i>İT</i> → <i>İAN</i>					-0,206***				

5. SONUÇ

Güç, örgütler ve gruplarda ve hatta tüm sosyal bağlamlarda kilit bir rol oynamaktadır. Örgütler; hiyerarşik yapıları, birbirine bağlı ilişkileri ve tarafların potansiyel hedef uyuşmazlıkları ile güç süreçlerinin ortaya çıktığı başlıca alanları oluşturmaktadırlar (Tjosvold ve Wisse, 2009). Yeni bir örgüte katılan bir çalışanın algıladığı ilk şeylerden biri muhtemelen karmaşık bir güç ilişkileri sistemi olacaktır (Anicich ve Hirsh, 2017).

Araştırma sonuçları örgütlerde güçsüzlüğün iş tatmini üzerinde negatif, işten ayrılma niyeti üzerinde ise pozitif etkisi olduğunu ve iş tatmininin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif etkisi olduğunu, bununla birlikte iş tatmininin örgütlerde güçsüzlük ve işten ayrılma niyeti arasında aracı değişken etkisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırma sonuçlarının örgütlerde güçsüzlüğün iş tatmini üzerinde negatif etkisi olduğuna dair sonuçları Tutar'ın (2010) güçsüzlük algısı yüksek olan çalışanların iş tatminlerinin düşük olduğuna dair çalışma bulgularıyla uyumluluk göstermektedir.

Araştırma sonuçları aynı zamanda örgütlerde güçsüzlüğün işten ayrılma niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Her ne kadar Van Dijk ve Vermunt (2000) güçsüzlüğün bazen yarar sağladığını iddia ediyor olsalar da günümüzde örgütler, maddi olmayan bir varlık olduğu için, bilançoda karşılığında bir değer atamanın mümkün olmadığı insan sermayesinin aslında en önemli varlıkları olduğunun farkına varmış durumdadırlar. Günümüzün inovasyon güdümlü, yetenek odaklı ve bilgi tabanlı ekonomisinde insan sermayesi yönetimi ön plana çıkmış durumdadır ve örgütler çalışanlarının eğitim ve gelişimi konusunda önemli yatırımlar yapmaktadırlar (Leddy, 2017). Çalışanların işten ayrılmalarının bir örgüte direkt ve indirekt maliyetleri söz konusudur. Çalışanların işten ayrılma niyetlerini artıracak faktörlerin ortaya koyulması ve çalışan devir hızının bu şekilde düşürülmesi adına adımlar atmak, örgütlerin bu tür maliyetlerini azaltmasına yardımcı olacaktır (Arnold, 2016). Daha önce yapılan araştırmalar işten çıkarmaların yaşandığı örgütlerde, iş kaybı tehdidinin çalışanlar arasında hem aktif (ör. iş arama), hem de pasif (kaçınma) tepkilere yol açtığını ancak güçsüzlük algısının harekete geçme olasılığını azalttığını ortaya koymaktadır (Stock, 2001).

Araştırma sonuçlarının iş tatmininin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif etkisi olduğuna dair sonuçları Lai ve Chen'in (2012), Lee vd.'nin (2017) ve Liu vd.'nin (2019) çalışma bulgularıyla uyumluluk göstermektedir.

Lammers ve Galinsky (2009) araştırmacıların güçsüzlere nasıl ilham verilebileceğini keşfetmeleri gerektiğini ileri sürmektedirler. Gerçek liderlik başkalarının gücünü bastırarak yerine güçlerini bulmalarına yardımcı olmayı gerektirmektedir. Bastırma endüstriyel, idari ya da yaratıcı olabilmek üzere farklı biçimlerde ve her çalışma ortamında ortaya çıkabilmektedir. Çalışanların kendilerini ezilmiş ve yerle bir edilmiş hissetmelerini sağlayan yönetsel etkileşimler yaşamaları çok yaygın bir hal almıştır (Kislik, 2012). Diğer kişilerle bir araya gelerek bir takım oluşturmak, güçsüzlerin güçlülerce istismar edilmeye karşı kendilerini savunmaları için etkili bir strateji oluşturmaktadır (Guinote ve Lammers, 2016; Keltner vd., 2008).

Güçsüzlüğün çaresinin özerkliğin artırılması ya da güçlendirme olduğu ileri sürülmekte (Blauner'den akt. Nelson ve O'Donohue, 2006), bununla birlikte kişinin coşkusu ve cesaretiyle diğer kişileri güçlendirerek kendinin de güçlendirilmiş olacağı ileri sürülmekte ve bu şekilde güçsüzlüğün üstesinden gelinebileceği önerilmektedir (Naylor, 2011). Güçlendirme "güçsüzlüğü besleyen koşullar belirlenerek, biçimsel örgütsel uygulamalar ve etkinlik bilgisi sağlayan biçimsel olmayan tekniklerle bunların ortadan kaldırılması yoluyla örgüt üyeleri arasında öz-yeterlilik duygularının artırılması süreci" olarak tanımlanmaktadır (Conger ve Kanungo, 1988). Güçlendirilmiş çalışanların daha fazla kontrol sahibi hissetmeleri, daha büyük bir kişisel güç hissi yanı sıra bu gücü kullanma özgürlüğü, kişisel

etkililik ve kendi kaderini tayin etme duygusuna sahip olmaları gerekir. Gücü olduklarını ve bir fark yaratabileceklerini hissetmeliler. Seçeneklere sahipler ve seçim yapabilecekler. Güçlendirilmemiş ya da güçsüz çalışanlardan farklı olarak, güçlendirme, çalışanlara karar verme becerileri, kaynakları ve sağduyusu yanı sıra özerklik, yetki ve kontrol duygusu sağlamaktadır (Lashley ve Lee-Ross, 2003).

Güçsüzlük psikolojisini anlamak, liderlerin örgütte çalışanları harekete geçirmelerine yardımcı olabilir (Krakovsky, 2015). Bu yüzden de yeni yönelimleri dikkate alan liderlere, listelerinin güç pastasını büyüten örgütsel bir kültürle başlamaları (Kanter, 2010) ve çalışanları, güçlerinin olmadığını düşündükleri pozisyonlara koymaktan kaçınılmaları önerilmektedir (Robbins ve Judge, 2018). Bununla birlikte kendini güçsüz hisseden kişiler çatışmadan kaçınacakları için, güçlülere diğer kişilere adaletli ve saygılı davranmak konusunda önemli bir sorumluluk düşmektedir (Krakovsky, 2015).

KAYNAKÇA

- Alpkan, L., Ergün, E., Bulut, Ç., Yılmaz, C. (2011). Şirket girişimciliğinin şirket performansına etkileri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 175-189.
- Anicich, E.M., Hırsh, J.B. (2017). The psychology of middle power: vertical code-switching, role conflict, and behavioral inhibition, *Academy of Management Review*, 42(4), 659 - 682
- Arnold, L. (2016). Strategies for Reducing High Turnover Among Information Technology Professionals. Unpublished Doctoral Dissertation. Walden University
- Ashford, S., Lee, C., Bobko, P. (1989). Content, causes, and consequences of job insecurity: a theory-based measure and substantive Test, *Academy of Management Journal*, 32(4), 803-829.
- Bacharach, S.B., Aiken, M. (1979). The impact of alienation meaningfulness and meritocracy on supervisor and subordinate satisfaction, *Social Forces*, 57(3), 853-870
- Baron, R.M., Kenny, D.A. (1986). The moderator mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Bell, C.M., Khoury, C. (2016). Organizational powerlessness, dehumanization, and gendered effects of procedural justice, *Journal of Managerial Psychology*, 31(2), 570-585.
- Blau, G. (1989). Testing the generalizability of a career commitment measure and its impact on employee turnover, *Journal of Vocational Behavior*, 35, 88-103.

- Booth, R. (2017). Workers' Feelings of Powerlessness Fuelling Anger, says Jobs Tsar. <https://www.theguardian.com/money/2017/feb/13/workers-feelings-of-powerlessness-fuelling-anger-says-jobs-tsar> [Erişim Tarihi 20.08.2019].
- Borriack, K. (1994). Organizational Restructuring, Work-Related Powerlessness and Commitment to Nursing. Unpublished Master's Dissertation Texas Woman's University: Denton, Texas.
- Bushe, G.R. (1998). Power in the empowered organization: the design of power in highly adaptive organizations, *Organization Development Practitioner*, 30(4), 31-43.
- Coleman, P.T., Voronov, M. (2005). Power in Groups and Organizations. M. A. West, D. Tjosvold ve K. G. Smith. (Ed.) *The Essentials of Teamworking: International Perspectives içinde* (209-234). West Sussex, England: John Wiley ve Sons, Ltd.
- Conger, J.A., Kanungo, R.B. (1988). The empowerment process: integrating theory and practice, *Academy of Management Review*, 13, 471–82.
- Dubinsky, A.J., Harley, S.W. (1986). A path-analytic study of a model of salesperson performance, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 14, 36–46.
- Dubois, D. (2011). The Power Matching Effect: Why the Powerful Persuade the Powerful but the Powerless Persuade the Powerless. Unpublished Doctoral Dissertation: Northwestern University.
- Dunn, J.D. (1998). Powerlessness regarding health-service barriers: construction of an instrument, *Nursing Diagnosis*, 9(4), 136-143.
- Fouk, T. A., De Pater, I. E., Schaerer, M., Du Plessis, C., Lee, R., Erez, A. (2019). It's Lonely at the Bottom (too): The Effects of Experienced Powerlessness on Social Closeness and Disengagement. *Personnel Psychology*.
- Guinote, A., Lammers, J. (2016). *Accentuation of Tending and Befriending Among the Powerless*. M. Bukowski, I. Fritsche, A. Guinote, ve M. Kofta (Ed.) *Coping with Lack of Control in a Social World içinde* (185–202). New York, NY: Taylor ve Francis.
- Handgraaf, M.J.J., Van Dijk, E., Vermunt, R.C., Wilke, H.A.M., De Dreu, C.K.W. (2008). Less power or powerless? egocentric empathy gaps and the irony of having little versus no power in social decision making, *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 1136–1149.
- Hiemer, J., Abele, A.E. (2012). High Power = Motivation? low power = situation? the impact of power, power stability and power motivation on risk-taking, *Personality and Individual Differences*, 53(4), 486–490.

- Jashinsky, T.L., Smothers, M.K. (2008). *Power and Powerlessness*. F.T.L. Leong (Ed.). Encyclopedia of Counseling içinde (1269-1274). Los Angeles: Sage Publications.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Uygulamaları*. Ankara: Asil Yayınevi.
- Kanter, R.M. (2010). Powerlessness Corrupts, *Harvard Business Review*, 36.
- Keltner, D., Gruenfeld, D.H., Anderson, C. (2003). Power, *Approach, and Inhibition*, *Psychological Review*, 110(2), 265–284.
- Kislik, L. (2012, January 03). Don't Be a Leader Who Makes People Powerless. <https://lizkislik.com/speaking-truth-to-power-part-iv-are-you-a-leader-who-instills-powerlessness/> [Erişim Tarihi 05.08.2019].
- Krakovsky, M. (2015, April 23). Robb Willer: The Powerlessness Paradox: Researchers find that Feeling Powerless can lead People to Support Systems that Disadvantage them. <https://www.gsb.stanford.edu/insights/robb-willer-powerlessness-paradox> [Erişim Tarihi 10.08.2019].
- Lai, M., Chen, Y. (2012). Self-efficacy, effort, job performance, job satisfaction, and turnover intention: the effect of personal characteristics on organization performance, *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 3(4), 387-391.
- Lammers, J., Galinsky, A.D. (2009). *The Conceptualization of Power and the Nature of Interdependency: The Role of Legitimacy and Culture*. D. Tjosvold ve B. Wisse (Ed.) Power and Interdependence in Organizations içinde (67-82). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Lashley, C., Lee-Ross, D. (2003). *Organization Behaviour for Leisure Services*. Jordan Hill, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Leddy, C. (2017, November 15). The Value Of Human Capital: Measuring Your Most Important Assets. <https://www.forbes.com/sites/adp/2017/11/15/the-value-of-human-capital-measuring-your-most-important-assets/#449d3e7d5a32> [Erişim Tarihi 30.09.2019].
- Lee, X., Yang, B., Li, W. (2017). The influence factors of job satisfaction and its relationship with turnover intention: taking early-career employees as an example, *Anales de Psicología*, 33(3), 697-707
- Liu, J., Zhu, B., Wu, J., Mao, Y. (2019). Job satisfaction, work stress, and turnover intentions among rural health workers: a cross-sectional study in 11 western provinces of china, *BMC Family Practice*, 20(9).

- Naim, M. (2013, March 01). Why the People in Power are Increasingly Powerless. https://www.washingtonpost.com/opinions/why-the-people-in-power-are-increasingly-powerless/2013/03/01/6dc7905c-7f70-11e2-8074-b26a871b165a_story.html [Erişim Tarihi 30.09.2019].
- Naylor, A. (2011, November 17). Overcoming Powerlessness. https://www.huffpost.com/entry/self-help-overcoming-powe_b_582950 [Erişim Tarihi 19.11.2019].
- Nelson, L., O'Donohue, W. (2006). *Alienation, Psychology and Human Resource Management*. Proceedings of the 2nd Australian Centre for Research in Employment and Work (ACREW) Conference, Prato, Italy.
- Overbeck, J.R., Tiedens, L.Z., Brion, S. (2006). The powerful want to, the powerless have to: perceived constraint moderates causal attributions, *European Journal of Social Psychology*, 36, 479–496.
- Rahim, M.A. (2009). *Bases of Leader Power And Effectiveness*. D. Tjosvold ve B. Wisse (Ed.) Power and Interdependence in Organizations içinde (224-243). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Reynolds, K.J., Platow, M.J. (2003). *Why Power in Organizations really should be shared: Understanding Power through the Perils of Powerlessness*. S. A. Haslam, D. van Knippenberg, M. J. Platow, ve N. Ellemers (Ed.) Social identity at Work: Developing Theory for Organizational Practice içinde (173–188). Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Robbins, S.P., Judge, T.A. (2018). *Essentials of Organizational Behavior*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Rucker, D.D., Galinsky, A.D. (2008). Desire to acquire: powerlessness and compensatory consumption, *Journal of Consumer Research*, 35, 257-267
- Schaerer, M., Du Plessis, C., Yap, A.J., Thau, S. (2018). Low power individuals in social power research: a quantitative review, theoretical framework, and empirical test, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 149, 73–96.
- Schyns, B., Torka, N., Gössling, T. (2007). Turnover intention and preparedness for change, *Career Development International*, 12(7), 660–679.
- Seeman, M. (1959). On the meaning of alienation, *American Sociological Review*, 24(6), 783-791.

- Shirako, A. (2011). Power to the Powerless: Interpersonal Influence through Sympathy Appeals. Unpublished Doctoral Dissertation. Berkeley: University of California.
- Spector, P.E. (1997). *Job Satisfaction: Application, Assessment, Causes, and Consequences*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Stock, R. (2001, April). *Socio-Economic Security, Justice and the Psychology of Social Relationships*. Geneva, Switzerland: International Labour Organization.
- Şenturan, Ş. (2007). Mesleki yabancılaşma: kamu bankalarında yeniden yapılandırma sonucu çeşitli kurumlara aktarılan çalışanların durumu, *Kamu/İş*, 9(1), 91-104.
- Tabachnick, B.G., Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6. Edition). Boston, MA: Pearson Education.
- Tanrıverdi, H., Kılıç, N. (2016). Algılanan örgütsel destek ve örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E- Dergisi*, 8(2), 429-439.
- Tjosvold, D., Wisse, B. (2009). Introduction. D. Tjosvold ve B. Wisse (Ed.). *Power and Interdependence in Organizations* içinde (1-13). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Treadway, D.C., Campion, E.D., Williams, L.V. (2017). *Sensitivity and Adaptability in the Face of Powerlessness: The Roles of Political Will and Political Skill within the Experience of Powerlessness and its Impact on Stress-related Outcomes*. C. C. Rosen ve P. L. Perrewé (Ed). *Power, Politics, and Political Skill in Job Stress: Research in Occupational Stress and Well Being* (Volume 15) içinde (81-103). Bingley, United Kingdom: Emerald Group Publishing.
- Tutar, H. (2010). İşgören yabancılaşması ve örgütsel sağlık ilişkisi: bankacılık sektöründe bir uygulama, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 65(1), 175-204.
- Van Der Toorn, J., Feinberg, M., Jost, J. T., Kay, A. C., Tyler, T. R., Willer, R., Wilmoth, C. (2015). A sense of powerlessness fosters system justification: implications for the legitimation of authority, *Hierarchy, and Government, Political Psychology*, 36(1), 93-110.
- Van Dijk, E., Vermunt, R. (2000). Strategy and fairness in social decision making: sometimes it pays to be powerless, *Journal of Experimental Social Psychology*, 36, 1-25.
- Yılmaz, C. (1999). *Salesforce Cooperation: The Impact of Relational, Task, Organizational and Personal Factors*, PhD Thesis, Texas Tech University.



YAŞLI BAKIM İSTİHDAMINDA YAŞLANMA VE YAŞLILIK ALGISI
AGING AND OLD AGE PERCEPTION IN ELDERLY CARE EMPLOYMENT

Işıl KALAYCI¹, Metin ÖZKUL², Meyrem TUNA UYSAL³



1. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Hemşirelik Bölümü, isilkalayci@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1562-2120>
2. Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, metinozkul@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2511-9780>
3. Doç. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, meyremtuna@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8910-8058>

Makale Türü	Article Type
Araştırma Makalesi	Research Article
Başvuru Tarihi	Application Date
15.09.2020	09.15.2020
Yayına Kabul Tarihi	Admission Date
12.01.2021	01.12.2021

DOI

<https://doi.org/10.30798/makuiibf.795176>

Öz

Araştırmanın amacı yaşlı bakım istihdamında yer almak maksadıyla eğitim alan bireylerin yaşlanmaya ve yaşlılara yönelik algılarını betimlemek ve araştırmanın bulguları ile literatürdeki benzer çalışmalarını dikkate alarak yaşlı bakımıyla ilgili davranışların toplumsal nedenlerini belirlemek ve anlamsal içeriklerini tanımlamaktır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma “Öz bakıma destek elemanı kursu”nu tamamlayıp sertifika alan 26 bireyden oluşmaktadır. Araştırmada, katılımcıların “yaşlı hissetme, yaşlanmaktan korkma, dış görünüşlerinde ortaya çıkan değişikliklerden rahatsız olma” temaları çerçevesinde kendi yaşlanmalarına yönelik algıları değerlendirilmiştir. Aynı zamanda katılımcıların genel yaşlılık algıları tartışılmıştır. Katılımcıların büyük bir kısmının yaşlılıktan korkmadıkları, görece ileri yaşta olanların yaşın ilerlemesiyle birlikte dış görünüşlerinde ortaya çıkan değişikliklerden rahatsızlık duydukları, “emeklilik, muhtaçlık, yalnızlık” gibi kavramlara yer vererek yaşlı kelimesine ve yaşlılık dönemine olumsuz anlamlar yükledikleri tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yaşlanma, Yaşlılık, Yaşlı Bakımı, Algı, İstihdam.

Abstract

The aim of the research was to describe the perceptions of individuals who are trained to take part in elderly care employment towards aging and older individuals, to identify the social reasons of elderly care-related behaviors by considering the findings of the research and similar studies in the literature, and to define their semantic content. Qualitative research method was used in the research. The research consists of 26 individuals who have completed the "Self-care support staff course". In the research, participants' perceptions of their own aging were evaluated within the framework of the themes of "feeling old, afraid of aging, being uncomfortable with changes in their appearance". At the same time, the participants' general perceptions of old age were discussed. It was determined that the majority of the participants were not afraid of old age, those who were of relatively advanced age were disturbed by the changes in their external appearance with the advancement of age, and they gave negative meanings to the word "old age" and "old age" by including concepts such as retirement, neediness, loneliness.

Keywords: Aging, Old Age, Elderly Care, Perception, Employment.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

Research focuses on how individuals who are trained to take part in the employment of aged care create a perception of their own aging and what perceptions they have for older individuals.

Research Questions

The following questions were imposed to participants within the scope of the research: 1. What perception does participants create on their own aging who are trained to take part in elderly care employment? 2. What are the perceptions of participants who are trained to take part in aged care employment towards elderly people? With the reduction of fertility rates in the world and the prolongation of human life, the increase of the older population brings new dimensions to the perception of old age with many changing social, economic and technological conditions. In this process, older individuals are affected by socio-cultural and economic changes, changing their positions in their pre-old social lives, losing respect and therefore effectiveness for their social environment. Older individuals who have certain status in society, whose words are listened to, respected, have an important role in intergenerational transfer, are perceived as a source of problems due to the prolongation of life expectancy and other conditions associated with the increase of their diseases as a result (Senol and Erdem, 2017). As a harness of these changes in terms of the older person, assessments, perceptions and understandings about old age also change. Especially due to the increase in health problems in old age, old age is perceived as one of the most important problems that adversely affect everyday life for older individuals themselves and their relatives (Etiquette Baran and others, 2005). This leads to lower living standards for the older persons and their relatives, increasing their demands for health and social services (Ceylan, 2015). Therefore, with the increase of the older population, elderly care services and people who provide this service are needed to meet their health needs. However, the negative perception of elderly care providers against aging and the aged prevents this need from being carried out in the expected qualifications.

Literature Review

With the reduction of fertility rates in the world and the prolongation of human life, the increase of the elderly population brings new dimensions to the perception of old age with many changing social, economic and technological conditions. In this process, elderly individuals are affected by socio-cultural and economic changes, changing their positions in their pre-old social lives, losing respect and therefore effectiveness for their social environment. Elderly individuals who have certain status in society, whose words are listened to, respected, have an important role in intergenerational transfer, are perceived as a source of problems due to the prolongation of life expectancy and other conditions associated with the increase of their diseases as a result (Senol and Erdem, 2017). As a harness of these changes in terms of the elderly, assessments, perceptions and understandings about old age also change. Especially due to the increase in health problems in old age, old age is perceived as one of the most important problems

that adversely affect everyday life for elderly individuals themselves and their relatives (Etiquette Baran and others, 2005). This leads to lower living standards for the elderly and elderly relatives, increasing their demands for health and social services (Ceylan, 2015). Therefore, with the increase of the elderly population, elderly care services and people who provide this service are needed to meet their health needs. However, the negative perception of elderly care providers against aging and the elderly prevents this need from being carried out in the qualifications that are expected or should be.

Methodology

Qualitative research method was used in the research. Accordingly, the research consists of 26 individuals who have completed the "Self-care support staff course" opened by Isparta Public Education Center (IHEM) and received certificates and applied for a job to work in a nursing home or expressed their desire to look after the older person at home. A semi-structured interview form was prepared in the collection of research data and the interviews were conducted by choosing an in-depth interview technique. Participants included in the sampling; Due to the outbreak of COVID 19, the home environment was accessed through programs that would allow remote conversation via the Internet, and oral approvals of the participants who agreed to participate by explaining the purpose of the research were obtained. All participants have been asked for permissions to record interviews. The interviews lasted between 60 and 90 minutes. The raw data obtained by the interviews was converted into text and combined under two conceptual themes: participants' perceptions of their own aging and general perceptions of old age. Direct citations are included to reflect the views of the participants. The results obtained from the data in the last stage were classified according to their subjects and the integrity of the meaning was ensured and interpreted.

Results and Conclusions

The meaning and value imposed on age and old age vary from society to society. Especially given the social and cultural characteristics of a society, social norms and patterns developed in relation to age change the meaning of old age and the perception of old age. From here, the research focused on two conceptual themes: the perceptions of the participants for their own aging and general perceptions of old age. In the perceptions of the participants for their own aging; the mere themes are "feeling old, not afraid of getting old, uncomfortable with changes in appearances" are included. According to the data sorted within the framework of these themes, most participants express that they are not afraid of old age. However, it was found that those of relatively advanced age were disturbed by the changes in their appearance physically and physically. This suggests that first, the 'elderly' character is based on a change in physical and physical appearance. The research also evaluated the general perceptions of the participants who want to take part in the employment of aged care within the framework of the themes of "age of old age, clothing style of the elderly, social life of the elderly, productivity of the elderly, need for care and respect for the elderly". Accordingly, participants include concepts such as "retirement, indulging, neediness, loneliness, end of life", and imposes negative meanings on the old

word and old age. As a result, the individual differences in the perceptions of aging of the participants who want to take part in the employment of aged care also take into account the elderly individuals, the old age period, negative meanings and the old age process "neediness, being fond" at the point of conceptualizations.

1. GİRİŞ

Yaşlılık her toplumda farklı şekillerde değerlendirilmekte ve homojen bir yaşlı grubundan söz etmek mümkün görünmemektedir. Bu durum yaşlılık sürecinin ve yaşlılığın her topluma ya da kültüre göre farklılaştığını ve göreceli bir kavram olduğunu göstermektedir (Tufan, 2003). Özellikle yaşlı bireylerin eğitim durumu, mesleği, toplumsal konumu gibi konularda herkesin eşit olanaklara sahip olmadığı göz önüne alınırsa her birey için yaşlılık ve yaşlanma algısı farklılaşabilmektedir (Görgün Baran, 2018). Başka bir ifadeyle toplumda bireyler çeşitli farklılıklar ve eşitsizlikler içinde toplumsallaştıklarından dolayı her birey biyolojik özellikler açısından olduğu gibi sosyal ve psikolojik özellikleri bakımından da diğerlerine göre farklılaşan özgünlüklere sahip olabilmektedir. Ayrıca bireyler ekonomik koşullar bakımından da yeterliliklere ya da yetersizliklere, çeşitli imkânlarla ya da imkânsızlıklara sahiptirler. Bireyler bu ve benzeri nedenler açısından ve temsil ettikleri değerler doğrultusunda, çevrelerinde olup bitenlere yönelik algıladıkları tutumlarını belirlerler. Günümüzde yaşlı bakımıyla ilgili etkinlikler ve davranışlar, toplumların nüfuslarının gittikçe yaşlanmasına paralel olarak mesleki bir uzmanlık alanı haline gelmektedir. Ancak yaşlı bakımıyla ilgili geleneksel tavrın (yaşlının bakımının aile üyeleri tarafından yapılması gerektiği yargısı, kadercil ve değer yönelimli davranışlar gibi) toplumsal yaşamdaki önemini koruması nedeniyle, konuyla ilgili mesleki ve dolayısıyla standardize edilmiş uzmanlık davranışlarının ve normlarının formel ya da enformel yollarla kazanılması güçleşmektedir. Geleneksel yaşamın bireyler açısından oluşturduğu homojen bir toplumsal yaşam ve anlayış birliğinin modernleşen ve gittikçe heterojen hale gelen bir yaşam içinde sürdürülmesi her geçen gün daha da zorlaşmakta ya da imkânsız hale gelmektedir. Bu nedenle yaşlılık gibi günümüzde önemli belirtilerini gördüğümüz ve yakın gelecekte daha da önemli hale gelecek olan yaşlı nüfusun bakımına yönelik çözümlerin mesleki bir çerçevede ele alınması ve bu mesleğin temsilcilerinin yaşlılık algı ve anlamlandırmalarının, mesleğin gerektirdiği etik değerler ve kurallar açısından benzeşmeleri gerekmektedir.

Son yıllarda gerek ülkemizde gerekse dünyada nüfusun yaşlanması, sosyal, ekonomik, politik, kültürel ve sağlık da dâhil olmak üzere toplumların tüm yaşam alanlarındaki yansımaları yaşlılık olgusunu sadece bireyleri ilgilendiren bir sorun olmaktan çıkarmakta ve toplumsal bir sorun haline geldiğini göstermektedir (Mendoza-Núñez vd., 2018). Zira nüfus içerisinde yaşlı bireylerin oranının artması ve yaşlılık sürecinin uzamasıyla birlikte toplumsal yapıda yaşanan değişimler yaşlılığa yüklenilen anlam ve yaşlılık algısının değişime uğramasına neden olmaktadır (United Nations, 2020). Toplumsal değişim sürecinde göç, kentleşme, aile yapısının değişmesi, kadının çalışma yaşamında aktif rol alması, geleneklerin ve değerlerin değişime uğraması, sağlık alanındaki gelişmelerle birlikte insan ömrünün uzaması gibi nedenler (Özcan, 2013) ‘birey’ merkezli ve ‘bireyci’ bir yaşamın yaygınlaşmasını kolaylaştırmakta, modernleşmeyle birlikte görece değişen tüm bu koşullar yaşlı bireylerin aile içerisindeki bakımını, ailenin diğer üyeleri açısından hem bir angarya haline getirmekte hem de modern

yaşamın bireye yüklediği sorumluluklar (eğitim süreçlerine ve çalışma hayatına katılma gibi) nedeniyle her geçen gün daha da zorlaşmaktadır. Bu süreçte yaşlı bireylerin, sosyo-kültürel ve ekonomik değişimlerden etkilenerek yaşlılık öncesi toplumsal yaşamlarında sahip oldukları konumları değiştirmekte, toplumsal çevresi nezdinde saygınlık ve dolayısıyla etkinlik kaybına uğramaktadırlar. Toplumda belli statüye sahip olan, sözü dinlenen, hürmet edilen, kuşaklararası aktarımda önemli rolü olan yaşlı bireyler, yaşam süresinin uzaması ve buna bağlı olarak hastalıklarının artmasıyla birlikte anılan diğer koşulların da etkisiyle bir sorun kaynağı olarak algılanır hale gelmektedirler (Şenol ve Erdem, 2017).

Yaşlılar açısından oluşan bu değişimlere koşturucu olarak yaşlılıkla ilgili değerlendirmeler, algılar ve anlayışlar da değişmektedir. Özellikle yaşlılık döneminde sağlık sorunlarının artması nedeniyle yaşlılık, yaşlı bireylerin kendileri ve kendilerinin bakımını üstlenen yakınları için gündelik yaşamı olumsuz yönde etkileyen en önemli sorunlardan biri olarak algılanmaktadır (Görgün Baran vd., 2005). Bu ise yaşlıların ve yaşlı yakınlarının yaşam standardının düşmesine, sağlık ve sosyal hizmetlere olan taleplerinin artmasına neden olmaktadır. Bu yüzden, yaşlı bakım hizmetlerinin sunulması hem yaşlı bireylerin hem de yaşlı yakınlarının yaşam kalitesini arttıran önemli bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır (Ceylan, 2015).

Yaşlı nüfusunun artmasıyla birlikte, sağlık ihtiyaçlarını karşılamak için yaşlı bakım hizmetine ve bu hizmeti veren kişilere ihtiyaç duyulmaktadır. Ancak yaşlı bakım hizmeti sunanların yaşlanmaya ve yaşlılara karşı olumsuz algıları bu ihtiyacın beklenen ya da olması gereken niteliklerde gerçekleşmesini engellemektedir. Özellikle yaşlı bakım hizmetinde yer alacak kişilerle yapılan araştırmalarda yaşlılara yönelik olumsuz tutumların olduğu ve yaşlı bireylerle çalışma isteğinin olmadığı görülmektedir (Faronbi vd., 2017; Yazıcı Özbek vd., 2015; Yazıcı Özbek vd., 2016). Yaşlı nüfusla çalışma isteğinin olmaması yaşlıya yönelik ön yargılardan ve bu önyargılar doğrultusunda tutum geliştiren genç bireylerin gerek gündelik yaşamın rutinlerinde gerekse bakım sürecinde, yaşlılıkla ilgili algılarını olumsuz bir şekilde anlamlandırmalarından kaynaklanmaktadır. Yaşlılık sürecinde ortaya çıkan, yaşlının ve bakımını üstlenen aile üyelerinin yaşadığı sorunlar “yaşlılığın olumsuz bir şekilde anlamlandırılmasına” yönelik önyargıların da yayılmasına neden olmaktadır. Geleneksel bakış açısı ve yaşlanmayla ilgili bilgi birikiminin bu önyargılar doğrultusunda görenek yoluyla elde edilmesi, bazı araştırmacılar tarafından, yaşlı çevresini oluşturan kişilerde “gerentofobi” oluşturduğu ifade edilmekte, bu durumun yaşlıyla ilgili somut bakım uygulamalarında, bilinçli ya da bilinçsiz şekilde ihmal ve istismar davranışlarına sebep olabildiği düşünülmektedir (Ertin ve Özkaya, 2016). Yaşlılık korkusu olarak oluşan bu anlamlandırma biçimi modern yaşamın idealize ettiği “beden imajına” yönelik kabullerle birlikte daha da pekiştirilmiş hale gelebilmektedir.

Yaşlanma algısı, yaşlıların yanı sıra yaşlıların refahı ve yaşlanma süreciyle başa çıkma konusundaki toplumsal davranış ve beklentileri de etkilemektedir. Bu alandaki çalışmaların çoğu Batı kültüründeki yaşlanma algılarındaki bireysel farklılıklara odaklanmaktadır. Ancak yaşlanma

görüşlerinin kültürler arasında da farklılık gösterebileceğine dair kanıtlar artmaktadır (Löckenhoff vd., 2009).

Araştırma yaşlı bakım istihdamında yer almak amacıyla eğitim alan bireylerin hem kendi yaşlanmalarına yönelik nasıl bir algı oluşturdukları hem de yaşlı bireylere yönelik ne tür algılarının olduğu üzerine odaklanmaktadır. Yaşlılara yönelik özel eğitilmiş bireylerin yaşlılıkla ilgili algılar ve yargılar açısından benzerlik içinde olmaları araştırma öncesi beklentilerimizden biri olmuştur. Bu çerçevede araştırmanın amacı yaşlı bakım istihdamında yer almak için eğitim alan bireylerin yaşlanma ve yaşlı bireylere yönelik algılarının betimlemek, araştırmanın bulguları ve literatürdeki benzer çalışmaları dikkate alarak yaşlı bakımıyla ilgili davranışların toplumsal nedenlerini tespit ederek anlamsal içeriklerini tanımlamaktır.

2. YÖNTEM

Yaşlı bakım istihdamında yer almak için eğitim alan bireylerin yaşlanma ve yaşlı bireylere yönelik algılarının betimlemeyi amaçlayan bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Buna göre araştırma Isparta Halk Eğitim Merkezi (IHEM) tarafından açılan “Öz bakıma destek elemanı kursunu” tamamlayıp sertifika alan ve huzurevinde çalışmak için iş başvurusunda bulunan veya evde yaşlı bakmak istediğini ifade eden 26 bireyden oluşmaktadır. Araştırma 20-30 Nisan 2020 tarihleri arasında yapılmış olup, katılımcılara kartopu örnekleme yöntemiyle ulaşılmıştır. Katılımcıların kimliklerini gizli tutmak için YB-1, YB-2, YB-3..... YB-26 şeklinde kod isimler kullanılmıştır.

Katılımcıların 18-60 yaş aralığında olmasına, araştırmaya katılmaya gönüllü olmasına, “Öz bakıma destek elemanı kursunu” başarıyla tamamlayarak sertifika almaya hak kazanmasına, evinde interneti olmasına ve internet aracılığıyla uzaktan görüşme olanağı sağlayacak programları kullanabilmesine, sözel, işitsel ve bilişsel engeli olmamasına önem verilmiştir.

Süleyman Demirel Üniversitesi'nin ilgili birimi tarafından 16.04.2020/108 karar no.lu yazı ile etik kurul izni alınmıştır. Veri toplanmasında, araştırmacılar tarafından ilgili literatür incelenmiş ve yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Soru formunun ilk bölümü, katılımcıların sosyal ve demografik özelliklerini içermektedir. İkinci bölümü katılımcıların, kendilerinin yaşlanmasına yönelik algılarını, üçüncü bölümü ise genel yaşlılık algısını belirlemeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. Bu yöntem dâhilinde veri toplanırken derinlemesine görüşme tekniği tercih edilmiştir. Örnekleme dâhil edilen katılımcılara; COVID 19 salgını nedeniyle ev ortamında, internet aracılığıyla uzaktan görüşme olanağı sağlayacak programlar aracılığıyla araştırmanın amacı açıklanmış ve katılmayı kabul eden katılımcıların sözlü onayları alınmıştır. Görüşmelerin ses kaydına alınması için tüm katılımcıların izinleri istenmiştir. Görüşmeler 60-90 dakika arasında sürmüştür Katılımcılarla yapılacak olan bireysel görüşmelerin, yaşlanmaya ve yaşlılığa yönelik görüşler hakkında fikir sahibi olunmasını ve daha dinamik tartışmalar yapılmasını sağlayacağı öngörülmüştür.

Görüşmeler sonucu elde edilen ham veriler metne dönüştürülmüş ve katılımcıların kendi yaşlanmalarına yönelik algıları ve genel yaşlılık algıları olmak üzere iki kavramsal tema altında birleştirilmiştir. Ardından kavramsal temalar üzerinden ikinci dereceden bir kodlama çerçevesi geliştirilmiştir. Katılımcıların kendi yaşlanmalarına yönelik algılarının alt temaları “yaşlı hissetme, yaşlanmaktan korkma, dış görünüşlerinde ortaya çıkan değişikliklerden rahatsız olmak” tan oluşmaktadır. Genel yaşlılık algısının alt temaları ise “yaşlı kelimesinin anlamı, yaşlılık yaşı, yaşlıların giyim tarzı, yaşlıların sosyal yaşamı, yaşlıların üretkenlikleri, bakıma muhtaçlık, yaşlılara saygı göstermek” tir. Temaların belirlenmesinde tutarlılığın sağlanması için üç yazar tarafından yapılan kodlamalar, bağımsız olarak karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. Kodlamaların eşleşmediği durumlarda, yaşlılık konusu üzerinde çalışan iki bağımsız akademisyenin önerileri dikkate alınmıştır. Katılımcıların görüşlerini yansıtmak için doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Verilerden elde edilen sonuçlar, konularına göre sınıflandırılarak anlam bütünlüğü sağlanmış ve yorumlanmıştır. Bu makalede, sayfa sayısının sınırlılığı dikkate alınmış ve konuyla ilişkili olarak katılımcıların sınırlı sayıdaki görüşlerine yer verilmiştir.

3. BULGULAR

3.1. Demografik Özellikler

Katılımcıların 22'si kadın ve 4'ü erkektir. 7 katılımcı ilköğretim kurumundan, 14 katılımcı ortaöğretim kurumundan ve 5 katılımcı ise yükseköğretim kurumundan mezundur. 16 katılımcı il merkezinde, 10 katılımcı ise köyde ikamet etmektedir. Katılımcıların 18'i gelirini orta düzey ve 8'si alt düzey olarak tanımlamaktadır. Katılımcılardan 20'si çekirdek aile, 6'sı geniş aile yapısı içinde yaşamaktadır. Katılımcılardan 21'i yaşamının bir döneminde yaşlı bir birey ile aynı evi paylaşmıştır. Katılımcılardan 5'i ise yaşlı birey ile yaşamamıştır. Yaşlı birey ile aynı evde yaşayan 21 katılımcıdan 8'i 1 yıldan az, 3'ü 2-5 yıl arası, 1'i 6-10 yıl arası ve 9'u 11 yıldan daha fazla en az bir yaşlı ile yaşamıştır. Katılımcıların 16'sı yaşlı ile ilişkisini “çok iyi”, 6'sı “iyi” ve 4'ü “iyi değil” olarak tanımlamıştır. Katılımcıların 13'ü aile çevresinde bulunan bir yaşlıyla “her gün”, 10'u “haftada/on beş günde bir”, 3'ü “ayda bir” görüştüğünü bildirmiştir. Katılımcıların 14'ü yaşlı bireyin çocuklarıyla aynı evde, 12'si yaşlı bireyin kendi evinde yaşaması gerektiğini düşünmektedir. Bu dağılıma göre katılımcılar arasında bakıma ihtiyaç duyan bir yaşlının ya kendi evinde ya da çocuklarının evinde bakılması gerektiği görüşü hâkimdir. Bu durum, çeşitli araştırmalarda da teyit edildiği üzere (Nazlıer-Keser, 2020; Türkiye İstatistik Enstitüsü (TÜİK), 2016) toplumsal değer yargıları ve ekonomik koşullar nedeniyle ortalama Türk Bireyinin henüz ‘kurumsal bakım’ fikrine yakın olmadığı şeklinde de yorumlanmaktadır.

3.2. Araştırmanın Temaları

Araştırmada katılımcıların kendi yaşlanmalarına yönelik algılarını ve yaşlılık algısını belirleyebilmek için iki ana tema ve 10 farklı alt tema belirlenmiştir. Bunlar;

Tablo1. Temalar

KENDİ YAŞLANMALARINA YÖNELİK ALGILARI	Yaşlı Hissetme
	Yaşlanmaktan Korkma
	Dış Görünüşlerinde Ortaya Çıkan Değişikliklerden Rahatsız Olma
GENEL YAŞLILIK ALGISI	Yaşlı Kelimesinin Anlamı
	Yaşlılık Yaşı
	Yaşlıların Giyim Tarzı
	Yaşlıların Sosyal Yaşamı
	Yaşlıların Üretkenlikleri
	Bakıma Muhtaçlık
	Yaşlılara Saygı Gösterme

3.3. Katılımcıların Kendi Yaşlanmalarına Yönelik Algıları

Yaşlanma algısı, yaşam boyunca şekillenen ve her bireyin benlik kavramının temelini oluşturan yaşam deneyimleri, eğitimleri, inançları, fikirleri, önyargıları ve toplumsal değer kalıplarının bir ürünüdür. Yaşlanma algısı sağlığın, yaşam kalitesinin ve hatta ölümlülüğün yordayıcılığını içerir. Bireyin içinde olduğu yaşam döngüsü açısından yaşlılık en olumsuz özelliklere sahip bir süreç olarak da algılanabilmektedir (Beja vd., 2018). Her bireyin kendi yaşlanmasına yönelik algıları, yaşlılara gösterilen özeni ve tutumları da etkileyebilmektedir. Bu nedenle katılımcılara, öncelikli olarak kendilerini yaşlı hissetme, yaşlanmaktan korkma ve dış görünüşlerinde ortaya çıkan değişikliklerden rahatsız olmaya yönelik sorular sorulmuştur.

3.3.1. Yaşlı Hissetme

Hissedilen yaş, kronolojik yaştan bağımsız olarak yaşlanmanın biyolojik, sosyal ve psikolojik belirtilerinden birisidir. Bu nedenle hissedilen yaşın bireye, kronolojik yaş ve yaşlanmayla ilgili algılarını etkileyerek, ona bir bakış açısı kazandırması açısından önemlidir. Bu bakış açısı, bireyin kendisini kaç yaşında hissettiği ve kendisini nasıl gördüğüne dair hem algısı hem de yargısı anlamına gelir (Kotter-Grühn vd., 2015; Sever ve Özgün Başbüyük, 2009).

Araştırmada katılımcılara “*Herhangi bir insan kendini gerçekte olduğundan daha yaşlı veya genç hisseder*”. Siz kendinizi çoğu zaman kaç yaşında hissediyorsunuz?” sorusu sorulduğunda, katılımcılar;

“*Çoğu zaman ağırlık çöküyor, yaşlanmış gibi oturaklaşmış gibi oluyorum. Nereden baksan 50 varım gibi görünüyor. Önceki gençliğim yok. Yaşlıları görünce yaşlı gibi oluyorum. 3-4 yıldır yaşlı gibi hissediyorum.*” (YB-2, Kadın, 45 yaşında),

“*Genç hissetmiyorum. 45-50. Çok hasta olduğum için yaşlı hissediyorum.*” (YB-5, Kadın, 20 yaşında),

“*Bazen genç hissettiğim oluyor. Bazen yorgun, halsiz olduğumda yaşlı olarak hissediyorum. Neşeli olmakla ilgili.*” (YB-23, Erkek, 40 yaşında).

“Ben genç hissediyorum ama beni herkes yaşlı olarak görüyor o başka. Kendimi 24 yaşında hissediyorum.” (YB-6, Kadın, 52 yaşında).

“Kendimi 18-20 yaşında hissediyorum.” (YB-23, Erkek, 40 yaşında),

ifadelerinde de görüldüğü üzere bazı katılımcılar kendilerini kronolojik yaşına göre kendisini daha genç hissederken, bazı katılımcılar kronolojik yaşına göre daha yaşlı hissettiğini belirtmiştir. Bireylerin kendilerini kronolojik yaşlarına yönelik yaşlı hissetmelerinin nedenleri arasında fiziksel ve bilişsel işlev bozuklukları, beden gereksiniminden daha fazla beslenme gibi faktörler bulunmaktadır. (Stephan vd., 2016). Yapılan bir araştırmada bireylerin %75'i kendisini kronolojik yaşa göre genç hissederken %14'ü aynı yaşta, %11'inin daha yaşlı hissettiği tespit edilmiştir (Thyagarajan vd., 2019).

3.3.2. Yaşlanmaktan Korkma

Yaşlanma, yaşam döngüsünün doğal bir süreci olmasına karşın bazı insanlarda yaşlanmaya yönelik korkular görülebilmektedir. Chasteen ve arkadaşlarının (2015) araştırmasında yaşlılık korkusunun yaş ile ilişkili olduğu ve yaş ilerledikçe bireyin daha yoğun yaşlanma korkusu yaşadığı belirlenmiştir. Chonody ve Teater (2016) araştırmasında katılımcıların yaşlanmaktan ve yaşlı görünmekten korktukları tespit edilmiştir.

Araştırmada katılımcılara “Yaşlanmaktan korkuyor musunuz?” sorusu yöneltildiğinde katılımcılar; *“Yaşlıları gördükçe biz de o günlere geleceğimizi düşünüyorum. O yüzden korkmuyorum.”* (YB-20, Kadın, 26 yaşında), *“Bu durum yaşamın bir süreci. Yaşamı tersine çeviremeyeceğimize göre yaşlılıktan korkmama gerek yok.”* (YB-22, Erkek, 36 yaşında), *“Korkmuyorum. Sonunda yaşlanacağız. Daha gencim. Önümde daha uzun yıllar var diye düşünüyorum”* (YB-24, Kadın, 32 yaşında) şeklinde belirterek literatürden farklı bir şekilde katılımcıların çoğunun yaşlanmaktan korkmadığı görülmüştür. Bu durumun katılımcıların sosyo kültürel özellikleri ve modern toplumun ürettiği ‘beden’ kavrayışına yönelik algıları ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Kültürel kodların etkisiyle şekillenen yaşlılık hem biyolojik hem de toplumsal bir durumun yansımasıdır. Dolayısıyla yaşanan bedenler, bedene ilişkin kültürel kodların, toplumsal algıların neler olduğuna dair ipuçlarını da içinde barındırmaktadır (Timurturkan ve Demez, 2018).

3.3.3. Dış Görünüşlerinde Ortaya Çıkan Değişikliklerden Rahatsız Olma

Önceden genç olarak nitelenen insanlar artık yaşlı olarak kabul edildikleri ve bedenlerinde bazı değişikliklerin (saçın beyazlaması, cildin kırışması gibi) ortaya çıkmasına bağlı olarak yaşlanmaya yönelik olumsuz tutumlar taşıyabilmektedirler. Bu durum araştırma kapsamında ele alındığında katılımcıların *“Büyümüş ve olgunlaşmış oluyorum. Önceden bana bebek yüzü derken buruşmuş gibi oldum.”* (YB-8, Kadın, 22 yaşında), *“Sadece saçımda ak olmasından rahatsız oluyorum. Yaşlandığının farkına varıyorum.”* (YB-9, Kadın, 41 yaşında), *“Yaşlı olmamda yüzümde ve gözümde kırışıklıklar oluşuyor. Artık genç olmadığım için önemsemiyorum. Şimdiden sonra güzel olacağım diye bir şey yok.”*

(YB-14, Kadın, 52 yaşında), “*Kilo almaktan çok şikâyetçiyim. Kilo vermedikçe yaşımdan daha büyük gösteriyorum. Bu beni çok rahatsız ediyor.*” (YB-16, Kadın, 22 yaşında) ifadelerinde de görüldüğü üzere yaşın ilerlemesine bağlı olarak katılımcıların “saçın beyazlaması ve dökülmesi, kırışıklıkların artması” gibi dış görünüşlerinde ortaya çıkan değişikliklerden rahatsız olduklarını ifade etmiştir. Zira bedenın yaşlanmasının büyük bir trajedi olduğuna dair görüşler yalnızca günümüzde değil antik çağ Yunan ve orta çağ toplumlarında da görülmektedir. Antik Çağ Yunan toplumunda Juvenal’ın yazdığı hiciv metninde yaşlılık ‘buruşuk ve sarkık yüz’, ‘titrek ses ve uzuvlar’, ‘kel başlar ve sürüklenen burunlar’, ‘dişsiz diş etleri’ gibi tanımlamalarla fiziksel görünüş öne çıkarılmıştır (Bertram, 1989). Orta çağ toplumlarında ise Roger Bacon (1214-92) yaşlılığın belirtilerini ‘beyaz saç’, ‘solgunluk’, ‘cildin kırışması’ olarak tasvir etmiştir (Shahar, 1998; Akıncı, 2020). Gerek antik çağ ve orta çağ toplumlarında gerekse modern toplumlarda yaşlanan beden, başarısızlık işareti olarak yorumlanmakta ve beraberinde bir yaşlanma kültürü sunarken bazı fırsatların da yok olduğu şeklinde yorumlanmaktadır (Higgs ve Jones, 2009).

3.4. Genel Yaşlılık Algısı

3.4.1. Yaşlı Kelimesinin Anlamı

Yaşlı kelimesine verilen anlamlar zamana ve mekâna göre değişmekle birlikte bireyin sosyal ve kültürel ortamları ile yakından ilişkilidir. Literatürde yaşlı sözcüğü çoğunlukla başkasına bağımlılık, bakıma muhtaçlık ve yalnızlıkla ilişkilendirilmektedir (Ayalon, 2015; Viana Medeiros vd., 2016; Tufan, 2016). Bu araştırmada da literatüre benzer şekilde, katılımcılara; ‘yaşlı’ sözcüğünün akla getirdiği ifadelerin neler olduğu sorulduğunda çoğunlukla, bakım, bağımlılık, yalnızlık ve hatta çaresizlik ile ilişkilendirilebilecek sözler sarf ettikleri belirlenmiştir. Erkek katılımcıların kullandıkları sözcüklerden bazıları ‘*emeklilik*’ (YB-19, Erkek, 19 yaşında), ‘*yalnızlık*’ (YB-23, Erkek, 40 yaşında), ‘*düşkünlük*’ (YB-25, Erkek, 38 yaşında), kadınların ise ‘*bakım*’ (YB-3, Kadın, 21 yaşında), ‘*muhtaçlık*’ (YB-2, Kadın, 45 yaşında), ‘*yalnızlık*’ (YB-13, Kadın, 36 yaşında), ‘*ömrün bitmesi*’ (YB-1, Kadın, 57 yaşında), ‘*buruşuk*’ (YB-8, Kadın, 22 yaşında), ‘*yaşamış*’ (YB-20, Kadın, 26 yaşında), ‘*duygusallık*’ tır (YB-16, Kadın, 22 yaşında). Katılımcıların ‘yaşlı’ sözcüğüne yönelik yüklediği olumsuz anlamlar yaşlılığa yönelik olumsuz algılarını da ortaya koymaktadır.

3.4.2. Yaşlılık Yaşı

Ülkemizde yaşlı nüfusun beklenen yaşam süresi 2019 yılı itibariyle ortalama olarak 78,3 yıldır. Bu yaş erkeklerde 75,6 ve kadınlarda 81 yıl olarak belirlenmiştir (TÜİK, 2020). Beklenen yaşam süresiyle ilgili bu oranlar, ileriye dönük projeksiyonlara göre daha da yükseleceği dikkate alınır, yaşlı kategorisine dâhil olan bireylerin toplum içerisinde gittikçe daha önemli bir yer edinebileceğini göstermektedir. Yaşlı nüfus oranının yüksekliği ise hangi yaş aralığının yaşlı olarak değerlendirileceği sorusunu karşımıza çıkarmaktadır. Yaşlılık için belirlenen yaş aralığı nesnel bir realite olmasına rağmen aslında bir algılama biçimidir. Dolayısıyla yaşlılık için belirlenen yaş, zamana ve toplumsal yapılarla

göre farklılıklar göstermektedir. Örneğin ilkel toplumlarda yaşlılık yaşına çok az insanın ulaşabileceğine yönelik bir kabul söz konusudur ve yaşlılık dönemi, yaşama tutunmayı sağlayan kaynakların elde edilemediği bir süreç olarak görülmektedir. Antik çağ Yunan toplumlarında ise yaşlılık hoşlanılmayan, acı veren, kasvetli, ölüme yakın bir dönem olarak ele alınmıştır. Orta çağ döneminde de 40'lı yaşların yaşlı sayıldığına dair bilgiler bulunmasına karşın o döneme ait yaş gruplandırmalarının 35, 45, 50, 58, 60, 72 olarak yapıldığına ve yaşlı kategorisine 60 ve 70 yaşları arasında olanların dâhil edildiğine ve bu yaş grubuna yönelik bazı düzenlemelerin olduğuna dair bilgiler literatürde yer almaktadır (Shahar, 1998). Günümüzde ise yaşlılık yaşıyla ilgili yapılan araştırmalarda farklı sonuçlara ulaşılmıştır. Türkbeyler ve diğerlerinin (2018) yaptığı bir araştırmada, katılımcıların yaşlılık başlangıç yaşı olarak niteledikleri ortalama yaşın; 60,84±8,82 olarak ele alındığı saptanmıştır. Çayır (2012) Türkiye'de insanların 55 yaşından sonrasını yaşlılık dönemi olarak algıladığı tespitinden hareketle, Yunanlıların yaşlılığın 68 yaşında başladığını düşünmelerini karşılaştırarak, aradaki farkın iki ülke arasında bulunan kültür ve algı farkından kaynaklandığını düşünmektedir. Bu araştırmada bir kadın katılımcı "*Bence 30'u geçince yaşlı olunur. Otuzdan sonra kadınlar yaşını söylemek istemez. İnsan yıkılır.*" (YB-15, Kadın, 23 yaşında) ifadesini kullanarak yaşlılık döneminin çok erken yaşta (30-40 yaşından sonra) başladığı görüşündedir. Başka kadın katılımcılar ise "*70 yaşında. Çünkü annem 65 yaşında, kayınvalidem 70 gibi. Annem kayınvalideme göre daha aktif. Kayınvalidem 70 yaşına gelince bakıma muhtaç oldu*" (YB-9, Kadın, 41 yaşında), "*Yaşla alakası yok. Hayattan bıkkın, küskün olanlar yaşlı hisseder.*" (YB-13, Kadın, 36 yaşında) şeklinde belirterek yaşlılığın yaş ile tanımlanmaması gerektiğini, kişi kendisini yaşlı hissettiğinde ve bakıma muhtaç olduğunda yaşlılık döneminin başladığını ifade etmişlerdir. Bir erkek katılımcı ise "*Emekli olduğunda. Çalışacak işi olmadığı için verimden düşer ve kendini yaşlı hisseder.*" (YB-23, Erkek, 40 yaşında) diyerek yaşlı bireylerin gücü ve enerjisi azaldığında, güçten düştüğünde ve emeklilik durumunda yaşlı sayılabileceğini belirtmiştir.

3.4.3. Yaşlıların Giyim Tarzı

Giyinmek bireylerin fizyolojik ve psikolojik ihtiyaçlarını karşılamının yanı sıra bir topluma ait olma hissini ve kimlik duygusunun oluşmasını sağlamaktadır (Kaçar, 2019). Giyim tarzı bireylerin yaşı, zevkleri, ilgi alanları, statüsü, karakteri gibi bazı özellikleri hakkında önemli bilgiler vermektedir. Yaşlanmayla beraber ortaya çıkan fiziksel değişimler nedeniyle yaşlı bireylerin giyim tarzı fizyolojik, anatomik, psikolojik ve sosyal özelliklerden etkilenmektedir (Kaçar, 2019). Yaşlıların giyim tarzlarına yönelik çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Gürşahbaz ve arkadaşları (2009), yaşlı kadınların rahat ve vücutlarına uygun, kullanışlı giysileri öncelikle tercih ettiklerini belirlemiştir. Kaçar (2019, ss. 55-56) yaşlı kadınların rahat kullanabilecekleri, kolay giyip çıkartabilecekleri, yaşına uygun, sade kıyafetleri tercih ettiklerini tespit etmiştir. Bu araştırmada ise literatüre benzer şekilde katılımcıların bazıları "Yaşlı bireyler nasıl giyinmelidir" sorusu üzerine görüşleri ele alındığında; "*Podyuma çıkar gibi giyinmemeli. Ama kişisel bakıma kılık kıyafete dikkat etmelidir.*" (YB-3, Kadın, 21 yaşında), "*Kahverengi ve gri tonda giyinmelidir. Cırtlak renkler kırmızı gibi yaşlıya hayatta yakışmaz.*" (YB-26, Kadın, 20 yaşında),

“Şık giyinmelidirler. Açık renk giyilmelidir. Yaşından genç giyinirlerse psikolojik olarak kendilerini iyi hissederler.” (YB-17, Kadın, 27 yaşında) diyerek yaşlı bireylerin yaşına uygun ve rahat edebileceği kıyafetler giymesi gerektiğini, onları genç gösterecek şık giyim tarzının olması gerektiğini savunmuştur.

3.4.4. Yaşlıların Sosyal Yaşamı

Yaşlılar hem kendi yaş grupları hem de diğer yaş grupları içerisinde sosyal çevreye uyum sağlamak, toplumsal ilişki kurabilmek, bireysel fikirlerini hür bir biçimde dile getirebilmek ve kendi öz benliklerini yansıtabilmek için çeşitli sosyal ortamlara ihtiyaç duymaktadırlar (Özkul vd., 2019). Yaşlılar formel (hükümet, sağlık hizmeti sağlayıcıları ve/veya diğer kuruluşlarla vb.) ve enformel (aile, arkadaşlar, komşular gibi) toplumsal ilişkiler geliştirebilmektedirler (Canatan, 2016). Yaşlıların sosyal etkileşimlerde bulunması, formel veya enformel toplumsal etkinliklere dâhil olması, benlik ve özgüven duygusunu pekiştirmekte, onların mutlu, umutlu olmalarını sağlamaktadır (Kalınkara, 2011). Kim ve Lee (2018) araştırmalarında yaşlıların sürdürdükleri sosyal ilişkilerin yaşam kaliteleri ve sağlıkları üzerine olumlu etkileri olduğunu bildirmişlerdir.

Bu araştırmada katılımcılara “Yaşlılar sosyal hayata dâhil olabiliyor mu?” sorusu sorulduğunda 18 katılımcı yaşlıların sosyal ilişkilerini sürdürdüklerini ve 21 katılımcı ise yeni arkadaş edinebildiklerini ifade etmişlerdir. Buna göre, bazı katılımcıların “Yaşlılar kapının önüne oturduklarında tüm mahalleyi başına toplayabiliyorlar. Bence yaşının yalnız kalması, az kişinin ziyaret etmesiyle, ailenin ilgisizliği ile alakalıdır.” (YB-25, Erkek, 38 yaşında), “Yaşlılar bazen çocuklaşır, bazen olgunlaşır. O nedenle herkesle arkadaş olabilir.” (YB-26, Kadın, 20 yaşında) ve “Konuşmadan konuşmaya fark eder. Kimisi kendi beğenmişçesine konuşur kimi de daha tatlı konuşur ve arkadaş edinir.” (YB-20, Kadın, 26 yaşında) ifadelerinden de anlaşılacağı üzere yaşlı bireylerin aile, arkadaş, komşu gibi enformel toplumsal ilişkiler geliştirebildiklerini belirtmişlerdir. Ancak bazı yaşlı bireyler sosyal yaşama katılımda engellerle karşılaşabilmektedir. Literatürde yaşlıların sosyal yaşama dâhil olmamasının nedenleri; yalnız yaşaması, yakın akrabasının bulunmaması veya aile üyeleriyle arasındaki coğrafi mesafenin fazla olması, diğer bireylerle görüşmemesi, evinden çıkamaması, hasta olması, engeli olması, sosyal ilişkilerin az olması, sosyal entegrasyonu destekleyecek ulaşım ve tesislerin eksikliği gibi unsurlarla açıklanmaktadır (Breheny ve Severinsen, 2018; El Haj vd., 2016). Bu araştırmada ise literatüre benzer şekilde katılımcılar “Zor. Yürüyemedikleri için evden çıkamıyorlar ve insan yüzü göremiyorlar. O yüzden arkadaşlık kuramıyorlar.” (YB-5, Kadın, 20 yaşında), “Yaşlanınca dışarı çıkmaları kolay olmuyor. Dışarı çıkamayınca kimseyle iletişim kuramaz.” (YB-21, Kadın, 25 yaşında) ya da “Yaşlılıktan dolayı zor arkadaş edinirler. Bulaşıcı hastalığı varsa insanlar onlardan kaçır.” (YB-19, Erkek, 19 yaşında), “Hasta oldukları için, yatağa bağlı oldukları için arkadaş edinemezler.” (YB-11, Kadın, 28 yaşında) şeklinde belirterek yaşlıların sosyal yaşama dâhil olmama nedenlerini; yaşlı bireylerin “yürüyememesi, evden çıkamaması, hasta olması ve kaybolma riski” olarak sıralamışlardır.

Yaşlıların sosyal etkileşime geçtikleri bireyler, yaş özellikleri bakımından farklılık göstermektedir. Bazı yaşlılar akranları ile birlikte olmayı tercih ederken bazı yaşlılar kendilerinden daha genç yaşta olan bireylerle vakit geçirmektedirler. Örneğin Mathur (2015) yaşlı erkeklerin benzer yaş grubunda bulunan bireylerle iletişime geçtiğini, yaşlı kadınların aile üyeleri, akrabalar, arkadaşlar, komşular gibi akranları ve daha gençlerle sosyal ilişkilerini sürdürmeye çalıştıklarını bildirmektedir. Bu araştırmada da katılımcıların çoğu *“Herkesle arkadaş olabilir. Daha genç birinden bile fayda görebilir. Kayınvalidem, annem torunları gelince çok mutlu olur.”* (YB-9, Kadın, 41 yaşında), *“Yaşlılar gençlerle arkadaş olabilirler. 19 yaşındakiler 19 yaşındakilerle, 80 yaşındakiler 80 yaşındakilerle arkadaş olarsa ve 80 yaşındakinin yaşıtı hayatta değilse o insanı yalnızlığa mı bırakacağız o zaman.”* (YB-17, Kadın, 27 yaşında), *“Her yaşlı 7’den 70’e herkesle sohbet etmeli, hayatı bırakmamalı. Yoksa onları toprağa koy gitsin.”* (YB-19, Erkek, 19 yaşında) şeklinde belirttikleri görüşler doğrultusunda yaşlı bireylerin gençlerle birlikte olmaktan mutlu olduklarını düşündüklerini bildirmiştir. Buna karşılık bir katılımcı *“Gençler yaşlının derdini anlayamaz ve aralarında iletişim kopukluğu olur. Bu nedenle yaşlılar mutsuz olur.”* (YB-23, Erkek, 40 yaşında) ifadesini kullanarak yaşlı bireylerin gençlerle birlikte olmaktan mutlu olamayacağını, yaşa bağlı olarak aralarında iletişim kopukluğu olacağını ifade ederek yaşa dayalı bir ayrımcılık yapmıştır.

Diğer yandan bazı katılımcılar *“Gençler yaşlıların çok konuştuklarını düşünürler.”* (YB-6, Kadın, 52 yaşında), *“Gençler yaşlıların yanında olmak istemezler ve onlara kötü davranabilirler.”* (YB-7, Kadın, 19 yaşında), *“Gençler yaşlılara tahammül edemezler.”* (YB-24, Kadın, 32 yaşında) diyerek gençlerin yaşlılarla birlikte vakit geçirmekten hoşlanmadıklarını, yaşlı bireylerin *“Sosyal biri olmadıkları ve yeniliklere açık olmadıkları için kendi yaş grubuyla daha iyi anlaşırılar. Diğer kişilerle aynı konuyu konuşamazlar bile.”* (YB-18, Kadın, 19 yaşında), *“Yaşlı yaşlıyla konuşmalıdır.”* (YB-24, Kadın, 32 yaşında) şeklinde de görüldüğü üzere kendi yaşlılarıyla birlikte daha mutlu olduklarını ve daha iyi iletişim kurabildiklerini ifade etmişlerdir. Ancak bazı katılımcılar ise tam tersi bir şekilde *“Sağına soluna baksa yaşlı görünce mutsuz olur. Gençlerle birlikte olsa civil civil olsun. 70-80 yaşındakiler civil civil olmaz.”* (YB-14, Kadın, 52 yaşında), *“Yaşlının içi geçmemişse kendi yaş grubuyla birlikte olmamalıdır. Bu yaşlının karakteriyle ilgili.”* (YB-16, Kadın, 22 yaşında) ifadelerine yer vererek yaşlıların sadece kendi yaş grubuyla birlikte olmasını uygun görmediklerini, bu durumun yaşlı bireyleri mutsuz edeceğini belirtmişlerdir.

3.4.5. Yaşlıların Üretkenlikleri

Yaşlılık kuramlarından birisi olan “Etkinlik Kuramı”, yaşlanma sürecini kaliteli bir şekilde geçirmeleri için bireylerin yaşamını aktif şekilde sürdürmesi gerektiğine odaklanmaktadır (Kalaycı ve Özkul, 2018). Bu çerçeveden bakıldığında üretkenliklerini sürdürebilen yaşlılar, yaşamında daha huzurlu ve mutlu olabilmektedirler. Yaşlılarda üretkenlik, ev işleri, çocuk bakımı, gönüllü çalışma, ailesine ve arkadaşlarına yardım gibi faaliyetler de dâhil olmak üzere, ücretli olsun ya da olmasın, mal

veya hizmet üretilen herhangi bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır. Yaşlıların üretkenliği, şimdiye kadar ekonomik yaşama odaklanmasına karşın günümüzde sosyal yaşamda ürettikleri hizmeti de kapsamaktadır. Bireyler iş gücü yaşamına önemli katkılar sağladıktan sonra, yaşlılık döneminde gerek ev yaşamlarına gerekse sosyal ilişkilerine önemli katkılar sağlamaya devam etmektedirler (Fernández-Ballesteros vd., 2011). Literatürde yaşlılık döneminde üretkenliğin sürdürülmesi halinde; yaşlı bireylerin bağımsızlıklarını devam ettirme, fiziksel ve mental sağlık düzeylerini geliştirme imkân buldukları da bildirilmektedir (Penninx vd., 2001; Salar vd., 2016). Yaşlı bireyler mal ve hizmet üretmek (ücretli ve ücretsiz), ailesine her alanda yardımcı olmak, çocuk bakma sorumluluğunu üstlenmek, aile gelirini düzenleme konusunda çocuklarına fikir sunmak, ev içi işleri yapmak, üretim faaliyetine aktif olarak katılmak, dinsel ve törensel konularda rehberlik etmek, aile içinde ilişkileri düzenlemek vb. gibi üretkenlik içeren faaliyetlerde yer alabilmekte ve kendilerini üretken, yaratıcı ve işe yarar hissedebilmektedirler (Feng vd., 2020). Kore’de 65 yaş ve üstü bireylerle yapılan bir araştırmada yaşlıların %14,2’si ücretli bir işte çalışırken %84,8’i ücret almadan ev içi sorumluluklarını yerine getirdikleri belirlenmiştir (Kim, 2019). İspanya’da yaşlıların yer aldığı ücretsiz ev işlerinin ekonomi üzerine önemli katkı sağladığı tespit edilmiştir (Fernández-Ballesteros vd., 2011). Bu araştırmada ise bazı katılımcılar “*Evde olan her işi yapmalı. Başka ne iş yapabilir ki. Kadın ne iş yapabilir ki. Namaz kılar, torunlara bakar. Kendine dikkat etmesi, araba çarpmaması, yolun kenarından gitmesi gerekir.*” (YB-1, Kadın, 57 yaşında), “*Kenarda oturmalı, torunlarına el öptürmesi lazım. Çantasını koluna alıp işe gitmemeli. Örgü örmeli. Evi temizlemeli. Erkekler iğneyle tespih çizmeli.*” (YB-8, Kadın, 22 yaşında) şeklinde belirterek yaşlı bireylerin ev içerisinde yapması gereken faaliyetleri aileyi yönetmek, ev işi/el işi yapmak, kendi kişisel bakımlarını yapmak, torun bakmak olduklarını belirtmektedir. Buna karşılık bazı katılımcılar yaşlı bireylerin ev içindeki belli başlı sorumluluklarına yönelik “*Sorumlulukları yoktur. Yesinler, içsinler, dinlensinler, namazını kulsınlar.*” (YB-25, Erkek, 38 yaşında), “*İş yapmamalı, sadece çocuğunu, torununu yönetmelidir.*” (YB-19, Erkek, 19 yaşında) şeklinde görüş bildirerek yaşlı bireylerin ev içerisinde herhangi bir sorumluluğu olmadığını düşünmektedir.

Yaşlıların ev dışındaki sorumluluklarını ise “*Aynı evde yaşıyorsa alışveriş yapmalı, fatura ödemeli. Yardımcı olunca oğlu mutlu olur.*” (YB-3, Kadın, 21 yaşında) ifadesinde de belirtildiği üzere alışveriş yapmak ve fatura ödemek olarak sınırlarken, bazı katılımcılar “*Ev dışında bir sorumluluğu yoktur.*” (YB-20, Kadın, 26 yaşında), “*Sadece gezebilir. Başka iş yapamaz ki.*” (YB-14, Kadın, 52 yaşında), yaşlı bireylerin ev dışında herhangi bir sorumluluğu olmadığını düşünmektedir. Buna göre katılımcıların önemli bir kısmı yaşlı bireylerin ev dışında sorumluluğunun olmadığını düşünmesi yaşlıları üretken olarak görmemesi ile ilişkilendirilebilir.

Avrupa’da ve Japonya’da emeklilik yaşının daha ileri yaşa yükseltilmesi ile yaşlıların işgücü piyasasına katılım oranı artmıştır. Özellikle işverenlerin tecrübeli ve vasıflı elemanlarla çalışma talebi yaşlıların işgücünde yer almasını desteklemektedir (Blomé vd., 2020). Ancak ülkemizde yaşlılar işgücü piyasasında yer bulmakta zorluk yaşamaktadırlar (TÜİK, 2016). Kalaycı ve Özkul’un araştırmasında

(2017) yaşlıların çok az bir kısmının işgücü piyasasında kendine yer bulabildikleri belirlenmiştir. Literatürde işgücü piyasasında yer alan gençlere ve yaşlılara yönelik farklı görüşler hâkimdir. Yaşlıların gençlere göre işine sadık olduğu, yönetsel ve kişilerarası becerilere, yaratıcı problem çözme kapasitesine sahip olduğu, ama teknolojiye uyum sağlayamadığı bildirilmektedir. Gençlerin ise yaşlılara göre teknolojiye uyum sağladığı, verimli olduğu, esnek çalışma saatlerine uyum sağladıkları belirlenmiştir (Blomé vd., 2020).

“Çalışmalar daha iyi. Bunca yıl çalışmışlar dinlensinler. Teyzenin kocası erken ölmüş. Tarla işi yaparken çocuklara bakmış. Artık dinlenmesi lazım. Çocuklarının ona bakması lazım.” (YB-2, Kadın, 45 yaşında)

“İşsizlik zaten büyük sorun. Yaşlılar çalışmış çalıştığı kadar. Yerini gençlere vermeli. Gençler üniversite okuyor. Daha dikkatli oluyor.” (YB-3, Kadın, 21 yaşında)

“Genç yaşlarda çalışmışlardır. Yaşlanınca artık oturup maaşlarını yemelidir.” (YB-21, Kadın, 25 yaşında)

“Yaşlılar hayatlarını yaşamışlar. Gençlere sıra verilmelidir. Çünkü işsizlik büyük sorun.” (YB-18, Kadın, 19 yaşında)

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı üzere bu araştırmada ise 20 katılımcı, yaşlıların, gençlerin istihdamını olumsuz etkileyeceği gerekçesi ile iş hayatında yer almaması gerektiğini düşünmektedir. Bu nedenle eğer yaşlılar çalışacaksa ev işi/el işi, bahçe işi gibi bedenen ve ruhen yorulmayacakları ve gençlerin iş bulmalarını engellemeyecek işlerde çalışmaları gerektiğine inandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca katılımcıların “Çalışma yaşamında bireyler arasındaki terfilerde yaşlılardan ziyade gençlere öncelik verilmesi gerektiğini düşünüyor musunuz?” sorusuna yönelik görüşleri ele alındığında “Müdür genç olur. Yaşlılara verilmez. Yaşlıların akli gençler kadar mı? Gençler daha akıllı.” (YB-4, Kadın, 45 yaşında), “Yaşlı sonuçta onlar. Az biraz daha yaşayacak, sonra yaşamayacaklar. Gençler daha uzun yaşayacaklar.” (YB-12, Kadın, 45 yaşında), “Hak edene verilmelidir. Yaş terfide kriter olmamalı. Gence ve işin akışına haksızlık olur.” (YB-22, Erkek, 36 yaşında) şeklindeki ifadelerde de dile getirildiği üzere katılımcılar aynı iş ortamını paylaşan genç ve yaşlıların terfi alması gerektiğinde terfiyi genç çalışanın alması gerektiğini, yaşlı çalışanın emekli olmasının önemli olduğunu belirtmişlerdir.

3.4.6. Bakıma Muhtaçlık

Yaşlı bireyin toplum içerisinde bağımsız yaşayabilmesi için öncelikle temel gereksinimlerini karşılaması, sonrasında günlük ve enstrümantal yaşam aktivitelerini yerine getirebilmesi gerekir. Bireyler ortaya çıkan hastalık ve yetersizlik durumunda, temel insan gereksinimlerini ve enstrümantal yaşam aktivitelerini karşılayamamaktadır (Özbek Yazıcı ve Kalaycı, 2015; Kalaycı ve Çelikkol, 2014). Günlük ve enstrümantal yaşam aktivitelerini yerine getiremeyen yaşlılar bakıma muhtaç hale gelmekte

ve diğer bireylere/kurumlara bağımlılığı artmaktadır. Bu araştırmada katılımcılar “*Kendi işini yapamayanlar.*” (YB-6, Kadın, 52 yaşında), “*Elden ayaktan düştüyse bakıma muhtaçlıktır.*” (YB-10, Kadın, 37 yaşında), “*Kendi işini, yemeğini, temizliğini yapamamak.*” (YB-12, Kadın, 45 yaşında), “*Elden ayaktan düşmek, kendi ihtiyaçlarını karşılayamamak.*” (YB-25, Erkek, 38 yaşında) şeklindeki ifadeleriyle bakıma muhtaç yaşlıları “kendi bakımını ve işini yapamayan, düşkün ve yatağa bağımlı” kişiler olarak tanımlamıştır.

Yaşlıların fiziksel, duygusal ve bilişsel sağlık sorunlarına yönelik; öncelikle aile üyeleri ve akrabaları olmak üzere, arkadaşları, komşuları gibi diğer yakınları için bakım verme sorumluluğu ortaya çıkmaktadır. Bakım verme sorumluluğu, hemen her kültürde öncelikle eş ve çocuklar tarafından üstlenilmekte ve aile içi bir görev olarak kabul edilmektedir (Kalınkara ve Kalaycı, 2017). Literatürde bakım desteğinin sıklıkla aile üyelerinden ve diğer yakınlardan alındığı, en fazla yaşlı eşlerinin bakım sorumluluğunu üstlendiği (%30,6) (Bertogg ve Strauss, 2020; Fee vd., 2019) bildirilmiştir. Araştırmada katılımcılardan 19’u yaşlının bakımını çocuklarının, 4’ü bakıcıların ve 3’ü kurumların yapması gerektiğini ifade etmiştir. Buna göre katılımcıların “*Yaşlı bakım evlerinden yardım alabilirler.*” (YB-16, Kadın, 22 yaşında), “*En başta kendisinden biri, o yoksa sonra ailesinden biri o da yoksa devletten biri bakmalıdır.*” (YB-23, Erkek, 40 yaşında), “*Kızları, evlatları bakmalıdır.*” (YB-24, Kadın, 32 yaşında), “*Evlatları varsa evlatları bakmalıdır. Evladı yoksa hemşire veya hasta bakıcı tutulmalıdır.*” (YB-26, Kadın, 20 yaşında) ifadelerinde de görüldüğü üzere hemen hemen bütün yaş grupları açısından kurumsal bakım tercihinin göre ve çok büyük bir farkla yaşlının ya kendi evinde ya da çocuklarının evinde bakımının yapılması gerektiğini belirtmektedirler. Görüşülenlerin sadece eğitim düzeyi ve ekonomik gelir düzeyi birlikte yükseldiğinde kurumsal bakım fikrine yönelik bir eğilim az da olsa görülmektedir. Ancak her halükârda kurumsal bakım tercihi deneklerin tamamına yakını açısından son tercih olarak belirlenmiştir. Bu durum aynı değer hükümlerini taşıyan toplumsal çevrenin baskısı mıdır? Yoksa yaşlıların ya da bakımını üstlenecek yakınlarının gelir düzeylerinin düşüklüğüyle mi? ilgili olduğu ayrıca araştırılması gereken bir husus gibi görünmektedir.

Yaşlı bakımında bakım verenler yaşlı bireyin günlük yaşam aktivitelerine (vücut bakımının yapılması, giydirilmesi, beslenmesinin sağlanması, boşaltımının yapılması gibi) ve günlük yaşamın enstrümantal aktivitelerine (yemek hazırlama, alışveriş yapma, para idaresini yapma, çamaşır yıkama, ev işlerini yapma, telefon kullanma, ilaçlarını verme gibi) yönelik ihtiyaçlarını karşılamaktadır (Wolff vd., 2016). Araştırmada katılımcılara “Bakıma muhtaç yaşlıların bakımında neler yapılmalıdır?” sorusu sorulduğunda “*Tüm işleri yapılmalıdır.*” (YB-4, Kadın, 45 yaşında), “*Yatalakların banyosu yaptırılmalı, yemek yedirilmelidir.*” (YB-5, Kadın, 20 yaşında), “*Günlük bakımı yapılmalı. İlaçlarına dikkat etmeli, zamanında verilmeli, vücut temizliği yapılmalıdır.*” (YB-13, Kadın, 36 yaşında), “*Her ihtiyacı karşılanmalıdır.*” (YB-21, Kadın, 25 yaşında) şeklindeki ifadelerinde görüşülenler, yaşlı bakımında vücut temizliğini yapmanın, yemek yedirmenin, ilaçlarını içirmenin, yara bakımını yapmanın önemli olduğunu vurgulamışlardır. Ayrıca katılımcılar “*Yaşlılar her konuda ev işinde, sağlıkta, her*

konuda deneyimlidir. Onlara her şey sorulmalıdır. Belli konularda fikir alınmalıdır. Her şeyi bilirler.” (YB-11, Kadın, 28 yaşında), “Üzmemeli.” (YB-11, Kadın, 28 yaşında), “Mahremiyetine dikkat edilmeli.” (YB-13, Kadın, 36 yaşında), “Narin davranılmalı.” (YB-16, Kadın, 22 yaşında), “Güler yüzlü, itip kalkmadan, nefret ettirmemek, korkutmamak gerekir.” (YB-24, Kadın, 32 yaşında) şeklinde belirterek yaşlı bakımıyla ilgilenenlerin, bakım sürecinde yaşlıya karşı güler yüzlü ve nazik olmanın, mahremiyete önem vermenin, yaşlının fikirlerine ve önerilerine saygı göstermenin gerekli olduğunu ifade etmişlerdir.

3.4.7. Yaşlılara Saygı Gösterme

Bireylerin yaşlanmaya ve yaşlı bireylere yönelik algıları çoğunlukla sosyal çevrenin etkisinden kaynaklanmakta, bu etki olumlu veya olumsuz yönde olabilmektedir. Yaşlanmaya ve yaşlı bireylere yönelik olumsuz algılar yaşlılara karşı saygısızlık gösterilmesine, olumlu algılar ise yaşlı insanlara saygı gösterilmesine neden olabilir. Örneğin, yaşlı insanlara saygı duyulan sosyal bir çevrede yaşayan birey, yaşlılığa ilişkin olumlu beklentiler geliştirme eğiliminde olmaktadır (Malik vd., 2016). Ülkemizde çekirdek aileye dönüşümün olması kolektivist bir toplumdan bireyci bir topluma doğru geçişin de bir göstergesidir. Bu durum aile içerisinde bulunan çocukların ve gençlerin, yaşlı olan büyükanne ve büyük babalarıyla görüşme sıklığının azalmasına neden olmuştur. Sosyal mekânların farklılaşması, fiziksel mesafelerin artması nedeniyle ilişkilerin seyrelmesi yaşlılara gösterilen saygı ve ilgilenme davranışının da değişmesine neden olmuştur. Örneğin yaşlı bireye yardım etmek, onu görünce ayağa kalkmak ve yer vermek, göz teması kurmak gibi örnekler günümüzde gençler tarafından gittikçe daha az temsil edilir hale gelmiş davranışlar arasındadır. Öte yandan geleneksel değerlerin gündelik hayatta hala baskın olduğu ülkelerden biri olan Pakistan’da yapılan bir araştırmada katılımcıların %84,8’i tarafından yaşlılara yüksek düzeyde saygı gösterildiği tespit edilmiştir (Malik vd., 2016). Bu araştırmada da katılımcılara “Sizce yaşlılara gereken saygı ve özen gösteriliyor mu?” sorusu sorulduğunda katılımcıların “Gençler yaşlıları görünce hemen ayağa kalkıyorlar ve onlara saygı gösteriyorlar.” (YB-1, Kadın, 57 yaşında), “Annesi ve babasına göstermesi gereken sevgiyi saygıyı gösterirler. Yaşlılar tecrübelidir.” (YB-7, Kadın, 19 yaşında), “Çoğu aile biz de yaşlanacağımız için saygı gösterir. Belli konularda fikirleri alınır.” (YB-21, Kadın, 28 yaşında) ve “Yaşlılar ev içinde, sağlıkta, her konuda deneyimlidir. O yüzden onlara herkes saygı gösterir.” (YB-14, Kadın, 52 yaşında) ifadelerinden de anlaşılacağı üzere kendi aile üyelerinin yaşlılara “yaşlarından dolayı onları görünce ayağa kalkmak, belli konularda onların fikirlerini almak” gibi davranış ve hareketlerde bulunarak onlara saygılı davrandıklarını ifade etmişlerdir.

4. SONUÇ

Dünyada doğurganlık oranlarının azalması ve insan ömrünün uzamasıyla birlikte yaşlı nüfusunun artması, değişen birçok toplumsal, ekonomik, teknolojik koşullarla birlikte yaşlılık algısına yeni boyutlar kazandırmaktadır. Yaşlanma her birey için kaçınılmaz bir süreçtir. Ancak yaşa ve yaşlılığa

yüklenilen anlam ve değer toplumdan topluma değişiklik göstermektedir. Özellikle bir toplumda sosyal ve kültürel özellikler göz önüne alındığında yaşa ilişkin olarak geliştirilen toplumsal normlar ve kalıp yargılar yaşlılığın anlamını ve yaşlılık algısını değiştirmektedir. Daha önce de belirtildiği gibi araştırmada katılımcıların kendi yaşlanmalarına yönelik algıları ve genel yaşlılık algıları olmak üzere iki kavramsal tema üzerinde durulmuştur.

Katılımcıların kendi yaşlanmalarına yönelik algılarında; “yaşlı hissetme, yaşlanmaktan korkma, dış görünüşlerinde ortaya çıkan değişikliklerden rahatsız olma” temalarına yer verilmiştir. Bu temalar çerçevesinde tasnif edilen verilere göre katılımcıların büyük bir kısmı yaşlılıktan korkmadıklarını dile getirmektedirler. Ancak katılımcılardan görece ileri yaşta olanların yaşın ilerlemesiyle birlikte fiziksel ve bedensel olarak dış görünüşlerinde ortaya çıkan değişikliklerden rahatsızlık duydukları tespit edilmiştir. Bu durum her şeyden önce ‘yaşlı’ nitelendirmesinin fiziksel ve bedensel görünümdeki değişiklik üzerine temellendirildiğini göstermektedir.

Araştırmada aynı zamanda “yaşlılık kelimesinin anlamı, yaşlılık yaşı, yaşlıların giyim tarzı, yaşlıların sosyal yaşamı, yaşlıların üretkenlikleri, bakıma muhtaçlık ve yaşlılara saygı gösterme” temaları çerçevesinde yaşlı bakım istihdamında yer almak isteyen katılımcıların genel yaşlılık algıları değerlendirilmiştir. Buna göre katılımcılar “emeklilik, düşkünlük, muhtaçlık, yalnızlık, ömrün bitmesi” gibi kavramlara yer vererek yaşlı kelimesine ve yaşlılık dönemine olumsuz anlamlar yüklemektedir. Özellikle kadın katılımcılar tarafından yaşlılık döneminin çok erken yaşta başladığı belirtilerek, kişinin kendisini yaşlı hissetmesi, kendi ihtiyaçlarını karşılayamaması ve bakıma muhtaç duruma gelmesiyle birlikte yaşlılık döneminin başladığı ifade edilmektedir. Ayrıca katılımcılar gündelik yaşamlarında yaşlı bireylerin rahat edebileceği kıyafetler giymeleri ve toplumsal alanda sosyal ilişkilerini sürdürmeleri gerektiğini belirtmektedir.

Sosyal yaşama dâhil olmama nedenleri olarak ise katılımcılar, yaşlı bireylerin “evden çıkamama, hasta olma ve kaybolma” gibi durumlarını belirterek bakıma muhtaç durumda olan yaşlıların yalnızlık sorununa ve yaşam kalitesinin düşüklüğüne vurgu yapmaktadırlar. Yaşlı bireylerin yaşamını aktif bir şekilde sürdürebilmeleri için ise “ev işleri, çocuk bakımı, aile içi ilişkileri yönetme” gibi faaliyetleri yerine getirerek üretkenliklerini devam ettirebileceklerini belirtmektedirler. Aynı zamanda katılımcılar gündelik yaşam pratiklerini yerine getiremeyen yaşlıların aile üyelerine ya da bakım hizmeti veren bireylere/kurumlara olan ihtiyaçlarının arttığını ifade etmektedir. Buna göre katılımcılar bakıma muhtaç durumda olan yaşlı bireyleri, kendi yemek ihtiyaçlarını karşılayamayan ve kendi öz bakımını yapamayan, düşkün ve yatağa bağlı kişiler olarak tanımlamaktadır.

Yaşlı bakım istihdamında yer almak isteyen katılımcıların yaşlanma algılarındaki bireysel farklılıklar da göz önünde tutularak yaşlı bireylere, yaşlılık dönemine olumsuz anlamlar yüklemekte ve yaşlılık sürecini “muhtaç olma, düşkün olma” gibi kavramsallaştırmalar noktasında değerlendirmektedir. Ancak yaşlı bakım istihdamında yer almak isteyen bireylerin bu olumsuz

tutumları, belirli bilgi ve becerilerinin yanı sıra, çeşitli görevlerin uygulanması ve deneyim kazanılmasıyla değiştirilebilir. Bu doğrultuda yaşlanma algısına yönelik olumsuz tutum ve değerleri değiştirmeye ve onu daha olumlu hale getirmeye odaklanan müdahalelerin geliştirilmesi özellikle önemlidir. Dolayısıyla burada meslekle ilgili etik değerlerin belirlenmesi ve eğitim süreçlerinde bu değerlere uygun davranışların neler olduğuna ve nasıl üretileceğine yönelik bilgi ve alışkanlıkların kazandırılması gerekmektedir. Bu noktada Durkheim'in 'meslek ahlakı' hatırlanacak olursa; modernleşme sürecinde değişen ve farklılaşan toplumun ahlaki bütünlüğünü kazanmasında en önemli kaynak meslekler yoluyla oluşturulan denetim mekanizmasıdır (Durkheim, 1962). Buna göre araştırmada yaşlı bakım istihdamında yer almak isteyen bireylerin daha çok geleneksel değerleri kaynak alması, bakım personeli yetiştirilmesine yönelik eğitim süreçlerinin yetersizliğine işaret eden bir husustur. Bu nedenle yaşlı bakımına yönelik personel eğitiminde kullanılan müfredatın geliştirilmesi, eğitim veren personelin alanında uzman olması, uygulamalı eğitimlerin yapılması (yaşlı bireylerin bakım gereksinimlerine yönelik yaşlı hasta maketinin, hasta bakım malzemelerinin vb. kullanılması) ve alanında uzman gözetmenler eşliğinde kurumlarda yaşlılarla birebir çalışılmasına olanak sağlanması gibi hususların dikkate alınması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akıncı, A. Y. (2020). *Antikçağdan Moderniteye Gerontolojinin Doğuşu*. Deniz Say Şahin (Ed.). Etik Yönleriyle Yaşlılık ve Yaşlanma içinde (1-32). Bursa: Ekin Yayınları.
- Ayalon, L. (2015). Perceptions of old age and aging in the continuing care retirement community. *International Psychogeriatrics*, 27(4), 611-620. doi: 10.1017/S1041610214002415
- Beja, M. J., Franco, G., Sousa, J. M., Candeias, A. A. ve Aveiro, S. (2018). Ageing perception in seniors' formal caregivers. *MOJ Gerontology & Geriatrics*, 3, 142-144. doi: 10.15406/Mojgg.2018.03.00102
- Bertogg, A. ve Strauss, S. (2020). Spousal caregiving arrangements in europe. the role of gender, socio-economic status and the welfare state. *Ageing & Society*, 40, 735-758. doi: 10.1017/S0144686X18001320
- Bertram, S. (1989). *The ashes and the flame: passion and aging in classical poetry*. T. M. Falkner ve J. De Luce (Ed.), Old age in Greek and latin literature içinde (157-172). Albany: State Universty Of New York Press.
- Blomé, M. W., Borell, J., Håkansson, C. ve Nilsson, K. (2020). Attitudes toward elderly workers and perceptions of integrated age management practices. *International Journal of Occupational Safety and Ergonomics*, 26(1), 112-120. doi: 10.1080/10803548.2018.1514135

- Breheny, M. ve Severinsen, C. (2018). Is social isolation a public health issue? a media analysis in Aotearoa/New Zealand. *Critical Public Health*, 28(4), 484-493. doi: 10.1080/09581596.2017.1400162
- Canatan, A. (2016). *Yaşlılıkta Sosyal İlişkiler ve Kuşaklararası Etkileşim*. Harun Ceylan (Ed.). Yaşlılık sosyolojisi içinde (139-155). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ceylan, H. (2015). Yaşlanan Türkiye’de yaşlı bakım personeline duyulan ihtiyaç ve yaşlı bakım programlarının önem. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 5(5), 61-68
- Chasteen, A. L., Pichora-Fuller, M. K., Dupuis, K., Smith, S. ve Singh, G. (2015). Do negative views of aging influence memory and auditory performance through self-perceived abilities?. *Psychology And Aging*, 30(4), 881-893. Doi: 10.1037/A0039723
- Chonody, J. M. ve Teater, B. (2016). “Why do I dread looking old?: a test of social identity theory, terror management theory, and the double standard of aging. *Journal Of Women & Aging*, 28(2), 112-126. Doi: 10.1080/08952841.2014.950533
- Çayır K. (2012). *Yaşçılık/Yaşa Dayalı Ayrımcılık. Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar*, Derleyenler: Kenan Çayır, Müge Ayan Ceyhan, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları 393, 1. Baskı, İstanbul, 163-174.
- Durkheim, E. (1962). *Meslek Ahlakı*. M. Karasan (Çev.). Ankara: Milli Eğitim Basımevi.
- El Haj, M., Jardri, R., Larøi, F. ve Antoine, P. (2016). Hallucinations, loneliness, and social isolation in Alzheimer's disease. *Cognitive Neuropsychiatry*, 21(1), 1-13. Doi:10.1080/13546805.2015.1121139
- Ertin, H. ve Özkaya, H. (2016). Etik Açısından Yaşlıya Kötü Muamele/İstismar ve Toronto Bildirgesi. Türkiye Klinikleri *Journal of Medical Ethics, Law and History-Special Topics*, 2(2), 77-84.
- Faronbi, J. O., Adebawale, O., Faronbi, G. O., Musa, O. O. ve Ayamolowo, S. J. (2017). Perception knowledge and attitude of nursing students towards the care of older patients. *International Journal Of Africa Nursing Sciences*, 7, 37-42. doi:10.1016/J.İjans.2017.06.004
- Fee, A., McIlpatrick, S., and Ryan, A. (2021). ‘When it faded in her ... it faded in me’: A qualitative study exploring the impact of care-giving on the experience of spousal intimacy for older male care-givers. *Ageing and Society*, 41(1), 29-50. doi:10.1017/S0144686X19000850

- Feng, J., Chuai, X., Lu, Y., Guo, X. ve Yuan, Y. (2020). Who Will do more? the pattern of daily out-of-home activity participation in elderly co-residence households in urban china. *Cities*, 98(102586), 1-10. doi:10.1016/J.Cities.2019.102586
- Fernández-Ballesteros, R., Zamarrón, M. D., Díez-Nicolás, J., López-Bravo, M. D., Molina, M. Á. ve Schettini, R. (2011). *Productivity in old age. Research On Aging*, 33(2), 205-226. doi:10.1177/0164027510395398
- Görgün Baran, A., Kalıncara, V., Aral, N., Baran, G., Akın, G. ve Özkan, Y. (2005). *Yaşlı ve Aile İlişkileri Ankara Örneği*. Ankara: Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Görgün Baran, A. (2018). *Yaşlanma*. E. B. Sağlam, A. Öğün Boyacıoğlu, A. Gelgeç Bakacak, (Ed.). *Sosyoloji içinde* (586-615). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürşahbaz, N., Özelmas Kahya, S. ve Arga Şahinoğlu, M. (2009). Yaşlı kadın tüketicilerin hazır giyim ürün tercihlerini etkileyen unsurların belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 2(2), 146-157.
- Higgs, P. ve Jones, I. R. (2009). *Medical Sociology and Old Age: Towards a Sociology of Health in Later Life*. New York And London: Routledge.
- Kaçar, N. (2019). Yaşlı tüketiciler ve giyim estetiği: sosyal ve psikolojik etkenlerin davranışa etkileri. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 12(1), 52-59.
- Kalaycı, I., Çelikkol, Ö. ve Küpeli, A. (2014). The effects of chronic diseases on the old people's lives and ideas: Süleyman Demirel University sample. *European Journal of Research on Education*, , *Special Issue: Contemporary Studies in Social Science*, 145-150.
- Kalaycı, I. ve Özkul, M. (2017). Geleneksel kalabilsem modern olabilsem: modernleşme sürecinde yaşlılık deneyimleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 8(18), 90-110. doi:10.21076/Vizyoner.308309
- Kalaycı, I. ve Özkul, M. (2018). *Old Age in Theories*. B. Yenihan, D. Başar, G. Cerev, (Ed.), *A Critical Review Of Social Sciences Theory And Practice içinde* (429-437). India: Frontpage.
- Kalıncara, V. (2011). *Temel Gerontoloji Yaşlılık Bilimi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kalıncara, V. ve Kalaycı, I. (2017). Yaşlıya evde bakım hizmeti veren bireylerde yaşam doyumu, bakım yükü ve tükenmişlik. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 10(2), 19-39.
- Kim, Y. B. ve Lee, S. H. (2018). Effects of the elderly's health statuses, health behavior, and social relations on their health-related quality of life: focusing on family types. *Journal*

- of Korean Academy of Community Health Nursing, 29(3), 310-321. doi: 10.12799/Jkachn.2018.29.3.310
- Kim, J. H. (2019). Productive Aging of korean older people based on time use. *Social Science & Medicine*, 229, 6-13. doi: 10.1016/J.Socscimed.2018.04.020
- Kotter-Grühn, D., Neupert, S. D. ve Stephan, Y. (2015). Feeling old today? Daily health, stressors, and affect explain day-to-day variability in subjective age. *Psychology & Health*, 30(12), 1470-1485. doi: 10.1080/08870446.2015.1061130
- Löckenhoff, C. E., De Fruyt, F., Terracciano, A., McCrae, R. R., De Bolle, M., Costa, P. T., ... ve Allik, J. (2009). Perceptions of aging across 26 cultures and their culture-level associates. *Psychology and Aging*, 24(4), 941-954.
- Malik, R. T., Ayaz, A. ve Hussain Bhutto, Z. (2016). Interrelation of perception of old age and respect toward old people among young adults. *Bahria Journal of Professional Psychology*, 15(2), 95-112.
- Mathur, S. (2015). Social support network analysis of the elderly: gender differences. *International Journal Of Humanities & Social Science Studies*, 2(1), 168-175.
- Mendoza-Núñez, V. M., Sarmiento-Salmonán, E., Marín-Cortés, R., Martínez-Maldonado, M. D. L. L. ve Ruiz-Ramos, M. (2018). Influence of the self-perception of old age on the effect of a healthy aging program. *Journal of Clinical Medicine*, 7(106), 1-11. doi:10.3390/Jcm7050106
- Nazlıer-Keser, E.N. (2020). Yaşlı bakım uygulamalarındaki etik sorunlar üzerine bir değerlendirme. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 31(1), 303-333. doi: 10.33417/Tsh.681896
- Özcan, G. (2013). *Yaşlılık ve Din*. N. Akyüz ve İ. Çapcıoğlu (Ed.), *Din Sosyolojisi içinde* (253-267). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Özkul, M., Kalaycı, I. ve Atasoy, M. (2019). Yaşlıların toplumsal ilişki kurma biçimleri: sorunlar ve imkânlar. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(37), 77-97. doi: 10.16990/SOBIDER.5051
- Penninx, B. W., Messier, S. P., Rejeski, W. J., Williamson, J. D., Dibari, M., Cavazzini, C., ... ve Pahor, M. (2001). Physical exercise and the prevention of disability in activities of daily living in older persons with osteoarthritis. *Arch Intern Med*, 161(19), 2309-2316.
- Salar, S., Günal, A., Pekçetin, S., Huri, M., Mehr, B. K., Katırcıbaşı, G. ve Uyanık, M. (2018). Yaşlılarda aktivite, çevre ve yaşam memnuniyeti ilişkisi. *Ergoterapi ve Rehabilitasyon Dergisi*, 4(2), 89-96.

- Sever, Ö. ve Başbüyük Özgün, G. (2009). Yaşlı dul kadınlık. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 2(2), 136-145.
- Shahar, S. (1998). *Old age in the high and late middle ages: image, Expectation and status*. P. Johnson Ve P. Thane, (Eds.), Old age from antiquity to postmodernity içinde (43-64). London And New York: Routledge.
- Stephan, Y., Sutin, A. R. ve Terracciano, A. (2016). Feeling older and risk of hospitalization: evidence from three longitudinal cohorts. *Health Psychology*, 35(6), 634-637. doi: 10.1037/Hea0000335
- Şenol, D. ve Erdem, S. (2017). Yaşlılık ve yaşlı kadınlarda huzurevi algısı: nitel bir araştırma. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 31-50.
- Thyagarajan, B., Shippee, N., Parsons, H., Vivek, S., Crimmins, E., Faul, J. ve Shippee, T. (2019). How does subjective age get under the skin? The association between biomarkers and feeling older or younger than one's age: the health and retirement study. *Innovation in Aging*, 3(4), 1-11. doi: 10.1093/Geroni/İgz035
- Timurturkan, M. ve Demez, G. (2018). Bir toplumsal iktidar alanı olarak beden ve "yaşlanan beden" yeniden inşası. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 441-456. doi: 10.30798/Makuiibf.402090
- Tufan, İ. (2003). *Modernleşen Türkiye'de Yaşlılık ve Yaşlanmak*. Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Tufan, İ. (2016). *Yaşlanan Toplumun Riskleri, Problemleri, İhtiyaçları*. H. Ceylan (Ed.), Yaşlılık Sosyolojisi içinde (99-117), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Türkbeyler, İ. H., Öztürk, Z. A., Kalem, A. ve Abiyev, A. (2018). *Gelişen ve Yaşlanan Toplumumuzda Yaşlılık Algısı*. Nobel Medicus, 14(2), 17-21.
- Türkiye İstatistik Enstitüsü. (2016). Aile Yapısı Araştırması, 2016. Erişim 08 Temmuz 2020, <http://www.tuik.gov.tr/prehaberbultenleri.Do?İd=21869>.
- Türkiye İstatistik Enstitüsü. (2020) Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, (2019). Erişim 04 Temmuz 2020, <http://www.Tuik.Gov.Tr/Prehaberbultenleri.Do?İd=33705>.
- United Nations (2017). Ageing. Erişim 05 Ağustos 2020, <https://www.Un.Org/En/Sections/İssuesdepth/Ageing/>
- Viana Medeiros, D., Santos, W. N. D., Das Graças De Melo Sousa, M., De Cássia Dias Da Silva, T., Silva, P., Teles, P. ve De Fátima Ferreira De Castro, S. (2016). Elderly's perception of old age. *Journal of Nursing UFPE*, 10(10), 3851-3859. doi: 10.5205/Reuol.9667-87805-1-ED1010201617

- Wolff, J. L., Spillman, B. C., Freedman, V. A. ve Kasper, J. D. (2016). A national profile of family and unpaid caregivers who assist older adults with health care activities. *JAMA Internal Medicine*, 176(3), 372-379. doi:10.1001/Jamainternmed.2015.7664
- Yazıcı Özbek, S., Kalaycı, I., Kaya, E. ve Tekin, A. (2015). Yaşlı bakım programı öğrencilerinin yaşlı ayrımcılığına ilişkin tutumları. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 8(2), 77-87.
- Yazıcı Özbek, S., Kalaycı, I., Kaya, E. ve Tekin, A. (2016). Attitudes of students studying in health related departments towards the elderly. *Gaziantep University Journal Of Social Sciences*, 15(2), 601-614. doi: 10.21547/Jss.256713



VERİ HABERCİLİĞİ: ŞEFFAF TOPLUMA TEŞVİK Mİ? KİŞİSEL VERİ MAHREMİYETİ PAZARLAMASI MI?

DATA JOURNALISM: ENCOURAGEMENT FOR THE TRANSPARENT COMMUNITY? PERSONAL DATA PRIVACY MARKETING?

Tuba LİVBERBER¹



1. Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, tubalivberber@akdeniz.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9879-2135>

Öz

Veri haberciliği, haber yapma pratiklerinin değiştiği en önemli alanlardandır. Verileri toplama, ayıklama, analiz etme ve görselleştirme süzgeçlerinden geçirerek haber hikâyesi yaratır. Veri haberciliği geleneksel haberciliğin sağlayamayacağı erişim hızı ve kolaylığı, açık veri, şeffaflık gibi pek çok olanağa sahiptir. Ancak bunun karşısında, veri mahremiyeti pazarlaması ve öznelik gibi olumsuzlukları da bünyesinde barındırmaktadır. Bu çalışmada, veri haberciliği ve bu habercilik türüne yönelik tartışmalar incelenerek veri haberciliğinin ne olduğuna ilişkin medya profesyonellerinin bakış açıları, habercilik üzerindeki etkileri ve veri haberciliğinin şeffaf topluma teşvik mi yoksa kişisel veri mahremiyeti pazarlaması mı oluşturduğu tartışması araştırılmıştır. Çalışmada betimsel analiz yöntemi kullanılarak veri gazeteciliğine ilişkin tecrübesi olan gazeteci ve akademisyenlerle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu bağlamda, araştırma bulgularında veri haberciliği, verilerin kaynak olarak kullanıldığı habercilik türü olarak nitelendirilmiş ve verinin habercilik alanını oldukça olumlu etkilediği üzerinde durulmuştur. Bulgularda, veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik ettiği düşünüldüğünde kişisel veri mahremiyetini pazarlayıp pazarlamadığına dair görüşlerin farklılaştığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Yeni İletişim Teknolojileri, Veri, Veri Haberciliği, Mahremiyet Pazarlaması, Şeffaf Toplum.

Abstract

Data journalism is one of the most important fields where making news practices has changed. It creates a news story by collecting, picking, analyzing, and visualizing filters. Data journalism has such opportunities as the speed of access, open data, and transparency that traditional journalism can not supply. However, it contains such negativities as subjectivity and personal data privacy marketing. In this study, the professionals' perspective about what is data journalism, its effects on journalism and whether this is an encouragement for the transparent community or a kind of personal data privacy marketing or not and data journalism concept have been that opened up for discussion by examining debates towards this kind of journalism. In this study, in-depth interviews have been had with the relevant expert journalists and academicians by using a descriptive analysis method. In this context, data journalism is defined as the journalism that uses the data as a source, and the data's positive effects on the field of journalism were emphasized. In findings, it has thought that the data journalism encourages transpassing to the transparent society and there has been seen various perspectives about is it a markets personal data privacy or not.

Keywords: New Communication Technologies, Data, Data Journalism, Privacy Marketing, Transparent Society.

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
17.09.2020 09.17.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
18.02.2021 02.18.2021

DOI

<https://doi.org/10.30798/makuiibf.796385>

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

In this study, it is aimed to reveal the problems of media professionals on data journalism, the effects of data on the field of journalism, and whether data journalism constitutes an encouragement for transparent society or a marketing of personal data privacy within the framework of the transparent society-journalism-marketing relationship.

Research Questions

The study questions are as follows:1) How would you define data journalism? 2) Do you think data brings a different perspective to journalism applications? What are these? 3) How do you find the effects of the data in the field of reporting? What are the positive and negative aspects? 4) How do you think data is used in terms of transparent society? 5) Does data reporting encourage transition to transparent society? Why? 6) Does data journalism market personal data privacy? Why?

Literature Review

Journalism is shaped by technology in every term (Pavlik, 2000). In today's digital world, an increase of data in conjunction with technological dynamics is enabled to transform these data into information with ease. As a result of this opportunity, data have a central position in the communication field. So, collecting, processing, interpreting, and delivering data has dominated the base of the communication process. Associated with data's becoming a central position, data journalism has found a very important place. In this context, data journalism, which forms an important part of contemporary news studies (Davies and Cullen, 2016), collects and reports big data and sets a story by creating a new content from the findings. With the simplest defining, data journalism is a kind of journalism doing via data. But this definition is not sufficient in terms of the scope of the concept (Bradshaw, 2012). It is also possible to see data journalism as an example of different types of narration visualizations (Segel and Heer, 2010) or the flexibility to search for new ways of telling stories (Rogers, 2011). In fact, it would not be wrong to describe data journalism not only as a new way of telling stories, but also as a new opportunity to spread the story. There are some phases in the process of transforming data into the news. It is possible to sort these phases as in public interest guidance "data collection, data cleansing, data visualizing, and news" (İzli, 2018) creating. To create a news story from the data, first the data is collected, and then the collected data is cleaned and categorized according to the news subject. News is created by visualizing the data that emerges after this process. However, data reporting is a subject open to controversy, and in this context, it is possible to say that it has dark and bright sides. The dark side is mostly a marketing of personal data privacy, while the bright side is an argument for encouraging transparent society. As McBride (2016) stated at this point that what may be the future role of data in the future of journalism aside from the difficulties of collecting and interpreting data. Some media professionals believe that data may be a 'savior' for journalism, while others believe it may be a kind of 'collapse'. However, there is no consensus on this issue yet.

Methodology

To test the research questions, in-depth interviews were used as a data collection technique. In the in-depth interview technique, pre-prepared open-ended questions about the subject of the research are asked to the participants so that the researcher can collect information or data on the subject systematically (Türkünlü, 2000). In this context, relevant expert journalists and academicians in data journalism were selected as samples to describe the current situation and catch clues for future developments. In this study, in-depth interviews were held with 10 experts including 5 journalists and 5 academicians, and then the results were subjected to descriptive analysis.

Results and Conclusions

The results of the study show that there are no obvious differences in views between both academics and journalists, as well as between men and women, in all of the themes of data journalism. In line with the findings of the study, data journalism is defined by the majority of participants as using data as a resource. However, it is seen as the new type of journalism that has emerged as a result of utilizing statistical data, creating news from information, public interest, building reality, uniform journalism, and technological developments. On the other hand, participants associate data reporting with open data principles, archive information, and various concepts such as digital competence, education. Besides, data journalism is considered a continuation, not an alternative to traditional journalism. The majority of the participants who evaluated the effects of the data on the field of journalism both positively and negatively, express the effects of the data on the field of journalism positively. In this sense, the positive effects that data provide to the journalism field; ease and speed of access, storage possibility, transparency, awareness, the right information, confirmation space, enlargement of the news field, investigative journalism, technical development, economic profits. Participants who think that the data negatively affect the field of journalism draw attention to global monopolization, commercialization, easy consumption, standardization, and commodification. A great majority of respondents think that data journalism encourages the transition to a transparent society. However, the participants differ in their views regarding the transparent society. The majority of the participants who think that data journalism encourages the transition to a transparent society, have assigned a positive meaning to the transparent society. These participants characterize data reporting with the mirror metaphor, namely the news/real/objective relationship, call attention to sharing transparency, emphasizing public benefit, and dwell on ease of access. The participants who attach negative meanings to transparent society and think that data journalism encourages the transition to a transparent society; emphasize that those media products are consumed without question, there may be dangers produced by privacy and unlimited freedom, careless technology use, and this kind of use of technological products may then be seen as being a part of a transparent society. In other respects, the participants who do not think that data journalism encourages the transition to transparent society; see the society's itself as the driving force of the transition to the transparent society, but not news, and think

that there is no encouragement for the transparent society due to the constant exchange of information. One of the participants who think that data journalism can only be effective in boosting the awareness of transparent society, remarks that as it is not possible to achieve objectivity in the news, so it is not possible to create a transparent society in data journalism. Based on this, the government's and the state's attitudes regarding the transparent society was that given with the example of WikiLeaks by the participants. Opinions on whether data journalism markets personal data privacy differ. The majority of respondents emphasize without giving clear answers that data journalism may not market personal data privacy in case of being careful. These participants point out that journalists' approach is a very important factor. By underlining the news sources and the style of accessing the data, the participants think that there may be no privacy marketing unless ethical violations are executed. Besides, one of the participants also emphasizes that the ease of accessing digital data does not provide a basis for marketing the privacy of personal data. Participants who think that data reporting markets personal data privacy, express their thoughts on the unconscious and wasteful personal data sharing, cyberbullying, ease of access to all data, malicious use of data, manipulability, and change of perception of privacy. Participants, who do not agree that data journalism markets personal data privacy, view journalism as a social responsibility approach and because the journalists perform their duties toward the society, and have their own ethical/moral values, personal data privacy is respected in the news, so they think that there is no ethical marketing on this. Moreover, the participants who think they do not encounter with any personal data privacy marketing in terms of data journalism, state that data journalism may create solutions by bringing these problems to the agenda, as opposed to creating an ethical problem. On the one hand, by looking at this information, it is seen obviously benefits of data journalism such as the transition to transparent society should be increased, and on the other hand, such negativities as personal data privacy marketing should be avoided. In this context, it can be opened a new discussion on topics as both the correct and effective use of the data by the journalists and how it is read by the reader (reading styles) or whether it can be read.

1. GİRİŞ

Gündelik yaşamın dijitalleşmesiyle birlikte üreticiden tüketiciye, tüketiciden üreticiye ve tüketiciden tüketiciye üç yönlü iletişim mümkün hale gelmiştir (Trench, 2007). Yeni iletişim teknolojilerindeki bu gelişmeler ve internet ile, verilerin üretimi ve akışı hızlı bir şekilde dönüşüme uğrayarak yaygınlık kazanmıştır. Dönüşüme neden olan teknolojik dinamiklerle birlikte verilerin artması, bu verilerin daha kolay bir şekilde bilgiye dönüştürülmesini de beraberinde getirmiştir. Bunun sonucunda ise veriler, iletişim alanında merkezi bir konuma ulaşmıştır. Böylelikle iletişim sürecinin temeline verinin toplanması, işlenmesi, çözümlenmesi, yorumlanması ve iletilmesi süreci hâkim olmuştur. Bu anlamda Bounegru (2012)'nin işaret ettiği üzere, dijital teknolojiler ve web, bilginin yayınlanma şeklini temelden değiştirmiş ve halen değiştirmektedir.

Pavlik (2000) her dönemde haberciliğin teknoloji tarafından şekillendirildiğini söyler. Bu anlamda günümüz dijital dünyasında yaşanan teknolojik gelişmeler, haberciliği kimi zaman olumlu kimi zaman ise olumsuz şekillerde etkilemektedir. Veri siteleri ve hizmetleri çerçevesinde ortaya çıkan veri gazeteciliği ekseninde veri haberciliği de bu ekosisteminin bir parçasını oluşturmaktadır. Aynı zamanda çağdaş haber çalışmalarının önemli bir parçasını oluşturan veri haberciliği (Davies ve Cullen, 2016), bilgiyi/veriyi yeni nesil teknolojilerle daha etkin bir süreçten geçirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla veriyi toplama, süzgeçten geçirme, çözümlenme, görselleştirme ve hikâyeleştirme aşamalarını bünyesinde toplamaktadır (Dağ, 2014). Eş deyişle veri haberciliği, büyük veriyi toplayıp raporlamakta ve elde ettiği bulgulardan yeni bir içerik oluşturarak hikâye çıkarmaktadır.

Bu çalışmanın konusunu, veri gazeteciliğine ilişkin tecrübesi olan gazeteci ve akademisyenlerin veri haberciliğine bakış açıları oluşturmaktadır. Çalışmanın amacı, medya profesyonelleri olarak kabul edilen gazeteci ve akademisyenlerin veri gazeteciliğine dair farklı görüşlerini saptamaktır. Makalenin temel tezi, veri haberciliğinin geleneksel haberciliğin sağlayamayacağı şeffaflık konusunda pek çok olanağa sahip olması ancak bunun karşısında, veri mahremiyeti pazarlaması konusunda önemli olumsuzlukları bünyesinde barındırmasıdır. Buna bağlı olarak çalışmada, veri haberciliği ve bu habercilik türüne yönelik tartışmalara değinilmiş, yöntem açıklanmış, bulgular ve yorumları sunulmuştur.

2. VERİ HABERCİLİĞİ

Günümüzde yeni gazetecilik uygulamalarına ilişkin net bir ifade bulunmamaktadır. Bu uygulamaları tanımlamak için veri ile bilgisayar kullanımıyla doğrudan bağlantılı olan “veri gazeteciliği, hesaplamalı gazetecilik, programcı gazetecilik, algoritmik gazetecilik, robot raporlama, otomatik gazetecilik” gibi ifadeler kullanılmaktadır. Bu ifadeler arasında yapılması gereken ayrımlar elbette bulunmaktadır. Ancak buradaki çarpıcı nokta, pek çok yeni ifadenin arasındaki ince farklılıklarından ziyade, oldukça benzer bir yöne işaret ettikleri gerçeğidir (Hammond, 2017). Ancak

yine de bu kavramların eş anlamlı olarak ele alınması halinde kavramsal hatalara yol açacağı açıktır (Coddington, 2015). Öte yandan kavramların en benzer yönü ise sayılara ve istatistiklere dayanmaları ve bu verilerden bir “hikâye” çıkarmayı amaçlamalarıdır (Rogers, 2014).

Veri gazeteciliğini en basit haliyle Bradshaw (2012)’nin da belirttiği gibi veri ile yapılan gazetecilik olarak tanımlamak mümkündür. Ancak “veri” ile “gazetecilik” terimleri detaylı ve kapsamlı anlamları içerdiğinden yapılan bu tanımlama veri gazeteciliği açısından yeterli değildir. Kimilerine göre “veri”, bir e-tabloda toplanan herhangi bir sayı koleksiyonu olarak görülmektedir. Bu düşüncenin sebebi, bundan 20 yıl önce gazetecilerin ele aldığı tek verinin bu olmasıdır. Ama şimdi dijital bir dönemde yaşanmaktadır ve pek çok şeyi rakamlarla tanımlamak mümkündür. Artık, kariyer geçişini çok sayıda gizli belgeyi ya da bunun da ötesinde arkadaş çevrenizdeki herkesi sadece iki sayı ile tanımlamak mümkün: sıfırlar ve birler. Fotoğraflar, sesler ve videoların tümünden cinayetler, hastalıklar, siyasi oylar, yolsuzluk ve yalanlara değin bunları aynı iki sayıyla açıklamak mümkün hale gelmiştir. Nitekim dijitalleşmeyle birlikte her şeyin iki sayıyla açıklanabileceği veri haberciliğinde de kaynak olarak veriler kullanılmakta, bu veriler işlenerek haber haline dönüştürülmektedir. Bu bilgilerden yola çıkarak veri haberciliğini, farklı türden anlatım görselleştirmelerinin bir örneği (Segel ve Heer, 2010) ya da hikâye anlatmanın yeni yollarını arama esnekliği (Rogers, 2011) olarak görmek mümkündür. Hatta veri haberciliğini yalnızca hikâye anlatmanın yeni bir yolu olarak değil, aynı zamanda hikâyeyi yaymanın da yeni bir fırsatı olarak nitelendirmek yanlış olmayacaktır.

Verilerin haber haline dönüştürülmesinde ise bazı aşamalar bulunmaktadır. Bu aşamaları kabaca şu şekilde sıralamak mümkündür; kamu yararı güdümünde "veri toplama, veri temizleme, veri görselleştirme ve haber" (İzli, 2018) yaratmadır. Özer (2020)'e göre "medya açısından, kamu yararının nerede başlayacağı ve nerede sonlanacağına sınırları belli değildir. Medyanın kamu yararına işlevsel olması için özgür olması gerekir. Özgür basın ancak kamu yararına yayın yapabilir. Haberi oluşturan en temel unsur kamu yararınıdır... kamu yararı, kişilik haklarından daha üstün tutulabilir. Bu seçim açısından en önemli koşul, haberin verilmesinde bir kamu yararı bulunup bulunmadığı noktasıdır". Bu güdüm doğrultusunda verilerden haber hikâyesi yaratmak için öncelikle veriler toplanmakta, toplanan veriler haber konusuna uygun olarak temizlenip kategorileştirilmektedir. Verilerden haber hikâyesi yaratmak için öncelikle veriler toplanmakta, toplanan veriler haber konusuna uygun olarak temizlenip kategorileştirilmektedir. Ardından hazır hale gelen veriler görselleştirilerek haber yaratımı gerçekleştirilmektedir. Burak Doğu (2014) ise bu aşamaları daha da detaylandırarak “temizleme, bağlam, birleştirme, iletişim, görselleştirme, yazarak veya rakamlarla atlatma ve sosyalleştirme” şeklinde yapmaktadır. Temizleme aşamasında verinin hatalarından arındırılması, bağlam aşamasında verinin güvenilirliğine dair arka plan araştırması, birleştirme aşamasında hangi veri setlerinin birleştirileceği, iletişim aşamasında ise verilerin yayılmasına vurgu yapılmaktadır. Devamında görselleştirme aşamasında anlama kolaylığı, yazarak veya rakamlarla atlatma aşamasında görselleştirme

yapılamayan durumlarda kullanılabilir bir seçenek ve sosyalleştirme aşamasında ise halkı da işin içine katarak veriyi kamuya mal etme durumu kastedilmektedir.

Bununla birlikte veri haberciliğini etkileyen iki temel ilerleme noktası bulunmaktadır. Bunlar; teknik yön ve içeriğin yönlendirilmesidir. Teknik yönden kasıt, akıllı telefonların iletim sağlarken aynı zamanda veriyi üretip yayabilen bir araç özelliği kazanmasıdır. Diğer nokta olan içeriğin yönlendirilmesinden kasıt ise içeriğin dolaşıma sokulmasından sonra katılımcıların bu içeriğe katkıda bulunup içeriği yeniden üretmesidir. Veri haberciliğindeki bu iki önemli nokta, iletişimin daha sağlıklı ilerleyebilmesi açısından veri okuryazarlığını gerekli kılmaktadır (Doğu, 2014; Doğu, 2015). Verinin üretiminden tüketimine değin geçen süreçte habercilerin ve okurların verileri doğru okuyabilmesi kilit noktadır. Özlem Erkmen (2018) bu bağlamda veri habercilerinin okurlarla iş birliği içerisinde olmaları gerektiğinin altını çizmektedir. Veri habercileri okurlarla birlikte eşik bekçiliği görevi yaparak önemli gördükleri konuları gündeme taşıyabilmekte, okurla hükümet arasında köprü işlevi sağlayıp var olan iletişimi güçlendirebilmektedir. Bu anlamda Bounegru (2012)'nin de ifade ettiği gibi, veri haberciliğinin kitlesel veri okuryazarlığıyla yakından ilgili olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu açıdan hem okur hem de haberci için yalnızca verilerin olması yeterli olmamakta, aynı zamanda bu verileri kullanma ve okuma yeteneğinin de olması gerekmektedir.

Veri gazeteciliğinin uygulama alanına bakıldığında, rakamların haber hikayesine yerleştirilmesi şeklinde olduğu görülmektedir. Veri gazeteciliği, geleneksel gazetecilikte kullanılan haberin hikayesini rakamlarla desteklemek yerine, hikâyeyi doğrudan rakamlara dayandırmaktadır. Bu kapsamda, hikâye-rakam ilişkisi daha net bir şekilde ortaya konmakta ve rakamların bir hikayesi olduğu düşünülerek haber yazılmaktadır (Fulda ve Neubert, 2013).

3. DAHA ŞEFFAF BİR TOPLUM MU? MAHREMİYET PAZARLAMASI MI?

Veri haberciliği tartışmalara neden olan bir konudur. Bu anlamda veri haberciliğinin karanlık ve aydınlık taraflarının olduğunu söylemek mümkündür. Bunlardan karanlık tarafı çoğunlukla kişisel veri mahremiyeti pazarlaması oluştururken aydınlık tarafı ise şeffaf topluma teşvik argümanı oluşturmaktadır. Bu noktada sorgulanması gereken McBride (2016)'ın da belirttiği gibi, veri toplama ve yorumlama zorluklarına ek olarak verinin, haberciliğin geleceğinde oynayacağı rolün ne olacağıdır. Bazı medya profesyonelleri verilerin gazeteciliği “kurtaracağına” inanırken bazıları ise bunun habercilik için “çöküş” olacağına inanmaktadır. Ancak henüz bu konuda uzlaşma sağlanmış bir anlayış mevcut değildir.

Karanlık açıdan yani veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarladığı argümanından bakıldığında, öncelikle kişisel veri tanımı yapılması zaruri görünmektedir. Kişisel veri aslında kişinin tanımlanmasına yardımcı olacak şeylerdir. Bunlara; kişinin adı, soyadı, kimlik ve telefon numarası, ev, iş, elektronik posta ya da IP adresi, mal varlığı, parmak izi ya da fotoğrafları örnek olarak gösterilebilir.

Eş deyişle elektronik devlet hesaplarında bulunan tüm bilgileri kişisel veri olarak değerlendirmek mümkündür. Ancak yalnızca bununla sınırlandırmak yanlış olacağından kişiye ait diğer özel bilgiler de dışarıda bırakılmamak gerekir. Bu bilgiler düşünüldüğünde, verinin hızlı gelişimi ve yayılımına bağlı olarak mahremiyet pazarlamasının düşünülmesi ve buna dair kaygının artması kaçınılmaz görünmektedir.

Veri gazeteciliğinde kullanıcı mahremiyetinin pazarlanmasının yanında, bilgi güvenliğinin sağlanamaması, verinin gazetecinin failliğini ortadan kaldırması ve veriye erişim olanaklarının herkes için eşit olmaması gibi pek çok sorunla karşılaşmaktadır. Ancak kullanıcı mahremiyeti/gizliliği konusu, veriye dair aşılması en zor etik sorunlardan birini oluşturmaktadır (Narin vd., 2017). Sebebi, verinin analiz edilip depolanıp üçüncü taraflara satılması ve yeni amaçlar doğrultusunda değiştirilebilir olmasıdır. Verinin elde edildikten sonra kimler tarafından hangi amaçla nasıl kullanıldığı ya da kullanılacağına dair bireylerin kontrole sahip olamaması, kişisel veri konusundaki mahremiyet kaygılarını artırmaktadır (Akıncı, 2019). Bunun da ötesinde, kişisel verinin depolanmasını meşrulaştıran kullanıcı sözleşmeleri bulunmaktadır. Herhangi bir haber platformuna ya da uygulamaya üye olmak isteyen kullanıcılar, kullanım sözleşmesini kabul etmek zorunda bırakılmaktadır. Bu platformlara dâhil olabilmek için çoğu zaman –farkında olarak ya da olmayarak- kişisel verilerinin kullanımına izin kullanıcılar, pek çok mahremiyet pazarlamasıyla karşı karşıya kalmaktadır. Bu anlamda, kişisel verilerinin denetimini başkalarına teslim etmek, bu platformların içinde olabilmek için ödenmesi gereken bir bedel (Crawford vd., 2014) olarak görülmektedir. Bu açıdan düşünüldüğünde, veri habercilerinin açık veri hareketiyle bağlarının, bazı yönlerden medya şirketlerinin ticari çıkarlarına hizmet edebileceği (Hackett ve Zhao, 1998) gerçeğini daha görünür kılmaktadır.

Öte yandan aydınlık açıdan yani veri haberciliğinin şeffaf topluma teşvik ettiği argümanından bakıldığında ise, haberci ile okur arasındaki şeffaflığın ne olduğunu açıklamak faydalı görünmektedir. Öncelikle şeffaf toplum kavramının daha demokratik bir düzene işaret ettiği akılda tutulmalıdır. Veri haberciliğinde bu şeffaflığın sağlanabilmesi için habercinin tüm haber yaratım sürecinde izlenebilir kılınması gerekmektedir. Okur, habere ilişkin verileri açık bir şekilde görebilmeli ve bunlara kolaylıkla erişebilmelidir. Böylelikle veri habercisi haber aktarımında okura şeffaflık sağlayarak demokratikleşmeye katkıda bulunabilir. Benzer şekilde Hammond (2017)'da veri haberciliğinin demokratikleştirici rolünün açıklık ve erişilebilirlikten yani şeffaflıktan kaynaklandığının altını çizmektedir.

Sunulan bilgileri etkileyebilecek kaynakları, ilişkili alanları ve yöntemleri kamuya açık hale getirmeyi ifade eden şeffaflık (Lesage ve Hackett, 2014), haber medyasının kamuyu bilgilendirmesi ve kamuya güç atfetmesinin söz konusu olduğu geleneksel bekçi rolü ile yakından bağlantılıdır (Hammond, 2017). Bu açıdan veri habercileri daha fazla şeffaflık için çaba göstererek, yönetenleri ve bunların nasıl veri ürettiğini daha fazla inceleme imkânına kavuşur (Allen, 2008; Lesage ve Hackett, 2014). Çünkü

daha demokratik ve şeffaf bir yönetim düzeni ortaya koymayı amaçlayan veri haberciliğiyle demokratik ve şeffaf yönetimin gereği olan eşitlik, tarafsızlık ve açıklık ilkeleri daha görünür kılınabilmektedir. Bu bağlamda veri haberciliği, mesleki yolsuzlukların ortaya çıkarılması ya da kamuoyunun aydınlatılması gibi noktalarda çok önemli role sahiptir (Kürkçü, 2018). Bu anlamda, açık veri aşamaları yukarıdan aşağı işlese bile haberciler bu süreci aşağıdan yukarıya çevirebilme şansına sahip olabilmektedir. Ancak, habercilerin kaynaklarını açık olarak paylaşmaları, şeffaflığın tam anlamıyla sağlandığı anlamına gelmemektedir. Şeffaflık için aynı zamanda okurun da hükümetlerinin açıklık performansının aktif denetleyicileri olmaları gerekmektedir (Erkmen, 2018).

Veri haberciliğinde şeffaflığın en önemli göstergelerinden biri bilgi görselleştirir. Bilimsel görselleştirmelerde olduğu gibi gazeteciler de kamuya açıklamak istedikleri görüşleri vurgulayan görsel diyagramlar şeklinde veri setleri sunmaktadır. Görselleştirmeler kimi zaman da okur için veri analizini kolaylaştıran etkileşimli grafikler biçiminde yapılmaktadır (Lesage ve Hackett, 2014). Diğer önemli bir gösterge ise özerkliğe bağlı güvendir. Verilere dayandırılan haber hikâyeleri, deneyim veya anekdotlara dayanan hikâyelere göre daha az manipülasyon riski taşımaktadır. Bu, habercinin haber kaynaklarına bağımlılığını azaltıp özerkliğini desteklediği gibi; haberin nesnellliğini arttırarak okurun güven tazelemesine de fayda sağlamaktadır (Erkmen, 2018).

Bu iki argümana bakıldığı zaman verilere bilgi birikimi olarak bakmak yerine sorgulama nesnesi olarak yaklaşılması gerektiği görülmektedir (Aradau ve Blanke). Bir taraftan haberciler verileri daha fazla bilgi sağlama amacıyla ve hikâyelere daha fazla arka plan sunmak için kullanabilirler (Lesage ve Hackett, 2014). Ancak diğer taraftan veri habercileri bu veri kümelerine yerleştirdikleri varsayımları sorgulamadıkları sürece, farkında olmadan çerçeve körlüğünü de pekiştirebilirler (Maras, 2013). Bu yüzden şeffaflık işinin nasıl gerçekleştiği, açıklığın nasıl ve hangi şartlar altında sağlandığı ya da verilerin farklı değişken boyutları gibi noktaları bütüncül düşünmek gerekmektedir (Lesage ve Hackett, 2014). Çoğunlukla açıklık ve şeffaflık kamusal yarar amacıyla verinin erişilebilir olmasıyla ilişkilendirilse de Erkmen (2018)'nin de söylediği gibi kişisel veri mahremiyetinin zarar görmemesi, kişisel verinin korunması ve unutulma hakkına saygı gösterilmesi dışarıda bırakılmayacak konulardandır.

Tüm bu bilgilerden de anlaşılacağı gibi, veri gazeteciliği hem daha şeffaf bir topluma olanak tanınması hem de kişisel verilerin pazarlanması ve manipüle edilmesi noktalarında geleneksel gazetecilik biçiminden oldukça farklılaşmaktadır. Veri gazeteciliğinde açık verilerin kamu yararına kullanılmasıyla daha şeffaf bir perspektif sağlamak mümkündür. Bununla birlikte veri gazeteciliği, geleneksel gazeteciliğin sunmadığı büyük ölçekli dijital veri, şeffaflık, katılım, çeşitlilik vb. gibi birçok olanak sağlamaktadır. Bu amaca yönelik olarak veri gazeteciliğinde haber hikayesi öncelikle veriyi toplama, gereksiz verileri ayıklama ve ardından çeşitli tekniklerle analiz etme gibi belirli süreçlerden sonra okura sunulmaktadır. Dolayısıyla gazeteci, veri ile ne yapacağını bilerek veriden hikâyeye çıkarmakta ve metnini

güçlendirmektedir. Bu kapsamda yolsuzlukların ortaya çıkarılması, çıkar çatışmalarının görünür kılınması vb. konularda şeffaf bir toplum yaratma olanağı sağlamaktadır. Ancak burada gözden kaçırılmaması gereken nokta, açık verilerin yeterli düzeyde olması, bunlara erişilebilmesi, kaynakların doğrulanabilir ve denetlenebilir olmasıdır. Bunlar net bir biçimde ortaya konmadığı takdirde, veri gazeteciliğinin ekonomik ve siyasi çıkarlara hizmet edip etmediği konusu belirsizliğini koruyacak, şeffaf habercilik mümkün olmayacaktır. Bu bağlamda verilerin nasıl elde edildiği, elde edildikten sonra kimler tarafından ne amaçla ve hangi niyetle kullanılacağı kişisel veri mahremiyeti konusunda önemli kayguları beraberinde getirmektedir.

4. YÖNTEM

Çalışmada, gazeteci ve akademisyenlerin veri haberciliğine bakış açısını, verinin habercilik alanına etkilerini ve veri haberciliğinin şeffaf topluma teşvik mi yoksa kişisel veri mahremiyeti pazarlaması mı oluşturduğu sorunsalını ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu sorunsalların sınanması için veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme kullanılmıştır. Derinlemesine görüşme tekniğinde araştırmacı, araştırdığı konuya ilişkin daha önceden oluşturduğu soruları katılımcılara yöneltmekte, böylelikle konuyla ilgili bilgi ya da verileri sistematik bir şekilde toplayabilmektedir (Türkölü, 2000). Bu bağlamda hem mevcut durumu betimlemek hem de gelecekteki gelişmelere yönelik ipuçları yakalamak amacıyla veri gazeteciliğine dair tecrübesi olan gazeteci ve akademisyenler örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmada 5'i gazeteci, 5'i akademisyen toplamda 10 kişiyle yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiş ve betimsel analizler yapılmıştır. Veri gazeteciliğine dair tecrübesi olan gazeteciler, yaygın (ulusal) medyada en az 5 yıl mesleki deneyimi olan üniversite mezunu katılımcılardan oluşmaktadır. Derinlemesine görüşme yapılan gazeteci katılımcıların ilk 3'ünü erkekler, diğer 2'sini kadınlar oluşturmaktadır. Akademisyen katılımcıların ise ilk 3'ünü kadınlar, diğer 2'sini erkekler oluşturmaktadır. Gazeteci katılımcıların tümü İstanbul'da, akademisyen katılımcıların ilk 3'ü İstanbul, diğer ikisi Konya ve Antalya kentlerinde bulunmaktadır. Çalışmada derinlemesine görüşme yapılan katılımcılardan erkek gazeteciler E.G.1 (Erkek Gazeteci 1), E.G.2 ve E.G.3, kadın gazeteciler K.G.1 (Kadın Gazeteci 1) ve K.G.2 şeklinde; kadın akademisyenler K.A.1 (Kadın Akademisyen 1), K.A.2 ve K.A.3, erkek akademisyenler E.A.1 (Erkek Akademisyen 1) ve E.A.2 şeklinde belirtilmektedir.

Derinlemesine görüşme, araştırma yapan kişinin görüşme yaptığı katılımcılardan elde ettiği yanıtları sınıflayarak konuyu mümkün olduğunca ayrıntılı bir biçimde incelemeye çalıştığı esnek ve keşfedici bir veri toplama tekniğidir. Görüşme türlerinin sınıflandırmasına bakıldığında literatürde daha çok yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış görüşme şeklinde kullanımının yaygın olduğu görülmektedir (Tekin ve Tekin, 2006). Yapılandırılmış görüşme türünde görüşme yapılmadan önce belirlenmiş olan standart soruların yanıtlanması beklenmektedir. Görüşme formu standart olduğu için esneklik oranı diğer türlere göre daha azdır. Yapılandırılmamış görüşme türünde önceden

belirlenmiş standart sorular yerine açık uçlu soruların yanıtlanması beklenmektedir (Punch, 2005). Yarı yapılandırılmış görüşme türünde ise hem önceden belirlenmiş standart sorulara yanıt verilmesi beklenmekte hem de esneklik sağlanarak daha keşfedici bir yolla açık uçlu sorulara da yer verilerek bunların yanıtlanması beklenmektedir.

Derinlemesine görüşme gibi nitel veri analizi süreçleri 3 aşamalı sınıflandırma kapsamında incelenmektedir. İlk olarak yapılan görüşmelere ilişkin henüz işlenmemiş verilerin ayıklanarak azaltılması işlemidir. Bu süreçte veri setleri araştırmanın amacı doğrultusunda sınıflandırılmaktadır. İkinci aşamada, ayıklanan verilerden oluşan veri setleri daha anlaşılır biçime getirilerek belirli sonuçlar çıkartılmaya çalışılmaktadır. Bir anlamda veriler görsel hale getirilmektedir. Son aşamada ayıklanan ve daha anlaşılır hale getirilen veri setlerinin ne anlama geldiği çözümlenmektedir. Bu aşama, sonuca ulaşmış verilerin teyit edildiği gerçeklik aşamasıdır (Miles ve Huberman, 1984).

Bununla birlikte derinlemesine görüşmeler neticesinde ulaşılan verilerin analiz edilmesinde betimsel analiz yöntemi sıklıkla kullanılmaktadır. Nitel araştırma tekniği olan bu yöntem ile verilerden temalar oluşturulmakta ve betimsel biçimde yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Görüşmeler sonucunda bireylerin bakış açılarını daha etkili bir şekilde vermek amacıyla verilerin orijinal biçimine bağlı kalınarak doğrudan alıntılar verilmektedir (Wolcott, 1994; Yıldırım ve Şimşek, 2013). Betimsel analiz yöntemine dair 4 aşama bulunmaktadır. İlk olarak önceden belirlenen çerçevede doğru temalar oluşturulmaktadır. Böylelikle hangi verinin hangi tema altında düzenleneceği belli olmaktadır. İkinci aşamada veriler incelenip düzenlenerek anlamlı bir birliktelik oluşturulmaktadır. Üçüncü aşamada mantık çerçevesinde oluşturulan bu anlamlı veriler tanımlanmakta ve daha etkili hale getirmek için çoğunlukla doğrudan alıntılar kullanılmaktadır. Son aşamada ise tanımlı hale gelen bulgular ise neden-sonuç zincirlemesi içerisinde açıklanmakta, ilişkilendirilmekte ve anlamlandırılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Bu bilgiler doğrultusunda bu çalışmada, veri gazeteciliğine ilişkin tecrübesi olan gazeteci ve akademisyenlerle yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler neticesinde edinilen bulgular betimsel analiz yöntemi kapsamında irdelenecektir. Elbette ki örneklem olarak seçilerek derinlemesine görüşme yapılan kişilerin tam anlamıyla evreni temsil ettiğini söylemek mümkün değildir. Ancak gerek konunun uzmanlarından konuya ilişkin bakış açılarını öğrenmek gerekse söz konusu tartışmalara yönelik fikirleri farklı ve geniş perspektiften görmek adına çalışmada çizilen çerçeve oldukça besleyici ve dikkate değerdir. Bu kapsamda çalışmada, yapılandırılmış şu sorulara yanıt aranmaktadır:

- 1) Veri haberciliğini nasıl tanımlarsınız?
- 2) Verinin habercilik uygulamalarına farklı bir perspektif getirdiğini düşünüyor musunuz?
Bunlar nelerdir?

3) Verinin habercilik alanında sağladığı etkileri nasıl buluyorsunuz? Olumlu ve olumsuz yönleri nelerdir?

4) Şeffaf toplum açısından verinin nasıl kullanıldığını düşünüyorsunuz?

5) Veri haberciliği şeffaf topluma geçişi teşvik eder mi? Neden?

6) Veri haberciliği kişisel veri mahremiyetini pazarlar mı? Neden?

Derinlemesine görüşmeler neticesinde ulaşılan verilerin analiz edilmesinde ise betimsel analiz yöntemi doğrultusunda dört tema oluşturulmuş ve analiz edilmiştir. Verilerden oluşturulan temalar şu şekildedir:

1) Medya profesyonellerinin veri haberciliğine bakış açısı

2) Verinin habercilik alanına etkileri

3) Veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik edip etmediği sorunsalı

4) Veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarlayıp pazarlamadığı sorunsalı.

5. BULGULAR VE YORUM

5.1. Medya Profesyonellerinin Veri Haberciliğine Bakış Açısı

Bu başlık altında medya profesyonellerinin veri haberciliğine bakış açısı irdelenmektedir. Katılımcıların veri haberciliğinin ne olduğu ya da olmadığına ilişkin genel düşünceleri ile veri haberciliğinin ilişkilendirildiği kavramlar ortaya konmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu veri haberciliğini, verilerin kaynak olarak kullanılması şeklinde tanımlanmaktadır. **E.G.2:** *Haberin kaynağının veri olduğu haberlerdir.* **E.G.3:** *Veri haberciliği, temel olarak kaynaklarını daha verilere dayalı bir şekilde alarak haberin oluşturulmasını ifade ediyor.* **K.A.1:** *Verilerden faydalanarak haber üretmedir.* **K.A.2:** *Elde var olan verilerle hazırlanan haberleri ifade ediyor.* **E.A.2:** *Veriler bilgiye ulaşmanın en temel hareket noktasıdır. Veri haberciliği de özellikle teknolojik gelişmelerle birlikte ulaşması daha da kolaylaşan veri setlerinin incelenerek bağlantı kurularak analiz edilerek oluşturulan gazetecilik anlayışıdır.* Bununla birlikte, istatistiksel verilerden faydalanma, enformasyondan haber yaratma, kamu yararı gütmeye, gerçeklik inşa etme ve teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan yeni bir habercilik türü olarak görülmektedir. Bu anlamda veri haberciliği kapsamında istatistik, enformasyon ayıklamada haber tasarımı ve bilgisayar mühendisliği gibi konular ön plana çıkmaktadır (Dick, 2014). Özellikle istatistiksel akıl yürütmedeki temel yeterlilik, habercilerin hikâyeyi özetlemesini, eğilimleri tasvir ve tahmin etmesini, olası nedenleri ve etkileri tanımlama kapasitesini güçlendirmektedir (Nguyen ve Lugo-Ocando, 2016). Bu doğrultuda Kürkçü (2018)'nin de belirttiği gibi veri habercileri, "araştırma gazeteciliği tekniklerini yeni analiz teknikleriyle birleştirerek interaktivite sağlamak ve okuyucuların veriyi anlamalarını, yorumlamalarını, yeni değer bağlantıları oluşturmalarını sağlamaktadır". Öte

yandan katılımcılar, veri haberciliğini çeşitli kavramlar ile ilişkilendirmektedir. Bu kavramları ise açık veri ilkesi, arşiv bilgiler ve eğitim yani dijital yetkinlik olarak saymak mümkündür. **E.G.1:** *Daha önceden ya da yakın zamanda depolanmış ve arşivlenmiş birtakım bilgilerden faydalanarak günümüze ışık tutabilecek faydalı bir haber çıkarmaktır. İstatistiksel verilerden yararlanmadır da diyebiliriz buna. En iyi örnek günümüzde yaşadığımız Wuhan virüsünün etkileri ve nerelere yayıldığı hakkındaki veriler.* **E.G.3:** *Haberin daha açık ortamda oluşturulmasına yani rahatça verilerin toplanabilmesine olanak sağlıyor.* **K.A.1:** *Günümüz dijital kültürü içerisinde kişisel verilerden örgütsel verilere ya da kamusal verilere kadar envai çeşit veri birikiyor ve bu veriler de enformasyon değeri taşıyor. Ancak veri bolluğundan ötürü haber değeri olanları ya da haberleştirmeye uygun olanları tespit etmek için muhtemelen bir uzmanlık gerekir. Bu yüzden yine muhtemelen veri haberciliği yapan bireyler hem dijital yetkinliklere sahip olmalı hem de haber üretimi konusunda eğitilmiş olmalıdır.* Bunlardan özellikle dijital yetkinlik kavramı veri haberciliğinin özünün yansıtılması açısından oldukça önemlidir. Verilerin sorgulaması, görünenin ardındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması ve bu doğrultuda haberin biçimlendirilmesi, dijital yetkinlik becerisine sahip olmayı zorunlu kılmaktadır (Royal ve Blasingame, 2015). Bu açıdan, veri haberciliğinin ön koşulu veri okuryazarlığından önce dijital okuryazar olmaya dayanmaktadır:

Veri haberciliği tanımı kapsamında akademisyen ve gazeteci 2 kadın katılımcı geleneksel haberciliğe vurgu yaparak geleneksel haber yazma kuralları ile haber değer etmenlerinin dışarıda bırakılmaması gerektiğinin altını çizmektedir. **K.G.1:** *Veri haberciliği sistemde var olan kaynakların, insanlara ulaşması ve bu kaynaklar çerçevesinde haber değer etmenlerini göz ardı etmeden yapılan araştırmalardır.* **K.A.3:** *Yeni medya çağında veri haberciliği, verilerden ve kaynaklardan yararlanarak özü itibarıyla de geleneksel haber yazma kurallarının dışına çıkmadan yazılan habercilik anlayışıdır.* Bu doğrultuda, geleneksel habercilikte olduğu gibi veri haberciliğinde de haberler çoğunlukla 5N1K kuralıyla yazılmakta; ters piramit, düz piramit, dörtgen ya da kare tekniğiyle sıralanmakta; kaynak doğrulaması yapılmakta ve haber değer etmenlerine göre işlenmektedir. Bu durum, yeni iletişim teknolojileriyle ortaya çıkan veri haberciliği gibi türlerin temelde yeni bir şey değil aksine, geleneksel habercilik anlayışının devamı olduğu gerçeğini hatırlatmaktadır. Nitekim veri haberciliğini araştırmacı haberciliğin dijitalleşmiş hali olarak konumlandırmak da yanlış olmayacaktır. Bunun karşısında, Boyd ve Crawford (2012) gibi bazı uzmanlar ise, verilerle çalışmanın öznel olduğunu ve verilere aşırı bağımlılık nedeniyle gazeteciliğin geleneksel değerlerinin tehlikeye girdiğini savunmaktadır.

Bunlar dışında, veri haberciliğinin ne olduğuna ilişkin farklı yorumlarda bulunan 2 katılımcı ise birbirine zıt fikirleri savunmaktadır. Katılımcılardan biri veri gazeteciliğine ana akım yaklaşım doğrultusunda kamu yararı güden bir habercilik türü olarak bakmaktadır. **K.G.2:** *Veri haberciliği toplumsal sorunların analizinin yapıp düzenlenmesidir. Toplum tarafından anlaşılacak şekilde çeşitli grafik ve yazılım programlarıyla görsel hale getirilmesinden oluşan bir habercilik sürecidir.* Bu argüman kapsamında bakıldığında, temelde de veri haberciliği, Erkmen (2018)'nin de söylediği gibi,

yönetimleri denetleyici işlevi doğrultusunda, kurumların verilerini kamuya açma noktasında baskı unsuru oluşturmaktadır. Dolayısıyla veri haberciliği, yolsuzluk ve yanlış uygulamaların ortaya çıkarılması yoluyla aslında kamusal yarar sağlamaktadır. Kürkçü (2018)'de benzer şekilde veri haberciliğinin, mesleki yolsuzlukların ifşa edilmesi ve kamunun bilgilendirilmesi bakımından önemli rol oynadığının altını çizmektedir. Bunun karşısında diğer katılımcı ise veri haberciliğine eleştirel yaklaşım çerçevesinde gerçeklik inşası olarak bakmaktadır. **E.A.1:** *Aslında veri üzerinden gerçeklik inşa edilmeye çalışılmasıdır. Tek tip dijital habercilik yaratımıdır da denebilir.* Bu argüman kapsamında bakıldığında, tek tip habercilik yaratımı öne çıkmaktadır. Tep tip habercilik özellikle dijitalleşmeyle birlikte belirginleşen, özgün içerikten ziyade kes-yapıştır haberciliğine vurgu yapmaktadır. Bu durum haberciler açısından ciddi itibar kayıplarına yol açmakta, fikri mülkiyet, telif hakkı sorunları ve intihal gibi bazı suçlara kapı aralamaktadır (Köse, 2016). Ayrıca bu argüman Marcuse (1975)'un medya araçlarını kültür endüstrisi ürünü olarak nitelendirmesini de hatırlatmaktadır. Bu bağlamda medya araçları, bireye bir hayat tarzı ve bakış açısı benimsetmektedir. Dolayısıyla izleyicilere yanlış bilinç yükleyen bu araçlar, tek boyutlu düşünce ve davranış biçimlerini de ortaya çıkartmaktadır.

Veri gazeteciliğinin tanımını içeren bu tema incelendiğinde hem akademisyenler ve gazeteciler hem de kadınlar ve erkekler arasındaki görüşlerde bariz bir farklılık olmadığı görülmektedir. Bunun dışında yalnızca akademisyen ve gazeteci 2 kadın katılımcının geleneksel haberciliğe vurgu yaptığı ve geleneksel haber yazma kuralları ile haber değer etmenlerinin dışarıda bırakılmaması konusunda fikir birliği sağladığı dikkat çekmektedir.

5.2. Verinin Habercilik Alanına Etkileri

Bu tema altında verinin habercilik alanına etkileri hem olumlu hem de olumsuz açıdan irdelenmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu verinin habercilik alanına etkilerini olumlu yönleriyle ifade etmektedir. Verinin habercilik alanına sağladığı olumlu etkiler; erişim hızı ve kolaylığı, şeffaflık, farkındalık, doğru bilgi, haber alanının genişlemesi, araştırmacı gazetecilik, teknik gelişim ve ekonomik kazanç şeklinde belirtilmektedir. **E.G.2:** *Konuya uygun veri toplama sonrası yapılan bir habercilik türüdür. Doğru ve kesin bilgiye ulaşma yönünden habercilik alanını olumlu yönde etkilemiştir.* **K.G.2:** *Veri kullanımı sayesinde gazetecilerin incelediği bir konu üzerine belki farkında olmadıkları önemli bir noktayı verilerin düzenlenmesiyle elde edebilmeleri yönünde etkilidir.* **K.A.2:** *Hazır bilgiler kolay elde edilebilecek haberi ve enformasyonu sağladı.* **K.A.3:** *Veri haberciliğinin gelişimi arşivlere erişimin artmasına ve bu sayede ekonomik açıdan kazanç sağlıyor. İnternet üzerinde yer alan sınırsız veri ve veri tabanları üzerinden haber çıkarmaya çalışıyor günümüzde gazeteciler.* Bu anlamda verinin etkili bir biçimde işlenmesi sonucunda hem farkındalık yaratacağı hem de hesap verebilirlik noktasında önemli bir zorlayıcı olacağı açıktır (Allen, 2008; Dağ, 2015). Pek çok gazeteci ve haber kuruluşu da veriyi, haberciliği daha sistematik, doğru ve güvenilir hale getirmenin bir yolu olarak görmektedir (Boyles ve Meyer, 2017). Veriler düzgün bir şekilde kullanıldığında habercilerin kanıtlarını büyük resimle

ilişkilendirmelerine, mitleri yakmalarına, önyargılara meydan okumalarına fırsat tanınmakta ve görünüşte sıkıcı, ruhsuz sayılar dünyanın canlı ve anlamlı temsiline dönüşmektedir (Nguyen ve Lugo-Ocando, 2016). Olumlu etkilerden özellikle erişim hızı ve kolaylığı üzerinde duran katılımcılar ayrıca verinin sağladığı depolama imkânına da vurgu yapmaktadır. Eski arşivlere ulaşmanın zorluğunun altını çizerek internette bulunan veri tabanlarının yol gösterici bir rehber niteliğinde olduğunu düşünen katılımcılar, veriler ışığında doğru ya da yanlışın da ayırt edilebileceğini düşünmektedir. **E.G.3:** *Günümüz zamanda değişen ve gelişen teknoloji ile haber çeşitliliğinde artmasından dolayı oluşturulacak olan haberlerin verilerine daha çabuk kolay ulaşmamızı ve depolamamızı sağlar. Bu da işin kolaymış olması demektir.* **K.G.1:** *Veri kullanımı dediğimiz zaman insan aklına ilk önce erişim gelmektedir. Haberde önemli etmenlerden biri ise insanların en kısa zaman içerisinde var olan bilgiye erişimi söz konusudur. Veri kullanımı bir yandan da insanlara yol gösterici olmuştur. Rehber olarak var olan bilgilerden yola çıkarak doğru ya da yanlış ayırt edebiliriz.* **K.A.1:** *Yeni haber konuları ortaya çıkardı, haber alanlarını genişletti, haberin bir yandan daha geniş bir bilgi deposuna dayanarak gerçekçi üretilmesini sağladı bir yandan da kaynağın güvenilirliği konusunda çeşitli şüpheleri arttırdı.* **E.A.2:** *Dijital teknolojilerin habercilik pratiklerinde kullanılmasıyla birlikte veriye ulaşım da eskiye nazaran oldukça hızlanmıştır. Ancak gazeteciler açısından veri haberciliği yapmak aynı zamanda programlama dilinden anlamayı da gerektirir. Gazetecilerin daha çok teknik bilgiye sahip olmaları beklenir. Ayrıca veri kullanımının yoğunlaşması geleneksel anlamdaki araştırmacı gazetecilik anlayışının, dijital mecralarda devam ettirilmesinin de önü açtığını söylemek mümkündür.* Bu anlamda Narin ve arkadaşları (2017), günümüzde gelinen noktada hangi gazetenin ne kadar okunduğu -kaç tık aldığı-, okuyucuların sayfa üzerinde kalış süreleri, haberlere ilişkin yapılan kullanıcı yorumlarının görülmesinin birtakım avantajlar içerdiğini söylemektedir. Çünkü bu veriler, hatalar ve eksikliklerle ilgili fikir sunarak habercilerin bazı düzeltmeler yapmalarına olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla bu olanaklar, medya kuruluşlarının veri depolayabilme gücü ve veri analizi konusundaki yetenekli insan kaynağıyla şekillenmektedir.

Verinin habercilik alanını olumsuz yönde etkilediğini düşünen iki erkek katılımcı bulunmaktadır. Katılımcılardan biri alanın hem olumlu hem de olumsuz yönde etkilendiğini söyleyerek olumsuz açıdan uluslararası medyayı örnek olarak vermektedir. **E.G.1:** *Olumlu yönde etkilendiğini söyleyebilirim. Özellikle dünya çapında ve dünyaya yön veren birtakım olaylar ve durumlar hakkında ciddi fayda sağlıyor. Ancak olumsuz bir yönü de var bir yandan da. Genelde habercilikte bu verilerin dünya çapında toparlanıp bir haber materyali haline getirilmesinde “Büyük balıklar” diyebileceğimiz BBC veya Reuters gibi uluslararası çalışan ve tanınanlar ön plana çıkar. BBC veya Reuters gibi haber kaynaklarını “büyük balıklar” olarak nitelendiren katılımcı, küresel tekelleşmeye dikkat çekmektedir. Bu noktada, habercinin sadece verilerden hikâyeye yaratmaktan değil, aynı zamanda verilerde kimlerin temsil edildiğini de anlamak ve anlatmaktan sorumlu olduğu olgusunu (McBride, 2016) bir kez daha düşünmek gerekmektedir. Habercilik alanının olumsuz yönde etkilendiğini söyleyen diğer katılımcı ise*

ticarileşmenin altını çizerek veri haberciliğine ideolojik bir metin olarak bakmaktadır. Bunun da ötesinde veri haberciliğinin habercilik alanında kolay tüketim, tek tipleşme ve metalaşmaya yol açtığını söylemektedir. **E.A.1:** *Ekonomi politik anlamda habercinin veya haber kuruluşlarının maddi anlamda kaygı içerisinde olabileceğini düşünürsek haber ve veri haberciliği de yapılandırılmış bir ürün, egemen siyasal iktidarın bir söylemi, ideolojik bir metin gibi anlamlara gelebilir. Veri haberciliği kullanımı temelde bakıldığında kitle toplumunu oluştururken, kolay tüketilebilen haberlerin olmasına ve tüketim toplumunu destekleyen bir yapısının olmasına olanak sağlar. Veri haberciliği habercilik alanında tek tip ve metalaşan haberlerin oluşmasına neden olmuştur.* Bu olguyu Couldry ve Mejias (2019) “veri ilişkileri” kavramı ile yani metalaşma için verinin çıkarılmasını sağlayan yeni insan ilişkileri türleriyle açıklamaktadır. Buna göre tüm dünyadaki sosyal yaşam, bir şekilde sermaye için olanı çıkarmaya yönelik “açık” bir kaynak haline gelmektedir. Bu oluşum ise veri sömürgeciliğine işaret etmektedir. Veri sömürgeciliği ise, insan yaşamını metalaşma içinde olgunlaşmış yeni ve soyutlanmış bir sosyal forma dönüştürerek toplumu değiştirmektedir.

Verinin habercilik alanına etkilerini içeren bu tema incelendiğinde hem akademisyenler ve gazeteciler hem de kadınlar ve erkekler arasındaki görüşlerde bariz bir farklılık olmadığı görülmektedir. Bunun dışında yalnızca akademisyen ve gazeteci 2 erkek katılımcının verinin habercilik alanını olumsuz yönde etkilediği konusunda fikir birliği sağladığı dikkat çekmektedir.

5.3. Veri Haberciliğinin Şeffaf Topluma Geçişi Teşvik Edip Etmediği Sorunsalı

Bu temada veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik edip etmediğine dair ipuçları aranmaktadır. Bu amaçla katılımcılardan düşünceleri hangi yönde olursa olsun nedenini açıklamaları istenmiştir. Katılımcıların 7’si veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik ettiğini düşünürken 3’ü düşünmemektedir. Söz konusu teşviki düşünen katılımcılardan 5’i şeffaf topluma olumlu anlam yüklerken 2’si olumsuz anlam yüklemektedir. Olumlu anlam yükleyen katılımcılar, veri haberciliğini ayna metaforuyla yani haber/gerçek/nesnel ilişkisi ile nitelendirmekte, paylaşım şeffaflığına dikkat çekmektedir. **E.G.2:** *Teşvik eder çünkü haber bilgileri olduğu gibi yansıtılır.* **E.G.3:** *İnternet çağı içerisinde oluşumuz veri tabanlı her alanda paylaşım yapmamızla beraber bu paylaşımlarımızın göz önünde olması olasıdır. Bu da şeffaf toplumun bir göstergesi. Bence teşvikten çok bu şeffaf toplumdaki faydalanıyor diyebiliriz.* **K.G.2:** *Veri haberciliği evet şeffaf bir topluma geçişi teşvik ediyor. Veri haberciliği sayesinde toplum içindeki sorunların analizinin yapılması ve görselleştirilerek halka sunulması bu sorunların daha açık bir şekilde görülmesine sebebiyet veriyor.* **K.A.1:** *Objektif olarak uygulanırsa evet ediyor. Çünkü kamuyu ilgilendiren bilgilere ulaşım ve o bilgilerin derli toplu halka aktarımını sağlama konusunda işlevsel bir yönü var. Her saniye milyonlarca verinin aktığı dünyamızda devletler ve onlara bağlı kurumlar ya da sivil toplum kuruluşları gibi örgütlerin ürettiği veriler de bir o derece yüksek sayıda olduğu için onları kategorize edecek ve anlamlı kılacak işçiliklere ihtiyaç bulunuyor. Bu anlamda veri haberciliği yapan kişilerin de sorumlu davranarak veri toplama ve*

onlardan haber üretme sürecinde şeffaflığı ilke olarak benimsemesi şeffaf topluma geçişi daha çok mümkün kılar. **K.A.3:** *Bence ediyor. Çünkü habercilik alanının dışındaki insanlar da bu verilere ulaşmada herhangi bir sıkıntı yaşamayacağını ve çok çabuk bir şekilde karşularına çıkıyor. Bunu göz önünde bulduğunu düşünerek veri haberciliğini yapanların ve haberin aktörünün topluma karşı şeffaf olmasını gerektiriyor.* Bu yüzden verinin nesnel ve açık olması habercilik alanında faydalı olabilmesinin önemli bir koşulunu oluşturmaktadır (Lesage ve Hackett, 2014). Ayrıca katılımcılar kamusal fayda üzerinde durmakta ve erişim kolaylığının altını çizmektedir. Benzer şekilde Lesage ve Hackett (2014), veriye erişim kolaylığı sağlanmasını şeffaflık olarak nitelendirmekte, bu verilerin kamuya açılmasını ise okurun kendini değerlendirmesinde önemli bir faktör olarak görmektedir.

Veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik ettiğini düşünen ancak şeffaf topluma olumsuz anlam yükleyen 2 akademisyen katılımcı bulunmaktadır. Katılımcılardan biri, medya ürünlerinin sorgulanmadan alındığını, teknolojinin bilinçsiz kullanıldığını ve zaten teknolojik ürün kullanımının şeffaf toplumun bir parçası olarak sonuçlanmaya yol açacağını söylemektedir. Katılımcı aynı zamanda, metalaşma ve şeyleşme kavramlarına vurgu yapmaktadır. **E.A.1:** *Veri haberciliği şeffaf topluma geçişi teşvik etmekle beraber temelde bakıldığında insanları veya teknolojinin biçimsel ürünlerini kullanan herkesi şeffaf toplumun bir parçası haline getirmiştir. Bunun temelinde yatan asıl mesele bilinçsiz teknoloji kullanımı ve insanların kolay tüketebilen bir yapısının olmasıyla beraber verili olan şeyleri sorgulamamaları yatmaktadır. Sorgulamayan bireylerin metalaştığını ve şeyleştğini söylememek bu tartışma içerisinde pek de mümkün olmayacaktır.* Bu noktada, günümüzde her şeyin nesnelere arası ilişkiye evirildiği ve verili olarak bize sunulan şeylerin sorgulanmadığı gerçeği Herbert Schiller (1993)'in mitlerini hatırlatmaktadır. Kitle iletişim araçları ile topluma yayılan bu mitler, paketlenmiş bilinç içeriğine ve toplum tarafından nasıl içselleştirildiğine dikkat çekmektedir. Bir anlamda, bireylerin neye nasıl inandıklarını irdelemektedir. Dolayısıyla veri haberciliğiyle ilgili dışarıda bırakılmaması gereken bir nokta da bireylerin inandığı verilerin nereden geldiği yani veri kaynağının kim ya da kimler olduğudur. Bu bağlamda, verinin çoğunluğunu sağlayan ticari organlar ile devlet organları, verilerin niteliği açısından önemli bir yer arz etmektedir. Öte yandan veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik ettiğini düşünen ancak şeffaf topluma olumsuz anlam yükleyen katılımcılardan diğeri ise şeffaf toplumu mahremiyet ve sınırsız özgürlük kavramlarıyla ele almaktadır. Fakat bu durumun yol açacağı tehlikelerin belirsizliğinin de altını çizmektedir. **K.A.2:** *Şeffaf toplumdaki kasıt mahremiyet olgusuysa ve haberdeki veriler mahremiyet olgusunu tahrip ediyorsa evet, teşvik ediyor. Çünkü bence şeffaf bir toplum demek sınırsız özgür bir toplum demektir, verilerin sınırsız özgür kullanılması da tehlikeli bir olay olacaktır.* Bu anlamda Livberber (2018), sürekli sınırları değişen mahremiyet alanının da salt bir açıklama ve sınırlandırmanın mümkün olmadığını söylemektedir. Günümüz dijital dünyasında sınırlar sürekli şeffaflaşmakta, dolayısıyla sınırları çizmek gün geçtikçe daha müphem hale gelmektedir. Şeffaf toplumun sınırsız özgürlük kavramıyla ele alınması ise bazı yanlışların gün yüzüne çıkarılması noktasında önemlidir. Zizek (2002) yeni nesil iletişim araçlarının yarattığı alanların özgürlükten ziyade

aslında özgürlük aldatmacası olduğuna vurgu yapmaktadır. Özgürlük kavramı toplumsal hegemonyanın sergilendiği kamusal bir senaryodan ibarettir. Özgürlük olarak adlandırılan şey aslında önceden şekillendirilmiş ve paketlenmiş bağımlılıklardır.

Veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik ettiğini düşünmeyen katılımcılar birbirlerinden farklı bakış açılarına sahiptir. Katılımcılardan biri haberlerin toplum dinamiğini etkilediği ama belirlemediği için hayır cevabı verdiğini belirtmektedir. **E.G.1:** *Muhtemelen hayır. Haberlerin bir takım toplum dinamiklerini etkilediği aşikâr. Ancak temel dinamiklerini her zaman toplumun kendisi belirler. Veri haberciliğinin toplumu şeffaflık yönde değiştireceğinden kuşkuluyum, çok kapsamlı ve çarpıcı olmadığı müddetçe.* Katılımcı şeffaf topluma geçişin itki gücü olarak haberi değil, toplumun kendisini görmektedir. Diğer katılımcı, bilginin sürekli değişmesine bağlı olarak şeffaf topluma teşvikin söz konusu olmadığını ileri sürmektedir. **K.G.1:** *Veri haberciliğinde haberlerin ölçülmesi ya da değerlendirilmesi diğer medya araçlarına nazaran ilerlemiş olabilir ama şeffaf topluma teşvik edeceğini pek düşünmüyorum. Verinin bilgidan oluşması ve bilginin ise sürekli değişmesinden dolayı teşvik söz konusu olamaz. Bir yandan da şeffaf toplumu haberde var olması gereken objektiflik kavramıyla özdeşleştirebiliriz. Haberin objektif olması istenir ama sağlanmaz. Veri haberciliğinde de şeffaf toplum sağlanmak istenir ama sağlanmaz.* Şeffaf toplumu objektiflik kavramıyla özdeşleştiren katılımcı, nasıl ki haberde objektiflik istense bile sağlanamadığı gibi veri haberciliğinde de şeffaf toplumun istense bile sağlanamayacağına dikkat çekmektedir. Açık veri ilkesine vurgu yapan son katılımcı ise veri haberciliği örneklerini göstererek devlet ya da hükümetlerin şeffaf topluma bakış açısını eleştirmektedir. Eleştirisine dayanak olarak WikiLeaks örneğini göstermektedir. **E.A.2:** *Özellikle hükümetlerin kamunun kaynaklarını ne şekilde kullandığı, kamunun faydasına ya da zararına ne tür uygulamalara imza attığını topluma göstermesi veri gazeteciliğinin önemini ortaya koyar. Son on yıl içerisinde yaşanan bazı gelişmeler ise veri gazeteciliğinin şeffaf toplum için nasıl çalıştığını bize göstermektedir. Wikileaks olayı burada en önemli örnektir. Ancak bu süreçte Wikileaks'ın kurucu Julian Assange'nin yaşadıkları ortadadır. Buradan hareketle, veri haberciliğinin devletleri ya da hükümetleri şeffaf topluma teşvik ettiğini söylemek doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Fakat kamu yararına yönelik yapılan haberler ile veri gazeteciliğinin, toplumda şeffaf toplum bilincinin yükselmesinde etkili olduğunu söylemek mümkündür.* Katılımcının örneği Assange (2012)'ın "dünya yeni bir kara ütopyaya mı savruluyor" sorusunu akıllara getirmektedir. Öte yandan katılımcı, kamu yararı güden veri haberciliğinin şeffaf toplum bilincinin yükselmesinde etkin olabileceğinin altını çizmektedir. Benzer şekilde Doğu (2015)'da şeffaflaşma, verinin erişilebilir kılınması, kamusal amaç gütmesi gibi düzlemleri veri haberciliğinin demokrasiyle ilişkisi olarak değerlendirmektedir:

Veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik edip etmediğini içeren bu tema incelendiğinde hem akademisyenler ve gazeteciler hem de kadınlar ve erkekler arasındaki görüşlerde bariz bir farklılık olmadığı görülmektedir. Bunun dışında yalnızca akademisyen 2 katılımcının veri haberciliğinin şeffaf

topluma geçişi teşvik ettiği ancak şeffaf toplumun olumsuz olduğu konusunda fikir birliği sağladığı dikkat çekmektedir.

5.4. Veri Haberciliğinin Kişisel Veri Mahremiyetini İhlal Edip Etmediği Sorunsalı

Bu temada veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarlayıp pazarlamadığına dair ipuçları aranmaktadır. Bu amaçla sorular karşısında katılımcılardan düşünceleri hangi yönde olursa olsun nedenini açıklamaları istenmiştir. Katılımcıların 3'ü veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarladığını düşünürken, 3'ü düşünmemektedir. Diğer 4 katılımcı ise net yanıtlar vermek yerine, dikkat edildiği durumlarda veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarlamayacağı vurgusunda bulunmaktadır. Veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarladığını düşünen katılımcılar, bilinçsiz ve savurgan kişisel veri paylaşımı, siber zorbalık, tüm verilere erişim kolaylığı, verinin kötü amaçlı kullanımı, manipüle edilebilirliği ve mahremiyet algısının değişimi üzerinden düşüncelerini dile getirmektedir. **E.G.3:** *İhlal edilebilmesi söz konusudur. Dijital ortamda bakıldığında kişilerin kendi hayatlarıyla ilgili her şeyi paylaşımlarından dolayı kişisel veri ve mahremiyeti çok kolay şekilde pazarlayabilir.* **K.G.1:** *Veri haberciliğinde bence siber zorbalıkların arttığını görebiliriz. İnternet haberciliğinde bu mümkünken şimdi çok konuşulan veri haberciliğinde verilere ulaşmak kolay olacak ve kişilerin mahremiyeti ise gözler önünde olacak. Veri olarak sunulan her şey mahremiyet algısını değiştirme yönünde olabilir.* **K.A.3:** *Ediyor. Çünkü bugün internet üzerinde paylaşılan her türlü bilgi, kaynak ve kişisel verileri farklı bir şekilde kullanılıp farklı yönere çekilebiliyorlar. İnsanların paylaşılmayacak ve en özel alınana kadar ulaşarak mahremiyeti pazarlayabiliyorlar.* Bu bilgilerden yola çıkarak söylenebilir ki, açık verilerin kamuya takdim edilmesi, veri haberciliğinde hesap verebilirliği (accountability) sağlamaya yardımcı olsa bile tarafsız verinin hazırladığı demokratik saha ne yazık ki manipülasyona çoğunlukla açık durumdadır (Doğu, 2015). Bunun da ötesinde veri haberciliğinin yapıldığı dijital platformlar, sermaye için yeni bir "sosyal" türü üreten teknolojik araçlar olarak görülmektedir. Bunlar sürekli olarak izleme, yakalama, kategorileştirme sarmalında ekonomik ilişkiler içinde olduğundan (Couldry ve Mejias) veri mahremiyetinin sınırları belirlemek oldukça zor görünmektedir. Aynı zamanda, veri mahremiyeti hem bireysel hem de teknoloji odaklı olduğundan herhangi bir bilgi hassas bir içerik haline gelebilmektedir. Ayrıca artık dijital dünyada duyulan en önemli kaygılardan birinin daha fazlayı bilip öğrenme isteği olması da (Livberber, 2018) mahremiyetin sınırlarını daha belirsiz hale getirmektedir.

Veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarladığını düşünmeyen katılımcılar, haberciliğe sosyal sorumluluk anlayışı çerçevesinde bakmaktadır. Habercilerin topluma karşı görevlerini yaptığını ve kendi etik/ahlaki değerleri olduğunu net bir biçimde düşünen katılımcılar, haberde kişisel veri mahremiyetinin gözetildiğini ve etik ihlal bulunmadığını düşünmektedir. **E.G.2:** *Hayır. Çünkü hiçbir haberde kişisel hakkı pazarlayacak durumlar olamaz. Kişi mahremiyetini gözeterek veri haberciliği yapılır.* **K.G.2:** *Kişisel veri mahremiyetini pazarladığını düşünmüyorum. Etik olmayan*

bir durumun bulunduğunu da düşünmüyorum. Zaten var olan birtakım verilerin toplum için tekrar ele alınıp düzenlenip görselleştirilmesiyle oluşturulan bu haberlerin etik soruları gündeme taşıyarak çözümlerinin üretilmesine yardımcı olduğunu düşünüyorum. K.A.2: Şimdiye kadar böyle bir olayla karşılaştığımı hatırlamıyorum. Bu görüşlere göre haberci zaten herhangi bir hikâye yayınladığında potansiyel zararı göz önünde bulundurmakta ve etik ihlal yapmamaktadır (McBride, 2016). Katılımcılardan diğeri ise, veri haberciliğinin etik sorun yaratmasının aksine bu sorunları gündeme taşıyarak çözüm yaratacağını dile getirmektedir. Katılımcılar ayrıca veri haberciliği açısından herhangi bir kişisel veri mahremiyeti pazarlamasıyla karşılaşmadıklarını da ifade etmektedir:

Dikkat edildiği durumlarda veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarlamayacağı vurgusunda bulunan katılımcılar, habercilerin yaklaşımın çok önemli bir etken olduğuna dikkat çekmektedir. Habercinin verileri edindiği kaynakların ve verilere erişim şeklinin altını çizen katılımcılar, etik ihlaller yapılmadığı sürece mahremiyet pazarlamasının olmayacağını düşünmektedir. *E.G.1: Kimi zaman pazarlıyor evet. Buna en büyük örnek Facebook verilebilir. Facebook'un birtakım verilerine dayandırılarak çıkartılan sonuçlar aslında Facebook'un bünyesinde olan insanların kişisel verilerinin pazarlanarak mahremiyetinin bir şekilde açığa çıkmasına sebep oluyor. Bu her veri haberi ve habercisi için geçerli değil elbette. Ancak veri haberini yapacak kişinin verileri nereden ve ne şekilde aldığı farkında olması ve buna yönelik hareket etmesi gerek. K.A.1: Çoğunlukla ihmal ediyordur fakat gerekli izinler alındığı takdirde etmemesi de olasıdır. Bu noktada Doğu (2015), mahremiyetin korunmasına ilişkin girişimlerin yasalarla korunma altına alındığını ve bilgi güvenliği ya da ulusal güvenlik gerekçeleriyle hükümetlerin de veriyi saklama yoluna gittiğini söylemektedir. Ancak WikiLeaks gibi enformasyon sızıntısı örnekleri habercilerin kaynaklarını ve veriye erişim biçimini tartışmalı hale getirmektedir. Veri mahremiyeti pazarlamasında başka bir boyutta, yeni medya platformlarındaki enformasyon kaynaklarının (Facebook, Instagram, Twitter gibi sosyal medya hesapları, resmî kurumların arşivleri, kamu arşiv ve dokümanları, vb.) eskiye oranla daha fazla aleniyet kazanmış olmasıdır. Söz konusu aleniyet, habercilere haber toplamada sayısız avantajlar sağlamakla birlikte, kimi hallerde izinsiz kamuya ifşa nedeniyle birtakım kişilik hakkı ihlallerine de yol açabilmektedir (Köse, 2016). Erişimin bu denli hızlı ve kolay olduğu günümüzde, habercilerin yaklaşımının ticari kaygılardan ziyade kamusal fayda götürmesi oldukça önemlidir. Öte yandan kişisel veri mahremiyetinin ancak insanlar izin verdiği ölçüde pazarlanabileceğini düşünen katılımcılardan biri, sistemin işleyişine bağlı olarak bunun engellenebileceğini söylemektedir. E.A.1: Veri haberciliğinde kişisel veri mahremiyetini insanlar ancak kendileri bunu istediklerinde pazarlayabilir. Sonuç olarak her insan belli bir sistemin parçasıdır. Fakat önemli olan bu sistemin işleyişini bilmektir. İşleyişi bilinen sistem insanların kişisel veri mahremiyetini pazarlayamayacaktır. Dijital verilere erişimin artık çok kolay olduğunu ifade eden diğeri bir katılımcı ise bu kolaylığın kişisel verilerin gizliliğine aykırı davranmaya dayanak oluşturmadığını, habercinin yaklaşımının çok önemli olduğunu vurgulamaktadır. E.A.2: Veri haberciliğinin, kişisel veri mahremiyetini pazarlayıp pazarlamadığı gazetecilerin habercilik*

anlayışları ile ilgilidir. Dijital ortamlarda kişisel verilere ulaşmak oldukça kolaydır. Ancak bu kişisel verilerin gizliliğine aykırı bir durumu ortaya çıkarabilmektedir. Veri haberciliğinde buna dikkat edilmelidir. Yani burada veri haberciliğinin kişisel mahremiyeti Pazar haline getirmesi gazetecinin yaklaşımına bağlı olarak farklılaşmaktadır.

Veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarlayıp pazarlamadığını içeren bu tema incelendiğinde hem akademisyenler ve gazeteciler hem de kadınlar ve erkekler arasındaki görüşlerde bariz bir farklılık olmadığı görülmektedir. Bunun dışında, dikkat edildiği durumlarda ve etik ihlaller yapılmadığı sürece veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarlamayacağı vurgusunda bulunan katılımcıların çoğunluğunu erkeklerin oluşturduğu dikkat çekmektedir.

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte gazetecilerin haber kaynakları, okur kitlesi ve çalışma biçimlerinde birtakım değişimler olmuştur. Bu değişimlerde verinin etkisi göz önünde bulundurulduğunda, veri haberciliğinin merkezi bir konuma ulaştığını söylemek yanlış olmayacaktır. En basit haliyle verilerle yapılan habercilik türü olarak nitelendirilen veri haberciliği, çağın yeni habercilik anlayışı olarak görülmektedir. Birincil kaynağı veri olan bu habercilik türü, haberin yalnızca bilgi sunumu değil, aynı zamanda ayıklamaya ve görselleştirmeye dayalı hikâye anlatımı olduğu vurgusunu gözler önüne sermektedir.

Pek çok avantajı bünyesinde barındıran veri haberciliğinin dezavantajları da bulunmaktadır. Keza veri haberciliğine ilişkin olumlu ve olumsuz senaryolar bile söz konusudur. Bu çalışma kapsamında sınırlandırılan senaryolar, şeffaf toplum ve veri mahremiyet pazarlamasına yöneliktir. Kimine göre bu habercilik türü şeffaf topluma teşvik niteliğindedir kimine göre ise kişisel veri mahremiyetini pazarlama derecesindedir.

Bu sorunsaldan yola çıkılan bu çalışmada, medya profesyonellerinin veri haberciliğine bakış açısı, verinin habercilik alanına etkileri ve veri haberciliğinin şeffaf topluma teşvik mi yoksa kişisel veri mahremiyeti pazarlaması mı oluşturduğu tartışması irdelenmiştir. Bu doğrultuda, gazeteciler ve akademisyenlerden oluşan medya profesyonelleriyle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Boyles ve Meyer (2017)'de son yıllarda veri haberciliğine yönelik çalışmaların çoğunun vaka çalışması etnografilerine ve veri habercileriyle yapılan görüşmelere dayandığını söylemektedir.

Çalışmanın sonuçları göstermektedir ki, veri haberciliğine ilişkin temaların tümünde hem akademisyenler ve gazeteciler hem de kadınlar ve erkekler arasındaki görüşlerde bariz bir farklılık bulunmamaktadır.

Çalışmanın bulguları doğrultusunda, veri haberciliği katılımcıların çoğunluğu tarafından verilerin kaynak olarak kullanılması şeklinde tanımlanmaktadır. Bununla birlikte, istatistiksel verilerden faydalanma, enformasyondan haber yaratma, kamu yararı gütmeye, gerçeklik inşa etme, tek tip habercilik

ve teknolojik gelişmeler sonucunda ortaya çıkan yeni habercilik türü olarak görülmektedir. Öte yandan katılımcılar veri haberciliğini açık veri ilkesi, arşiv bilgiler ve eğitim yani dijital yetkinlik gibi çeşitli kavramlar ile ilişkilendirmektedir.

Verinin habercilik alanına etkilerine hem olumlu hem de olumsuz açıdan bakan katılımcıların büyük çoğunluğu verinin habercilik alanına etkilerini olumlu yönleriyle ifade etmektedir. Bu anlamda verinin habercilik alanına sağladığı olumlu etkiler; erişim hızı ve kolaylığı, depolama imkânı, şeffaflık, farkındalık, doğru bilgi, teyit alanı, haber alanının genişlemesi, araştırmacı gazetecilik, teknik gelişim ve ekonomik kazanç şeklinde belirtilmektedir. Verinin habercilik alanını olumsuz yönde etkilediğini düşünen katılımcılar ise küresel tekelleşmeye, ticarileşmeye, kolay tüketime, tek tipleşmeye ve metalaşmaya dikkat çekmektedir.

Katılımcıların büyük çoğunluğu veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik ettiğini düşünmektedir. Ancak katılımcılar şeffaf topluma ilişkin fikirlerinde farklılaşmaktadır. Veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik ettiğini düşünen katılımcıların çoğunluğu şeffaf topluma olumlu anlamlar yüklemektedir. Bu katılımcılar, veri haberciliğini ayna metaforuyla yani haber/gerçek/nesnel ilişkisiyle nitelendirmekte, paylaşım şeffaflığına dikkat çekmekte, kamusal fayda üzerinde durmakta ve erişim kolaylığının altını çizmektedir.

Veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik ettiğini düşünen ancak şeffaf topluma olumsuz anlamlar yükleyen katılımcılar ise medya ürünlerinin sorgulanmadan alındığına, teknolojinin bilinçsiz kullanıldığına ve zaten teknolojik ürün kullanımının şeffaf toplumun bir parçası olarak sonuçlanmaya yol açacağına, mahremiyet ve sınırsız özgürlüğün neden olacağı tehlikelerin belirsizliğine vurgu yapmaktadır. Öte yandan veri haberciliğinin şeffaf topluma geçişi teşvik ettiğini düşünmeyen katılımcılar şeffaf topluma geçişin itki gücü olarak haberi değil, toplumun kendisini görmekte, bilginin sürekli değişmesine bağlı olarak şeffaf topluma teşvikin söz konusu olmadığını düşünmektedir. Veri haberciliğinin ancak şeffaf toplum bilincinin yükselmesinde etkin olabileceğini düşünen katılımcılardan biri, nasıl ki haberde objektiflik istense bile sağlanamadığı gibi veri haberciliğinde de şeffaf toplum istense bile sağlanamayacağına dikkat çekmektedir. Buna dayanak olarak ise devlet ve hükümetlerin WikiLeaks örneğinde şeffaf topluma dair sergilediği tavır gösterilmektedir.

Veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarlayıp pazarlamadığına dair görüşler ise farklılaşmaktadır. Katılımcılardan kimi veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarladığını düşünürken kimi düşünmemekte kimisi ise net yanıtlar vermeyerek dikkat edildiği takdirde veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarlanmayabileceği vurgusunda bulunmaktadır. Veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarladığını düşünen katılımcılar, bilinçsiz ve savurgan kişisel veri paylaşımı, siber zorbalık, tüm verilere erişim kolaylığı, verinin kötü amaçlı kullanımı, manipüle edilebilirliği ve mahremiyet algısının değişimi üzerinden düşüncelerini dile getirmektedir. Veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarladığını düşünmeyen katılımcılar, haberciliğe sosyal

sorumluluk anlayışı çerçevesinde bakarak habercilerin topluma karşı görevlerini yaptığı ve kendi etik/ahlaki değerleri olduğunu için haberde kişisel veri mahremiyetinin gözetildiğini ve etik ihlal bulunmadığını düşünmektedir. Hatta veri haberciliği açısından herhangi bir kişisel veri mahremiyeti pazarlamasıyla karşılaşmadıklarını söyleyen katılımcılar veri haberciliğinin etik sorun yaratmasının aksine bu sorunları gündeme taşıyarak çözüm yaratacağı dile getirmektedir. Öte yandan dikkat edildiği takdirde veri haberciliğinin kişisel veri mahremiyetini pazarlamayabileceği vurgusunda bulunan katılımcılar, habercilerin yaklaşımın çok önemli bir etken olduğuna dikkat çekmektedir. Habercinin verileri edindiği kaynakların ve verilere erişim şeklinin altını çizen katılımcılar, etik ihlaller yapılmadığı sürece mahremiyet pazarlaması olmayacağını düşünmektedir. Bu açıdan erişimin bu denli hızlı ve kolay olduğu günümüzde, habercilerin yaklaşımının ticari kaygılardan ziyade kamusal fayda gütmesi oldukça önemlidir. Ayrıca katılımcılardan biri, dijital verilere erişimin kolay olmasının kişisel verilerin gizliliğine aykırı davranmaya dayanak oluşturmadığı da vurgulamaktadır.

Bu çalışmanın bulgularına benzer olarak Jamil (2010)'de yaptığı çalışmasında, veri haberciliği analizinde öznel değil, şeffaf olunması gerektiği, hükümet, istihbarat örgütleri, siyasi veya dini partiler tarafından veri manipülasyonu yapıldığı, güvenlik riskleri nedeniyle gazetecilerin veri sansürü uyguladığı ve bilgiye erişimde eksiklik olduğu sonuçlarına ulaşmıştır. Tüm bu bilgilerden yola çıkıldığında, bir yandan şeffaf topluma geçiş gibi veri haberciliğinin faydalarının artırılması diğer yandan ise kişisel veri mahremiyeti pazarlaması gibi olumsuzluklarının azaltılmasının gerekliliği açık bir şekilde görülmektedir. Bu bağlamda, hem verinin haberci tarafından doğru ve etkin kullanımı hem de okur tarafından nasıl okunduğu (okuma tarzları) ya da okunulup okunulmadığı sorunsalları yeni bir tartışma konusuna kapılarını aralamaktadır.

KAYNAKÇA

- Akıncı, A. N. (2019). Büyük Veri Uygulamalarında Kişisel Veri Mahremiyeti. Sektörler ve Kamu Yatırımları Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi.
- Allen, D. S. (2008). The trouble with transparency: the challenge of doing journalism ethics in a surveillance society. *Journalism Studies*, 9(3). 323–340.
- Aradau, C. ve Blanke, T. (2015). The (big) data-security assemblage: knowledge and critique. *Big Data ve Society*, 1–12.
- Assange, J. (2012). Şifrepunk - Özgürlük ve İnternetin Geleceği Üzerine Bir Tartışma. İstanbul: Metis.
- Bounegru, L. (2012). Data Journalism in Perspective. Data Journalism Handbook, datajournalism.com. Erişim 10 Ocak 2020, <https://datajournalism.com/read/handbook/one>

- Boyd, D. ve Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication and Society*, 15(5). 662–679.
- Boyles, J. L. ve Eric M. (2017). Newsrooms accommodate data-based news work. *Newspaper Research Journal*, 38(4). 428–438.
- Bradshaw, P. (2012). Introduction. J. Gray, L. Bounegru, ve L. Chambers (Eds.), *The Data Journalism Handbook*. Maastricht: Open Knowledge Foundation. European Journalism.
- Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: a typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital Journalism*, 3(3), 331–348.
- Couldry, N. ve Mejias, U.A. (2019). Data colonialism: rethinking big data's relation to the contemporary subject. *Television and New Media*, 20(4), 336–349.
- Crawford, K., Miltner, K., ve Gray, M. L. (2014). Special section introduction, *International Journal of Communication*, 8, 1663-1672.
- Dağ, P. (2014). Dünyada ve Türkiye'de: Veri Gazeteciliği!, medium.com Erişim 2 Şubat 2020, <https://medium.com/@pinardag/dunyada-ve-turkiyede-veri-gazetecili-i-4e2a4703d074>
- Dağ, P. (2015). Gazeteciliğin Geleceği Veri Gazeteciliği, academia.edu. Erişim 2 Şubat 2020, www.academia.edu/16286677
- Davies, K. ve Cullen, T. (2016). Data journalism classes in Australian universities: educators describe progress to date. *Asia Pacific Media Educator*, 26(2), 132–147.
- Dick, M. (2014). Interactive infographics and news values. *Digital Journalism*, 2(4), 490–506.
- Doğu, B. (2014). Veri Haberciliğinin "ABC"si, bianet.org. Erişim 12 Şubat 2019, <http://bianet.org/bianet/medya/158166-veri-haberciliginin-abc-si>
- Doğu, B. (2015). Veri haberciliği: demokratik medya için olanaklar. *Folklor/edebiyat*, 21(83), 181-197.
- Erkmen, Ö. (2018). Büyük Veri ve Gazetecilik: Veri gazeteciliği demokrasi, katılım ve gazeteciliğe dair anlayışımızı nasıl dönüştürebilir?, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30, 322-344.
- Fulda, J. ve Neubert, S. (2013). Which Obstacles does Data-Driven Journalism, <http://www.johannafulda.de> Erişim 29 Ocak 2021, <http://www.johannafulda.de/science/DataDrivenJournalism.pdf>

- Hackett, R. A., ve Zhao, Y. (1998). *Sustaining Democracy? Journalism and the politics of objectivity*. Toronto: Broadview Press.
- Hammond, P. (2017). From computer-assisted to data-driven: journalism and big data. *Journalism*, 18(4), 408–424.
- İzli, O. (2018). Yaygın Kullanılan Veri Haberciliği Araçları, verigazeteciligi.com. Erişim 12 Şubat 2019, <http://www.verigazeteciligi.com/yaygin-kullanilan-veri-haberciligi-araclari/>
- Jamil, S. (2019). Increasing accountability using data journalism: challenges for the pakistani journalists. *Journalism Practice*, 1-22.
- Köse, H. (2016). Teknolojik yetkinlik çağında gazetecilik: etkili bir mesleğin kör noktaları ve bazı sınırlılıklar. *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 1-15.
- Kürkçü, D. (2018). Veri gazeteciliği: gazeteciliğin ve gazetecilerin geleceği. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 16. *Communication in the Millennium Özel Sayısı*, 26(3), 101-116.
- Lesage, F. ve Hackett, R. A. (2014). Between objectivity and openness-the mediality of data for journalism. *Media and Communication*, 2(2), 42-54.
- Livberber, T. (2018). *Sosyal Medyada Mahremiyet- Gözetim, Teşhir ve Dikizleme Kültürü*. Konya: Literatürk Academia.
- Maras, S. (2013). *Objectivity in Journalism*. Cambridge UK: Polity.
- Marcuse, H. (1975). *Tek Boyutlu İnsan*. A. Timuçin ve T. Tunçdoğan (Çev.). İstanbul: May.
- McBride, R. (2016). The ethics of data journalism. *Professional Projects from the College of Journalism and Mass Communications*, 9.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (1984). *Qualitative Data Analysis: A Source Book of New Methods*. London: SAGE Publications.
- Narin, B., Ayaz, B., Fırat, F. ve Fırat, D. (2017). Büyük veri ve gazetecilik ilişkisi bağlamında veri gazeteciliği. *Online Academic Journal of Information Technology*, 30(8), 215-235.
- Nguyen, A. ve Lugo-Ocando, J. (2016). The state of data and statistics in journalism and journalism education: issues and debates. *Journalism*, 17(1), 3 –17.
- Özer, Ö. (2020). Kamu yararı haberciliği: intihar haberleri üzerine analitik bir çalışma. *Etkileşim*, 5, 72-83.
- Pavlik, J. V. (2000). The impact of technology on journalism. *Journalism Studies*, 1(2), 229–237.

- Punch, K.F. (2005). *Sosyal Araştırmalara Giriş, Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*, (çev. D. Bayrak, H. B. Aslan, Z. Akyüz). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Rogers, S. (2011). Data journalism at the guardian: what is it and how do we do it?. *Media and Communication*, 2014, 2(2), 42-54, guardian.co.uk Erişim 11 Aralık 2019, <https://www.theguardian.com/news/datablog/2011/jul/28/data-journalism>
- Rogers, S. (2014). Data journalism is the new punk. *British Journalism Review*, 25(2), 31-34.
- Royal, C. ve Blasingame, D. (2015). Data journalism - An explication. Multimedia Edition of #ISOJ. The Official Research Journal of ISOJ, 6, 1.
- Schiller, H. (1993). *Zihin Yönlendirenler*. İstanbul: Pınar Yay.
- Segel, E., ve Heer, J. (2010). Narrative visualization: telling stories with data. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 16, 1139-1148.
- Tekin, H. H. ve Tekin, H. (2006). Nitel araştırma yönteminin bir veri toplama tekniği olarak derinlemesine görüşme. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 3(13), 101-116.
- Trench, B. (2007). *How the Internet Changed Science Journalism*. M. W. Bauer ve M. Bucchi (Eds.). In *Journalism, Science and Society Science Communication between News and Public Relations* (133-142). New York, London: Routledge.
- Türkünlü, A. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılacak nitel bir araştırma tekniği: görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 24(24).
- Wolcott, H. F. (1994). *Transforming Qualitative Data: Description, Analysis, and Interpretation*. SAGE Publications, Inc.
- Yıldırım, Ş. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zizek, S. (2002). *Kırılğan Temas*. B. Tuncay (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.



ECONOMIC DEVELOPMENT AND DEMOCRACY IN EMERGING ECONOMIES* YÜKSELEN EKONOMİLERDE EKONOMİK KALKINMA VE DEMOKRASİ

Rabia EFEOĞLU¹, Sabri AZGÜN²



1. Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, refeoglu@kastamonu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2515-1553>
2. Prof. Dr., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, sabriazgun@atauni.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3349-2158>

Abstract

The aim of this study is to investigate the effects of economic development on democracy with the data for the period 2001-2016 in 24 emerging market economies. This article develops a new methodology and analyzes the impact of openness, economic, social and financial development indicators on the level of democracy. We used the panel ordered qualitative choice analysis method to estimate the relationship between democracy and economic development. We have concluded that economic development is more effective at higher levels of democracy and is higher likely to affect the higher level of democracy. We have shown that economic development raises the level of democracy.

Keywords: *Democracy, Economic Development, Ordered Qualitative Choice Analysis.*

Öz

Bu çalışmanın amacı, 24 yükselen piyasa ekonomisi için 2001-2016 dönemine ait veriler ile ekonomik kalkınmanın demokrasi üzerindeki etkisini araştırmaktır. Bu makale yeni bir metodoloji geliştirir ve dışa açıklık, ekonomik, sosyal ve finansal kalkınma göstergelerinin demokrasi düzeyine etkisini analiz eder. Demokrasi ve ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi tahmin etmek için panel sıralı nitel tercih analiz yöntemini kullandık. Ekonomik kalkınmanın demokrasinin yüksek düzeylerinde daha etkili ve yüksek demokrasi düzeyini etkileme olasılığının daha yüksek olduğu sonucunu elde ettik. Ekonomik kalkınmanın demokrasi düzeyini yükselttiğini gösterdik.

Anahtar Kelimeler: *Demokrasi, Ekonomik Kalkınma, Sıralı Nitel Tercih Analizi.*

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
19.09.2020 09.19.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
14.02.2021 02.14.2021

DOI

<https://doi.org/10.30798/makuiibf.797226>

* Bu çalışma, Rabia Efeoğlu'nun "Demokrasi ve Ekonomik Kalkınma İlişkisi: Yükselen Ekonomiler Üzerinde Ekonometrik Bir Analiz" başlıklı doktora tezinden hazırlanmıştır.

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Çalışmanın Amacı

Demokrasi ve ekonomik kalkınma ilişkisi güncel bir araştırma alanıdır. Literatürde demokrasi ve kalkınma ilişkisinin yönü tartışmalı olmakla birlikte, uzlaşma ekonomik kalkınmanın demokrasiyi sağladığı yönündedir. Bu çalışmanın amacı, 24 yükselen piyasa ekonomisi için 2001-2016 dönemine ait veriler ile ekonomik kalkınmanın demokrasi üzerindeki etkisini araştırmaktır.

Araştırma Soruları

Yükselen piyasa ekonomilerinde ekonomik kalkınmanın demokrasi üzerinde etkisi var mıdır?

Literatür Araştırması

Literatürde demokrasi ve ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi analiz eden çok sayıda çalışma vardır ve her biri farklı yöntemler kullanarak farklı sonuçlar elde etmiştir. Çalışmalar genel olarak statik ve dinamik panel veri analizlerine dayanmaktadır. Literatürde, demokrasi ve kalkınma arasındaki ilişkinin yönü tartışma konusudur. Bir başka ifadeyle, ekonomik kalkınmanın demokrasi üzerine etkisi, demokrasinin ekonomik kalkınma üzerine etkisi ve demokrasi ile ekonomik kalkınma arasında karşılıklı ilişki üzerine yapılan çalışmalar ile birlikte demokrasi ve ekonomik kalkınma arasında herhangi bir ilişki olmadığına dair yapılan çalışmalar da mevcuttur. Çalışmaların çoğunluğu demokrasinin ekonomik kalkınmayı sağladığı yönünde yapılmasına rağmen, uzlaşma ekonomik kalkınmanın demokrasiyi sağladığı yönündedir. Bu anlamda uzlaşmayı destekleyen ve demokrasi ile kalkınma arasındaki ilişkiyi “bir ülke ne kadar zenginse o kadar demokratiktir” şeklinde ifade eden ve bu alanda ilk çalışmayı yapan Lipset (1959)'dir. Lipsetten sonra birçok araştırmacı tarafından demokrasi-kalkınma ilişkisi incelenmiştir.

Yöntem

Çalışmada ekonometrik yöntem olarak sıralı nitel tercih modelleri kullanılmıştır. Çünkü bağımlı değişken olarak kullanılan siyasal haklara dayanan demokrasi endeksi 1 ile 7 tam sayıları arasında değerler alan kesikli bir değişken olduğu için, Sıradan En Küçük Kareler tahmin yöntemini kullanarak regresyon modelini tahmin etmek uygun olmayacaktır. Sıralı bağımlı değişkenli En Küçük Kareler (EKK) kullanımı, EKK regresyon varsayımlarını ihlal etmektedir. Dolayısıyla sıralı nitel tercih modelleri ile tahmin yapılması uygun görülmüştür. Çalışmada ekonomik, finansal, sosyal ve dış açıklık kalkınma göstergelerinin demokrasi üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Demokrasi endeksi bağımlı değişkendir ve en yüksek değeri 1, en düşük değeri 7'dir. Demokrasi endeksi düşük, orta ve yüksek demokrasi düzeyi olmak üzere üç kategoriye ayrılmıştır. Endeks düşük düzey demokrasiden yüksek düzey demokrasiye (1'den 3'e) doğru üç düzeyde gösterilmiştir. 1. düzey düşük düzey demokrasi, 2. düzey orta düzey demokrasi ve 3. düzey yüksek düzey demokrasidir. GSYH kişi başına GSYH, DCPB bankalar tarafından özel sektöre verilen krediler, DIN ithalat çeşitlendirme endeksi ve GINI Gini katsayısı bağımsız değişkenleridir. Çalışmada kullanılan demokrasi endeksi Freedom House, kişi başına GSYH ve bankalar tarafından özel sektöre verilen krediler Dünya Bankası, ithalat çeşitlendirme endeksi

United Nations Conference on Trade and Development ve Gini katsayısı The Standardized World Income Inequality Database (SWIID) veri tabanından alınmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Kişi başına GSYH değişkenine ait marjinal etki bu değişkenin demokrasi düzeyine ilişkin en yüksek kategorinin olasılığını 0,122 birim arttırmaktadır. Bankalar tarafından özel sektöre verilen krediler değişkenine ait marjinal etki bu değişkenin demokrasi düzeyine ilişkin en yüksek kategorinin olasılığını 0,004 birim azaltmaktadır. İthalat çeşitlenme endeksi değişkenine ait marjinal etki bu değişkenin demokrasi düzeyine ilişkin en yüksek kategorinin olasılığını 2,018 birim azaltmaktadır. Gelir eşitsizliği değişkenine ait marjinal etki bu değişkenin demokrasi düzeyine ilişkin en yüksek kategorinin olasılığını önce 24,602 birim azaltmakta daha sonra 32,173 birim arttırmaktadır. Sıralı probit model tahmin sonuçlarına göre, demokrasinin daha yüksek seviyelerinde kalkınmanın demokrasi üzerinde daha etkili olduğu söylenebilir. Demokrasinin orta ve düşük düzeylerinde iktisadi kalkınmanın demokrasiyi etkileme olasılığı düşük iken, yüksek demokrasi düzeyini etkileme olasılığı yüksektir. Diğer bir ifadeyle demokrasinin orta ve düşük düzeylerinde iktisadi kalkınmanın demokrasi üzerindeki etkisi yüksek demokrasi düzeyine göre daha düşüktür.

1. INTRODUCTION

Formations of democracy go back to the 11th and 12th centuries B.C. The relationship between democracy and economic development is an indisputable fact. However, along with how to define democracy and / or development, the direction of the relationship between democracy and development is also a matter of debate.

In its simplest definition, democracy refers to the self-government of people. Every country has a different level of democracy, and the democracy levels of countries are determined by various indices. Indices that determine the level of democracy fall into two main categories: i) indices developed by authors; Arat Democracy Index, Banks Democracy Index, Bollen Liberal Democracy Index, Poe and Tate Democracy Index, Vanhannen Index. ii) Indices developed by international institutions and organizations such as Polity Index and Freedom House Index. The indices except the Polity Index and Freedom House Index are very old indices. The Freedom House Index which is well known and also the most commonly used index in all studies will be used in this study. The Freedom House democracy index ranks the level of democracy from 1 to 7, based on political rights and civil liberties, and classifies countries into “free”, “partly free” and “non-free societies”.

Economic development, in its simplest definition, is an increase in the welfare level of people. In terms of economic development, the development level of each country is different and the development levels of the countries can be measured in various ways. Economic development is basically measured by per capita income, purchasing power parity, physical quality of life index and human development index. Therefore, the basic condition of economic development is an increase in production / income. The best indicator of this is per capita income according to purchasing power parity.

Studies on democracy and economic development show that the relationship between them gives complex results. Even though there are more studies focusing on the tendency from democracy to economic development in the democracy-development literature, studies reconcile with the tendency from economic development to democracy. The relationship between democracy and economic development was first examined by Lipset (1959). Lipset examined the effect of economic development on democracy and concluded that the effect of economic development on democracy was positive. According to him, ‘the better the economic situation of a country, the higher the chances of maintaining democracy’. After Lipset, this relationship has been studied by many researchers. There are different contributions to the development-democracy literature.

It is expected to increase the level of democracy in an emerging economy in the democracy-development relationship literature. This study aims to analyze the impact of economic development on democracy in emerging economies. This study differs from other studies in the literature in many aspects

and offers modest contributions to the literature. First, it examines emerging market economies that were analyzed by only a few studies in the literature. The economic and social structure of emerging market economies is dynamic and its value in the world economy is quite high. The studies analyzing the impact of economic development on democracy in emerging market economies are limited in numbers. The study takes into consideration the current developments in the world economy, especially in the definitions of the variables and the variables used in this study were not included in the previous studies, which reveals the importance of the study. Second, we defined the development with four main factors: economic, social, financial and openness, on the macro level, in contrast to the standard development indicators such as income per capita, purchasing power parity, physical quality index of life and human development index. Instead of defining the openness variable as a ratio of foreign trade volume to GDP, we defined the openness variable as the diversification in foreign trade. Diversification in foreign trade is both an indicator of openness and development. Because the country's capacity to provide various goods and services that appeal to the tastes and preferences of the people is an indicator of the economic maturity / development of that country. Third, we looked for a solution to the problem of insignificant between the distribution of income used as an indicator of social development and the democracy indicator in the democracy-development literature. Fourth, the democracy variable used as a dependent variable in the analysis has a categorical and ordered quality. Ordered qualitative choice models were used to estimate the categorical and ordered variables. Therefore, we used the ordered qualitative choice model instead of the standard panel data model such as GMM (generalized method of moments) for estimating the level of democracy and we investigated whether it correlates with the literature.

The study consists of five sections. The remaining part after the introduction is as follows: Section 2 provides information regarding the literature, section 3 describes the data set and method, section 4 contains empirical analysis, section 5 presents the result of the study.

2. LITERATURE REVIEW

There are many studies that analyze the relationship between democracy and economic development in the literature. In the literature, the direction of the relationship between democracy and development is a matter of debate. In other words, there are studies analyzing the effect of economic development on democracy, the effect of democracy on economic development, along with the studies on the mutual relationship between democracy and economic development. However, there are also studies which have found no relationship between democracy and economic development. Although the studies conducted indicate that the relationship is complex, there is a consensus that there is a relationship from economic development to democracy in the literature review. Because political scientists have been of the opinion that since Lipset, democracy can only occur in countries that have reached a certain level of economic development. However, when we look at the studies examining the relationship between democracy and economic development, it becomes obvious that there are more

studies examining the effect of democracy on economic development, which are also controversial. Besides, when we scrutinize the studies on democracy in the literature, it comes to the fore that there are more applied studies conducted on democracy and economic growth when compared to the applied studies on democracy and economic development. This situation might occur due to confusion in the definition of the concepts of development and growth or difficulties in determining economic development indicators.

We examined the democracy-development literature based on both the direction of the relationship between democracy and development and the analysis methods used chronologically. According to the direction of the relationship in question, we categorized the literature into four hypotheses and / or approaches. These are; (i) Lipset hypothesis, (ii) Inverse Lipset hypothesis, (iii) Feedback hypothesis, and (iv) Disconnection hypothesis. While the Lipset hypothesis, inverse Lipset hypothesis as well as feedback hypothesis indicate a relationship between democracy and economic development; the disconnection hypothesis states that there is no relation between them.

The first study on democracy and economic development belongs to Lipset and is known as the 'Lipset Hypothesis'. According to the hypothesis, the prerequisite for ensuring democracy is economic development. Lipset Hypothesis is also called as modernization theory. The modernization theory developed by Lipset (1959) states that democracy exists in developed countries, while it is unlikely to exist in poor countries. Lipset further expresses that factors such as property and wealth, a wide educated middle class, a cultural structure where primitive identities decline and the concepts including secularism gain strength as well as a decrease in radical tendencies in the lower classes are effective in economic development leading to democracy. The literature we categorized into four hypotheses is as follows:

Hypothesis 1) We have expressed the studies investigating the effect of economic development on democracy as the Lipset hypothesis. In most of the studies in the literature, economic development and growth affect democracy positively. Only a few studies indicate a negative impact of economic development and growth on democracy. Studies reaching the findings that economic development and growth positively affect democracy are Lipset, 1959; Arat, 1988; Bollen, 1979; Cutright, 1963; Barro, 1999; The study reaching the finding that they affect negatively is Kim, 1971. Lipset (1959) examined the relationship between democracy and economic development by benefiting from statistical analysis method with data belonging to the time period of the 1950s for 48 countries in his study. In the study, it comes to the fore that economic development is higher in unstable dictatorships than in stable ones in some countries, while it is higher in stable democracies than in unstable democracies. In his study, Cutright (1963) examined the relationship between democracy and economic development in the 1960 period by using correlation and cross section analysis. He used the political development index created by himself as a measure of democracy. He concludes that political development is highly related to

economic development. Kim (1971) tested the relationship between democracy and economic development in 46 countries in the 1968 period by using the cross section analysis. He used Neubauer's democratic development index as an indicator of democracy and concluded that socioeconomic factors (urbanization, industrialization, education, communication) were insufficient for political democracy. Bollen (1979) tested the relationship between economic development and democracy for the period 1960-1965 with the cross section analysis and obtained the result that economic development had a significant and positive effect on democracy. Arat (1988), in his study titled 'Democracy and Economic Development: Modernization Theory Revisited', scrutinized the relationship between democracy and economic development in 130 countries by using cross section, panel data and time series analysis method for the period 1948-1977. He found that economic development had a nonlinear positive effect on democracy. In his study, 'Determinants of Democracy', Barro (1999) tested the relationship between democracy and economic growth by using panel data analysis method. He used the variable of improvement of living standards as an indicator of economic growth. Improvement of living standards increases the level of democracy.

Hypothesis 2) We have expressed the studies analyzing the effect of democracy on economic development as an inverse Lipset hypothesis. When we delve into the studies, there are findings revealing that democracy might have both positive and negative impact on economic development and growth, which is uncertain. In addition, there are studies showing that the relationship between them is not linear. According to these studies the relationship is positive up to a certain level and reverses after a certain level. However, there are also studies testing indirect effects and the soundness of the relationship in the case that the direct effect cannot be detected. These studies are Gupta et al. 1998; Przeworski and Limongi, 1993; Helliwell, 1992; Gasiorowski, 2000; Kurzman et al., 2002; Barro, 1996; Feng, 1997; Quinn and Woolley, 2001). In the study in which the relationship between democracy and economic growth was analyzed by using the cross section analysis by Przeworski and Limongi (1993), political institutions are found to have no significance for growth. Gupta et al. (1998) analyzed the relationship between democracy and economic growth by using time series OLS regression and cross section analysis. Democracy has a significant impact on growth and facilitates growth. In his study, Helliwell (1992) examined the relationship between democracy and economic growth by using the cross section and the panel data analysis method. The effect of democracy on growth is negative. In the study conducted by Gasiorowski (2000), the relationship between democracy and economic growth was tested for 49 countries using data from the period 1968-1991 as well as the panel data fixed effects method. Inflation is higher and growth is slower in democratic countries when compared to less democratic countries. Kurzman et al. (2002) where they analyzed the relationship between democracy and economic growth using the cross section and the panel data fixed effects and random effects method for the period 1951-1980 in 106 countries, show that the effect of democracy on economic growth is uncertain. Barro (1996) conducted a research focusing on the relationship between democracy and economic growth with

the panel data analysis method. According to the results of the study where Freedom House and Bollen's democracy index was used, democracy positively affects economic growth to a certain level, nevertheless it has a negative effect after a certain level. Feng (1997) tested the relationship between democracy and economic growth by using the cross section analysis for 96 countries in the 1960-1980 period. In the study, it is obtained that the direct effect of democracy on growth is negative and its indirect effect is positive. Quinn and Woolley (2001) examined the relationship between democracy and economic growth by using the cross section analysis. According to the study, democracy has no direct effect on growth.

Hypothesis 3) We have expressed the studies examining the mutual relationship between democracy and economic development as a feedback hypothesis. Starting from the 1990s, the relationship between democracy and economic development has been carried out by some researchers as studies test the interrelation. However, there are very few studies in the literature that examine this type of relationship such as Heo and Tan, 2001; Vega-Gordillo and Alvarez-Arce, 2003; Jaunky, 2013. Heo and Tan (2001) tested the democracy and economic growth relationship with the time series analysis Granger causality method in the study using the Arat democracy index. It is concluded that there is no causal relationship in some countries, while there is bi-directional causality in others. However there are also countries having one-way causality from economic growth to democracy or from democracy to economic growth. Vega-Gordillo and Alvarez-Arce (2003) examined the relationship between democracy and economic growth with the panel data analysis generalized method of moments (GMM) and Granger causality method. In the study conducted in 45 countries for the period 1975-1995, they conclude that there is one-way causality from economic freedom to growth, bidirectional causality between economic freedom and political freedom as well as bidirectional and positive causality between political freedom and growth. Jaunky (2013) tested the relationship between democracy and economic growth with the data obtained from 1980-2005 period by utilizing the panel data analysis system GMM method. The study puts forward that there is one-way causality from economic development to democracy in the short term and a positive bidirectional causality in the long term.

Hypothesis 4) We have stated that there is no relation between democracy and economic development as the disconnection hypothesis. Empirical studies having found no relationship between the two variables in question are Dick, 1974; Landman, 1999; Acemoglu et al., 2008. Dick (1974) tested the democracy and economic development relationship using the statistical analysis method. It becomes obvious that there is no significant difference between the growth rates of authoritarian and democratic countries according to the study in which triple classification types of governance such as authoritative, semi-competitive and competitive were used as indicators of democracy. In his study 'Economic Development and Democracy: The View from Latin America', Landman (1999) examined the relationship between democracy and economic development for 17 countries with data from the 1972-1995 period and used the panel data analysis method. It is concluded that there is no positive relationship

between economic development and democracy. Acemoglu et al. (2008), in their study called 'Income and Democracy', analyzed the relationship between democracy and income with the data from the period 1960-2000 in 150 countries by using the panel data analysis system GMM method. They used the Freedom House, Polity IV and Bollen democracy index as indicators of democracy and conclude that the per capita income level has no effect on democracy.

When we examine the literature, we see that the studies exhibit common structural characteristics as follows: when evaluated within the scope of an econometric method, empirical studies previously based mostly on simple correlation analysis. Over the years studies started to include cross section and time series analysis, and then panel data analysis. In the beginning most researchers developed and used their own measure of democracy. However, in recent years democracy measures based on Freedom House and Polity databases, which have been created mostly by institutions recently, have been started to be used. On the other hand, the variables such as industrialization, education and urbanization were used as a measure of economic development. Per capita energy consumption and per capita income have started to be used in recent years. As a result of the literature we reviewed, we used the Freedom House democracy index, which has been used frequently in recent years. Unlike the development indicators in the literature, we used our development data (economic, financial, openness, social indicators) that take into account the current developments in the world economy. In addition, beyond the econometric methods having been used in the literature to date, we applied the panel ordered qualitative choice analysis (ordered probit model) method, which has been utilized by benefiting from the developments in the field of econometrics in recent years.

3. DATA AND METHODOLOGY

The study analyzes the impact of economic development on democracy in accordance with Todaro and Smith (2012)'s definition of development. We moved from Todaro and Smith (2012)'s traditional definition of development. In Todaro and Smith (2012)'s traditional definition of development, economic development refers to changing political, social and institutional structure as well as economic growth. Based on the definition in question, we defined economic development from a macro perspective with four main factors: economic, social, financial and openness. In this context, the economic model we have established to analyze the impact of economic development indicators on the level of democracy is as follows:

$$DEM = f(GSYH, DCPB, DIN, GINI) \quad (1)$$

Here, DEM shows the level of democracy. GDP, DCPB, DIN and GINI are indicators of economic, financial, openness and social development, respectively. In this context, we aimed to investigate the impact of economic, financial, social and openness development indicators on democracy. We used the democracy index as a dependent variable and; per capita gross domestic

product, credit to private sector by banks, import diversification index as well as Gini coefficient variables as independent variables.

In the study, we used the data from 2001-2016 period in 24 emerging countries and investigated the effect of economic development on democracy by conducting ordered qualitative choice analysis (We revised 24 countries, taking into account the different countries listed by the International Monetary Fund (IMF) and Financial Times Stock Exchange (FTSE), which are also examples in the literature. We have reached the number 24, including the countries located in one of the two organizations and not in the other. Therefore, we chose 24 countries as ‘Emerging Markets’ considering the rankings of both institutions in order to obtain a wider country group). Emerging countries are countries with rapid development. While the emerging economies show development performance, their economic structure as well as their economic reforms need to be strengthened. In this sense, the emerging economies are needed to be examined in terms of their democracies.

The variables used in the research, the explanation of the variables and the resources obtained are presented in Table 1 below.

Table 1. Variables Used and Sources

Variable	Variable Type	Description	Source
DEM	Dependent variable	It is a measure of democracy and is based on the political rights index of Freedom House democracy index. It was scaled as three level categories as low, medium and high in panel ordered qualitative choice models.	Freedom House https://freedomhouse.org/
LGSYH	Independent variable	It is the per capita gross domestic product according to the purchasing power parity whose logarithm is taken.	World Bank, World Development Indicator (WDI) https://databank.worldbank.org/data/
DCPB	Independent variable	Domestic credit to private sector by banks (% GDP)	World Bank, World Development Indicator (WDI) https://databank.worldbank.org/data/
DIN	Independent variable	It is the import diversification index. It takes values between 0 and 1. As it approaches 0, diversification increases and as it approaches 1 diversification decreases	UNCTADSTAT United Nations Conference on Trade and Development https://unctadstat.unctad.org/EN/
GINI	Independent variable	It is the Gini coefficient. It takes values between 0 and 1. As it approaches 0, inequality decreases, as it approaches 1, inequality increases.	The Standardized World Income Inequality Database (SWIID) https://fsolt.org/swiid/

DEM is a dependent variable and shows the level of democracy. The democracy index we used is based on the political rights index of Freedom House and its highest value is 1 and the lowest value is 7. We divided this index into three categories: low, medium and high democracy level. When categorizing, we first reversed the democracy index with the highest value being 7 and the lowest value being 1. Then we showed it at three levels, from low-level democracy to high-level democracy (1 to 3). Level 1 is low level democracy, level 2 is medium level democracy and level 3 is high level democracy. GDP refers to per capita GDP, DCPB refers to credit to private sector by banks, DIN refers to the import diversification index while GINI refers to the gini coefficient, which are all independent variables.

In the study, we used to order qualitative choice models as the econometric method. Because the democracy index based on the political rights we used as a dependent variable is a discrete variable that takes values between 1 and 7 integers, it would not be appropriate to estimate the regression model using the Ordinary Least Squares estimation method. The use of ordered dependent variable OLS violates the OLS regression assumptions. Therefore, we found it appropriate to make predictions with ordered qualitative choice models.

Democracy dependent variable has an ordered and categorical quality. Ordered logit / probit models were used to estimate categorical and ordered variables. In the democracy-development literature, the panel data analysis based on OLS is used much more. Since the democracy variable has an ordered and categorical quality, we have made ordered logit and probit model estimations that are more suitable for explaining the variable. Aiming to contribute to the literature with ordered logit and probit estimations based on the maximum likelihood, on the other hand, we tried to determine whether it supports the literature.

4. RESULTS

Before starting the analysis, we looked at the descriptive statistics of the variables and the correlation of the independent variables with the democracy variable to be used to obtain a priori information.

Table 2. Descriptive Statistics of Variables

Variable	Observation	Mean	Standard Deviation	Minimum	Maximum
DEM	384	2.632	0.567	1	3
GSYH	384	13768.16	7161.526	2570.428	35020.41
DCPB	384	51.902	34.180	8.584	156.809
DIN	384	0.331	0.061	0.195	0.530
GINI	384	0.403	0.079	0.251	0.62

We divided the democracy index variable into three categories: low, medium and high level. While the lowest value of the variable of democracy is 1, the highest value is 3. While the countries with the lowest democracy level between these years are China and Thailand, the countries with the highest democracy are South Korea, Chile, Peru, Czech Republic, Poland, South Africa, Argentina and

Bulgaria. Since we divided the democracy index into three categories, as low, medium and high, we see that emerging market countries are on the way to be democratic when we look at average democracy. The highest value of per capita GDP that we used as a measure of economic development is \$ 35020.41, the lowest value is \$ 2570.428 and the average GDP is \$ 13768.1. The country with the lowest per capita GDP is India, the highest country is South Korea. The lowest value of the DCPB variable, which shows the credit to private sector by banks, was 8.584 and the highest value was 156.809 between 2001-2016 years. Romania has the lowest and China has the highest credit to private sector by banks. While the lowest value of the DIN variable, which shows diversification in foreign trade, is in Poland with 0.195, the highest value is in Pakistan with 0.530. The lowest value of the gini coefficient referring to income inequality is 0.251; its highest value is 0.620 and its average value is 0.403. The country with the lowest Gini coefficient is the Czech Republic, and the country with the highest is South Africa. The average coefficient of Gini of 0.403 found in emerging market economies shows that there is income inequality in these emerging markets.

Table 3. Correlation Coefficients Between Variables

Variable	Correlation Coefficient	P- value
GSYH	0.2473	0.0000
DCPB	-0.3486	0.0000
DIN	-0.3947	0.0000
GINI	0.0864	0.0910

In emerging market economies, there is a positive and 24% correlation between per capita GDP and the DEM variable. There is a negative and 34% and 39% correlation between DCPB, DIN and DEM respectively. There is also a positive and only 8% correlation between GINI and DEM. In addition, while correlation between the Gini coefficient and democracy is statistically insignificant at the level of 5%, correlation between the variables of GDP, DCPB, DIN and DEM is statistically significant.

We estimated both models to decide which ordered logit and ordered probit models, which are ordered qualitative choice models, to be used in our analysis. In Table 4, we see the results of the compared ordered logit and probit democracy models, which are ordered qualitative choice models.

Table 4. Comparison of Ordered Logit and Probit Democracy Models

Model	Ordered Logit Model	Ordered Probit Model
LGSYH	0.856***	0.441***
DCPB	-0.029***	-0.017***
DIN	-12.311***	-7.799***
GINI	3.104	1.772
McFadden R2	0.217	0.230
AIC (Akaike information criterion)	468.157	460.315
BIC (Bayes information criterion)	491.860	484.018
Log likelihood	-228.078	-224.157
LR statistics	126.068	133.910
Prob.(LR)	0.000	0.000
Number of Observations	384	384

Note: ***, ** and * signs show statistical significance at 1%, 5% and 10% levels

While ordered logit and probit models are very similar to each other, there are various criteria regarding the preference of the models in the literature. Thus, it can be decided according to pseudo R2 with the information criteria (AIC and BIC) that emerge as a result of the analysis. If the information criteria in the ordered probit model are lower than the information criteria in the ordered logit model, and the pseudo R2 value in the ordered probit model is greater than the pseudo R2 value in the ordered logit model, the ordered probit model is preferred. In Table 4, the information criteria in the ordered probit model are lower than the ordered logit model and are greater in terms of pseudo R2 values. In that case, it would be appropriate to select the ordered probit model according to these criteria.

Table 5. Ordered Probit Model Estimation Results

Independent Variables	Coefficients	Standard Error	z-value	Marginal Effects
LGSYH	0.441**	0.195	2.26	0.148
DCPB	-0.017***	0.002	-7.73	-0.005
DIN	-7.799***	1.876	-4.16	-2.620
GINI	1.772	1.090	1.63	0.595
Number of Observations	384			
Prob> Chi-Square	0.0000			
Pseudo R2	0.2300			

Note: ***, ** and * signs show statistical significance at 1%, 5% and 10% levels

In Table 5, we see the independent variables in the first column, the coefficients we obtained as a result of the ordered probit model in the second column, the standard errors of the coefficients in the third column, the z values of the coefficients in the fourth column and the marginal effects of independent variables on the dependent variable in the fifth column. Since probit models are not linear, we cannot directly interpret the coefficients we obtained as a result of the probit model prediction, but we can comment on the signs of the coefficients. For this reason, we calculated marginal effects in order to interpret the coefficients in probit models. After calculating the marginal effects, we can interpret each coefficient. We can look at the statistical significance of the coefficients according to the probability values of the z values. In other words, we examined the numerical effect of each independent variable on the level of democracy in the model. The marginal effect indicates the probability of change in the category of democracy level when independent variable increases a unit. We divided the levels of democracy into three categories as low level democracy, medium level democracy and high level democracy. We only showed the marginal effects on the highest level of democracy in the assessment.

According to the results of the panel ordered qualitative choice model (ordered probit model) that we estimate, all the independent variables (per capita GDP, credit to private sector by banks, import diversification) are statistically significant except for the Gini coefficient expressing income inequality. We found the per capita GDP at 5%, the credit to private sector by banks and the import diversification index at 1% level. It turns out that there is no relationship between income inequality and democracy, which is supported by Oniş (2019) and Scheve and Stasavage (2017) in the literature. In other words, it

is interpreted that there is no data supporting the ideas that income inequality is specific to non-democratic regimes or democracy brings a more equal distribution. However, it is not possible to conclude that income inequality is not affected by or affects political regimes such as democracy. We looked for a solution to this problem and re-predicted the model in quadratic form.

On the other hand, in terms of the coefficient signs of the variables, our expectation is positive for per capita GDP and credit to private sector by banks, and negative for the import diversification index and the Gini coefficient. In our study, the per capita GDP and the Gini coefficient are positively related to the level of democracy, and the credit to private sector by banks and the import diversification index are negatively related to the level of democracy. The coefficient sign of the per capita GDP and the import diversification index came out as we expected, the signs of the credit to private sector by banks and the Gini coefficient did not come out as we expected. In order to interpret the coefficients, marginal effects that we estimated show only the marginal effects of the dependent variable on the highest category of democracy. According to the marginal effect results we calculated; the marginal effect of the per capita GDP variable increases the probability of the highest category regarding the level of democracy of this variable by 0.148 units. The marginal effect of the credit to private sector by banks variable reduces the probability of the highest category regarding the level of democracy of this variable by 0.005 units. The marginal effect of the import diversification index variable reduces the probability of the highest category regarding the level of democracy of this variable by 2.620 units. To put it another way, diversification in imports is increasing, which also increases the level of democracy. Negative import diversification index means that countries with higher per capita income or countries with higher levels of development tend to have a more diversified import basket, which was reported by Jaimovich (2012) and Mejia et al. (2016) in the literature. On the other hand, the reason why the coefficient sign of the credit to private sector by banks did not come out as we expected might be because of, the fragility indicator, populism, political influence etc. It might also be because of the effect of the financial system not developed sufficiently in emerging market economies, the effect of the public on the financial markets through central banks and incentive policies, the effect of non-rational diverting credit to the sector and / or social classes (people) through public policies. In addition, the model is significant as a whole according to chi-square test statistics, in the ordered probit model which we estimated. In the ordered probit model, we check the suitability of the model with the 'Pseudo R2 value' test, which is also called as the goodness of fit test. Accordingly, 23% of the total change in the dependent variable can be explained by the independent variables.

In the probit model that we estimated, the relationship between income inequality and democracy was insignificant in the emerging market economies in parallel with the literature. In other words, income distribution does not affect the level of democracy. However, income distribution refers to improvements in education, health and cultural spheres and is the main indicator of social development in a society. Therefore, social development (improvement in income distribution) in

countries is expected to increase the level of democracy. In order to find a solution to the problem of unrelation between income distribution (Gini coefficient) - democracy level (Freedom House democracy index) in the literature, we re-estimated the model by adding the square of the Gini coefficient to the model. The results regarding the predicted model are given below.

Table 6. Quadratic Ordered Probit Model Estimation Results

Independent Variables	Coefficients	Standard Error	z-value	Marginal Effects
LGSYH	0.433**	0.200	2.16	0.122
DCPB	-0.016***	0.002	-6.99	-0.004
DIN	-7.120***	1.983	-3.59	-2.018
GINI	-86.787***	14.750	-5.88	-24.602
GINI2	113.496***	18.971	5.98	32.173
Number of Observations	384			
Prob> Chi-Square	0.0000			
Pseudo R2	0.3093			

Note: ***, ** and * signs show statistical significance at 1%, 5% and 10% levels.

All independent variables are statistically significant and per capita GDP is at 5%, other variables are statistically significant at 1% level. In terms of the coefficient signs, per capita GDP and the square of the Gini coefficient are positively related to the level of democracy, and the credit to private sector by banks, the import diversification index and the Gini coefficient are negatively related to the level of democracy. In order to interpret the coefficients, the marginal effects in the estimation only show the marginal effects of the dependent variable on the highest category of democracy. Accordingly, the marginal effect of the per capita GDP variable increases the probability of the highest category regarding the level of democracy of this variable by 0.122 units. The marginal effect of the credit to private sector by banks variable reduces the probability of the highest category regarding the level of democracy of this variable by 0.004 units. The marginal effect of the import diversification index variable reduces the probability of the highest category regarding the level of democracy of this variable by 2,018 units. In other words, diversification in imports increases, and this in turn increases democracy. The marginal effect of the income inequality variable first reduces the probability of the highest category regarding the level of democracy of this variable by 24,602 units and then increases by 32,173 units. The Gini coefficient has become significant. There is an inverse relationship between the Gini coefficient and the Freedom House democracy variable as expected. As income inequality increases, the level of democracy decreases. A positive relationship was found between the square of the Gini coefficient and the level of democracy. Since the Gini coefficient value is between 0 and 1, it decreases as it is squared and refers to the improvement in income distribution. As a result, the level of democracy increases as the income distribution improves. Also, the model is significant as a whole according to the chi-square test statistics in the quadratic ordered probit model that we estimated. In terms of goodness of fit, 30% of the total change in the dependent variable can be explained by the independent variables and its explanatory power is higher than the non-quadratic model.

5. CONCLUSION

In the study, we empirically researched the impact of development indicators, which we determined as an economic, social, financial and openness, on the level of democracy, by using the data of the 2001-2016 period of 24 emerging market economies. We used the GDP according to purchasing power parity as an indicator of economic development, Gini coefficient as a social development indicator, credit to private sector by banks as a financial development variable, and the import diversification index as an openness variable. As a dependent variable democracy index of the Freedom House based on political rights has an ordered and categorical character, we used the panel-ordered qualitative choice model to determine the impact of development indicators on the level of democracy.

According to the results of the analysis, other variables are statistically significant except for the Gini coefficient of the social development (income distribution) variable, which is one of the development indicators. While the sign of GDP and diversification index, which is one of the variables, is in the expected direction, the sign of the credit to private sector by banks which is the financial development indicator, does not occur in the way we expected. Accordingly, the per capita GDP variable increases the probability of the highest category regarding the level of democracy. The credit to private sector by banks and the import diversification index decrease the probability of the highest category related to the level of democracy.

To make the income distribution variable significant, we also estimated the quadratic model by adding the square of the Gini coefficient to the model as an explanatory variable. In the estimated quadratic model, the income distribution variable has become statistically significant and there has been no change in the expected signs of other variables (GDP, credit to private sector, and import diversification index) and no deterioration in their statistical significance. Thus, all variables become significant in the quadratic model. The sign of the Gini coefficient is also in the expected direction. As the income distribution improves, the level of democracy also increases. The quadratic model, which makes the income distribution variable significant, has higher explanatory power.

When we evaluate the results of the study as a whole; it can be said that development at higher levels of democracy is more effective on democracy according to the ordered probit model estimation results. While the probability of economic development affecting democracy at the middle and low levels of democracy is low, it is highly likely to affect the high level of democracy. To put it differently, the effect of economic development on democracy at the middle and low levels of democracy is lower than the level of high democracy.

The study reveals that supply will be more democratic and livable in general, especially in emerging economies in case of an increase in production and improvement in income distribution. Diversification in imports raises the standard of democracy in emerging market economies. Because the diversification in foreign trade results in the integration of the country with the foreign world. On the

one hand, new production and trade techniques lead to an increase in production as a result of integration with the outside world, but on the other hand, diversification enables the consumption of goods and services suitable for the tastes and preferences of the public. In addition, integration with the outside world leads the country to meet with new forms of economic, commercial and cultural organization, and the standard of democracy in the country rises.

On the other hand, there is an inverse relationship between credit to private sector and the level of democracy. This shows both that, public power exercised irrationally to direct funds to investments and that financial deepening is not sufficiently provided in emerging markets. On the one hand public tenders lead to financial deepening according to the observation of multi-partner companies and publicly capital traded companies in emerging markets, on the other hand, they cause an improvement in income distribution by spreading capital to the bottom. As a result of all this, the standard of democracy rises.

REFERENCES

- Acemoglu, D., Johnson, S., Robinson, J. A., and Yared, P. (2008). Income and democracy. *American Economic Review*, 98(3), 808–842.
- Arat, Z. F. (1988). Democracy and economic development: modernization theory revisited. *Comparative Politics*, 21(1), 21-36.
- Barro, R. J. (1996). Democracy and growth. *Journal of Economic Growth*. 1(1), 1-27.
- Barro, R. J. (1999). Determinants of democracy. *Journal of Economic Growth*. 1(1), 1-27.
- Bollen, K. A. (1979). Political democracy and the timing of development. *American Sociological Review*, 44(4), 572-587.
- Cutright, P. (1963). National political development: measurement and analysis. *American Sociological Review*, 28(2), 253-264.
- Dick, G. W. (1974). Authoritarian versus nonauthoritarian approaches to economic development. *Journal of Political Economy*, 82(4), 817-827.
- Feng, Y. (1997). Democracy, political stability and economic growth. *British Journal of Political Science*, 27(3), 391-418.
- Gasiorowski, M. J. (2000). Democracy and macroeconomic performance in underdeveloped countries: an empirical analysis. *Comparative Political Studies*, 33(3), 319-349.
- Gupta, K. L. (1998). Macroeconomic determinants of growth: some implications of disaggregation. *Applied Economics*, 20(6), 843-852.
- Helliwell, J. F. (1992). Empirical Linkages Between Democracy and Economic Growth. Working Paper, 4066, 1-28.

- Heo, U., and Tan, A. C (2001). Democracy and economic growth: a causal analysis. *Comparative Politics*, 33(4), 463-473.
- Jaimovich, E. (2012). Import Diversification Along the Growth Path. Carlo Alberto Notebooks, 242, 1-14.
- Jaunky, V. C. (2013). Democracy and economic growth in sub-saharan africa: a panel data approach. *Empir Econ*, 45, 987–1008.
- Kim, C. L. (1971). Socio-economic development and political democracy in japanese prefectures. *The American Political Science Review*, 65(1), 184-186.
- Kurzman, C., Werum, R., Burkhart, R. E. (2002). Democracy's effect on economic growth: a pooled time-series analysis, 1951-1980. *Studies in Comparative International Development*, 37(1), 3-33.
- Landman, T. (1999). Economic development and democracy: the view from latin america. *Political Studies*, 47, 607-626.
- Lipset, S. M. (1959). Some social requisites of democracy: economic development and political legitimacy. *The American Political Science Review*, 53(1), 69-105.
- Mejia, J. F. M., Velasquez, H., and Garcia, V. Z. (2016). Understanding Import Diversification: An Empirical Analysis. available at: <https://repository.eafit.edu.co/> (accessed 27 July 2019).
- Oniş, Z., and Ozçelik, E. (2019). Küreselleşme, Servet Eşitsizliği ve Demokrasi Üçgeni Üzerine. https://www.researchgate.net/publication/331065211_Kuresellesme_Servet_Esitsizligi_ve_Demokrasi_Ucgeni_Uzerine_Kuresellesme_Servet_Esitsizligi_ve_Demokrasi_Ucgeni_Uzerine, (accessed 13 May 2019).
- Przeworski, A., and Limongi, F. (1993). Political regimes and economic growth. *The Journal of Economic Perspectives*, 7(3), 51-69.
- Quinn, D. P., and Woolley, J. T. (2001). Democracy and national economic performance: the preference for stability. *American Journal of Political Science*, 45(3), 634-657.
- Scheve, K., and Stasavage, D. (2017). Wealth inequality and democracy. *Annual Review of Political Science*, 20, 451-468.
- Todaro, M. P., and Smith, S. C. (2012). *Economic Development*. Boston, Addison Wesley.
- Vega-Gordillo, M., and Alvarez-Arce, J. L. (2003). Economic growth and freedom: a causality study. *Cato Journal*, 23(2), 199-215.



YOLSUZLUK VE MUHASEBE KALİTESİ İLİŞKİSİ RELATIONSHIP OF CORRUPTION AND ACCOUNTING QUALITY

Emin Hüseyin ÇETENAK¹, Eda KÖSE², İsmail BEKÇİ³



1. Doç. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Bankacılık Finans Bölümü, cetenak@ohu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2900-4948>
2. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, edakose@nevsehir.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9537-3672>
3. Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ismailbekci@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-9862-737X>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
11.01.2021 01.11.2021

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
14.02.2021 02.14.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.858635>

Öz

Bu araştırmanın amacı, yolsuzluk ve muhasebe kalitesi arasındaki ilişkiyi incelemek ve söz konusu ilişkiyi verilerine ulaşılabilen 11 farklı ülke için test etmektedir. Araştırmada, 2009-2019 yılları arasında Türkiye ve 10 farklı ülkenin yolsuzluk endeksleri ile bu ülkelerde faaliyet gösteren 3816 işletmenin isteğe bağlı tahakkukları incelenmiş araştırma sonucunda yolsuzluğun muhasebe kalitesini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada isteğe bağlı tahakkukların hesaplanmasında Düzeltilmiş Jones Modelinden faydalanılmış yolsuzluk endeksi ise Dünya Bankası veri tabanından alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yolsuzluk Endeksi, Düzeltilmiş Jones Modeli, Muhasebe Kalitesi.*

Abstract

The purpose of this study is to examine the relationship between corruption and accounting quality and to test this relationship empirically for 11 different countries whose data can be obtained. In the study, Turkey, and 10 different countries' corruption index examined with 3816 the companies operating in these countries between the years 2009-2019. Our results show corruption affects the quality of accounting. In the study, the Modified Jones Model was used to calculate discretionary accruals and the corruption index was obtained from the World Bank database.

Keywords: *Control of Corruption Index, Modified Jones Model, Accounting Quality.*

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

There are many factors affecting the quality of financial statements prepared by companies. Each of these factors has been studied extensively in literature. However, the number of studies examining the corruption and accounting quality relationship is limited. The purpose of this research is to reveal the effect of corruption on accounting quality. For this purpose, 11 countries with different legal and institutional dynamics were selected as the sample.

Research Questions

This study tries to answer the following important research question. Does the level of corruption in a country affect the quality of financial statements of firms?

Literature Review

While IFRS, legal and political system, incentives directly affect the accounting quality, the market development levels, capital structure, culture, tax system, education level and corruption of countries indirectly affect the accounting quality (Soderstrom and Sun, 2007). Considering in general, it can be said that accounting quality is closely related with other determining factors beyond the legal systems and accounting practices of the countries. In studies on accounting quality in the literature, the corruption index has been explained as the factor affecting the accounting quality La Porta et al., (1998) stated that the efficiency of the judicial system and the rule of law affect the quality of accounting. The rule of law has been used as a measure of governance quality and has been stated to affect economic growth. Strongly enforced rule of law is thought to affect the economy by reducing perceived risks, including threats to the ability to mobilize and control resources, such as seizing property through corruption. Alam (1995) identified management and accounting skills to prevent corruption, as another factor affecting accounting quality; Shleifer and Vishny (1993) stated that the first step to reduce corruption is to create an accounting system that does not cause manipulation. Accounting quality is also low due to low management quality in countries with corruption (Demerjian et al., 2013). At the same time, businesses with high corruption index are more likely to have higher information asymmetry and lower information quality (Chaney et al., 2011) Factors affecting low accounting quality in businesses operating in countries with a high corruption index; Because of the high level of corruption, the rule of law and the decrease in government effectiveness reduces the concern about the risk of fraud in businesses (Athanasouli and Goujard, 2015). In countries where there is no legal system and where corruption is intense, the use of financial reports to reduce information asymmetry will decrease and it will adversely affect the accounting quality (Ertan, 2011).

Methodology

Accounting quality is extremely important as it provides truthful and transparent information about the financial reports and investments of businesses to financial markets. There are many factors affecting accounting quality. In the literature, earnings quality, value relevance, predictability of cash

flows and accrual quality are used to measure accounting quality. In this research, accrual quality will be used to analyze the effect of corruption on accounting quality. The basis for estimating the accrual quality is the classification of accruals as discretionary and non-discretionary. Although different methods have been used in the literature to measure the accrual quality, the estimates made using the Adjusted Jones Model, which was modified by Dechow, Sloan and Sweeney (1995), of the Jones (1991) model. Accordingly, in this study, firstly, "discretionary accruals" were estimated using the Modified Jones Model, and in the second step, the relationship between discretionary accruals and corruption index estimated using the System GMM method.

Results and Conclusions

In this study, by using the data of 11 countries and total 3816 companies we examined whether there is a relationship between corruption and accounting quality. Within the scope of the research, discretionary accruals were estimated first and then the relationship between these values and corruption was tested. According to the findings obtained, the discretionary accrual rates, which show the accounting quality, are affected by the companies' lagged accrual rates. In other words, companies that make up their financial statements with various accounting practices tend to do this constantly. Secondly, a significant and negative relationship was found between profitability and voluntary accruals. This relationship shows that profitable firms tend to use less earnings management practices. Within the scope of the analysis, it was determined that the Tobin Q ratio obtained by dividing the sum of debt and market value by total assets is also effective on the earnings management practices. The significant negative relationship between the increase in GDP and discretionary accruals, which is added to the model as a control variable, indicates that the quality of accounting also increases when the economy is doing well, and that the accounting quality decreases when there is no growth. According to the analysis results, there is an inverse and significant relationship between the voluntary accrual rates, which show the accounting quality, and the corruption index. High values in the corruption index indicate that corruption is kept under control and low values indicate that corruption is high in that country. This relationship shows that the higher the corruption, the lower the accounting quality, the lower corruption the higher the accounting quality. Based on the findings obtained in summary, it is possible to say that corruption affects the accounting quality of companies, the struggles to be carried out to control corruption will have positive results on the companies side, so that the effective allocation of resources will be possible for that economy and this situation will indirectly have positive effects on economic growth and development.

1. GİRİŞ

İşletmelerin küresel pazarlarda faaliyet gösterebilmesi ve kaliteli, anlaşılabilir, uygulanabilir ve ortak bir muhasebe sistemine sahip olabilmesi için Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS/IFRS) birçok ülke tarafından benimsenmiştir. Tek bir küresel muhasebe standardının bilgi asimetrisini azaltması, sermaye maliyetini düşürmesi, sınır ötesi sermaye akışını ve muhasebe kalitesini artırması beklenmektedir. Ancak UFRS/IFRS'nin benimsenmesi ile muhasebe kalitesinin artacağı beklentisi, bu konuda yapılan çalışmalarla desteklenmemiştir. Örneğin Soderstrom ve Sun (2007), 1990'larda IFRS benimsenmesinin muhasebe kalitesi üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaları analiz etmiş ve muhasebe kalitesini belirleyici unsurları; muhasebe standartları yanında ülkenin hukuki ve politik sistemi ve mali raporlama teşvikleri olarak açıklamıştır. Bununla birlikte, mali piyasaların gelişmişlik düzeyi, kültür, sermaye yapısı, mülkiyet ve vergi sistemi, işletmelerin büyüklüğü, denetim firmaları, yabancı menkul kıymet borsalarında kote olma, yolsuzluk, işletmelerde kurumsal yönetime verilen önem gibi unsurlarda muhasebe kalitesini etkilemektedir. Ülkelerin sadece UFRS/IFRS'yi benimsemeleri ile muhasebe kalitesinin artması beklenemeyeceğinden bu çalışmada yolsuzluğun muhasebe kalitesi üzerindeki etkileri incelenmiştir.

Yolsuzluk kavramı en geniş anlamıyla, "*emanet edilen özel kazancın kötüye kullanılması*" olarak tanımlanmaktadır (Cuervo-Cazurra, 2016). Muhasebe araştırmaları literatüründe, muhasebe ve yolsuzluk arasındaki ilişkiyi araştıran sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bununla birlikte, Riahi-Bealkaoui (2004), "*ekonomi ve muhasebe literatüründe büyük ölçüde göz ardı edilen, yolsuzluğun muhasebe kalitesine etkisini olduğunu*"; Malagueño, Albrecht, Ainge, Stephens (2010), ülkelerin muhasebe ve yolsuzlukla ilgili olarak literatürde çalışma konusunun az olduğunu vurgulamışlardır. Aynı zamanda Houqe ve Monem (2016), "*yönetim ve uluslararası işletme alanlarında yolsuzlukla ilgili çalışmaların artmasına rağmen muhasebe alanında çalışmaların az olduğunu*" benzer şekilde Lourançe, Rathke, Santana, Branco (2018), "*muhasebe araştırmacılarının muhasebe ile yolsuzluk arasındaki ilişkiyi neredeyse el değmeden bıraktığını*" ifade etmişlerdir (Houqe ve Monem, 2013; Kimbro, 2002; Lourançe vd., 2018; Malagueño vd., 2010; Riahi-Belkaoui, 2004; Riahi-Belkaoui ve AlNajjar, 2006; Wu, 2005).

Yolsuzluğun önlenmesinde hukuk sisteminin rolü büyüktür. İyi işleyen hukuk sistemi işletmelerde tüm paydaşların haklarının korunmasına katkı sağlar. Hukukun üstünlüğü, işletme yöneticilerinin mal sahiplerine dürüst, güvenilir ve kapsamlı muhasebe raporları sunmasını sağlar. Dolayısıyla bu durum işletmenin muhasebe kalitesini de artırır. Bu çalışma, yolsuzluk endeksinin muhasebe kalitesi üzerindeki etkisine odaklanmaktadır. Araştırmada kullanılan ve Dünya Bankasından elde edilen yolsuzluk endeksi kamu gücünün özel çıkarlar için ne ölçüde kullanıldığını ifade etmektedir. Endekste yüksek değerler yolsuzluğun kontrol altında tutulduğunu düşük değerler ise yolsuzluğun fazla olduğunu göstermektedir. Buna göre araştırma, yolsuzluk endeksi ile muhasebe kalitesinin bir ölçütü

olarak kullanılan kazanç yönetimi uygulamalarının arasında ters yönlü bir ilişkinin var olduğu hipotezine dayanmaktadır. Araştırmada muhasebe kalitesi ile yolsuzluk arasındaki ilişki Sistem GMM yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Muhasebe Kalitesi Kavramı

Birçok çalışmaya konu olsa da muhasebe kalitesi kavramı ile ilgili literatürde ortak bir tanım yapılmamıştır. Genellikle yapılan tanımlar araştırmacıların çalışmalarında hangi hipotezi test edeceklerine göre farklılık göstermiştir. Dechow ve Schrand (2004) muhasebe kalitesini, muhasebe raporlarının işletmenin değerlemesine katkısı olarak tanımlamıştır. Barth vd., (2008), işletmenin manipülasyon yapmasını önleyerek mali raporların gerçeği yansıtması; Chen vd., (2010), mali raporların işletmenin ekonomik yapısını gerçeğe uygun ve güvenilir bir şekilde yansıtması; Verluen vd., (2011), mali raporların hazırlanmasında karşılaşılan işletme içi sorunların etkisi kısaca mali bilgilerin önemi; Platikanova ve Perramon (2012), özellikle IFRS uygulanmaya başladıktan sonra mali tablolarda farklılıkların ortadan kaldırılması ve aynı mali olaylar karşısında raporlanan bilgilerin farklılığını ya da benzerliğini saptamak olarak ifade etmiştir. Bütün bu ifadelerden hareketle muhasebe kalitesi, mali tabloların hazırlanmasında mali nitelikteki olayların manipülasyon yapılmadan gerçek olarak kayda alınması ve tüm paydaşlara işletme ile ilgili olarak güvenilir bilgi sunulmasıdır şeklinde tanımlanabilir.

Araştırmacılara göre muhasebe kalitesi, işletmelerin hem mali yapısını hem de performansını etkilemekte ve bu durum finansal durum tablosunu ve kar/zarar tablosunu etkilemektedir. Bu bağlamda kaydedilen bilgiler gerçeğe uygun şekilde kayda alınırsa muhasebe kalitesi de artacaktır (Umobong ve Akani, 2015). Buradan hareketle bir işletmenin muhasebe kalitesi yüksek ise işletmenin mali tabloları muhasebe standartlara uygun olarak hazırlanmış ve işletme yönetiminin takdir yetkisi azalarak tahakkukların tahmini olarak hesaplanmasında hata olasılığı azalmıştır denilebilir (Barth vd., 2008). Muhasebe kalitesinin yüksek olması; sermaye maliyetini azaltır, ekonomik boyutuyla sektörün gelişmesini ve büyümesini sağlar, kriz riskini azaltır, işletme yöneticilerin ve işletmeye yatırım yapacakların doğru kararlar almasını sağlar (Biddle ve Hilary, 2006). Yatırımcıların verimli ve doğru yatırımlar yapması, sermayenin etkin olarak kullanılmasını ve böylece ekonominin büyümesine de katkı sağlar.

Muhasebe kalitesinin önemi 2008 yılında ABD’de ortaya çıkan mali krizle birlikte hiç olmadığı kadar artmıştır. Krize neden olan işletmelerin mali tabloları IFRS’ye uygun şekilde hazırlanmış ve denetim firmaları tarafından denetiminin yapılmış olmasına rağmen işletmeye ait bilgiler gerçeği yansıtmadığından krizin ortaya çıkması engellenememiştir (Can, 2010). Mali tabloların gerçeği yansıtmaması, usulsüz yapılan harcamalar, işletme yöneticilerin takdir yetkisini farklı amaçlar için

kullanması, yatırımcılara ekonomik bilgilerinin tam olarak yansımaması, denetim firmalarının yaptıkları hatalar muhasebe kalitesini azaltmış ve krizin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

1.2. Muhasebe Kalitesini Etkileyen Unsurlar

Son yıllarda küreselleşmenin, rekabetin ve yolsuzluğun artması, işletmelerin kontrolünde yaşanan zorluklar, ülkelerin yaşadığı mali krizler ve işletme iflasları muhasebe kalitesinin önemini arttırmıştır. Muhasebe kalitesi hem ülkelere hem de işletmelere özgü faktörleri etkilemektedir. Muhasebe kalitesini IFRS, hukuk ve politik sistem, teşvikler doğrudan etkilerken, ülkelerin finansal gelişmişlik düzeyleri, sermaye yapısı, kültür, vergi sistemi, eğitim ve yolsuzluk düzeyi dolaylı olarak etkilemektedir (Soderstrom ve Sun, 2007). Genel olarak düşünüldüğünde muhasebe kalitesinin ülkelerin yasal sistemleri ve muhasebe uygulamalarının ötesinde diğer belirleyici faktörlerle de yakından ilişkili olduğu söylenebilir. Aslında bu faktörler muhasebe kalitesi ile ilgili benzer çalışmalarda ayırt edici unsur olarak vurgulanmakta nitekim ülkelerin ve işletmelerin kendine özgü uygulamaları da sonuçları etkilemektedir.

Hukuk sistemi literatürde; "*ortak hukuk sistemi*" ve "*yasalara dayalı hukuk sistemi*" olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Ortak hukuk sistemi, ilkelere dayalı hukuk sistemi olarak ifade edilmekte ve muhasebe uygulamalarında kesin kuralları yoktur; yasalara dayanan hukuk sisteminde ise kuralları vardır ve aynı muhasebe uygulamalarında tek kural geçerlidir. Dünya'da ortak muhasebe dilinin olması amacıyla oluşturulan IFRS ilke esaslı standartlar olduğundan fırsatçı yönetim uygulamalarına zemin hazırlamaktadır. Bu nedenle yasalara dayalı hukuk sisteminde kazanç yönetimi uygulamalarına az rastlanmaktadır (Soderstorm ve Sun, 2007).

Son yıllarda yolsuzluk, ekonomi alanında karşılaşılan kritik bir sosyal sorun haline gelmiştir. Özellikle yolsuzluk ekonominin büyümesini engelleyen bir faktör olarak kabul edilmektedir. IMF Başkanı Christine Lagarde, yolsuzluğun doğrudan ekonomik maliyetleri bilinirken, ekonomiyi zayıflatıcı dolaylı maliyetlerinin toplum üzerinde daha geniş etkisi olduğunu ifade etmiştir (International Monetary Fund [IMF], 2016). Alam (1995), yolsuzluğu önlemek için yönetim ve muhasebe becerilerini tanımlamıştır; Shleifer ve Vishny (1993), yolsuzluğu azaltmak için ilk adımın manipülasyona yol açmayan muhasebe sisteminin oluşturulması gerektiğini ifade etmiştir. Demerjian vd., (2013)'e göre yolsuzluğun olduğu ülkelerde yönetim kalitesi de düşük olduğundan muhasebe kalitesi de düşüktür (Demerjian vd., 2013). Aynı zamanda yolsuzluğun yüksek olduğu ekonomilerde yatırımcıların işletmelerle ilgili daha yüksek bilgi asimetrisine daha düşük bilgi kalitesine sahip olma olasılıkları yüksektir (Chaney vd., 2011). Yolsuzluğun yüksek olduğu ülkelerde faaliyet gösteren işletmelerde muhasebe kalitesinin düşük olmasının nedeni; hukukun üstünlüğünün ve kamu otoritesinin etkinliğinin azalması sonucunda işletmelerde yapılan hilelerin önemsizmemesi şeklinde açıklanmaktadır (Athanasouli ve Goujard, 2015). Etkin bir hukuk sisteminin olmadığı, yolsuzluğun yoğun olduğu

ülkelerde, mali raporlara güven azalacak ve muhasebe kalitesi bu durumdan olumsuz etkilenecektir (Ertan, 2011).

Muhasebe kalitesinin ölçülmesinde kullanılan kazanç yönetimi uygulamaları yolsuzluk olgusundan etkilenen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Kazanç yönetimi, işletme yöneticilerinin mali raporları oluştururken takdir yetkisini kullanarak paydaşlarını işletmenin ekonomik performansı hakkında yanıltmak ya da muhasebe bilgilerinde bazı değişiklikler yaparak sonuçları etkilemek için mali raporları değiştirmeleridir (Healy ve Wahlen, 1999). Dechow ve Skinner (2000), hileli muhasebe çatısı altında aldatma niyetini gösteren saldırgan davranışlar ile yöneticilerin takdir yetkisini kullanarak kabul edilebilir davranışları birbirinden ayırmaktadır. Bununla birlikte yolsuzluğun ciddi bir sorun olarak görülmesine ve muhasebenin bununla mücadelede yararlı olacağı düşüncesine rağmen, yolsuzluk ve kazanç yönetimi arasındaki ilişkiyi analiz eden az sayıda çalışma bulunmaktadır (Everett vd., 2007).

2. LİTERATÜR TARAMASI

Muhasebe kalitesi ile ilgili yapılan çalışmalarda, yolsuzluk endeksi muhasebe kalitesini etkileyen faktörlerden biri olarak belirtilmiştir. Aynı zamanda La Porta vd., (1998), yargı sisteminin etkinliğinin ve hukukun üstünlüğünün de muhasebe kalitesine etkisi olduğunu ifade etmiştir. Yolsuzluğun muhasebe kalitesi üzerine olumlu veya olumsuz etkileri ile ilgili olarak günümüze kadar yapılmış farklı ampirik araştırmalar ve elde edilen bulgular aşağıda özetlenmiştir.

Kimbrow (2002), ekonomik, kültürel ve kurumsal değişkenlerin yolsuzluk üzerinde etkisini analiz etmişlerdir. Analiz sonucuna göre, kişi başına düşen GSMH'nin yolsuzlukla ters ilişkili ve ekonomik büyüme ile doğrusal ilişkili olduğunu saptamıştır. Kültür ve yolsuzluk arasında pozitif ilişki olduğunu ileri süren Kimbro (2002)'ya göre daha etkin yargı sistemi, finansal raporlama standartların etkin olarak kullanılması ve deneyimli muhasebecilerin olması durumunda yolsuzluğun azalacağı ifade edilmektedir.

Riahi-Belkaoui (2004), 34 ülkenin verilerini kullanarak kazanç şeffaflığının belirleyici unsurlarını incelemiştir. Elde edilen bulgulara göre, ekonomik kalkınma, beşeri gelişme, hükümetin büyüklüğü ve ekonomik özgürlük kontrol altına alındıktan sonra kazançların belirsizliğinin ve yolsuzluğun azalmasının mümkün olacağını saptamış ve "*yolsuzluk, muhasebe kalitesinin düşük olmasına elverişli bir ortam yaratır*" düşüncesini ileri sürmüştür (Riahi-Belkaoui, 2004). Benzer bir çalışmada Riahi-Belkaoui ve AlNajjar (2006), kazanç şeffaflığının ekonomik özgürlük seviyesi ve yaşam kalitesi ile pozitif ilişkili olduğu; hukukun üstünlüğü, ekonomik büyüme ve yolsuzluk endeksi ile negatif ilişkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Wu (2005), kurumsal muhasebe uygulamaları ve yolsuzluk arasındaki ilişkiyi incelemek için Asya ülkelerinde faaliyet gösteren işletmelerin verilerini kullanmıştır. Bu çalışmadan elde edilen bulgulara göre, daha iyi muhasebe uygulamaları yolsuzluk endeksini ve tutarını azaltmıştır.

Malagueño vd. (2010), 57 ülkenin verilerini kullanarak muhasebe kalitesi arasındaki ilişkiyi ülkeler arası karşılaştırarak analiz etmiştir. Buna göre, daha şeffaf raporlama sunan işletmelerin faaliyet gösterdiği ülkelerdeki yolsuzluk endeksinin de düşük olacağı; muhasebe ve denetim kalitesinin yüksek olduğu ülkelerde ise yolsuzluk endeksinin azalacağını ifade etmişlerdir.

Houqe ve Monem (2013), 166 ülkenin 1996-2011 yıllarına ait verileri kullanarak siyasi ve ekonomik kalkınmanın etkilerini kontrol ederek muhasebe bilgilerinin yolsuzluk üzerindeki etkisini ortaya koymuşlardır. Elde edilen bulgulara göre, muhasebe uygulamalarının yolsuzluğun önlenmesinde bazı olumlu etkileri olmasına rağmen, siyasi kurumları dolaylı olarak etkilediğini saptamıştır. Bir başka ifade ile Houqe ve Monem (2013) eğer ülkeler yolsuzluğu azaltmak istiyorlarsa muhasebe standartları uygulamaları yeterli olmayacağını ifade etmişler, çalışmalarında bu görüşü destekler nitelikte, IFRS'yi benimsemiş ama güçlü siyasi yapısı olmayan ülkelerde, IFRS uygulamaları yolsuzluğu azaltmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

González ve García-Meca (2014), çalışmalarında bir ülkenin yönetilebilirlik düzeyini gösteren yolsuzluk, hukukun üstünlüğü ve hükümetin etkinliğinin işletmeler üzerindeki etkilerini analiz etmeye çalışmış, çalışmanın sonucunda yolsuzluk, hukukun üstünlüğü ve hükümet etkinliğinin işletmelerin fırsatçı davranışları üzerinde etkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Lindahl ve Schadéwitz (2018), çalışmalarında Doğu Bloku Ülkelerinde faaliyet gösteren işletmelerin muhasebe kalitesi ile bu ülkelerdeki hukukun üstünlüğü arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Çalışmada 2000-2005 dönemlerinde komünizm etkisinden dolayı işletmeler muhasebe rakamlarında takdir yetkisini kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Lourenço vd. (2018), yolsuzluk endeksi yüksek olan ülkelerde faaliyet gösteren işletmeler ile yolsuzluk endeksi düşük olan ülkelerde faaliyet gösteren işletmelerin muhasebe kalitesini incelemiştir. Elde edilen bulgulara göre, yolsuzluk algısının yüksek olduğu ülkelerde faaliyet gösteren işletmelerin kazançları manipüle etme oranının daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir.

3. ARAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, yolsuzluğun muhasebe kalitesi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda verilerine ulaşılabilen Türkiye dahil 11 farklı hukuki ve kurumsal dinamiğe sahip ülkenin 2009-2019 yılları arasındaki verilerinden faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında muhasebe kalitesini tespit etmek amacıyla öncelikle bu ülkelerin menkul kıymet borsalarında işlem gören işletmelerin kazanç yönetimi uygulamaları tahmin edilmiş daha sonra bu uygulamalar ülkenin yolsuzluk endeksi ile ilişkilendirilmiştir.

Muhasebe kalitesini ölçmek için kullanılan ölçütlerden biri olan kazanç kalitesi işletmelerin tahakkuk seviyeleri dikkate alınarak hesaplanır. Tahakkukların çeşitli nedenlerle yönetilmiş olması muhasebe kalitesinin düşük olduğu anlamına gelmektedir. Araştırma kapsamında öncelikle 2009-2019 yılları için örnekleme yer alan firmaların isteğe bağlı tahakkukları tahmin edilmiş daha sonra bu tahakkuklar işletmenin faaliyet gösterdiği ülkenin yolsuzluk endeksi ile ilişkilendirilmiştir. Yolsuzluğun düşük olduğu ülkelerde daha kaliteli muhasebe bilgisine sahip olması beklenmektedir.

Bu doğrultuda araştırmanın hipotezi aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H_1 = Muhasebe kalitesi, yolsuzluk ile ters yönlü ilişkiye sahiptir.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Muhasebe kalitesi, finansal piyasalara işletmelerin mali raporları ve yatırımları hakkında gerçeğe uygun ve şeffaf bilgi sunması nedeniyle son derece önemlidir. Muhasebe kalitesini etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Literatürde muhasebe kalitesini ölçmek için kar kalitesi, değer ilgisi, nakit akışların tahmin edilebilirliği ve tahakkuk kalitesi kullanılmaktadır. Bu çalışmada ise yolsuzluğun muhasebe kalitesine etkisini analiz etmek için tahakkuk kalitesi kullanılacaktır. Tahakkuk kalitesinin tahmin edilmesinin temelinde tahakkukların isteğe bağlı ve isteğe bağlı olmayan şeklinde sınıflandırılması yer almaktadır. Tahakkuk kalitesini ölçmek için her ne kadar literatürde farklı yöntemler kullanılmış olsa da Jones (1991) modelinin Dechow vd., (1995) tarafından modifiye edilerek oluşturulan Düzeltilmiş Jones Modeli kullanılarak yapılan tahminler ağırlıktadır. Bu doğrultuda çalışmada ilk olarak Düzeltilmiş Jones Modeli kullanılarak "*isteğe bağlı tahakkuklar*" tahmin edilmiş, ikinci aşamada ise Sistem GMM yöntemi kullanılarak tahmin edilen isteğe bağlı tahakkuklar ile yolsuzluk endeksi arasındaki ilişki incelenmiştir.

Tahakkukları isteğe bağlı tahakkuklar ve isteğe bağlı olmayan tahakkuklar şeklinde sınıflandırabilmek için öncelikle toplam tahakkukları hesaplamak gerekmektedir. Toplam tahakkuklar bilanço yaklaşımı ve nakit akış yaklaşımı olmak üzere iki şekilde hesaplanabilir. Yapılan çalışmalarda her iki yaklaşımda kullanılmaktadır. Ancak bilanço yaklaşımına göre yapılan hesaplamalarda hatalı sonuçlara ulaşılması nedeniyle daha çok nakit akış yaklaşımına göre hesaplamalar yapılmaktadır (AliShah, Butt, Hasan, 2009). Bu doğrultuda çalışmada toplam tahakkukların hesaplanmasında nakit akış yaklaşımı kullanılmıştır. Düzeltilmiş Jones Modeli'ne göre toplam tahakkukların iki bileşeni mevcuttur;

$$TA_t = NDA_t + DA_t$$

TA_t : Toplam Tahakkuklar

DA_t : İsteğe Bağlı Tahakkuklar

NDA_t : İsteğe Bağlı Olmayan Tahakkuklar

İsteğe bağlı olmayan tahakkukların hesaplanması için aşağıdaki regresyon modeli kullanılmaktadır:

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV - \Delta REC}{A_{it-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it}$$

Burada:

REV: Toplam Gelirleri

REC: Alacaklar

PPE: Brüt Maddi Duran Varlıkları

A_{it-1} = Bir Önceki Dönemin Toplam Aktiflerini ifade etmektedir.

Söz konusu modelden sapmalar bir başka ifade ile modelin hata terimleri isteğe bağlı tahakkukları, modelin tahmin edilmesi ile elde edilen $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ parametrelerin yerine konması ile elde edilen değerler isteğe bağlı olmayan tahakkukları ifade etmektedir. Bir başka ifade ile;

$$\text{İsteğe Bağlı Tahakkuklar} = \varepsilon_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) - \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV - \Delta REC}{A_{it-1}} \right) - \alpha_3 \left(\frac{PPE}{A_{it-1}} \right)$$

Araştırma kapsamında isteğe bağlı tahakkukları elde etmek için, 11 ülkede faaliyet gösteren toplam 3816 işletme için yukarıda regresyon denklemi her bir yıl, ülke ve sektör için ayrı ayrı tahmin edilmiştir. Modelin kalıntı değerlerinin sıfırdan uzaklığı isteğe bağlı tahakkukların fazlalığını bir başka ifade ile kazançların işletme yöneticileri tarafından yönetildiğini göstermektedir. Yönetilen kazançlar aynı zamanda işletmelerin manipülasyon olasılığı ve muhasebe kalitesi hakkında da ipuçları vermektedir. Her yıl, ülke ve sektör için ayrı ayrı en az 10 gözlem olacak şekilde yapılan tahminler sonucunda elde edilen kalıntı değerlerin mutlak değeri o ülkedeki muhasebe kalitesinin göstergesi olmaktadır. Düşük değerler daha kaliteli muhasebe uygulamalarını işaret etmektedir.

3.3. Araştırmanın Kapsamı ve Veriler

Araştırmada, 2009-2019 yılları arasında 11 ülkede faaliyet gösteren toplam 3816 işletmenin mali tablo verilerinden ve o ülkelerin yolsuzluk endekslerinden yararlanılmıştır. İşletme verileri Datastream veri tabanından, yolsuzluk verileri Dünya Bankasından elde edilmiştir. Verilerin analizinde STATA programından yararlanılmıştır. Sektör sınıflandırılması yapmak için iki haneli SIC endüstri kodlarından (Standard Industrial Classification) yararlanılmış tahminler en az 10 gözlem ($n \geq 10$) sayısı olacak şekilde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın ilk aşamasında Düzeltilmiş Jones Modeli ile 10 yıllık isteğe bağlı tahakkuklar tespit edilmiş daha sonra muhasebe kalitesinin de ölçütü olan bu değerler ülkelerin o yılki yolsuzluk endeksleri ile Sistem GMM yöntemi kullanılarak ilişkilendirilmiştir. Yolsuzluğun muhasebe kalitesi üzerindeki etkisini tespit etmek için aşağıdaki modelden yararlanılmıştır. Modelde yer alan ROA, LTOBQ ve GDP değişkenleri modele kontrol değişkeni olarak eklenmiştir.

$$DA_{it} = \alpha_1 + \beta_1 LDA_{it} + \beta_2 ROA_{it} + \beta_3 LTOBQ_{it} + \beta_4 COC_{jt} + \beta_5 GDP_{jt} + \varepsilon_{it}$$

Modelde kullanılan değişkenlerin tanımları aşağıda yer almaktadır:

DA = Yazarlar tarafından Düzeltilmiş Jones Modeli kullanılarak tahmin edilen i işletmesi için t yılındaki isteğe bağlı tahakkukların mutlak değeri

LDA = İsteğe bağlı tahakkukların mutlak değerinin bir gecikmeli değeri

ROA = i işletmesinin t yılındaki Net Kar/Toplam Aktif oranı

LTOBQ = i işletmesinin t-1 yılındaki toplam borç ve piyasa değeri toplamının toplam aktife bölünmesi ile elde edilen Tobin Q oranı

COC = Dünya Bankasından elde edilen, j ülkesi için t yılındaki kamu gücünün özel çıkarlar için ne ölçüde kullanıldığını ifade eden yolsuzluk endeksi. Endekste yüksek değerler yolsuzluğun kontrol altında tutulduğunu düşük değerler ise yolsuzluğun fazla olduğunu göstermektedir.

GDP = Dünya Bankasından elde edilen j ülkesi için t yılındaki kişi başına düşen gayri safi milli hasıladaki yıllık değişimi ifade etmektedir. Kişi başına düşen GSYİH' deki değişim modele kontrol değişkeni olarak eklenmiştir.

4. BULGULAR

Tablo 1' de Düzeltilmiş Jones Modeli kullanılarak elde edilen isteğe bağlı tahakkukların mutlak değeri sunulmuştur. Örnekleme yer alan 11 ülke için ayrı ayrı işletme sayısının yıl ile çarpılması ile hesaplanan toplam gözlem sayısı, ortalama isteğe bağlı tahakkuk oranı, ortalama aktif karlılığı ve Tobin Q oranı, yolsuzluk endeksi ve kişi başına GSYİH büyüme oranı tabloda görülebilir.

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler

Ülke	Gözlem	Ort. DA	St. Sp. DA	ROA	TOBQ	COC	GDP
Almanya	763	0,0506	0,055	0,043	1,28	1,8323	1,85
Mısır	295	0,0867	0,119	0,061	0,99	-0,636	1,09
Fransa	1.789	0,0429	0,0545	0,0269	1,12	1,3739	0,97
Japonya	13.314	0,0407	0,0492	0,0274	1,003	1,5636	1,42
Güney Kore	4.409	0,0554	0,0635	0,015	0,86	0,5372	2,79
Polonya	868	0,0718	0,0796	0,0243	0,76	0,6219	3,48
İsveç	956	0,0781	0,0861	0,0117	2,18	2,2119	1,5
Singapur	1.045	0,0811	0,0804	0,0387	0,74	2,1149	4,43
Türkiye	599	0,0752	0,0751	0,0571	1,27	-0,037	4,91
ABD	11.081	0,0626	0,0752	0,006	1,88	1,3366	1,57
Güney Afrika	308	0,0647	0,0709	0,059	1,37	0,0037	0,51

Yukarıdaki Tablo 1 incelendiğinde Düzeltilmiş Jones modeli ile elde edilen isteğe bağlı tahakkukları ifade eden DA değişkeninin en düşük olduğu ülkenin Japonya (0,0407) diğer taraftan en yüksek olduğu ülkenin Mısır (0,0867) olduğu görülmektedir. Buna göre Japonya'nın muhasebe kalitesinin en yüksek olduğu ülkelere biri olduğunu söylemek mümkündür. Japonya'yı sırasıyla

Fransa (0,0429), Almanya (0,0506) ve Güney Kore (0,0554) izlemektedir. Örnekleme yer alan ülkeler arasında yolsuzluk endeksi (COC) en yüksek ülke İsveç (2,2119) en düşük ülke ise Mısır (-0,6360)'dır. Buna göre İsveç'te yolsuzluğun kontrol altında tutulduğunu Mısır da ise yolsuzluğun fazla olduğunu söylemek mümkündür. Yukarıdaki Tablo 1'den aktif karlılığına bakıldığında (ROA) ise Mısır (0,0610), Güney Afrika (0,0590) ve Türkiye (0,0571) gibi gelişmekte olan ülkelerde aktif karlılığın daha yüksek olduğu söylenebilir. Diğer taraftan Tobin Q oranında ise İsveç (2,18) ve ABD (1,88) gibi gelişmiş ülkeler lehine bir sonuç görülmektedir. Beklendiği üzere araştırmanın kapsadığı 10 yıllık dönemde, gelişmekte olan ülkeler ortalama daha yüksek hızlarda büyümüş diğer taraftan gelişmiş ülkelerin büyüme rakamları ise daha düşük kalmıştır.

Tablo 2. İki Aşamalı Sistem GMM Sonuçları (Bağımlı Değişken DA)

DEĞİŞKENLER	SİSTEM GMM
L.DA	0,0081***(7,73)
ROA	-0,1326***(-29,54)
L.TOBQ	0,0288***(16,33)
COC	-0,0273*** (-6,29)
GDP	-0,0041*** (-2,62)
Yıl Değişkeni	Evet
Gözlem Sayısı	35.427
Wald Ki Kare (13)	16636,83***
Grup/Araç Değişkeni	3816/45
AR(1)	0,000
AR(2)	0,219
Hansen Test İstatistiği	0,154

Not:***,**,* sırasıyla %1, %5, %10 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. Parantez içerisindeki değerler Z değerlerini göstermektedir. AR(1), AR(2) ve Hansen için p değerleri verilmiştir.

Tablo 2' de yer alan İki Aşamalı Sistem GMM yöntemi kullanılarak elde edilen analiz sonuçları yer almaktadır. Tablo 2'de yer alan analiz sonuçlarına göre bir işletmenin muhasebe kalitesi geçmiş yıl verilerinden etkilenmektedir. Bir başka ifade ile işletmenin isteğe bağlı tahakkuklarının zaman içerisinde tekrarlanma eğilimi vardır. Diğer taraftan ROA değişkenin katsayısı -0,1326 olarak tahmin edilmiştir. %1 düzeyinde anlamlı olan bu sonuç işletmelerin aktif karlılığı ile isteğe bağlı tahakkukları arasında negatif ve güçlü bir ilişkiyi işaret etmektedir. Tobin Q oranının katsayısı ise 0,0288 ve anlamlıdır. Yine Tablo 2'den yolsuzluk endeksi ile muhasebe kalitesi arasında %1 düzeyinde anlamlı ve negatif bir ilişki olduğunu görülebilir. Yolsuzluk endeksinin artması yolsuzluğun kontrol altında tutulduğunu düşük olması ise o ülkede yolsuzluğun fazla olduğunu ifade etmektedir. Buna göre beklendiği gibi yolsuzluk arttıkça muhasebe kalitesi azalmakta, düştükçe muhasebe kalitesi artmaktadır. Modele kontrol değişkeni olarak eklenen kişi başına düşen milli gelirdeki artış değişkeni ile DA değişkeni arasındaki anlamlı negatif ilişki ekonomide işlerin iyi olduğu dönemlerde muhasebe kalitesinin de arttığını, büyümenin olmadığı dönemlerde ise muhasebe kalitesinin azaldığını ifade etmektedir. GMM modeline eklenen yıl kukla değişkenleri tabloda gösterilmemiştir. 0,219 AR(2) değeri

modelde otokorelasyon sorunu olmadığını, 0,154 olan Hansen test istatistiği ise modelde kullanılan araç değişkenlerin geçerli olduğunu göstermektedir.

5. SONUÇ

Bu araştırmada 2009-2019 yılları arasında verilerine ulaşılabilen 11 farklı ülke ve bu ülkelerde faaliyet gösteren toplam 3816 işletmenin verileri kullanılarak yolsuzluğun ve muhasebe kalitesine etkisi olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma kapsamında muhasebe kalitesini ölçmek için öncelikle isteğe bağlı tahakkuklar tahmin edilmiş daha sonra bu değerler ile yolsuzluk arasındaki ilişki analiz kapsamında test edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre muhasebe kalitesini gösteren isteğe bağlı tahakkuk oranları işletmelerin önceki dönem tahakkuk oranlarından etkilenmektedir. Bir başka ifade ile çeşitli muhasebe uygulamaları ile mali tablolarını makyajlayan işletmeler bunu sürekli yapma eğilimi göstermektedir. İkinci olarak araştırmada karlılık ve isteğe bağlı tahakkuklar arasında anlamlı ve negatif bir ilişki tespit edilmiştir. Bu ilişki karlı işletmelerin daha az kazanç yönetimi uygulamalarına yöneldiğini göstermektedir. Analiz kapsamında borç ve piyasa değeri toplamının toplam aktiflere bölünmesi ile elde edilen Tobin Q oranının da işletmelerin kazanç yönetimi uygulamaları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Modele kontrol değişkeni olarak eklenen kişi başına düşen milli gelirdeki artış değişkeni ile isteğe bağlı tahakkuklar arasındaki anlamlı negatif ilişki ekonomide işlerin iyi olduğu dönemlerde muhasebe kalitesinin de arttığını, büyümenin olmadığı dönemlerde ise muhasebe kalitesinin azaldığını ifade etmektedir.

Analiz sonuçlarına göre muhasebe kalitesini gösteren isteğe bağlı tahakkuk oranları ile yolsuzluk endeksi arasında ters yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır. Yolsuzluk endeksindeki yüksek değerler yolsuzluğun kontrol altında tutulduğunu düşük değerler ise o ülkede yolsuzluğun fazla olduğunu göstermektedir. Bu ilişki yolsuzluk arttıkça muhasebe kalitesinin azaldığını, düştükçe muhasebe kalitesinin arttığını göstermektedir.

Sonuç olarak elde edilen bulgulardan hareketle yolsuzluğun işletmelerin muhasebe kalitesini etkilediğini, yolsuzluğun kontrolü için yapılacak mücadelelerin işletmeler tarafında da olumlu sonuçları olacağını, bu sayede kaynakların etkin kullanılmasının o ekonomi için mümkün olacağını ve bu durumun dolaylı olarak ekonomik büyüme ve kalkınma üzerinde olumlu etkileri olacağını söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

Alam, M. (1995). A Theory of limits on corruption and some applications. *Kyklos*, 48(3), 419-35.

- AliShah, S. Z., Butt, S. A. ve Hasan, A. (2009). Corporate governance and earnings management an empirical evidence form pakistan listed companies. *European Journal of Scientific Research*, 26(4), 624–638.
- Athanasouli, D. ve Goujard, A. (2015). Corruption and management practices: firm level evidence. *J Comp Econ*, 43(4), 1014–1034.
- Barth, M. E., Landsman, W. R. ve Lang, M. H. (2008). International accounting standards and accounting quality. *Journal of Accounting Research*, 46(3), 467-498.
- Biddle G. C. ve Hilary G. (2006). Accounting Quality and Firm- Level Capital Investment. *Accounting Review*, 1-40. Erişim 20 Eylül 2020, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=910806
- Can, A. V. (2010). Krizin muhasebesi ve muhasebenin krizi. *Mali Çözüm*, 97, 21-48.
- Chaney, P. K., Faccio, M. ve Parsley, D. (2011). The quality of accounting information in politically connected firms. *J Account Econ*, 51(1-2), 58–76
- Chen, H., Tang, Q., Jiang, Y. ve Lin, Z. (2010). The role of international financial reporting standards in accounting quality: evidence from the european union. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 21(3).
- Cuervo-Cazurra, A. (2016). Corruption in international business. *Journal of World Business*, 51(1), 35-49.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G. ve Sweeney, A. P. (1995). Detecting earnings management. *The Accounting Review*, 70(2), 193-225.
- Dechow, P. ve Skinner, D. (2000). Earnings management: reconciling the views of accounting academics, practitioners and regulators. *Accounting Horizons*, 14(2), 235-250.
- Dechow, P. M. ve Schrand, C. M. (2004). Earnings Quality. Charlottesville, VA: Research Foundation of CFA Institute.
- Demerjian, P. R., Lev, B., Lewis, M. F. ve McVay, S. E. (2013). Managerial ability and earnings quality. *Account Review*, 88(2), 463–498.
- Ertan, Y. (2011). Türkiye Muhasebe Standartlarının Denetim ve Muhasebe Kalitesi Üzerindeki Etkisi: Bir Uygulama. Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi.
- Everett, J., Neu, D. ve Rahaman, A. S. (2007). Accounting and the global fight against corruption. *accounting, Organizations and Society*, 32(6), 513-542.
- González, J. S. ve García-Meca, E. (2014). Does corporate governance influence earnings management in latin american markets?. *Journal of Business Ethics*, 121, 419-440.

- Healy, P. ve Wahlen, J. (1999). A review of the earnings management literature and its implications for standard setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365-383.
- Houqe, M. ve Monem, R. (2013). Corruption, Political Institutions, and Accounting Environment: A Cross-Country Study. *International Journal of Accounting Symposium*, May 2013, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2263630>
- Houqe, M. ve Monem, R. (2016). IFRS Adoption, extent of disclosure, and perceived corruption: a cross-country study. *The International Journal of Accounting*, 51(3), 363-378.
- International Monetary Fund (IMF) (2016). IMF Survey: Fighting Corruption Critical for Growth and Macroeconomic Stability-IMF paper. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/survey/so/2016/RES051116A.html>.
- Jones, J. J. (1991). Earnings management during import relief investigations. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193-228.
- Kimbro, M. B. (2002). A cross-country empirical investigation of corruption and its relationship to economic, cultural and institutional variables: an examination of the role of accounting and financial statements quality. *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, 17(4), 325-349.
- La Porta, R., Lopez De Silanes, F., Shleifer, A. ve Vishny, R. (1998). Investor Protection and Corporate Valuation. NBER Working Paper. No 7403, Erişim 10 Nisan 2020, <ftp://all.repec.org/RePEc/fth/harver/hier1882.pdf>
- Lindahl, F. ve Schädewitz, H. (2008). Accounting Quality and the Law. Erişim 15 Eylül 2020, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1275971
- Lindahl, F. ve Schädewitz, H. (2018). Accounting quality in eastern europe after communism. *Journal of East-West Business*, 24(1), 24-49.
- Lourenço, I., Rathke, K., Santana, V. ve Branco, M. (2018). The effects of corruption on earnings management. corporate governance: the international *Journal of Business in Society*, 18(1), 35-51.
- Malagueño, R., Albrecht, C., Ainge, C. ve Stephens, N. (2010). Accounting and Corruption: A Cross Country Analysis. *Journal of Money Laundering Control*, 13(4), 372-393.
- Platikanova, P. ve Perroman, J. (2012). Economic consequences of the first-time ifrs introduction in europe. *Spanish Journal of Finance and Accounting*, 41, 497-518.
- Riahi-Belkaoui, A. (2004). Effects of corruption on earnings opacity internationally. *Advances in International Accounting*, 17, 73-84.

- Riahi-Belkaoui, A. ve AlNajjar, F. K. (2006). Earnings opacity internationally and elements of social, economic and accounting order. *Review of Accounting and Finance*, 5(3), 189-203.
- Shleifer, A. ve Vishny, R. (1993). Corruption. *The Quarterly Journal of Economics*, 108(3), 599-617.
- Soderstrom, N. S. ve Sun, K. J. (2007). Ifrs adoption and accounting quality: a review. *European Accounting Review*, 16(4).
- Umobong, A. A. ve Akani, D. (2015). Ifrs adoption and accounting quality of quoted manufacturing firms in nigeria: a cross sectional study of brewery and cement manufacturing firms. *International Journal of Business and Management Review*, 3(6), 61-77.
- Wu, X. (2005). Firm accounting practices, accounting reforms and corruption in asia. *Policy and Society*, 24(3), 53-78.
- Verlueen, M., Georgakopoulos, G., Sotiropoulos, I. ve Vasileiou, K. Z. (2011). The sarbanes-oxley act and accounting quality: a comprehensive examination. *International Journal of Economics and Finance*, 3(5).



**PRELIMINARY IDENTIFICATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE STYLES IN THE
PROCESS OF STRATEGIC PLANNING: EMPLOYEE PERCEPTION IN THE TURKISH
PUBLIC HIGHER EDUCATION**

**STRATEJİK PLANLAMA SÜRECİNDE KURUM KÜLTÜRÜ ÇEŞİTLERİNİN
BELİRLENMESİ: TÜRKİYE'DE DEVLET ÜNİVERSİTELERİNDE ÇALIŞAN
PERSONELİN ALGISI**

Ali Osman ÖZTÜRK¹, Elif GENÇ TETİK²



1. Prof. Dr., Hitit Üniversitesi, Rektör,
aoozturk@hitit.edu.tr,
<https://orcid.org/0000-0002-9708-4284>
2. Dr., Hitit Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi
Bölümü, elifgenc@hitit.edu.tr,
<https://orcid.org/0000-0002-6306-8550>

Abstract

It is widely accepted that culture is an essential element to understand how any organization functions and public sector organizations are certainly not out of this. Comprehending organizational culture is a prerequisite to examine the public sector thoroughly because it forms the essence of all the actions, processes and outcomes in the organizations. Indeed, the vast majority of the previous studies emphasise that the concept has become much relevant with the strategy-making process in the public organizations, which mainly needs to be consistent with the culture types of organization. In times of change, the consistency between culture and strategy is key to create a sustainable organizational structure. The paper primarily intends to explore the culture of a higher education institution in Turkey and investigates to what extent the culture of the institution is ready for an organizational change, which is aimed to be generated through the strategic planning process. The empirical results show that hierarchical culture is seen as the most dominant existing culture among other types, while the desired culture, which the members of the institution would like to embrace, appears to be adhocracy culture. Theoretical, and empirical implications, are investigated throughout the paper.

Keywords: *Organizational Culture, Competing Values Framework, Strategic Planning Process, Public Sector Higher Education.*

Öz

Bir kurumun nasıl işlediğini anlamak için öncelikle o kurumun kültürünü incelemek gereklidir ve kamu sektöründe de bu yöntem yaygın olarak kullanılmaktadır. Kültür, kamu kuruluşlarının yaptığı tüm eylemlerin, süreçlerin ve sonuçların özünü oluşturur. Yönetim kültürü kavramı yeni yönetim tekniklerinin kamu sektörü alanında etkili olması ve farklı kültür tarzlarının bu sektörde uygulanabileceği fikrinin literatürde vurgulanmasıyla aynı zamanda ön plana çıkmıştır. Değişim zamanlarında, kültür ve strateji arasındaki tutarlılık, sürdürülebilir bir organizasyon yapısı oluşturmak için özellikle önemli görülmektedir. Bu makale, Türkiye'deki bir yükseköğretim kurumunun mevcut ve gelecekte sahip olmayı istediği örgüt kültürünü araştırmayı ve bu kültür çeşitlerinin stratejik planlama sürecinde oluşturulması hedeflenen dönüşümle ne ölçüde paralellik gösterdiğini irdelemeyi amaçlamaktadır. Ampirik sonuçlar, kurum personelinin halihazırda hiyerarşi kültürünü en baskın kültür çeşidi olarak gördüğünü gösterirken, gelecekte kurumda görülmek istenen kültürün ise adhokrasi kültürü olduğunu açığa çıkarmıştır. Teorik ve ampirik çıkarımlar makale boyunca incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Örgüt Kültürü, Rekabet Eden Değerler Tipolojisi, Stratejik Planlama Süreci, Kamu Sektöründe Yükseköğretim.*

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
23.09.2020 09.23.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
27.02.2021 02.27.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.799294>

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Çalışmanın Amacı

Kamu sektöründe faaliyet gösteren Türkiye'deki üniversiteler, idari işleyiş ve mekanizmalarının kurulmasında yeni yönetim tekniklerinden faydalanan kurumların başında gelmektedirler. Bu tekniklerin en önemlilerinden biri olan stratejik yönetim anlayışının yerleştirilmesi, personelin değerleri, alışkanlıkları ve çalışma tarzları gibi öğelerle entegrasyonu ölçüsünde gerçekleştirilebilmektedir. Bu araştırma, Türkiye'deki Yükseköğretim Kurumlarının stratejik planlama ve uygulama süreçlerinde örgüt kültürünün ne ölçüde etkili olabileceğini saptamak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Araştırma Soruları

Yükseköğretim kurumlarında etkili olması muhtemel hiyerarşi, grup, piyasa ve adhokrazi olarak adlandırılan dört örgüt kültürü tarzı belirlenmekte; bu kültür çeşitlerinden hangisinin baskın olduğu sorgulanmaktadır. İki aşamalı bir değerlendirme yapan çalışma, öncelikle mevcut durumda kurum çalışanlarının sahip olduğu kültürü sorgulamakta, ikinci olarak ise kurumun gelecekte sahip olmayı arzuladığı kültür çeşidini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Literatür Araştırması

Kamu kurumlarında örgüt kültürü analizi hem akademik araştırmalarda hem de pratikte oldukça zaman alan detaylı bir süreçtir. Geleneksel kamu sektörü kültürünün bürokratik ve süreç temelli değerler üzerine inşa edildiği, dolayısıyla kamu yönetim alanının verimsiz, hantal ve statik yapısının köklerinin bu kültüre dayandığı kabul edilmektedir. 1980'li yıllarla beraber kamu yönetim yapısının sorgulandığı bir döneme girilmiş, kötü yönetimle özdeşleştirilmiş kamu kurumları için bir çıkış yolu aranmaya başlanmıştır. Yeni kamu yönetimi anlayışı bu arayışa cevap vermek için stratejik yönetim, kalite yönetimi ve dijitalleşme gibi oldukça etkili olan teknikleri kamu sektörüne sunmuştur. Kamu kurumlarında kapsamlı bir dönüşümü hedefleyen bu metotlar, içine doğdukları kültürü değiştirmeyi de amaçlamışlar fakat birçok vakada o kültür tarafından işlevsizleştirilmişlerdir. Tam da bu noktada, kurumların idari işleyişlerini ilgilendiren bu türden mekanizmaların örgütün kültürüyle uyumlu olması gerektiğinin önemi ortaya çıkmaktadır. Diğer bir deyişle, kamu kurum personelinin değer ve inançlarıyla paralellik göstermeyen uygulamaların başarılı olma şansı olmadığı yaygın bir şekilde kabul edilmektedir. Buradan hareketle, literatürde örgüt kültürünü incelemek için önerilen en kapsamlı çerçeve olan Rekabet Eden Değerler Tipolojisi bu çalışmada incelenecektir. Birbirine benzeyen ve birbirinden ayrılan yönleriyle hiyerarşi, grup, piyasa ve adhokrazi stilleri, günümüz kamu kurumlarında görülmesi en muhtemel kültür çeşitleri olarak ele alınmaktadır.

Yöntem

Araştırma niceliksel metodolojilerden biri olan anket yöntemini kullanmaktadır. Çalışmada, Cameron ve Quinn (2011) tarafından ortaya atılan ve Örgüt Kültürü Değerlendirme Enstrümanı olarak adlandırılan 24 soruluk bir anket kullanılmaktadır. Örgüt kültürünü baskın özellikler, liderlik, stratejik önem, başarı kriterleri, çalışanların idaresi ve örgütsel bağlar gibi altı temel alanda inceleyen bu ölçek,

belirtilen bu aşamalardaki kurumsal süreçlerle birlikte kültürü analiz etmeye ve saptamaya oldukça uygundur. Bu doğrultuda, öncelikle 6 personel ile bir pilot çalışma gerçekleştirilmiş, soruların kurumda uygulanmaya elverişli olup olmadığı sorulmuştur. Bu görüşmeler neticesinde anket revize edilmiş ve nihai hali idari ve akademik personele dağıtılmıştır. Anketi eksiksiz şekilde geri gönderenlerin oranı %14.4'tür (205) ve bu oran da istatistiksel analiz yapmak için yeterlidir. Analizler, R istatistik programı 3.6.3 ve Excel'de yapılmış, önerilen hipotezler Freedman testi ve Wilcoxon işaretli sıra testi yardımıyla incelenmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Türkiye'de yükseköğretim kurumlarında stratejik yönetim ve örgüt kültürü konuları ayrı ayrı ele alınan başlıklar olmakla birlikte, bu araştırma stratejik planlama ve uygulama süreçlerini pekiştirmek için en asli unsur olarak görülen kültür konusunu kapsamlı bir şekilde inceleyen ilk çalışma olacaktır. 205 yükseköğretim kurumu personeliyle yapılan anket ile ortaya çıkan sonuçlar şu şekildedir: Çalışmada alternatif hipotezler kabul edilmiş; Hiyerarşi kültürü halihazırda en baskın kültür olarak belirlenirken, kurum personelinin gelecekte kurumda en az görmeyi arzuladığı kültür tipi de hiyerarşi kültürü olmuştur. Öte yandan, adhokrasi kültürü mevcut durumda en zayıf kültür olarak saptanırken, kurum için en çok istenen çeşit de bu kültür olmuştur. Grup ve piyasa kültürleri için ise mevcut ve istenen kültür tipleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Kamu yönetimi kuruluşlarını etkisi altına alan değişim dalgası, geleneksel yapıyı vurgulayan hiyerarşi kültüründen inovasyon ve dinamizmi önceleyen adhokrasi kültürüne bir geçişi öngördüğü için, kurum personelinin bu yönde bir eğilimi olması beklenebilir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda kamu personelinin stratejileri planlarken gerçekten hiyerarşi kültüründen adhokrasi kültürüne bir geçişi mi arzuladıklarının, yoksa eğilimlerinin bu dönüşüm dalgasının bir manipülasyonu mu olduğunun incelenmesi faydalı olacaktır.

1. INTRODUCTION

Culture, as its widely used meaning, is deemed to be formed by values, behaviour, attitudes and beliefs. The notion entered the world of organizational studies in 1950s, the number of studies both to describe the concept and its application have been increasingly accelerated. Kroeber and Kluchholn (1952) assert that there are over 150 different definitions of organizational culture in the literature. There is a common belief on the features of culture that consider it as an organizational system shared by all the members (Bate, 1984). Jaques (1951) defines culture as ‘traditional way of doing things which is shared’; Hatch and Cunliffe (2006) describe as mutual sense, created through knowledge, values and norms; Detert et al. (2000) describe the concept as the combination of different level of its elements that members in the organization internalize. Among all the definition of organizational culture, the current research adopts a comprehensive definition propounded by Schein (2016):

“A pattern of shared basic assumptions that the group learned as it solved its problems of external adaptation and internal integration, that has worked well enough to be considered valid and, therefore, to be taught to new members as the correct way to perceive, think, and feel in relation to those problems”.

Examinations on the concept of organizational culture are mainly gathered into two categories: symbolic and functionalist perspectives. From the symbolic perspective point of view, Alvesson (2000) perceives culture as the production of meanings, beliefs, knowledge which can be comprehended same by all the members of the organization. Put it differently, organizational culture should be a shared set of codes which are associated to subjective interpretation. This cultural perspective is built upon the social construction theory which assumes that organizations can accept a type of culture to strengthen their own identity. On the other hand, the functionalist approach claims that culture is a handy tool that enables to carry organizational actions out in a rational way. Allaire and Firsirotu (1984) define it as an ‘instrument facilitating to regulate the organizational processes and to create a favourable internal and external setting to obtain better results. Proponents of the functionalist view, including Schein whose organization culture definition is above, firmly believe that accomplishing organizational aims, objectives and strategies can be best realized by determining the real nature of culture in specific settings (Denison, 1996; Saffold, 1988; Barney, 1986).

Culture means a series of systematic methods which members of an organization perform duties based on them (Sackmann, 1991). Beugelsdijk et al. (2009) claim that it is a useful mechanism that implementers can advance the organizational processes much smoothly. From the functionalist perspective, leaders and their staff in the organizations regard culture in the way of how an organization describes services and markets, sets strategies, develops plans and programmes and produces mission and vision statements (Petty et al., 1995), as well as in what ways it places behavioural patterns for full implementation and follows up progress eventually (Babnik et al., 2014). The functionalist perspective

reckons organizational culture as a catalyser, helping to actualize the objectives as well as settling all the conditions requisite for survival (Chua, 1986). Alignment among the means employed and the ends expected is also vital for acquiring the best possible outcomes. Hence, examining what type of organizational culture would be the most effective one attracts the researchers' attention, especially for those who would like to align the concept with other relevant organizational elements. In the same direction, Garnett et al. (2008) study show that organizations in the public sector which adopt a mission-oriented culture give importance to outputs and products, while those which are rule-oriented prioritize processes, structure, and rules. Therefore, it could be propounded that types of culture would become important tools in obtaining particular organizational objectives and targets, however that these differential effects are contingent on the necessities of the specific context as well.

An investigation of the concept along with its associates is crucial because of its ability to reveal and explain organizations and values, beliefs, artefacts of them as underlying factors which also have a great influence on the other organizational variables to behave more strategically. Sholtz (1987) claims that culture is the most resistant element to make changes in that it includes deep-rooted elements which become common characteristics of organization over the course of time. Thus, it would make more sense to discuss that the congruence between culture and strategy could be altered depending on the strength of the organizational strategy. In other words, determining the nature of the organizational culture should come before starting to make strategies clearly since cultural change is complex task and takes more time than actualizing organizational strategies, covering relatively a short period of time. This research therefore intends to elaborate the operational and functional side of culture in a higher education institution to figure out whether the organizational culture is in accordance with the prospective organizational strategies.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Organizational Culture in the Public Sector Organizations

While public administration research has concentrated on investigating the different aspects of the organizations, culture is often seen one of the most elusive and fragmented ones among those facets. Studying on culture is not something novel, yet more it is always considered as a substantial element which ascertains how the organization's entities can associate to other components of the organizations to create a common understanding. Conventional administrative culture prioritizes a set of features, comprising of rational actions including regulations and procedures, hierarchical structures, and decision-making processes based on evidence and plans (Bozeman, 1979). This type of culture, usually called the less adaptive one, was believed to produce control, efficiency, internal focus as well as stability resulting from monitoring and evaluating processes. Nonetheless, public sector administrative culture under-emphasised the importance of more adaptive culture in that public sector "lacked sufficient orientation towards adaptability, change, risk-taking" (Parker and Bradley, 2000, p. 130). To

put it differently, it could be claim that these both types of culture were not attracting the public sector interest at that point of time when the hierarchy culture was perceived as inseparable from the public administration.

A reform movement commencing in the 1980s, which is often referred to New Public Management (NPM), has become a main driver bringing the cultural change into the public sector agenda as a fundamental examination topic. With this movement, culture in the public sector organizations has started transforming from a conventional culture based on rule, hierarchy and process to a market-like organizational culture based upon competition, marketization and results-orientation (Hay, 1999; Pollitt, 1990; Gamble, 1988). Along with those changes, culture in the public sector organizations have become topical more than ever (Ashworth, 2010; Newman, 1994). Numerous initiatives have been come up with in the area along with a variety of applications transferred from the private sector, all of which intend to create pathbreaking for the best performing services to specify straight strategies and found a strong human resources team.

In fact, a wide range of reforms has been suggested to the public sector that is designed to overcome the shortcomings of bureaucratic culture (less adaptive one) and offer a ground for growing productivity, adaptability, and creativity (more adaptive one) (Maccarthaigh, 2016; Osborne and Gaebler, 1992). Although the deep-scale changes from a traditional public sector culture to a business culture and eventually to a network type of culture seem as to pursue a linear progress over last decades, yet it can be claimed that all orientations of culture co-exist in public sector at organizational level. Furthermore, some prominent scholars including Cameron and Quinn (2011) and Olsen (2005) claim that different types of culture would be related to the public sector at different levels, both individually and together. The empirical as well as practical evidence show that different types of culture -both traditional and contemporary ones- can exist together in the public sector so that they all assist in building a well-functioning organization.

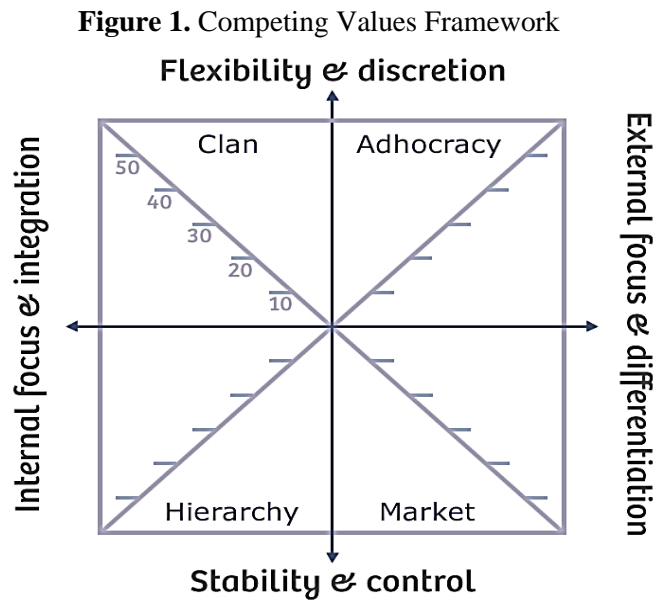
Theories on management and organization argue that culture and strategy ought to be interconnected, in as much as strategy affects culture and vice versa (Yarbrough et al., 2011). Dobni and Luffman (2003) assert that the certain features of an organizational culture must fit with its strategies, and that either of them needs to strengthen the other one's influence. Culture in the organizations is most likely to reinforce the orientation of the strategies so as to rise performance (Dobni and Luffman, 2003; Deal and Kennedy, 1982) and Lee et al. (2006) state that strategic planning is the best way to do so. In the same direction, Ahmadi et al. (2011) address that "whenever the strategic objectives of the organization achieve, they make symbolic meaningful outputs which showcase the heavy effect of culture on organizational achievement". While investigating how well culture and the planned and performed strategies are harmonized in the organizations, the scale of this congruence entails the concurrent evaluation of multifaceted features of the organization (Doty et al., 1993). Yarbrough et al.

(2011) also argue by stating that culture should be dealt with its all attributions and dimensions so that it could be easily applied for any type of culture. In the same direction, the relevant literature has been suggested Competing Values Framework as one of the most exhaustive tools to investigate organizational culture. The framework quite suits for an examination of organizational culture all around because it allows to elucidate and analyse culture types explicitly, by linking them to the other concepts related to organizations, including leadership, strategy, employees, and performance.

2.1.1. Competing Values Framework as Research Tool

Competing Values Framework (CVF) is originally propounded by Quinn and Rohrbaugh's (1981) as Competing Values Approach, later on developed as a typology conceptualized by Cameron and Quinn (2011). As one of the most comprehensive frameworks in the literature of organizational culture, CVF is a model that comprised four types of culture which represent clan, market, adhocracy and hierarchy, as demonstrated in four quadrants in the Figure 1 below.

The two main axes in which organizations are categorised in the framework; The horizontal axis represents whether the structure of the organizations based on flexibility / discretion or stability / control (Hartnell et al., 2011) on the other side, vertical axis indicates external focus/differentiation or internal focus/integration (Cameron and Quinn, 2011). For instance, for the organizations which employs the elements of internal focus give precedence to work processes and routines over exogenous factors, other type of organizations which have external focus orientation prioritize stakeholders, adaptability, and changes. Here, it is important to state that an organization does not necessarily have to choose solely one dimension over others, nevertheless, all dimensions in the axes simultaneously can exist to some degree.



Hierarchy-oriented culture is characterized by stability, smooth operation, control coordination. The fundamental motive for the personnel in the hierarchical structures are those which result in a smooth-running organization by means of predictability, efficiency, procedures as well as policies (Quinn and Spreitzer, 1991). organization is held together by order, rules and regulations, as formalized structures (Cameron and Quinn, 1999). Clan-oriented culture, on the other hand, prioritizes trust, adherence, teamwork and support since its influence in the organizations often seems like an extended family. Organizations with clan type of culture especially care about staff development and inclusion. The success of the staff is commonly counted as a team achievement rather than as accomplishment of an individual. The adhocracy type of culture is characterized by risk taking, innovation, adaptability, and openness (Cameron and Quinn, 2011). Some elements triggering staff motivation including entrepreneurship and creativity are put forward by the help of individual ingenuity, taking self-initiatives along with freedom in workplace (Hartnel et al., 2011). Lastly, market-oriented culture emphasises end results, competitiveness, and profitability (Ferreira, 2014). Success for the staff is defined by measurable goals and objectives (Quinn and Spreitzer, 1991).

The rationale behind choosing this framework as follows: It has a solid theoretical background as the most widely applied framework by the researchers who are interested in examining the associations between culture and other organizational determinants (Hajnal, 2004). Cameron and Quinn (2011) address that CVF and its scale developed has been measured in more than 10.000 organizations worldwide, both academic research and practical investigations (p. 230). However, there is no research focusing on the culture types in the CVF, particularly in the strategic plan making process in the public sector. Within the organizational settings in Turkey, the framework has only been undertaken in five papers analysing CVF in higher education, healthcare, and local government organizations in the public sector (e.g. Andrews et al., 2017; Acar and Acar, 2014; Aydıntan and Göksel, 2012; Erdem et al., 2010) and pharmaceutical companies in the private sector (Demir et al., 2011). As there is lack of strong validation, this study aims to contribute to exploration of the public sector literature culture and more specifically culture of the higher education institutions in Turkey.

2.2 Context and Hypotheses

In terms of the context where the empirical examination is undertaken, there are 207 universities in Turkey, 129 of them are public universities whereas 78 universities are private (the universities established by the certain foundations) (Yükseköğretim Kurulu, 2020). The universities, holding public legal personality, are the autonomous institutions where they can regulate their internal structure. Higher education institutions are also parts of the conventional administration system though there have been exhaustive changes occurred in the structure of these establishments. Recently, the transformation has been also supported by the Council of Higher Education (YÖK) by claiming that the universities in Turkey need to undergo a series of changes to keep up with the innovations and improvements the

education systems need most worldwide at the present time. Consequently, Turkish higher education institutions have been experiencing a cultural and structural change complying with the plans, regulation and control of that centralized council. To put it differently, Turkish public sector, traditionally established in a hierarchical cultural structure, encourages the higher education institutions to adopt different and innovative ways to do their works through the instrumentality of the Council of Higher Education.

To keep up with the change process, the universities in Turkey have started to implement some methods and techniques including strategic planning, making performance program with a certain budget, preparing action plans as well as preparing reports on the internal functioning of the institutions such as quality reports and report cards. The university examined in this research has also performed the same processes and recently initiate to prepare the strategic plan of the next five years. Different from the previous plan processes, the strategic plan of the university was formed the coproduction of a large number of personnel both academic and administrative at any level. The reason why staff participation cares is that the Higher Education Council prioritizes the action role of all stakeholders in the process of strategic planning and also the internal capacity analysis shows that the most powerful source the university would use is its personnel competence. That is why, understanding the perception of the staff regarding the organizational culture would be a starting point to implement the current plan and to set forward future directions.

As a result of the evidence, a series of hypotheses can be suggested:

Hypothesis 1a : There is no dominant current culture among four types of organizational culture.

Hypothesis 1b : There is a dominant current culture among four types of organizational culture.

Hypothesis 2a : There is no dominant desirable culture among four types of organizational culture.

Hypothesis 2b : There is a dominant desirable culture among four types of organizational culture.

3. METHODOLOGY

This paper applies quantitative methodology with the help of the framework as the most appropriate path shaping the research design of the study which is based on testing theories or models to reach generalized conclusions. The primary methodology was carried out in this way because the survey method allows to reach a large amount of data on the perceptions of societal and organizational issues (Baruch and Holtom, 2008). Moreover, conducting a survey would help to obtain objective results by keeping a distance between researcher and participants (Saunders et al., 2015; Blaikie, 2007). That

is why, the current research applies survey questionnaire method for data collection to explore the culture type(s) at all levels of the departments in a Turkish public higher education institution.

The notion of organizational culture has a broad and elusive nature in this field. Also, when public sector organizational culture is concern, a very handful research focuses on the culture types producing a consistent validation e.g (Ostroff et al., 2003; Wilderom et al., 2000), especially in the higher education institutions e.g (Cameron and Freeman, 1991). Considering all these factors, the Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI), developed based upon the Competing Values Framework, is chosen as it is the most appropriate instrument for capturing the elements of culture addressed in the current research. The instrument is constructed on 24 items which enable to examine four types of culture (hierarchy (H), clan (C), adhocracy (A), and market (M)) under following 6 assessment criteria:

1. Dominant characteristics (DC)
2. Organizational leadership (OL)
3. Management of employees (ME)
4. Organizational glue (OG)
5. Strategic emphases (SE)
6. Criteria of success (CS)

The items of the instrument were reviewed and amended by considering the contextual factors of the case this research investigates, i.e. a Turkish higher education institution as Jung et al. (2009) recommend. The original construct of OCAI based on six sets of criteria is designed to divide 100 points over a total of four type of organizational culture. There is no best way to adopt the framework, indeed, some researchers apply the Likert scale (Helfrich et al., 2007; Kalliath et al., 1999), while most of them prefer to use it in its original format. The instrument allows to decide the types of measurement in a plausible way and to consider the conditions of the environment where the survey is going to be conducted. The research was performed in a public higher education institution situated in the central Turkey where public servants were not rather familiar with undertaking a survey. To make the questionnaire easier and more understandable for the respondents, the researchers decide to use the ranked scale and all the items were measured ranging from the most agreed (1) to the least agreed one (4).

The pilot study, as a preparatory work for a survey, is designed to diminish common method variance and response errors by making the wording of question precise and checking if there is any ambiguity. A pilot version of the questionnaire was presented to 6 university staff - 3 academic staff and 3 administrative staff- to test it. There is a series of modifications made based upon the participants'

responses. As Brislin (1970) suggests for the cases in which most of the participants are not very likely to be good at understanding and interpreting written English, the survey is initially translated from English to Turkish and eventually from Turkish to its original language to find out whether there is any mistake arising from translation process.

Furthermore, since there is human participation in the research, the ethical approval is obtained from the university ethical committee before starting to implement the survey. Thereafter, the final version of the questionnaire was eventually distributed via a web-based platform directing each potential participant to an online survey site.

4. ANALYSES AND DISCUSSION

This part concentrates on the analyses of the survey questions including both the demographic profiles of the participants and the basic analyses of the study construct. R Software Package for Statistical Computing 3.6.3 and Excel were used for the numerical analysis.

To ensure the perceptions of culture at different levels in the institution were captured, the questionnaire was distributed to all personnel of the university. Public sector workers in Turkey are not familiar with the online survey methods, so it was not an easy task to get the responses because of the traditional secrecy perception. Therefore, the primary data collection was undertaken as a convenience sampling approach.

The web links for the survey were emailed to both the academic and administrative staff in the university. The total number of potential respondents was 1415 from different academic and administrative departments, and the number of responses received is 236 (16.6%) and 205 (14.4%) of which are fully completed. Participants from 41 academic units (in graduate departments, undergraduate departments and vocational schools) and 42 administrative units (in all academic and executive departments).

In this survey, straight lining questionnaires (31 responses leant towards giving the same answers for each sets of questions and with the missing questions) are removed from the dataset to obtain a valid data set. To check the non-response bias, the first 10 percent of the respondents (21 people) filling out the survey are counted as early respondents whilst last 10 percent of them (21 people) are treated as late respondents, as Armstrong and Overton (1977) suggest. Mann-Whitney U test was applied to understand if there is any significant difference between the answers of early and late response groups. The test results reveal no significant differences between these two groups, except the question (Organization Glue - Hierarchy culture) which showed significance values of 0.019. Consequently, non-response bias is not found for this research. All statistical tests are performed by creating measurement scales comprised of the ranked variables, including all four types of culture.

Table 1. Demographic Profile of Respondents

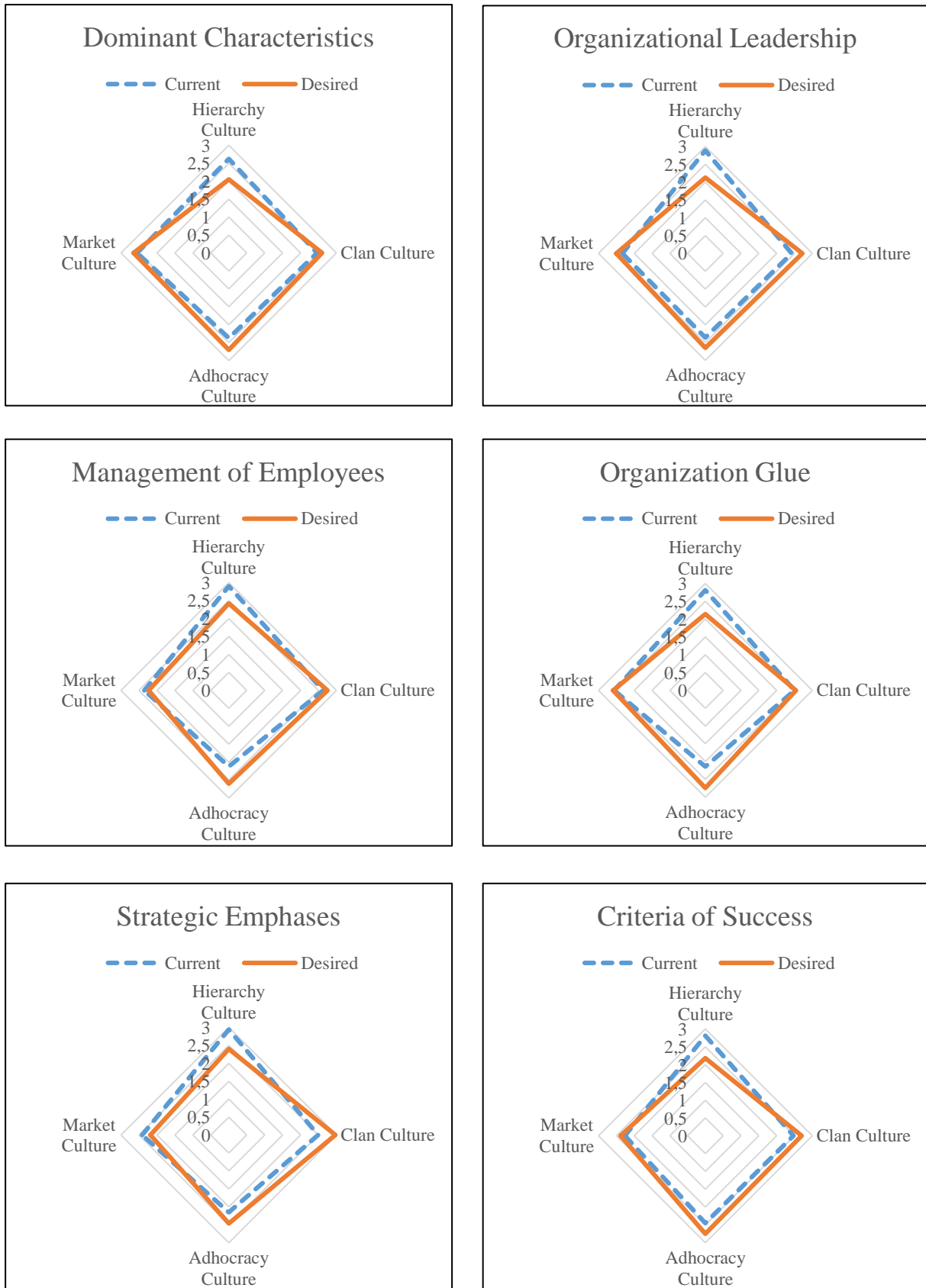
Characteristic	Category	Frequency	Percentage
Gender	Female	74	36.1
	Male	131	63.9
Age	22-31 years	23	11.2
	32-41 years	104	50.7
	42-51 years	53	25.9
	52-61 years	21	10.2
	62 and over	4	2.0
Position	Academic Staff	149	72.7
	Administrative Staff	56	27.3
Length of Service in the University	0-1 year	22	10.7
	2-5 years	48	23.4
	6-10 years	76	37.1
	11-20 years	42	20.5
	21 years and over	17	8.3

Table 1 demonstrates the demographic profile of the respondents. Of the 205 participations, 63.9% are male and 36.1% are female. Looking at the age of the respondents, just half of the respondents (50.7%) are between 32 and 41 years old. 25.9% are between 42 and 51 years; 11.2% and 10.2 are the proportions for the age ranges between 22-31 and 52-61 years respectively; 2.0% of the 205 respondents are only over 62. In terms of the positions they hold, 72.7% of the respondents consist of the academics while 27.3% of them are the administrative staff.

As long as the length of service in the university was concerned, the responses are diverse; 37.1% of the personnel have served for 6 to 10 years; 23.4% served between 2 and 5 years; 20.5% between 11 and 20 years; 10.7 worked in the university for less than two year and the ratio of the senior staff working in the university for more than 21 years was 8.3 (17 people). The features of the participants in Table 1 are also analysed to find out whether gender, age, position and length of service make any statistically significant difference on the results. The analyses show that there is no considerable difference that the continuous variables above affect the outcomes.

Number of respondents, minimum and maximum values given, first quartiles, median and last quartiles numbers for both current and desired culture questions are demonstrated in Table A (in Appendix). Item responses seem to varying across a ranked data as it is between 1= Highest ranked to 4= Lowest ranked.

Figure 2. Radar Graphs for Each Set of The Organizational Culture Criteria



In the six figures above, the descriptive results of the questionnaire based on the types of organizational culture for current and desired culture are presented. As the Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI) is based on the six elements, visualising these distinct parts would help to better understanding the results obtained through the survey.

The first graph in Figure 2 presents the dominant characteristics of the institution for the types of culture, namely, hierarchy, clan, adhocracy and market. In the dotted lines representing the current culture, it basically indicates that there is no clear difference between the length of four lines. On the other hand, while the solid lines show that adhocracy culture has the highest degree comparing to other ones, hierarchy type of culture gets the lowest level. The levels of adhocracy and market culture remain same. The second graph which mainly reveals how four different types of culture perceive organizational leadership presents that hierarchy culture is perceived to be currently the most dominated one, among others. At the same time, the market, adhocracy and clan cultures are located almost within the same range at the dotted lines. Looking at the desired culture trapezoid, hierarchy has the lowest level. Clan and adhocracy types of culture look at the same level whilst market culture is just below the line they both located. Comparing the current culture with the desired one, it is seen that hierarchy is the highest current culture as well as the least desirable one unlike clan and adhocracy cultures which show an exact opposite trend. Also, there is no meaningful change between current and desired market culture.

When examining the graph on the management of employees, the dotted lines show us that there is a tendency from the most existing culture towards the least one as of hierarchy, clan, market, and adhocracy, respectively. On the desired culture lines, this tendency changes radically by going from the most to the least just like from clan culture to adhocracy culture to hierarchy and lastly to market culture, respectively. By comparing the differences between the current and the desires cultures, it can be easily seen that hierarchy culture and adhocracy culture swap each other's places; The hierarchy makes the biggest change from the highly ranked current culture to one of the least preferred type, while adhocracy culture just gets vice versa.

In the fourth graph where the importance of organization glue is investigated, the results are quite precise since market and clan cultures remain constant in both conditions and the locations of the rest look substantially same. On the dotted lines, hierarchy type of culture is very dominant whereas adhocracy culture seems to be the least considered one. However, the university staff mostly preferred to choose adhocracy culture over the hierarchical one when it comes to the desired culture. The fifth graph represents the strategic emphasis of the types of distinct culture. On the dotted lines where the current culture results exist, hierarchy culture overweigh the all the other culture types. Where clan and market types of culture look almost on the same range of the trapezoid, adhocracy culture which is at the closest line to the centre of the graph has the lowest level amongst the others. When looking at the solid lines, hierarchy and adhocracy types of culture are in the equivalent positions as only a distinct

feature of this graph that is different than the rest. When comparing to the present and preferred culture lines, hierarchy culture and clan culture swap each other's places in the same manner: The strongest current culture appears to be hierarchy culture while clan culture is the only most desirable one first time in the analysis.

When analysing the last graph on the criteria of success, hierarchical culture is the most existing one in the institutions as it is in the same manner on the rest of the graphs. Adhocracy and clan types of culture are at the same levels together with market-oriented culture which is just below the same level the previous two cultures are located. In the solid lines where the desired culture is presented, it is clearly indicated that clan and adhocracy cultures are equally the most desirable models. Hierarchy-oriented culture again obtains the most flattened line on the graph. The most considerable shift between the current and desired line could be observed on the line on the side of hierarchy culture and the change makes the culture the least wanted one by the staff. Adhocracy and clan types of culture on the solid lines both demonstrate the highest degrees for the desired culture. Lastly, market culture intertwines on the left side of the graph since this pattern is quite consistent for all the graphs.

To elaborate the results offered above, some further statistical analyses are conducted. As the data examined in this research shows non-parametric characteristics, the Friedman test is a non-parametric test for repeated measures -as alternative test method to the two-way Anova- would be performed. Its grounds on the rank-ordering of data instead of calculations including variances and means, and also enables to reveal the differences between three or more repeated samples. The results of the Friedman's Anova analysis and the post-hoc test are presented at Table 2. P values for each sets of analysis address that the differences between the types of culture in each six criteria show statistically significant results expect the *dominant characteristic* criterion for the current culture with the value of 0.236. This close proximity could also be detected in the examination of the interquartile range (the values of the first quartile, median and third quartile) given in Appendix Table A. The reason behind why only this value came insignificant could be that the respondents might not comprehend the set of dominant characteristic questions as it does not include the specific definitions for the culture types comparing to other criteria such as organizational leadership or strategic emphasis and all others. Therefore, the dominant characteristic criterion for the current culture is removed from all the analyses. Also, the Bonferroni correction is applied to the threshold values to eliminate the possible risk of a Type I error while making multiple statistical analyses.

Table 2. Friedman’s Anova Analysis

Friedman Test				Post-hoc Wilcoxon Signed Rank Test						
		Chi-square	df	p value	H-C	H-A	H-M	C-A	C-M	A-M
DC	Current	4.241	3	0.236	-.908	-1.998	-.481	-.868	-.654	-1.682
	Desired	34.036	3	0.000*	-3.920*	-4.610*	-4.373*	-.818	-.395	-.665
OL	Current	25.267	3	0.000*	-3.620*	-3.570*	-3.814*	-.659	-.763	-.398
	Desired	25.203	3	0.000*	-4.527*	-3.785*	-2.696*	-.475	-1.722	-1.142
ME	Current	42.735	3	0.000*	-2.230	-5.533*	-3.604*	-4.592*	-2.131	-2.244
	Desired	18.184	3	0.000*	-2.806*	-1.414	-1.328	-1.254	-3.863*	-2.998*
OG	Current	28.434	3	0.000*	-2.542	-4.304*	-1.647	-2.653*	-.558	-4.074*
	Desired	24.296	3	0.000*	-3.286*	-3.832*	-3.178*	-1.586	-.466	-1.325
SE	Current	39.837	3	0.000*	-3.489*	-6.452*	-4.165*	-3.006*	-.625	-2.066
	Desired	41.763	3	0.000*	-4.521*	-.608	-1.657	-4.423*	-5.142*	-2.210
CS	Current	19.472	3	0.000*	-2.893*	-2.988*	-4.287*	-.217	-1.740	-1.242
	Desired	26.725	3	0.000*	-3.782*	-4.475*	-1.838	-.250	-2.469	-2.899*

N:205 Bonferroni’s correction has been applied.

Undertaking further analyses to see the changes from one type of culture to another would also assist to cross-check the results. In Table 2, as the current culture for *dominant characteristics* (DC) was excluded, the desired culture will be assessed separately. Hierarchy culture becomes distinct in the desired culture for DC because the differences between the values for H-C (-3.920), H-D (-4.610) and H-R (-4.373) were statistically significant. Also, there was no differences seen between the other types of culture.

As of organizational leadership, hierarchy-oriented culture distinguishes with its comparison values of H-C (-3.620*/-4.527*), H-D (-3.570*/-3.785*) and H-R (-3.814*/-2.696*). Although the changes from current to desired adhocracy and clan types of culture are significant, the detailed analyses in Table 3 demonstrate that the significant difference is stronger for the hierarchy-oriented culture. Management of employees as the fourth criterion reveals that each significant comparisons of the current culture (H-D, H-R, C-D) becomes reversed for the desired culture (H-C, C-R, C-D) or vice versa. Hierarchy culture again looks the current perceived one except of a slight insignificance (H-C), and there is no significant difference between H-D comparison as it is supposed to be. It clearly indicates that there is a strong tendency for a shift from hierarchy to adhocracy culture, while clan type of culture keeps its importance as the most desirable one. The direct implication, which can be drawn from the analyses of the organizational glue is that the comparisons between adhocracy and other cultures differentiate in the current section with the significance values of H-D (-4.304), C-D (-2.653) and D-R (-4.074). Besides, the matched values of hierarchy culture in the desired culture analyses represent the only significant ones among all of six. That means, it is strongly understood that the values that hold the organization together is less defined based on adhocracy culture in the current situation and would like to be characterised by hierarchy-oriented culture.

Looking at the current culture analyses regarding to strategic emphasis, hierarchy type of culture distinguishes with its comparison values of H-C (-3.489*), H-D (-6.452*) and H-R (-4.165*). On the other hand, the analyses for the desired culture show that the associations between clan and other culture types have the only significant comparison values of H-C (-4.521), C-D (-4.423) and C-R (-5.142). The last one, which is about criteria of success demonstrates hierarchy type of culture and its comparisons with the culture types are found significant with the values of H-C (-2.893*), H-D (-2.988*) and H-R (-4.287*). Also, the second-row values of the success criteria offer that the comparisons on hierarchy culture are significant apart from H-R (below the threshold). There can be seen in the Table 2 that adhocracy and clan- oriented cultures get the higher proportions for the desired culture analyses, respectively.

Table 3. Comparison Between Current and Desired Cultures for Each Type

		Wilcoxon Test			
		H-H	C-C	A-A	M-M
DC	Current – Desired	-4.164*	-1.334	-3.232*	-1.204
OL	Current – Desired	-5.736*	-2.901*	-1.644*	-2.521
ME	Current – Desired	-3.723*	-1.163	-4.489*	-.923
OG	Current – Desired	-4.734*	-.407	-4.671*	-.502
SE	Current – Desired	-5.277*	-3.887*	-3.262*	-1.888
CS	Current – Desired	-2.696*	-1.687	-2.696*	-1.027

To identify where the exact differences between the variables and how strong the changes, a Wilcoxon signed-rank test, which is the commonly applied post-hoc test for the Friedman test is used. The Wilcoxon signed-rank test is a non-parametric version of hypothesis testing, which makes possible to compare matched samples, two related samples or repeated measurements on a single population having the same distribution. As the purpose of the analyses is to evaluate the differences between the current and desired culture, it would be wise to look at whether the values for each type are significant or not. The changes for both the hierarchy and adhocracy-oriented culture from the current to desired ones are statistically significant for each criterion as can be seen above in Table 3. The comparison for the clan-oriented culture, only the values for organizational leadership and strategic emphasis are significant. Besides, none of the criterion area appears to be significant for the change between the current and desired market type of culture. Consequently, null hypotheses are rejected, and alternative hypotheses (H1b and H2b) are supported by the statistical analyses.

5. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

The concept of culture in the public organizations is not an extensively examined topic, nonetheless, it would not be wrong to say that public sector cultural change has been among the most proposed ones for the agenda over the last four decades. It has been widely known that public sector

field inherently is dominated by the characteristics of hierarchical elements. However, the initiatives for a cultural change in the sector has brought forward other types of culture and their relevance.

Turkish public sector organizations, same as their private sector counterparts, have initiated to perform new management techniques, especially strategic management, and planning since late 1990s. Today, there are more than 129 public universities, which are also subject to prepare and implement a five-year strategic plan and these strategic plans are oversight by the central government institutions: YÖK (The Council of Higher Education), Turkish Presidency and the Head of Strategy and Budget. While public universities adopt new management methods, the big question, whether traditional or existing culture of these universities are fertile enough to reach desired ends, has been still left unanswered so far. This study attempts to shed a light on the aforementioned question and adopting Competing Values Framework, we tried to capture existing and preferred types of culture in a mid-size public university in the Central Turkey.

By and large, Hypotheses 1b and 2b are supported by the statistical and graphical analyses and it is proved that there are some significant differences between the current and desirable types of culture. Hierarchical-oriented culture is the most dominant culture in the institution whereas the adhocracy-oriented culture is the least existing one. The university appears to have clan-oriented culture more than adhocracy and market types of culture but less than hierarchical one at present. Market-oriented culture does not seem to have any significant effect in the institution. On the other hand, the most desirable culture is adhocracy-oriented one while hierarchy type of culture is one of the unfavourable types the staff do not want to keep and sustain. The university appears to have clan-oriented culture more than adhocracy and market types of culture but less than hierarchy one quite clearly. Market type of culture again does not seem to have any weight in the analyses of desirable culture.

Putting all the findings together, academic and administrative members of the university perceive that their organizational culture predominantly focuses on internal integration to maintain control, order, and stability based on a hierarchical system which is not unusual for public sector organizations. On the other hand, the very same members of the university seem to desire adhocracy type of culture that adopts external focus based upon creativity, entrepreneurship and adaptivity. However, the difference between the current and the desired adhocracy culture are not as certain as on the change for hierarchy type of culture. Furthermore, although there are slight differences between the current and desired culture of clan type, it looks to have certain effects in the university.

Public sector organizations in Turkey have an inherently bureaucratic and hierarchical structure, and substantially pursue the path of the hierarchy type of culture (Demirkaya, 2015). However, for a sustainable organizational structure and strategies, more adaptable culture has been agreed to realize the needs of the contemporary public sector. Therefore, the study results proved that public sector staff are aware of the change from more static culture to more adaptable one in Turkish higher education

institution. The analyses also show that a cultural change in the higher education institution has been desired, nevertheless, the best way to implement the change and adopt a new culture would be aligning it with the strategies designed in the planning process as the numerous research suggest.

Lastly, the selection of the research scale would be a limitation for this study since the different measurement scales were available and would be applied for the employed framework. Further studies would focus on whether the desire of the university staff on cultural change happens within the next five years strategic plan period. Future research would also investigate several public organizations from different service areas on the cultural perception of the members for more comprehensive analyses with the different scales.

REFERENCES

- Acar, Z. A. and Acar, P. (2014), Organizational culture types and their effects on organizational performance in Turkish hospitals. *Emerging Market Journals*, 3(3), 18-30.
- Ahmadi, S. A. A., Salamzadeh, Y. S., Daraej, M. and Akbari, J. (2011), Relationship between organizational culture and strategy implementation: typologies and dimensions. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 4(3-4), 286-299.
- Allaire, Y. and Firsirotu, M. E. (1984), Theories of organizational culture. *Organization Studies*, 5, 193-226.
- Alvesson, M. (2000), *Understanding Organizational Culture*. USA: Sage Publications.
- Andrews, R., Beynon, M. and Genc, E. (2017), Strategy implementation style and public service effectiveness, efficiency and equity. *Administrative Sciences*, 7(1), 4.
- Armstrong, J. S. and Overton, T. S. (1977), Estimating non-response bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Ashworth, R. (2010), *Organizational Culture*, In R. Ashworth, G. A. Boyne and T. Entwistle (Eds.), *Public Service Improvement: Theories and Evidence* (p. 98-119) Oxford: Oxford University Press.
- Aydintan, B. and Göksel, A. (2012), Cameron-freeman-quinn örgüt kültürü tipolojileri ekseninde örgüt kültürü farklılaşma dinamikleri. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 25(2), 53-62.
- Babnik, K., Breznik, K., Dermol, V. and Sirca, N. T. (2014), The mission statement: organisational culture perspective. *Industrial Management and Data Systems*, 114(4), 612-627.

- Barney, J. B. (1986), Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage? *Academy of Management Review*, 11(3), 656-665.
- Baruch, Y. and Holtom, B. C. (2008), Survey Response Rate Levels and Trends in Organizational Research. *Human Relations*, 61(8), 1139-1160.
- Bate, P. (1984), The impact of organisational culture on approaches to organisational problem-solving. *Organisation Studies*, 5, 43-66.
- Beugelsdijk, S., Koen, C. and Noorderhaven, N. (2009), A dyadic approach to the impact of differences in organizational culture on relationship performance. *Industrial Marketing Management*, 38, 312-323.
- Blaikie, N. (2007), *Approaches to Social Enquiry* (2nd ed.). Cambridge: Polity Press.
- Bozeman, B. (1979), *Public Values and Interest*. New York: St. Martin's Press.
- Brislin, R. W. (1970), Back-translation for Cross-cultural Research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1, 185-216.
- Cameron, K. S. and Freeman, S. J. (1991), Cultural congruence, strength and type: relationships to effectiveness. *Research in Organizational Change and Development*, 5, 23-58.
- Cameron, K. S. and Quinn, R. E. (1999), *Diagnosing and Changing Organizational Culture*. Upper Saddle River, Nj: Prentice-Hall.
- Cameron, K. S. and Quinn, R. E. (2011), *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework* (3rd ed.). USA: Jossey-Bass a Wiley Imprint.
- Chua, W. F. (1986). Radical developments in accounting thought. *The Accounting Review*, 61, 601-632.
- Deal, T. E. and Kennedy, A. A. (1982), *Corporate Cultures: The Rights and Rituals of Corporate Life*. London: Addison-Wesley.
- Demir, C., Unnu, N. A. A. and Ertürk, E. (2011), Diagnosing the organizational culture of a turkish pharmaceutical company based on the competing values framework. *Journal of Business Economics and Management*, 12(1), 197-217.
- Demirkaya, Y. (2015), Strategic planning in the turkish public sector. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 15-29.
- Denison, D. R. (1996), What is the difference between organizational culture and Organizational climate? a native's point of view on a decade of paradigm wars. *Academy of Management Review*, 21(3), 819-854.

- Detert, J., Schroeder, R. and Mauriel, J. (2000), A framework for linking culture and improvement initiatives in organisations. *The Academy of Management Review*, 25(4), 850-863.
- Dobni, C. B. and Luffman, G. (2003), Determining the scope and impact of market orientation profiles on strategy implementation and performance. *Strategic Management Journal*, 24, 577-585.
- Doty, D. H., Glick, W. H. and Huber, G. P. (1993), Fit, equifinality, and organizational effectiveness: a test of two configurational theories. *Academy of Management Journal*, 36, 1196-1250.
- Erdem, R., Adigüzel, O. and Kaya, A. (2010), Akademik Personelin Kurumlarına İlişkin Algıladıkları ve Tercih Ettikleri Örgüt Kültürü Tipleri. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 36(Ağustos-Aralık), 73-88.
- Ferreira, A. I. (2014), Competing values framework and its impact on the intellectual capital dimensions: evidence from different portuguese organizational sectors. *Knowledge Management Research and Practice*, 12, 86-96.
- Gamble, A. (1988), Thatcher revolution - the ending of the socialist era. *Parliamentary Affairs*, 41(3), 430-433.
- Garnett, J. L., Mawlowe, J. and Pandey, S. K. (2008), Penetrating the performance predicament: communication as a mediator or moderator of organizational cultures impact on public organizational performance. *Public Administration Review*, 68(2), 266-281.
- Hajnal, G. (2004), Organisational Performance of Hungarian Ministries: The Role of Organisational Culture. Paper Presented at NISPAcee Annual Conference on Central and Eastern European Countries Inside and Outside the European Union: Avoiding a New Divide, Vilnius, Lithuania, 13-16 May.
- Hartnell, C., OU, A. and Kinicki, A. (2011), Organizational culture and organizational effectiveness: a meta-analytic investigation of the competing values framework's theoretical suppositions. *Journal of Applied Psychology*, 96(4), 677-694.
- Hatch, M. J. and Cunliffe, A. L. (2006), *Organizational Theory* (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Hay, C. (1999), *The Political Economy of New Labour: Labouring under False Pretences*. Manchester: Manchester University Press.

- Helfrich, H. D., LI, Y. F., Mohr, D. C., Meterko, M. and Sales, A. E. (2007), Assessing an organizational culture instrument based on the competing values framework: exploratory and confirmatory factor analyses. *Implementation Science*, 2(13), 1-14.
- Jaques, E. (1951), *The Changing Culture of a Factory*. London: Tavistock/Routledge.
- Jung, T., Scott, T., Davies, H. T. O., Bower, P., Whalley, D., McNally, R. and Mannion, R. (2009), Instruments for exploring organizational culture: a review of the literature. *Public Administration Review*, 69(6), 1087-1096.
- Kalliath, T. J., Bluedorn, A. C. and Gillespie, D. C. (1999), A confirmatory factor analysis of the competing values instrument. *Educational and Psychological Measurement*, 59(1), 143-158.
- Kroeber, A. L. and Kluchholm, C. (1952), *Culture: A Critical Review of concepts and Definitions*. New York: Vintage.
- Lee, S., Yoon, S. J. and Kang, J. W. (2006), The integrated effects of market-oriented culture and marketing strategy on firm performance. *Journal of Strategic Marketing*, 14(3), 245-261.
- Maccarthaigh, M. (2016), Public Service Values, Committee for Public Management Research Discussion Paper no.39, Dublin: Institute of Public Administration. Erişim Tarihi 16 Temmuz 2016, <http://www.Cpmr.Gov.Ie/Documents/Public%20service%20values.Pdf>
- Newman, J. (1994), Beyond the vision: cultural change in the public sector. *Public Money and Management*, (April – June), 59-64.
- Olsen, J. P. (2005), Maybe it is time to rediscover bureaucracy. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 16, 1-24.
- Osborne, D. and Gaebler, T. (1992), *Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit is Transforming the Public Sector*. USA: (Plume) Longman.
- Ostroff, C., Kinicki, A. J. and Tamkins, M. M. (2003), *Organizational Culture and Climate*, In W. C. Borman, D. R. Ilgen, R. J. Klimoski and I. Weiner (Eds.), *Handbook of Psychology* (p. 565–593) Hoboken, NJ: Wiley.
- Parker, R. and Bradley, L. (2000), Organisational culture in the public sector: evidence from six organisations. *The International Journal of Public Sector Management*, 13, 125-141.
- Petty, M. M., Beadles, N. A., Lowery, C. M., Chapman, D. F. and Connell, D. W. (1995), Relationships between organizational culture and organizational performance. *Psychological Reports*, 76, 483-492.

- Pollitt, C. (1990), *Managerialism and the Public Services: The Anglo-American Experience*. Oxford: Blackwell.
- Quinn, R. E. and Rohrbaugh, J. (1981), A competing values approach to organizational effectiveness. *Public Productivity Review*, 5, 122-140.
- Quinn, R. E. and Spreitzer, G. M. (1991), *The Psychometrics of the Competing Values Culture Instrument and an Analysis of the Impact of Organizational Culture on Quality of Life*, In R. W. WOODMAN and W. A. MORE, (Eds.), *Research in Organization Change and Development* (p. 115 - 142) Greenwich: Jai Press.
- Sackmann, S. A. (1991), Uncovering culture in organizations. *Journal of Applied Behavioural Science*, 12, 295-317.
- Saffold, G. S. (1988), Culture traits, strength and organizational performance: moving beyond "strong culture". *Academy of Management Review*, 13(4), 546-58.
- Saunders, M., Lewis, P. and Thornhill, A. (2015), *Research Methods for Business Students* (7th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Schein, E. H. (2016), *Organizational Culture and Leadership*. USA: John Wiley and Sons.
- Scholz, C. (1987), Corporate culture and strategy: the problem of strategic fit. *Long Range Planning*, 20(4), 78-87.
- Wilderom, C. P. M., Gluk, U. and Maslowski, R. (2000), *Organizational Culture as a Predictor of Organizational Performance*, In N. M. Ashkenasy, C. P. M. Wilderom. and M. F. Peterson (Eds.), *Handbook of Organizational Culture and Climate* (p. 193- 209) London: Sage.
- Yarbrough, L., Morgan, N. A. and Vorhies, D. V. (2011), The impact of product market strategy-organizational culture fit on business performance. *Journal of the Academy Marketing Science*, 39, 555-573.
- YÖK, Yükseköğrenim Bilgi Yönetimi Sistemi. Available online: <https://istatistik.yok.gov.tr> (accessed on 20 May 2020]

APPENDIX

Table A. Questionnaire Items and Descriptive Statistics

Construct	Questions	N	Min/Max	Percentiles					
				Current Culture			Desired Culture		
				25th	50th Median	75th	25th	50th Median	75th
Dominant Characteristics (DC)	"The organization is a very controlled and structured place. Formal procedures generally govern what people do.	205	1/4	1,00	2,00	4,00	2,00	4,00	4,00
	The organization is a very personal place. It is like an extended family. People seem to share a lot of personal information and features.	205	1/4	2,00	2,00	4,00	1,00	2,00	3,00
	The organization is a very dynamic entrepreneurial place. People are willing to stick out their necks and take risks.	205	1/4	2,00	3,00	3,00	1,00	2,00	3,00
	The organization is very result oriented. A major concern is getting the job done. People are very competitive and achievement oriented."	205	1/4	2,00	2,00	3,00	1,00	2,00	3,00
Organizational Leadership	"The leadership in the organization is generally considered to exemplify coordinating, organizing, or smooth-running efficiency.	205	1/4	1,00	2,00	3,00	2,00	3,00	4,00
	The leadership in the organization is generally considered to exemplify mentoring, facilitating, or nurturing.	205	1/4	2,00	3,00	3,00	1,00	2,00	3,00
	The leadership in the organization is generally considered to exemplify entrepreneurship, innovation, or risk taking.	205	1/4	2,00	3,00	4,00	1,00	2,00	3,00
	The leadership in the organization is generally considered to exemplify a no-nonsense, aggressive, results-oriented focus."	205	1/4	2,00	3,00	4,00	1,00	3,00	3,00
Management of Employees	"The management style in the organization is characterized by security of employment, conformity, predictability, and stability in relationships.	205	1/4	1,00	2,00	3,00	1,00	3,00	4,00
	The management style in the organization is characterized by teamwork, consensus, and participation.	205	1/4	2,00	2,00	3,00	1,50	2,00	3,00
	The management style in the organization is characterized by individual risk taking, innovation, freedom, and uniqueness.	205	1/4	2,00	3,00	4,00	1,50	2,00	3,00

	The management style in the organization is characterized by hard-driving competitiveness, high demands, and achievement."	205	1/4	2,00	3,00	4,00	2,00	3,00	4,00
Organization Glue (OG)	"The glue that holds the organization together is formal rules and policies. Maintaining a smooth-running organization is important.	205	1/4	1,00	2,00	4,00	1,00	3,00	4,00
	The glue that holds the organization together is loyalty and mutual trust. Commitment to this organization runs high.	205	1/4	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	3,00
	The glue that holds the organization together is commitment to innovation and development. There is an emphasis on being on the cutting edge.	205	1/4	2,00	3,00	4,00	1,00	2,00	3,00
	The glue that holds the organization together is an emphasis on achievement and goal accomplishment. Aggressiveness and winning are common themes."	205	1/4	2,00	2,00	3,00	2,00	2,00	3,00
	"The organization emphasizes permanence and stability. Efficiency, control and smooth operations are important.	205	1/4	1,00	2,00	3,00	2,00	3,00	3,00
Strategic Emphases (SE)	The organization emphasizes human development. High trust, openness, and participation persist.	205	1/4	1,00	3,00	4,00	1,00	2,00	3,00
	The organization emphasizes acquiring new resources and creating new challenges. Trying new things and prospecting for opportunities are valued.	205	1/4	2,00	3,00	4,00	2,00	2,00	3,00
	The organization emphasizes competitive actions and achievement. Attaining targets and winning in the marketplace are dominant."	205	1/4	1,50	2,00	4,00	2,00	3,00	4,00
	"The organization defines success on the basis of efficiency. Dependable delivery, smooth scheduling and low-cost production are critical.	205	1/4	1,00	2,00	3,00	2,00	3,00	4,00
Criteria of Success (CS)	The organization defines success on the basis of development of human resources, teamwork, employee commitment, and concern for people.	205	1/4	1,00	3,00	4,00	1,00	2,00	4,00
	The organization defines success on the basis of having the most unique or newest products. It is a product leader and innovator.	205	1/4	2,00	3,00	4,00	1,00	2,00	3,00
	The organization defines success on the basis of winning in the marketplace and outpacing the competition. Competitive market leadership is key".	205	1/4	2,00	3,00	4,00	2,00	3,00	4,00



REKABETÇİ DAVRANIŞLARIN STRATEJİ YÜRÜTME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: OTOMOTİV SEKTÖRÜNDEN BULGULAR*

THE IMPACT OF COMPETITIVE BEHAVIORS ON STRATEGY EXECUTION: FINDINGS FROM THE AUTOMOTIVE SECTOR

Yunus Emre TAŞGİT¹, Mehmet DURAK²



1. Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, yunusemretasgit@duzce.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2176-1733>
2. Bağımsız Araştırmacı, mehmetdurak6081@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3783-1783>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
28.09.2020 09.28.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
11.02.2021 02.11.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.800970>

* “Rekabetçi Davranışların Strateji Yürütme Üzerindeki Etkisi: Otomotiv Sektöründen Bulgular” konulu makale çalışması 28.01.2021 tarihinde savunulan ve kabul edilen “Rekabetçi Düşünce, Rekabetçi Davranış ve Strateji Yürütme Arasındaki İlişkiler” konulu tez araştırmasının yazım sürecinde üretilmiştir.

Öz

Bu araştırmanın temel amacı, rekabetçi davranışların strateji yürütme üzerindeki etkisinin tespit edilmesidir. Araştırmanın evrenini, Düzce ve Sakarya illerinde faaliyet gösteren otomotiv işletme bayii yöneticileri oluşturmaktadır. Yöntem olarak nicel araştırma yönteminden yararlanılmış, veriler anket toplama tekniği ile elde edilmiş ve araştırmanın analizinde kullanılmak üzere 185 anket değerlendirilmiştir. Değişkenlerin yapısını incelemek için yapılan faktör analizi sonucunda, rekabetçi davranış tarzları ve strateji yürütmenin unsurları ile ilgili olarak üç boyutlu bir yapılar elde edilmiştir. Değişkenler arasındaki etkileşimi ortaya koymak amacı ile yapılan regresyon analizleri sonucunda rekabetçi davranış boyutlarından işbirlikçi rekabetçi davranışın strateji yürütme boyutlarının tamamını pozitif yönde etkilediği saptanmıştır. Agresif rekabetçi davranışın ise strateji yürütme boyutlarından yalnızca yapısal düzenlemeler gerçekleştirme boyutunu pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Son olarak savunmacı rekabetçi davranışın strateji yürütme boyutlarının hiçbiri üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir. Ayrıca strateji yürütme unsurlarının rekabetçi davranışların hangisi ile daha fazla ilişkili olduğu konusunda önemli bulgular elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Rekabetçi Davranış, Strateji Yürütme, Otomotiv Sektörü, Rekabetçi Avantaj, Yöneticiler.

Abstract

The main purpose of this research is to determine the effect of competitive behavior on strategy execution. The universe of the research is composed of the managers of automotive business dealers operating in Düzce and Sakarya provinces. Quantitative research method was used as a method, the data were obtained by the survey collection technique and 185 questionnaires were evaluated to be used in the analysis of the research. As a result of the factor analysis conducted to examine the structure of the variables, three-dimensional structures related to competitive behavior styles and elements of strategy execution were obtained. As a result of the regression analysis conducted in order to reveal the interaction between variables, it was determined that collaborative competitive behavior, one of the dimensions of competitive behavior, positively affected all of the strategy execution dimensions. Aggressive competitive behavior, on the other hand, was observed to positively affect only the structural adjustment dimension among the strategy execution dimensions. Finally, it was determined that defensive competitive behavior has no significant effect on any of the strategy execution dimensions. In addition, important findings were obtained about which strategy execution elements are more related to which competitive behaviors. .

Keywords: Competitive Behavior, Strategy Execution, Automotive Companies, Competitive Advantage, Managers.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

The main problem of this research is to examine the relationship between competitive behaviors (Aggressive, Cooperative, Defensive Competitive Behaviors) and elements of successful strategy execution (Information Flow, Ensuring Decision-Making Rights, Providing Motivational Conditions, Structural Adjustments).

Research Questions

Within the scope of the research, answers were sought to questions such as: Do Competitive Behavior Styles have an impact on Strategy Execution Elements? How and at what level? Which dimensions have more relationships?

Literature Review

Since the competitive tendencies of managers are considered as the corporate competitive behavior of the enterprise, it can be thought that the success of the strategy to be implemented will be directly affected by the competitive behavior style. Therefore, in order for the strategies to be implemented effectively, it is very important how managers perceive the competition and what kind of approach they take while competing. The concept of competitive behavior is related to how businesses take an approach while competing and how they perceive competition (Porter, 1980). In the context of understanding and discussing competitive behavior, three styles of competitive behavior have been identified in the literature review: Aggressive, Cooperative and Defensive competitive behavior. Aggressive behavior refers to harsh intervention to disrupt the moves of competitors and to reduce their market shares (Covin and Covin, 1990). Collaborative competitive behavior, arising from the desire of enterprises to cooperate and live together, is defined as a behavioral style developed to maintain the balance of power in the market, to keep pressure groups under control, to protect common interests, to prevent new competitors or to protect competitive advantage (James, 1989). Defensive competitive behavior is defined as focusing on a limited and less diverse product structure and policy, maintaining its presence in a narrow part of the market in a competitive environment, and focusing on reactive behaviors to maintain the current situation (Kılınç et al., 2012). On the other hand, the applicability of strategies is as important as formulating the strategy (Chandler, 1962). Successful strategy execution is a critical factor that can only be achieved when enough time and effort is spent and in this direction will positively affect organizational performance and motivation (Neilson et al., 2008). However, Thompson and Strickland (2001) stated that the transformation of strategic plans into action will be affected by many environmental (internal-external) factors and implementation involves a difficult and time consuming process. In the literature, four elements are emphasized for businesses to carry out successful strategies; providing information flows, ensuring decision-making rights, creating motivating conditions and realizing structural arrangements (Neilson et al., 2008). Information flow includes interrelated processes such as collecting, processing, storing and distributing information that will accelerate

decision-making processes (Laudon and Laudon 2003). Ensuring Decision-Making Rights is about making sure that employees at all levels, from top management to the lowest level, know what decisions and actions they are responsible for. Providing Motivational Conditions is related to performance promises that mediate to establish logical and emotional bonds between the employee and the company, incentives to be applied in the performance of duties, making a difference in promotions among high, medium and low performers and creating other rewarding opportunities. Structural Adjustments are about dividing the works into the finest detail, gathering all activities that serve the same purpose under a single division, strictly separating the authority limits between departments, establishing norms determining who should do what, when and where, and establishing communication networks between different hierarchical levels for a successful strategy execution (Neilson et al., 2008).

Methodology

The research carries the feature of quantitative research in terms of its philosophy and perspective. The universe of the research is composed of corporate automotive business dealership managers who carry out their activities in Sakarya and Düzce (n: 185). Questionnaire technique was preferred as data collection technique. The questionnaire form consists of three parts: questions about demographic characteristics, competitive behavior and strategy execution. The scales, which are widely used in the literature and whose reliability and validity have been tested, were used in the study. For the competitive behavior scale (22 expressions), Scales developed by Kuester et al., 1999; Ferrier et al., 2002; Gurnani et al., 2007; Gnyawali et al., 2006; Vroom and McCann 2010; Xu, 2011; Ağraş and Kılınç (2011) were used. In measuring strategy execution elements, a four-dimensional scale consisting of 17 expressions developed by Neilson et al., (2008) was used. The data were analyzed in the SPSS program.

Results and Conclusions

According to the results of the research, the behavior that best represents the competitive behavior of managers is aggressive competitive behavior. This is followed by cooperative and defensive competitive behavior, respectively. Regarding the implementation of strategies, it is observed that managers attach close importance to both structural regulations and decision-making rights & motivating conditions and information flow dimensions, while structural regulations stand out relatively. When the interaction between variables is examined; It is seen that the information flow is positively affected by aggressive competitive behavior and negatively affected by defensive competitive behavior. The variable of decision-making rights and the creation of motivating conditions is only significantly positively affected by cooperative competition behavior. Finally, it was found that the structural adjustments variable was positively affected by aggressive and cooperative competitive behavior, but not significantly affected by defensive competitive behavior.

1. GİRİŞ

Tarihin her döneminde etkinliğini koruyan geleneksel rekabet anlayışı, günümüz yeni ekonomik düzeninde yerini çağın gerektirdiği farklı rekabet anlayışlarına bırakmıştır. Yeni ekonomik düzen ile birlikte ortaya çıkan bu anlayışta “stratejilerini başarılı bir biçimde yürüten pazarın büyük bir bölümünü alır” anlayışı temel dinamik olarak görülmüştür. Bu anlayışın hâkim olduğu günümüz pazarlarında işletmelerin rekabetçi avantaj sağlayabilmesi; strateji yürütme unsurlarının başarılı bir şekilde organize edilmesi, rekabetçi çevre karşısında pazarın dinamiklerine uygun baskın rekabetçi davranışlarla rekabetçi gücün gösterilmesine bağlıdır.

Başarılı yöneticiler zamanlarının belirli bir bölümünü stratejinin uygulanmasına harcarlar ve stratejinin uygulanabilir olmasının, stratejiyi formüle etmek kadar önemli olduğunu bilirler. Bu yöneticiler strateji yürütme için yeterli zaman ve çaba harcandığında örgütsel performans ve motivasyonun her zaman için iyiye gideceğini düşünür ve savunurlar (Neilson vd., 2008). Rekabetin yoğun ve dinamik olduğu pazarlarda değişen müşteri beklenti ve taleplerini karşılayabilmek ve sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü elde etmek için işletmeler oldukça gözü pek rekabetçi davranışlar sergilemektedirler (Birkinshaw vd., 2005). Bu bağlamda stratejileri başarılı bir biçimde uygulama ve rekabet üstünlüğünü sürdürülebilir hale getirmede rekabetçi davranış ve strateji yürütmenin birbiri ile ilişkili ve etkileşim halinde olan iki kritik konu olarak tartışılması önemli hale gelmektedir.

Konuya ilişkin literatür incelendiğinde her iki konu rekabet avantajı elde etmenin en önemli kaynakları arasında gösterilmesine rağmen olgular arasındaki spesifik ilişkiyi inceleyen yeterli düzeyde çalışmaya rastlanmamıştır. Yürütülen araştırma rekabetçi davranışın strateji yürütmeye etkisini inceleyerek literatüre katkı sağlamayı amaçlarken, elde edilecek sonuçlar çerçevesinde strateji yürütme unsurlarını başarılı bir biçimde geliştirmek isteyen tüm kurum ve kuruluşlar için uygulamaya dönük somut öneriler geliştirmiş olacaktır.

Araştırmanın çözüme kavuşturmaya çalıştığı temel problem alanı; hangi rekabetçi davranış tarzları hangi strateji yürütme unsurları ile daha fazla ilişkilidir? sorusuna dayanmaktadır. Bu sorunsalın çözümü ile başarılı strateji yürütme unsurlarını geliştirmeye çalışan kurumlara, sahip oldukları rekabetçi davranış tarzlarından nasıl faydalanabilecekleri konusunda bakış açısı oluşturabilecek öneriler sunulacaktır.

Yürütülen bu çalışmada, değişkenlere yönelik detaylı yapılan literatür incelemesi sonucu rekabetçi davranış ve strateji yürütme unsurlarına yönelik çeşitli modellere rastlanmıştır. Bu modellerin çalışmaya konu olan otomotiv sektörü özelliklerine göre tercih edilmesinde güçlü ve zayıf yönleriyle birlikte kullanılma durumları dikkate alınmıştır. Strateji yürütme unsurlarına yönelik Neilson vd. (2008) tarafından geliştirilen (The secrets to successful strategy execution) ölçekten yararlanılmış ve rekabetçi davranışa yönelik ölçek içinse konuya ilişkin literatürde geçerlik ve güvenilirliği kabul edilen birçok

ölçekten (Kuester vd., 1999; Ferrier vd., 2002; Gurnani vd., 2007; Gnyawali vd., 2006; Vroom ve McCann 2010; Xu, 2011; Ağraş ve Kılınç, 2011) elde edilen karma ölçek kullanılmıştır. Araştırma temel aldığı felsefe itibarıyla nicel araştırma özelliği taşımaktadır. Veri toplama tekniği olarak anket tekniği tercih edilmiştir. Verilerin sınırlı bir sürede toplanması hedeflendiğinden veri toplama zamanına göre ampirik ve kesitsel (anlık) tekniklerden yararlanılmıştır. Araştırma denek sayısına göre çok denekli (faktöriyel desenli), ölçme ve değerlendirme koşullarına göre karışık desenli bir araştırmadır. Son olarak kullanılan verilerin özelliklerine göre ise birincil verilere dayanmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Rekabetçi Davranış

İşletmeler, dinamik pazarlarda değişen müşteri talep ve beklentilerini karşılamak ve piyasadaki tehditleri aşarak eylemlerini ve varlıklarını sürdürmek için rekabetçi davranışlar sergilemektedir (Birkinshaw vd., 2005). Rekabetçi davranışların özünde işletmelerin kaynaklarını rakipleriyle karşılaştırarak rakibi iyi analiz etme ve saldırıdaki zayıf yönleri hakkında bilgi toplayarak stratejilerini bu bilgiler ışığında hızla gerçekleştirmesi vardır (Morgan ve Strong, 2003). Rekabetçi davranış kavramı ise, işletmelerin rekabet ederken nasıl bir yaklaşım sergiledikleri ve rekabeti nasıl algıladıkları ile ilgilidir (Porter, 1980). Bu bağlamda rekabetçi davranış, işletmelerin insan sermayesi sayesinde yaptığı rekabetçi faaliyetlerin pazara kattığı rekabet yoğunluğu ile ilişkilidir. Rekabet yoğunluğu ise işletmenin rekabet eğilimi, rekabetçi eylemlerin karmaşıklığı ve rekabetçi eylemlerin genişliği anlamına gelmektedir (Vroom ve McCann, 2010).

Gnyawali vd., (2006), rekabetçi davranış kavramını açıklamada iki önemli kavram üzerinde durmuşlardır. Bunlardan ilki rekabetçi faaliyetler, işletmelerin buldukları sektördeki konumlarını iyileştirmek için rakiplerine karşı yürüttükleri amaçlı ve gözlemlenebilir eylemler olarak tanımlanmaktadır. İkincisi ise rekabetçi çeşitlilik (competitive variety) kavramı rekabetçi eylemlerin farklılığını ve kapsamını ifade etmektedir. İşletmelerin rekabetçi faaliyetlerinin yoğunluğu ya da çeşitliliği ise üretim, pazarlama, dağıtım, ar-ge vb. faaliyetleriyle işletmelerin rakipleri tarafından anlaşılmasını ve karşılık verilmesini güçleştirecek farklı rekabetçi davranışlar olarak ifade edilmektedir (Ağraş ve Kılınç, 2011). Bu bağlamda rekabetçi davranış, firmaların daha yüksek pazar payı kazanmak, daha çok kâr elde etmek ve benzersiz faaliyetlerle birbirleriyle rekabet etme derecesidir. Ayrıca, işletmelerin birbirlerine karşı rekabet etme biçimleridir (Covin ve Covin, 1990).

Araştırma kapsamında yapılan literatür incelemeleri sonucunda rekabetçi davranışların anlaşılması ve tartışılması bağlamından yazın taramasında rekabet için üç tarz davranış belirlenmiştir. Porter (1980) işletmelerin rekabet stratejisini, savunmacı ve agresif aksiyonlar olarak tanımlamaktadır. Benzer bir tanım ise Coulter (2005) tarafından yapılmış ve genel olarak rekabet stratejilerinin uygulanmasında savunma ve saldırıya yönelik davranışlara değinmiştir. Ayrıca literatürde rekabet

içerisinde bulunan işletmelerin birbirleriyle iş birliği yapmalarının ve kazanımların ortak paydada toplanabileceği üzerinde durulmaktadır (Brandenburger ve Nalebuff, 1998). Bu kapsamda rekabetçi davranış konusunda yapılan çalışmalar temel alınarak agresif, işbirlikçi ve savunmacı rekabetçi davranış tarzları ele alınmıştır.

2.1.1. Agresif Rekabetçi Davranış

Günümüz işletmeleri hızla değişen ve gelişen teknolojik yenilikler, ulaşım ağlarının artması ve çevresel faktörlerin hızlı değişimleri gibi dinamik bir rekabet ortamında ve rekabetin sınırlarının ortadan kalktığı bir pazarda hayatlarını sürdürme yarışı içerisine girmişlerdir. İşletmeler varlıklarını sürdürmek, konumlarını korumak ve yüksek kâr elde edebilmek için agresif rekabetçi davranışlar sergilemeye zorlanmaktadır (Ağraş ve Kılınç, 2011). Saldırgan (çatışmacı) olarak karakterize edilen bu davranış rakiplerin hamlelerini bozmayı ve onların pazar paylarını azaltmaya yönelik sert müdahaleyi ifade etmektedir (Covin ve Covin, 1990). Rekabet yoğunluğu ile karakterize edilen günümüz pazarlarında ise, normatif çalışmalara, satış büyümesine ve kârlılığın performans getirilerine sahip olabilmek için agresif rekabetçi davranışlar önerilmektedir (Covin ve Slevin, 1991; Zahra, 1993).

Agresif rekabetçi davranış bilinçli olarak ya da proaktif davranarak bir işletmenin rakiplerine üstünlüğünü kabul ettirebilmek amacıyla rakip ve pazar analizlerini kapsayacak biçimde alışıla gelmemiş yöntemlerle “rakibi yok etme” istek ve eğilimini işaret eder (Altuntaş ve Dönmez, 2010). İşletmelerin bu eğilimleri rekabetin yoğun yaşandığı dinamik pazarlarda, rekabet duruşunu kolaylaştırsada (Fombrun ve Ginsberg, 1990), agresiflik, tipik olarak net bir satış yönelimi içerir (Wissema vd., 1980; Lumpkin ve Dess, 2001). Agresif davranış, firmaların başarılı bir stratejik performans oluşturmak için bir rakibi tahrik etmek veya bunaltmak için doğrudan yapılan ön saldırılar olarak ifade edilmektedir (Porter, 1991). Benzer bir şekilde işletmelerde rakipleri piyasadan uzaklaştırmak ve rakiplerin zayıf noktalarını tespit ederek rakibin savunmasını kırmaya yönelik caydırıcı, saldırgan ve çatışmacı olarak karakterize edilen davranışlar, yazında agresif rekabetçi davranış olarak tanımlanmaktadır (Morgan ve Strong, 2003).

Yapılan tanımlamalara göre agresif rekabetçi davranışlar, rakibe yönelik sert, yıpratıcı ve yıkıcı davranışlar sergileme eğilimi ile ilgilidir. İşletmeler yaşamları boyunca bazı zaman dilimlerinde bu tarz davranışları alışkanlığa dönüştürerek karakter haline getirmişlerdir. Bu işletmelerin davranış profilleri incelendiğinde, sergiledikleri davranışların büyük çoğunluğunun sert ve rakipleri yıpratıcı ve yıkıcı özellikte olduğu görülebilir (Taşgıt ve Durak, 2017). Agresif rekabetçi davranış, hedefin rakipleri piyasadan uzaklaştırmak olduğu girişimci bir stratejik duruş; üst yönetim tarafından güçlü bir risk alma eğilimi ve yenilikçi faaliyetlere yönelme ile karakterize edilir (Lumpkin ve Dess, 2001). Agresif rekabetçi davranış, rakip işletmelerin zayıf noktalarını tespit ederek savunma kuvvetlerini bu zayıf noktalar üzerine yönelterek gerçekleştirilebilmektedir. Bu saldırı rakibin savunmasını kırarak işletmenin pazar payını artırmakla birlikte pazardaki güçlü konumunu koruması noktasında avantaj sağlamaktadır

(James, 1989). Ferrier vd. (2002) ise, agresif rekabetçi davranışa sahip işletmelerin, dışarıdan finansman temini, ürün ve hizmetlerinde garanti, ürün kalitesi, fiyat esnekliği, reklam yoğunluğu, patent ve yenilikçi etkinlikleri üzerinde yoğun mesai harcadıklarında rekabetçi bir avantaj sağlayacaklarını savunmaktadırlar.

2.1.2. İşbirlikçi Rekabetçi Davranış

Günümüzde büyüklüğün temel avantaj kaynağı olduğu küresel pazarlarda işbirlikçi davranışın, işletmeler için oldukça önemli bir rekabetçi avantaj sağladığı vurgulanmaktadır (Bengtsson ve Kock, 1999). Madhavan vd., (2006) gibi araştırmacılar, işletmelerin iş birliğine dayalı rekabet yapmalarıyla, rekabetçi yeteneklerini güçlendireceklerini, riskleri paylaşacaklarını, pazarda baskı gruplarını kontrol altında tutarak güç dengesi kurabilecekleri ve değerli kaynaklara ulaşabilecekleri üzerinde durmaktadırlar. Lado vd., (1997) ise, işletmelerin işbirlikçi rekabetçi davranış ile uzun vadede pazar paylarını artırabileceğini, kalıcı başarılar elde edileceğini ve ekonomik faaliyetlerin çıktısının kazanç yönlü olacağını ifade etmişlerdir.

Pazardaki güç dengesini sürdürmek, baskı gruplarını denetim altında tutmak, işletmenin ortak çıkarlarını korumak, yeni rakipleri engellemek veya rekabet avantajını korumaya yönelik olarak rakip konumunda olan işletmelerin iş birliği ve birlikte yaşama arzuları, işbirlikçi rekabet davranışı olarak tanımlanmaktadır (James, 1989). Yazara göre iş birliği ve birlikte yaşama arzusu, birkaç nedenden dolayı ortaya çıkabilir. Bunlar; lisans anlaşmaları, pazarlama iş birlikleri, ortak yatırım işbirlikleri, imtiyazlar ve alım-satım işbirlikleridir. Dagnino (2009) ise, işbirlikçi rekabetçi davranışın ortaya çıkmasının, işletmelerin pazar sınırlarını belirlemede zorluklar yaşamaları ve rakiplerini tanımamalarından kaynaklandığını savunmaktadır. Ayrıca işbirlikçi rekabetçi davranış ile rakipler arasında çok verimli ilişkilerin kurulabileceği düşünülmektedir (Ağraş ve Kılınç, 2011). Brandenburger ve Nalebuff (1998) gibi araştırmacılar da iş birliğine dayalı rekabetin tüm iş ilişkilerinde yeni kâr fırsatları sunacağını hem mikro hem de makro düzeyde rekabetin kurallarını işletmelerin lehine çevirebileceklerini vurgulamışlardır. Chin vd., (2008) Hong Kong'daki üretim işletmeleri üzerinden yaptıkları araştırmalarında, iş birliğine dayalı rekabet için gerekli olan kritik başarı faktörlerini; yönetimin liderliği, örgütsel öğrenme, risk paylaşımı, güvene dayalı ilişkiler, çatışma yönetimi, bilgi sistemi desteği ve uzun dönemli katılım şeklinde belirtmişlerdir.

2.1.3. Savunmacı Rekabetçi Davranış

Savunmacı rekabetçi davranış, işletmelerin rakiplerinin saldırılarına karşılık olarak pazarını korumaya yönelik vermiş oldukları tepkiler/hareketler olarak ifade edilmektedir (Coulter, 2005). Savunmacı rekabetçi davranış, işletmelerin rekabet avantajı ve üstünlüğü sağlayacak kararları alırken tepkisel davranışları tercih etmeyle ilgilidir (Karimi vd., 1996). Bu işletmeler, uzun dönemli kararlar alma, proaktif davranma ve planlı davranma konusunda rakipleri kadar hırslı değildir (Turan, 2009).

Dolayısıyla risk almaktan kaçınarak, rekabetçi çevre tarafından baskı altında kaldığında harekete geçmeyi ve stratejilerinde değişiklik yapmayı seçerler (Frese vd., 2002).

Porter (1980 ve 2008), rekabetin yoğun olduğu pazarlarda her zaman rekabetçi güç tehditleri olacağını ifade etmiştir. İşletmeler oluşan bu tehditlere karşı pazardaki pozisyonunu ve konumunu rakip güçlerin etkisine karşı korumak için savunmacı rekabetçi davranış göstereceklerdir (Rivardvd., 2006). Savunmacı rekabetçi davranışa sahip işletmeler, yenilikler için rakiplerini takip ederken sınırlı sayıda mal ve hizmetle dar bir pazara odaklanmaktadır. Mevcut faaliyetleri üzerinde yoğunlaşarak verimliliği geliştirmeye, kendi ürün ve pazarlarına odaklanarak rekabetçi güçlerini korumaya çalışırlar (Akbolat, 2009). Dolayısıyla savunmacı rekabetçi davranış karakteristiğine sahip olan işletmeler kendi yetenek ve organizasyon becerilerine odaklanarak, kendilerine göre daha az odağa sahip firmalara karşı üstünlük elde etmeye çalışmaktadırlar (Morgan ve Strong, 2003).

Kuester vd., (1999) araştırmalarında savunmacı rekabetçi davranış gösteren işletmelerin maliyetlerini minimize ederek rekabetçi bir fiyatlamaya sahip olduklarını ve farklılaşma stratejileri üzerinde durduklarını ifade etmiştir. Snow ve Hrebiniak (1980) ise, araştırmalarında savunmacı rekabetçi davranış gösteren işletmelerin, rekabet avantajı elde etmek için savunmacı stratejilere yöneldiklerini ve sahip oldukları organizasyon yapısının savunma kuvvetleri üzerine kurulduğunu belirlemişlerdir. Kılınç vd., (2012) savunmacı stratejileri benimseyen işletmelerin özelliklerini; sınırlı ve daha az çeşitli ürün yapısına ve politikasına odaklanma, rekabetçi çevrede pazarın dar bir kısmında varlıklarını korumaya odaklanma, mevcut durumu sürdürmek için tepkisel davranışlara odaklanma şeklinde belirtmişlerdir.

2.2. Strateji Yürütme

Strateji yürütme başka bir ifade ile strateji uygulamaları 1960'lı yıllarında iş politikaları olarak Amerikan okullarında popüler hale gelmeye başlamıştır (Tümer, 1993). Ancak günümüzde halen kuramsal ve uygulama alanının geliştirilmeye ihtiyacı vardır. Stratejik yönetim literatüründe strateji oluşturmaya yapılan katkıların strateji yürütmeye yapılan katkıdan daha fazla olduğunu belirtmek gerekir. Oysa işletmeler stratejileri belirlemekten çok uygulama için yapmaları gerekenler konusunda daha fazla zorluk çekmektedirler (Alashloo vd., 2005). Literatür incelendiğinde stratejilerini çok iyi düzeyde formüle etmiş işletmeler üzerinde yapılan araştırmalarda, stratejilerin %14'ünden daha azının başarılı bir şekilde yürütülebildiğine ilişkin bulgulara rastlanmaktadır (Rumelt, 2011; Cobbold ve Lawrie, 2002).

Stratejinin uygulanabilir olması stratejiyi formüle etmek kadar önemlidir (Chandler, 1962). Strateji oluşturma ve başarılı bir şekilde yürütme masa başında oturarak yapılamayacağı (Hamel ve Prahalad, 1989) için stratejilerin daha aktif bir yapıya sahip olması ve temel yeteneklere odaklanılarak yapılması gerekmektedir (Hamel ve Prahalad, 1990). Neilson vd. (2008), başarılı strateji yürütmenin ancak yeterli zaman ve çaba harcandığında elde edileceğini ve bu doğrultuda örgütsel performans ve

motivasyonun her zaman için iyiye gideceğini savunmaktadırlar. Benzer şekilde Thompson ve Strickland (2001), stratejik planların eyleme dönüşmesinin birçok çevresel (iç-dış) faktörlerden etkileneceğini ve uygulamanın zor ve zaman alıcı bir süreci içerdiğini ifade etmektedir.

Porter (2011), başarılı bir strateji yürütme için bir strateji planı oluşturmak ve onu uygulamaya kalkmanın tek başına yeterli olmadığını savunmaktadır. Aynı şekilde stratejilerin uygulanmasının içerdiği çevresel sorunlar, işletme yapısı ve kültürü gibi birçok faktör göz önüne alındığında kolay bir durum olmadığı anlaşılmaktadır (Kamanda, 2006). Neilson vd., (2008) gerçekleştirdikleri araştırmalarında işletmelerin, stratejilerini başarılı bir biçimde yürütebilmeleri için; karar alma haklarını netleştirirken her kararın sahibini ve girdileri kimin sağlaması gerektiğini belirlemek; enformasyon akışını sağlamak; yapısal düzenlemeleri stratejiye uygun hale getirmek; motive edici koşullar oluşturularak stratejilerin yürütülmesinde katkısı bulunan tüm bireylerin teşvik edilmesi gerektiği üzerinde durmaktadırlar.

Günümüz işletmelerinin içinde bulunduğu pazarlarda, yoğun rekabet baskılarının yanında sürekli değişim ve gelişimler birçok alanda hızla artmaktadır. Bu yoğun rekabet baskısı altında değişim ve uygulama yeteneklerini başarılı şekilde kullanabilen işletmeler hayatta kalabilmektedirler (Bielinska-Kwapisz, 2014). Dolayısıyla işletmelerin bu değişim ve gelişime uygun düzenlemeler yapabilmesi ve stratejilerini başarılı bir şekilde yürütmesi her geçen gün daha da önemli bir konu haline gelmektedir. Bu araştırmada işletmelerin başarılı stratejiler yürütmesi; enformasyon akışının sağlanması, karar alma haklarının temini, motive edici koşulların oluşturulması ve yapısal düzenlemeler gerçekleştirme unsurları çerçevesinde tartışılacaktır.

2.2.1. Enformasyon Akışının Sağlanması

Enformasyon bulunduğumuz yüzyılın rekabet koşullarında en önemli metalden biridir. Bu itibarla enformasyon işletmeler tarafından en üst düzeyde kullanılmalı ve yönetilmelidir. Zira stratejilerin başarılı bir biçimde yürütülmesinin temelinde, nitelikli enformasyon ve bu enformasyonun akışının sağlanması için ihtiyaç duyulan organizasyonlar vardır (Neilson vd., 2008).

Örgütler için enformasyon, yöneticilerin bugünkü ve gelecekteki kararlarını etkileyecek gerçek bir değer taşıyan, anlamlı bir biçimde işlenmiş (Türk, 2003), düzenli ve kullanılabilir veriler olarak tanımlanmaktadır (Dervişoğlu, 2004). Ackoff'a göre (1971) veriler, incelemelerin ve gözlemlerin bir ürünü olarak enformasyonun kaynağını oluşturmaktadır. Barutçugil (2002) enformasyonun, veriden çok daha zengin bir içeriğe sahip olduğunu belirtmektedir. Enformasyon kavramı olarak, belirli bir mantık düzeni içinde sınıflandırılan ve her birey için aynı anlama sahip bir veri topluluğudur. Enformasyonda ilgili ve ilişkili veriler, belli bir amaç doğrultusunda toplanmakta ve anlamlandırılmaktadır (Odabaş, 2009). Dervişoğlu (2004)'nin Laudon ve Laudon (1998)'dan aktardığı tanıma göre "Veriler dağınık bir doğaya sahipken, enformasyon söz konusu olduğunda, düzenleme, biçimlendirme, belli bir amaca hizmet etme ve yarar sağlama" kavramlarıyla karşılaşılır. Davenport ve Prusak (2001) ise

enformasyonu bir mesaj olarak algılayarak genellikle belge şeklinde ya da görsel ve işitsel mesaj biçiminde tanımlamaktadırlar. Enformasyonun akışının sağlanmasında amaç, alıcının bir konudaki düşüncelerini değiştirmek, yeniden şekillendirmek ve rekabet algısı üzerinde bir etki oluşturmaktır (Davenport ve Prusak, 2001). Bu özelliği ile enformasyon karar verme, planlama karşılaştırma, değerlendirme, analiz edebilme vb. birçok sürece dayanak oluşturulacak organizasyonların temelini de oluşturmaktadır (Çapar, 2003). Veri kaynağının ortaya çıkarılması, düzenlenmesi, kayıt altına alınması, idare edilmesi, denetim içinde tutulması, işlenmesi, planlanması ve paylaşım süreçleri enformasyon akışının sağlanması olarak ifade edilmektedir (Firestrone ve McElroy, 2003).

Enformasyon akışını sağlayacak organizasyonların oluşturulması yönetsel süreçlerde ve stratejilerin yürütülmesinde sürdürülebilir bir başarı elde edilmesinde işletmeler için oldukça önemlidir (Neilson vd., 2008). Bu organizasyon ise işletmelerin ihtiyaç duyduğu dışsal ve içsel enformasyonun yönetim kademelerine serbestçe aktarılabilmesini, örgütün koordinasyonunu, stratejilerin uygulanabilirliğini ve karar verme süreçlerini hızlandıracak bilgilerin; toplanması, işlenmesi, depolanması ve dağılması gibi birbiri ile ilişkili unsurları içermektedir (Laudon ve Laudon 2003). Ward ve Peppard (2002) enformasyon akışının sağlanmasına ilişkin geliştirdiği modelde bu organizasyonu sırayla; başlangıç, yayılma, kontrol, bütünleşme, veri yönetimi ve olgunluk aşaması olarak değerlendirmiştir. Bu modelle enformasyonun örgüt içinde dağıtım ve destek yeteneğinin geliştirilmesi, iş birimleri arasında ilişki kurulması ve işletme stratejileri ile işletme fonksiyonlarının uyumunu sağlamak için iş akış süreçlerinin gözden geçirmelerinin gerekliliği üzerine durulmuştur (Hirschheim vd., 1988). Neilson vd. (2008), stratejilerin başarılı bir biçimde uygulanabilmesi için; işletme içinde enformasyonun genel merkeze hızlı bir biçimde aktarılmasına, stratejilerin uygulanmasında ihtiyaç duyulan enformasyona erişimin kolay ve ulaşılabilir olmasına, yönetsel tercihleri anlamak ve işletme içinde tüm birimlerin ihtiyaç duyulan enformasyona sahip olabilmesini sağlayacak organizasyonun oluşturulmasına ihtiyaç vardır.

2.2.2. Karar Alma Haklarının Temini

Bilgide meydana gelen hızlı değişim işletmelerin, sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü sağlaması ve başarılı stratejiler uygulamasında, yöneticilerin alacağı kararları daha da önemli hale getirmiştir. İşletmelerin geleceğine yön verecek, etkin ve doğru çözümlerin önünü açacak kararların (zamanında) alınması bir yöneticinin en temel, belki de en zorlu görevlerinden biridir. Kurumların en üst düzey yöneticilerinden en alt düzey çalışanlarına kadar her kademede çalışanlarının hangi karar ve eylemlerden sorumlu olduğunu bildiğinden emin olması, stratejilerin başarılı bir biçimde yürütülmesinde oldukça güçlü bir etkiye sahiptir (Neilson vd., 2008).

Porter (2011), kurum ve kuruluşların strateji planlamasının en başından itibaren çalışanlarının rollerini ve sorumluluklarını tanımlamasıyla şirket stratejilerinde başarıya ulaşabileceğini belirtmektedir. Karar alma hakları, işletme çalışanlarının belirli sorumluluklarının, kararlarının ve

eylemlerinin farkında olacağı kurallar dizisi olarak tanımlanmaktadır (Neilson vd., 2008). Dolayısıyla karar alma hakları ve eylemlerinin belirli olmasıyla birlikte çalışanların sınırları açık ve net bir şekilde belirlemiş olacak (Jones ve Pollitt, 1998) ve karar alma hakları teminiyle ilgili karmaşa ortadan kaldırılmış olacaktır.

Stratejik yönetim literatüründe üç tip karar alma tipi ile karşılaşılmıştır. Bunlar; eylemsel karar alma, yönetsel karar alma ve stratejik kararlar olarak ifade edilmektedir (Ackoff, 1971). Bu üç karar alma tipinin ortak özelliği; işletmelerin, misyon, vizyon ve hedefleri doğrultusunda stratejileri ile uyumlu kaynakların elde edilmesi ve bu kaynakların rekabette avantaj elde edecek biçimde kullanılmasını sağlamaktır (Eren, 2002). Dolayısıyla işletmeler rekabette avantaj sağlayacak yönetsel konularda, yöneticilerinin karar alma haklarının temini ile stratejilerin uygulanmasında başarılı olabileceklerdir (Neilson vd., 2008).

İşletmelerin nitelikli kararlara sahip olması organizasyon içinde tüm çalışanların hangi karar ve eylemlerden sorumlu olduğunu bilmelerinden geçmektedir. Bu doğrultuda stratejilerin yürütülmesinde uygulanacak bazı seçeneklerin elimine edilmesine imkân sağlanarak, etkili bir uygulamanın önü açılacak ve olumsuz maliyetlerin önüne de geçilmiş olacaktır (Miller ve Dess, 1993). Neilson vd. (2008), stratejilerin başarılı bir biçimde uygulanmasında; herkesin sorumlu olduğu karar ve eylemler hakkında iyi düzeyde bir fikre sahip olmasını, kararlar bir kez alındığında nadiren ikinci kez değişime girmesini, aynı işi yapan birimlerin fikir ayrılıklarının ortadan kaldırılmasını ve birimler arasında iş birliği ve destek faaliyetlerinin artırılmasını zorunlu koşullar olarak değerlendirmektedir.

2.2.3. Motive Edici Koşulların Oluşturulması

Günümüz iş yaşamında sürekli ve hızlı bir biçimde meydana gelen değişimler ve belirsizlikler iş görenlerin etkili ve verimli çalışmalarını büyük oranda etkilemektedir. İşletmeler ise iş tatminsizliği ve düşük motivasyona neden olan bu sorunların üstesinden gelebilmek için motive edici (motivatorler) koşullar oluşturmaya başvurmaktadır (Robbins, 1993). Motivatorler kavramının temelinde, çalışanların bilgi ve becerilerini sahip oldukları işe tam olarak vermeleri için işletme tarafından motive edici koşulların oluşturulması ve sağlanması vardır (Küçüközkan, 2015). Motive edici koşullar, çalışanların örgüt amaçları doğrultusunda hareket etmelerini sağlayacak davranışlarını etkilemeye ve işletmeye olan bağlarını güçlendirmeye yönelik oluşturulan şeyler olarak tanımlanmaktadır (Wiley, 1997). Masaaki Imai (2014), yönetici pozisyonlarında çalışanlara sadece sonucu göz önünde bulundurmeyen aynı zamanda insana öncelik veren bir yönetim tarzını önermektedir. Ayrıca çalışanların işlerini yapma tarzlarının iyileştirme çabalarını destekleyerek ve teşvik ederek uzun vadeli motive edici koşulların oluşturulmasının süreç yönetiminde oldukça önemli bir yere sahip olduğunu vurgulamaktadır. Diğer taraftan motive edici koşullar, iş gören ve işletme arasında mantıksal ve duygusal bağlar kurmaya aracılık etmekte, çalışanların performanslarına pozitif katkı sağlayarak organizasyonlarda stratejilerin

başarılı bir şekilde uygulanması ve sonuçlandırılmasında önemli bir etkiye sahip olmaktadır (Neilson vd., 2008).

Çalışanlar organizasyona sağladıkları katkı ve sundukları hizmet karşılığında ihtiyaçlarını karşılayabilmeyi beklerler. Bu beklenti çalışanların davranışlarını ve motivasyonlarını etkileyen ve yön veren bir unsur olarak organizasyon stratejilerinin başarısını etkilemektedir (Mirze, 2002). Bu bağlamda işletmeler, çalışanlarının iş hedefleri doğrultusunda etkin ve verimli çalışmaları için teşvik edici bir çalışma ortamı sağlamayı hedeflemektedirler (Koçel, 2005). Dolayısıyla motive edici koşullar, çalışanlar ve işletme amaçlarını uyumlaştırarak ekonomik, psiko-sosyal ve yönetsel araçlar ile işletmede verimliliğin yükselmesini, diğer yandan ise çalışanların işletmeden bekledikleri doyumun artmasını sağlamaktadır (Brislin vd., 2005; Mahaney ve Lederer, 2006).

Neilson vd. (2008), stratejilerin başarılı bir biçimde uygulanabilmesi için işletme ve çalışanlarının ihtiyaçlarının tatmin ile sonuçlanmasını sağlayan motive edici koşulları: performans vaatleri, görevlerin yerine getirilmesinde uygulanacak teşvikler, yüksek, orta ve düşük performanslılar arasında terfilerde fark oluşturma, iyi iş çıkaran birimlerin prim vb. maddi kaynaklarla ödüllendirilmesi ve ödemelerin ötesinde motivasyon arttıracak uygulamaların geliştirilmesi ve uygulanması olarak belirtmişlerdir.

2.2.4. Yapısal Düzenlemeler Gerçekleştirme

İşletmelerin, sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayacak ve stratejilerini başarıyla uygulayacak iç mekanizmalarını kurmaları gerekmektedir. İşletmenin belirli amaç ve hedeflere ulaşması için kurduğu bu iç mekanizmalar örgüt yapısını oluşturmaktadır. Örgüt yapısı, bir işletmenin dizaynı ile içinde yer alan organizasyonlar ve çalışanların gruplara ayrılmasıyla oluşan resmi bir format; organizasyon şemalarının belirlenmesi, kurum içi iletişime bağlı ilişkilerin nasıl yürütüleceği ve karar alma sürecinde yetkinin nasıl ve kimler tarafından kullanılacağına belirlenmesi olarak ifade edilmektedir (Covin ve Slevin, 1991).

Rekabetin yoğun olduğu pazarlarında işletmelerin birçoğu rekabet koşullarını başarılı bir biçimde karşılayabilmek ve stratejilerini uygulanabilir hale getirmek için örgütsel yapılarını tamamen veya kısmen yeniden dizayn ettikleri görülmektedir (Van de Ven, 1976). İşletmeler, strateji yürütme ile örgütsel hedefi aksiyona ve alt hedeflere dönüştürürler (Mintzberg, 1994). Dolayısıyla stratejilerin uygulanmasında ihtiyaç duyulan, koordinasyon fonksiyonu nedeniyle örgütsel yapıların strateji ile uyumlu hale dönüştürülmesi önemli bir etkiye sahiptir (Miller, 1986). Bu etkinin temel dayanağı ise Bart (1986) tarafından iki varsayıma dayandırılmıştır. Birincisi, işletme stratejileri ile örgütsel yapı arasındaki ilişki, ikincisi ise işletme stratejilerinin uygulanabilmesi için bir takım yapısal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi varsayımlarıdır. Bu bakış açısına göre, iş tanımlamalarının iyi bir şekilde dizayn edilmesi, enformasyon akışının sağlanması ve ödüllendirme sistemlerinin işletilmesi gibi yapısal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi stratejinin uygulanabilmesi açısından zorunludur (Miller, 1986).

Ayrıca çalışan davranışları üzerinde durulması gerekliliğini savunan bu varsayım, stratejiyi destekleyecek çalışan davranışlarını geliştirmek için de bir takım yönetim aktivitelerinin oluşturulması ve uygulanmasını önermektedir (Wright ve Snell, 1998).

Miller (1986), stratejilerin başarılı bir şekilde yürütülmesinde yapısal düzenlemelerin önemini “yenilikçi bir strateji, mekanik bir örgütsel yapıda nasıl can bulabilir” ifadeleri ile dile getirmiştir. Dolayısıyla hızla gelişen teknolojiler, yoğun rekabet baskıları, bilinçli satın alıcıların artması vb. birçok değişimin ve oluşumun hızla gerçekleştiği pazarlarda yenilikçi stratejilerin uygulanabilmesi için işletmelerin hızla bu değişime ayak uyduracak bir yapıya sahip olması ile mümkündür (Miller, 1986). Değişimlere hızlı ve çevik cevap veren işletme yapıları ise organik yapılar olarak ifade edilmiştir (Bach ve Sisson, 2002).

Neilson vd. (2008), başarılı bir strateji yürütme için örgütsel yapılarda düzenlenmesi gereken bazı faktörler üzerinde yoğunlaşmışlardır. Bunlar; işletmede yapılacak tüm işlerin en ince ayrıntısına kadar bölümlere ayrılması gerektiğini ve aynı amaca hizmet eden tüm faaliyetlerin tek bir yönetici tarafından yürütülmesi gerektiğini savunmuşlardır. Ayrıca bölümler arasında yetki sınırları ayırımının kesin bir biçimde yapılmasını, kimin neyi, ne zaman ve nerede yapması gerektiğini belirleyen normların oluşturulmasını ve farklı hiyerarşik kademeler arasında iletişim bağı kurulmasını ifade etmişlerdir. Son olarak görevlerin yeteneklere uygun olarak dağıtılmasını belirtmişlerdir. Örgütsel yapıda uygulanacak bu değişimler ve iyileştirmeler ile strateji uygulamalarının başarı ile sonuçlanacağını vurgulamışlardır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Yöntemi

Yürütülen bu çalışmada, rekabetçi davranışın ve strateji yürütme üzerindeki etkisini incelemek amaçlanmaktadır. Bu kapsamda araştırma, temel aldığı felsefe ve bakış açısı itibariyle nicel araştırma özelliği taşımaktadır. Veri toplama tekniği olarak anket tekniği tercih edilmiştir. Verilerin sınırlı bir sürede toplanması hedeflendiğinden veri toplama zamanına göre ampirik ve kesitsel (anlık) tekniklerden yararlanılmıştır. Araştırma denek sayısına göre çok denekli (faktöriyel desenli), ölçme ve değerlendirme koşullarına göre karışık desenli bir araştırmadır. Son olarak kullanılan verilerin özelliklerine göre ise birincil verilere dayanmaktadır.

3.2. Araştırmanın Evreni, Örnekleme ve Birimi

Araştırmanın evrenini Sakarya ve Düzce ilinde faaliyetlerini yürüten kurumsal otomotiv işletme bayii yöneticileri oluşturmaktadır. Evrende yer alan yönetici sayısını belirlemek için firma ziyaretleri, e-mail ve telefon görüşmeleri yapılmıştır. Elde edilen bilgiler sonucunda Düzce ilinde faaliyet yürüten 11 adet bayide görev yapan 137 yönetici ve Sakarya ilinde faaliyet yürüten 15 adet bayide görev yapan 155 yönetici, toplamda ise 292 alt, orta ve üst düzey yönetici araştırma evreni olarak belirlenmiştir.

Araştırma birimini ise, Düzce ve Sakarya ilinde faaliyet yürüten kurumsal otomotiv işletme bayilerinin yönetim departmanlarında çalışan yöneticiler oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında evrenin tamamına erişilmek istenmiş ve Sakarya ilinde 155 Düzce ilinden 137 toplamda 292 yöneticinin tamamı örnekleme dâhil edilmiştir. Araştırma veri toplama sürecinde ise zaman, maliyet ve ulaşım kısıtları altında 292 yönetici arasından 196 yöneticiye anket uygulanabilmiştir. Toplanan anketlerden 11 anket içsel tutarlılık açısından sorunlu olduğu için veri setinden çıkartılmıştır. Sonuçta veri seti toplam 185 anket çalışmasından oluşmuştur. Sekaran (2016) tarafından formüle edilen evren sayısına göre örneklem büyüklüğünün belirlendiği örneklem hesaplama tablosuna göre 292 birimlik evren büyüklüğüne sahip araştırmalar için 165 birimlik veri setine ulaşılması evreni temsil edebilecek düzeydedir (Sekaran ve Bougie, 2016). Dolayısıyla araştırma kapsamında ulaşılan 185 katılımcıdan elde edilen veri seti, evreni temsil edebilecek düzeydedir. Anketlerin %53'ü Sakarya, %47'si Düzce ilindeki otomotiv işletmelerden toplanmıştır.

3.3. Araştırmanın Veri Toplama Tekniği ve Kullanılan Ölçekler

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anketlerin uygulanmasında ise telefon, google forms, e-mail ve yüz yüze anket doldurma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında 185 yöneticiden 34'ü ile yüz yüze (%18.48), 40'ı ile telefonda görüşme yaparak (%21,74), 50'si ile mail yoluyla (%27,74) son olarak 61'i ile google forms (%32,61) üzerinden veriler elde edilmiştir. Anket, 2020 yılı itibarıyla faaliyetlerine devam eden Düzce ve Sakarya illerindeki kurumsal otomotiv işletmelerine, 01.03.2020 - 20.05.2020 tarihleri arasında uygulanmıştır. Ankete katılan yöneticilere, kişisel bilgi formunu eksiksiz ve doğru, rekabetçi davranış ve strateji yürütme sorularını ise dikkatli ve gerekli titizliği göstererek cevaplamaları rica edilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket formu; demografik özellikler, rekabetçi davranış ve strateji yürütme ile ilgili sorular olmak üzere üç bölümden oluşturulmuştur. Anket formunda kullanılan ölçekler literatürde yaygın olarak kullanılan güvenilirliği ve geçerliği test edilen ölçeklerdir. Rekabetçi davranış ölçeği için Kuester vd., 1999; Ferrier vd., 2002; Gurnani vd., 2007; Gnyawali vd., 2006; Vroom ve McCann 2010 ve Xu, 2011 araştırmaları temel alınarak Ağraş ve Kılınç (2011) tarafından geliştirilen ölçek model alınmış ve sektör özellikleri dikkate alınarak ölçek ifadelerine ekleme, çıkarma ve düzenleme yapılarak 22 ifadeden oluşan karma bir ölçek oluşturulmuştur. Strateji yürütme unsurlarını ölçmede ise Neilson vd., (2008) tarafından geliştirilen 17 ifadeden oluşan dört boyutlu başarılı strateji yürütmenin unsurları ölçeği ve buna ek olarak sektörel özellikler ve ülkemizin kültürel özellikleri göz önünde bulundurularak 5 ifade literatüre dayalı olarak eklenmiş ve toplamda 22 ifadede bir ölçek elde edilmiştir. Son olarak ifadelerin cevaplandırılmasında 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır. Oluşturulan 5'li likert ölçeğinde; (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Orta Düzeyde Katılıyorum, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle Katılıyorum şeklinde derecelendirme kriterlerine yer verilmiştir.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Yürütülen araştırma içerik ve kapsam açısından ve metodolojik açıdan bazı sınırlılıklar barındırmaktadır. İçerik ve kapsam açısından sınırlılık; başarılı strateji yürütmeyi etkileyen birçok değişken olmasına rağmen araştırmamız kapsamında yalnızca rekabetçi davranış ele alınmıştır.

Metodolojik açıdan ise; araştırmanın evrenini oluşturan Sakarya ve Düzce illerindeki otomotiv işletme bayilerinde çalışmakta olan yöneticilerin değişkenler konusundaki eğilimleri üzerinden etkileşim ölçülmeye çalışılmış, diğer şehir veya bölgelerdeki çalışanların bakış açıları yansıtılamamıştır. Ayrıca araştırma birimi olarak belirlenen Düzce ve Sakarya illerindeki yalnızca kurumsal otomotiv işletme bayileri ve yönetim kademelerinde görev yapmakta olan alt, orta ve üst düzey yöneticilere anket uygulanmış, diğer çalışanlarına uygulanmamıştır.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan otomotiv yöneticilerinin demografik özelliklerine göre önemli bir kısmı 36-45 yaş aralığında (%42,7), büyük bir çoğunluğu evli (%79,5) ve erkeklerden (%63,2) oluşmaktadır. Yöneticilerin eğitim düzeyleri çoğunlukla lisans (%73) ve yüksek lisans (%22,7) seviyesindedir. Araştırmaya katılan yöneticilerin işletmelerde çalıştıkları departmanlara göre ise büyük bir çoğunluğu pazarlama ve satış (%35,7) birimlerinde çalışırken bunu sırayla; yönetim (%19,5), insan kaynakları (18,9) ve muhasebe ve finansman (%13) ile halkla ilişkiler (%13) departmanları takip etmektedir. Katılımcıların gelir durumlarına göre önemli bir kısmının (%45,4) gelir durumu 6.501,00 TL'dir. Son olarak katılımcıların mesleki tecrübeleri ise 6-10 yıl arasında (%29,2) ve 11-15 yıl (%27) arasındadır.

4.2. Açımlayıcı Faktör Analizi Bulguları

Literatür incelendiğinde bir değişkene ilişkin ölçeğe ait yapı geçerliliğini incelemek ve ölçeğin faktör yapısını ortaya çıkarmak için açımlayıcı faktör analizinin kullanıldığı görülmektedir (Büyüköztürk vd., 2017). Bu araştırmada, otomotiv sektöründe işletmelerin sergiledikleri rekabetçi davranış tarzları ve tercih ettikleri stratejileri başarılı bir şekilde uygulamak (yürütmek) için önem verdikleri konuları tespit etmek amacıyla açımlayıcı (keşifsel) faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Öncelikle Rekabetçi davranış tarzlarını belirlemek amacıyla yapılan açımlayıcı faktör analizi yapılmıştır. Sonuçlar tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Rekabetçi Davranış Tarzları Açımlayıcı Faktör Analizi

Faktörler	Değişkenler	Faktör Ortak Varyansı	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Öz Değer
<i>İşbirlikçi Rekabetçi Davranış</i>	RD16	0,603	0,791	33,321%	5,998
	RD13	0,612	0,779		
	RD12	0,620	0,772		
	RD11	0,604	0,756		
	RD15	0,645	0,750		

	RD10	0,595	0,726		
	RD14	0,555	0,723		
	RD9	0,476	0,666		
Agresif Rekabetçi Davranış	RD1	0,662	0,781	13,671%	2,461
	RD7	0,631	0,771		
	RD5	0,630	0,761		
	RD6	0,599	0,749		
	RD2	0,605	0,746		
	RD4	0,566	0,745		
	RD22	0,567	0,753		
Savunmacı Rekabetçi Davranış	RD21	0,553	0,724	12,131%	2,184
	RD18	0,570	0,721		
	RD19	0,548	0,721		
Değerlendirme Kriterleri	<u>Kaiser-Meyer-Olkin (Örneklem Yeterliliği): ,878. Yaklaşık Ki Kare Değeri: 1437,843. Bartlett's Test of Sphericity: ,000. Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi. Açıklanan Varyans Toplam: 59,123</u>				

Tablo 1'deki faktör analizi sonuçları incelendiğinde, katılımcıların rekabetçi davranış tarzları algılarına yönelik 18 önermenin faktör analizine uygun olduğu görülmektedir (KMO değeri 0,60'dan yüksek (0,87), Barlett testi sonucu anlamlı (Sig.=0,00; p<0,001). Faktör analizi için temel bileşenler analizi ve döndürme tekniği kullanılmıştır. Tabachnick ve Fidell (2007) önermelere ilişkin eşdeğerliliğin (communalities) 0,32 ve daha üzerinde olması gerekmektedir. Bu bağlamda düşük eşdeğerlilik (faktör ortak varyansı) gösteren ifadeler ölçekten çıkartılmıştır. Analize dâhil edilen 22 ifadeden; RD3 (Sürekli yenilikçi hizmetler ortaya koyarak rekabet ederiz), RD8 (Rekabet ortamı bizi rakiplerimizle işbirliği yapmaya zorlamaktadır), RD17 (Rakiplerimiz bir yenilik yaptıktan sonra ancak biz bir yenilik yaparız, risk almaya gerek yok), RD20 (Rekabette mevcut pazar payımızı korumak bizim için yeterlidir) ifadeleri düşük eşdeğerlilik ve birden fazla faktörde binişik faktör yükü verdikleri için yapıdan çıkartılmış ve geriye kalan 18 ifade 3 faktör altında toplanmıştır. Bu faktörlerin ölçeğe ilişkin açıkladıkları toplam varyans %59.123'tür. Ortaya çıkan 3 faktörün birlikte, varyansın çoğunu açıkladığı görülmüştür. Diğer taraftan analiz sonuçlarına göre elde edilen faktörlerin her birine ait önermelerin faktör yüklerinin oldukça yakın aralıklarda olduğu görülmektedir. Faktör yüklerinin yakın aralıkta olması içsel tutarlılığının oldukça iyi olduğunu göstermektedir. Bu analiz sonucunda otomotiv işletmeleri yöneticilerinin rekabetçi davranış tarzlarını 3 farklı boyutta algıladıkları söylenebilir. Bu boyutlar arasından rekabetçi davranışı en iyi düzeyde temsil eden boyut işbirlikçi rekabetçi davranışdır. Bu faktörü sırayla; agresif rekabetçi davranış ve savunmacı rekabetçi davranış takip etmektedir.

Araştırma kapsamında açımlayıcı (keşifsel) faktör analizi yapılan bir diğer değişken ise stratejisi yürütme değişkenidir. Otomotiv işletmelerin tercih ettikleri strateji yürütme unsurlarını, yöneticilerin algıları çerçevesinde belirlemeye çalışan ilgili faktör analizi sonuçları tablo 2'de sunulmaktadır.

Tablo 2. Strateji Yürütme Unsurları Açımlayıcı Faktör Analizi

Faktörler	Değişkenler	Faktör Ortak Varyansı	Faktör Yükleri	Açıklanan Varyans	Öz Değer
Karar Alma Hakları - Motive Edici Koşullar	SY11	0,499	0,671	27,748%	4,995
	SY15	0,405	0,621		

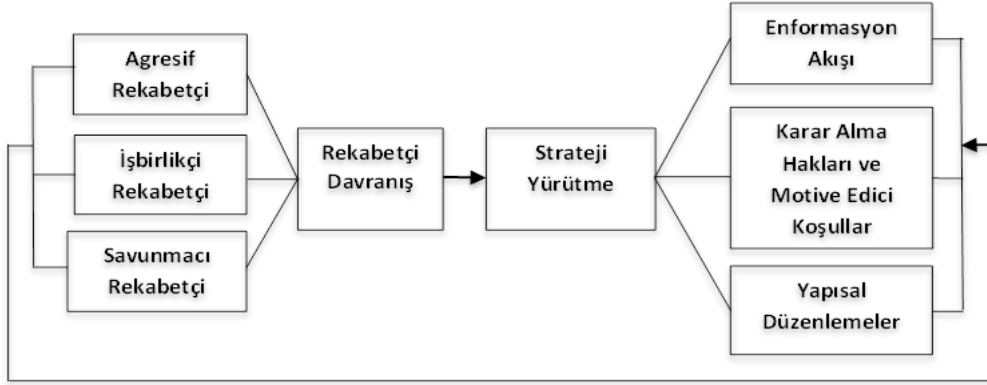
	SY12	0,411	0,597		
	SY9	0,403	0,594		
	SY13	0,397	0,585		
	SY10	0,408	0,580		
	SY8	0,410	0,542		
	SY6	0,364	0,490		
Yapısal Düzenlemeler	SY18	0,534	0,694	10,703%	1,927
	SY21	0,524	0,692		
	SY20	0,489	0,657		
	SY17	0,485	0,633		
	SY19	0,421	0,627		
	SY22	0,464	0,597		
Enformasyon Akışı	SY5	0,576	0,738	7,796%	1,403
	SY3	0,533	0,719		
	SY1	0,573	0,704		
	SY4	0,429	0,584		
Değerlendirme Kriterleri	<u>Kaiser-Meyer-Olkin (Örneklem Yeterliliği): ,830. Yaklaşık Ki Kare Değeri: 853,352. Bartlett's Test of Sphericity: ,000. Çıkarım Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi. Açıklanan Varyans Toplam: 46,247</u>				

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların strateji yürütme unsurlarına ilişkin algılarına yönelik 18 önermenin faktör analizine uygun olduğu görülmektedir (KMO değeri 0,60'dan yüksek (0,83), Barlett testi sonucu anlamlı (Sig.=0,00; p<0,001). Faktör analizi için temel bileşenler analizi ve döndürme tekniği kullanılmış, düşük eşdeğerlik gösteren (0,32'nin altı) ölçekten çıkartılmıştır. Analize dâhil edilen 22 ifadeden 4 ifade; SY2 (Enformasyon kurumsal sınırlar içinde serbestçe akar), SY7 (İşletmemizde karar hakları açık ve net bir şekilde tanımlanmıştır), SY14 (Terfilerde bireysel iş değerlendirmesi sürecimiz "yüksek, orta ve düşük" performansçılar arasında fark oluşturur), SY16 (Ödemelerin ötesinde birçok başka motive edici etkenler, çalışanları iyi iş çıkarmaya teşvik eder) düşük eşdeğerlilik ve birden fazla ifadede binişik (çakışan) faktör yükü vermeleri gerekçesi ile yapıdan çıkartılmıştır. Çıkarılan ifadelerden sonra geriye kalan 18 ifade 3 faktör altında toplanmıştır. Sosyal bilimlerde yapılan analizlerde açıklanan varyansın 0,40-0,60 oranları arasında olmasının yeterli olacağı ifade edilmektedir (Tavşancıl, 2002). Bu faktörlerin ölçeğe ilişkin açıkladıkları toplam varyans %46,247'dir. Dolayısıyla ortaya çıkan 3 faktörün birlikte varyansı yeterli düzeyde açıkladığı söylenebilir. Ayrıca faktör yüklerinin yakın aralıkta olması faktörlerin içsel tutarlılığının oldukça iyi olduğunu göstermektedir. Yapısal düzenlemeler ve enformasyon akışının sağlanması boyutlarının ayrı yapılar oluşturması konuya ilişkin literatürle (strateji yürütme boyutları) uyuşmakta iken karar alma haklarının temini ve motive edici koşulların oluşturulması boyutlarının tek faktör altında birleştikleri ve literatürle farklılık arz ettikleri görülmektedir. Bu kapsamda otomotiv işletme bayii yöneticilerinin strateji yürütmede en çok önem verdikleri ve üzerinde durdukları unsurları 3 farklı boyutta algıladıkları söylenebilir. Bu boyutlardan strateji yürütme unsurlarını en iyi düzeyde temsil eden boyut karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulması boyutu olmuştur. Bu faktörü sırasıyla; yapısal düzenlemeler gerçekleştirme ve enformasyon akışının sağlanması boyutları takip etmektedir.

4.3. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

“Rekabetçi Davranış” ve “Strateji Yürütme” literatürüne bağlı olarak tasarlanan araştırma modeli, rekabetçi davranışı temsil eden 3 bağımsız değişken: agresif rekabetçi davranış, işbirlikçi rekabetçi davranış ve savunmacı rekabetçi davranış; ve strateji yürütmeyi temsil eden 3 bağımlı değişken: enformasyon akışının sağlanması, karar alma haklarının temini-motive edici koşulların oluşturulması ve yapısal düzenlemeler gerçekleştirme olmak üzere toplamda 6 değişken ve bu değişkenler arasındaki etkiyi açıklayacak şekilde oluşturulmuştur. Araştırma kapsamında strateji yürütme ile ilgili faktör analizi sonucuna bağlı olarak strateji yürütme değişkeninin boyut sayısı 4 boyuttan 3 indiği için model 3 boyut üzerinden kurgulanmış, analizler bu kapsamda gerçekleştirilmiştir. Tasarlanan araştırma modelinde yer alan tüm ilişkiler serbest bırakılmış, modelde yer alan toplam dokuz ilişkinin tamamı etkileme düzeyi ve yönü itibariyle incelenmiştir. Araştırma modeli şekil 1’de sunulmaktadır.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Araştırmanın hipotezlerinin geliştirildiği bu aşamada, araştırmanın ikinci bölümünde yer alan literatür ve değişkenlerin özellikleri arasındaki ilişkiler literatüre dayalı tartışılmıştır. Bu tartışma çerçevesinde ve araştırma modeli dikkate alınarak keşifsel hipotezler oluşturulmuştur.

Yöneticiler yoğun rekabet baskıları karşısında stratejilerini başarılı bir şekilde yürütmeye çalışırken işletmelerini hayatta tutabilmek için farklı yönetim metotları uygulamasalar da rekabetçi baskıların yoğun olduğu pazarlarda başarılı stratejiler yürütebilmeleri için belirgin ve baskın rekabetçi davranışlara sahip olmaları gerekmektedir. Rekabetçi davranışların özünde, işletmelerin kaynaklarını rakipleriyle karşılaştırarak, rakibi iyi analiz etme ve saldırıdaki zayıf yönleri hakkında bilgi toplayarak stratejilerini bu bilgiler ışığında hızla gerçekleştirmesi vardır (Morgan ve Strong, 2003). Bu kapsamda stratejilerin etkin bir şekilde uygulanabilmesini etkileyen unsurların oluşturulmasında yöneticilerin rekabeti nasıl algıladıkları ve rekabet ederken nasıl bir davranış sergiledikleri oldukça önemlidir (Gnyawali vd., 2006). Dolayısıyla yöneticilerin strateji yürütme unsurları üzerinde yapacakları düzenlemeleri ve geliştirmeleri, sahip oldukları rekabetçi davranışlar ile hizalamalıdır. Rekabetçi davranış tarzları ile strateji yürütme unsurları ilişkilendirildiğinde;

Agresif rekabet davranışının baskın olduğu işletmelerde; sürekli yenilikçi ürün ve hizmetler üzerinde odaklanma ve rakiplerin hamlelerini bozarak onların pazar paylarını azaltmaya yönelik sert müdahaleler vardır (Covin ve Covin, 1990). Pazarın büyük bir bölümüne sahip olmak için rakiplerin zayıf noktaları üzerine oldukça saldırgan ve acımasız hamleler yapmak en karakteristik özellikleridir. Agresif rekabetçi davranışın ölçüsü ise kaynakların rakiplerden daha hızlı kullanılması, geliştirilmesi ve rekabetçi aksiyonların yoğunluğu ve bu aksiyonlarının genişliği ile ilgilidir (Clark ve Montgomery, 1998). Günümüz pazarlarında, stratejilerin başarılı bir şekilde yürütülmesine, satış büyümesine ve kârlılığın performans getirilerine sahip olabilmek için agresif rekabetçi davranışlar önerilmektedir (Covin ve Slevin, 1991; Zahra, 1993). Ayrıca agresif davranış, hedefin rakipleri piyasadan uzaklaştırmak olduğu girişimci bir stratejik duruş; üst yönetim tarafından güçlü bir risk alma eğilimi ve yenilikçi faaliyetlere yönelme ile karakterizedir (Lumpkin ve Dess, 2001). Dolayısıyla agresif rekabetçi davranış tarzının, strateji yürütme unsurlarından enformasyon akışının sağlanması, karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulması ve yapısal düzenlemelerin gerçekleştirilmesi üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir. Bu bilgiler ışığında; **H1_{a,b,c}**; “Agresif rekabetçi davranış tarzı; a) enformasyon akışının sağlanması, b) karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulması ve c) yapısal düzenlemeler gerçekleştirme üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir” şeklinde oluşturulmuştur.

İşbirlikçi rekabetçi davranışın görüldüğü işletmelerde, pazarda güç dengesini sağlamak ve baskı gruplarını denetim altında tutabilmek temel amaçlardan biridir (James, 1989). İş birliği yaparak işletmeler, rekabetçi yeteneklerini güçlendirebilecek, riskleri paylaşımı yapabilecek, pazarda baskı gruplarını kontrol altında tutarak güç dengesi kurabilecek ve değerli kaynaklara ulaşabileceklerdir. (Gynwali ve Madhavan, 2006). Ayrıca işbirlikçi davranış ile organizasyon yetenekleri geliştirilerek pazar konumunu korumada avantaj elde edilmektedir (Bengtsson, 1999). Dolayısıyla işbirlikçi rekabetçi davranışının; enformasyon akışının sağlanması, karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulması ve yapısal düzenlemeler gerçekleştirilmesi unsurları üzerinde etkili olacağı düşünülmektedir. Bu bilgiler ışığında; **H2_{a,b,c}**; “İşbirlikçi rekabetçi davranış tarzı; a) enformasyon akışının sağlanması, b) karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulması ve c) yapısal düzenlemeler gerçekleştirme üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir” şeklinde oluşturulmuştur.

Savunmacı rekabetçi davranışa sahip işletmeler, rekabet avantajı ve üstünlüğü sağlayacak kararları alırken çevrede meydana gelen değişimler doğrultusunda harekete geçerler (James, 1989). Bu işletmelerin en belirgin özellikleri; rekabetçi hamleler karşısında bekle gör taktiği uygulamaları (Kılınç, Öncü ve Taşgit, 2012), rakipleri yenilik yaptığında yenilik yapmaya çalışmalarını ve rakiplerinden bir baskı gelene kadar kabuğuna çekilip beklemeleridir (Karimi vd., 1996). Ayrıca dar bir pazara odaklanarak sınırlı sayıda mal ve hizmet üreterek varlıklarını sürdürmeye çalışırlar (Morgan ve Strong, 2003). Dolayısıyla risk almaktan kaçınarak, rekabetçi çevre tarafından baskı altında kaldığında harekete geçmeyi ve stratejilerinde değişiklik yapmayı seçerler (Frese vd., 2002). Bu kapsamda savunmacı rekabetçi davranışın baskın olduğu işletmelerde strateji yürütme unsurlarından yalnızca enformasyon

akışının sağlanması üzerinde durulacağı düşünülmektedir. Bu bilgiler ışığında; **H3_{a,b,c}**; “Savunmacı rekabetçi davranış tarzı; a) enformasyon akışının sağlanması üzerinde pozitif bir etkiye, b) karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulması ve c) yapısal düzenlemeler gerçekleştirme üzerinde negatif bir etkiye sahiptir” şeklinde oluşturulmuştur.

4.4. Betimleyici İstatistikler

Araştırmanın bu aşamasında değişkenlerle ilgili betimleyici istatistikler değerlendirilmiştir. Her bir değişkene ait ortalama, standart sapma, güvenilirlik katsayıları, soru sayıları ve kullanılan ölçek düzeyleri ile ilgili sonuçlar tablo 3’te sunulmaktadır.

Tablo 3. Değişkenlerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalamalar	Standart Sapmalar	Soru Sayısı	Güvenilirlik Katsayıları	Ölçek Düzeyi
<i>Agresif Rekabetçi Davranış</i>	4,3288	0,66245	6	,870	5
<i>İşbirlikçi Rekabetçi Davranış</i>	4,1230	0,65725	8	,896	5
<i>Savunmacı Rekabetçi Davranış</i>	3,8649	0,60679	4	,713	5
<i>Karar Alma Hakları ve Motive Edici Koşullar</i>	4,4681	0,42351	8	,774	5
<i>Enformasyon Akışı</i>	4,4667	0,45967	6	,664	5
<i>Yapısal Düzenlemeler</i>	4,4784	0,45988	4	,761	5

Tablo 3’teki değişkenlere yönelik tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde otomotiv işletmesi bayii yöneticilerinin en baskın rekabetçi davranış tarzının agresif rekabetçi davranış (ort: 4,32), en fazla önem verdikleri strateji yürütme unsuru ise yapısal düzenlemeler gerçekleştirme (ort: 4,47) faktörü olduğu görülmektedir. Değişkenlere yönelik güvenilirlik katsayıları, literatüre göre geçerli (α : 0.60 veya üzeri) sayılan düzeydedir. Bu bulgular ışığında araştırmaya yönelik kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğu görülmektedir.

4.5. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

Çoklu doğrusal regresyon analizi ile değişkenler arasındaki etkileşimler belirlenmiş ve hipotezleri test edilmiştir. Analiz kapsamında ilk olarak rekabetçi davranış tarzlarının, strateji yürütme unsurlarından *enformasyon akışının sağlanması (EAS)* üzerindeki etkisi incelenmiştir. İlgili sonuçlar tablo 4’de sunulmaktadır.

Tablo 4. Rekabetçi Davranış Tarzları - EAS Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	Standart Hata _B	β	t	p	İkili r	Kısmi r	Tol.	VIF
(Sabit)	3,226	,313	-	10,312	,000				
<i>Agresif Rekabetçi Davranış</i>	,042	,052	,061	,813	,418	,060	,055	,830	1,204
<i>İşbirlikçi Rekabetçi Davranış</i>	,262	,052	,375	5,023	,000	,350	,342	,830	1,205
<i>Savunmacı Rekabetçi Davranış</i>	-,003	,052	-,004	-,056	,955	-,004	-,004	,998	1,002

Bağımlı Değişken: *Enformasyon Akışının Sağlanması*
R: ,404 - R²: ,277 - F: 11,749 - p: ,000 - Durbin-Watson: 2,019

Tablo 4 incelendiğinde yordayıcı değişken ile bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar; agresif rekabetçi davranış (r: ,060) pozitif ve düşük düzeyde, işbirlikçi rekabetçi davranış (r: ,350) ile pozitif ve orta düzeyde bir ikili korelasyon olduğu ve savunmacı rekabetçi davranış (r: -,004) ile EAS arasında negatif ve düşük düzeyde bir ikili korelasyon olduğu görülmektedir. Durbin-Watson katsayısı (2,019) bağımsız değişkenler ile hata terimleri arasında sorunlu bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Tolerance değerlerine 0,20'den yüksek olduğu ve VIF değerleri 10'dan yüksek olmadığı için yordayıcı değişkenler arasında çoklu bağlantılığın olmadığı görülmektedir. Diğer taraftan rekabetçi davranış tarzları birlikte, EAS boyutu ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki (R: ,404, R²: ,277, sig: ,000) vermekte ve EAS boyutundaki toplam varyansın %27'sini açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayılarına (β) göre, rekabetçi davranış tarzlarının EAS üzerindeki görece önemi sırasıyla işbirlikçi rekabetçi davranış, agresif rekabetçi davranış ve savunmacı rekabetçi davranış şeklindedir. Rekabetçi davranış tarzlarının strateji yürütmenin EAS boyutu üzerindeki etkisi incelendiğinde ve regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonucuna göre; işbirlikçi rekabetçi davranış, EAS üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahipken (p: ,000), agresif rekabetçi davranış (p: ,418) ve savunmacı rekabetçi davranış (p: ,955) anlamlı bir etkiye sahip değildir. Bu bilgiler ışığında; "H2_a: İşbirlikçi rekabetçi davranış, EAS üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir" hipotezi kabul edilirken, "H1_a: Agresif rekabetçi davranış, EAS üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir" hipotezi ve "H3_a: Savunmacı rekabetçi davranış, EAS üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir" hipotezleri reddedilmiştir.

Analiz kapsamında ikinci olarak rekabetçi davranış tarzlarının strateji yürütme unsurlarından karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulması (KAH-MEKO) boyutu üzerindeki etkisi incelenmiştir. Değişkenler arasındaki nedensel ilişki ile ilgili sonuçlar tablo 5'te sunulmaktadır.

Tablo 5. Rekabetçi Davranış Tarzları – KAH-MEKO Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	Standart Hata _B	β	t	p	İkili r	Kısmi r
(Sabit)	3,395	0,285		11,932	,000		
<i>Agresif Rekabetçi Davranış</i>	,006	,047	,010	,138	,891	,010	,009
<i>İşbirlikçi Rekabetçi Davranış</i>	,272	,048	,422	5,725	,000	,392	,385
<i>Savunmacı Rekabetçi Davranış</i>	-,020	,047	-,028	-,422	,673	-,031	-,028

Bağımlı Değişken: *Karar Alma Hakları ve Motive Edici Koşulların Oluşturulması*
R: ,428 - R²: ,183 - F: 13,536 - p: ,000 - Durbin-Watson: 2,035

Tablo 5 incelendiğinde bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar; agresif rekabetçi davranış (r:,010) pozitif ve düşük, işbirlikçi rekabetçi davranış (r:,392) pozitif ve orta düzeyde KAH-MEKO arasında bir ikili korelasyon olduğu, savunmacı rekabetçi davranış (r:-,031) ile KAH-MEKO arasında düşük düzeyde negatif yönlü bir ikili korelasyon olduğu görülmektedir. Durbin-Watson katsayısı (2,035) bağımsız değişkenler ile hata terimleri arasında sorunlu bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Diğer taraftan rekabetçi davranış tarzları birlikte, KAH-MEKO boyutu üzerinde orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki (r:,428, R²: ,183, sig: ,000) vermekte ve KAH-MEKO boyutunda toplam varyansın %18'sini açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayılarına (β) göre, rekabetçi davranış tarzlarının KAH-MEKO üzerindeki görelî önem sırası: işbirlikçi rekabetçi davranış, savunmacı rekabetçi davranış ve agresif rekabetçi davranış şeklindedir. Rekabetçi davranış tarzlarının strateji yürütmenin KAH-MEKO boyutu üzerindeki etkisi incelendiğinde ve regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonucuna göre; işbirlikçi rekabetçi davranışIN (p:,000) KAH-MEKO üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi olduğu, agresif rekabetçi davranış (p:,891) ve savunmacı rekabetçi davranış (p:,673) tarzlarının ise anlamlı bir etkiye sahip olmadıkları görülmektedir. Bu bilgiler ışığında; “H_{2b}: İşbirlikçi rekabetçi davranış, KAH-MEKO boyutu üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir” hipotezi kabul edilirken, “H_{1b}: Agresif rekabetçi davranış, KAH-MEKO üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir” hipotezi ve “H_{3b}: Savunmacı rekabetçi davranış, KAH-MEKO üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir” hipotezleri reddedilmiştir.

Analiz kapsamında son olarak rekabetçi davranış tarzlarının strateji yürütme unsurlarından *yapısal düzenlemeler gerçekleştirme (YDG)* boyutu üzerindeki etkisi incelenmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkilerle ilgili sonuçlar tablo 6'da sunulmaktadır.

Tablo 6. Rekabetçi Davranış Tarzları – YDG Çoklu Regresyon Analizi

Değişkenler	B	Standart Hata _B	β	t	p	İkili r	Kısmi r
(Sabit)	2,892	,317		9,137	,000		
<i>Agresif Rekabetçi Davranış</i>	,182	,052	,262	3,471	,001	,250	,239
<i>İşbirlikçi Rekabetçi Davranış</i>	,113	,053	,162	2,144	,033	,157	,148
<i>Savunmacı Rekabetçi Davranış</i>	,083	,052	,109	1,584	,115	,117	,109

Bağımlı Değişken: *Yapısal Düzenlemeler Gerçekleştirme*
R: ,377 - R²: ,142 - F: 9,993 - p: ,000 - Durbin-Watson: 2,197

Tablo 6 incelendiğinde bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki ikili ve kısmi korelasyonlar; agresif rekabetçi davranış (r: ,250), işbirlikçi rekabetçi davranış (r: ,157) ve savunmacı rekabetçi davranış (r: ,117) ile YDG arasında pozitif ve düşük düzeyde ikili bir korelasyon olduğu görülmektedir. Durbin–Watson katsayısı (2,197) bağımsız değişkenler ile hata terimleri arasında sorunlu bir ilişkinin olmadığını göstermektedir. Diğer taraftan rekabetçi davranış tarzları birlikte, YDG boyutu ile orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki (r: ,377, R²: ,142, sig: ,000) vermekte ve YDG boyutunun toplam varyansının %14’ünü açıklamaktadır. Standardize edilmiş regresyon katsayılarına (β) göre, rekabetçi davranış tarzlarının YDG üzerindeki görelî önem sırası: agresif rekabetçi davranış (β : ,262), işbirlikçi rekabetçi davranış (β : ,162) ve savunmacı rekabetçi davranış (β : ,109) şeklindedir. Rekabetçi davranış tarzlarının strateji yürütmenin YDG boyutu üzerindeki etkisi incelendiği ve regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonucuna göre; agresif rekabetçi davranış (p: ,001) ve işbirlikçi rekabetçi davranış (p: ,033) tarzlarının YDG üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkiye sahip oldukları, savunmacı rekabetçi davranış (p: ,115) tarzının ise anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. Bu bilgiler ışığında; ‘‘H1c: Agresif rekabetçi davranış, YDG üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir’’ ve ‘‘H2c: İşbirlikçi rekabetçi davranış, YDG üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir’’ hipotezleri kabul edilirken, ‘‘H3c: Savunmacı rekabetçi davranış, YDG üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir’’ hipotezi reddedilmiştir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde sonuçlar tartışılmıştır. Öncelikle araştırmaya katılan otomotiv işletme bayii yöneticilerinin demografik özelliklerine göre değerlendirme yaptığımızda, araştırmaya katılan yöneticilerin önemli bir çoğunluğunun 36-45 yaş aralığında, öğrenim durumlarına göre lisans ve lisansüstü düzeyinde eğitime sahip oldukları görülmüştür. Ayrıca yöneticilerin çoğunluğunun pazarlama ve satış birimlerinde ve 6-10 ve 11-15 yıl arasında mesleki tecrübeye sahip oldukları tespit edilmiştir. Araştırma bu demografik özelliklere ait yöneticilerin bakış açılarını yansıtmaktadır. Bu sonuçlar otomotiv sektörünün özellikleri ile birlikte düşünüldüğünde; sektördeki yoğun rekabet, her geçen gün hızla değişen teknolojiler ve müşteri beklentilerinin karşılanabilmesinde genç yöneticilerden daha çok

sektörde belirli bir tecrübe ve deneyime sahip orta yaş grubu yöneticilerin görev aldığı söylenilebilir. Araştırma Düzce ve Sakarya illerindeki otomotiv işletme bayilerinin rekabetçi davranış tarzlarını ve strateji yürütmeye yönelik en çok üzerinde durdukları ve önem verdikleri unsurları yansıtmaktadır. Ayrıca uygulamaya yönelik öneriler de daha çok bu otomotiv işletme bayilerini ilgilendirir niteliktedir. Dolayısıyla araştırma kapsamında ulaşılan sonuçların bu sınırlılıklar çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Yapılan betimleyici istatistikler çerçevesinde Düzce ve Sakarya illerindeki otomotiv işletme bayii yöneticilerinin rekabetçi davranışlarını en iyi temsil eden davranışların; agresif ve işbirlikçi rekabetçi davranışlar olduğu ve savunmacı rekabetçi davranışın ise yüksek orta düzeyde tercih edildiği görülmektedir. Yöneticilerin rekabet ederken en çok tercih ettikleri rekabet davranışının agresif rekabetçi davranışın olmasında otomotiv sektörünün yoğun bir rekabet ortamında rakiplerin sürekli olarak birbirinin rekabet hamlelerini takip etmesi ve karşı hamle üreterek başa çıkma mücadelesinin yoğunluğu ve buna bağlı olarak saldırgan davranışlar sergilemelerinin olması söylenebilir. Ayrıca işbirlikçi rekabetçi davranışlar ile bu işletmelerin rekabet ederken aynı anda işbirlikleri kurarak rekabetçi güçler karşısında güç birliği, uzun vadeli rekabet avantajları sağlama ve risk paylaşımı yaptıkları da söylenebilir. Bu sonuçlara neden olarak otomotiv sektörünün dinamik ve hızlı değişen bir yapıya sahip olması gösterilebilir. Ulaşılan bu sonuçlar değişimin hızlı yaşandığı sektörlerde, işletmelerin rekabetçi avantaj elde etmeleri için agresif rekabetçi davranışlar sergileme ile pazarda öncü olmaya odaklanmasını (Covin ve Slevin, 1991; Zahra, 1993) ve iş birliğine dayalı uzun vadeli performanslara odaklanması gerekliliği (Lado vd., 1997) bilgilerini teyit etmiştir.

Otomotiv işletme bayii yöneticilerinin başarılı strateji yürütme unsurlarından en fazla önem verdikleri ve üzerinde durdukları unsurları belirlemek için yapılan betimsel istatistikler değerlendirildiğinde; yapısal düzenlemeler gerçekleştirme (YDG) unsurunun en fazla üzerinde durulduğu görülmektedir. Karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulmasına (KAH-MEKO) ile enformasyon akışının sağlanmasına (EAS) ise benzer oranlarda önem verdikleri görülmektedir. Ulaşılan tüm bu sonuçlar literatürde yer alan başarılı strateji yürütme için önerilen düzenlemeler (Neilson vd., 2008) ile örtüşmektedir. Stratejilerin başarılı bir biçimde yürütülmesinde öncelikle YDG'nin oldukça önemli bir yere sahip olduğu belirtilebilir. Rekabetin yoğun olduğu dinamik pazarlarda işletmelerin birçoğu rekabet koşullarını başarılı bir biçimde karşılayabilmek ve stratejilerini uygulanabilir hale getirmek için örgütsel yapılarını tamamen veya kısmen yeniden dizayn ettikleri görülmektedir (Van de Ven, 1976) bilgileri bu sonuç kapsamında teyit edilmiştir. Ayrıca, işletme içerisinde bir stratejiyi yürütmeye sorumlu tutulan yöneticilerin o strateji hakkında karar alma haklarının temini ve organizasyonun başından sonuna kadar görevini başarılı bir şekilde yerine getirmede onu motive edecek koşulların oluşturulmasına yöneticilerin oldukça önem verdikleri görülmektedir. Aynı zamanda bu unsurlar ile birlikte enformasyon akışının kurumsal sınırlar içerisinde serbestçe dolaşması stratejinin başarılı bir biçimde yürütülmesini sağladığı (Neilson vd., 2008) bilgileri teyit edilmiştir.

Dolayısıyla yoğun rekabet koşullarında işletmelerin uygulayacakları stratejilerinde başarılı olmaları için tüm bu unsurları stratejileri ile hizalamak adına yoğun mesai harcamaları gerektiği savunulabilir.

Araştırmanın literatür bölümünde rekabetçi davranışlar; agresif rekabetçi davranış, işbirlikçi rekabetçi davranış ve saldırgan rekabetçi davranış olmak üzere üç boyut üzerinden değerlendirilmiştir. Bu kapsamda araştırmanın yapı geçerliliğinin incelenmesi için yapılan açımlayıcı faktör analizlerinde ulaşılan sonuçların literatüre uygun olduğu söylenebilir. Faktör analizi sonuçlarındaki rekabetçi davranışlar ile ilgili en yüksek ortalama değer işbirlikçi rekabetçi davranışa ait olduğu saptanmış ve bunu sırayla agresif rekabetçi davranış ve savunmacı rekabetçi davranış takip etmiştir. Araştırmanın literatür bölümünde tartışılan bir diğer değişkenimiz ise başarılı strateji yürütme unsurlarıdır. Literatürde strateji yürütme unsurları; enformasyon akışının sağlanması, karar alma haklarının temini, motive edici koşulların oluşturulması ve yapısal düzenlemeler gerçekleştirme olmak üzere dört alt boyut altında değerlendirildiği görülmüş ve ilgili alanın teorik çerçevesi bu alt değişkenler üzerinden kurgulanmıştır. Bu çerçevede dört alt boyutlu olarak tasarlanan strateji yürütme unsurları araştırma kapsamında yapılan açımlayıcı faktör analizleri sonucunda üç boyuta indirgenmiştir. Literatürde karar alma haklarının temini ve motive edici koşulların oluşturulması iki ayrı boyutken araştırmada tek bir faktör altında toplandığı için araştırmacılar tarafından “karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulması (KAH-MEKO)” şeklinde isimlendirilmiştir. Elde edilen bu sonuç otomotiv işletme bayilerinin içerisinde yer aldığı dinamik pazarların özelliğinden kaynaklı bir durum olarak düşünülebilir. Ayrıca bu iki faktör literatürde doğrudan yöneticilerin strateji yürütmede bireysel eylemlerini etkileyen unsurlar olarak değerlendirildiği için (Neilson vd., 2008) birlikte düşünülmesi sorunlu bir bakış açısı oluşturmayacaktır. Faktör analizi sonuçlarındaki strateji yürütme ile ilgili en yüksek ortalama değer KAH-MEKO boyutuna ait olduğu görülmüş ve bunu sırayla YDG ve EAS takip etmiştir. Elde edilen bu sonuçlar kapsamında Düzce ve Sakarya illerindeki otomotiv işletme bayilerinde rekabette ağırlıklı olarak işbirlikçi rekabetçi davranışın tercih edildiği; strateji yürütmede ise en fazla karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulmasına önem verdikleri ve üzerinde durdukları savunulabilir.

Değişkenler arasındaki etkileşimlerin tespitinde yapılan regresyon analizleri dikkate alındığında; rekabetçi davranış boyutlarından agresif rekabetçi davranış ve işbirlikçi rekabetçi davranış tarzlarının strateji yürütmenin YDG boyutu üzerinde anlamlı ve pozitif etkileri olduğu; savunmacı rekabetçi davranış tarzının ise YDG boyutu üzerinde pozitif ilişki gözlemlense de anlamlı bir etkiye sahip olmadığı saptanmıştır. Enformasyon akışının sağlanması üzerinde yalnızca işbirlikçi rekabetçi davranış anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Agresif ve savunmacı rekabetçi davranış tarzlarının EAS üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı saptanmıştır. Yine benzer bir şekilde KAH-MEKO üzerinde yalnızca işbirlikçi rekabetçi davranışın anlamlı bir etkisi olduğu ve aralarında pozitif yönlü ilişki olduğu görülmüştür. Agresif ve savunmacı rekabetçi davranış tarzlarının KAH-MEKO üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı saptanmıştır. Yapılan regresyon analizi, işbirlikçi rekabetçi davranış tarzının EAS'nın %27'lik kısmını açıkladığını göstermektedir. Öte yandan işbirlikçi rekabetçi

davranış tarzının KAH-MEKO'nun %18'lik kısmını açıklayabildiğini göstermiştir. Son olarak agresif rekabetçi davranış ve işbirlikçi rekabetçi davranış tarzlarının YDG'nin %14'lük kısmını açıkladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuçlar otomotiv işletme bayilerinin en çok önem verdikleri ve üzerinde durdukları strateji yürütme unsurlarının oluşturulabilmesinde özellikle işbirlikçi rekabetçi davranış tarzının açıklayıcı davranış olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca işbirlikçi rekabetçi davranışın en yüksek düzeyde ilişkili olduğu strateji yürütme unsurunun KAH-MEKO boyutu olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç otomotiv işletme bayilerinde işbirlikçi rekabetçi davranış tarzına sahip yöneticilerin stratejilerin yürütülmesinde en fazla karar alma hakları ve motive edici koşulların oluşturulmasına önem verdiklerini göstermektedir. Analiz bulguları incelendiğinde işbirlikçi rekabetçi davranışın yüksek olduğu işletmelerde strateji yürütmenin başarılı bir şekilde sonuca ulaşabilmesi için EAS ve YDG ile ilgilendikleri de savunulabilmektedir. Bu sonuçlar otomotiv işletmelerinin strateji yürütme unsurları ve rekabetçi davranış tarzları karakteristik özellikleri ile düşünüldüğünde oldukça makul sonuçlar olarak değerlendirilebilir. Ayrıca bu sonuçlar otomotiv işletmelerinin sektör özellikleri, teknoloji ile yakın ilişkisi, kasko, sigorta, pazarlama ve satış, satış sonrası hizmetleri ve yedek parça temini gibi çok çeşitli bir faaliyet alanına sahip olması ile ilişkilendirilebilir.

Sonuç olarak yöneticilerden beklenen başarılı bir şekilde stratejilerin yürütülmesinde rekabetçi davranış tarzlarından hangi tarz davranış ile hareket etmesi, hangi davranış tarzı ile hareket ettiğinde strateji yürütme unsurlarında ne düzeyde başarılı olacakları konusunda önemli bilgiler sunulmuştur. Araştırmamız kapsamında rekabetçi davranışlara odaklanıldığı göz önünde bulundurulduğunda, yöneticilerin başarılı strateji yürütme organizasyonlarını etkileyecek farklı değişkenlere yönelik farklı çalışmalar yapılabilir. Yine araştırmamızın odak noktası değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak olduğu için rekabetin yoğun olduğu otomotiv sektörü tercih edilmiştir. Farklı sektörlerin veya spesifik olarak başka bir sektör içerisinde yer alan işletme yöneticilerinin bu değişkenlere ilişkin bakış açıları incelenebilir. Son olarak yürütülen araştırma teorik ve yöntemsel açıdan bazı sınırlılıklara sahip olmakla birlikte uygulama açısından yönlendirici nitelikte, literatür açısından ilişkisel sonuçlar ortaya koymaktadır. Ayrıca daha büyük örneklemeler üzerinden spesifik incelemeler yapılarak araştırma konusu hakkında daha detaylı çalışmalar yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ackoff, R.L. (1971). The Meaning of Strategic Planning, The McKinsey Quarterly, Winter, 14-15.
- Ağraş, S., Kılınç, İ. (2011). Rekabetçi davranışların oluşmasında örgütsel yeteneklerin etkileri: akdeniz ve ege bölgesi otellerine yönelik bir araştırma, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 50-80.

- Akbolat, M. (2009). Türk sağlık sektöründe miles ve snow'un stratejik tipolojisi: hastaneler üzerine bir araştırma, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 11(3), 127-146.
- Alashloo, R.F. Castka, P., Sharp, J.M. (2005). Towards understanding the impeders of strategy implementation in higher education (HE), *Quality Assurance in Education*, 13(2), 52-67.
- Altuntaş, G., Dömez, D. (2010). Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma, *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 39(1).
- Bach, S., Sisson, K. (2000). Personnel management: a comprehensive guide to theory and practice, *Employee Relations*, 22(5), 523-527.
- Bart, C.K. (1986). Product strategy and formal structure, *Strategic Management Journal*, 7, 293-312.
- Barutçugil, İ. (2002). *Bilgi Yönetimi*, Kariyer Yayıncılık, İstanbul.
- Barutçugil, İ. (2013). *Stratejik Yönetim*, Kariyer Yayıncılık, İstanbul.
- Bengtsson, M., Kock, S. (1999). Cooperation and competition in relationships between competitors in business networks. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 14(3), 178-193.
- Bielinska-Kwapisz, A. (2014). Triggers of organizational change: duration, previous changes, and environment. *Journal of Change Management*, 14(3), 405-424.
- Birkinshaw, J., Hood, N., Young, S. (2005). Subsidiary entrepreneurship, internal and external competitive forces, and subsidiary performance. *International Business Review*, 14(2), 227-248.
- Brandenburger, A.M., Nalebuff, B.J. (1998). *Oyun Teorisi ve Ortaklaşa Rekabet*, (Çev: Cemre, L.), Scala Yayıncılık, İstanbul.
- Brislin, R.W., Kaigting, F., Macnab, B., Zukis, B., Worthley, R. (2005). Evolving perceptions of japanese workplace motivation, *International Journal of Cross Cultural Management*, 5(1), 87-103.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı, *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 8(4), 470-483.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. (2017). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 23. Baskı, Pegem Akademi, Ankara.

- Chandler, A.D. (1962). *Strategy and Structure: Chapters in the American Industrial Enterprise*, MIT Press, Vol. 120.
- Chin, K.S., Chan, B.L., Lam, P.K. (2008). Identifying and Prioritizing Critical Success Factors for Coopetition Strategy, *Industrial Management and Data Systems*.
- Cobbold, I., Lawrie, G. (2002). The Development of the Balanced Scorecard as a Strategic Management Tool, *2GC Active Management*.
- Coulter, M. (2005). *Strategic Management in Action*, 3th Edition, Pearson Education International Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Covin, J.G., Covin, T.J. (1990). Competitive aggressiveness, environmental context and small firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(4), 35-50.
- Covin, J.G., Slevin, D.P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-26.
- Çapar, B. (2003). Bilgi Yönetimi: Nasıl Bir İnsan Gücü, II. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, (s, 417), Derbent-İzmit.
- Dagnino, G.B. (2009). *Coopetition Strategy: A New Kind of Interfirm Dynamics for Value Creation*, (İçinde: *Coopetition Strategy: Theory Experiments and Cases*, Edit: Dagnino, G.B. ve Rocco, E.), Routledge, (pp, 25-43), London.
- Davenport, T.H., Prusak, L. (2001). *Conocimiento En Acción: Cómo Las Organizaciones Manejan Lo Que Saben*, Pearson Educación.
- Dervişoğlu, H.G. (2004). *Stratejik Bilgi Yönetimi*, Dışbank. İstanbul.
- Eren, E. (2002). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Beta Yayınları. İstanbul.
- Ferrier, W.J., Fhionnlaoich, C. M., Smith, K.G. and Grimm C.M. (2002). The impact of performance distress on aggressive competitive behavior: a reconciliation of conflicting views. *Managerial and Decision Economics*, 23(4-5), 301-316.
- Firestrone, J.M., McElroy, M.W. (2003). *Key Issues in the New Knowledge Management*, Routledge, In KMCI Press.
- Fombrun, C.J., Ginsberg, A. (1990). Shifting gears: enabling change in corporate aggressiveness, *Strategic Management Journal*, 11(4), 297-308
- Frese, M., Brantjes, A., Hoorn, R. (2002). Psychological success factors of small scale businesses in namibia: the roles of strategy process, entrepreneurial orientation and the environment, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 7(3), 259 – 282.

- Gnyawali, D.R., He, J., Madhavan, R. (2006). Impact of competition on firm competitive behavior: an empirical examination, *Journal of Management*, 32(4), 507-530.
- Hamel, G., Prahalad, C.K. (1989). Strategic intent, *Harvard Business Review*, 83(7/8), 148–161.
- Hamel, G., Prahalad, C.K. (1990). The core competence of the corporation, *Harvard Business Review*, 68(3), 79–91.
- Hirschheim, R., Earl, M.J., Feeny, D.F., Lockett, M. (1988). An Exploration into the Management of the IS Function: Key Issues and an Evolving Model, Proceeding of the Joint International Symposium on IS.
- Imai, M. (2014). Gemba Kaizen, Uma Abordagem De Bom Senso À Estratégia De Melhoria Contínua. Bookman Editora.
- Imai, M. (2014). *Kaizen*, (Haz: Balcı, İ., Odlukaya, M., Demirdamar, S.), Kalder Yayınları Altıncı Baskı, Ankara.
- İncekara, A. (1995). *Türkiye'de Teşvik Sistemi: Genel Değerlendirme*, Ticaret Odası, İstanbul.
- James, B.G. (1989) *Business World Wars: How to Implement the Military Strategies in the Market Fights?*, (Çev: Sanama, H., Altınköprü, T.), İlgi Publisher, İstanbul.
- Jones, I.W., Pollitt, M.G. (1998). Ethical and unethical competition: establishing the rules of engagement, *Long Range Planning*, 31(5), 703-710.
- Kamanda, C. (2006). Factors Influencing the Regional Growth Strategy at KCB, Unpublished MBA Project, School of Business, University of Nairobi.
- Karimi, J., Gupta, Y.P., Somers, T.M., (1996). Impact of competitive strategy and information technology maturity on firms' strategic response to globalization, *Journal of Management Information Systems*, 12(4), 55-88.
- Kılınç, İ., Öncü, M.A., Tasgit, Y.E. (2012). Sun tzu's principles of war art and today's competition strategies: a relative approach. *International Journal of Research in Business and Social Science* 1(1), 2147-4478.
- Koçel, T. (2005). *İşletme Yöneticiliği*, 10. Bs., Arıkan, İstanbul.
- Kuester, S., Homburg, C., Robertson, T. S. (1999). Retaliatory Behavior to New Product Entry, *Journal of Marketing*, 63(4), 90-106.
- Küçüközkan, Y. (2015). Liderlik ve motivasyon teorileri: kuramsal bir çerçeve. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(2), 85-116.
- Lado, A.A., Boyd, N.G., Hanlon, S.C. (1997). Competition, cooperation and the search for economic rents: a syncretic model, *Academy of Management Review*, 22(1), 110-141.

- Laudon, K.C., Laudon, J.P. (2003). *Essentials of Management Information Systems*, Prentice Hall, London.
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle, *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451.
- Mahaney C.R., Lederer A.L. (2006), The effect of intrinsic and extrinsic rewards for developers on information systems project success, *Project Management Journal*, 37(4), 42-54.
- Miller, A., Dess, G.G. (1993). Assessing porter's (1980) model in terms of its generalizability, accuracy and simplicity, *Journal of Management Studies*, 30(4), 553-585.
- Miller, D. (1986). Configurations of strategy and structure, *Strategic Management Journal*, 7, 233-249.
- Mintzberg, H. (1994). *The Rise and Fall of Strategic Planning: Reconceiving Roles for Planning, Plans, Planners*, The Free Press, New York.
- Mirze, K. (2002). *Introduction to Business*, Literatür Yayınevi, İstanbul.
- Morgan, R.E., Strong, C.A. (2003). Business performance and dimensions of strategic orientation. *Journal of Business Research*, 56(3), 163-176.
- Morgan, R.E., Strong, C.A. (2003). Business performance and dimensions of strategic orientation. *Journal of Business Research*, 56(3), 163-176.
- Neilson, G.L., Martin, K.L., Powers, E. (2008). The secrets to successful strategy execution. *Harvard Business Review*, 86(6).
- Odabaş, H. (2009). *Örgütlerde Enformasyon-Bilgi Yönetimi ve Süreci, (Information-Knowledge Management and Process in Organizations)*, In, Tülin Aren Armağanı, (S, 177-188), Pamuk Yayıncılık.
- Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, Free Press, New York.
- Porter, M.E. (1991). Towards a dynamic theory of strategy, *Strategic Management Journal*, 12(2), 95-117.
- Porter, M.E. (2008), *Stratejiyi Şekillendiren Beş Rekabet Kuvveti*, (içinde: HBR's 10 Must Reads: Strateji, Çeviren: Melis İnan, 2013), Optimist Yayıncılık, İstanbul.
- Porter, M.E. (2011). *Hbr's 10 Must Reads on Strategy*, Harvard School Publishing Corporation. Harvard Business Review Press.

- Rivard, S., Raymond, L., Verreault, D. (2006). Resource-based view and competitive strategy: an integrated model of the contribution of information technology to firm performance, *The Journal of Strategic Information Systems*, 15(1), 29-50.
- Robbins, S.P. (1993), *Organizational Behavior*, (6ed.), Englewood Cliffs: Prentice-Hall.
- Rumelt, R. (2011). The perils of bad strategy, *McKinsey Quarterly*, 1(3), 1-10.
- Sekaran, U., Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, John Wiley And Sons, 294.
- Snow, C., Hrebiniak, L. (1980). Strategy, distinctive competence and organizational performance. *Administrative Science Quarterly*, 25, 317-336.
- Tabachnick, B.G., Fidell, L.S. (2001). *Using Multivariate Statistics*, Allyn and Bacon. Needham Heights, MA.
- Taşgıt, Y.E., Durak, M. (2017). Kurum kültürü türlerinin kurumsal girişimcilik davranışları üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir örnek olay incelemesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 12(1), 42-58.
- Tavşancıl, E. (2002). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Thompson, A.A., Strickland, A.J. (2001). *Strategic Management: Concepts and Cases*, Homewood, Illinois: Irwin.
- Toker, K., Çetin, C., Güven, B., Aksu, B. (2017). Örgüt yapısının örgütsel sinizm üzerindeki etkisi üzerine lojistik sektöründe bir araştırma, *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7(4), 247-264.
- Turan, A.H. (2009). Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde (kobi) bilişim teknolojileri (bt), örgütsel rekabetçi stratejileri ve başarımlar ilişkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 105-122.
- Tümer, S. (1993). Neden stratejik yönetim, *Verimlilik Dergisi*, 1, 99–118.
- Türk, M. (2003). *Küreselleşme Sürecinde İşletmelerde Bilgi Yönetimi*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Van de Ven, A.H., (1976). A framework for organizational assessment, *Academy of Management Review*, 1(1), 64-78.
- Vroom, G., McCann, B.T. (2010). Ownership Structure, Profit Maximization and Competitive Behaviour, Working Paper, University Of Navarra IESE Business School Press, Barcelona, Spain.

- Ward, J., Peppard, J. (2002). *Strategic Planning for Information System*, John Wiley and Sons Ltd., London.
- Wiley, C. (1997). What motivates employees according to over 40 years of motivation surveys. *International Journal of Manpower*, 18(3), 263-280.
- Wissema, J.G., Van der Pol, H.W., Messer, H.M. (1980). Strategic management archetypes, *Strategic Management Journal*, 37-47.
- Wright, P.M., Snell, S.A. (1998). Toward a unifying framework for exploring fit and flexibility in strategic human resource management, *The Academy of Management Journal*, 23(4), 756-772.
- Xu, Y. (2011). Competitive Network and competitive behavior: a study of the u.s. airline industry, *Academy of Strategic Management Journal*, 10(1), 45-63.
- Zahra, S.A. (1993). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior: a critique and extension. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(4), 5-21.



PARA POLİTİKASININ HİSSE SENEDİ GETİRİSİ ÜZERİNDEKİ ASİMETRİK ETKİSİ:
BİST100 BOĞA VE AYI PİYASALARI ÖRNEĞİ
ASYMMETRIC EFFECTS OF MONETARY POLICY ON STOCK RETURNS: CASE OF
BİST100 BULL AND BEAR MARKETS

Can KARABIYIK¹



1. Arş. Gör. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi,
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat
Bölümü, c_karabiyik@hotmail.com,
<https://orcid.org/0000-0002-7255-7946>

Öz

Hisse senedi piyasasındaki hareketlilikler makro iktisadi yapı üzerinde önemli etkiler meydana getirmektedir. Bu nedenle borsalarda yaşanan oynaklıklar önemli birer istikrar göstergesi olarak kabul edilmektedir. Hızlı ve kolay uygulanabilme avantajlarına sahip olan para politikası ise, ekonomik istikrarsızlıklara müdahalede öncelikle tercih edilen iktisat politikası aracı niteliğindedir. Bu nedenle para politikasının borsalar üzerindeki etkisine ışık tutulması, etkin politika geliştirilmesi açısından hayati önem taşımaktadır. Bu araştırma ile Türkiye'deki parasal eylemlerin hisse senedi getirisi üzerindeki etkisi ampirik ve teorik açıdan ele alınmıştır. Ampirik çalışma için 1998Ç3-2020Ç1 dönemini kapsayan çeyreklik bir veri setinden faydalanılmıştır. Öte yandan para politikasının etkilerinin doğrusal olmadığı, mevcut iktisadi rejimin yapısına göre farklılaştığı iktisatçılar tarafından Büyük Buhrandan bu yana öne sürülmektedir. Bu nedenle para politikasının hisse senedi getirisi üzerindeki rejimsel etkisi Markov Rejim Değişimi Modeli kullanılarak incelenmiş ve TCMB parasal eylemlerinin boğa piyasasında daha etkin olduğuna dair kanıtlar elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Para Politikası, Hisse Senedi Getirisi, Doğrusal Olmayan Zaman Serileri, Markov Rejim Değişimi Modeli, Parasal Aktarım Mekanizması.

Abstract

Fluctuations in the stock market create significant effects on the macroeconomic structure. For this reason, the volatility in stock markets is considered as an important indicator of stability. The monetary policy, which has the advantages of fast and easy implementation, is primarily preferred economic policy tool in response to economic instabilities. Therefore, revealing the impact of monetary policy on stock markets is of vital importance for effective policy development. In this research, the effects of monetary actions on stock returns are discussed from both empirical and theoretical perspectives. For the empirical study, a quarterly data set covering the period 1998Q3-2020Q1 was used. On the other hand, it has been argued by economists since the Great Depression that the effects of monetary policy are not linear and differ according to the structure of the current economic regime. Therefore regime-dependent effects of monetary policy on stock returns were examined using Markov Regime Switching Model and it has obtained evidence that monetary actions of CBRT are more effective in the bull market.

Keywords: Monetary Policy, Stock Returns, Non-linear Time Series, Markov Regime Switching Model, Monetary Transmission Mechanism.

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
02.10.2020 10.02.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
13.03.2021 03.13.2021

DOI

<https://doi.org/10.30798/makuiibf.804461>

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

Fluctuations in the stock market create significant effects on the macroeconomic structure. For this reason, the volatility in stock markets is considered as an important indicator of stability. The monetary policy, which has the advantages of fast and easy implementation, is primarily preferred economic policy tool in response to instabilities. Therefore, shedding light on the impact of monetary policy on stock markets is of vital importance. This effect is vitally important in two respects. First, monetary policy developers are be able to develop effective policy formulas only if they know the response of stock market to monetary instruments. Secondly, accurate estimation of the reaction of asset prices to monetary policy will help to make effective investment decisions by reducing uncertainties in the market.

Research Questions

According to the monetary transmission mechanism, there is a negative relationship between stock market and monetary actions. On the other hand, it has been argued by economists since Great Depression that the effects of monetary policy are not linear and differ according to the structure of the current economic regime. This effect is named as asymmetric effects of monetary policy. It arises due to reasons such as asymmetric information, financial constraints and firm size. These constraints are caused by asymmetric information and are more binding in the bear market, where firms' net worth is lower. The size of the firms is another factor that deepens this effect. Large firms are less affected by contractionary monetary policies. Because large firms can meet their funding needs through capital markets without being affected by the rise in external financing premiums. However, contractionary policies for small firms are more binding in bear regimes. As a result all of these reasons, monetary policy creates regime-dependent asymmetric effects. This research has aimed to shed light on the asymmetric impact of monetary policy on stock markets, which is described as the effects of monetary actions differing according to prevailing market regimes, namely bull and bear.

Literature Review

Empirical findings are in accordance with the traditional view which asserts that expansionary monetary policy raises stock prices by increasing the future cash flow or by reducing the discount rate at which these cash flows are capitalized. However, studies in the literature have generally been conducted using linear methods. On the other hand, the existence of different regimes in the stock market and the cyclical movements in stock prices are frequently emphasized in the literature. For this reason, information about the relationship between monetary policy and stock market can be enriched by analyzing non-linear estimation methods. With these types of studies, some questions such as "Is the effect of monetary policy on the stock market asymmetric?" and "Are the effects of monetary policy on bear and bull markets different from each other?" can be answered. This study contributes to the literature in terms of making regime analysis.

Methodology

There is no consensus on the distinction between two stock market regimes, namely bull market and bear market. In addition to this there is no consensus on the definition of bull or bear market in the literature. In this context, to investigate the asymmetric effect of monetary policy on stock regimes, these regimes should be separated. Markov Regime Switching Model is successfully able to predict the turning points of stock market and separate it into bull and bear markets. For this reason asymmetric effects of monetary policy on stock market return are investigated in this research by employing Markov Regime Switching Model. For the empirical study, a quarterly data set covering the period 1998Q3-2020Q1 was used.

Results and Conclusions

Regime-dependent effects of monetary policy on stock returns were examined using Markov Regime Switching Model and it has obtained evidence that monetary actions of CBRT are more effective in the bull market. High levels of debt dollarization in Turkey are one of the possible causes of this result. According to this research, it can be said that counter-cyclical monetary policy is generally implemented to ensure financial stability in Turkey. In other words, expansionary monetary policy is applied in the bear market and contractionary monetary policy in the bull market. As a result of expansionary policy in bear market, liquidity increases in terms of local currency. This policy action makes financial/credit constraints less binding. However, falling interest rates cause capital outflow, affecting firms' foreign currency debt. Consequently, the effectiveness of the expansionary monetary policy implemented in the bear market is decreasing. This not a surprising result for Turkey who needs high level of foreign capital to ensure economic growth.

1. GİRİŞ

İktisat yazını incelendiğinde para politikasının çeşitli makro iktisadi etkileri üzerinde çok sayıda teorik ve ampirik çalışma yapılmıştır ancak analizlerde genel olarak doğrusal yöntemler tercih edilmiştir. Doğrusallık varsayımı modellemenin kolaylaştırılması açısından avantajlara sahiptir. Öte yandan doğrusal modeller iktisadi serilerin değişken doğası sebebiyle gerçekçilikten uzak olabilmektedirler. Para politikasının etkilerinin doğrusal olup olmadığı, bir başka deyişle iktisadi döngülerin farklı aşamalarındaki etkisinin benzer olup olmadığı uzun süredir tartışılmaktadır. Bu ise para politikasının asimetrik etkileri olarak isimlendirilmektedir. Örneğin para politikasının etkinliğinin, iktisadi genişleme dönemlerinde daha fazla olduğu 1930’lu yıllarda Keynes ve Pigou tarafından iddia edilmiş, 1960’larda ise iktisadi daralma sürecinde uygulanan parasal eylemlerin daha etkin olduğu öne sürülmüştür (Garcia ve Schaller, 2002). Keynes "İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi" isimli eserinde, parasal eylemlerin efektif talebi arttırmak için yeterli olmadığını, bir başka deyişle iktisadi daralma döneminde etkisiz olduğunu iddia etmektedir. Bunun nedeni olarak ise fiyatların aşağı yönlü katı, yukarı yönlü esnek olmasını göstermektedir. Bu işleyiş iktisat yazınında “ipi çekme (pushing on a string)” teorisi ile isimlendirilmektedir. Bu teori Barnichon, Matthes ve Sablik (2017) tarafından bir benzetmeyle açıklanmıştır:

“Bir ucunda para politikası diğer ucunda ise ekonomik aktivite olan bir ip olduğunu varsayalım. Ekonomi enflasyonist bir sürece girdiğinde, ekonomiyi soğutmak amacıyla sıkı para politikası uygulamak, fiyat istikrarını sağlamak için ekonominin bağlı olduğu ipin para politikası tarafından çekilmesine benzemektedir ve işe yarar bir politikadır. Öte yandan yavaşlamakta olan bir ekonomiyi canlandırmak için genişletici para politikası uygulamak ise ipi itmeye benzer ve çok etkili değildir.”

Aksine, parasal eylemlerin ekonomik daralma dönemlerinde daha etkin olduğunu iddia eden iktisatçılar da mevcuttur. Bunun arkasında yatan sebeplerden birisi ise, katı nominal ücret ve fiyatlar nedeniyle toplam arz eğrisinin şeklinin dışbükey olmasıdır (Lenz, 1997). Genel olarak bakıldığında, para politikası asimetrisi üzerine yapılmış olan çok sayıda araştırma, parasal eylemlerin etkilerinin ülkelere ve uygulandığı döneme göre farklı sonuçlar meydana getirdiğini, doğrusal olmadığını bir başka deyişle de asimetrik olduğunu göstermektedir (Ergeç, 2009; Thoma, 1994).

Para politikası uygulamaları çeşitli avantajları olması sebebiyle ekonomik istikrarsızlıklara müdahale de ilk tercih edilen iktisat politikası enstrümanıdır. Bürokratik süreçler gerektirmemesi, hızlıca uygulanabilmesi, kolayca takip edilebilmesi bu avantajlar arasındadır (Bartels, 1985). Para politikası, özellikle son yıllarda hızla büyüyen yükselen piyasa ekonomilerinde arzu edilen makro iktisadi hedeflere erişmek için sıklıkla kullanılmaktadır. Hisse senedi piyasasındaki hareketlilikler de makro iktisadi yapı üzerinde önemli etkiler meydana getirebilmektedir. Bu nedenle borsalardaki oynaklık bir finansal istikrar göstergesi olarak kabul görmektedir. Çünkü borsalardaki yüksek oynaklığın sonucunda reel sektör ve para piyasası olumsuz etkilenebilmektedir. Bu durumda ise,

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) finansal istikrarsızlığı azaltıcı önlemlere başvurmaktadır (Atış ve Erer, 2018). Bu bağlamda para politikası geliştirme sürecinde, ekonomik istikrarın sağlanabilmesi amacıyla, hisse senedi piyasası da dikkate alınmaktadır. İçsel özellikleri ve eksiklikleri nedeniyle, gelişen piyasa ekonomilerindeki hisse senedi piyasaları para politikalarındaki değişikliklerden yüksek boyutta etkilenebilmektedirler (Guo vd., 2013). Bu nedenle, hisse senedi piyasasındaki yüksek oynaklık sebebiyle ortaya çıkan finansal istikrarsızlığın ve bunun reel sektörde oluşturabileceği olumsuz etkilerin önüne geçilebilmesi için para politikasının borsa üzerindeki etkisinin anlaşılması büyük önem taşımaktadır. Bu anlayış iki açıdan önemlidir. İlk olarak, para politikası geliştiricileri ancak ve ancak hisse senedi piyasasının parasal enstrümanlara verdiği tepkiyi bilmeleri durumunda etkin politika formülleri geliştirebileceklerdir. İkinci olarak, bu tepkinin bilinmesinin, finansal piyasa katılımcıları açısından da birtakım faydaları bulunmaktadır. Varlık fiyatlarının para politikasına verdiği reaksiyonun doğru bir şekilde tahminlenmesi, piyasadaki belirsizlikleri azaltarak etkin yatırım kararları verilmesine ve uygun risk yönetimi stratejilerinin belirlenmesine yardımcı olabilecektir (Rigobon ve Sack, 2004).

Bu araştırma, hisse senedi piyasası-para politikası ilişkisine derinlik kazandıracak bir sorunun cevabını aramaktadır. Bu soru; “Para politikasının hisse senedi piyasasının Boğa ve Ayı evrelerindeki etkisi aynı mıdır?” şeklindedir. Bu sorunun sorulmasının sebebi ise, hisse senedi fiyatlarındaki bu etkilerin zamana ve piyasa döngülerine göre büyük ölçüde farklılık gösterebilmesidir. Örneğin, finansal piyasalarda bilgi asimetrisinin olması, finansal aracı kurumların bazı şahıslara ya da firmalara borç vermekte daha isteksiz olmalarına neden olarak finansal bir kısıt ortaya çıkarmaktadır (Chen, 2007). Sonuç olarak finansal aracı kurum, potansiyel karlı projeleri reddetmek zorunda kalabilecektir, bu da daha fazla borçlanma için teminat görevi gören varlıklara yapılan yatırımları azaltacaktır. Buna ilave olarak firmaların net değeri ayı piyasasında azalmaktadır. Böyle dönemlerde ise likiditedeki daralma daha yüksek boyutlara ulaşabilmektedir. Dolayısıyla, bağlayıcı finans kısıtı, para politikasının etkilerinin ayı piyasalarında daha büyük olduğunu, bir başka deyişle para politikasının asimetric etkilerinin mevcut olabileceğini göstermektedir (Bui, 2015).

Literatürde para politikası-hisse senedi piyasası ilişkisi üzerine yapılmış çok sayıda çalışma mevcuttur. Ancak özellikle Türkiye üzerine yapılan araştırmalarda, parasal eylemlerin ortaya çıkarmış olduğu etkilerin asimetric olup olmadığı konusundaki çalışmalar gerekli ilgiyi henüz görmemiştir. Literatürdeki çalışmalar genel olarak VAR modeli ve GMM modeli gibi doğrusal zaman serisi analizi yöntemlerini kullanmışlardır (Rigobon ve Sack (2003); Thorbecke (1997)). Oysa para politikasının etkilerinin simetric/doğrusal olmadığı, mevcut iktisadi rejimin yapısı ve uygulanan politikanın şekline göre farklılaştığı iktisatçılar tarafından Büyük Buhrandan bu yana öne sürülmektedir (Lo ve Piger, 2005). Parasal eylemlerin tüketim, yatırım, üretim ve işsizlik gibi makro ekonomik göstergelerdeki asimetric etkilerinin araştırıldığı çok sayıda çalışma mevcut olmakla birlikte, varlık fiyatları üzerindeki asimetric etkiyi araştıran çalışmalar da mevcuttur. Örneğin Cover (1992), Thoma (1994), Rhee ve Rich

(1995), Karras (1996a) ve Karras (1996b) parasal şoklarının milli gelir üzerindeki asimetrik etkisini Chen (2007) para politikasının hisse senedi getirisi üzerindeki asimetrik etkisini, Balke, Brown ve Yücel (2002) ise para politikasının petrol fiyatları üzerindeki asimetrik etkisini çalışmışlardır. Bu araştırma ise, BIST100 endeksini ayı/boğa piyasası rejimlerine ayırarak ve TCMB'nin uygulamış olduğu para politikası eylemlerinin her bir rejim için ortaya çıkarmış olduğu etkileri ortaya koyarak literatüre katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Ayrıca MRDM rejim geçiş olasılıkları değerlendirilerek, para politikasının rejimler arası geçiş üzerindeki etkisi değerlendirilecektir.

Yukarıda açıklanan ifadeler ek olarak, Gökalp (2016)'e göre Türkiye'de parasal aktarım mekanizmasının varlık fiyatları kanalı üzerine çok sayıda çalışma yapılmıştır ancak bu çalışmalar 2010 yılı öncesini baz almışlardır. 2010 yılı itibarıyla yürürlüğe giren yeni para politikası enstrümanlarının etkisinin incelenmesi de büyük önem taşımaktadır. Bu çalışma literatüre rejimsel analiz yapılmasının yanı sıra, söz konusu dönemde uygulanmaya başlamış olan yeni parasal enstrümanların farklı borsa rejimlerindeki etkisinin ortaya konması açısından da katkı yapmaktadır. Çalışmanın izleyen bölümünü oluşturmak için derin bir literatür taraması yapılmıştır ve literatüre katkı yapan seçilmiş çalışmalar özetlenmiştir. Sonraki bölümde ise çalışmanın teorik çerçevesi ortaya konulmaktadır. Son olarak araştırmada kullanılmış olan veri seti ile yöntem tanıtılarak araştırma bulgularına yer verilecektir.

2. LİTERATÜR

Finansal iktisatçılar uzun bir süre boyunca para politikasının reel bir etkisinin olup olmadığını tartışmışlardır. Ancak paranın nötr olmadığı ve reel etkiler meydana getirebildiği iddiası günümüzde genel olarak kabul edilmektedir (Paya, 2013). Literatürde para politikasının çeşitli makro iktisadi büyüklükler üzerindeki etkilerini araştıran sayısız çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların bir bölümünü ise, para politikasının hisse senedi fiyatları ve getirisi üzerindeki etkileri üzerine yapılan çalışmalar oluşturmaktadır. Bu çalışmalar ise, genel olarak Parasal Aktarım Mekanizmasına (PAM) sıklıkla atıfta bulunmaktadır. PAM, para politikasının etkilerinin ölçülmesi için gerçekleştirilen araştırmalarda genellikle bir "kara kutu" olarak nitelendirilmektedir (Bernanke ve Gertler, 1995). Bu benzetmenin yapılmasının çeşitli nedenleri mevcuttur. İlk olarak, PAM çeşitli kanallarla farklı iktisadi büyüklükleri ve farklı piyasaları, farklı hızlarda ve farklı büyüklüklerde etkileyebilmektedir (Loayza vd., 2002). İkinci olarak PAM'ın çalışma prensibi net bir şekilde bilinmemektedir (Kasapoğlu, 2007). Son olarak ise, PAM'ın büyük önem taşıyan bilgilere haiz olması öne sürülebilir. PAM hakkındaki bilgilerin derinleştirilmesi önemlidir çünkü bu bilgiler ışığında etkin iktisat politikası geliştirilebilecek, politika değişiklikleri için en uygun zaman bilinebilecek ve merkez bankalarının karar alma sürecindeki kısıtlar elimine edilebilecektir (Loayza ve Schmidt-Hebbel, 2002).

Yukarıda kısaca açıklanmış amaçlarla Rozeff (1974), parasal büyüme oranlarındaki artışın hisse senedi getirisini artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Davidson ve Froyen (1982) ise finansal piyasalar için en kullanışlı bilginin aylık faiz oranları olduğunu, faiz oranlarındaki artışın 6 ya da 9 aylık dönemlerde

hisse senedi getirisini azalttığı sonucuna ulaşmışlardır. Öte yandan Rogalski ve Vinso (1977) geçmiş dönem parasal büyüklüklerindeki değişimin, hisse senedi piyasasında hiçbir tahmin gücü olmadığını iddia etmektedir. Buna ilave olarak Galí ve Gambetti (2015) parasal sıkılaştırma politikasının sonucunda hisse senedi fiyatlarında düşüş yaşandığını öne sürerek geleneksel bakış açısı ile çelişen bulgular elde etmişlerdir.

Ancak literatür genel olarak değerlendirildiğinde, ampirik bulguların geleneksel bakışa uygun olduğu görülmektedir. Geleneksel bakış açısına göre genişletici para politikası, hisse senedi fiyatlarını gelecekteki nakit akışını arttırarak ya da bu nakit akışlarının aktifleştirildiği iskonto oranını azaltarak arttırmaktadır. Bu bulgulardan birisi de Thorbecke (1997) tarafından VAR modeli kullanılarak elde edilmiştir. Rigobon ve Sack (2003) ise para politikasının hisse senedi piyasasını etkilediği gibi hisse senedi piyasasındaki hareketliliklerin de para politikası uygulamasını etkilediğinin altını çizerek içsellik sorununun ortaya çıkabileceğini iddia etmiştir. Bu sorunu aşmak için ise değişen varyansa dayalı genelleştirilmiş momentler (GMM) yöntemini tercih etmiştir. Bu çalışmayı özel kılan bir başka neden ise, çalışmada hisse senedi piyasasındaki hareketliliklerin, para politikası uygulamasının belirleyicisi olarak ele alınmış olmasıdır. Araştırma sonucunda, hisse senedi fiyatlarındaki artışın beraberinde sıkı para politikası getirdiğine dair bulgular elde etmişlerdir. Rigobon ve Sack (2004) ise önceki çalışmasına nazaran farklı bir modelle birlikte aynı ampirik yöntemi, içsellik sorunundan kaçınmak için kullanmıştır. Bu çalışmada para politikası bağımsız değişken olarak, hisse senedi fiyatları ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Bir başka deyişle parasal büyüklükler hisse senedi piyasası hareketliliklerinin belirleyicisi olarak düşünülmüştür. Yazarlara göre, para politikası kurulu (PPK) toplantılarının yapıldığı tarihler ile oluşturulan kukla değişken yardımıyla tahminlenen En Küçük Kareler (EKK) modelleri, vaka çalışması olarak adlandırılmaktadır. Bu çalışmada ise vaka çalışmasına farklı bir açıdan bakılarak, PPK toplantı tarihlerinden farklı tarihler de kıyaslama amacıyla kukla değişken ile modellenerek tahminleme yapılmıştır. Sonuçlar, kısa vadeli faiz oranlarındaki artışın hisse senedi fiyatlarında düşüşe ve getiri eğrisinde yukarı yönlü bir kaymaya yol açtığını göstermektedir. Ioannidis ve Kontonikas (2008) ise, hisse senedi getirilerinin normal olmayan dağılımını hesaba katarak literatüre katkı yapmışlardır. Yazarlar incelenen ülkelerin %80'inde genel görüşün geçerli olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Buraya kadar özetlenmiş olan çalışmalar GMM, EKK, etki tepki analizi gibi doğrusal yöntemler kullanılarak yapılmışlardır. Öte yandan hisse senedi piyasasındaki farklı rejimlerin varlığı ve hisse senedi fiyatlarındaki döngüsel hareketler literatürde sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu nedenle doğrusal olmayan tahmin yöntemleriyle analiz yapılmasıyla para politikası hisse senedi piyasası ilişkisi hakkındaki bilgiler zenginleşebilecektir. Bu tipteki çalışmalarla “Para politikasının hisse senedi piyasası üzerindeki etkisi asimetrik midir?” ve “Para politikasının ayı ve boğa piyasalarında meydana getirdiği etki birbirlerinden farklı mıdır?” sorularına cevap aranmaktadır. Napolitano (2006) da bu sorulara cevap aramaktadır. Yazar Avrupa Merkez Bankası'nın (AMB) uyguladığı politikaların ayı piyasasında daha etkin olduğu sonucuna markov rejim değişim otoregresif modeli ile ulaşmıştır. Çalışmayı literatürdeki

benzerlerinden ayıran en büyük farkı ise, sonuçların ülke büyüklüğü ve endüstri portföyü farklılıklarına göre değerlendirilmiş olmasıdır. Bulgulara göre para politikası, büyük ülkelerin endüstri portföylerinde daha büyük etki yaratmaktadır. Chen (2007) ise MRDM ve EKK yöntemlerini eş zamanlı uygulamış ve sonuçlar arasında karşılaştırma yapmıştır. Çalışmanın özel yanı ise; M2 parasal büyüklüğü, çeşitli iskonto oranları, politika faizi ve VAR tabanlı para politikası göstergesi ile vaka çalışmasının kullanılmış olmasıdır. Böylelikle parasal eylemlerin her yönüyle modele aktarılması amaçlanmıştır. Faiz oranı büyüklüklerinin hisse senedi piyasasını tahminlemede etkin olduğu, sonuçların geleneksel görüş ile uyumlu olduğu ve para politikasının etkisinin ayı piyasasında daha büyük olduğuna dair bulgular elde edilmiştir. Jansen ve Tsai (2010) ise, firmanın dış borç kapasitesi, net kâr marjı, yatırımın getiri oranı ve Tobin q oranı gibi değişkenler kullanmış, firma düzeyinde analiz yaparak literatüre katkıda bulunmuşlardır. ABD’de PPK toplantılarının kukla değişken ile modele dahil edildiği araştırmada, beklenmeyen para politikası şoklarının ayı piyasasında negatif ve daha büyük olduğu saptanmıştır. Chen (2013) ise konuk ağırlama hizmetleri sektörü özelinde çalışarak havayolu, kumar, otel, seyahat ve eğlence sektörlerindeki hisse senedi getirisi serilerini MRDM ile incelemiştir. Araştırma sonucunda para politikasının ayı ve boğa piyasalarında asimetrik etkiler meydana getirdiği sonucuna ulaşmıştır. Borsa ve para politikası arasındaki ilişkinin para arzı, döviz kuru, faiz oranı ve merkez bankası rezerv oranından kaynaklandığının altını çizerek literatüre katkı sağlayan Guo vd. (2013), msvar-egarch modeli ile yaptığı tahminlemede, para politikası değişikliklerinin hisse senedi fiyatı oynaklığını artırdığını ve para politikasının hisse senedi piyasası üzerinde asimetrik etkileri olduğunu iddia etmektedirler. Han vd., (2014), gelişen piyasa ekonomilerinde para politikasının sadece ayı piyasasında istatistiksel olarak anlamlı bir etki meydana getirdiğini ve bu etkinin beklenmeyen para politikası şokları kaynaklı olduğunu vurgulayarak literatürde farklılaşmışlardır.

Türkiye için yapılmış olan araştırmalar incelendiğinde de genellikle EKK doğrusal yöntemler ile çalışıldığı göze çarpmaktadır. Aktaş vd. (2009) Türkiye ekonomisinde PAM’ın faiz kanalının çalıştığına ancak varlık kanalının çalışmadığına dair bulgular elde etmişlerdir. Bir başka deyişle yazarlara göre para politikası sürprizlerinin, borsa üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi bulunamamıştır. Parasal eylemler ile hisse senedi piyasası ilişkisine dair benzer bulgular, bir başka doğrusal tahmin yöntemi olan EKK ile Demiralp ve Yılmaz (2010) tarafından elde edilmiştir. Bir başka deyişle etkin piyasa hipotezi Türkiye için geçerlidir. Duran vd., (2010)’a göre sıkı para politikası uzun dönem faiz oranlarını etkileyebileceği gibi, risk primlerinde meydana gelen değişiklikler de uzun vadeli faizleri etkileyebilmektedir. Bu noktada bu iki etkinin birbirinden ayrılması anlamlı analiz yapılabilmesi açısından gereklidir. Bu nedenle çalışmada vaka çalışmasından faydalanılmıştır. Ayrıca değişen oynaklığa dayalı GMM yöntemiyle de tahminleme yapılarak sonuçlar karşılaştırılmıştır. Vaka çalışması, PPK kararlarının alındığı gün içerisindeki hisse senedi fiyat hareketlerini, değişen oynaklığa dayalı GMM ise PPK toplantısı günü ile bir gün öncesindeki fiyat değişimlerini bir arada kullanmaktadır. Her iki yöntemle de geleneksel görüşü destekleyen sonuçlar elde etmişlerdir. Şahin

(2011) de Türkiye’de parasal eylemlerin hisse senedi piyasası üzerindeki etkilerini vaka çalışmasıyla ölçmüştür. Ancak hem IMKB100 endeksi düzeyinde hem de Jansen ve Tsai (2010) ile paralel olarak firma düzeyinde veri kullanarak literatürde farklılaşmıştır. Çalışmada beklenen ve beklenmeyen para politikası şoklarının asimetrik etkileri ile bu etkinin firmaların yer aldığı sektöre, ayrıca firmaların içerisinde bulunduğu finansal pozisyona göre çeşitlilik gösterip göstermediği incelenmiştir. Elde edilen bulgular IMKB100 düzeyinde para politikası sürprizlerinin hisse senedi fiyatlarını düşürdüğünü, firma boyutunda ise sektörler öze sonuçlarla karşılaştığını göstermektedir. Ayrıca firmanın içerisinde bulunduğu finansal pozisyonun, para politikasının hisse senedi piyasasında meydana getirdiği etkideki rolünün sınırlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yıldırım ve Mirasyedioğlu (2015), parasal eylemlerin toplam üretimde meydana getirdiği değişimi dolaylı olarak hisse senedi fiyatlarındaki ve yatırım stoklarındaki değişimle açıklamıştır ve Türkiye’de varlık fiyatları kanalının etkin bir şekilde çalışmadığı sonucuna ulaşmıştır. Özdemir ve Otluoğlu (2015), TCMB’nin enflasyon hedeflemesi yaptığı dönemde para politikası kararlarının Borsa İstanbul’da yarattığı etkiyi inceleyerek, faiz oranı şoklarının hisse senedi fiyatlarını kalıcı bir şekilde düşürdüğünü göstermişlerdir. Literatürdeki çalışmalar para politikası göstergesi olarak M1, M2 ve M3 gibi parasal büyüklükler ile çeşitli faiz oranlarını kullanmışlardır. Gökcalp (2016) para politikası göstergesi olarak faiz koridoru sınır değerlerini kullanarak literatürde kendisine farklı bir yer kazandırmıştır. Vaka çalışması ve GMM tahmincisiyle yapılan analizde, faiz koridorunun üst sınırında gerçekleştirilen sıkı para politikasının ve faiz koridorunun alt sınırında gerçekleştirilen gevşek para politikasının geleneksel görüşe uygun tepki verdiği dair bulgular elde edilmiştir. Literatürdeki diğer çalışmalardan oldukça farklı olarak Dinamik Stokastik Genel Denge modelini kullanan Kaya (2018), para politikası ile hisse senedi getirileri arasındaki nedensellik ilişkisini sorgulamıştır ve çift yönlü nedensellik olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Para politikası ile hisse senedi piyasası ilişkisini inceleyen ve doğrusal olmayan tahmin yöntemleri tercih etmiş olan çalışmalara örnek olarak Altıntaş ve Yacouba (2018) ile Kaya ve Soybilgen (2019) gösterilebilir. Her iki çalışmada da doğrusal olmayan otoregresif dağıtılmış gecikme (NARDL) modeli kullanılmıştır. Altıntaş ve Yacouba (2018) para politikası ile hisse senedi piyasası arasında hem uzun hem de kısa dönemde istatistiksel olarak anlamlı asimetrik etkinin mevcut olduğunu iddia ederken, Kaya ve Soybilgen (2019) bu asimetrik etkinin sadece kısa dönemde geçerli olduğunu öne sürmektedir. Yapılan literatür taramasında Borsa İstanbul için rejimsel analiz yapan oldukça az sayıda çalışma mevcuttur. Bu çalışmalardan Aktaş vd., (2018), TCMB ile birlikte Amerikan, Avrupa, Rusya, Hindistan ve Brezilya merkez bankalarının parasal eylemlerinin, BIST100 endeksi oynaklığındaki asimetrik etkisi incelemişler ve tüm merkez bankalarının politikalarının ayı piyasasında BIST100 endeksi oynaklığını artırdığı sonucuna ulaşmışlardır. Boğa piyasasında ise sadece Amerikan Merkez Bankası ve AMB tarafından uygulanan parasal kararların BIST100 endeksi oynaklığını artırdığı gözlemlenmiştir. Atış ve Erer (2018) ise para politikasının ayı ve boğa piyasalarındaki asimetrik etkisini MRDM modeli ile 2002-

2016 dönemi için incelemiştir. Araştırma bulguları para politikası kararlarının asimetrik ve boğa piyasasında daha etkin olduğunu göstermektedir.

3. TEORİK ÇERÇEVE

Merkez bankalarının parasal eylemleri, çeşitli kanallarla varlık fiyatlarını da etkileyebilmektedir. PAM'ın kanallarından birisi olan geleneksel faiz oranı kanalına göre sadece iki varlık bulunmaktadır. Bu varlıklar ise para ve tahvildir ve sadece iki varlığın yer aldığı bir ekonomik sistem varsayımının gerçekçiliği eleştirilmektedir. Bu nedenle Monetaristler PAM'ın reel etkilerini, reel servet ve hisse senedi fiyatları gibi varlıkların fiyatlarını da göz önünde bulundurarak değerlendirmektedirler (Mishkin, 1996).

PAM'ın monetarist kanalı olarak isimlendirilen varlık kanalı, faiz oranı değişimleri yerine varlık fiyatlarındaki nispi değişimlerin direkt etkisi üzerinde durmaktadır. Buradaki amaç, para politikası değişikliğinin neden olduğu portföy değişimlerinin, varlık fiyatı değişikliklerine sebep olacağı ve bunun da reel etkilerinin olabileceğidir. Çünkü yatırımcıların portföylerindeki varlıklar birbirlerinin eksik ikamesi niteliğindedir ve yatırımcılar piyasa hareketlerine bakarak portföylerini değiştirme eğilimindedirler. Bu görüşe göre faiz oranının, diğer varlıklara nazaran özel bir etkisi yoktur (Kuttner ve Mosser, 2002). PAM açısından önem taşıyan ve varlık fiyatlarını kapsayan iki mekanizma mevcuttur: Bunlar, yatırımın Tobin q teorisi ve servetin tüketim üzerindeki etkisidir (Mishkin, 1996).

Servet kanalı, Ando ve Modigliani (1963) "Tüketimin Yaşam Döngüsü Modeli" üzerine kurulmuştur. Bu modele göre tüketim cari gelire göre değil servete bağlı olarak şekillenmektedir. Yaşam döngüsü yaklaşımına göre, paranın tüketime olan etkisi şu mekanizma ile ortaya çıkmaktadır: Daraltıcı para politikasıyla yükselen faiz oranları; hisse senetleri, tahvil ve konut gibi varlıkların fiyatlarının azalmasına yol açmaktadır. Bunun sonucunda hane halklarının toplam serveti azalmakta, dolayısıyla tüketimleri de azalmaktadır (Kuttner ve Mosser, 2002). Tüketim harcamaları bireylerin ömürleri boyunca kazanmış oldukları finansal servetleri, beşeri ve reel sermayeleri tarafından belirlenmektedir. Buna göre, tüketim harcamalarının asıl kaynağı cari gelir değil, yaşam boyu gelir olmaktadır (Claus ve Grimes, 2003). Servetin bir unsuru olan finansal servet ise, genellikle hisse senetlerinden oluşmaktadır (Mishkin, 1996). Faiz oranları ile hisse senedi fiyatları arasında negatif yönlü ilişki vardır. Örnek olarak, faizler yükseldiğinde sermayenin marjinal maliyeti yükseleceğinden, yatırım harcamaları azalacaktır. Bu ise, firmaların getirileri üzerinde olumsuz etki yaratarak, firmaların sermaye piyasasındaki değerini düşürecektir. Aksine parasal gevşeme yaşandığında, hane halkları ve firmalar toplam harcamalarını arttırarak, hisse senedi fiyatlarının yükselmesine yol açacaklardır. Hisse senedi değerlerinin yükselmesi ise, ekonomik birimlerin finansal servetlerinin, yaşam boyu gelirlerinin ve tüketimlerinin artmasına yol açmaktadır (Mishkin, 1996).

Varlık kanalının bir diğer kolu ise Tobin q teorisi ile açıklanmaktadır. Tobin q teorisine göre, firmaların sermaye piyasası değerleri ile yatırım harcamaları, dolayısıyla da toplam üretim arasında doğru yönlü ilişki mevcuttur (Tobin, 1969). Tobin q teorisi, parasal eylemlerin reel ekonomiyi hisse senedi fiyatlarıyla etkileyebildiği bir mekanizma önermektedir ve bu işleyiş geleneksel faiz oranı kanalından farklıdır. James Tobin'e göre "q" değeri firmanın piyasa değerinin, firmanın yenileme maliyetinin değerine bölünmesiyle elde edilmektedir. Firmanın alacağı yatırım kararı, q değerine göre belirlenecektir. Tobin q değerinin 1'den büyük olması, firmanın etkin olduğunu ve yatırımın rasyonel olduğunu ifade etmektedir. Faiz oranları ve hisse senedi fiyatları arasındaki negatif ilişki sonucunda, genişletici para politikası firmanın piyasa değerini yükseltecektir. Bu mekanizma şu şekilde açıklanmaktadır (Mishkin, 1996): Para arzı arttırıldığında, hane halkları tutmak istediğinden daha fazla nakit bulundurduğu için harcamalarını arttırarak, tuttıkları para miktarını azaltmaya çalışacaklardır. Bu harcamaların bir kısmı hisse senedi alımı için kullanılacağından, hisse senedi talebi artışı sonucu hisse senedi fiyatları da yükselecektir. Sonraki aşamada Tobin q değeri de yükselerek, firmanın nispi sermaye yenileme maliyetinin düşmesine neden olacaktır. Bu durumda, rasyonel davranacak olan firma, yatırımı gerçekleştirecektir.

Buraya kadar olan açıklamalar para politikasıyla hisse senedi fiyatları arasındaki doğrusal ilişkiyi açıklamaktadır. Para politikasının hisse senedi piyasasının farklı rejimlerindeki doğrusal olmayan asimetric etkileri asimetric bilgi, finansal kısıtlar ve firma boyutu gibi nedenlerle ortaya çıkmaktadır. Finansal piyasalardaki asimetric bilgi, kredi kısıtlamalarına yol açmaktadır. Bu kısıtlar, firmaların net değerinin düşük olduğu daralma rejimlerinde daha bağlayıcı olabilmektedirler. Bu durumda, daraltıcı para politikasının yatırımda iki etkisi ortaya çıkacaktır. Bunlar, sermaye maliyetinin yükselmesi neticesinde yatırımdaki düşüş ve likiditenin daralması sonucu yatırım talebinin düşmesi şeklinde özetlenebilirler. Sonuç olarak, daralma dönemlerindeki parasal şokların piyasalar üzerindeki etkisi daha güçlü ve asimetric olacaktır (Garcia ve Schaller, 2002).

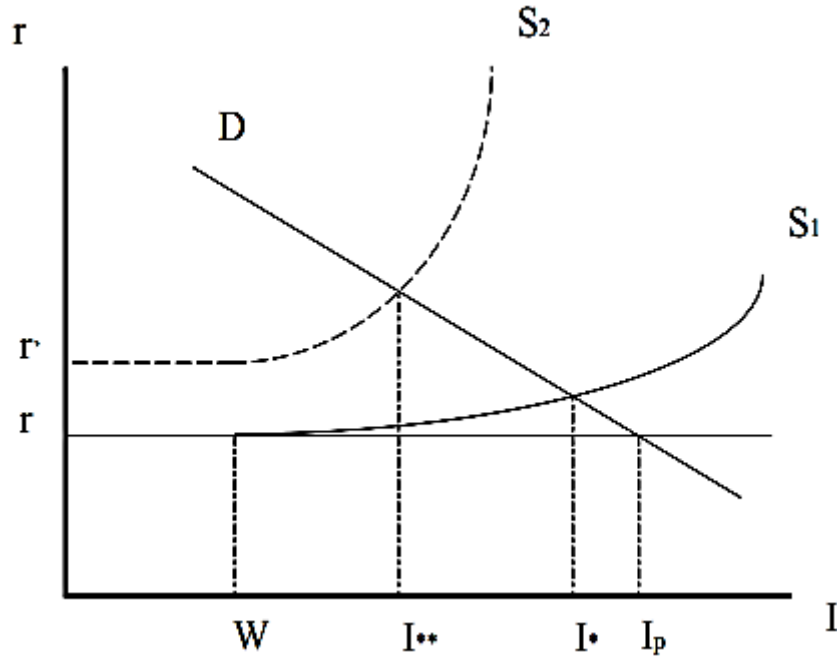
Kredi piyasasındaki kısıtlamalar için ortaya atılan teoriler, parasal eylemlerin etkinliğinin daralma dönemlerinde, genişleme dönemlerinde olduğundan daha etkili olduğunu iddia etmektedirler. Buna göre, finansal piyasalardaki asimetric bilgi, finansal aracılık maliyetlerini yükselterek firmaların dış finansman primini arttırmaktadır. Buna ilave olarak aracılık maliyetleri ile firmaların net değeri arasında negatif yönlü ilişki mevcuttur. Firmaların net değeri ise konjonktür yanlısı bir değişkendir. Buna göre firmaların aracılık maliyetleri daralma rejiminde yükselmekte, genişleme rejiminde ise azalmaktadır. Firma bilançolarının kuvvetli olduğu genişleme rejimindeki fon gereksinimi, firma dağıtılmamış karlarından giderilebilmektedir. Böyle zamanlarda dış finansman primleri yüksek değildir. Bu açıdan, finansman primleri üzerinde etki yaratan parasal şokların, genişleme rejimlerindeki etkisi oldukça sınırlı kalmaktadır. Diğer taraftan nakit akışının düşük ve firmaların dış finansmana bağımlılığının yüksek olduğu daralma rejimlerinde, para politikasının daha kuvvetli bir etki meydana getirmesi daha muhtemeldir. Sıkı para politikası faizlerin artmasına neden olarak firma bilançolarını

bozmakta ve yüksek dış finansman primiyle firmaların maliyetlerini daha da yükseltmektedir (Kakes, 1998). Buna ek olarak daraltıcı para politikası sonucu yükselen faizler ve iflas riski, bankaların bazı firmalara borç vermekte daha isteksiz davranmalarına yol açabilmektedir ve firmalar üzerindeki asimetrik etkiyi şiddetlendirmektedir. Bu koşullarda kredi kısıtları bağlayıcıdır ve toplam hasılda düşüşe neden olacaktır (Florio, 2004).

Firmaların büyüklüğü bu etkiyi derinleştiren bir diğer etmendir. Kredi arzındaki daralmalar geniş hacimli firmaları daha düşük düzeyde etkilemektedir. Çünkü geniş hacimli firmalar fon ihtiyaçlarını, sermaye piyasaları aracılığı ile dış finansman primlerindeki yükselişten etkilenmeksizin arttırabilmektedirler. Ancak küçük firmalar için kredi kısıtları daralma rejimlerinde, genişleme rejimindekinden daha bağlayıcı olmaktadır (Shen, 2000). Fon maliyetindeki artışlar, küçük firmaların yatırım harcamalarını azaltmalarına neden olmaktadır. Özet olarak para politikasının etkililiği, ekonominin içerisinde bulunduğu döngüsel hareketlere göre değişmektedir (Florio, 2004).

Kredi temelli para politikası asimetrisinin açıklaması (Kakes, 1998) tarafından Şekil 1 ile yapılmıştır. Şekil 1'in dikey ekseninde fon maliyetini gösteren faiz oranı (r), yatay ekseninde ise yatırım (I) yer almaktadır.

Şekil 1. Finansal Hızlandırıcı



Kaynak: Kakes (1998)

Buna göre, D firmaların yatırım fonu talebini, S1 ve S2 ise fon arzını göstermektedir. Firmalar W yatırım düzeyine kadar r faiz oranı ile fon talep edebilmektedirler. Bu düzeyde firma dış finansman primi ödemek zorunda değildir veya finansmanını iç kaynaklarından sağlayabilmektedir. Firma, W düzeyinin üzerindeki yatırım seviyelerinde dış finansman primi ödeyerek daha yüksek faiz

oranlarına katlanmak zorundadır. Dış finansman primi ise, yatırım düzeyi ile büyüyen yatırımdaki beklenen riske bağlı olarak artmaktadır. Denge yatırım düzeyinde toplam yatırımlar I^* seviyesinde olup, tam rekabetçi sermaye piyasasını ifade eden ve dış finansman priminin olmadığı yatırım düzeyi olan I_p seviyesinin altındadır. Daraltıcı bir para politikası, faiz oranlarında artışa neden olarak fon arzı eğrisinin içeriye doğru S_1 düzeyinden S_2 düzeyine kaymasına neden olacaktır. Daha yüksek orandaki faiz oranları, borçlananların temerrüt riskini arttıracığından, dış finansman primi önceki düzeyinden daha büyük bir oranda olacaktır. Sonuç olarak S_2 eğrisi S_1 eğrisinden daha dik konuma gelecektir. Dolayısıyla parasal sıkılaştırmanın etkisi, dış finansman priminin artış etkisi ile büyümüştür. Özetle kredi sistemi, parasal şokların etkilerini borçlanan firmaların net değeri, teminatları ve kredi kısıtları arasındaki etkileşim vasıtasıyla devamlı kılan ve bu etkileri arttıran bir yayılma mekanizması işlevi görmektedir (Kaufmann, 2002).

4. VERİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada, MRDM yöntemi yardımıyla “para politikasının hisse senedi piyasası üzerindeki etkileri asimetrik midir?” sorusuna yanıt aranmıştır. MRDM, doğrusal tahmin yöntemlerinin aksine doğrusal olmayan ve asimetrik değişkenlerin araştırılması için daha uygun niteliktedir (Garcia ve Schaller, 2002). MRDM ile rejimsel analizlerin yapılabilmesi mümkün kılınmıştır. Ancak, boğa piyasası ve ayı piyasası gibi hisse senedi piyasası rejimlerinin ayrımlarına dair herhangi bir fikir birliği kurulamamıştır ve literatürde genel kabul görmüş birer boğa ya da ayı piyasası tanımı mevcut değildir (Jiang, 2018). Bu bağlamda, para politikasının hisse senedi rejimlerindeki asimetrik etkisinin araştırılabilmesi için, bu rejimlerin birbirinden ayrılması gerekmektedir. MRDM ise, ekonomik rejimlerin dönüm noktalarını başarıyla tahminleyerek, üzerinde çalışılan dönemi genişleme ve daralma rejimlerine ayırabilmektedir (Karabıyık, 2020). Ayrıca MRDM hisse senedi piyasası üzerinde yapılan tahminlemelerde diğer modellere nazaran avantajlıdır. Çünkü MRDM, ayı ve boğa piyasaları arasındaki geçişlerde yer alan eş hareketliliği yakalayarak ve örtük ortak faktörü çıkararak hisse senedi piyasasının hareketlerini daha kesin bir şekilde temsil etmektedir (Jiang, 2018).

Hamilton (1989) tarafından geliştirilmiş olan MRDM, birinci dereceden markov zinciri olan stokastik bir durum değişkeni olan “ S_t ” vasıtasıyla rejimler arasında ayırım yapabilmektedir. Durum değişkeni S_t gözlemlenmemektedir. Ayrıca ayı ve boğa piyasaları için $S_t = 0$ veya $S_t = 1$ değerlerini almaktadır. MRDM Denklem 1 ile gösterilmektedir:

$$Y_t = \alpha_1 S_t + \alpha_2 (1 - S_t) + [\alpha_1 S_t + \alpha_2 (1 - S_t)] \varepsilon_t, \quad \varepsilon_t \sim N(0, \sigma^2) \quad (1)$$

Denklem 1’de yer alan Y_t ifadesi hisse senedi getirisini ifade etmektedir ve durum değişkeni S_t vasıtasıyla ayı ve boğa piyasası rejimlerine ayrılmaktadır. Birinci derece markov zinciri tarafından şekillendirilen rejim geçiş olasılıkları aşağıdaki denklemler ile elde edilmektedir:

$$P(S_t | \gamma_{t-1}, S_{t-1}) = P(S_t | S_{t-1}) \text{ olmak üzere} \quad (2)$$

$$P_{00} = P(s_t = 1 | s_{t-1} = 1) = p \quad (3)$$

$$P_{01} = P(s_t = 0 | s_{t-1} = 1) = 1 - p \quad (4)$$

$$P_{10} = P(s_t = 0 | s_{t-1} = 0) = q \quad (5)$$

$$P_{11} = P(s_t = 1 | s_{t-1} = 0) = 1 - q \quad (6)$$

Denklem 3, 4, 5 ve 6’da verilmiş olan P_{ij} koşullu olasılık değerleri, “i” rejiminden sonra geçerli olacak olan rejimin “j” rejimi olması olasılığını vermektedir. Örneğin P_{10} olasılığı, 1 rejiminden 0 rejimine geçiş olasılığını, P_{11} ise 1 rejiminin devam etme olasılığını vermektedir. Bunlar rejim geçiş olasılıkları olarak adlandırılmıştır ve aşağıdaki matris ile gösterilmektedirler:

$$p_{ij} = \begin{pmatrix} p_{00} & p_{01} \\ p_{10} & p_{11} \end{pmatrix} \quad (7)$$

Türkiye’de para politikasının BIST100 getirisi üzerindeki asimetrik etkisinin incelenmesi amacıyla kurulan ekonometrik modelde kullanılmış olan veriler 1998Ç3-2020Ç1 dönemini kapsamaktadır ve Tablo 1’de özetlenmiştir.

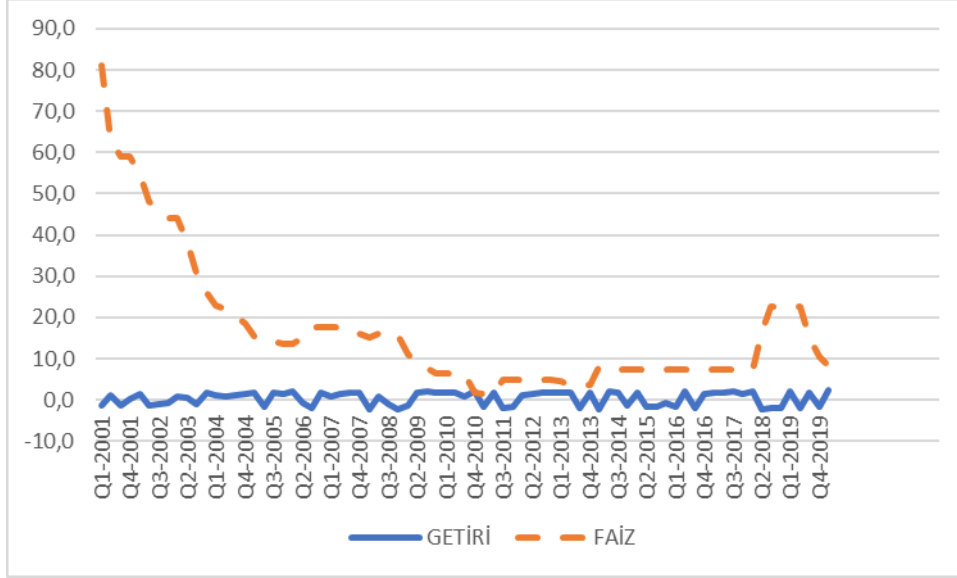
Tablo 1. Veri Tanımlamaları

DEĞİŞKEN	DEĞİŞKEN TANIMI	VERİ KAYNAĞI
BIST	BIST100 Endeksi	www.investingtr.com
GETİRİ	BIST100 Hisse Senedi Getirisi	GETİRİ=log(BISTt/BISTt-1)
FAİZ	Bankalar arası Gecelik Faiz Oranı	OECD
TÜFE	Tüketici Fiyat Endeksi	OECD
ÜRETİM	Sanayi Üretim Endeksi	OECD
BÜYÜME	Ekonomik Büyüme	OECD
1998Ç3-2020Ç1 ÇEYREKLİK VERİ SETİ, HER BİR DEĞİŞKEN İÇİN 87 GÖZLEM.		

Literatürde para politikasının temsil edilmesi amacıyla genellikle M1, M2 ve M3 gibi parasal büyüklüklerle birlikte bir takım faiz oranları tercih edilmiştir. Ancak parasal büyüklüklerin parasal gösterge olarak modellenmesi bazı sorunları da beraberinde getirmektedir. Bunlardan ilki, her para politikası değişikliğinin, parasal büyüklükleri etkileyemeyebileceği gerçeğidir. Bununla birlikte, farklı parasal büyüklükler farklı yönlere doğru hareket ederek parasal duruş hakkında çelişki yaratabilmektedirler. Sonuç olarak, parasal göstergelerin kullanılması, parasal eylemlerin eksik veya hatalı yorumlanmasına yol açabilmektedir (Florio, 2004; Garcia ve Schaller, 2002). Tüm bunlar dikkate alındığında, politika faizlerinin parasal büyüklüklerden daha tutarlı olduğu öne sürülmektedir (Garcia ve Schaller, 2002; Ravn ve Sola, 2004). Ayrıca, merkez bankalarının iktisadi istikrarsızlıklara politika faizini kullanarak ivedilikle müdahale etmesi, politika faizinin parasal duruş için daha iyi bir temsilci olduğunu göstermektedir (Garcia ve Schaller, 2002). Buna ilave olarak, merkez bankası müdahalelerinin önemli bölümü politika faizi değişiklikleriyle yapılmaktadır (Ravn ve Sola, 2004). Bunlar vb. sebeplerle, politika faizinin para politikası göstergesi olarak kullanımı literatürde oldukça yaygındır (Höppner vd., 2008; Lenz, 1997). Para politikası göstergesi olarak faiz oranının kullanılmasının bir başka avantajı, parasal büyüklüklere göre daha hızlı ve daha basit bir şekilde ölçülmesidir (Mishkin, 2005). Bu nedenlerle bu çalışmada, para politikası göstergesi olarak OECD veri tabanından elde edilmiş

olan bankalar arası gecelik faiz oranı kullanılmıştır. Türkiye’de para politikası ile hisse senedi getirisinin genel seyri Şekil 2’de gösterilmektedir. Şekil 2 dikkatle incelendiğinde, Türkiye’de para politikası ile hisse senedi getirisi arasındaki ilişki PAM ile tutarlı olarak negatif yönlüdür.

Şekil 2. Türkiye Ekonomisinde Faiz ve Hisse Senedi Getirisi



Kaynak: OECD

Para politikasının hisse senedi getirisi üzerindeki asimetric etkilerinin ölçülmesi amacıyla ise, hisse senedi fiyatları vasıtasıyla hesaplanmış olan hisse senedi getirisi serisi kullanılmıştır. BIST100 hisse senedi fiyatları serisi “investingtr” web sitesinden elde edilmiştir ve hisse senedi getirisi Denklem 8 kullanılarak hesaplanmıştır.

$$Getiri = \log \left(\frac{p_t}{p_{t-1}} \right) \quad (8)$$

Ayrıca, ihmal edilmiş değişken sorunundan kaçınmak için TÜFE, ÜRETİM ve BÜYÜME değişkenleri modele kontrol değişkeni olarak eklenmiştir. Söz konusu değişkenler OECD veri tabanından elde edilmiştir. Modelde kullanılan tüm serilerin mevsimsel düzeltilmesi yapılmıştır. Ayrıca GETİRİ ve BÜYÜME serileri haricindeki değişkenlerin tamamı doğal logaritmaları alınarak kullanılmıştır.

5. BULGULAR

Durağan olmayan serilerin kullanıldığı ekonometrik modeller, yanıltıcı analiz bulgularının elde edilmesine yol açmaktadır ve bu durum sahte regresyon olarak ifade edilmektedir (Granger ve Newbold, 1974). Bu sorundan kaçınmak amacıyla, serilere birim kök testi uygulanmalıdır. Bu nedenle bu çalışma kapsamında kullanılan veriler için durağanlık sınaması ilk olarak geleneksel bir birim kök testi olan Dickey ve Fuller (1979, 1981) ADF testi ile yapılmıştır. Ancak, zaman serilerinde meydana gelen yapısal kırılmalar, ortalama ve varyansı zaman boyunca sabit olan yeni bir rejim oluşturabilmektedir.

Gerçekte durağan olabilen bu serilerde uygulanan geleneksel birim kök testleri, serilerin birim kök içerdiğine dair bulgular sunabilmektedir. Bu olgu sahte birim kök olarak isimlendirilmektedir. Sahte birim kök sorunundan kaçınmak için yapısal kırılmalara izin veren birim kök testleri de kullanılmalıdır (Perron, 1989). Bu amaçla bu çalışmada yapısal kırılmaları hesaba katan Zivot ve Andrews (2002) “ZA” birim kök testi de uygulanmıştır. Birim kök test bulguları Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Birim Kök Test Bulguları

DEĞİŞKENLER	ADF		ZA	
	Düzey	1. Fark	Düzey	1. Fark
GETİRİ	-9,33***	-	-9,58***	-
FAİZ	-1,79	0,00***	-3,24	-10,33***
TÜFE	-3,01**	-	-9,97***	-
ÜRETİM	-9,12***	-	-9,66***	-
BÜYÜME	-7,47***	-	-9,58***	-

(*** %1 anlamlılık düzeyini, ** %5 anlamlılık düzeyini, * %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir)

Her iki teste göre de Faiz değişkeni haricindeki serilerin tamamı düzeyde durağandır. Faiz değişkeni ise birinci farkı alınarak durağanlaştırılabilmektedir. Ayrıca modellenecek olan FAİZ ve GETİRİ serilerinin doğrusallıklarının sınanması için Broock vd., (1996) BDS bağımsızlık testi kullanılmıştır. Test sonuçları Tablo 3’te gösterilmektedir.

Tablo 3. BDS Testi Sonuçları

GETİRİ				
BOYUT	BDS İstatistiği	Std. Hata	z- İstatistiği	Olasılık
2	0.163122	0.004631	35.22645	0.0000
3	0.282481	0.007407	38.13780	0.0000
4	0.361653	0.008872	40.76332	0.0000
5	0.416666	0.009299	44.80521	0.0000
6	0.451291	0.009018	50.04385	0.0000
FAİZ				
BOYUT	BDS İstatistiği	Std. Hata	z- İstatistiği	Olasılık
2	0.182968	0.010774	16.98262	0.0000
3	0.316262	0.017293	18.28834	0.0000
4	0.409224	0.020805	19.66963	0.0000
5	0.476901	0.021912	21.76447	0.0000
6	0.521653	0.021356	24.42651	0.0000

Her iki değişken için elde edilen BDS test bulgularına göre, serilerin doğrusal yapıda olduğunu ifade eden boş hipotez %1 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir. Bir başka deyişle seriler doğrusal değildir ve doğrusal olmayan yöntemlerle modellenebilmektedirler. Bu sebeple bu çalışmada, para politikası ile hisse senedi getirisi arasındaki ilişki MRDM ile modellenmiştir. Ampirik analizde kullanılan MRDM Denklem 9’da sunulmuştur.

$$GETİRİ_t = [\alpha_0(1 - s_t) + \alpha_1 s_t] + [\beta_0(1 - s_t) + \beta_1 s_t]FAİZ_t + \varphi_t TÜFE_t + \phi_t ÜRETİM_t + \mu_t BÜYÜME_t + [\psi_0(1 - s_t) + \psi_1 s_t]\varepsilon_t \quad (9)$$

MRDM yönteminde kullanılan değişkenler, rejime göre değişen veya değişmeyen nitelikte modellenebilmektedir. Denklem 9’da görülebileceği üzere, para politikasının hisse senedi getirisi üzerindeki asimetrik etkisinin ölçülmesi amacıyla, sadece FAİZ değişkeni rejim değişim özelliğine sahiptir. Bir başka deyişle, FAİZ değişkeni için elde edilecek olan tahmin katsayısı, durum değişkeni

s_t 'yi içermektedir. TÜFE, ÜRETİM ve BÜYÜME değişkenleri modele, rejim değişim özellikleri olmadan kontrol değişkeni olarak eklenmişlerdir. Çalışma kapsamında tahminlenmiş olan MRDM bulguları Tablo 4 ile gösterilmektedir.

Tablo 4. MRDM Bulguları

GETİRİ	PARAMETRE	KATSAYI	STD. HATA	OLASILIK
BÜYÜME	μ_t	0,07	0,02	0,00
TÜFE	φ_t	-0,18	0,05	0,00
ÜRETİM	ϕ_t	-1,66		0,19
AYI PİYASASI				
FAİZ	β_0	-1,56	0,53	0,00
SABİT TERİM	α_0	-1,43	0,10	0,00
BOĞA PİYASASI				
FAİZ	β_1	-2,07	0,48	0,00
SABİT TERİM	α_1	1,55	0,10	0,00

Modelde yer alan sabit terim katsayıları α_0 ve α_1 , bağımlı değişkenin hisse senedi getirisi olması nedeniyle, ayı ve boğa piyasalarındaki ortalama getiri hakkında bilgi vermektedir. Buna göre BIST100 yatırımcıları Boğa piyasasında iken ortalama %1,55 (α_1) kazanç elde etmişler ve ayı piyasasında ise ortalama %1,43 (α_0) zarara uğramışlardır. Bulgular TÜFE ile GETİRİ arasında ters yönlü ilişki olduğunu göstermektedir ve Choudhry (2001) ile tutarlıdır. Buna göre yatırımcıların reel servetleri enflasyon nedeniyle küçülmektedir ve PAM'da açıklandığı üzere hisse senedi getirileri üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır. MRDM tahmini ile elde edilmiş olan BÜYÜME değişkeni katsayısına göre ekonomik büyümedeki artış reel serveti arttırarak hisse senedi getirisini olumlu yönde etkilemektedir. Mauro (2003) da bu görüşü desteklemektedir. Hisse senedi fiyatları, gelecekteki temettülerin bugünkü ıskonto edilmiş değerini yansıtmaktadır ve temettü artışı konjonktür yanlısı bir değişkendir. TÜFE ve BÜYÜME serileri istatistiksel olarak %1 düzeyinde anlamlı bulunmuşlardır. Öte yandan Kandir (2008)'e paralel olarak ÜRETİM değişkeni ile GETİRİ arasında anlamlı ilişki saptanamamıştır. Türk hisse senedi piyasasının finansal kaynakları reel sektöre aktarmadaki başarısı üzerine yapılan değerlendirmeler göz önüne alındığında, elde edilen bu sonuç şaşırtıcı değildir.

Para politikasının hisse senedi getirisi üzerindeki asimetrik etkilerini ölçen β_0 ve β_1 katsayıları incelendiğinde, para politikasının PAM'da açıklanan teoriler ile tutarlı olarak, hisse senedi getirisi üzerinde negatif etki meydana getirdiği görülmektedir. Buna ilave olarak, bulgulara göre bu etki asimetriktir ve parasal eylemlerin hisse senedi getirisi üzerindeki etkisi boğa piyasasında daha büyüktür.

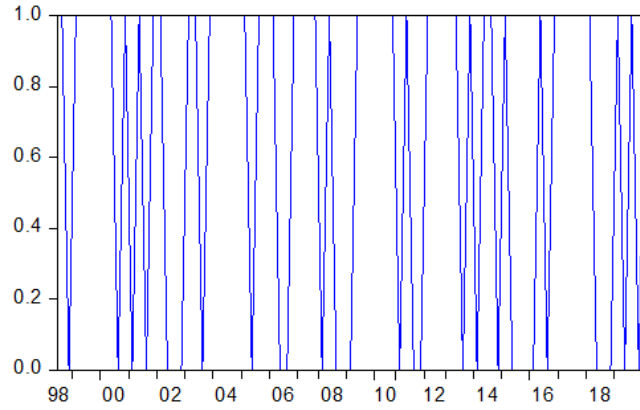
Bir rejimin izleyen dönemde devam etmesi ya da bir rejimden bir başka rejime geçilmesi üzerindeki etkisi rejim geçiş olasılıkları ile ifade edilmektedir. Rejim geçiş olasılıkları Tablo %'te sunulmaktadır.

Tablo 5. Rejim Geçiş Olasılıkları Matrisi

$$P = \begin{bmatrix} P_{00} & P_{01} \\ P_{10} & P_{11} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} 0,34 & 0,66 \\ 0,39 & 0,61 \end{bmatrix}$$

Rejim geçiş olasılık değerlerine göre ayı piyasasındayken, ayı piyasasının izleyen dönemde de devam etme olasılığı %34, ayı piyasasından boğa piyasasına geçiş olasılığı ise %66'dır. Boğa piyasası koşulları geçerliyken ise, boğa piyasasının izleyen dönemde de devam etme olasılığı %61, boğa piyasasından ayı piyasasına geçiş olasılığı ise %39'dur. Bulgulara göre her iki rejim için de kalıcılık söz konusu değildir. Ancak boğa piyasasının tekrar boğa piyasası ile devam etmesi olasılığı veya ayı piyasasından boğa piyasasına geçiş olasılığının görece yüksek olması Türkiye Ekonomisinin dinamizmine işaret etmektedir. Şekil 3'te ise filtrelenmiş rejim olasılıkları gösterilmektedir.

Şekil 3. Filtrelenmiş Rejim Olasılıkları ($St=0$)



Şekilde yer alan yatay eksen zamanı (yılların son iki hanesini), dikey eksen hisse senedi piyasasının rejim olasılık değerlerini göstermektedir. Rejim olasılığının 0 olması söz konusu tarihte geçerli olan rejimin ayı piyasası olduğunu, 1 olması ise geçerli rejimin boğa piyasası olduğunu ifade etmektedir. 1998-2020 dönemini yansıtan şekle göre her iki piyasa da kalıcılık göstermemekte, rejimler periyodik olarak değişmektedir.

6. SONUÇ

Ekonomik istikrarın sağlanabilmesi için, hisse senedi piyasası da dikkate alınmalıdır. İçsel özellikleri ve eksiklikleri nedeniyle, gelişen piyasa ekonomilerindeki hisse senedi piyasaları para politikalarındaki değişikliklerden yüksek boyutta etkilenebilmektedirler. Bu nedenle, hisse senedi piyasasındaki yüksek oynaklık sebebiyle ortaya çıkan finansal istikrarsızlığın ve bunun reel sektörde oluşturabileceği olumsuz etkilerin önüne geçilebilmesi için para politikasının borsa üzerindeki etkisinin anlaşılması büyük önem taşımaktadır.

Bu araştırma ile Türkiye'de para politikasının hisse senedi getirisi üzerindeki doğrusal olmayan etkileri araştırılmıştır. Bu amaçla 1998Ç3-2020Ç1 dönemini kapsayan bir veri seti ile MRDM yöntemi kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre Türkiye'de para politikasının hisse senedi getirisi üzerinde asimetrik etkisi mevcuttur. Araştırma bulguları boğa piyasasında uygulanmış olan parasal şokların daha etkin olduğunu göstermektedir. Ancak söz konusu ilişki para politikasının hisse senedi piyasası üzerindeki asimetrik etkisine dair ortaya atılan genel görüş ile çelişmektedir. Genel görüşe göre para

politikasının etkileri, finansal kısıtların daha bağlayıcı olduğu ayı piyasasında daha büyüktür. Ancak genel görüş, sanayileşmiş ekonomiler üzerinde yapılan araştırmalar sonucunda şekillenmektedir. Bu çalışma kapsamında, Türkiye'deki söz konusu çelişkili etkinin muhtemel sebeplerinden birisinin, son zamanlarda gündemden düşmeyen reel sektörün yüklü borç dolarizasyonu olduğu düşünülmektedir. Yüksek borç dolarizasyonunun varlığında uygulanmakta olan parasal şoklar sermaye hareketlerini etkileyerek, sanayileşmiş ekonomiler ile karşılaştırıldığında ters yönde asimetric etki meydana getirebilmektedirler. Şekil 2'den de görülebileceği üzere, Türkiye'de finansal istikrarın sağlanabilmesi için genel olarak döngü karşıtı para politikası uygulanmaktadır. Bir başka deyişle ayı piyasası genişletici, boğa piyasası ise daraltıcı para politikası uygulamalarıyla yumuşatılmaya çalışılmaktadır. Ancak finansal kısıtların daha bağlayıcı olduğu ayı piyasasında uygulanan gevşek para politikasıyla TL cinsinden likidite bollaşsa da düşen faiz oranları sermaye çıkışına neden olarak firmaların yabancı para cinsinden borçlarını etkilemektedir. Sonuç olarak, firmaların döviz borçları üzerindeki etki vasıtasıyla firma bilançoları kötüleşmekte, hisse senedi getirileri azalmakta ve ayı piyasasında uygulanmakta olan genişletici para politikasının etkinliği azalmaktadır. Bu araştırma bulguları, büyümek için yüksek dış kaynak ihtiyacı duyan Türkiye Ekonomisi için şaşırtıcı nitelikte değildir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, H., Güleç, T. C., ve Erer, E. (2018). The Effects of foreign central bank monetary policies on bist 100 index Volatility. *Yonetim ve Ekonomi*, 25(3), 749.
- Aktaş, Z., Alp, H., Gürkaynak, R., Kesriyeli, M., ve Orak, M. (2009). Türkiye'de para politikasının aktarımı: para politikasının mali piyasalara etkisi. *İktisat İşletme ve Finans*, 24(278), 9–24.
- Alp, B. (2013). Türkiye'deki Reel Sektör Firmalarında Borç Dolarizasyonu ve Reel Kur Değişimlerinin Bilanço Etkisi. TCMB Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara.
- Altıntaş, H., ve Yacouba, K. (2018). Asymmetric responses of stock prices to money supply and oil prices shocks in turkey: new evidence from a nonlinear ardl approach. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 8(4), 45.
- Ando, A., ve Modigliani, F. (1963). The life cycle hypothesis of saving: aggregate implications and tests. *The American Economic Review*, 53(1), 55–84.
- Atış, A. G., ve Erer, D. (2018). The impact of monetary policy on stock returns during bull and bear markets: the evidence from turkey. *Ege Akademik Bakış*, 18(4), 699–710.
- Balke, N. S., Brown, S. P. A., ve Yücel, M. K. (2002). Oil Price shocks and the u. s. economy: where does the asymmetry originate?. *The Energy Journal*, 23(3), 27-52.

- Barnichon, R., Matthes, C., ve Sablik, T. (2017). Are the effects of monetary policy asymmetric (Sy EB17-03; Richmond Fed Economic Brief, Sayı March).
- Bartels, A. H. (1985). Volcker's revolution at the fed. *Challenge*, 28(4), 35–42.
- Bernanke, B. S., ve Gertler, M. (1995). Inside the black box: the credit channel of monetary policy transmission. *The Journal of Economic Perspectives*, 9(4), 27-48.
- Broock, W. A., Scheinkman, J. A., Dechert, W. D., ve LeBaron, B. (1996). A test for independence based on the correlation dimension. *Econometric reviews*, 15(3), 197–235.
- Bui, T. T. (2015). Asymmetric effect of monetary policy on stock market volatility in asean5. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 8(15), 185–197.
- Canova, F., ve De Nicolo, G. (2002). Monetary disturbances matter for business fluctuations in the g-7. *Journal of Monetary Economics*, 49(6), 1131–1159.
- Chen, M., H. (2013). Asymmetric response of hospitality stock prices to fed policy actions. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 129–139.
- Chen, S. (2007). Does Monetary policy have asymmetric effects on stock returns ?. *Journal of Money, Credit and Banking*, 39(2), 667-688.
- Choudhry, T. (2001). Inflation and rates of return on stocks: evidence from high inflation countries. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 11(1), 75–96.
- Claus, I., ve Grimes, A. (2003). Asymmetric Information, Financial Intermediation and the Monetary Transmission Mechanism: A Critical Review (Sy 03/19; New Zealand Treasury Working Paper).
- Cover, J. P. (1992). Asymmetric effects of positive and negative money-supply shocks. *The Quarterly Journal of Economics*, 107(4), 1261-1282.
- Davidson, L. S., ve Froyen, R. T. (1982). Monetary policy and stock returns: are stock markets efficient?. *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 64(3), 3–12.
- Demiralp, S., ve Yılmaz, K. (2010). Para politikası beklentilerinin sermaye piyasaları üzerindeki etkisi.
- Dickey, D. A., ve Fuller, W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American statistical association*, 74(366a), 427–431.

- Dickey, D. A., ve Fuller, W. A. (1981). Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1057–1072.
- Duran, M., Özlü, P., ve Ünalınış, D. (2010). Tcmb faiz kararlarının hisse senedi piyasaları üzerine etkisi. *Central Bank Review*, 10(2), 23.
- Ergeç, E. H. (2009). Türkiye ekonomisinde pozitif ve negatif para politikası şoklarının asimetrik etkileri. *Dumlupınar Üniversitesi SBE Dergisi*, 23, 333-344.
- Florio, A. (2004). The asymmetric effects of monetary policy. *Journal of Economic Surveys*, 18(3), 409-426.
- Galí, J., ve Gambetti, L. (2015). The effects of monetary policy on stock market bubbles: Some evidence. *American Economic Journal: Macroeconomics*, 7(1), 233–57.
- Garcia, R., ve Schaller, H. (2002). Are the effects of monetary policy asymmetric?. *Economic Inquiry*, 40(1), 102-119.
- Gökalp, B. T. (2016). Para politikası kararlarının hisse senetlerinin fiyatları üzerindeki etkileri. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics ve Administrative Sciences*, 21(4), 1379-1396.
- Granger, C. W. J., ve Newbold, P. (1974). Spurious regressions in econometrics. *Journal of Econometrics*, 2(2), 111-120.
- Guo, F., Hu, J., ve Jiang, M. (2013). Monetary shocks and asymmetric effects in an emerging stock market: the case of china. *Economic Modelling*, 32, 532–538.
- Hamilton, J. D. (1989). A new approach to the economic analysis of nonstationary time series and the business cycle. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 357–384.
- Han, G., Wu, Y., ve Young, W. (2014). Asymmetric effects of monetary policy on an emerging stock market. *International Journal of Monetary Economics and Finance*, 7(3), 192–206.
- Höppner, F., Melzer, C., ve Neumann, T. (2008). Changing effects of monetary policy in the US - Evidence from a time-varying coefficient VAR. *Applied Economics*, 40(18), 2353-
- Ioannidis, C., ve Kontonikas, A. (2008). The impact of monetary policy on stock prices. *Journal of policy modeling*, 30(1), 33–53.
- Investing.com. (2020, 11 Eylül). Döviz, Hisse Senedi, Emtia ve Finans Haberleri. Erişim adresi: <https://tr.investing.com/>.

- Jansen, D. W., ve Tsai, C.-L. (2010). Monetary policy and stock returns: Financing constraints and asymmetries in bull and bear markets. *Journal of Empirical finance*, 17(5), 981–990.
- Jiang, C. (2018). The asymmetric effects of monetary policy on stock market. *Quarterly Journal of Finance*, 8(03), 1-27.
- Kakes, J. (1998). Monetary transmission and business cycle asymmetry. Graduate School/Research Institute Systems, Organisation and Management.
- Kandır, S. Y. (2008). Macroeconomic variables, firm characteristics and stock returns: evidence from turkey. *International Research Journal of Finance and Economics*, 16(1), 35–45.
- Karabiyik, C. (2020). Türkiye’de uluslararası iktisadi dalgalanmaların yayılma etkisi ve konjonktür karşıtı para politikası. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(3), 1095–1118.
- Karras, G. (1996a). Are the output effects of monetary policy asymmetric? evidence from a sample of european countries. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 58(2), 267-278.
- Karras, G. (1996b). Why are the effects of money-supply shocks asymmetric? Convex aggregate supply or “pushing on a string?”. *T(4)*, 605-619.
- Kasapoğlu, Ö. (2007). Parasal Aktarım Mekanizmaları: Türkiye İçin Uygulama. TCMB Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara.
- Kaufmann, S. (2002). Is there an asymmetric effect of monetary policy over time? İçinde *Advances in Markov-Switching Models* (ss. 137–157). Springer.
- Kaya, E. (2018). Para Politikası şokları ve hisse senedi getirileri ilişkisi. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 4(3), 241–257.
- Kaya, H., ve Soybilgen, B. (2019). Evaluating the asymmetric effects of production, interest rate and exchange rate on the turkish stock prices. *Ege Akademik Bakis*, 19(2), 293–300.
- Kuttner, K. N., ve Mosser, P. C. (2002). The Monetary transmission mechanism: some answers and further questions. *FRBNY Economic Policy Review*, May, 15-26. <https://doi.org/2001>
- Lenz, C. (1997). Asymmetrie Effects of monetary policy in switzerland. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 133(3), 441-454.

- Lo, M. C., ve Piger, J. M. (2005). Is the response of output to monetary policy asymmetric? evidence from a regime-switching coefficients model. *Journal of Money, Credit, and Banking*, 37(5), 865-886.
- Loayza, N., ve Schmidt-Hebbel, K. (2002). Monetary policy functions and transmission mechanisms: An overview. İçinde N. Loayza ve K. Schmidt-Hebbel (Ed.), *Monetary Policy: Rules and Transmission Mechanisms* (ss. 1-20). Central Bank of Chile.
- Mauro, P. (2003). Stock returns and output growth in emerging and advanced economies. *Journal of Development Economics*, 71(1), 129–153.
- Mishkin, F. S. (1996). *The Channels of Monetary Transmission: Lessons for Monetary Policy* (Sy 5464; NBER Working Paper Series). <https://doi.org/10.3386/w5464>
- Mishkin, F. S. (2005). *Para Teorisi-Politikası*. ed. A. Ç. ve S. Y. Çev. İlyas Işıklar. Eskişehir: Bilim Teknik Yayınevi.
- Napolitano, O. (2006). Is the Impact of ECB Monetary Policy on EMU Stock Market Returns Asymmetric, *Universita Degli Studi Di Napoli'Parthenope'*, Instituto Di Studi Economici. Working Paper 3.2006.
- OECD Statistics. (2020, 11 Eylül). Organisation for Economic Co-operation and Development. Erişim adresi: <https://stats.oecd.org/>.
- Özdemir, A. K., ve Otluoğlu, E. (2015). The Impact of Monetary Policy Decisions on The Stock Prices During The Period of Inflation Targeting: An Emprical Study in Bist. *Journal of Economics Finance and Accounting*, 2(1).
- Paya, M. (2013). *Para Teorisi ve Para Politikası* (6. Baskı). Türkmen Kitabevi.
- Perron, P. (1989). The great crash, the oil price shock, and the unit root hypothesis. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 1361–1401.
- Ravn, M. O., ve Sola, M. (2004). Asymmetric effects of monetary policy in the United States. *Review, Federal Reserve Bank of St. Louis*, 86(Sep), 41-60.
- Rhee, W., ve Rich, R. W. (1995). Inflation and the asymmetric effects of money on output fluctuations. *Journal of Macroeconomics*, 17(4), 683-702.
- Rigobon, R., ve Sack, B. (2003). Measuring the reaction of monetary policy to the stock market. *The Quarterly Journal of Economics*, 118(2), 639–669.
- Rigobon, R., ve Sack, B. (2004). The impact of monetary policy on asset prices. *Journal of Monetary Economics*, 51(8), 1553–1575.

- Rogalski, R. J., ve Vinso, J. D. (1977). Stock returns, money supply and the direction of causality. *The Journal of Finance*, 32(4), 1017–1030.
- Rozeff, M. S. (1974). Money and stock prices: Market efficiency and the lag in effect of monetary policy. *Journal of financial Economics*, 1(3), 245–302.
- Shen, C.-H. (2000). Are the effects of monetary policy asymmetric? the case of taiwan. *Journal of Policy Modeling*, 22(2), 197–218.
- Şahin, B. C. (2011). Para Politikası Kararlarının Hisse Senedi Piyasası Üzerine Etkisi: Türkiye Uygulaması. TCMB Uzmanlık Yeterlilik Tezi. Ankara.
- Thoma, M. A. (1994). Subsample instability and asymmetries in money-income causality. *Journal of Econometrics*, 64(1-2), 279-306.
- Thorbecke, W. (1997). On stock market returns and monetary policy. *The Journal of Finance*, 52(2), 635–654.
- Tobin, J. (1969). A general equilibrium approach to Monetary theory. *Journal of Money, Credit and Banking*, 1(1), 15-29.
- Yıldırım, D. Ç., ve Mirasyedioğlu, M. U. (2015). Aktarım mekanizmasının hisse senedi fiyatları kanalının etkinliğine ilişkin bir analiz. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(2), 105–126.
- Zivot, E., ve Andrews, D. W. K. (2002). Further evidence on the great crash, the oil-price shock, and the unit-root hypothesis. *Journal of business ve economic statistics*, 20(1), 25–44.



COVID-19 PANDEMİSİNİN VE PSİKOLOJİK DAYANIKLILIĞIN AKADEMİSYENLİĞE YABANCILAŞMAYA ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA ALIENATION TO ACADEMICIANSHIP DURING THE COVID-19 PANDEMIC

Ali Murat ALPARSLAN¹, Sema POLATCI², Seher YASTIOĞLU³



1. Doç. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, alimurat@mehentakif.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-1682-4202>
2. Doç. Dr., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, sema.polatci@gop.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4671-1356>
3. Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, saytas@mehentakif.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8166-4172>

Makale Türü	Article Type
Araştırma Makalesi	Research Article
Başvuru Tarihi	Application Date
05.10.2020	10.05.2020
Yayına Kabul Tarihi	Admission Date
14.03.2021	03.14.2021

DOI

<https://doi.org/10.30798/makuiibf.805133>

Öz

Bu çalışmanın amacı, pandemi döneminde yaşanan kaygı ve sosyal izolasyonun akademisyenlerin mesleklerine olan yabancılaşma düzeylerine etkisini ve psikolojik olarak güçlü olmanın akademisyenliğe yabancılaşmayı azaltıcı etkisini araştırmaktır. Bunun yanında akademik performans ile akademisyenliğe yabancılaşma ve psikolojik dayanıklılık ilişkisi de incelenmiştir. Araştırmanın katılımcılarını, Türkiye'nin 75 ilinden 684 akademisyen oluşturmaktadır. Araştırma verileri online anket tekniği ile toplanmıştır. Veriler üzerinde SPSS ve Amos paket programları kullanılarak; betimsel analizler, ilişki analizi ve yapısal eşitlik modellemesi yapılmıştır. Bulgulara göre pandemi döneminde akademisyenlerin mesleklerine yabancılaşma düzeyleri tüm boyutlarda artış göstermiştir. Bununla birlikte akademisyenlerin kendine ve araştırmaya yabancılaşmaları ile akademik performansları arasında olumsuz etki görülmüştür. Akademik performans ve psikolojik dayanıklılık ile olumlu ilişkili bulunmuştur. Ayrıca psikolojik dayanıklılık akademisyenliğe yabancılaşmayı tüm boyutlarda azaltmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Akademisyenliğe Yabancılaşma, Psikolojik Dayanıklılık, Akademik Performans, Covid 19 Pandemisi.

Abstract

The aim of this study is to investigate the effect of worry and social isolation experienced during the pandemic period on the level of alienation from academicians' professions and the effect of being psychologically strong on the alienation to academician ship. In addition, the relationship between academic performance and alienation from academicians and psychological resilience was also examined. 684 scholars from 75 provinces in Turkey constitute the sample of the study. Research data were collected by online questionnaire technique. Using SPSS and Amos package programs on the data; descriptive analysis, correlation analysis and structural equation modeling were done. According to the findings, during the pandemic period, the level of alienation of academicians from their profession increased in all dimensions. However, a negative effect was observed between academicians' alienation from themselves and research and their academic performance. A positive correlation was found between academic performance and psychological resilience. In addition, psychological resilience reduces the alienation to academician ship in all dimensions.

Keywords: Alienation to Academicianship, Psychological Resilience, Academic Performance, Covid 19 Pandemic.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

This study is designed in the light of science, to address an important problem in today's academy. In the study, firstly, the effect of the pandemic on academic alienation was examined, then the assumption that being psychologically strong could reduce alienation was emphasized. In addition, the relationship of resilience with alienation and academic performance was also examined. Along with these, the relationship model within the dimensions of alienation has also been revealed.

Research Questions

Academicians, who struggle emotionally during the pandemic, have been stayed away from their colleagues, students and their work environments due to the anxiety of pandemic and social isolation requirements. In this context, the hypothesis of the current study has been based on the distances that which increase the tendency of the alienation of the academicians. Among many limitations, it has been claimed that the low effect of alienation depends on the individual's psychological resilience, the claims have been examined according to the models which has been established in causal relationships.

Literature Review

The distancing of people from each other causes the needs in the social context to increase and the needs not to be met. In the field of education, where interaction should be high and qualified, the sudden distance and lack of interaction caused an important problem such as "alienation". Due to the high level of infectious and deadly effect of the virus, fear, anxiety, isolation and high distance between individuals and society have alienated people from each other and their jobs in the world, and higher education institutions have also taken their share from this situation. The concept of alienation, which has a history as old as the history of humanity, is known for its psychological and sociological destructive effects on society, and is more important than ever due to the social isolation and changing balances experienced during the pandemic period. The organizational alienation experienced by the academicians, who both affect the young population of the country and shape the future of the country as well as conduct research and activities due to their profession, can be expressed as alienation to academician ship. Yıldız and Alış (2019) examined academic alienation in 5 dimensions, taking into account all the activities carried out by academicians. These dimensions are self-estrangement, alienation from scientific research, alienation from teaching, isolation and powerlessness. These dimensions are based on Seeman's model, one of the best known researchers on the subject (Seeman, 1959).

Methodology

The study population is academicians working in universities in Turkey. The total number of universities affiliated to the Higher Education Institution is 207 and the number of academicians is 176.557 (Higher Education Information Management System, August 2020). The research was

conducted between June - July 2020. The online survey technique was used in the study on a voluntary basis. A questionnaire link was created that includes demographic and professional information of the participants, as well as estimation tools for alienation from academicians and psychological resilience. The questionnaire link was distributed to 191 universities with an official letter. 6 universities did not find the survey appropriate; 185 agreed to distribute the questionnaire to academics working in the university. In this context, a total of 942 academicians from 75 provinces participated in the study. The socio-demographic data and the findings of the activities that the academicians are interested in before / during the pandemic period were made through descriptive statistical analysis and data covering 942 academicians. The questionnaires which had missing data were not included in the analysis for the validity and reliability of the scale. For this reason, while testing the hypotheses of the research, the data obtained from 684 participants were used in the last analyses. Academicians were asked to fill the scale of alienation from academicians, considering pre-pandemic period and pandemic period. The data of the research were analyzed using IBM SPSS 24 and IBM Amos 21 package programs. First, the validity of the scales used was provided by confirmatory factor analysis by using exploratory factor analysis with the SPSS program and using the maximum likelihood calculation method (Jöreskog and Sörbom, 2006). Cronbach Alpha reliability coefficient value was used to determine the reliability of the scales. In line with the purpose of the research, descriptive statistics were made using the SPSS program, the correlation levels between variables were determined, the difference analysis was made and the structural equation model was established to test the research model using the Amos program.

Results and Conclusions

In the context of the basic hypothesis of the study, compared to the pre-pandemic period, the alienation of academicians from their profession increased significantly in all dimensions during the pandemic period. This increase occurred especially in the dimensions of the academician's feeling powerless and isolated. The academicians themselves during the pandemic period think they are less powerful in lecturing and communicating with the student. In addition, the increase in social and physical distance and the fact that lives are more limited to the home brought a feeling of isolation. For a culture with a high tendency to establish social relations, it is normal that not being able to be together with a student or colleague increases the feeling of powerlessness and isolation more. These results are the study of Kovancı and Ergen (2019) showing that primary school teachers' alienation increases as a result of distance education, Gökçeğöz and Birinci (2008) finding that the alienation will increase when the individual does not clearly see the contribution of his work to the organization, and Davis (1988) increases the use of technology. It parallels the thesis that employees will feel useless and become alienated from their jobs. Another aspect that enables the study to produce original findings is that the participants were asked about their academic performance data. "Academic incentive score received in the last year" and "number of citations" were considered as the most legitimate academic performance. When academic performance and alienation from academia are examined together; it was observed that

the alienation of the person from himself/herself and the research negatively affected academic performance. When academicians experience alienation from themselves; in other words, if their self-esteem and self-belief is low, their belief that he cannot be qualified and have a meaningful effect is high, his academic performance is also low. This lack of prestige and confidence (self-estrangement) has an effect beyond being alienated from research. In addition, the psychological resilience of the academic with high academic performance is also high. This finding also indicates the strong relationship between resilience and self-confidence and respect. Actually, psychological resilience has a significant and negative effect on all dimensions of alienation from academician ship. Therefore, it has been demonstrated once again how important it is. As mentioned, the highest impact is on self-estrangement. It has significant effects on alienation from teaching, alienation from research, powerlessness and isolation. These results coincide with the results of studies obtained from different sector in the context of the effect of resilience as a dimension of psychological capital on organizational alienation (Aslan and Mert, 2019; Çalışkan and Pekkan, 2017; Beğenirbaş, 2015). Aydemir and Akdoğan (2018) analyzed the psychological resilience levels of academics and found that this level negatively affected their organizational alienation. The causal relationships between the dimensions of academic alienation were also sought and the most compatible model with the data was obtained in line with the correction suggestions of the AMOS software. According to this model, self-estrangement has the greatest relationship with academic performance; affected by the dimensions of alienation and powerlessness, respectively. Academicians who are not satisfied with doing research, who are not motivated to do research, and who have less interest in doing research are more likely to be alienated from themselves. On the other hand, feeling unsuccessful in lecturing and thinking that they cannot establish a qualified communication with the student, which is the, feeling “powerless”, is another issue that increases self-alienation. However, it should be noted that the feeling of powerlessness of the academician is significantly affected by alienation from teaching, research and isolation. The fact that the academicians see lecturing to students as an obligation, do not enjoy it, and they are not interested in doing research, finally they also avoid / stay away from their colleagues who make them feel even more powerless.

1. GİRİŞ

2019'un sonlarında ortaya çıkan Covid-19 (Koronavirüs) pandemisi, 2020'nin şubat ayından itibaren dünyanın en önemli gündem maddesi haline gelmiştir. Dünya Sağlık Örgütü'nün (WHO) verilerine göre 28 Ocak 2021 itibariyle tüm dünyada 100 milyonu aşkın kişide tespit edilen hastalık, 2.166.440 kişinin ölümüne neden olmuştur (Dünya Sağlık Örgütü, 2021). Sağlık Bakanlığı verilerine göre ülkemizde ise aynı tarih itibariyle 2 milyonu aşkın kişide hastalık tespit edilmiş ve bunların 25.605'i vefat etmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2021). Tüm rutinlerimizi kökünden değiştiren bu süreç, 2. Dünya Savaşı'ndan bu yana dünyayı en fazla etkisi altına alan olaylar arasında yerini almıştır.

Covid-19 pandemisi başta sağlık olmak üzere ekonomi, ulaşım, kültür, gıda, turizm, finans vb. birçok alanda önemli etkiler meydana getirmiştir. Virüse karşı aşı ve ilacın henüz bulunamamasından dolayı, dünya çapında kriz haline gelen sürecin ne kadar daha süreceği de bilinmemektedir. Bu dönemde tüm ülkelerin başvurduğu en etkili önlemler, insanların fiziksel açıdan mesafeyi gözetken izolasyon önlemleri, maske ve hijyen tedbirleri üzerinedir. Ülke yönetimlerinin aldıkları önlemler doğrultusunda insanlar hem sosyal hem de iş hayatlarında sosyal izolasyona giderek, mümkün olduğunca evlerinden işlerini yürütmeye çalışmaktadırlar. Bu noktada bilgi ve iletişim teknolojisinin sunduğu imkânlar, hayatı kolaylaştırma açısından son derece etkili olmuştur. İnternet olanakları sayesinde uzaktan toplantılar yürütülmüş, iş ve işlemler mümkün olduğunca uzaktan yöntemlerle yapılmıştır.

Çalışanlar her geçen gün daha fazla özgürlük ve esneklik istemekte ve örgütlerin sunduğu en yaygın esneklik şekli uzaktan çalışma imkânı olarak görülmektedir. US Census'un yayınladığı rapora göre 2000 yılında çalışanların %3,3'ü uzaktan çalışırken, gelişen teknoloji, iletişim sistemleri ve artan küreselleşmenin etkisi ile 2019 yılında bu oran %30'a yükselmiştir (Owl Lab, 2020). 2020 yılında ise tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi dolayısıyla neredeyse tüm dünya uzaktan çalışma sistemi üzerinden işlerini yürütmek zorunda kalmıştır. Bu ani değişim tüm dünyada büyük ve sarsıcı değişikliklerin yaşanmasına neden olmuştur.

Pandemiden en çok etkilenen alanlardan birisi de tartışmasız eğitim alanıdır. Eğitim açısından tüm dünyada alınan ilk önlem, okulların kapatılarak eğitime ara verilmesi olmuştur. Ancak Covid-19'un etkileri anlaşıldıkça eğitime sadece ara vermenin yeterli olmadığı anlaşılmış, neredeyse tüm dünyada okullar kapatılarak, uzaktan eğitim olanaklarıyla eğitimin yürütülmesi yönünde çalışmalar yapılmıştır. Bu durum, UNESCO verilerine göre dünya çapında öğrenci nüfusunun yaklaşık olarak %92'sini (1,576,021,818 öğrenci) etkilemiştir (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization 2020) Ülkemizde ise ilk ve orta öğretimin yanı sıra, 207 üniversitede yaklaşık 8 milyon üniversite öğrencisi ve 176 bin akademisyen (Yükseköğretim Kurulu, 2020) bu durumdan etkilenmiştir.

Ülkemizde her ne kadar uzaktan eğitimle ilgili bazı üniversitelerde daha önceden, özellikle ortak zorunlu derslerin yürütülmesiyle ilgili çalışmalar yapılmış olsa da tüm bölümlerde ve düzeylerde

eğitimin uzaktan yürütülmesi ilk defa karşılaşılan bir durum olmuştur. Ülkemizde tamamen uzaktan eğitime geçilmiş olması, eğitim faaliyetlerinin kesintiye uğratılmadan sunulmuş olması açısından önemli bir avantaj sağlamıştır. Ancak uzaktan eğitim sistemi tüm iş kollarında olduğu gibi eğitim alanında da birtakım dezavantajları (Kurnaz ve Serçemeli, 2020) beraberinde getirmiştir.

İnsanların birbirinden uzaklaşması sosyal bağlamda ihtiyaçların artmasına ve giderilememesine sebep olmaktadır. Etkileşimin yüksek ve nitelikli olması gereken eğitim alanında, aniden oluşan mesafe ve etkileşimsizlik “yabancılaşma” gibi önemli bir sorunun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Virüsün yüksek düzeydeki bulaşıcı ve ölümcül etkisi nedeniyle bireylerle toplum arasındaki korku, tedirginlik, izolasyon ve yüksek mesafe dünyada insanları birbirine ve işlerine yabancılaştırmış, bu durumdan yüksek öğretim kurumları da nasibini almıştır. Geçmiş insanlık tarihi kadar eski olan yabancılaşma kavramı, topluma yansıyan psikolojik ve sosyolojik açıdan yıkıcı etkileri ile bilinmekte ve pandemi döneminde de yaşanan sosyal izolasyon ve değişen dengeler nedeniyle her zamankinden çok daha büyük önem taşımaktadır.

Ülkelerin kalkınmasındaki en önemli faktörlerden olan yetişmiş insan gücü ve bilimsel bilgi üretimi konusunda kilit rol oynayan üniversitelerin de pandemi sürecinde yabancılaşmanın sık yaşandığı yerlerden birisi haline gelmesi kaçınılmazdır. Uzaktan eğitim ile birlikte akademisyen için evin bir bölümü derslik, ofis hatta konferans salonu veya laboratuvar halini almıştır. Akademisyenler de diğer tüm çalışanlar gibi evin sınırlı alanı içerisinde hem ev halkının hem de işteki yönetici, iş arkadaşları ve hizmet alanların beklentilerini karşılamak zorunda kalmışlardır. Bu süreçte yüz yüze iletişimden uzak kalınması, öğrencilerin akademiye kattığı dinamizmin yok olması, sınıftaki etkileşimli ders ortamının uzaktan sağlanamaması, bilgiye erişimde güçlük çekilmesi, sosyal ilişkilerin birey üzerindeki motive edici etkisinin ortadan kalkması, sosyal izolasyonun psikolojide oluşturduğu yalıtılmışlık hissi, evdeki dikkat dağıtıcı unsurlar, ev ve işteki rollerin yeni dönemde birbirine karışması gibi faktörler akademisyenliğe yabancılaşmayı artırabilmektedir.

Akademisyen bir yandan bilgisi, birikimi ve yaptığı araştırmalarla ülkenin geleceğini aydınlatırken, diğer yandan da eğitim, öğretim faaliyetlerinin yanı sıra tutumu, değer yargıları ve davranışları ile genç nesle örnek olmaktadır. Bu nedenle akademisyenliğe yabancılaşma yaşayan bir akademisyenin öğrencilerinde ve ürettiği çalışmalarda nitelik ve nicelik olarak ciddi eksikliklerin olması kaçınılmazdır. Son dönemlerde iş dünyası üzerinde yapılan araştırmalarda büyük firmaların bazılarının olumsuz etkileri nedeniyle uzaktan çalışma seçeneğini tamamen kaldırdıkları görülmüştür (Schawbel, 2019). Bunun nedeni uzaktan çalışmanın örgütsel bağlılığı düşürmesi ve işten ayrılma niyetini artırmasıdır. Bu sayede ortaya çıkan güçlü kültürün bağlılık ve iletişimi artırmasının yanı sıra üretkenlik ve esnekliği artırdığı, uzaktan çalışmanın neden olduğu izole yaşamın bireyleri zorladığı tespit edilmiştir. Konu ile ilgili yapılmış olan sınırlı sayıdaki araştırma da iş dünyasındaki bu bulguları destekler niteliktedir (Erimez ve Gizir, 2013). Bu çalışma bilimin ışığında, bugünün akademisinde

yaşanan önemli bir sorunu ele almak için tasarlanmıştır. Çalışmada öncelikle pandeminin akademisyenliğe yabancılaşma üzerindeki etkisi incelenmiş, daha sonra psikolojik olarak güçlü olmanın, yabancılaşmayı azaltabileceği varsayımı üzerinde durulmuştur. Ayrıca psikolojik olarak dayanıklı olmanın akademik performans ile de ilişkisi incelenmiştir. Bunlarla birlikte yabancılaşmanın kendi içindeki boyutları içerisindeki ilişki modeli de ortaya konmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yabancılaşma ve Akademisyenliğe Yabancılaşma

Yabancılaşma kavramının geçmişi insanlık tarihinin ilk dönemlerine kadar uzanmaktadır. Bilimsel olarak kavramı ilk kullanan Hegel (2004) olarak bilinmektedir. Kavramın soyutlaştırılarak ekonomi ve siyaset ile ilişkilendirilmesi ise Marx tarafından yapılmıştır. Marx'a göre yabancılaşma, "insanlığın emeğin yarattığı bir dünyada adım adım bir yabancıya dönüştüğü süreçtir" (Marx, 1993; 2010). Mann (2001) ise yabancılaşmanın bireyin bağlı olduğu grup ve süreçten uzaklaşması, izole olması ile ifade edilebileceğini belirtmiştir. Bir yönüyle kopma ve ayrılmayı, diğer bir yönüyle ise bireyin tepkisel tutum ve çaresizliğini ifade eden yabancılaşma, sosyo-psikolojik bir olgudur (Şimşek ve Ataş Akdemir, 2015).

Sosyal bir ortam olan örgütler yabancılaşmanın en çok yaşandığı alanların başında gelmektedir. Örgütler bireylerin tek başına elde edemeyecekleri gereksinimleri karşılayabilmek için iş birliği ve iş bölümü yaptıkları alanlardır. Nitekim bu alanlarda bireyler ihtiyaçlarını karşılayabilmek adına kendilerinin kurmadığı bir çalışma ortamında faaliyet göstermek ve başkalarının kural ve düşüncelerine uymak zorunda kalmaktadırlar (Taştan, vd., 2014). Bireylerin, örgütsel amaçları gerçekleştirebilmek için kendi duygu ve düşüncelerini dışlamaları, onlardan uzaklaşıp, örgütsel amaç ve uygulamaları benimsemeleri beklenmektedir. Bu nedenle yabancılaşma kavramı örgütsel yaşam içerisinde önemli yer tutmaktadır. Örgütsel yabancılaşma Agarwal (1993) tarafından "çalışanın işini daha az önemsemesi, işine gerekenden daha az enerjisini harcaması ve motivasyonunun daha çok dışsal ödüllerden kaynaklanması" şeklinde tanımlanmıştır.

Örgütsel yabancılaşma farklı alanlarda çalışılmış olsa da kavramın en çok etkilediği alanlardan birisi eğitimidir. Yazında öğrencilerin yabancılaşmaları (Akyavuz, 2020; Polat ve Özdemir, 2018; Çelik ve Babaoğlu, 2017; Şimşek ve Ataş Akdemir, 2015; Çağlar, 2013) ve öğretmenlerin yabancılaşmaları (Şimşek, vd., 2012; Eryılmaz ve Burgaz, 2011; Yılmaz ve Sarpkaya, 2009) ile ilgili araştırmalar bulunmaktadır. Ancak akademik personelin yabancılaşması üzerinde sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır (Yıldız ve Alıcı, 2019; Turhan, 2007).

Akademisyenler eğitim ve öğretim faaliyetlerinin yanı sıra bilimsel çalışmalar, idari faaliyetler, toplumsal ve sosyal faaliyetler gibi çok sayıda iş ile ilgilenmektedirler. Mesleği gereği hem ülkenin genç nüfusuna dokunan hem de ülkenin geleceğine yön veren araştırmalar ve faaliyetler yapmakta olan

akademisyenlerin yaşadıkları örgütsel yabancılaşma, akademisyenliğe yabancılaşma olarak ifade edilebilmektedir. Yıldız ve Alıcı (2019) akademisyenlerin yürüttükleri tüm faaliyetleri göz önüne alarak akademisyenliğe yabancılaşmayı 5 boyutta incelemiştir. Bu boyutlar kendine yabancılaşma, bilimsel araştırmaya yabancılaşma, öğretime yabancılaşma, yalıtılmışlık ve güçsüzlüktür. Bu boyutlar konu ile ilgili en bilinen araştırmacılardan birisi olan Seeman'ın modeline (kendine yabancılaşma, güçsüzlük, anlamsızlık, kuralsızlık, sosyal izolasyon) dayanmaktadır (Seeman, 1959).

“*Kendine yabancılaşma*” boyutu Seeman (1959) tarafından insanların kendi gerçeklerinden uzaklaşması, başkalarının amaçları için kendisini araç olarak görmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu boyutta bireysel doyuma yer yoktur. Konuya akademisyenler tarafından bakan Yıldız ve Alıcı (2019)'ya göre; kendine yabancılaşma yaşayan akademisyenler kendilerine olan saygılarının ve inançlarının düştüğünü, alana katkı sağlayamadıklarını, gayretlerinin anlamsız olduğunu, çalışmalarının niteliksiz olduğunu düşünmektedirler. “*Bilimsel araştırmaya yabancılaşma*” boyutu ise, akademisyenin bilimsel faaliyetlere olan ilgisini kaybetmesi olarak ifade edilmektedir. Bu boyut akademisyenin bilimsel çalışmalarla ilgili motivasyona sahip olmadığı durumu ifade etmektedir. Zorunlu olmadıkça birey araştırma, inceleme yapmayı istememektedir. Yaptığı bilimsel çalışmalarda ise hem fiziksel hem de zihinsel olarak kendisini yıpranmış hissetmekte, doyum sağlayamamaktadır. Bir diğer boyut olan “*öğretime yabancılaşma*” boyutu akademisyenliğin önemli bir parçası olan eğitim ve öğretim faaliyetlerine yönelik yabancılaşmayı ifade etmektedir. Öğretime yabancılaşma yaşayan akademisyen, öğrencilere ders anlatmaktan haz almamakta, bunu bir mecburiyet olarak yerine getirmektedir. “*Yalıtılmışlık*” boyutu akademisyenin meslektaşlarından uzaklaşması olarak ele alınmıştır (Yıldız ve Alıcı, 2019; Yılmaz ve Sarpkaya, 2019). Bu tür yabancılaşmada insan başkalarıyla sosyal ve mesleki paylaşım ihtiyaçlarını giderici ilişkiler kuramamaktadır (Başaran, 2000). Son olarak “*güçsüzlük*” boyutu ise akademisyenin ders anlatmada kendini başarısız hissetmesi, öğrencileri ile nitelikli iletişim kuramaması durumudur. Genel bağlamda düşünüldüğünde bireyin ürettiği sonuçlar ve bu süreçte kullandığı araçların sonuçlarının kalitesi üzerindeki denetiminin yokluğunu ifade etmektedir (Seeman, 1959). Ayrıca bu boyutta birey geleceğini kendisinin değil, dışsal faktörlerin (şans, kader, başkalarının davranışları...) belirlediğine inanmaktadır (Silah, 2005). Kontrol odağını dışarıda algılamaktadır. Bu durumda akademisyenler proaktif olmaktan ziyade reaktif davranmaktadırlar. Ayrıca öz disiplinli çalışmaya devam etme olasılıkları da düşmektedir.

Örgütsel yabancılaşmaya neden olan faktörlerden (Şimşek, vd., 2012; Şimşek, vd., 2006) hareketle akademisyenliğe yabancılaşmanın nedenlerini (pandemi dönemi öncesi dikkate alındığında) örgütsel ve çevresel olmak üzere iki grupta incelemek mümkündür. Örgütsel faktörler arasında yönetim tarzı, geçmişteki deneyimler, örgütün büyüklüğü ve işlerin yoğunluğu, örgütteki iletişim şekli ve gruplar, iş bölümü ve çalışma koşulları sayılabilir. Çevresel faktörlerde ise ekonomik, teknolojik, kültürel, toplumsal, politik ve hukuki yapının yanı sıra kitle iletişim araçları da yer almaktadır. Ayrıca yükseköğretim sistemindeki politika değişikliklerinden birimlerdeki yönetim zafiyetlerine,

akademisyenlerin kişiliklerinden öğrencilerin kapasitesi ve kabiliyetlerine kadar pek çok faktör akademisyenliğe yabancılaşmaya neden olabilmektedir. Yapılan araştırmalarda ders yükünün fazla olması, derslerle birlikte akademik çalışmaların da devam ediyor olması, ders verilen öğrenci sayılarının zaman içerisinde artması, iş ortamındaki anlaşmazlıklar, idare ile olan sorunlar, psikolojik baskılar, maddi ve manevi açıdan doyumun sağlanamaması gibi faktörlerin akademisyenliğe yabancılaşmaya neden olduğu tespit edilmiştir (Aydın ve Özeren, 2019; Kesen, 2016).

Yine örgütsel yabancılaşmanın sonuçlarından (Korkmazer ve Ekingen, 2017; Chiaburu, vd., 2014; Mohan, 2013; Eryılmaz ve Burgaz, 2011; Nair ve Vohra, 2010; Kanungo, 1992) hareketle akademisyenliğe yabancılaşmanın sonuçlarını bireysel, örgütsel ve toplumsal sonuçlar olarak sınıflandırmak mümkündür. Yabancılaşma yaşayan akademisyenler yaratıcılıklarının azalması, öğrencilerine ve topluma olumsuz örnek olmaları, mesleki açıdan kendilerini geliştirememeleri, yapılan işin anlamını yitirmesi, yapılan işin nitelik ve niceliğinin zarar görmesi, mesleki ve örgütsel bağlılıklarının azalması, işten ayrılma isteklerinin artması, topluma katkı sağlayamamaları, öğretim sürecindeki etkinliğin ve verimin düşmesi, iş tatminsizliği ve tükenmişlik, son olarak yönetim ve iş arkadaşları ile işbirliğinin zarar görmesi gibi olumsuz sonuçlarla karşı karşıya kalabilmektedirler. Bu durumdaki kişi işine devam etse bile, kendisini örgütünün bir parçası olarak görmemekte, kendisini bilişsel, duygusal ve davranışsal olarak işine verememektedir. Örgüte karşı yabancılaşma devamında bireyin kendisine karşı yabancılaşmasına da neden olabilmektedir (Başaran, 2000). Diğer yandan toplumsal ilişkilerden kaçınma, körü körüne itaat, yaşama karşı ilgisizlik, düzensiz yaşam, ilaç ve uyuşturucu kullanımı ve intihar eğilimine kadar giden anti-sosyal ve psikolojik sorunlar da akademisyenliğe yabancılaşma nedeniyle ortaya çıkabilmektedir. Bu da akademisyenlerin eğitim, öğretim ve araştırma faaliyetlerini niteliksiz bir şekilde yapmalarına neden olur ki, ülkelerin kalkınması açısından bu durum büyük tehlike arz etmektedir.

2.2. Uzaktan Eğitim ve Akademisyenliğe Yabancılaşma

Yaşanan pandemi süreci tüm dünyayı etkilediği gibi ülkemizi de derinden etkilemiştir. Bu kritik süreçte tüm örgütler gibi üniversitelerde de ciddi değişiklikler olmuş, yeni düzene hızla uyum sağlanması gerekmiştir. Hem dünyada hem de ülkemizde birçok üniversite tarafından çeşitli ön lisans, lisans, yüksek lisans ve sertifika programlarında kullanılmakta olan uzaktan eğitim (Özbay, 2015), salgının ülkemizde de baş göstermesiyle birlikte hızla tüm üniversitelerin eğitim ve öğretim faaliyetleri için tek yol haline gelmiştir.

Geleneksel eğitim sistemine bir alternatif olarak geliştirilen uzaktan eğitimin, çeşitli avantaj ve dezavantajlarıyla birlikte üniversitelerin faaliyetlerini yürütebilmesi için zorunlu istikamet olması, akademisyenleri önemli ölçüde etkilemiştir. Sağlık açısından güvenli ortamda ders yapılması, zaman ve mekân sınırlılıklarının ortadan kalkması, akademisyenlerin bulunduğu yerden derslerini

gerçekleştirebilmeleri gibi faktörler avantaj gibi görünse de uzaktan eğitim akademisyenler açısından birçok olumsuzluğu da beraberinde getirmiştir.

Uzaktan eğitim akademisyenlerin akademiden uzaklaşmalarına neden olmuştur. Akademiden uzaklaşma akademisyenlerin kendilerini sadece görevini yerine getiren robotlar olarak görmelerine ve beklentilerine karşılık bulamamalarına (Kovancı ve Ergen, 2019), dolayısıyla akademisyenliğe yabancılaşma düzeylerinin artmasına neden olabilmektedir.

Örgütsel ve akademisyenliğe yabancılaşmaya neden olan faktörler uzaktan eğitim kapsamında incelendiğinde, bu dönemin akademisyenlerin yabancılaşmaları açısından tetikleyici olduğunu düşünmek mümkündür. Ev ve işin sınırlarının ortadan kalkması nedeniyle oluşan karmaşa ortamının konsantrasyonu zorlaştırması; çalışma koşulları ve iş disiplininin ev ortamında gerektiği gibi sağlanamaması, teknoloji kullanımının zihinsel faaliyetlere odaklanmada engel teşkil etmesi gibi nedenler akademisyenliğe yabancılaşmaya zemin hazırlamıştır. İş arkadaşları ile iş birliğinin ve sosyalleşmenin azalması motivasyon kaybına, işten duygusal olarak uzaklaşmaya, konsantre olamamaya neden olmuştur. Örgüt içerisinde bireyin yaptığı işe katkısını gözlemleyebilmesinin yabancılaşmayı düşürdüğü (Gökçeğöz ve Birinci, 2008) bilgisinden hareketle, iş arkadaşları ve öğrencilerden uzakta kalan, diğer bir deyişle bireyselleşen eğitim faaliyetinin akademisyenlerin yabancılaşma düzeyini artırması beklenmektedir.

Ayrıca teknoloji kullanımının artması ile çalışanların kendilerini işe yaramaz hissettikleri (Davis, 1988) bilgisinden hareketle de eğitim faaliyetlerinde teknoloji kullanımı ile akademisyenlerin yabancılaşma düzeylerinin artmasını beklemek mümkündür. Çünkü teknoloji bir yandan işleri kolaylaştırıp, pandemi döneminde eğitim faaliyetlerini sürdürmek için büyük kolaylıklar tanırken, diğer yandan stres, kontrolü kaybetme hissi, düşük motivasyon gibi sebeplerle akademisyenleri zorlamıştır. Özellikle sınıf ortamında yüz yüze eğitime alışkın olan akademisyenler, kendilerini bir anda bir ekranın karşısında ders anlatırken bulmuş ve bu durum onlar üzerinde ciddi bir baskı oluşturmuştur. Tüm bu bilgiler ışığında bu çalışmada öncelikle uzaktan eğitim sisteminin akademisyenlerin akademisyenliğe yabancılaşmaları üzerindeki etkisini araştırmak amacıyla aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₁: Akademisyenlerin akademisyenliğe yabancılaşma düzeyleri pandemi sürecinde, pandemi öncesine göre artış göstermiştir.

2.3. Psikolojik Dayanıklılık ve Akademisyenliğe Yabancılaşma

Yaşanan olumsuz durumlar karşısında güçlü durmak, değişen durumlara kolayca uyum sağlayabilmek ve oluşan stres ile baş edebilmek iş hayatının önemli erdemlerinden birisi haline gelmiştir. Hangi meslek veya sektörde olursa olsun çalışanların olumsuz koşullarla baş edebilmesi ve yeni durumlara kolayca uyum sağlayabilmesi istenmektedir. Ancak bazı alanlar var ki, onlarda hem olumsuzluklar ve stres daha fazla, hem de çalışanların bu durumlarla baş edebilmeleri daha önemlidir.

Askerlik, öğretmenlik, akademisyenlik, doktorluk ve hemşirelik gibi direnmeyi, güçlü kalabilmeyi gerektiren mesleklerde psikolojik dayanıklılığın daha önemli olduğu belirtilmektedir (Şenol ve Üzüm, 2019; Ülker Tümlü ve Reçepoğlu, 2013; Fikretoğlu ve McCreary, 2012). Psikolojik dayanıklılık olumsuz olaylarla karşılaşıldığında sergilenen olumlu tutumlar ve uyum sağlama süreci (Block ve Kremen, 1996) veya çatışma ve gerginlik yaratan olaylarla baş etme becerisi (Rutter, 1985) olarak tanımlanmaktadır. Diğer yandan yazında psikolojik dayanıklılığın sadece olumsuz olaylar karşısında değil, olumlu olaylar karşısında da gerekli olabileceği belirtilmiştir (Luthans, 2002). Buradan hareketle psikolojik dayanıklılığı bireyin hayatındaki önemli değişiklikler karşısında psikolojik bütünlüğünü koruma becerisi şeklinde tanımlamak mümkündür.

Duygusal Olaylar Teorisi (Weiss ve Cropanzano, 1996), çalışanların işyerinde gerçekleşen olaylara ve sahip oldukları psikolojik sermayeye (iyimserlik, öz yeterlilik, dayanıklılık, umut) göre, onların duygusal tepkilerini ve bu tepkilerin örgüt içerisindeki tutum ve davranışlarını nasıl etkilediğini açıklamaktadır. Bu teoriden hareketle psikolojik olarak dayanıklı bireylerin karşılaştıkları olumlu ve olumsuz durumlarla daha kolay baş edebilmeleri onların yabancılaşmalarının önünde bir engel teşkil etmesi beklenmektedir. Bu bakış açısı ile sağlık sektöründe (Beğenirbaş, 2015), savunma sanayiinde (Çalışkan ve Pekkan, 2017), hizmet sektöründe (Aslan ve Mert, 2019) psikolojik sermayenin bir boyutu olarak ele alınan psikolojik dayanıklılığın örgütsel yabancılaşma üzerindeki negatif yönlü etkisi tespit edilmiştir. Aydemir ve Akdoğan (2018) ise akademisyenler üzerinde yine psikolojik sermayenin bir boyutu olan psikolojik dayanıklılığın örgütsel yabancılaşmayı negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Ancak yazın taramasında psikolojik dayanıklılığın kendi başına bir kavram olarak ele alınarak yabancılaşma ile etkileşimine bakıldığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Diğer yandan bir boyut olarak dayanıklılığın örgütsel yabancılaşma üzerindeki etkisine yönelik bulgulara rastlanırken, dayanıklılığın akademisyenliğe yabancılaşma üzerindeki etkisini ortaya koyan bir çalışma da görülmemiştir. Buradan hareketle pandemi sürecinin zorlu koşullarında akademisyenlerin psikolojik dayanıklılık düzeylerinin onların akademisyenliğe yabancılaşmaları üzerindeki etkisini incelemek amacıyla aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₂: Psikolojik dayanıklılık akademisyenliğe yabancılaşmayı negatif yönde etkilemektedir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın evreni Türkiye'deki üniversitelerde görev yapan akademisyenlerden oluşmaktadır. Yükseköğretim Kurulu'na bağlı toplam üniversite sayısı 207 ve akademisyen sayısı 176.557'dir (Yükseköğretim Kurulu, 2020). Araştırma Haziran 2020 – Temmuz 2020 tarihleri arasında yürütülmüştür. Araştırmada gönüllülük esasına bağlı kalınarak online anket tekniği kullanılmıştır. Online anket formu üç bölüm olarak kurgulanmıştır. İlk bölümde katılımcıların demografik ve mesleki

bilgilerini içeren sorulara yer verilmiş, ikinci bölümde akademisyenlerin pandemi döneminde ve öncesinde yaptıkları ilk üç faaliyeti seçmeleri için faaliyet listesine yer verilmiş, son bölümde ise akademisyenliğe yabancılaşma ve psikolojik dayanıklılık ölçüm araçlarına yer verilmiştir. Anket linkinin, 191 üniversiteye resmi yazı ile dağıtımı yapılmıştır. 6 üniversite anketin uygulanmasını uygun bulmamış; 185 üniversite bünyesinde çalışan akademisyenlere anketin dağıtımını yapmayı kabul etmiştir. Bu kapsamda araştırmaya 75 ilden toplam 942 akademisyen katılmıştır. Katılımcıların sosyo-demografik bilgileri ve akademik performansları Tablo 1’de yer almaktadır. Sosyo-demografik veriler ve pandemi dönemi/öncesinde akademisyenlerin ilgilendikleri faaliyetlerin bulguları betimleyici istatistikler analizleri ile 942 akademisyeni kapsayan veriler üzerinden yapılmıştır. Ancak ölçeklerin yer aldığı bölümde eksik doldurulmuş olan anketler geçerlilik, güvenilirlik için analize dâhil edilmemiştir. Bu sebeple araştırmanın hipotezlerini test ederken son durumda 684 katılımcıdan elde edilen veriler kullanılmıştır.

Araştırmaya katılan akademisyenlerin sosyo – demografik ve akademik performanslarına dair bulgular Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri ve Akademik Performansları

		N	%			N	%
Cinsiyet Dağılımı	Kadın	396	42,0	Unvan	Öğr. Gör.	251	26,6
	Erkek	546	58,0		Arş. Gör.	214	22,7
Yaş	22-30 Yaş	163	17,3	Dr. Öğr. Üyesi	226	24,0	
	31-39 Yaş	391	41,5	Doç. Dr.	122	13,0	
	40-49 Yaş	226	24,0	Prof. Dr.	129	13,7	
	50+ Yaş	159	16,9	Akademik Teşvik Puanı*	0 – 15 Puan	363	38,5
					16 – 30 Puan	200	21,2
Medeni Durum	Evli	675	71,7		31 – 45 Puan	178	18,9
	Bekâr	267	28,3		46 – 60 Puan	105	11,1
Çocuk Sayısı	0 Çocuk	381	40,4		60+ Puan	96	10,2
	1 Çocuk	254	27,0	Atf Sayısı**	0 – 10 Atf	385	40,9
	2 Çocuk	220	23,4		11 – 50 Atf	201	21,3
	3+ Çocuk	87	9,2		51 – 200 Atf	170	18,0
					201 – 500 Atf	92	9,8
					501+ Atf	68	7,2

*2019 yılı akademik teşvik puanını temsil etmektedir.

**Temmuz 2020 tarihinde kadar alınan toplam atf sayısını temsil etmektedir.

N= 942

Katılımcıların cinsiyet dağılımlarına bakıldığında, araştırmada erkek akademisyenler (%58) kadın akademisyenlerden (%42) daha fazla yer almaktadır. Katılımcıların %41’i 31 – 39 yaş aralığında yer almaktadır, büyük çoğunluğu evli bireylerden oluşmaktadır (%71,1) ve %40’ı çocuk sahibi değildir. Unvanlara göre dağılım öğretim üyesi kadrolarında yer alan akademisyenler arasında benzerlik

göstermektedir ve katılımcıların %50,7'si öğretim üyelerinden oluşmaktayken %49,3'ü öğretim elemanlarından oluşmaktadır. 2019 yılı akademik teşvik puanlarına göre, 0 – 15 puan aralığında akademik teşvik puanı alan katılımcıların çoğunlukta olduğu (%39) ve katılımcıların %10'unun 60 ve üzeri puan aldığı görülmektedir. Katılımcıların atıf sayıları incelendiğinde ise 0 – 10 arası atıf alan katılımcılar çoğunlukta olduğu ve %7,2'sinin 501 ve üzeri atıf sayısına sahip olduğu görülmektedir.

3.2. Etik İzin

Çalışmanın etik izni Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu'ndan alınmıştır (03.06.2020, GO 2020/137).

3.3. Veri Toplama Araçları, Geçerlilik ve Güvenilirlik

Akademisyenliğe Yabancılaşma Ölçeği

Akademisyenlerin, pandemi öncesi dönem (PÖD) ve pandemi döneminde (PD) mesleğe dair yabancılaşma düzeylerini tespit etmek amacıyla Yıldız ve Alıcı (2019) tarafından geliştirilen “Akademisyenliğe Yabancılaşma Ölçeği” kullanılmıştır. Akademisyenliğe Yabancılaşma Ölçeği 5 alt boyut (kendine yabancılaşma, bilimsel araştırmaya yabancılaşma, öğretime yabancılaşma, yalıtılmışlık, güçsüzlük) ve 21 maddeden oluşmaktadır. Kendine yabancılaşma boyutuna “Alanımda saygı duyulan bir akademisyen olduğumu düşünüyorum.”, bilimsel araştırmaya yabancılaşma boyutuna “Zorunlu olmasam bilimsel araştırma yapmam.”, öğretime yabancılaşma boyutuna “Zorunlu olmasam derslere girmem.” yalıtılmışlık boyutuna “Zorunlu olmadıkça meslektaşlarımla bir araya gelmem.” ve güçsüzlük boyutuna “Ders anlatırken istediğim performansı gösteremiyorum.” maddeleri örnek verilebilir. Ölçekte cevaplara 6'lı Likert ölçeğine göre derecelendirme yapılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 6=Kesinlikle Katılıyorum). Ölçeğin orijinal halinde, ölçekten alınan puanların yüksekliği, akademisyenliğe yabancılaşmanın düşük olduğunun göstergesi olarak yorumlanırken; ölçekten alınan puanların düşüklüğü akademisyenliğe yabancılaşmanın yüksek olduğunun göstergesi olarak yorumlanmaktadır. Bu çalışmada ise tüm maddeler ters puanlanmış, ölçekten alınan puanların yüksekliği akademisyenliğe yabancılaşmanın da yüksek olması olarak yorumlanmıştır. Yıldız ve Alıcı'nın (2019) çalışmasında akademisyenliğe yabancılaşma ölçeğinin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı kendine yabancılaşma boyutu (7 madde) için ,79, bilimsel araştırmaya yabancılaşma boyutu (5 madde) ,79, öğretime yabancılaşma (3 madde) için ,76, yalıtılmışlık (3 madde) için ,68 ve güçsüzlük boyutu (3 madde) için ,67 olarak rapor edilmiştir.

Psikolojik Dayanıklılık Ölçeği

Akademisyenlerin psikolojik dayanıklılık düzeylerini tespit etmek amacıyla Smith ve ark. (2008) tarafından geliştirilen, Türkçe uyarlaması, geçerliliği ve güvenilirliği Doğan (2015) tarafından yapılan “Kısa Psikolojik Sağlık Ölçeği” kullanılmıştır. Kısa Psikolojik Sağlık Ölçeği tek boyut ve 6 maddeden oluşmaktadır (örnek ifade: “Sıkıntılı zamanlarda kendimi çabuk toplayabilirim.”).

Ölçekte cevaplara 6'lı Likert ölçeğine göre derecelendirme yapılmıştır (1=Hiç Uygun Değil, 6=Tamamen Uygun). Doğan (2015) tarafından yapılan uyarlama çalışmasında ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ,76 olarak bulunmuştur.

Ölçeklerin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Pandemi dönemi öncesi ve pandemi dönemi akademisyenliğe yabancılaşma ölçeğinin yapısal geçerliliğini tespit etmek amacıyla keşfedici faktör analizi (KFA) yapılmıştır. KFA sonucunda PÖD ve PD'e ait verilerin, ölçeğin 5 faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Devam edilen analiz sonucunda beş maddeli ölçeğin faktör yüklerinin ,69 ile ,88 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeklerin Keiser-Meyer- Olkin (KMO) değerleri PÖD için ,87, PD için ,86 olarak ve Barlett testi anlamlı ($p=,000$) olarak hesaplanmıştır. KMO değerlerinin 0,86 ve 0,87 olması, örneklemin KFA için oldukça yeterli olduğuna işaret etmektedir ($KMO>0,60$). Yine Barlett's küresellik testi sonucunun anlamlı olması ($p<0,05$) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin KFA için uygun olduğu anlamına gelmektedir (Karagöz, 2019).

Bu analizlerin ardından akademisyenliğe yabancılaşma ve psikolojik dayanıklılık ölçekleri için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. PD ve PÖD'de pandemi dönemi öncesi akademisyenliğe yabancılaşma ölçekleri için yapılan DFA analizi sonucunda model uyum iyiliği değerlerinin yükselmesi için modifikasyonlar önerilmiştir. Her iki ölçeğe ait modelde de önerilen modifikasyonlardan yola çıkarak kendine yabancılaşma alt boyutunun KY4-KY6 ve KY5-KY7 maddeleri arasında, araştırmaya yabancılaşma boyutunun AY3-AY4 ve AY4-AY5 maddeleri arasında, güçsüzlük boyutunun G1-G3 maddelerinin hata katsayıları arasında birleştirmeler yapılmıştır. Psikolojik dayanıklılık ölçeği için yapılan DFA sonucunda, uyum iyiliği değerlerinin artırılması için modifikasyon önerilerinde yer alan düzeltmeler yapılmış; gerekli faktör yüküne sahip olmadığı ve uyum iyiliği değerlerini düşürdüğü tespit edilen PD-4 maddesi modelden çıkartılmış ve PD2-PD6 maddelerinin hata katsayıları arasında birleştirme yapılmıştır.

Son durumda, pandemi öncesi akademisyenliğe yabancılaşma ölçeği faktör yüklerinin ,44 ile ,88 arasında olduğu, pandemi dönemi akademisyenliğe yabancılaşma ölçeği faktör yüklerinin ,40 ile ,85 arasında olduğu ve psikolojik dayanıklılık ölçeği faktör yüklerinin ,69 ile ,85 arasında olduğu; uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olduğu belirlenmiştir. Faktör analizi sonucunda verilerin ölçeklerin yapısı ile uyum sağladığı görülmüş, akademisyenliğe yabancılaşma ölçeğinin beş faktörlü yapısı ve psikolojik dayanıklılık ölçeğinin tek faktörlü yapısı doğrulanmıştır. Ölçeklerin uyum iyiliği değerleri Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçüm Araçları	İndeksler					
	χ^2/df	GFI	AGFI	CFI	NFI	RMSEA
PÖ Akademisyenliğe Yabancılaşma	4,71	0,89	0,89	0,90	0,89	0,074
PD Akademisyenliğe Yabancılaşma	4,67	0,90	0,86	0,90	0,88	0,073
Psikolojik Dayanıklılık	0,81	0,99	0,99	1,00	0,99	0,000

PÖ: Pandemi öncesi dönem; PD: Pandemi dönemi
p<0,001; N=684

Ayrıca ölçeklerin Cronbach Alpha güvenilirlikleri hesaplanmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda pandemi öncesi ve pandemi dönemi akademisyenliğe yabancılaşma ölçeği alt boyutlarının Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı değerlerinin 0,68 ile 0,91 arasında olduğu ve tek boyut olan psikolojik dayanıklılık ölçeği Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı değerlerinin 0,87 olduğu tespit edilmiştir.

3.4. İşlem

Akademisyenlerden PÖD ve PD’ni düşünerek akademisyenliğe yabancılaşma ölçeğini iki kez doldurmaları istenmiştir. Araştırmanın verileri, IBM SPSS 24 ve IBM Amos 21 paket programları kullanılarak analiz edilmiştir. Öncelikle kullanılan ölçeklerin geçerliği, SPSS programı ile keşfedici faktör analizi yapılarak ve en çok olabilirlik (maximum likelihood) hesaplama yöntemi kullanılarak Amos programı üzerinden doğrulayıcı faktör analizi (Jöreskog ve Sörbom, 2006) ile sağlanmıştır. Ölçeklerin güvenilirliğini tespit etmek amacıyla Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı değeri kullanılmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda SPSS programı kullanılarak betimleyici istatistikler yapılmış, değişkenler arası korelasyon düzeyleri tespit edilmiş, fark analizleri yapılmış ve Amos paket programı kullanılarak araştırma modelini test etmek için yapısal eşitlik modeli kurulmuştur.

Bunların dışında akademisyenlerin pandemi döneminde ve öncesinde yaptıkları faaliyetlerde bir farklılık olup olmadığını belirlemek için kişilere pandemi döneminde ve pandemi dönemi öncesinde en sık yaptıkları üç faaliyeti seçmeleri ve zamanlarının büyük çoğunluğunu nasıl geçirdiklerini vakit ayırma sürelerine göre derecelendirmeleri istenmiştir. Araştırmacılar tarafından yapılması öngörülen faaliyetler “araştırma yaparak, ailem ile vakit geçirerek, makale yazarak, kitap okuyarak, ev işleri ile uğraşarak, film/ dizi izleyerek, idari görev yaparak, eğitim/ konferans videoları izleyerek, sosyal medya ile ilgilenerek, canlı yayınları takip ederek” olarak belirlenmiştir.

4. BULGULAR

Bu çalışmada, PDÖ’de ve PD’de akademisyenlerin mesleklerine olan yabancılaşma düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla ilişkili (eşli) örneklem ortalaması hipotez testi (paired sample t-test) yapılmış ve bulgular Tablo 3’te özetlenmiştir.

Tablo 3. Pandemi Dönemi Öncesi ve Pandemi Dönemi Akademisyenliğe Yabancılaşma Düzeyi

Değişken	Pandemi Öncesi		Pandemi Dönemi		r	t	df
	M	SD	M	SD			
Kendine Yabancılaşma	2,79	1,10	2,86	1,13	,93**	-4,48**	682
Araştırmaya Yabancılaşma	1,95	0,95	2,01	0,98	,95**	-4,90**	682
Öğretime Yabancılaşma	2,35	1,20	2,44	1,25	,90**	-5,81**	682
Yalıtılmışlık	2,53	1,26	2,82	1,36	,81**	-9,26**	682
Güçsüzlük	1,78	0,74	2,05	0,96	,70**	-10,5**	682
Yabancılaşma Toplam	2,27	0,69	2,43	0,73	,87**	-11,6**	682

** p < .001; N=684

Tablo 3 incelendiğinde, kendine yabancılaşma, araştırmaya yabancılaşma, öğretime yabancılaşma, yalıtılmışlık ve güçsüzlük için PDÖ ve PD puanlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar ($p < 0,01$) bulunmaktadır. En yüksek fark yalıtılmışlık ve güçsüzlük boyutlarında gerçekleşmiştir. Akademisyenlerin kendini yalıtılmış hissetme düzeyleri PD’de ($M=2,82$, $SD=1,36$) PDÖ’ye göre ($M=2,53$, $SD=1,26$) daha yüksek çıkmıştır ($M=-0,29$; $t(682)=-9,26$, $p < 0,0$; $r=,81$). Yine akademisyenlerin kendini güçsüz hissetme düzeyleri PD’de ($M=2,05$, $SD=0,96$) PDÖ’ye göre ($M=1,78$, $SD=0,74$) daha yüksek çıkmıştır ($M=-0,28$; $t(682)=-10,5$, $p < 0,0$; $r=,70$). En düşük fark ise araştırmaya yabancılaşma boyutunda gerçekleşmiştir. Akademisyenlerin bilimsel araştırma yapmaya yabancılaşma düzeyleri PD’de ($M=2,01$, $SD=0,98$) PDÖ’ye göre ($M=1,95$, $SD=0,95$) daha yüksek çıkmıştır ($M=-0,06$; $t(682)=-4,90$, $p < 0,0$, $r=,95$). Bu bulgular H1 hipotezinin tüm boyutlar bağlamında desteklendiğini göstermektedir.

Ayrıca bu çalışmada, akademisyenlerin mesleklerine yabancılaşmasında hangi faaliyetler etkili olabilir sorusuna cevap bulmak için katılımcılara PÖD ve PD’de zamanlarının büyük çoğunluğunda yaptıkları ilk üç faaliyet sorulmuş ve en fazla yaptıklarından daha az yaptıklarına doğru sıralamaları istenmiştir. PÖD ve PD’de yapılan ilk üç faaliyetin ayrı ayrı frekansları toplanmış ve Tablo 4 elde edilmiştir.

Tablo 4. İlk 3 Sırada Yapılan Faaliyetlerin Toplam Frekansı

Pandemi Dönemi Öncesi *	Pandemi Dönemi**		Pandemi Dönemi**		
	F	%	F	%	
Araştırma yaparak	653	23,2	Araştırma yaparak	424	15,0
Makale yazarak	402	14,3	Ailem ile vakit geçirerek	418	14,8
İdari görev yaparak	396	14,1	Makale yazarak	321	11,4
Ailem ile vakit geçirerek	345	12,2	Kitap okuyarak	315	11,2
Kitap okuyarak	274	9,7	Ev işleri ile uğraşarak	290	10,3
Film/ dizi izleyerek	174	6,2	Film/ dizi izleyerek	281	10,0
Ev işleri ile uğraşarak	155	5,5	İdari görev yaparak	241	8,5
Eğitim/ konferans videoları izleyerek	137	4,9	Eğitim/ konferans videoları izleyerek	204	7,2
Sosyal Medya İle ilgilenerek	137	4,9	Sosyal Medya İle ilgilenerek	140	5,0
Spor yaparak	105	3,7	Canlı yayınları takip ederek	109	3,9
Canlı yayınları takip ederek	40	1,4	Spor yaparak	80	2,8

*Pandemi dönemi öncesinde ilk üç sırada yapılan faaliyetin toplam frekansı

** Pandemi döneminde ilk üç sırada yapılan faaliyetin toplam frekansı

N= 942

Tablo 4 incelendiğinde, PD ve PDÖ’de akademisyenlerin en fazla yaptığı faaliyetin araştırma yapmak olduğu görülmektedir. Ancak yüzde dağılımlarına bakıldığında PDÖ’de akademisyenler faaliyetlerinin %23’ünü araştırma yapmaya ayırmaktayken, PD’de bu oran %15’e düşmüştür. PDÖ ile PD’de makale yazarak geçirilen vakit benzerlik göstermekte ve yapılan faaliyetler arasında ilk üç sırada yer almaktadır. PDÖ’de %14 olan idari görev yapma oranı beklenen şekilde PD’de azalmış ve bu oran %9’a düşmüştür. PDÖ’de akademisyenler yaptıkları faaliyetler arasında kitap okumaya %9,7’luk bir pay ayırmaktayken, PD’de bu pay %11,2’ye yükselmiştir. Yine aile ile geçirilen vakit karşılaştırıldığında PD’de aile ile vakit geçirme oranının arttığı görülmektedir. Film/ dizi izlemek hem PDÖ hem de PD’de yapılan faaliyetler içerisinde altınca sırada yer almaktadır. Ancak PD’de film/dizi izleme faaliyetinin tüm faaliyetler içerisindeki payı artmıştır. Yine PD’de, PDÖ’ye göre, faaliyetler arasında eğitim/ konferans videoları izlemeye ve canlı yayınları takip etmeye ayrılan pay artmıştır.

Araştırmaya dâhil edilen değişkenlere ait ortalama değerler, standart sapma değerleri ve Pearson korelasyon katsayıları Tablo 5’de sunulmuştur.

Tablo 5. Araştırmanın Değişkenlerine Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

Değişken	Ort. (SS)	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.Kendine Yabancılaşma	2,86 (1,13)	,365**	,131**	,244**	,292**	-	,017	-	-,015	-,344**	-
2.Araştırmaya Yabancılaşma	2,01 (0,98)	1	,150**	,250**	,240**	-,316**	,118**	-,032	-,038	-,102**	-,308**
3.Öğretime Yabancılaşma	2,44 (1,26)		1	,294**	,379**	-,235**	-,035	,028	,014	,025	,047
4.Yalıtılmışlık	2,82 (1,37)			1	,362**	-,190**	-,037	-,033	,033	-,022	-,034
5. Güçsüzlük	2,06 (0,96)				1	-,229**	-,017	-,062	,062	-,072	-,067
6.Dayanıklılık	4,22 (1,03)					1	,084*	,108**	-,070	,160**	,148**
7.Cinsiyet ^a	1,59 (0,49)						1	,025	-	,044	,070
8. Unvan ^b	2,77 (1,38)							1	-,263**	,525**	,747**
9.Medeni Durum ^c	1,27 (0,44)								1	-,088*	-,175**
10.Teşvik Puanı ^d	2,39 (1,36)									1	,602**
11. Atıf Sayısı ^e	2,30 (1,29)										1

N= 684; Ort.=Ortalama; SS= Standard Sapma; *p < 0,05, **p < 0,001

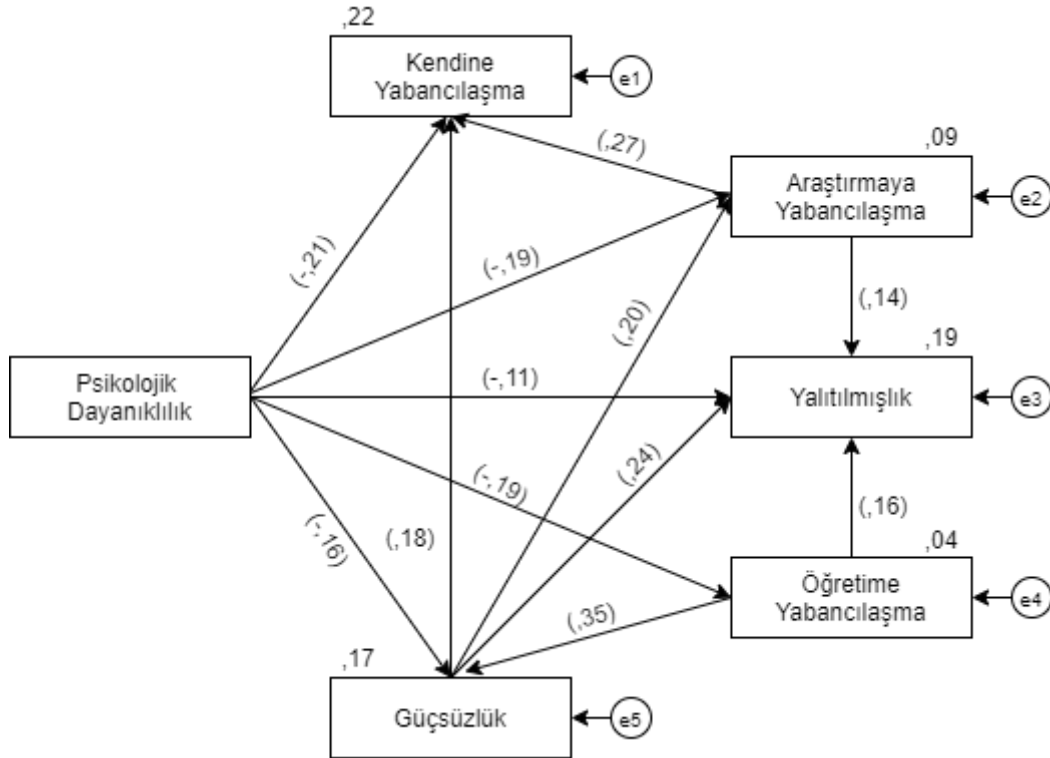
Not: ^a1= Kadın, 2= Erkek; ^b1=Öğr. Gör., 2= Arş. Gör., 3= Dr. Öğr. Üyesi, 4= Doç. Dr., 5= Prof. Dr.; ^c1=Evli, 2=Bekar; ^d1= 0 – 15 Puan, 2=16 – 30 Puan, 3= 31 – 45 Puan, 4= 46 – 60 Puan, 5= 60+ Puan; ^e1= 0 – 10 Atıf, 2= 11 – 50 Atıf, 3= 51 – 200 Atıf, 4= 2001 – 500 Atıf, 5= 501+ Atıf

Yapılan korelasyon analizi incelendiğinde, psikolojik dayanıklılık ile PD akademisyenliğe yabancılaşma alt boyutları arasındaki tüm ilişkilerin anlamlı ve negatif yönde olduğu görülmektedir. Psikolojik dayanıklılık ile en yüksek ilişki kendine yabancılaşma ($r=-,32$, $p<,001$), yalıtılmışlık ($r=-,29$, $p<,001$) ve güçsüzlük ($r=-,29$, $p<,001$) boyutları arasında negatif yönde gerçekleşmiştir. Akademisyenliğe yabancılaşma boyutları arasındaki ilişkiler incelendiğinde ise boyutlar arası ilişkilerin tamamı anlamlı ve pozitif yöndedir. Boyutlar arası en yüksek ilişki sırasıyla öğretime yabancılaşma ile

güçsüzlük ($r=.38, p<.001$), kendine yabancılaşma ile bilimsel araştırmaya yabancılaşma ($r=.37, p<.001$) ve yalıtılmışlık ile güçsüzlük arasında ($r=.36, p<.001$) pozitif yönde gerçekleşmiştir.

Psikolojik dayanıklılığın PD akademisyenliğe yabancılaşma alt boyutları olan kendine yabancılaşma, araştırmaya yabancılaşma, öğretime yabancılaşma, yalıtılmışlık ve güçsüzlük üzerindeki etkisini ortaya koymak ve akademisyenliğe yabancılaşma boyutlarının birbirleri üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla yol analizi yapılmış ve Model 1 elde edilmiştir. Model elde edilirken Amos programının modifikasyon düzeltmesi olarak önerdiği yollar modele eklenmiş, anlamlı etkinin oluşmadığı yollar modelden çıkarılmıştır ($p>.05$). Her bir adımdan sonra model tekrar test edilmiş ve veri ile en uyumlu model elde edilmiştir (Şekil 1). Modelin uyumunu değerlendirmek için farklı ölçüm kriterleri kullanılmıştır. Mutlak uyum indeksi olan ki - kareye (χ^2) ek olarak, iyilik uyum indeksi, düzeltilmiş iyilik uyum indeksi, karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI), normlaştırılmış uyum indeksi (NFI) kullanılmıştır. Son durumda modeldeki tüm yollar istatistiki olarak anlamlı görülmüştür. Modele ait uyum istatistikleri kabul edilebilir düzeyde bulunmuş ve ilgili istatistikler Tablo 6'da sunulmuştur.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Tablo 6. Modele Ait Yol Analizi Uyum Değerleri

İlişki	Araştırma Modeli			
	Est.	SE	CR	p
Kendine Yabancılaşma ← Dayanıklılık	-,21	,039	-5,961	**
Araştırmaya Yabancılaşma ← Dayanıklılık	-,19	,036	-5,801	***
Öğretime Yabancılaşma ← Dayanıklılık	-,19	,046	-5,050	***
Güçsüzlük ← Dayanıklılık	-,16	,033	-4,569	***
Yalıtılmışlık ← Dayanıklılık	-,10	,048	-3,008	**
Kendine Yabancılaşma ← Araştırmaya Yabancılaşma	,27	,041	7,657	***
Kendine Yabancılaşma ← Güçsüzlük	,18	,042	5,032	***
Yalıtılmışlık ← Araştırmaya Yabancılaşma	,14	,050	3,951	***
Yalıtılmışlık ← Öğretime Yabancılaşma	,16	,041	4,291	***
Yalıtılmışlık ← Güçsüzlük	,24	,055	6,308	***
Güçsüzlük ← Öğretime Yabancılaşma	,35	,027	9,806	***
Araştırmaya Yabancılaşma ← Güçsüzlük	,20	,039	5,243	***

*** $p < 0,001$, ** $p < 0,05$; $N = 684$
Not: Kendine Yabancılaşma ($r^2 = ,218$), Yalıtılmışlık ($r^2 = ,194$), Güçsüzlük ($r^2 = ,169$), Araştırmaya Yabancılaşma ($r^2 = ,092$), Öğretime Yabancılaşma ($r^2 = ,036$).

Uyum İyiliği Değerleri: $\chi^2 = 6,403$, $df = 3$, $RMSEA = 0,041$, $GFI = 1,00$, $CFI = 95$, $NFI = 0,99$, $TLI = 0,97$, $AGFI = 0,98$

Modelin uyum testi kritik değerleri modelin veri ile iyi uyum içerisinde olduğunu göstermektedir. Model incelendiğinde, psikolojik dayanıklılığın akademisyenliğe yabancılaşma alt boyutlarının tamamı üzerinde negatif bir etkisinin olduğu görülmektedir. Böylece H2 hipotezi de desteklenmiş durumdadır. Psikolojik dayanıklılık sırası ile en fazla kendine yabancılaşma (Est=-0,21, $p < 0,001$), bilimsel araştırmaya yabancılaşma (Est =-0,19, $p < 0,001$) ve öğretime yabancılaşma (Est =-0,19, $p < 0,001$) üzerinde negatif bir etkiye sahiptir. Akademisyenliğe yabancılaşma arasındaki ilişkiye bakıldığında; bilimsel araştırmaya yabancılaşmanın kendine yabancılaşma ve yalıtılmışlık üzerinde, öğretime yabancılaşmanın yalıtılmışlık ve güçsüzlük üzerinde, güçsüzlüğün kendine yabancılaşma, araştırmaya yabancılaşma ve yalıtılmışlık üzerinde pozitif etkisi tespit edilmiştir. Öğretime yabancılaşmanın en yüksek etkisi güçsüzlük üzerinde (Est = 0,35, $p < 0,001$), bilimsel araştırmaya yabancılaşmanın en yüksek etkisi kendine yabancılaşma üzerinde gerçekleşmiş (Est =0,27, $p < 0,001$), güçsüzlüğün en yüksek etkisi ise yalıtılmışlık üzerinde (Est =0,24, $p < 0,001$) gerçekleşmiştir.

Ayrıca bağımlı değişkenler üzerindeki toplam etkiye bakıldığında; araştırmaya yabancılaşma kendine yabancılaşmayı psikolojik dayanıklılık ve güçsüzlükten daha fazla etkilemekte, araştırmaya yabancılaşma, psikolojik dayanıklılık ve güçsüzlük kendine yabancılaşmadaki değişimin %22'sini ($r^2 = ,218$) açıklamaktadır. Yalıtılmış üzerindeki toplam etki incelendiğinde, güçsüzlük yalıtılmışlığı araştırmaya yabancılaşma, öğretime yabancılaşma ve dayanıklılıktan daha fazla etkilemekte, söz konusu değişkenler yabancılaşmadaki değişimin %19'unu ($r^2 = ,194$) açıklamaktadır. Güçsüzlükteki değişimin %17'si ($r^2 = ,169$) öğretime yabancılaşma ve dayanıklılık tarafından açıklanmakta, öğretime yabancılaşma güçsüzlüğü dayanıklılıktan daha fazla etkilemektedir. Bilimsel araştırmaya

yabancılaşmadaki değişimin %9'u ($r^2=,092$) dayanıklılık ve güçsüzlük tarafından açıklanmakta, değişkenlerin araştırmaya yabancılaşma üzerindeki etkisi benzerlik göstermektedir.

5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Birçok çalışma alanı ve mesleği yüksek düzeyde etkileyen Covid-19 pandemisi eğitim alanı için de zor ve hatta kısmen de etkin olmayan bir sürece sebep olmuştur. Salgının ani biçimde ortaya çıkışı ve giderek olumsuz seyretmesi, yükseköğretim kurumlarını da daha önce tecrübe etmedikleri bir sürece aniden girmek zorunda bırakmıştır. Bu dönemde yaşanan esas problemlerden biri ise akademisyenlerin; uzaktan eğitim yönteminin felsefesine uzak olmaları ve etkin içerik tasarımları yapabilecek zaman ve hazır bulunuşluluğunun (gerekli eğitim materyali ve ölçme değerlendirme sistemi) olamamasıdır. Aynı zamanda duygusal olarak da zorlanan akademisyenler; pandeminin kaygısı ve sosyal izolasyon zorunlulukları yüzünden hem beraber çalıştıkları öğretim üyelerinden hem öğrencilerinden hem de çalışma alanlarından uzak kalmışlardır. Bu bağlamda araştırmanın hipotezi; uzaklıkların akademisyenliğe yabancılaşma eğilimini artırdığı üzerinedir. Çalışmada pandemi dönemi ve öncesi akademisyenliğe yabancılaşma eğilimleri incelenmiştir. Birçok kısıt içerisinde yabancılaşmanın etkisinin düşük olmasının, kişinin psikolojik olarak dayanıklı olmasına bağlı olduğu iddia edilmiş, kurulan nedensel ilişki modellerine göre iddialar incelenmiştir.

Araştırmanın temel hipotezi bağlamında pandemi dönemi öncesine göre, pandemi döneminde akademisyenlerin mesleklerine yabancılaşması tüm boyutlarda anlamlı düzeylerde artmıştır. Bu artış özellikle akademisyenin kendini güçsüz ve yalıtılmış hissetmesi boyutlarında gerçekleşmiştir. Akademisyen pandemi döneminde kendisini; ders anlatmada ve öğrenci ile iletişim kurmada daha güçsüz görebilmektedir. Ayrıca sosyal ve fiziksel mesafenin artışı ve hayatların daha çok ev ile sınırlı kalması yalıtılmış hissini de beraberinde getirmiştir. Sosyal ilişki kurma eğilimi yüksek olan bir kültür için öğrenci veya meslektaş ile bir arada olamamanın güçsüzlük ve yalıtılmış hissini daha fazla arttırması olağan olarak görülmektedir. Bu sonuçlar Kovancı ve Ergen'in (2019) ilkökul öğretmenlerinin uzaktan eğitim sonucu yabancılaşmalarının arttığını gösteren araştırması, Gökçeğöz ve Birinci'nin (2008) bireyin yaptığı işin örgüte katkısını net olarak göremediğinde yabancılaşmanın artacağına ilişkin bulgusu ve Davis'in (1988) teknoloji kullanımının artması ile çalışanların kendilerini işe yaramaz hissederek işlerine yabancılaşacakları tezi ile paralellik göstermektedir.

Çalışmanın özgün nitelikte bulgu üretmesini sağlayan diğer bir husus, katılımcılara akademik performans verilerinin sorulmuş olmasıdır. Akademik performans olarak en meşru olduğu düşünülen "son yılda alınan akademik teşvik puanı" ve "atıf sayısı" dikkate alınmıştır. Akademik performans ile akademisyenliğe yabancılaşma bir arada incelendiğinde; kişinin kendisine ve araştırmaya yabancılaşmasının akademik performansı olumsuz etkilediği görülmüştür. Akademisyenin kendine yabancılaşması söz konusu ise; yani kendine olan saygı ve inancı düşük, nitelikli olamadığına, anlamlı etki oluşturamadığına dair inancı yüksekse, aynı zamanda akademik performansı da düşük kalmaktadır.

Bu saygınlık ve güven düşüklüğü (kendine yabancılaşma) araştırmaya yabancılaşmanın da ötesinde bir etkiye sahiptir. Bunlarla birlikte akademik performansı yüksek olan akademisyenin psikolojik dayanıklılığı da yüksektir. Bu bulgu psikolojik dayanıklılık ile kendine olan güven ve saygı arasındaki güçlü ilişkiye dair bir gösterge olabilir.

Aslında psikolojik dayanıklılık tüm akademisyenliğe yabancılaşma boyutları üzerinde anlamlı ve negatif bir etkiye sahiptir. Bu yüzden ne denli önemli olduğu bir kez daha ortaya konmuştur. Bahsedildiği gibi en yüksek etkisi kendine yabancılaşma üzerinedir. Sonrasında ise sırasıyla; öğretime yabancılaşma, araştırmaya yabancılaşma, güçsüzlük ve yalıtılmışlık üzerinde anlamlı etkilere sahiptir. Bu sonuçlar psikolojik sermayenin bir boyutu olarak dayanıklılığın örgütsel yabancılaşma üzerine etkisi bağlamında farklı sektörlerden elde edilen çalışma sonuçları ile örtüşmektedir (Aslan ve Mert, 2019; Çalışkan ve Pekkan, 2017; Beğenirbaş, 2015). Aydemir ve Akdoğan ise (2018) akademisyenlerin psikolojik dayanıklılık düzeylerini incelemişler ve bu düzeyin onların örgütsel yabancılaşmalarını yine negatif yönde etkilediğini tespit etmişlerdir.

Akademisyenliğe yabancılaşmanın kendi boyutları arasında da nedensel ilişkiler aranmış ve AMOS yazılımının da düzeltme önerileri doğrultusunda veri ile en uyumlu model elde edilmiştir. Bu modele göre akademik performans ile en fazla ilişkiye sahip olan kendine yabancılaşma; sırasıyla araştırmaya yabancılaşma ve güçsüzlük boyutlarından etkilenmektedir. Araştırma yapmaktan doyum almayan, araştırma yapmakla motive olmayan, araştırma yapmaya dair ilgisi azalan akademisyenlerin kendine yabancılaşma olasılıkları daha yüksektir. Bununla birlikte ders anlatımında kişinin kendisini başarısız hissetmesi ve öğrenci ile nitelikli bir iletişim kuramadığını düşünmesi, yani kendini “güçsüz” hissetmesi, kendine yabancılaşmayı artıran diğer bir husustur. Ancak belirtmek gerekir ki akademisyenin kendini güçsüz hissetmesi öğretime, araştırmaya yabancılaşmadan ve yalıtılmışlıktan önemli düzeyde etkilenmektedir. Akademisyenin, öğrencilere ders anlatmasını bir zorunluluk olarak görmesi, bundan haz almaması, araştırmaya yapmaya da ilgisinin bulunmaması, bunlarla birlikte meslektaşlarından da uzak durma/kalma durumu kendisini daha da güçsüz hissetmesine sebep olmaktadır.

Öğretim ve araştırma uzaktan da olsa kesilmemesi gereken bir ışık kaynağı gibidir. Bu yüzden akademisyenlerin mesleklerine olan yabancılaşma eğilimleri böyle bir dönemde olağan görülebilse de bir an önce aşılması gereken ve aşılabilir bir olumsuzluktur. İçinde bulunduğumuz dijital çağın gerekleri belki de çok daha önceden akademisyenlerin uyarlanması gereken değişimler içermektedir. Ancak pandemi, uyarlanmayı zorlayan ani bir süreç olarak ortaya çıkmıştır. Değişim her ne olursa olsun kişinin psikolojik olarak dayanıklı olması, yeni veya zor durumlara psikolojik olarak hemen uyarlanıp eylem alabilmesi hem önemli bir yeterlilik hem de gereklilik olarak görülmektedir.

Bu çalışmanın bulguları da dikkate alındığında uzaktan eğitim anlayışı içerisinde öğrencilere etkin biçimde ulaşabilmenin yolları- materyallerin zenginliği, kanalların ve araçların zenginliği dikkate

alındığında- çokça bulunabilmektedir. Burada zorlanılacak husus akademisyenlerin yeniden uygun içerik geliştirmesi ve materyal oluşturması, bunlarla birlikte teknolojik araçların kullanımına da uyarlanabilmeleridir. Bu uyarlanma gerçekleşemezse, öğrenciye ulaşabilme/dokunabilme kısıtlanacak ve akademisyenlerin öğretime yabancılaşması kaçınılmaz olacaktır. Çalışmanın bulgusuna göre de öğretime yabancılaşma akademisyenin kendini güçsüz hissetmesine, böylece de kendine yabancılaşmasına sebep olacaktır. Bir şekilde akademisyenin öğretimin ve araştırmanın içinde kalmaya devam etmesi gerekir. Öğrenci ile iletişiminin çeşitli kamusal veya bireysel kaynaklardan devam etmesi gerekir. Ancak yine de ifade edilmelidir ki uzaktan eğitimin, yüz yüze eğitimin ikamesi oldukça zordur. Ama katkı sağlayıcı, destekleyici ve tamamlayıcı niteliktedir. Bu yüzden pandemi dönemindeki gelişmeler ve imkanlar doğrultusunda yüz yüze eğitimin sağlanması çok önemlidir. Bununla birlikte pandemi döneminden sonra uzaktan eğitimden faydalanmak da bir o kadar önemli görülmektedir. Bu yüzden hibrit yaklaşımlar benimsenmelidir. Üniversiteler dijital içerikler üretmeli, yüz yüze eğitimin ağırlığı belki azaltılmalı ama korunmalıdır.

Uzaktan eğitim anlayışında geribildirim önemi çok daha artmıştır. Fiziksel olarak ne bir göz teması ne de beden dili ile iletişim kurulamayan öğrenci ile, muhakkak geribildirim alınıp verilebilecek bir eğitim kurgusu tasarlanmalıdır. Zira uzaktan eğitim anlayışında öğreticinin anlatımından çok geribildirim aldığı bir kurgu esastır. Bu yüzden forum anlayışında geribildirim ortamları, yorumlar, mesajlar (ses, görsel, video) kullanılmalı, etkileşim dijital ortamda, zaman ve mekân sınırı olmadan devam edebilmelidir. Akademisyenlerin, çağımızın en çok kullanılan iletişim alanları olan sosyal medya ve açık kaynak erişimli platformlarda olabilmesi, etkileşimi ve geribildirimi artırıcı bir etmendir. Akademisyen açık kaynak yaklaşımınca hareket etmeli, kendisi de bu platformlarda bir açık kaynak olabilmelidir. Hem öğretim içeriklerini hem de araştırmalarını; kullanılabilir, tüketilebilir biçimlere sokarak var olabildiğini hissetmeye/hissettirmeye devam etmelidir. Psikolojik olarak dayanıklı ise kendine imkân/alan üretmesi çok daha olasıdır. Psikolojik dayanıklılık eylem odaklı olmayı devam ettirdiğinden, akışı da devam ettirir. Boşluk oluşmaz ve yabancılaşma gerçekleşmez. Aksi takdirde bulgulara göre öğretime ve araştırmaya yabancılaşacak, kendini güçsüz ve yalıtılmış hissedecektir. Güçsüzlük ve yalıtılmışlık, kendine olan yabancılaşmayı artırarak akademik performansı da aşağı çekebilecektir. Özellikle sosyal bilimciler için araştırma için de öğretim için de bu platformların önemi oldukça yüksektir. Bu platformlarda içeriği olan, bu platformlar için içerik tasarlayan akademisyen hala kendisini özne olarak hissedebilecek, aksi takdirde nesne hissine kapılarak etkisizlik ve işlevsizlik hissi ile mesleğine duyarsızlaşabilecektir.

Araştırmada demografik özellikler, görev yapılan üniversite ve performans dağılımı açısından maksimum çeşitliğe uygun bir örneklem kitlesi yakalanmış ve elde edilen bulguların evreni güçlü bir şekilde temsil etmesi sağlanmıştır. Ancak yine de her bilimsel çalışmada olduğu gibi bu araştırmada da birtakım kısıtlılıklar bulunmaktadır. Araştırma pandemi şartlarının devam ettiği bahar döneminde yapılmış ve katılımcılardan soruların bir kısmını pandemi öncesini hatırlayarak cevaplamaları

istenmiştir. Bu nedenle araştırma, katılımcıların gelen yaşantıları ile ilgili sorulara tahmini 4 ay öncesine dair hafızalarında kalanlarla verdikleri cevaplar ile kısıtlıdır. İkinci olarak araştırmada, akademisyenliğe yabancılaşma ve psikolojik dayanıklılık düzeyleri yazında sıklıkla kullanılan geçerli ve güvenilir ölçeklerle ölçülmesine rağmen, akademisyenlerin bu ölçeklere verdikleri cevaplar ile de kısıtlı olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca araştırmadaki bir diğer kısıt akademik performans verilerinin, akademisyenlerin beyanlarına dayanmasıdır. Son olarak araştırmada belirlenen amaç gereği, pandemi dönemindeki psikolojik dayanıklılık ve akademisyenliğe yabancılaşma etkileşimi incelenmiştir. Bu durum bir taraftan araştırmanın kısıtlılığını oluştururken, diğer taraftan da araştırmanın pandemi dönemine ait öneriler sunması açısından özgünlüğünü güçlendirmektedir.

Bu çalışmada belirlenmiş olan amaca binaen akademisyenlerin pandemi döneminde akademisyenliğe yabancılaşma düzeyleri ölçülmüş ve akademisyenliğe yabancılaşmada psikolojik dayanıklılığın etkisi incelenmiştir. Bundan sonraki araştırmalarda akademisyenliğe yabancılaşma üzerinde farklı değişkenlerin etkisinin araştırılabileceği gibi, farklı meslek gruplarında modelin test edilmesi de araştırmacı ve uygulayıcılara faydalı sonuçlar üretebilecektir. Ayrıca çalışmada pandemi şartları çerçevesinde bir model kurularak test edilmiştir, sonraki çalışmalarda normal şartlarda akademisyenliğe yabancılaşma düzeyi test edilip, bu düzeyi azaltmak için modeller denenerek bilime ve uygulayıcılara katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Agarwal, S. (1993). Influence of formalization on role stress, organizational commitment, and work alienation of salespersons: a cross-national comparative study. *Journal Of International Business Studies*, 24(4), 715-739.
- Akyavuz, E. K. (2020). Ortaöğretim öğrencilerinin okul tükenmişliği ve okula yabancılaşma algıları arasındaki ilişkisinin incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 28(2), 847-857.
- Aslan, H., ve Mert, İ. S. (2019). Duygusal emek ile işe yabancılaşma ilişkisinde psikolojik sermayenin düzenleyici rolü. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1736-1772.
- Aydemir, C., ve Akdoğan, A. A. (2018). Pozitif psikolojik sermayenin işe yabancılaşma üzerindeki etkisi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, UİK Özel Sayısı*, 307-318.
- Aydın, E., ve Özeren, E. (2019) Akademide işe yabancılaşma olgusu: araştırma görevlileri üzerine nitel bir alan çalışması. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 12(22), 159-178.

- Başaran, İ. E. (2000). *Örgütsel Davranış İnsanın Üretim Gücü*. 3. Kez Yeniden Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Beğenirbaş, M. (2015). Psikolojik sermayenin çalışanların duygu gösterimleri ve işe yabancılaşmalarına etkileri: sağlık sektöründe bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(3), 249-263.
- Block, J., and Kremen, A. M. (1996). Iq and ego-resiliency: conceptual and empirical connections and separateness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(2), 349–361.
- Chiaburu, D. S., Thundiyil, T. and Wang, J. (2014). Alienation and its correlates: a meta-analysis. *European Management Journal*, 32(1), 24-36.
- Çağlar, Ç. (2013). Eğitim fakültesi öğrencilerinin yabancılaşma düzeyleri ile öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları arasındaki ilişki. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 13(3), 1497-1513.
- Çalışkan, A., ve Pekkan, N. Ü. (2017). Psikolojik sermayenin işe yabancılaşmaya etkisinde örgütsel desteğin aracılık rolü. *İş ve İnsan Dergisi*, 4(1), 17-33.
- Çelik, E., ve Babaoğlu, E. (2017). Üniversite öğrencilerinin yabancılaşma düzeyi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 405-427.
- Davis, K. (1988). *İşletmelerde İnsan Davranışı*, (Çev. K. Tosun), İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Doğan, T. (2015). Kısa psikolojik sağlamlık ölçeği'nin türkçe uyarlaması: geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *The Journal Of Happiness ve Well-Being*, 3(1), 93-102.
- Erimez, C., ve Gizir, S. (2013). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öğretmenlik mesleğine yönelik tutumlarında fakültelerine yabancılaşmalarının rolü. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(3), 13-26.
- Eryılmaz, A. ve Burgaz, B. (2011). Özel ve resmi lise öğretmenlerinin örgütsel yabancılaşma düzeyleri. *Eğitim ve Bilim*, 36(161), 271- 286.
- Fikretoglu, D. and McCreary, D. R. (2012). Psychological Resilience: A Brief Review Of Definitions, And Key Theoretical, Conceptual, And Methodological Issues Defence. RveD Canada Technical Report DRDC Toronto TR 2012-012 December.
- Gökçeğöz, F. ve Birinci, İ. (2008). Örgütsel yabancılaşma. *Polis Dergisi*, 37.
- Hegel, G. W. (2004). *Tinin Görünüşü*, (Çev.: Aziz Yardımlı), İstanbul: İdea Yayınları.

- Jöreskog, K. G., and Sörbom, D. (2006). *LISREL 8.80*. Chicago: Scientific Software International.
- Kanungo, R. N. (1992). Alienation and empowerment: some ethical imperatives in business. *Journal of Business Ethics*, 11(5-6), 413-422.
- Karagöz, Y. (2019). *SPSS ve AMOS Uygulamalı Nitel-Nicel-Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kesen, M. (2016). Öğretim elemanlarının işe yabancılaşmasının etik liderlik ve demografik değişkenler açısından incelenmesi: uygulamalı bir çalışma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(22), 118–134.
- Korkmazer, Ö. G. F., ve Ekingen, Ö. G. E. (2017). Örgütsel yabancılaşmanın iş tatmini ile ilişkisi: sağlık sektöründe bir uygulama. *International Journal of Social Science*, 63, 459-470.
- Kovancı, M., ve Ergen, H. (2019). İlkokul öğretmenlerinin örgütsel yabancılaşmalarının sosyo-demografik değişkenler açısından incelenmesi. *Çağdaş Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 94-111.
- Kurnaz, E. ve Serçemeli, M. (2020). Covid-19 pandemi döneminde akademisyenlerin uzaktan eğitim ve uzaktan muhasebe eğitimine yönelik bakış açıları üzerine bir araştırma. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi- International Journal Of Social Sciences Academy*, 2(3), 262-288.
- Luthans, F. (2002). The need for and meaning of essay positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 23, 695–706.
- Mann, S. J. (2001). Alternative perspectives on the student experience: alienation and engagement. *Studies In Higher Education*, 26(1), 7-19.
- Marx, K. (1993). *1844 El Yazmaları* (Çev. Kenan Somer), İstanbul: Sol Yayınları.
- Marx, K. (2010). *Yabancılaşma* (Çev. Barışta Erdost), İstanbul: Sol Yayınları.
- Mohan, K, C. (2013). To study the relationship between stress-work life balance and work alienation among women employees of kerala state government in trivandrum district. *International Journal of Research in Commerce, Economics and Management*, 3(2), 126-129.
- Nair, N. and Vohra, N. (2010). An exploration of factors predicting work alienation of knowledge workers. *Management Decision*, 48, 600-615.

- Owl Lab (20 Ağustos 2020). State of Remote Work 2019. Erişim 20 Ağustos 2020, <https://www.owllabs.com/state-of-remote-work/2019>.
- Özbay, Ö. (2015). Dünyada ve türkiye’de uzaktan eğitimin güncel durumu. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi*, 5, 376-394.
- Polat, Ş., ve Özdemir, M. (2018). Ortaokul öğrencilerindeki eğitim stresi, okul tükenmişliği ve okula yabancılaşma arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(5), 1395-1406.
- Rutter, M. (1985). Resilience in the face of adversity: protective factors and resistance to psychiatric disorder. *Britain Journal Of Psychiatry*, 147, 598-611.
- Schawbel, D. (2019). Uzaktan çalışanlar işe daha az bağlılık gösteriyor ve ili bırakmaya daha yatkımlar. *Harvard Business Review Türkiye*, Ekim 2019.
- Seeman, M. (1959). On the meaning of alienation. *American Sociological Review*, 24(6), 783-791.
- Silah, M. (2005). *Endüstride Çalışma Psikolojisi* (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Smith, B. W., Dalen, J., Wiggins, K., Tooley, E., Christopher, P., and Jennifer Bernard, J. (2008). The brief resilience scale: assessing the ability to bounce back. *International Journal of Behavioral Medicine*, 15, 194–200.
- Şenol, L., ve Üzüm, B. (2019). Özel sağlık kurumları çalışanlarının psikolojik dayanıklılık ve yabancılaşma düzeyleri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 1098-1102.
- Şimşek, H. ve Ataş Akdemir, Ö. (2015). Üniversite öğrencilerinde okula yabancılaşma. *Current Research in Education*, 1(1), 1-12.
- Şimşek, H., Balay, R. ve Şimşek, A. S. (2012). ilköğretim sınıf öğretmenlerinde mesleki yabancılaşma. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 53-72.
- Şimşek, M. Ş., Çelik, A., Akgemci, T., ve Fettahlıoğlu, T. (2006). Örgütlerde yabancılaşmanın yönetimi araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 569-587.
- T.C. Sağlık Bakanlığı (28 Ocak 2021). Covid-19 Bilgilendirme Platformu. Erişim 28 Ocak 2021, <https://covid19bilgi.saglik.gov.tr/tr/>
- Taştan, S., İşçi, E. ve Arslan, B. (2014). Örgütsel destek algısının işe yabancılaşma ve örgütsel bağlılığa etkisinin incelenmesi: istanbul özel hastanelerinde bir çalışma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 121-138.

- Turhan, E. (2007). Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Elemanlarının İşe Yabancılaşma Düzeyleri. 16. Eğitim Bilimleri Kongresi, 5-7 Eylül 2007, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.
- UNESCO, (10 Ağustos 2020), Covid-19 Impact on Education. Erişim 10 Ağustos 2020, <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse>
- Ülker Tümlü, G. ve Receptoğlu, E. (2013). Üniversite akademik personelinin psikolojik dayanıklılık ve yaşam doyumu arasındaki ilişki. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 3(3), 205-213.
- Weiss, H. M. and Cropanzano, R. (1996). Affective events theory: a theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work. *Research in Organizational Behavior*, 18(1), 1-79.
- World Health Organization (28 Ocak 2021). WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard. Erişim 28 Ocak 2021, <https://covid19.who.int/>
- Yıldız, S., ve Alıcı, D. (2019). Akademisyenliğe yabancılaşma ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Yükseköğretim Dergisi*, 9(1), 49-58.
- Yılmaz, S. ve Sarpkaya, P. (2009). Eğitim örgütlerinde yabancılaşma ve yönetimi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 314-329.
- Yüksek Öğretim Kurulu (20 Ağustos 2020). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi. Erişim 20 Ağustos 2020, <https://istatistik.yok.gov.tr/>



REKABET STRATEJİLERİNİN ÖRGÜTSEL PERFORMANSA ETKİSİ, GİRİŞİMCİLİĞİN ARACILIK ROLÜ*

THE EFFECT OF COMPETITION STRATEGIES ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE, THE MEDIATING ROLE OF ENTREPRENEURSHIP

Özgür Uğur ARIKAN¹, Abdullah ÇALIŞKAN²



1. Arş. Gör. Dr., İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, ozgurugururika@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1402-1761>
2. Prof. Dr., Toros Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, abduallah.caliskan@toros.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5746-8550>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
02.11.2020 11.02.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
18.02.2021 02.18.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.819843>

* Bu çalışma Prof. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN danışmanlığında, Özgür Uğur ARIKAN tarafından, Toros Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde yürütülen “ORGANİZASYONLARIN ÖRGÜTSEL PERFORMANSININ ARTIRILMASINDA REKABET STRATEJİLERİNİN ETKİSİ, GİRİŞİMCİLİĞİN ARACILIK ROLÜ: MERSİN BÖLGESİ İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA” başlıklı doktora çalışmasından türetilmiştir.

Öz

Örgütsel performans, hızla değişen pazarda ve artan rekabet koşullarında önemli bir kavram olarak nitelendirilmektedir. Faaliyetlerinin çıktılarını hedeflerine uygun düzeyde tutabilen organizasyonlar değişken ve rekabetçi çevrede ayakta kalabilmektedir. Rekabet edebilmek ve rekabeti sürdürülebilir kılmak için seçilen jenerik stratejilerin, örgütsel performansı artırdığı değerlendirilmektedir. Hızla değişen çevresel koşulları hızla kavrayabilen girişimci bireylerin, örgütsel performansa katkı yaptığı değerlendirilmektedir. Bu bağlamda rekabet stratejilerinin örgütsel performansa etkisi ve girişimciliğin bu etkideki aracılık rolü araştırılmıştır. Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi'nde yer alan 163 işletmeden toplam 511 çalışandan veri toplanmıştır. Veriler SPSS ve AMOS paket istatistik programları ve SPSS PROCESS eklenti paketi makro programı ile analiz edilmiştir. Yapılan Önyükleme (Bootstrap) Yanlılığı Düzeltilmiş Güven Aralığı (Önyükleme YD %95 GA) analizi sonucunda maliyet liderliği, farklılaştırma ve odaklanma stratejilerinin örgütsel performans üzerinde olumlu anlamlı etkilerinin olduğu tespit edilmiştir. Rekabet stratejilerinin her birinin örgütsel performansa etkisinde girişimci davranışın bütünlüyci aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Aracılık Etkisi, Önyükleme, Girişimcilik, Hayes Process, Örgütsel Performans.

Abstract

Organizational performance is described as an important concept in the rapidly changing market and increasing competition conditions. Organizations that can keep the outputs of their activities in line with their goals can survive in a volatile and competitive environment. It is considered that generic strategies chosen to compete and make competition sustainable increase organizational performance. It is considered that entrepreneurial individuals who can quickly grasp rapidly changing environmental conditions contribute to organizational performance. In this context, the effect of competitive strategies on organizational performance and the mediating role of entrepreneurship in this effect have been investigated. Data were collected from a total of 511 employees from 163 enterprises located in Mersin Tarsus Industrial Zone. The data were analyzed by SPSS and AMOS statistical package programs and SPSS PROCESS extension package macro program. As a result of the Bootstrap Bias-Corrected Confidence Interval (Bootstrap BC 95% CI) analysis, it was determined that overall cost leadership, differentiation and focus strategies have positive significant effects on organizational performance. It has been found that entrepreneurial behavior has a complementary mediating effect on organizational performance of each of the competitive strategies.

Keywords: Mediation Effect, Bootstrap, Entrepreneurship, Hayes Process, Organizational Performance.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

The problem in this study is to investigate the mediating role of entrepreneurial behavior in the effect of competitive strategies chosen by organizations on their organizational performance in Mersin-Tarsus Industrial Zone.

Research Questions

What is the mediating role of entrepreneurship in the relationship between overall cost leadership strategy and perceived organizational performance? What is the mediating role of entrepreneurship in the relationship between differentiation strategy and perceived organizational performance? What is the mediating role of entrepreneurship in the relationship between focus strategy and perceived organizational performance?

Literature Review

The ever-increasing number of competitors negatively affects the resource sharing conditions of organizations. On the other hand, the demand for rapidly decreasing resources continues to increase. Due to the tough competition environment, Organizations can focus on their internal resources to be superior to their competitors in the long run. (Wright et al., 2001). In this context, one of the critical internal resources that organizations can focus on is human resources. Organizations that support the entrepreneurial behavior of their employees will be able to seize more competitive positions than their competitors with innovation and transformation (Luthans and Youssef, 2004). Generic competitive strategies shaped by Porter help the organization gain a competitive position. The first of the generic competitive strategies is overall cost leadership, which refers to the ability to make the same product that competitors offer to customers, for less than their production cost. The second is the differentiation strategy - it refers to being in the market with products that are more qualified than competing products at similar costs. The Last generic strategy is the focus strategy. It is to apply one of the first two generic strategies, focusing on a specific customer group, product or specific region (Porter, 1980). "Entrepreneurship, as an extension of the entrepreneurial orientation and transformed into action, refers to all the innovation, strategic renewal and new business establishment activities of a business" (Çalışkan et al. 2011). Organizational performance is the result of an organization's effort over a period of time. So much so that, with these outputs, the organization can determine how much it has achieved its determined goals. Organizations make strategic plans in order to create high value and to gain a sustainable competitive advantage (Porter, 1985). Their strategic plans include decisions about how to compete with other organizations. It is thought that the competitive strategies chosen by the organizations have an effect on their performance. In addition, it is thought that organizations that support their employees' entrepreneurship will be more successful in the competitive environment of rapid change. Therefore, in this study, the effect of competition strategies chosen by organizations on their performance and the mediation effect of entrepreneurship were examined.

Methodology

This study is a descriptive cross-sectional study based on a questionnaire. The sample of the research; It was selected from among employees of Mersin-Tarsus Industrial Zone by convenience sampling. Taking into account a 5% margin of error within 95% confidence limits from the main mass, the sample size was calculated as 377 persons (Sekaran, 2003). Data were collected from 511 people (N=511) working in Mersin Tarsus Industrial Zone. Questionnaire method was used as data collection tool. In the first part of the questionnaire, there are 6 statements about demographic variables. In the second part, there are a total of 28 statements. 16 statements are competition strategies scales (Hatipoğlu, 2011), 6 statements are entrepreneurship scales (Çalışkan et al., 2011; Zampetakis and Moustakis, 2009), and finally, 6 statements are organizational performance scales (Çalışkan et al., 2011; Tseng and Lee, 2009). The data were analyzed by SPSS and AMOS statistical package programs and SPSS PROCESS extension package macro program. As a result of the Bootstrap Bias-Corrected Confidence Interval (Bootstrap BC 95% CI) analysis, it was determined that overall cost leadership, differentiation and focus strategies have positive significant effects on organizational performance. It has been found that entrepreneurial behavior has a complementary mediating effect on organizational performance of each of the competitive strategies.

Results and Conclusions

According to the results of the study, it was determined that competitive strategies positively and significantly affect organizational performance. It has been determined that each of the strategies of overall cost leadership, differentiation and focusing has a positive and significant impact on organizational performance. It has been determined that competitive strategies affect entrepreneurship positively and significantly. It has been determined that each of the strategies of overall cost leadership, differentiation and focusing has a positive and significant impact on entrepreneurship. It has been determined that entrepreneurship has a positive and significant effect on organizational performance. According to the analysis results of the mediating role of entrepreneurship; It has been determined that entrepreneurship has a mediating role in the effect of competitive strategies on organizational performance. It has been determined that entrepreneurship has a complementary mediating role in the impact of each of the strategies of overall cost leadership, differentiation and focusing on organizational performance.

1. GİRİŞ

Günümüzde akıl almaz hızlara ulaşan değişim, rekabet koşullarının da zorlaşmasına sebebiyet vermektedir (Akkoç vd., 2019). Yapısal koşul bağımlılık kuramına göre organizasyonların faaliyetlerini başarı ile sürdürebilmesinin bir koşulu da çevresini anlaması ve çevresine uygun hamleler yapmasından geçmektedir (Donaldson, 2001). Hızla değişen çevreyi; koşulları aniden değişebilen tahmini güç bir okyanus yolculuğu metaforu ile açıklamak mümkündür. Geminin imkân ve kabiliyetlerine uygun bir rota seçilmediği ve doğru çalışan bir pusula olmadığı takdirde yolculuğun sağlıklı koşullarda tamamlanması zora girebilecektir. Organizasyonu da limandan ayrılan gemiye benzetecek olursak; hedefini ve stratejisini belirlemediği takdirde yolculuğu tehlikeye girebilecektir. Yola başlangıç aşamasında seçilen rekabet stratejisi avantajlı bir konum vadetse bile, değişen koşullar durumun terse dönmeye sebep olabilecektir. Değişim hızının artmasının yanı sıra rekabet ortamındaki rakiplerin sayısı da artmaktadır. Faaliyet yürütülen çevre tıpkı bir köpek balığı saldırısı sonrası kana bulanmış kızıl okyanus gibi gözükmektedir (Kim ve Mauborgne, 2004).

Artan rakip sayısı kaynakların paylaşım koşullarını olumsuz etkilerken, azalan kaynağa talip organizasyon sayısı da artmaya devam etmektedir. Bu zorlayıcı koşullar ve artan rekabet şiddeti, organizasyonların rakiplerinden ayrışmak için ellerinde bulunan kritik kaynaklara yönelmesine sebep olabilmektedir. (Wright vd., 2001). Bu bağlamda organizasyonların odaklanabileceği kritik kaynaklardan biri de insan kaynaklarıdır. Elleriindeki insan kaynağının, girişimci davranışlarını destekleyen organizasyonlar, değişim ve dönüşüm konusunda rakiplerine oranla daha avantajlı pozisyonları ele geçirebileceklerdir (Luthans ve Youssef, 2004). Girişimci davranışın benimsenmesi, organizasyonlara rekabet etme avantajı getiren önemli bir yönetsel faaliyet olarak değerlendirilmektedir (Akkoç vd., 2019).

Bu çalışmada Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren firmaların seçtiği rekabet stratejilerinin örgütsel performanslarına etkisinde, iş görenlerin girişimcilik davranışının aracılık rolü araştırılmıştır. Değişken ile uyumlu olacak şekilde kurulan model ile yöneticilere önerilerde bulunulmuştur.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Rekabet Stratejileri

Michael Porter 1996 yılında “strateji nedir?” diye sorarken aslında 1980 yılından itibaren ilmek ilmek işlediği konumlandırma okulunun güçlü imalarından bahseder; öte yandan kendi perspektifinden, yalın bir biçimde, strateji kavramının değişiminden ve işletmelerin rekabet edebilme koşullarından bahsetmektedir (Porter, 1996).

Stratejik konumlanmada genel olarak; strateji, özgün ve organizasyon için çekici olabilecek kıymetli bir konum vadetmelidir. Bu bağlamda tüketicilere ulaşırken üç farklı güzergâh benimsenebilecektir. Bunlar; geniş bir tüketici kitlesine hitap ederken verilen hizmet ya da ürünü daraltmak, daha az sayıda bir tüketicinin daha fazla ihtiyacına odaklanarak ürün ya da hizmet üretmek, çok sayıda tüketicinin çok sayıda ihtiyacına küçük bir pazarda cevap vermek olarak şekillenmektedir (Porter, 1996).

Stratejinin doğasında; rekabette sürdürülebilir üstünlük elde edileceğine inanılan bir iş birimi için başka bir iş biriminden feragat etmek de bulunmaktadır. Gerekli durumlarda organizasyonun genel faydası için sorunlu görülen iş biriminden çıkılarak yaratılan nakit, başka bir noktada sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmek için kullanılabilir (Porter, 1996).

Chandler (1962), Miles ve Snow (1978), Mintzberg ve arkadaşlarının (1998), ifade ettiği gibi çok farklı olmayarak organizasyonun stratejisi ve uyguladıklarının uyumlu olması gerekmektedir (Mintzberg vd., 1998; Porter, 1996). Porter bu durumu “fit” olmak olarak ifade ederken yapısal olarak stratejiye uyumun yanında uzun vadeli stratejinin gerekliliklerine cevap verecek şekilde sürekli hazır olmayı da gerektirmektedir (Mintzberg vd., 1998).

Yıllar boyunca endüstriyel pazarlar değişmiş, farklı koşulları beraberinde getirmiş, farklı tüketici gruplarının oluşmasına sebep olmuştur. Tüm bu değişimlerin yanında yöneticiler de sürekli olarak aynı sorunun cevabını aramışlardır ve 80’ lerin başında gelinen noktada neredeyse tüm yöneticiler çevrenin eskisinden daha hızlı değiştiğini, tüketici ihtiyaçlarının farklılaştığını ve teknolojinin sürekli yenilendiğini görmüşlerdir (Mintzberg vd., 1998). Bu bağlamda organizasyonda hızlı reaksiyon süresi ve esnek olmak gibi kavramlar kıymetlenmiş ve stratejiler bu kavramlar üzerine oturtulmaya başlanmıştır (Porter, 1980, 1996).

Rekabet stratejisi oluşturmak analitik bir süreci yönetmeyi gerektirmektedir (Mintzberg vd., 1998). Stratejinin işlerliği ve başarısı için endüstrinin teknolojik analizi, pazarın yapısı ve koşullarının zaman çizelgesi, organizasyonun kendi teknolojik, yönetsel yapısı dikkate alınmalıdır (Porter, 1981). Rekabette sürdürülebilir üstünlük elde etmek bir stratejiye sahip olmaktan geçmemektedir. Çünkü her organizasyon güçlü ve zayıf yönlerine göre ve bulunduğu çevreye göre başarılı ya da başarısız olabilecek stratejisini oluşturmuştur (Porter ve Lee, 2015). Asıl önemli olan kısım stratejinin ne kadar doğru hazırlandığıdır. Bu bağlamda geleneksel iktisat perspektifinden üstünlük kuramlarına takılmaktan ziyade günümüz koşullarında daha kritik olan; üretim maliyetleri, ürün kalitesi, topyekûn operasyon verimliliği ve etkinliği, yönetim, yapısal koşul uyumu, yenilikçiliğe yaklaşım, organizasyonun çevresindeki aktörlerin doğru kıymetlendirilmesi büyük önem arz etmektedir (Hatipoğlu, 2011).

Porter rekabet gücünü etkileyecek hususlara faaliyet gösterilen ülke politikası ve ülke içi koşulların, tüketicilerin farklılık gösteren tercihlerinden ötürü seçilen çevredeki tüketici eğilimlerinin, bulunulan endüstriyel çevre koşulları ve ekonomik yaptırımlar, gereklilikler ya da destekleri eklemiş ve

buna da rekabette elmas modeli adını vermiştir (Porter, 1990). Elmas modeli sürekli değişen çevre koşullarından varsayımları içermektedir (Wignaraja, 2003).

İşletmeler sektörde savunulabilir bir pozisyon elde etmek ve rekabeti etkileyen beş güçle başa çıkabilmek ve elde edebilecekleri en yüksek düzeyde kâr marjına sahip olabilmek için bir takım stratejik hamleler yaparlar (Porter, 1985). Her işletme için rekabet edebilme koşulu kendi özelinde var olan durum üzerinden farklılıklar gösterebileceği gibi; Porter (1985), olabilecek en genel haliyle, en kapsayıcı haliyle üç başlık altında bu stratejileri sıralamıştır:

Şekil 1. Porter' ın Jenerik Rekabet Stratejisi.

		STRATEJİK AVANTAJ	
		Alıcının Algıladığı Benzersizlik	Düşük Maliyetli Konum
STRATEJİK HEDEFLER	Sektör Çapında	Farklılaştırma	Maliyet Liderliği
	Belirli Bir Kesim	Odaklanma	

Kaynak: Porter, 1985; Hatipoğlu, 2011

Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmek her türlü stratejinin varoluşunun en kıymetli sebebidir (Porter, 1985). Yukarıda Şekil 1' de gösterilen stratejiler özetlendiğinde; işletme değer zincirinde yer alan faaliyetlerin sektör ortalamasının altında olacak şekilde işletilmesi ile daha düşük bir maliyete sahip olacak ve ortalamanın üzerinde getiri ile rekabette üstünlüğe ulaşmış olacaktır. Farklılaştırma stratejisinde ise üretilen ürünün tüketiciler nezdinde fiyatı yüksek dahi olsa edinecekleri avantajlı durumlardan ötürü katlanacakları maliyetlere razı olmaları beklenmektedir (Porter, 1985).

Birçok işletme araştırmacısı tarafından rekabet stratejilerine ilişkin çalışmalar yapılmıştır (Ansoff, 1965; Miles ve Snow, 1978; Mintzberg, 1978; Barney, 1986). Bu çalışmaların her birisi için farklı coğrafyalarda, farklı sektörlerde, farklı analiz düzeylerinde çalışmalar yapılmakla birlikte, çokça kabul gören stratejik yaklaşım Porter' ın jenerik rekabet stratejileri olarak ifade edilmektedir (Hatipoğlu, 2011).

2.1.1.Maliyet Liderliği Stratejisi

Jenerik stratejiler içerisinde en somut şekilde ayırt edilebilir olanıdır (Porter, 1985; Box ve Miller, 2011). Bu stratejinin çekirdeğinde var olan düşünce; temel ve destek faaliyetlerinin tamamı ya da bir kısmında sektör ortalamalarından daha düşük maliyetlere katlanacak yapıyı ve işleyişi sağlamak ve bulunan endüstriyel çevrede en düşük maliyetle üretim yapabilen firma olmaktır (Akgemici, 2008). Bu sayede işletme tüketiciye ulaşırken daha agresif bir indirim politikası takip edebilmektedir. Fakat karıştırılmaması gereken konu maliyet liderliği stratejisi; işletmenin kâr marjından feragat ederek düşük ürün fiyatlandırmasına gitmesi ile ilgili değildir (Box ve Miller, 2011). Üretim süreçlerine ilişkin ve tüketiciye ulaşmaya kadar geçen süreçte düşük ücretler talep etse bile yüksek kâr marjına ulaşabilecek düzeyde maliyetleri kısabilmekle ilgilidir (Muafi, 2009).

2.1.2. Farklılaştırma Stratejisi

Temelinde işletmenin sunduğu bir mal veya hizmetin tüm endüstriyel çevrece değerli ve özgün algılanması durumu söz konusudur (Porter, 1980). Farklılaştırma yaklaşımı organizasyonların yürüttüğü birçok fonksiyonda karşılaşılabilen bir stratejik yaklaşımdır. “Tasarım veya marka imajı, teknoloji, ürün özellikleri; müşteri hizmetleri, bayi ağı veya diğer boyutlar. İdeal olarak, işletme kendini çeşitli boyutlarda farklılaştırır” (Porter; 1980). Bu tarz işletmeler; pazarlama süreçlerinde güçlü olabilmektedir. Farklılaştırma stratejisinin bir diğer farkı da sektörde tek başına başarılı bir biçimde sürdüren tek bir firma olmak zorunda değildir. Maliyet liderliği stratejisinin aksine bir işletmeden daha fazla sayıda işletme de birbirinden farklı alanlarda benzersizlik yaratarak değer yaratmaya çalışabilmektedir (Bal, 2011; Barney, 2001a). Farklılaştırmaya imkân tanıyan yollar aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Barney, 2001b).

2.1.3. Odaklanma Stratejisi

Ana stratejilerden birinin dar bir pazar çevresinde uygulanmasını ifade etmektedir (Acar ve Zehir, 2009). Odaklanma stratejisinde işletmenin hedefi kendi hedeflediğinden daha geniş bir pazara mal veya hizmet üreten rakip işletmelerden daha küçük bir bölümde rekabetçi bir pozisyon elde etmektir (Odabaşı, 2001). Pazarda nispeten yeni olan ve mevcut işletmeler kadar geniş yelpazede güçlü bir jenerik stratejiyi tüm hatlarıyla sürdürmekte güçlük yaşama ihtimali olan işletmeler için, kar marjlarını artırarak sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmek, odaklanma stratejileriyle daha makul bir hedef olabilir (Porter, 1980; Odabaşı, 2001; Bal, 2011). Bundan farklı olarak çok daha yüksek bir Odaklanma stratejileri, odaklanmış maliyet liderliği stratejisi ve odaklanmış farklılaştırma stratejisi olarak ikiye ayrılır (Porter, 1980).

2.2. Girişimci Davranış

XXI. yy. ile bilginin artan hacmi ve işletmeler için dünyanın artık küçük bir oyun parkı niteliğine bürünmesi ile beraber şiddetle yükselen bir rekabetten söz etmek mümkündür. İşletme literatüründe yapılan kısa bir taramanın ardından girişimcilik kavramına ilişkin farklı tanımlara rastlamak mümkündür (Lumpkin ve Dess, 1996, 2001; Pearce vd., 1997; Kuratko vd., 2005; Mair, 2005; Zampetakis ve Moustakis, 2007; Fiş ve Wasti, 2009; Zampetakis vd., 2009; Çalışkan vd., 2011; Çalışkan ve Akkoç, 2012). Girişim kavramı Türkçede “üzerine almak, girişmek, atılmak, teşebbüs” anlamlarında kullanılmaktadır. Ayrıca “müessese kuran kişi” anlamında kullanılmaktadır. Aslına bakılırsa “entrepreneur” kelimesine bakıldığında o da “enter” yani “girmek” ve “pre” “ilk” ya da “ön” anlamlarında düşünüldüğünde ilk giren girişen anlamlarını vermektedir. Kavram işletme literatürü için ilk olarak Fransızcada tanımlanmıştır (Hebert ve Link, 2006; Zengin, 2015). 1700’lü yılların ilk yarısında Richard Cantillon tarafından kullanılan kavram cesaretle ilişkilendirilmiştir. Riski üstlenen anlamıyla beraber henüz net olmayan bir finansal getirinin öngörüsü ile gelecekteki değeri belirleyecek şekilde bir ürünü dönüştürmek için süreç oluşturulması olarak ifade edilmiştir. Bu tanım Cantillon gibi

İrlandalı bir iktisatçı tarafından iktisadi bir perspektifle yapılmıştır (Zengin, 2015). Bu yaklaşımın temeli ürünün alış ve satış fiyatı arasındaki bilinmezliğin riski üstlenilmek suretiyle, kazanç elde edilme çabası olarak girişimcilik kavramı kullanılmaktadır (Ercan ve Gökdeniz, 2009; Hisrich ve Peters, 2016). Girişimci kavramını balta girmemiş orman anlamında kullanılan “jungle” kelimesi ile de kullanıldığına rastlamak mümkündür. Bu yaklaşımın ardında yatan gerekçe ise girişimcilik kavramı da diğerlerinin cesaret edemediği alanlara girme, bazen gerekirse limitleri zorlama ve başkalarının kullanmadığı patikaları bulup işler hale getirme özelliklerini de barındırmaktadır. Günümüzdeki girişimcilik yaklaşımlarının temellerini teşkil edecek şekilde tanımlar 1928 yılında Schumpeter tarafından kaleme alınan çalışmada ilk olarak ifade edilmiştir (Akkoç vd., 2019). Schumpeter girişimcilik için; endüstriyi, kullanılan rutin düzen ve alışkanlıklardan aykırı yöntemlerle ve avantaj elde edecek şekilde yeniden yapılandırmak şeklinde ifade etmiştir. Bu sayede yeni yöntemlerin örgütlere yaşam enerjisi katacağından ve entropiyi geciktireceğinden bahsedilmektedir (Chandler ve Lyon, 2001). David McClelland (1965) girişimciliği, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli olan mal ve hizmeti üretmek için gerekli bütün fonksiyonları bir araya getirmek için gönüllü olan ve süreci oluştururken hesaplı riskler alarak kar elde etmeye çabalayan kimse olarak tanımlamaktadır (Ercan ve Gökdeniz, 2009). Drucker’a göre girişimcilik; rakiplerden farklı kaynaklara sahip olmaksızın onlardan başarılı olabilmek ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde edebilmek için örgütün fonksiyonlarının bir kısmı ya da tamamını dönüştürecek şekilde verimsiz alanların verimli hale dönüştürülmesini de kapsayan davranışlardır (Morris ve Kuratko, 2002). Robert Hisrich; girişimciliği tanımlarken kişisel tatmini odağa koymuştur. Girişimcinin kişisel ihtiyaçları için finansal, duygusal ve psikolojik tüm riskleri üstlenmesi ve başkalarına değer yaratmayı göze alması durumu olarak değerlendirmektedir (Hisrich ve Langan-Fox, 2007). Girişimcilik yönelimine göre, girişimcilik bir davranış biçimidir ve Schumpeter’in de tanımına benzer şekilde bir yenilikçiliği ve belirsizlikten kaynaklanan riski üstlenmeyi barındırmaktadır. İfade edildiği üzere girişimcilik bireysel düzeyde değerlendirilebilirken öte yandan örgütsel düzeyde de ele alınabilmektedir (Çalışkan vd, 2011). Girişimcilik ilk olarak iktisadi bakış açısı yorumlanmış, daha sonra davranışsal özellikler perspektifinde irdelenmiştir (Lumpkin ve Dess, 1996). Örgütsel seviyede değerlendirildiğinde ise eylemle eşleştirilen bir girişimcilik tanımından bahsetmek mümkündür. “Kurumsal girişimcilik, girişimcilik yöneliminin bir uzantısı ve eyleme dönüştürülmüş biçimi olarak bir işletmenin tüm yenilikçilik, stratejik yenilenme ve yeni iş kurma faaliyetlerinin tümünü ifade etmektedir” (Çalışkan vd, 2011). Literatür irdelendiğinde kurumsal girişimcilik; firmanın yeni bir ürünle pazara girmesi, yeni pazar oluşturması, süreçlerinin tamamında ya da bir kısmında teknolojik yenilikler yapması olarak ifade edilebilmektedir (Cole, 1946; Schumpeter, 1934). Kurumsal girişimciliğin tanımlanmasında kullanılan bir diğer kavram ise risk almaktır (Miller ve Friesen, 1983).

2.3. Örgütsel Performans

Performans; ortaya koyulan çabanın sonucunda ortaya koyulan çıktı ile arzu edilen çıktı düzeylerinin örtüşme düzeylerine ilişkin kavramı karşılamaktadır. Örgütsel düzeyde performans ise

belirlenmiş bir zaman aralığında belli bir birimin, standartları önceden belirlenmiş bir işi başarabilme düzeyleri olarak tanımlamak mümkündür (Altunoğlu ve Doğan, 2014; Dulkadir, 2015). Örgütsel performansa ilişkin ufak farklılıkları barındıran ama temelde birbirine çok uzak olmayan tanımları görmek mümkündür. Örgütsel performans; organizasyonun hedeflerine ulaşabilmesi ve rekabette sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde edebilmesi için ölçüp kayıt tutması gereken tüm faaliyetlerinin uygulama süreçlerindeki istikrarının irdelenmesi şeklinde tanımlanmaktadır. Wheelen ve Hunger (2000)'ın bu tanımında dikkat edilmesi gereken husus en başta organizasyonun kendini takip etmesinin kendisini başarıya taşıyacak olmasına vurguyu yapmakta ve planlar ile uygulamanın örtüşmeyebileceğine ilişkin güçlü imaları barındırmaktadır. Bir başka örgütsel performans tanımını; performans kavramının temel tanımı olan yapabilme, edebilme, takat sınırı fikrinden hareketle örgütün tüm unsurlarının, sorumlu oldukları tüm faaliyetleri yek vücut olarak başarıyla icra edebilmesidir şeklinde yapmaktadır (Vigoda-Gadot ve Kapun, 2005). Örgütsel performans daha önce de ifade edildiği üzere yıllardır değişen perspektiflerle çelişmeyecek şekilde örgütsel birtakım kavramlar ile ilişkilendirilmiştir. Örnek olarak örgütsel verimlilik, örgütsel etkinlik ya da örgütsel etkililik gibi kavramlar zaman zaman örgütsel performans yerine kullanılmıştır. Bu noktada yapılan çalışmalar karıştırılmıştır demekten ziyade dikkat edilmesi gereken husus örgütsel performans olarak tanımlanan konunun ölçülme kriterleridir. Bir örgütün kaynak kullanımına ilişkin hedefleri irdelenirken kaynakların verimli kullanılıp kullanılmadığı ana kriter ise performans ölçüm süreci de bu konuya uygun benimsenmelidir. Elbette elde edilen sonuçların açıklanması durumunda da açıklanan sonuçlar hem verimlilik oranını hem de örgütsel performans düzeyini aynı anda karşılamış olacaktır (Steers 1976). Bu durum performans kavramının nasıl tanımlandığı ile ilgili bir durumdur ve yanılığara neden olabilmektedir. Örgütsel performansın bir diğer tanımı ise; örgütsel amaçlara ulaşılabilmesi için eldeki kaynakların etkin ve verimli bir biçimde kullanılması biçiminde yapılmıştır. Ki bu tanıma da bakıldığında yukarıda ifade edilen kavramların neredeyse tamamını içinde barındıran ve kaynak kullanımına ilişkin durumun kritik kabul edildiği bir bakış açısı ile yapılmış tanımdır (Hermann vd., 2015). Örgütsel performans kavramı değişmeyen tek kavramın değişim olduğu dünyamızda yıllar içerisinde farklı şekillerde tanımlanmakta ve değişim sürecine devam ettiği değerlendirilmektedir. Son otuz yıllık sürece odaklanmak gerekirse özellikle örgütsel performansın yalnızca finansal bir ölçüm yöntemi ile ölçülmesinin yeterli olmayacağı düşünülmektedir (Tseng ve Lee, 2009). Verimlilik, karlılık gibi kavramların yanına finansal olmayan bazı veriler de eklenmeye başlanmıştır. Örgütsel finansal performans, verimlilik ve iş gören devir hızı konularına odaklanan çalışmalara rastlamak mümkündür (Hermann vd, 2015). Bunların yanında algılanan pazar konumu da organizasyon performansının konusunu teşkil eder fikrinin güçlenmeye başladığı görülmektedir (Lai ve Cheng, 2005). İnsan kaynakları ve yönetim organizasyon literatürüne bakıldığında, algılanan örgütsel performans kavramının da tıpkı örgütsel performansın değişen trendleri gibi son otuz yıllık dönemde sıklıkla çalışıldığı görülmektedir (Ahmad ve Schroeder, 2003). Bu kavramı tanımlarken genel olarak

yararlanılan; yönetimin iş gören performansına etki düzeyi, iş görenlerin yenilikçi davranış sergileme oranları ve iş görenlerin kendi aralarındaki ilişki düzeyleri ile örgüt çalışanlarının genel olarak kendilerini pazardaki rakiplere oranla nasıl değerlendirdiklerini içeren ve duygusal bir varlık olarak insanın göz ardı edilmediği bir yaklaşımın ortaya çıktığı değerlendirilmektedir (Guest vd., 2004; Tseng ve Lee, 2009).

Görüldüğü üzere kavramın üzerine yapılan çalışmalar performansın algılanma biçimine göre değişmiş ve tanımlamalar da aynı şekilde irili ufaklı farklılıklar göstermiştir. Ama değişmeyen ve üzerinde uzlaşıya varılan belki de en kritik husus ise örgütsel performans kavramının örgüt için taşıdığı anlam ve önemidir.

3. HİPOTEZLERİN OLUŞTURULMASI

Performans kavramı ve performansın irdelenmesi daha önce ifade edildiği üzere çok eski bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Sistem teorisi geliştirildikten sonra örgüt ve çevre ilişkisi önem kazanmış olup bu ilişkiyi anlamlandırmak adına yapılan çalışmalara rastlamak mümkün olmuştur. Koşul bağımlılık kuramı (Thompson, 1967; Burns ve Stalker, 1961), perspektifi ile çevresel belirsizliklerin en aza indirilmesi adına yapılan stratejik hamlelerin tamamı örgütün hedeflerine ulaşması adına yürütülen süreçleri ifade etmektedir ki ayrıca hedeflere ulaşmanın bir diğer olmazsa olmaz güzergahı performansın hedefler ile uyumlu olmasından ileri gelmektedir (Çalışkan ve Akkoç, 2012).

Performans kavramı “bir örgütün kaynaklarını etkin ve verimli kullanarak amaçlarına ulaşabilme yeteneğini nicel/nitel olarak ifade eden bir kavramdır” (Çalışkan ve Akkoç, 2012: 5). Bu bağlamda kaynak temelli görüş bakış açısı ile irdelendiğinde organizasyonların sürdürülebilir rekabet üstünlüğüne sahip olmalarının bir yolu da yüksek performans ile ilişkilidir. Michael Porter tarafından 1980’den itibaren literatüre kazandırılan ve ardından sıklıkla başvurulmuş bir araştırma konusu olan jenerik stratejiler de (1980, 1985) sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde edebilmek ve şimdi var olan ve gelecekte olması beklenen koşulların tahmin edilmesi üzerine organizasyonun kendini yüksek performans sergileyebileceği noktaya konumlamasını ifade etmekte olan bu kavram günümüzde de önemini korumaktadır (Topsakal, 2018).

Yine kaynak temelli görüş çerçevesinde ikamesi güç ve elde bulunduran örgüte rekabet avantajı kattığı ifade edilen insan kaynağının doğasını ifade etmek için kullanılan başarıma ihtiyacı kuramından (McClelland, 1965), hareketle örgüt içinde başarılı olmayı arzulayan bireylerin girişimciliğin doğasında var olan davranışları sergileyebileceği ifade edilmektedir. Ayrıca iyi eğitilmiş ve donatılmış bireylerin örgüte değer kattığının ifade edildiği insan sermayesi kuramı (Schultz, 1963), çerçevesinde bireylerin taklidi güç ve yetiştirilmesi maliyetli, değerli bir kaynak olduğu fikrini desteklemektedir. Bu bağlamda literatüre bakıldığında girişimci davranış sergileyen bireylerin örgütsel performansa etkisinden bahsetmekte mümkün olabilmektedir.

Temelde literatür incelemesi yapıldığında çalışmaların çıkış noktası kuramlar ve bu kuramlarda etkilenecek ortaya koyulan yaratıcı çalışmaların bıraktığı miraslardır diyebilmek mümkündür. Bu bağlamda bu araştırmanın konusunu teşkil eden hususların çalışıldığı farklı zaman ve mekanlarda irdelenen çalışmalara örnekler aşağıda ifade edilmiştir. Hipotezler yukarıda ifade edilen kuramlar ve aşağıda ifade edilen önceki çalışmalardan yola çıkılarak oluşturulmuştur.

3.1. Rekabet Stratejileri ve Örgütsel Performans

Strateji ve performans ilişkisi “Endüstriyel Organizasyon Teorisinden” itibaren ilişkilendirilen iki kavramdır. Amaçlara ulaşmak için gerekli görülen yaklaşımın planlanması, tatbiki ve bu süreçte kısıtlı kaynakların doğru ve etkin kullanımını (Schendel ve Hofer, 1979) barındıran strateji, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü için anahtar rol üstlenmektedir (Sarvan vd., 2003).

Yamin vd. (1997), tarafından Avustralya imalat endüstrisinde yapılan çalışmada; maliyet liderliği, idari yenilik, süreç yeniliği ve performans arasında güçlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Farklılaşma stratejisi ile performans arasında güçlü ve pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Hilman ve Mohamed (2012), tarafından Malezya’daki üreticiler üzerinde yapılan çalışmada firmalardan 153 tanesi maliyet liderliği stratejisini seçmiş ve kaynak bulma hususunda “yapma”yı seçmiştir. Farklılaştırma stratejisini benimseyen 161 firma ise “satın alma” kararını vermişlerdir. Her iki jenerik strateji ise örgütsel performans ile pozitif ve anlamlı ilişkilidir sonucuna ulaşılmıştır. Güney Afrika’da yapılan çalışmada farklılaştırma ve odaklanma stratejilerinin organizasyonun finansal performansı ile negatif yönlü, finansal olmayan performansı ile pozitif yönlü ve anlamlı ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Oyewobi vd., 2016). Ayrıca maliyet liderliği stratejisi ile hem finansal hem finansal olmayan organizasyon performansı arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak, Topsakal (2018), Antalya bölgesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı 304 işletmenin 93’ünden veri toplanan çalışmada otel işletmelerinin sosyal sermaye boyutlarının örgütsel performansa etkisinde rekabet stratejilerinin pozitif ve olumlu aracı rolü olduğundan bahsedilmektedir. Hipotezler önceki çalışmalardan ve kuramlardan yola çıkılarak oluşturulur. Bu bağlamda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H1: İşletmelerin uyguladığı rekabet stratejileri, algılanan örgütsel performans düzeylerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

H2: İşletmelerin uyguladığı maliyet liderliği stratejileri, algılanan örgütsel performans düzeylerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

H3: İşletmelerin uyguladığı farklılaştırma stratejileri, algılanan örgütsel performans düzeylerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

H4: İşletmelerin uyguladığı odaklanma stratejileri, algılanan örgütsel performans düzeylerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

3.2. Rekabet Stratejileri ve Girişimci Davranış

Organizasyonlar buldukları pazarda sürdürülebilir rekabet üstünlüğünü elde buldurmak, mevcut ve olası rakiplerine karşı avantajlı bir konum elde etmek, tedarikçi ve tüketiciler ile olan pazarlıkta güçlü konum elde etmek için jenerik stratejiler uygularlar (Porter, 1985). Porter'ın "sürdürülebilirlikten" kastı sahip olunması güç olan ve sahip olana rekabet avantajı getiren unsurlardır ki bunlar zamanla mevcut ve gelecekteki rakiplerce taklit edilebilmektedir. Bu bağlamda rakiplerin taklit etmeye başlaması ile birlikte organizasyonun rekabet üstünlüğü yaratacak yeni bir yaklaşım sergilemesi gerekmektedir. Bu yaklaşımın girişimcilik ile ilişkilendirildiği çalışmalara rastlanmaktadır.

Williams ve Tse (1995), tarafından ABD'de yapılan çalışmada; girişimcilik tipleri ve rekabet stratejilerinin tiplerinin uyumlarına ilişkin çıkan sonuca göre fırsatçı girişimcilerin öncü/atılman stratejileri benimsedikleri hem fırsatçı hem zanaatkar olan girişimcilerin ise öncü/atılman ve savunmacı rekabet stratejilerinin karma versiyonunu benimsedikleri ortaya koyulmuştur. Bu bağlamda sonuçta ifade edilenlerden öte bu çalışma girişimcilik ve rekabet stratejileri arasında anlamlı bir ilişkinin ortaya koyulması adına önem arz etmektedir. Zahra ve Covin (1995); kurumsal girişimciliğin performansla ilişkisini incelemişlerdir. 14 farklı endüstri segmentini temsil eden 24 orta ölçekli imalat firmasından, 39 kimya endüstrisinden firmadan ve Fortune 500 listesinden 5 farklı sektörden toplamda 45 firmadan toplanmıştır. Çalışmanın neticesinde kurumsal girişimciliğin finansal performans üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olduğu vurgulanmıştır. Dhliwayo (2014), SABINET, EBSCOHost ProQuest ve Emerald gibi veri tabanlarından sıklıkla karşılaşılan rekabet stratejileri tipolojileri ve girişimcilik elementlerinden meta bir yaklaşım ortaya koymuştur. Miles ve Snow'un ortaya koyduğu öncü/atılman stratejiler ile girişimciliğin yenilikçilik ve müteşebbislik alt boyutlarını güçlü bir biçimde kapsadığı ifade edilen çalışmada ayrıca savunmacı stratejilerin de girişimciliğin alt boyutlarından rekabetçi agresifliği ve yenilikçiliği kapsadığı ifade edilmektedir. Çalışmaya göre Miles ve Snow'un savunma stratejileri ile Porter'ın odaklanma stratejisi kavramlarının birçok noktada benzerlik gösterdiklerine vurgu yapılmıştır. Çalışmaya göre proaktiflik, risk alma, stratejik yenilenme, rekabetçi agresiflik gibi girişimcilik alt boyutlarının rekabet avantajı konusunda önemine vurgu yapılmıştır. Son örnek çalışmada ise Linton ve Kask (2016), İsveç'teki firmaları incelemişlerdir. Bulgulara göre; yüksek performansa ulaşmak için firmaların iki ana akımda hareket ettikleri sonucuna ulaşmışlardır. İlki proaktif ve yenilikçi girişimcilerin benimsedikleri farklılaştırma stratejisinin seçimidir. İkinci görüş ise tepkisellik ve düşük risk alma gibi özellik gösteren girişimcilerin karma stratejiler benimsediği yönündedir. Bu bağlamda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H5: İşletmelerin uyguladığı rekabet stratejileri, çalışanların girişimci davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

H6: İşletmelerin uyguladığı maliyet liderliği stratejileri, çalışanların girişimci davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

H7: İşletmelerin uyguladığı farklılaştırma stratejileri, çalışanların girişimci davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

H8: İşletmelerin uyguladığı odaklanma stratejileri, çalışanların girişimci davranışlarını pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

3.3. Girişimci Davranış ve Örgütsel Performans

Firmalar; yenilikçi yöntemlerle, risk alarak ve proaktif davranarak çevreleri ile olan ilişkilerini düzenlemek isterler. Firmaları bu şekilde davranmaya iten kuvvet sıklıkla stratejik olarak avantajlı bir pozisyon elde edebilmek isteğidir (Zahra ve Garvis, 2000). Bu bağlamda firmalar yüksek performansları nispetinde çevresel unsurlar ile sürdürülebilir rekabet üstünlüğü mücadelesine girebilmektedirler (Covin ve Slevin, 1991). Bu sebeptendir ki literatür taraması yapıldığında girişimcilik kavramı ile örgütsel performans kavramlarının irdelendiği çalışmalara ulaşmak mümkündür. Çalışmanın devam eden kısmında bu iki kavramın ele alındığı çalışmalardan kısaca bahsedilecektir.

Zahra ve Garvis (2000), Business week 1000 ve Fortune 500 listelerinden elde edilen veriler üzerinden ABD’de faaliyet gösteren 600 uluslararası firmanın en üst düzey yöneticilerine uyguladıkları anket neticesinde uluslararası kurumsal girişimcilik ve firmanın performansı arasında pozitif ve anlamlı ilişki vardır. Özellikle yüksek karlılık ve gelişme ile güçlü bağlar mevcuttur sonucuna ulaşmışlardır. Eze (2018), Nijerya’da yapmış olduğu çalışmada göre tüm kurumsal girişimcilik alt boyutları tüm finansal olmayan firma performansı boyutlarını pozitif yönlü ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir sonucuna ulaşmıştır. Ülkemizde Altuntaş ve Dönmez (2010), tarafından yapılan ve otel işletmelerinin irdelendiği çalışmaya göre; girişimcilik, yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ve saldırgan rekabetçilik alt boyutları ile değerlendirilirken, örgütsel performans finansal performans ve finansal olmayan performans üzerinden değerlendirilmiştir. Bulgulara göre; tüm girişimcilik boyutları ile tüm finansal performans verileri arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Finansal olmayan performans ise yenilikçilik ve proaktiflik ile pozitif ve anlamlı ilişkiler gösterse de risk alma ve saldırgan rekabetçilik arasında herhangi bir anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır. Çalışkan ve arkadaşları (2011), tarafından yapılan çalışmada 1400 savunma sanayi çalışanının 600’üne anket gönderilmiş olup, 360 kişiden geri dönüş alınmıştır. Araştırmacılar bu anketlerin 356 tanesini analiz etmişlerdir. Bu bağlamda yapılan analizler sonucunda araştırmacılar, yenilikçi davranış ve girişimci davranışın örgütsel performansı pozitif ve anlamlı olarak etkilediği bulgusuna ulaşmışlardır. Çalışkan ve Akkoç (2012), Ankara’da faaliyet gösteren 3000 yazılım sektörü çalışanından tesadüfi olarak gönderilen 600 ankete cevap veren 575 çalışanın 543’ünün anketleri analize uygun bulunmuş ve araştırmacılar 543 kişi üzerinden çalışmalarını şekillendirmişlerdir. Girişimci davranışın iş performansı ile ilişkili olduğu ve iş performansını pozitif ve anlamlı olarak artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H9: Çalışanların girişimci davranışları, algılanan örgütsel performans düzeyini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

H10: İşletmelerin uyguladığı rekabet stratejilerinin, algılanan örgütsel performansa etkisinde girişimciliğin aracılık rolü vardır.

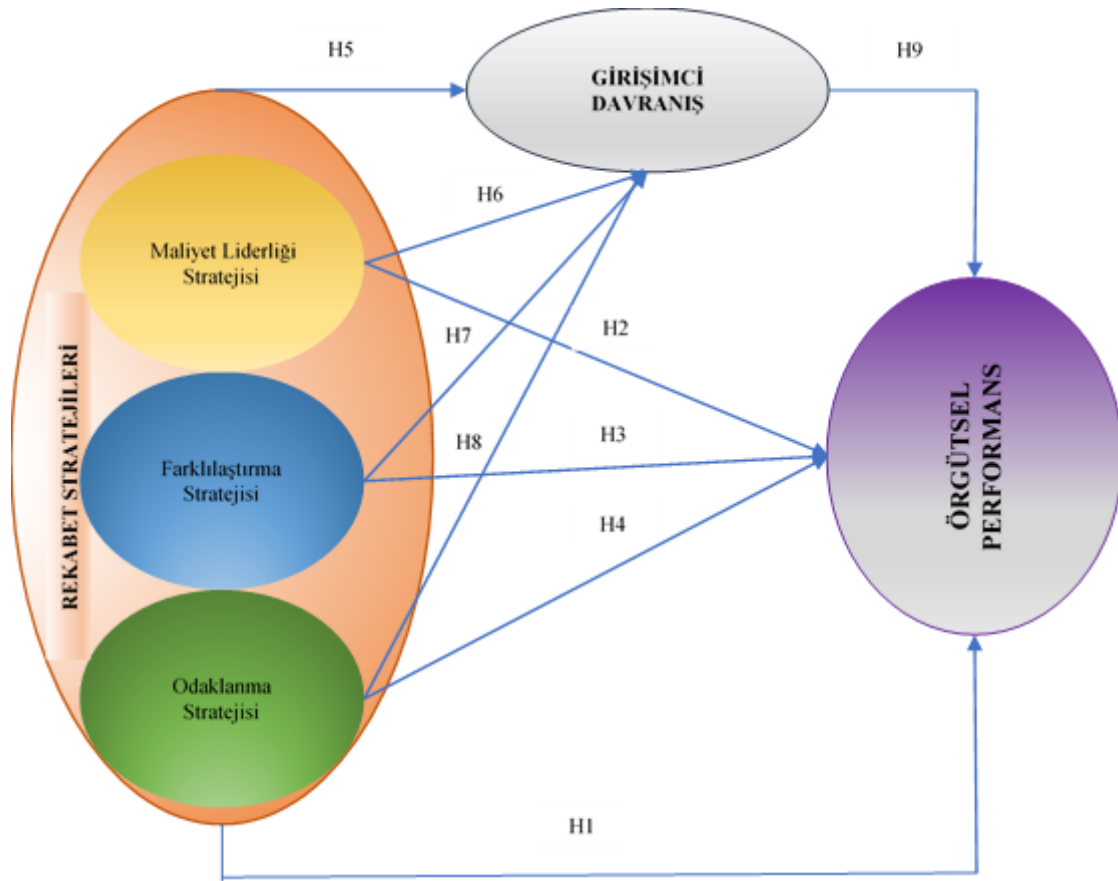
H11: İşletmelerin uyguladığı maliyet liderliği stratejilerinin, algılanan örgütsel performansa etkisinde girişimci davranışın aracılık rolü vardır.

H12: İşletmelerin uyguladığı farklılaştırma stratejilerinin, algılanan örgütsel performansa etkisinde girişimci davranışın aracılık rolü vardır.

H13: İşletmelerin uyguladığı odaklanma stratejilerinin, algılanan örgütsel performansa etkisinde girişimci davranışın aracılık rolü vardır.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Şekil 2. Araştırmanın Modeli



4.1. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın evrenini Mersin bölgesinde faaliyet gösteren organize sanayi sektörü çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini organize sanayi sektörü çalışanları arasından kolayda örnekleme ile seçilen denekler oluşturmaktadır. 2019 yılında yayınlanan "Mersin Ticaret ve Sanayi

Odası Ekonomik Rapor’unda” paylaşılan veriler ışığında halihazırda faaliyet gösteren 163 işletmede toplamda 20000’i aşkın kişi istihdam edilmektedir. Ana kütlede %95 güvenilirlik sınırları içerisinde %5’lik bir hata payı dikkate alınarak örneklem büyüklüğü 377 kişi olarak hesap edilmiştir (Sekaran, 2003). Bu kapsamda kümelere göre örnekleme yöntemiyle yöneticiler, müteşebbisler, tam zamanlı çalışan hat yöneticileri, orta düzey yöneticiler ve planlamada görev aldığı üst yönetimce ifade edilen personeli kapsayan 1000 kişiye anket uygulanmıştır. Anketler; elden teslim edilmenin yanında, mail yoluyla ve “Google Formlar” üzerinden ilgili personele ulaştırılmıştır. Covid19 pandemisi sebebiyle 526 anket geri dönmüş ve 511 tanesi analiz yapmak için uygun bulunmuştur.

4.2. Etik İzin

Çalışmanın etik izni, Toros Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan alınmıştır (Toplantı Tarihi: 28.06.2019, 5-27, 5-30, 5-31).

4.3. Araştırmanın Ölçekleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda anketler, Mersin bölgesinde faaliyet gösteren organize sanayi sektörü çalışanlarına uygulanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır ve toplamda 34 ifadeden teşkil edilmiştir. Birinci bölümde demografik değişkenlerle ilgili 6 ifade yer almaktadır. İkinci bölümde ise 3 alt boyutu ölçen toplam 16 ifadeyi kapsayan rekabet stratejileri ölçeği, tek boyut olarak 6 ifadeyi kapsayan girişimcilik ölçeği ve yine tek boyut 6 ifadeden oluşan örgütsel performans ölçeği ile toplamda 28 ifade bulunmaktadır.

Rekabet Stratejileri Ölçeği (RSÖ): Rekabet stratejilerine ilişkin çalışmalara bakıldığında farklı bakış açılarından çok sayıda çalışmaya ulaşmak mümkündür (Hatipoğlu, 2011). Öncelikle bu çalışmada daha önce ifade edildiği üzere Porter’ın (1980; 1985), jenerik rekabet stratejileri ölçülmek hedeflenmiştir. Bu bağlamda yapılan analizlerin güvenilir ve geçerli olması bakımından daha önce yapılan güncel ve uluslararası çalışmalarda kullanılan bir ölçeğin kullanımına gidilmiştir. Ölçeğin maddeleri ve derlendiği çalışmalar, Tablo 1. Rekabet Stratejileri Ölçeği’nde ifade edilmiştir. Özellikle son on yılda yapılan yerli doktora çalışmalarında da bu maddeler üzerinde mutabakata varılmış olması ve elde edilen sonuçların güvenilir olması sebebiyle, işletmelerin iş görenlerinin rekabet stratejileri ile ilgili algılarını belirlemek üzere Hatipoğlu (2011) tarafından geliştirilen üç boyutlu ve 16 ifadeden oluşan Rekabet Stratejileri ölçeği kullanılmıştır. Ankette cevaplar 5’li Likert ölçeği ile alınmış olup 1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum ifadesine karşılık gelmektedir.

Tablo 1. Rekabet Stratejileri Ölçeği

MALİYET LİDERLİĞİ	
ML1: Satın alma maliyetlerimizi azaltıyoruz	Panayides, 2003; Eraslan, 2008; Allen ve Helms, 2006; Liu, 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
ML 2: Üretim maliyetlerimizi azaltıyoruz	Panayides, 2003; Eraslan, 2008; Liu, 2009; Aytekin, 2003; Jusoh ve Parnell, 2008; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
ML3: Pazarlama maliyetlerimizi azaltıyoruz	Panayides, 2003; Eraslan, 2008; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
ML4: Finansman maliyetlerimizi azaltıyoruz	Acquaah ve Ardekani, 2008 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
ML5: Personel maliyetlerimizi azaltıyoruz	Wang ve Chien, 2006; Aytekin, 2003 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
ML6: Bakım maliyetlerimizi azaltıyoruz	Powers ve Hahn, 2004; Eraslan, 2008 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
FARKLILAŞMA	
F1: Ürünlerimizde farklılık sağlamaya çalışıyoruz	Acquaah ve Ardekani, 2008; Jusoh ve Parnell, 2008; Allen ve Helms, 2006; Panayides, 2003; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
F2: Hizmetlerimizde farklılık sağlamaya çalışıyoruz	Acquaah ve Ardekani, 2008; Jusoh ve Parnell, 2008; Panayides, 2003; Allen ve Helms, 2006; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
F3: Tasarımlarımızda farklılık sağlamaya çalışıyoruz	Allen ve Helms, 2006; Bulut, 2007; Bulut vd., 2009; Ermiş, 2007; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
F4: Dağıtım kanallarımızda farklılık sağlamaya çalışıyoruz	Dess ve Davis, 1984; Eraslan, 2008; Liu, 2009; Acquaah ve Ardekani, 2008; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
F5: Teslimat hızımızda farklılık sağlamaya çalışıyoruz	Aytekin, 2003; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
F6: Markalaşarak farklılık sağlamaya çalışıyoruz	Dess ve Davis, 1984; Allen ve Helms, 2006; Yamin vd., 1999; Eraslan 2008; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
ODAKLANMA	
ODK1: Yalnızca belli bir ürüne odaklanıyoruz	Powers ve Hahn, 2004; Eraslan, 2008; Işık, 2010; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
ODK2: Yalnızca belli bir ürün grubuna odaklanıyoruz	Allen ve Helms, 2006; Liu, 2009; Işık, 2010; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
ODK3: Yalnızca belli bir müşteri grubuna odaklanıyoruz	Dess ve Davis, 1984; Allen ve Helms, 2006; Panayides, 2003; Yamin vd., 1997; Eraslan, 2008; Liu, 2009; 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016
ODK4: Yalnızca belli bir bölgeye odaklanıyoruz	Dess ve Davis, 1984; Powers ve Hahn, 2004; Eraslan, 2008; Işık, 2010 2009; Hatipoğlu, 2011; Genç, 2016

Kaynak: Hatipoğlu, 2011

Rekabet stratejileri ölçeği (RSÖ)'nin son kullanıldığı çalışmada Genç (2016), güvenilirlik analizi Cronbach Alfa istatistiği sonuçları sırasıyla, maliyet liderliği stratejisi için, ,73, farklılaştırma stratejisi için, ,82 ve odaklanma stratejisi için, ,72 olarak tespit edilmiştir.

Bu çalışmada RSÖ'nün yapı geçerliliğini test etmek amacıyla keşfedici faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin üç faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Ölçeğin faktör yüklerinin ,88 ile ,58 arasında olduğu, KMO analiz sonucu ,80 ve Barlett testi anlamlı (p=,000) olarak tespit edilmiştir. Ardından Amos paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör yük değeri düşük olan ve modeli bozduğu kıymetlendirilen 2 ifade (F4 ve ODK4) analizden çıkarılmıştır (Ocak,

2020). Birinci düzey çok faktörlü ölçümün neticesinde verilerin; ölçeğin 3 faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin, ,91 ile ,42 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile birlikte Tablo 2’de, sunulmuştur. Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ,78 olarak bulunmuştur.

Girişimci Davranış Ölçeği (GD): Örgüt içi girişimcilik davranışlarına eğilimlerinin ölçülmesinde Pearce vd., (1997) tarafından geliştirilen, daha sonra Zampetakis ve Moustakis tarafından geçerliliği yapılan ölçeğin Türkçe geçerliliği Çalışkan ve arkadaşları tarafından (2011) yapılmıştır. Zampetakis ve diğerleri (2009) ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik kat sayısını ,71 olarak tespit etmişlerdir. Çalışkan ve arkadaşları (2011) ise ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik kat sayısını ,80 olarak tespit etmişlerdir. Ankette cevaplar 5’li Likert ölçeği ile alınmış olup 1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum ifadesine karşılık gelmektedir. Bu çalışmada Girişimci Davranış ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla keşfedici faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Analiz sonucunda 6 ifadeli ölçeğin faktör yüklerinin ,79 ile ,52 arasında olduğu, KMO analiz sonucu ,76 ve Barlett testi anlamlı ($p=,000$) olarak tespit edilmiştir. Ardından Amos paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve faktör yük değeri düşük olan ($<,40$) GİR3 ifadesi çıkarılmış ve analize devam edilmiş, ardından ikinci analizde de faktör yük değeri düşük çıkan GİR4 ifadesi de analizden çıkarılmıştır (Ocak, 2020). Yapılan son düzeltmeler ile analize devam edilmiş olup verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin ,82 ile ,55 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile Tablo 2’de sunulmuştur. Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ,76 olarak bulunmuştur.

Örgütsel Performans Ölçeği (ÖP): Finansal ve finansal olmayan örgütsel performansın algılanan düzeyinin irdelendiği ölçek, Tseng ve Lee (2009) tarafından oluşturulmuştur. Türkçe literatüre Çalışkan ve arkadaşları tarafından (2011) kazandırılmıştır. Çalışkan ve arkadaşları (2011) ise ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik kat sayısını ,81 olarak tespit etmişlerdir. Ankette cevaplar 5’li Likert ölçeği ile alınmış olup 1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum ifadesine karşılık gelmektedir. Girişimci Davranış ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla keşfedici faktör analizi yapılmış, verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı belirlenmiştir. Analiz sonucunda 6 ifadeli ölçeğin faktör yüklerinin ,90 ile ,80 arasında olduğu, KMO analiz sonucu ,87 ve Barlett testi anlamlı ($p=,000$) olarak tespit edilmiştir. Ardından Amos paket programı ile doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve modeli bozan OP2 ifadesi faktör yük değeri düşük olduğu için modelden çıkarılmıştır (Ocak, 2020). Tekrar yapılan analizde verilerin ölçeğin tek faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin ,91 ile ,64 arasında olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin uyum iyiliği değerleri diğer ölçeklerinki ile Tablo 2’de sunulmuştur. Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı ,91 olarak bulunmuştur.

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonucunda Ölçeklerin Uyum İyiliği Değerleri

Değişkenler	X ²	df	CMIN/ DF ≤5	GFI ≥,85	AGFI ≥,80	CFI ≥,90	NFI ≥,90	TLI ≥,90	RMSEA ≤,08
1. Rekabet Stratejileri	285,969	73	3,92	,93	,89	,94	,92	,92	,076
2. Girişimci Davranış	1,921	1	1,92	,99	,98	,99	,99	,99	,042
3. Örgütsel Performans	4,207	3	1,402	,99	,98	,99	,99	,99	,028

Not: Uyum iyiliği değer aralıkları "kabul edilebilir" standartlara göre düzenlenmiştir.

4.4. Bulgular

Çalışmada ele alınan değişkenlere ilişkin betimleyici istatistik sonuçları Tablo 17’de gösterilmektedir.

Tablo 3. Değişkenlere Ait Betimsel Analiz Sonuçları

Değişkenler	N	Min.	Maks.	Ort.	SS	Çarpıklık	Basıklık
RSÖ	511	1,64	5,00	3,5632	,6395	-,310	-,382
MLS	511	1,00	5,00	3,5868	,9757	-,167	-,578
FARK	511	1,00	5,00	3,8434	1,0456	-,806	,017
ODAK	511	1,00	5,00	3,0489	1,1483	-,287	-,921
GD	511	1,50	5,00	4,2705	,7147	-1,015	,607
ÖP	511	1,00	5,00	3,9840	,9100	-,612	-,484

Ölçeklerin normal dağılıma uyumu, Tablo 3’te son iki sütunda ifade edilen çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılarak belirlenmiştir. Bu iki değer +1,5 ve -1,5 arasında değer almaları durumunda değişkenlerin normal dağılıma uyum gösterdiği kabul edilmektedir (Doğan ve Başokçu, 2010).

Değişkenler arasındaki ilişkilerin birbirleri ile etkileşimi korelasyon analizi ile yapılmıştır. Pearson korelasyon analizinde (r) katsayısı aralıklı ölçülen değerlerin değişkenler arasındaki doğrusal ilişkinin derecesine ve yönüne bakmakta kullanılır. Analiz sonucunda $p < 0,05$ ise iki değişken arasında doğrusal ilişki olduğuna karar verilmektedir. “r” katsayısı ilişkinin yönünü ve kuvvetini göstermektedir. Ayrıca “r” katsayısı -1 ile +1 arasında değişen değerler almaktadır. “r” katsayısı eksi değerler alması durumunda değişkenler arasındaki ilişkinin ters orantılı olduğunu belirtmektedir. Son olarak; değişkenler arasında 0,30’un altında korelasyon zayıf, 0,30 ile 0,60 arası orta, 0,60 ile 0,75 arası kuvvetli ve 0,75’in üzerindeki korelasyonlar ise çok kuvvetli ilişkiyi ifade etmektedir. Analiz sonucunda; rekabet stratejileri ile alt boyutları arasında, farklılaştırma stratejisi ile girişimci davranış arasında, girişimci davranış ve örgütsel performans arasında, rekabet stratejileri ile girişimci davranış arasında anlamlı ilişkilere rastlanmıştır. Tablo 4’te gösterildiği üzere tüm değişkenler arasında anlamlı ilişkiler belirlenmiştir.

Tablo 4. Değişkenler Arası Korelasyon Değerleri

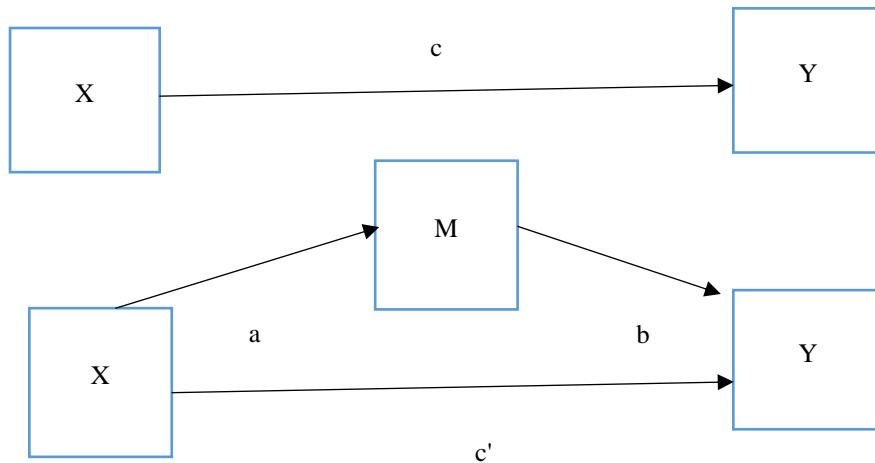
Değişken.	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5	6
1.RSÖ	3,56	,64	(,78)					
2.ML	3,58	,98	,70**	(,82)				
3.FARK	3,84	1,04	,60**	-,014	(,91)			
4.ODAK	3,04	1,14	,51**	,13**	,06	(,78)		
5.GD	4,27	,71	,46**	,12**	,54**	-,17**	(,76)	
6.ÖP	3,98	,91	,47**	,27**	,38**	,21**	,46**	(,92)

Not: Alfa güvenilirlik katsayıları parantez içinde gösterilmiştir.

**p<,001,

Daha önce ifade edilmiş olan hipotezlerin test edilmesi amacıyla kullanılacak olan regresyon analizi yöntemi Hayes tarafından yazılmış olan makroları barındıran güncelleme paketinin SPSS paket programına eklenmesi ile uygulanabilmektedir. En küçük kareler yöntemini kullanarak regresyon analizi yapılmasına imkân tanıyan bu eklenti paketi, araştırma modelinde yer alan tüm değişkenlerin yol katsayılarını, standart hatalarını, t ve p değerlerini ve önyükleme yanlılığı düzeltilmiş güven aralığını hesaplayabilmektedir (Erkan ve Sop, 2018; Hayes, 2012; Preacher ve Hayes, 2008; Shrout ve Bolger 2002). Process eklenti paketi vasıtası ile yapısal eşitlik modellemesi programlarında yapılan yol analizleri yapılabilen ve çokça modelin kurgusunun analizleri yapılabilen (Hayes, 2017). Bir modelde yer alan aracı değişkenin etkisini hem klasikleşmiş olan Sobel testi hem de güncel Önyükleme (Bootstrap) tekniği ile ölçme imkânı sunan eklenti programı güvenilir yöntem olarak önyükleme yanlılığı düzeltilmiş güven aralığı yöntemini önermektedir (Erkan ve Sop, 2018, Preacher ve Hayes, 2008). Analizin uygulanışı bakımından da pratik olan yöntemle ilişkin öncelikle PROCESS eklenti paketi SPSS paket programına entegre edilerek kurulmaktadır. Daha sonra Hayess tarafından oluşturulup yayınlanmış olan örnek model kataloğundan aracılık etkisinin ölçüldüğü “Model 4” seçilmiştir. Model 4, Şekil 3’te gösterilmiştir.

Şekil 3. Hayes-Model 4-Basit Aracılık Şablonu (Preacher ve Hayes, 2008)



Bu çerçevede bağımsız değişkenin (x), bağımlı değişken üzerine toplam etkisini ifade eden denklem “ $c=c'+ab$ ” şeklinde ifade edilmektedir. Bununla birlikte; $c'=c-ab$ yani x’in y üzerindeki toplam etkisinden dolayı etkisini çıkardığımızda elde ettiğimiz değerdir (Hayes, 2012; Preacher ve Hayes, 2008).

Bu bağlamda Önyükleme (Bootstrap) Yanlılığı Düzeltilmiş Güven Aralığı (Önyükleme YD %95 GA) Metodu (Preacher ve Hayes, 2008; Shrout ve Bolger 2002), uygulanmıştır. SPSS paket programına PROCESS 3.5 eklentisi yüklenmek suretiyle yapılan analizde tüm etkiler tek aşamada hesaplanmıştır. Öncelikle maliyet liderliği stratejisinin örgütsel performansa etkisindeki girişimci davranışın aracılık rolü araştırılmıştır. Hayes’in (2017) oluşturduğu modellerden aracılık ekişini analiz etme imkânı sağlayan Şekil 21’de gösterilen Model 4 seçilmiştir. Bu modele göre bağımsız değişken (x), bağımlı değişken (y) ve aracı değişken (m) olarak adlandırılmaktadır. İlgili değişkenler atandıktan sonra önyükleme değeri 5000 seçilerek analize devam edilmiştir. İlgili analizler aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 5. Maliyet Liderliği, Girişimci Davranış ve Örgütsel Performans Arasındaki Etkiler

Değişkenler Arası İlişki	B	S.H.	P	Önyükleme YD %95 GA	
				Alt Sınır	Üst Sınır
Doğrudan Etki (Maliyet Liderliği → Örgütsel Performans) (c)	,2008	,0360		,1301	,2715
Dolaylı Etki (Aracı: Girişimci Davranış) (a.b)	,0479	,0169	,000***	,0156	,0840
Toplam Etki (c)	,2487	,0398		,1704	,3270

B = Standardize edilmemiş regresyon katsayısı, S.H.= Standart Hata, *** $p<,001$, YD %95 GA= Yanlılığı Düzeltilmiş %95 Güven Aralığı (BC 95% CI), $n=511$ $k=5000$ Önyükleme (Bootstrap) örnekleme.

Tablo 5’te ifade edilen değerler irdelendiğinde maliyet liderliği stratejisinin örgütsel performansa etkisinde girişimci davranışın aracılık etkisi gözlemlenmektedir. Yanlılığı düzeltilmiş önyükleme alt ve üst değerlerinin her birinin işaretlerinin aynı olması (+, +) ve aralarında “0” değerinin olmaması bu etkiye işaret etmektedir. Buna Göre Maliyet Liderliği Stratejisinin Örgütsel Performansa toplam etkisi $c=c'+ab$ tabloda görüldüğü şekilde ($B= ,2487$, $p<,001$, $[,1704-,3270]$) olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre, ($a.b= ,0479$ ve $c= ,2487$) $a.b.c>0$; $a.b.c=,0119>0$ olduğu için bütüncüleyici aracılıktan (complementary mediation) bahsedilmektedir (Zhao, Lynch, Chen, 2010). Bütüncüleyici aracılık ifadesi Baron ve Kenny (1986) tarafından ortaya koyulan hiyerarşik regresyon analizinden elde edilen kısmi aracılık çıkarımı ile aynı kavramı karşılamaktadır.

Tablo 6. Farklılaştırma Stratejisi, Girişimci Davranış ve Örgütsel Performans Arasındaki Etkiler

Değişkenler Arası İlişki	B	S.H.	P	Önyükleme YD %95 GA	
				Alt Sınır	Üst Sınır
Doğrudan Etki (Farklılaştırma → Örgütsel Performans) (c')	,1603	,0402		,0814	,2393
Dolaylı Etki (Aracı: Girişimci Davranış) (a.b)	,1679	,0252	,000***	,1213	,2200
Toplam Etki (c)	,3282	,0357		,2580	,3984

B = Standardize edilmemiş regresyon katsayısı, S.H.= Standart Hata, *** $p < ,001$, YD %95 GA= Yanlılığı Düzeltilmiş %95 Güven Aralığı (BC 95% CI), $n=511$ $k=5000$ Önyükleme (Bootstrap) örnekleme.

Tablo 6'da ifade edilen değerler irdelendiğinde farklılaştırma stratejisinin örgütsel performansa etkisinde girişimci davranışın aracılık etkisi gözlemlenmektedir. Yanlılığı düzeltilmiş önyükleme alt ve üst değerlerinin her birinin işaretlerinin aynı olması (+, +) ve aralarında "0" değerinin olmaması bu etkiye işaret etmektedir (Ocak, 2019; Shrout ve Bolger 2002). Buna Göre Farklılaştırma Stratejisinin Örgütsel Performansa toplam etkisi $c = c' + ab$ tabloda görüldüğü şekilde ($B = ,3282$, $p < ,001$, $[,2580- ,3984]$) olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre, ($a.b = ,1679$ ve $c = ,3282$) $a.b.c > 0$; $a.b.c = ,0551 > 0$ olduğu için bütünleyici aracılıktan (complementary mediation) bahsedilmektedir (Zhao vd., 2010).

Tablo 7. Odaklanma Stratejisi, Girişimci Davranış ve Örgütsel Performans Arasındaki Etkiler

Değişkenler Arası İlişki	B	S.H.	P	Önyükleme YD %95 GA	
				Alt Sınır	Üst Sınır
Doğrudan Etki (Odaklanma → Örgütsel Performans) (c')	,1058	,0314		,0441	,1675
Dolaylı Etki (Aracı: Girişimci Davranış) (a.b)	,0588	,0166	,000***	,0268	,0917
Toplam Etki (c)	,1646	,0344		,0971	,2321

B = Standardize edilmemiş regresyon katsayısı, S.H.= Standart Hata, *** $p < ,001$, YD %95 GA= Yanlılığı Düzeltilmiş %95 Güven Aralığı (BC 95% CI), $n=511$ $k=5000$ Önyükleme (Bootstrap) örnekleme.

Tablo 7'de ifade edilen değerler irdelendiğinde odaklanma stratejisinin örgütsel performansa etkisinde girişimci davranışın aracılık etkisi gözlemlenmektedir. Yanlılığı düzeltilmiş önyükleme alt ve üst değerlerinin her birinin işaretlerinin aynı olması (+, +) ve aralarında "0" değerinin olmaması bu etkiye işaret etmektedir (Ocak, 2019; Shrout ve Bolger 2002). Buna Göre Odaklanma Stratejisinin Örgütsel Performansa toplam etkisi $c = c' + ab$ tabloda görüldüğü şekilde ($B = ,1646$, $p < ,001$, $[,0971- ,2321]$) olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre, ($a.b = ,0588$ ve $c = ,1646$) $a.b.c > 0$; $a.b.c = ,0096 > 0$ olduğu için bütünleyici aracılıktan (complementary mediation) bahsedilmektedir (Zhao vd., 2010).

Tablo 8. Rekabet Stratejisi (Tek Boyut), Girişimci Davranış ve Örgütsel Performans Arasındaki Etkiler

Değişkenler Arası İlişki	B	S.H.	P	Önyükleme YD %95 GA	
				Alt Sınır	Üst Sınır
Direkt Etki (Rekabet Stratejisi→Örgütsel Performans) (c')	,4774	,0596		,3604	,5944
Dolaylı Etki (Aracı: Girişimci Davranış) (a.b)	,1977	,0324	,000***	,1363	,2626
Toplam Etki (c)	,6751	,0555		,5660	,7842

B = Standardize edilmemiş regresyon katsayısı, S.H.= Standart Hata, *** $p < ,001$, YD %95 GA= Yanlılığı Düzeltilmiş %95 Güven Aralığı (BC 95% CI), $n=511$ $k=5000$ Önyükleme (Bootstrap) örnekleme.

Tablo 8'de ifade edilen değerler irdelendiğinde rekabet stratejisinin örgütsel performansa etkisinde girişimci davranışın aracılık etkisi gözlemlenmektedir. Yanlılığı düzeltilmiş önyükleme alt ve üst değerlerinin her birinin işaretlerinin aynı olması (+, +) ve aralarında "0" değerinin olmaması bu etkiye işaret etmektedir (Ocak, 2019; Shrout ve Bolger 2002). Buna Göre Rekabet Stratejisinin Örgütsel Performansa toplam etkisi $c = c' + ab$ tabloda görüldüğü şekilde ($B = ,6751$, $p < ,001$, $[,5660-,7842]$) olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre, ($a.b = ,1977$ ve $c = ,6751$) $a.b.c > 0$; $a.b.c = ,1334 > 0$ olduğu için bütünleyici aracılıktan (complementary mediation) bahsedilmektedir (Zhao vd., 2010).

Görüldüğü üzere Hayes'in (2017) önerdiği yaklaşımda değişkenlerin birbirlerinden bağımsız ve sırayla aralarındaki regresyon değerlerine bakmaya gerek kalmaksızın tüm değişkenler arasındaki ilişkilerin yönü, etki kuvveti ve etkinin anlamlılık düzeyine ilişkin değerlere ulaşılmaktadır. Bu bağlamda bu yöntem diğerinden istikrarlı sonuçlar vermektedir demek güç olsa da Hayes'in önerdiği analiz Baron ve Kenny (1986)'nin yönteminden pratiktir ifadesini kullanmanın doğru olacağı değerlendirilmektedir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Strateji kavramı daha önce ifade edildiği üzere amaçlara ulaşmak için ihtiyaç duyulan davranış setlerinin planlanması, tatbiki ve bu esnada sahip olunan kısıtlı kaynakların doğru ve etkin kullanımı olarak açıklanabilmektedir (Schendel ve Hofer, 1979). Örgütlerin mevcut düzen içerisinde sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde edebilmek için planlamacı ve danışmanlar tarafından oluşturulan stratejileri uygulama çabaları da mevcut pazar yapısı içinde pazardan en üst düzeyde pay alma isteklerinden ileri gelmektedir (Sarvan vd., 2003). Konumlandırma okulunun kurucusu ve en büyük temsilcisi Michael Porter (1980,1985) organizasyonun çıktılarının; mevcut rakipler, mevcut pazar yapısı, gelecekteki rakipler, tüketici ve tedarikçilerin şimdi ve gelecekteki pozisyonları itibarıyla irdelenip doğru stratejilerin seçilmesi ve uygulanması ile etkisinin artırılmasını ileri sürmektedir. Bu bağlamda örgütün çıktılarının, performansın tanımından hareketle organizasyonun performansı olduğu

kabulü ile rekabet stratejileri, örgütün performansı ile ilişkilendirilmektedir demek yanlış olmayacaktır (Beal ve Yasai-Ardekani, 2000).

Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren firmalar üzerinde yaptığımız çalışmada rekabet stratejilerinin örgütsel performansa etkisi ve girişimciliğin aracılık rolü incelenmiştir. İlk olarak maliyet liderliği stratejisinin örgütsel performansa olan etkisi analiz edilmiş ve daha önce yapılan çalışmalar ile benzer sonuçlar elde edilmiştir (Akbolat ve Işık, 2012; Eren, 2014; Hilman ve Mohamed, 2012; Oyewobi vd., 2016; Parnell ve Köseoğlu, 2010; Topsakal, 2018; Yamin vd., 1997; Yamin vd., 1999). Bu bağlamda maliyet liderliği stratejisinin örgütsel performansa pozitif ve anlamlı etkisi tespit edilmiştir. İkinci jenerik strateji olan farklılaştırmanın da örgütsel performans üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi bulunmaktadır (Akbolat ve Işık, 2012; Hilman ve Mohamed, 2012; Keskin vd., 2016; Oyewobi vd., 2016). Parnell ve Köseoğlu, 2010; Selçuk vd., 2016; Topsakal, 2018; Yamin vd., 1997; Yamin vd., 1999). Üçüncü jenerik strateji olan odaklanma stratejisinin örgütsel performansa anlamlı ve pozitif etkisi tespit edilmiştir. Avustralyalı üretim firmaları (Yamin vd., 1997; Yamin vd., 1999), Güney Afrika'da faaliyet gösteren inşaat firmaları (Oyewobi vd., 2016), Türkiye'de faaliyet gösteren onkoloji, göz gibi bir alanda uzmanlaşmış hastaneler ile (Akbolat ve Işık, 2012) yapılan çalışmalar ile örtüşen bir sonuç elde edilmiştir. Bu sonuçların yanında bir bütün olarak jenerik rekabet stratejisinin örgütsel performansa pozitif ve anlamlı etkisi bulunmaktadır. Çalışmanın sonuçları, İstanbul Sanayi Odasında faaliyet gösteren firmalar (Keskin vd., 2016), Antalya'da faaliyet gösteren konaklama işletmeleri üzerinde yapılan çalışmalar (Topsakal, 2018) ile örtüşmektedir.

Rekabet stratejilerinin girişimci davranışa etkisi incelenmiş ve daha önce yapılan çalışmalar ile benzer bir sonuç elde edilmiştir. Williams ve Tse (1995) tarafından ABD'de faaliyet gösteren restoranlar üzerinde yapılan çalışma, Zahra ve Covin (1995) tarafından Fortune 500 listesindeki firmalar üzerinde yapılan çalışma ve İsveç'te faaliyet gösteren küçük ölçekli firmalar üzerinden yapılan çalışma ile benzeşen bir sonuç elde edilmiştir (Linton ve Kask, 2016). Bu bağlamda tüm rekabet stratejilerinin girişimcilik üzerinde ayrı ayrı ve bir bütün olarak anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Girişimci davranışın örgütsel performansa etkisi irdelenmiştir. Daha önce yapılan çalışmalar ile örtüşen sonuçlara ulaşılmıştır. Zahra ve Garvis (2000), tarafından ABD'de faaliyet gösteren firmalar üzerinde yapılan çalışma, Nijerya'daki inşaat firmaları (Eze, 2018), Nijerya'daki hizmet sektörü işletmeleri (Oladimeji vd., 2019), Çanakkale bölgesindeki otel işletmeleri (Altuntaş ve Dönmez, 2010), savunma sanayi çalışanları (Çalışkan vd., 2011), Türkiye'de faaliyet gösteren turizm belgeli dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri (Özer, 2011), Ankara'da faaliyet gösteren yazılım sektörü çalışanları (Çalışkan ve Akkoç, 2012) üzerinde yapılan çalışmalardaki bulgular ile benzer şekilde, girişimci davranışın örgütsel performansa anlamlı ve pozitif etkisi tespit edilmiştir.

Tüm bu analizlerden sonra yapılan aracılık etkisi analizine bakılmış (Baron ve Kenny, 1986) ve yapılan hiyerarşik regresyon analizleri neticesinde rekabet stratejileri bir bütün olarak ve ayrı ayrı

örgütsel performansa anlamlı ve pozitif bir etki ederken girişimci davranışın da bu etkide aracılık rolüne ulaşılmıştır. Bu sonuç ise Çalışkan ve arkadaşlarının 2011 yılında savunma sanayi çalışanları üzerinde yapmış olduğu çalışma ile örtüşmektedir. Bu çalışmanın özgün yanı Mersin Tarsus Organize Sanayi Bölgesi'nde daha önce bu konuların çalışılmamış olmasıdır. Ayrıca bir diğer özgün yanı ise COVID-19 Pandemisi'nin devam ettiği normallerin ötesinde bir döneme ait verileri barındırıyor olması daha sonra bu dönemin değerlendirileceği çalışmalara ışık tutacağı değerlendirilmektedir. Yöneticilerin rekabet stratejilerini oluşturma sürecinde ve yönetsel yaklaşımlarını irdelemeleri için bir kaynak olarak değerlendirilmektedir.

Araştırmanın özgün olan yanı aynı zamanda ilk kısıdını da oluşturmaktadır. Mersin Tarsus bölgesindeki firmaların irdelenmesi bölgesel bir yorum imkânı sunarken farklı bölgelerde ve farklı sektörlerdeki sonuçları ile kıyaslanmalarının alan yazına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Araştırmanın bir diğer kısıtı ise boylamsal olmamasıdır. Yapılan analizler neticesinde rekabet stratejilerinin herhangi birinin seçimi örgütsel performansa olumlu etki gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu organizasyonlarda girişimci davranışın desteklendiği durumlarda, girişimciliğin de örgütsel performansa olumlu etkisinin olduğu ve rekabet stratejilerinin etkisinde aracılık rolü üstlendiği görülmektedir. Bu bağlamda girişimci davranışlarının desteklenmesinin seçilen stratejilerin hedeflenen noktaya ulaştırmasına olumlu katkılar verebileceği değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, Z. A. ve Zehir, C. (2009). Rekabet Avantajı Yaratmada Lojistik Yeteneklerin Rolü ve İşletme Performansına Etkileri, 17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 21-23 Mayıs 2009, Eskişehir.
- Ahmad, S. ve Schroeder, R. G. (2003). The impact of human resource management practices on operational performance. recognizing country and industry differences, *Journal of Operations Management*, 21, 19-43.
- Akkoç, İ, Çalışkan, A. ve Turunç, Ö. (2019). Girişimci davranış: bir ölçek uyarlama çalışması. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi Journal of Entrepreneurship and Development*, 14(1), 1-10.
- Altunoğlu, A.E. ve Doğan, B. (2014). Bilgi yönetimi, çevre, teknoloji ve örgütsel performans ilişkileri. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi, Hakemli, Süreli Bilimsel Dergi*, 5.(1), 21-37.
- Altuntaş, G. ve Dönmez, D. (2010). Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 39(1), 50-74.

- Ansoff, I., (1965). *Corporate Strategy*, McGraw Hill. New York.
- Bal, Y. (2011). Rekabet Stratejilerinin İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarına Etkisi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Barney, J. B. (1986). Strategic factor markets: expectations, luck and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241.
- Barney, J. B. (2001a). Is the resource-based “view” a useful perspective for strategic management research? yes. *Academy of Management Review*, 26(1), 41-56.
- Barney, J. B. (2001b). Resource-based theories of competitive advantage: a ten year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management*, 27(6), 643-650.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.
- Beal, R. ve Yasai-Ardekani, M. (2000). Performance implications of aligning ceo functional experiences with competitive strategies, *Journal of Management*, 26, 733–762.
- Box, T. M. ve Miller, W. (2011). Small firm competitive strategy. *Proceedings of the Academy of Strategic Management*, 10(1), 55-60.
- Burns T. ve Stalker G. (1961). *The Management of Innovation*. Tavistock, London.
- Chandler, A.D. (1962). *Strategy and Structure: Chapter in the History of the Industrial Enterprise*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Chandler, G. N., ve Lyon, D. W. (2001). Issues of research design and construct measurement in entrepreneurship research: the past decade. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4), 101–113. doi:10.1177/104225870102500407
- Cole, A.H. (1946). An approach to the study of entrepreneurship, *The Journal of Economic History*, 6(S1), 1-15.
- Covin, J.G. ve Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7–26.
- Çalışkan, A., Akkoç, İ. ve Turunç, Ö. (2011). Örgütsel performansın artırılmasında motivasyonel davranışların rolü: yenilikçilik ve girişimciliğin aracılık rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 363-401.
- Çalışkan, A. ve Akkoç, İ. (2012). Girişimci ve yenilikçi davranışın iş performansına etkisinde çevresel belirsizliğin rolü. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 1-29.

- Dhliwayo, S. (2014). Entrepreneurship and competitive strategy: an integrative approach. *Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 115-135.
- Doğan, N. ve Başokçu, T. (2010). İstatistik tutum ölçeği için uygulanan faktör analizi ve aşamalı kümeleme analizi sonuçlarının karşılaştırılması. *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*, 1(2), 65-71.
- Donaldson, L. (2001). *The contingency theory of organizations*. SAGE Publications, Inc., <https://www.doi.org/10.4135/9781452229249>
- Dulkadir, B. (2015). Bilişim Teknolojisi Kullanımının Örgütsel Performans Üzerindeki Etkileri: TR1 bölgesi Hazır Giyim İşletmelerinde Bir Araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Malatya.
- Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin gelişim süreci ve girişimcilik açısından kazakistan. *Bilig / Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 0(49), 59-82.
- Erkan, N. S. ve Sop, A. (2018). Ebeveyn tutumları, davranış problemleri ve okula hazır bulunuşluk arasındaki ilişkinin öz-düzenlenmenin aracılık rolü ile incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 43(196), 27-47.
- Eze, B.U. (2018). Corporate entrepreneurship and manufacturing firms' performance. *Emerging Markets Journal*. 8(1), 12-17.
- Fiş, M. A. ve Wasti, A. S. (2009). Örgüt kültürü ve girişimcilik yönelimi ilişkisi. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 35, 127-164.
- Genç, E. (2016). İşletmelerde Yenilik ve Rekabet Stratejilerinin Rekabet Gücüne Sinerjik Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
- Guest, D., Conway, N., ve Dewe, P. (2004). Using sequential tree analysis to search for bundles of hr practices. *Human Resource Management Journal*, 14(1), 79-96.
- Hatipoğlu, C. (2011). Kriz dönemlerinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde (KOBİ'lerde) İzlenen Rekabet Stratejileri ve Bir Uygulama, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.
- Hayes, A. F. (2012). PROCESS: A versatile computational tool for observed variable mediation, moderation, and conditional process modeling. <http://www.afhayes.com/public/process2012.pdf> adresinden erişildi.
- Hayes, A. F. (2017). Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis Second Edition-A Regression-Based Approach. Guilford Press.

- Hebert, R. F. ve Link, A. N. (2006) The entrepreneur as innovator. *Journal of Technology Transfer, Springer Science*, 589.
- Hermann, M., Pentek, T. ve Otto, B. (2015). “Design Principles For Industrie 4.0 Scenarios: Literature Review. (Working paper no. 01/2015)”, Technische Universitaet Dortmund.
- Hilman, H. ve Mohamed, Z. A. (2012). Strategic role of sourcing strategy in the relationships between competitive strategies and organisational performance. *Journal of International Business and Entrepreneurship Development*, 6(1), 75-82.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P. ve Shepherd, D. A. (2005). *Entrepreneurship* (6th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Hisrich, R., Langan-Fox, J., ve Grant, S. (2007). Entrepreneurship research and practice: a call to action for psychology. *American Psychologist*, 62(6), 575–589 doi:10.1037/0003-066x.62.6.575.
- Hisrich, D. R. ve Peters, P. M. (2016). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill Irwin, London. 10th Ed.
- Kim, W. C. ve Mauborgne, R. (2004). *Mavi Okyanus Stratejisi, HBR's 10 Must Reads Strategy*, İstanbul:Optimis
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., Covin, J. G. ve Hornsby, J. S. (2005). A model of middle level managers' entrepreneurial behaviour. *Entrepreneurship Theory and Practice* 11, 699-716.
- Lai, K. H. ve Cheng, T. C. E. (2005). Effects of quality management and marketing on organizational performance. *Journal of Business Research*, 58, 446–456.
- Linton, G. ve Kask, J. (2016). Configurations of entrepreneurial orientation and competitive strategy for high performance. *Journal of Business Research*, 1-9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.08.022>
- Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429-451.
- Luthans, F. ve Youssef, C.M. (2004). Human, social and now positive psychological capital management: investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33, 143-160.

- Mair, J. (2005). Entrepreneurial Behaviour in A Large Traditional Firm: Exploring Key Drivers. In Corporate Entrepreneurship and Venturing. ed. T. Elfring, 49-72. Springer, US.
- McClelland, D. (1965). Need achievement and entrepreneurship. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 389-392.
- Miles, R. E. ve Snow, C. C. (1978). *Organizational Strategy, Structure, and Process*. New York: McGraw-Hill.
- Miller, D. ve Friesen, P. H. (1983). Strategy-making and environment. *Strategic Management Journal*, 4, 221-235.
- Mintzberg, H. (1978). Patterns in strategy formation. *Management Science*, 24(9), 934-948.
- Mintzberg, H. (1987). The strategy concept. *California Management Review*, 30(3), 11-32.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. ve Lampel, J. (1998). *Strategy Safari: A Guided Tour Through The Wilds Of Strategic Management*, The Free Press, A Division of Simon and Schuster Inc., New York.
- Morris, M. H. ve Kuratko, D. F. (2002). *Corporate Entrepreneurship*. Mason, OH: South-Western College Publishers.
- Muafı, M. (2009). "The effects of alignment competitive strategy, culture, and role behaviour on organizational performance in service firms. *The International Journal of Organizational Innovation*, 1(4), 348-351.
- Ocak, M. (2020). *AMOS İle Adım Adım Yapısal Eşitlik Modeli Uygulamaları*. Ekin Yayınevi
- Ocak, M. (2019). Liderlerin karizmatik davranışları çalışanların iş performansını nasıl etkiler? çalışanların işe tutulma düzeylerinin aracılık rolü. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(1), 23-38. DOI: 10.29131/uiibd.543144
- Odabaşı, Y. (2001). *Pazarlama Planı Rehberi*. KOSGEB Girişimciliği Geliştirme Merkezi. Seçkin Matbaası, Ankara.
- Oyewobi, O. L., Windapo, A. O., Rotimi, J. O. B. ve Jimoh, R. A. (2016). Relationship between competitive strategy and construction organisation performance the moderating role of organisational characteristics. *Management Decision*. 54(9). 2340-2366. DOI 10.1108/MD-01-2016-0040
- Pearce, J. A., Kramer, T. R. ve Robbins, K. D. (1997). Effects of managers' entrepreneurial behaviour on subordinates. *Journal of Business Venturing* 12, 147-160.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industry and Competitors*. New York: The Free Press.

- Porter, M. E. (1981). The contribution of industrial organization to strategic management. *Academy of Management Review*. 6(4), 609-620.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating And Sustaining Superior Performance*. New York, NY: The Free Press.
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantages Of Nations*. Harvard Business Review, March-April
- Porter, M.E. (1991). Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic Management Journal*, 12, 95-117.
- Porter, M. E. (1996). What is strategy. *Harvard Business Review*. Nov.-Dec., 59-70.
- Porter, M. E. ve Lee, T.H. (2015). “Why Strategy Matters Now”, *The New England Journal of Medicine*, 372(18), 1681-4.
- Preacher, K. J. ve Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods* 40, 879–891 <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Sarvan, F., Arıcı, E. D., Özen, J., Özdemir, B. ve İçigen, E. T. (2003). On stratejik yönetim okulu: biçimleşme okulunun bütünleştirici çerçevesi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 6, 73-122.
- Schendel, D. E., ve Hofer, C. (1979). *Strategic Management*. Boston: Littler, Brown
- Schultz, T. W. (1963). *The Economic Value of Education*. New York: Columbia University Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business. A Skill Buildings Approach*. 4th Edition. John Wiley and Sons Inc. USA.
- Shrout, P. E., ve Bolger, N. (2002). Mediation in experimental and nonexperimental studies: new procedures and recommendations. *Psychological Methods*, 7(4), 422–445. <https://doi.org/10.1037/1082-989X.7.4.422>
- Steers; R. M. (1976). When is an organization effective? a process approach to understanding effectiveness. *Organizational Dynamics*, 5(2), 50-63.
- Thompson J. D. (1967), *Organizations in Action*, New York: Mcgraw-Hill

- Topsakal, Y., (2018). Konaklama işletmelerinde sosyal sermayenin örgütsel performansa etkisinde rekabet stratejilerinin aracı rolü. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 17(1), 334-349, DOI:10.21547/jss.337950,
- Tseng, Y. ve Lee, T. Z. (2009). Comparing appropriate decision support of human resource practices on organizational performance with dea/ahp model. *Expert System With Applications*, 36, 6548-6558.
- Vigoda-Gadot, E. ve Kapun, D. (2005), Perceptions of politics and perceived performance in public and private organisations: a test of one model across two sectors. *Policy and Politics*, 33(2), 251-276.
- Wheelen, T. L. ve Hunger, J. D. (2000). *Strategic Management Business Policy*, 7th ed., Prentice Hall, USA.
- Wignaraja, G. (2003). *Competitiveness Strategy in Developing Countries*, Routledge, London.
- Williams, C.E. ve Tse, E.C.Y. (1995). The relationship between strategy and entrepreneurship: the us restaurant sector. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(1), 22-26.
- Wright, P. M., Dunford, B. B. ve Snell, S. A. (2001). Human resources and the resource based view of the firm. *Journal of Management*, 27(6), 701-721.
- Yamin, S., Mavondo, F.T., Gunasekaran, A. ve Sarros, J.C. (1997). A study of competitive strategy, organisational innovation and organisational performance among australian manufacturing companies. *International Journal of Production Economics*, 52, 161-172.
- Yamin, S., Gunasekaran, A. ve Mavondo, F. T. (1999). Relationship between generic strategies, competitive advantage and organizational performance: an empirical analysis. *Technovation*. 19, 507-518.
- Zahra, S. A., ve Covin, J. G. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: a longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58. doi:10.1016/0883 9026(94)00004-e
- Zahra, S. A. ve Garvis, D. M. (2000). International corporate entrepreneurship and firm performance: the moderating effect of international environmental hostility. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 469-492.
- Zampetakis, L. A. ve Moustakis. V. S. (2007). Entrepreneurial behaviour in the greek public sector. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 13(1), 19-38.

- Zampetakis, L. A., Beldekos, P. ve Moustakis V. S. (2009). Day-To-Day entrepreneurship within organisations: the role of trait emotional intelligence and perceived organisational support. *European Management Journal*, 27, 165-175.
- Zengin, Y. (2015). “Girişimcilik Becerilerinin Firma Rekabetçiliğine Etkisi: TRA 2 Bölgesinde Bir Araştırma”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Malatya.
- Zhao, X., Lynch Jr, J. G. ve Chen, Q. (2010). Reconsidering baron and kenny: myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197-206. doi: 10.1086/651257



TESTING THE RELATIONSHIPS BETWEEN ENERGY PRICES AND THE BORSA İSTANBUL INDICES*

ENERJİ FİYATLARI İLE BORSA İSTANBUL ENDEKSLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLERİN TEST EDİLMESİ

Faruk TEMEL¹, Mehmet ERYİĞİT²



1. Res. Asst., Burdur Mehmet Akif Ersoy University, temel.faruk14@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-3359-7870>
2. Prof., Bolu Abant İzzet Baysal University, eryligit_m@ibu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6270-966X>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
05.11.2020 11.05.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
11.02.2021 02.11.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.821611>

* This study has been produced from master thesis of first author entitled "Investigation the relationship between energy prices and Borsa İstanbul sub-indices".

Abstract

Oil and natural gas, which are the most used energy sources, are consumed as raw materials in many fields. The development of technology and population increase makes these energy sources important for financial markets and the overall economy. Turkey, energy importing and developing country, maybe influenced intensely by changes in energy prices. In this study, long-term and short-term relationships between energy prices and Borsa İstanbul indices using daily data between 01.01.2007-31.10.2017 were examined by Johansen cointegration, vector autoregression (VAR), Granger causality tests, and impulse-response functions. The long-term relationship between energy prices and Borsa İstanbul indices was not found. On the other hand, it was concluded that energy prices positively impacted Borsa İstanbul indices in the short-term. Furthermore, oil prices Granger cause natural gas prices, Food Beverage, and Chemical Petrol Plastic Indices.

Keywords: Energy Prices, Borsa İstanbul, Sector Indices.

Öz

Enerji kaynakları arasında en çok kullanılan petrol ve doğal gaz birçok alanda ham madde olarak tüketilmektedir. Teknolojinin gelişmesi ve artan nüfus, bu enerji kaynaklarını finansal piyasalar ve genel ekonomi için önemli kılmaktadır. Enerji ithal eden ve gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye enerji fiyatlarındaki değişimlerden aşırı derecede etkilenebilir. Bu çalışmada, 01.01.2007-31.10.2017 tarihleri arasındaki günlük veriler kullanılarak enerji fiyatları ile Borsa İstanbul endeksleri arasındaki uzun ve kısa vadeli ilişkiler, Johansen eşbütünleşme, vektör otoregresyon (VAR), Granger nedensellik testleri ve etki-tepki fonksiyonları ile incelenmiştir. Enerji fiyatları ile Borsa İstanbul endeksleri arasında uzun vadeli ilişki bulunamamıştır. Diğer taraftan, kısa vadede enerji fiyatlarının Borsa İstanbul endekslerini pozitif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Ayrıca petrol fiyatlarının doğal gaz, Gıda İçecek Endeksi ve Kimya Petrol Plastik Endeksinin Granger nedeni olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Enerji Fiyatları, Borsa İstanbul, Sektör Endeksleri.

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada; petrol ve doğal gaz fiyatları ile Borsa İstanbul endeksleri arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkilerin test edilmesi amaçlanmıştır.

Araştırma Soruları

Çalışma kapsamında ele alınan araştırma soruları şu şekildedir: Enerji fiyatları ile Borsa İstanbul endeksleri arasında uzun dönemli ilişki var mıdır? Enerji fiyatları ile Borsa İstanbul endeksleri arasında kısa dönemli ilişki var mıdır? İlişkinin yönü nedir? Enerji fiyatları Borsa İstanbul endekslerinin Granger nedeni midir? Enerji fiyatlarının etkisinin boyutu ve süresi nedir?

Literatür Araştırması

Petrol ve doğal gaz fiyatları ile menkul kıymet borsaları ve ülke ekonomileri arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma mevcuttur. Ham madde olarak kullanılan petrol ve doğal gaz ülkeler için büyük öneme sahip olduğundan araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde enerji fiyatlarının borsalar ve ülke ekonomileri için hem olumlu hem de olumsuz sonuçları olduğunu göstermektedir. Enerji fiyatlarının ülke ekonomilerine etkisi, ülkenin net enerji ithalatçısı ya da net enerji ihracatçısı olmasına ve enerji fiyatlarında meydana gelen değişimlerin enerji arzından veya enerji talebinden olmasına bağlı olarak değişiklik göstermektedir.

Yöntem

Çalışmada zaman serisi kullanılmış olup zaman serilerinde incelenmesi gereken durağanlık test edilmiştir. Verilerin seviyede durağan olmadığı gözlemlenmiştir. Bu durum sahte regresyona neden olacağı için verileri durağan hale getirebilmek için verilerin birinci farkı alınmıştır. Bu aşamada tüm veriler durağan olmuş ve test edilebilir hale gelmiştir. Johansen eşbütünleşme testi uzun dönemli ilişkinin varlığını test etmek için uygulanmış ancak veriler arasında uzun dönemli ilişki bulunamamıştır. Kısa dönemli ilişkiyi test edebilmek için VAR (Vector Autoregression) yöntemi uygulanmıştır. Bu aşamadan sonra Granger nedensellik testi veriler arasında nedensellik ilişkisinin var olup olmadığını test etmek için uygulanmıştır. Son aşamada ise etki-tepki fonksiyonları, enerji fiyatlarına uygulanan şokların Borsa İstanbul endekslerine etkisinin büyüklüğünü, etkinin kaç gün boyunca devam ettiğini görebilmek için uygulanmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Enerji fiyatları ile Borsa İstanbul sektör endekslerinin incelendiği bu çalışmada, değişkenler arasında uzun dönemli ilişki bulunamamıştır. Kısa dönemli ilişki incelendiğinde ise petrol fiyatları ile Gıda İçecek, Kimya Petrol Plastik, Sınai ve Menkul Kıymet Yatırım Ortaklığı Endeksleri arasında; doğal gaz fiyatları ile Banka, Mali, Bist Tüm, Ulaştırma endeksleri arasında ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan Granger nedensellik analizi sonuçları, iki yönlü nedenselliğin olmadığı, yalnızca tek yönlü nedenselliğin olduğu; petrolün doğal gaz Kimya Petrol Plastik ve Gıda İçecek Endekslerinin Granger nedeni olduğu sonucunu ortaya koymuştur. Doğal gazdan endekslere doğru bir

Granger nedenselliğın olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Etki-tepki fonksiyonları ise petrol ve doğal gazın Borsa İstanbul endekslerini çoğunlukla pozitif etkilediğini ileri sürmektedir. Doğal gazın negatif etkisi, petrolün negatif etkisine kıyasla daha fazladır. Enerji fiyatlarının Borsa İstanbul endekslerine etkisi genellikle kısa sürmüş, etki üç ya da dört günde sönümlenmiştir. Sonuç olarak, Türkiye'de yatırım yapmak isteyen yatırımcıların enerji fiyatlarında meydana gelen artışlarda (azalışlarda) hisse senetlerinde ya da endekslerde uzun (kısa) pozisyonlarını korumasının ya da yeni pozisyon almasının (pozisyonlarını kapatması) pozitif getiri ile sonuçlanabileceği düşünülmektedir.

1. INTRODUCTION

The development of technology and increment in needs associated with increasing population raises the energy demand. A limited quantity of energy sources in nature makes it very important for countries using these resources as a raw material. Oil, one of the most used energy sources, is exhaustible and constitutes a large part of the world's energy consumption. Furthermore, oil which is used as a raw material on the production of different materials like asphalt, deodorant, carpet, shoe, aspirin, sunglasses, unbreakable glass, fertilizer, plastic, and shampoo is made use of fuel for transportation and heating. Also, oil is a vital investment tool in financial markets because it is bought and sold through derivatives. Changes in the supply and demand for oil-based financial instruments may have an indirect effect on oil prices. Changes in the price of oil and its derivatives directly or indirectly impact almost all areas. However, this effect is expected because firms using oil as raw material or trading oil may be influenced significantly. Thus, changes in oil prices might directly influence firms' input costs; in this case, these changes could impact the firm's stock prices.

Natural gas used as a raw material in various fields grows in importance as it has lower carbon emission than other fossil fuels. Furthermore, natural gas' usage areas such as heating, electricity production, transportation expands. In some countries like Turkey, as it is a necessary resource for electricity production, natural gas and electricity should not be considered independently.

The impact of energy prices on national economies and financial markets depends on whether the country is an energy importer or energy exporter. Countries importing a vast majority of energy (such as; natural gas and oil) can be much more affected by changes in energy prices. An increase in energy prices harms energy importing countries while falling energy prices can create problems for energy exporters.

We can say that fossil fuels provide about 80% of the world's energy needs. Since fossil energy resources are limited and progressively consumed and countries that possess these resources control the production (supply), energy prices are continually fluctuating. These price fluctuations are crucial for the industrial sector, which uses more than half of this energy. Thus, energy prices are likely to affect the stocks and also the profitability of the industrial markets (Yıldırım et al., 2014). The oil, one of the leading fossil energy resources, together with capital and labor are considered a vital component in producing most goods and services. Therefore, changes in such significant input costs can make considerable differences in the cash flows of firms. In the absence of full substitution effect among production factors, elevated oil prices are expected to push up the production costs. Hence, high production costs lessen cash flows, which may cause stocks to depreciate.

Rising oil prices have an impact on the discount rates used in asset pricing models. High oil prices can often be seen as an indicator of inflationary pressures that central banks can control by

increasing interest rates. High-interest rates make bonds more attractive than stocks, and this may cause the price of shares to fall. The impact of the rise in oil prices may vary depending on whether the company is producing or consuming oil (Basher and Sadorsky 2006). If oil plays a leading role in an economy, changes in oil prices may be associated with stocks changes.

Consequently, it is concluded that oil prices might affect real economic activity and the profits of a company that has direct or indirect transaction costs. So, escalated oil prices lead to a decrease in expected returns, and thus a decline in stock prices (Maghyereh, 2006). According to Basher and Sadorsky (2006), the increment in oil demand brings about a surge in oil prices. High oil prices and consumers' tending to alternative energy resources could act like inflation tax on producers and consumers with increasing production costs in non-oil producers. As long as these effects reflected on consumers, it is possible to reduce returns and dividends, which are the main determinants of stock prices.

Oil shocks have an impact on stock returns by affecting expected cash flows and discount rates. Consequently, company cash flows are affected by the fact that oil is input in production, and oil prices affect production demand. Moreover, by affecting the expected inflation and the interest rate, oil prices cause a change in discount rates for cash flows, so that this change should influence firm value. High volatility in oil prices affects firm value through increasing uncertainty about firms and the overall economy (Ratti and Hasan 2013).

Investor's trading in derivative markets may think that oil prices should raise, and thus they probably take a long position in oil prices. When oil prices rise, investors who earn money from the long position are unlikely to know whether the rise in oil prices might continue, and therefore they can invest in stocks as they do not want to take more risks. This process may lead to an increment in stock prices. However, investors may take a short position in oil prices if they think that oil prices have risen and may start to fall, resulting in lower prices.

According to Kilian and Park (2009), changes in stock returns vary depending on the cause of oil price shocks. A rise in demand for crude oil due to reasons such as an increment in precautionary demand because of concerns about cuts in oil supply in the coming years might hurt stocks as it is likely to be an oil shock. However, shocks in crude oil production have no significant effect on stock returns. High oil prices resulting from unexpected global economic growth is likely to have a lasting impact on stocks for one year.

Yıldırım (2016) stated that the reason is essential in changing oil prices. The study noted that the economy would develop, production would rise, the demand for investments and stock markets would ascend when oil price increase would be driven by demand. This demand for stock markets could boost stock prices. However, that oil price is driven by supply may cause expected cash flow to decline, resulting in a drop in stock prices.

Stocks reflect the best estimate of the company's future profitability. Therefore, the impact of oil shocks on the stock market is a significant and useful determinant of its economic effects. Since asset prices are the present value of firms' future net earnings, the impact of current and future oil shocks on stocks and returns should be eliminated without anticipating these effects (Jones et al., 2004).

Considering the literature studies, we can say that energy prices can influence the general economy and countries' stock markets. The studies on how the energy price affects the economy and the financial markets are given under the literature topic. In light of those studies, it can be said that energy prices affect countries in various ways. The degree of affection can depend on different factors which diverge on whether the countries are energy importers, whether the countries are developed, developing or under development, and capacity to use energy sources. Turkey case is studied in this study. As is known, Turkey is the emerging and the oil and natural gas importer country because of the lack of natural sources. Thus, it is assumed that energy prices (oil and natural gas) affect the financial markets more than developed countries.

Moreover, energy prices affect most of the sectors directly in some countries, especially energy importer countries. In this way, the energy prices affect the stock's prices directly or indirectly. Volatility in energy prices may affect the costs of firms. Therefore, stock prices fluctuate due to changes in profit and investor tendency. As a result, it becomes more of an issue to study energy price effects on stocks. When the literature is searched, few studies examine energy prices and Borsa Istanbul indices. Most of the literature analyzes the relationship between oil prices and macroeconomic variables or only BIST100 as a proxy of the stock market. Not only oil but also natural gas prices may have significant effect on stock markets since natural gas is used in various areas, as mentioned above. When we take the case of oil and natural gas, this effect may vary across Borsa Istanbul indices as each indice uses these energy resources for different purposes. For this reason, in this study, long-term and short-term relationships between energy (oil and natural gas) prices and 17 Borsa Istanbul indices were investigated.

2. THE IMPORTANCE OF ENERGY PRICES FOR ECONOMY

Rising energy prices are indicative of energy shortages. Price increases in energy, which is the essential input to production, reduce input, leading to decreased output and labor productivity. The decline in productivity reduces the real wage growth and boosts the unemployment rate. If consumers expect this rise to be temporary or short-term effects on production to be higher than long-term effects, they presumably save less and borrow more, and thus the real interest rate should surge. Falling output and high-interest rates reduce the demand for real cash balance and raise inflation. Therefore, high oil prices lead to a decrease in real GDP, increase real interest rates, and inflation. Besides, purchasing power and consumer demand drop in oil-importing countries. Falling consumer demand increases the supply of savings, which brings down the interest rates. Low-interest rates can stimulate investments, partly offset loss consumption expenditures, and somewhat increase aggregate demand. As a

consequence, it is possible to decline aggregate demand that could cause a drop in inflation. According to economic theory, real prices go down until aggregate demand and GDP return to pre-price shocks (Brown et al., 2003).

Oil is an input used in the production of goods and services in many countries. In addition to industrial areas such as chemical and heavy industry, oil usage in areas like transportation and heating makes the oil very important. Therefore, it is predicted that a sudden and high rise in oil prices due to the supply cuts can have far-reaching impacts on national economies. Moreover, two oil shocks in 1973-1974 and 1979-1980 were faced with high inflation and unemployment rates in the United States. It was observed that the inflation rate in 1974 was 12.3%, and the unemployment rate was 5.6%, with an increment in inflation. During the second oil shock in 1980, the inflation rate rose to 13.3%, and while the unemployment rate rose to 7.1% (Doroodian and Boyd 2003).

Çelik and Çetin (2007) claim a relationship between oil prices and indicators with a significant share in macroeconomics such as growth, inflation, and employment. According to the authors, high oil prices negatively affect production, especially in the manufacturing industry resulting in employment decreases. Furthermore, high oil prices raise inflation rates, and consequently, economic growth is adversely affected.

According to Firuzan (2010), a change in oil prices has a knock-on effect on both the country and the world economy, since many sectors are directly or indirectly dependent on oil. This effect can easily be seen on inflation, unemployment, growth, and other macroeconomic variables.

Bayraç (2005) states that oil prices are of great importance in countries' economic indicators. Therefore, the longer the enhancement in oil prices, the longer the impact on macroeconomics should be. The author claims that the magnitude of the rise in oil prices on the economy generally varies according to the share of oil cost in national income, consumer saving rate, and the use of alternative energy sources. An uptrend in oil prices leads to an increase in exports, raising national income for oil-exporting countries. However, due to the recession and lack of demand in the oil-importing countries, revenue from oil sales may decline in oil-exporting countries.

On the other hand, for oil-importing countries, an increment in oil prices causes an escalation in inflation, input costs, and shrinkage in demand for non-oil products. As a result, the government cuts spending and so decreases tax revenues. Accordingly, the budget deficit expands. Thus, market interest rates boost, and the nominal wage level remains under pressure, in which case this can lead to an upsurge in unemployment (Bayraç, 2005). As a result of boosting market interest rates, interest rates of government bonds, and treasury bills rise. In this case, investors sell stocks and start to buy government bonds and treasury bills.

In addition to these effects, high oil prices are likely to impact the trade balance and exchange rates. As a result of the increment in inflation, the balance of payments of oil-importing countries deteriorates, imported goods may become more expensive. In contrast, exported goods should become more worthless, and thus national income is possible to decrease.

According to Nandha and Faff (2008), high oil prices cause wealth to be transferred from oil-importing countries to oil-exporting countries. Furthermore, the authors state that high oil prices would increase the cost of production of goods and services, which would impact inflation, consumer confidence, and financial markets.

Volatility in energy prices affects firms, consumers, and investors in various ways. Rising energy prices cause to ascend costs for firms that use oil and natural gas as raw material. Increasing costs forces companies to find resources to cover these costs (unless product prices raised). As a result of the decrease in productivity, profit margin, and cash flow, the firm could fall, and thus profit may fall. The effect of oil prices on consumers might be through buying behavior. Upsurges in oil prices possibly cause gasoline prices to soar. In this case, consumers might avoid buying luxury vehicles and prefer to use public transport. Accordingly, a decrease in fuel oil and car sales may occur. Moreover, investors who review their investments due to an increased risk of rising oil prices, possibly encounter an increase in investment costs or hesitate to invest.

Hamilton (2003) says that the purchase of a small car or a large SUV varies according to the expectation of gasoline prices. If there is uncertainty about gasoline prices, a new vehicle's purchase may be postponed until the price level informs potential buyers. The author also states that oil shocks might impact the purchase of expensive products and investment goods. This situation should affect short-run economic performance. The decline in oil supply raises concern about future oil prices, which temporarily reduces the purchase of cars, households, appliances, and investment goods.

Lee and Ni (2002) claim that an upsurge of oil prices in 1973, 1978, and 1980-1981 gave rise to a downfall in many industries' outputs except electronic machines, office machines, and computers. In the 1973-1975 and 1978-1980 periods, the production of oil intensive industries decreased by 10% in oil refining and by 19% in industrial chemicals. During these periods, the automobile industry, among all industries, had the most significant decline in its production by more than 30%.

3. RELATIONSHIPS BETWEEN ENERGY PRICES AND STOCK PRICES

Many studies have been conducted to find a relationship between energy prices, especially oil and natural gas with stocks, and macroeconomic indicators in the literature. Due to the large share of these natural resources used as raw materials in production and consumption, the changes in these natural resources' prices and the impact of these changes on national economies have been of

considerable interest to researchers. As a consequence of this research, different findings have been obtained. It has been found that energy prices made both positive and negative contributions to the real economy and financial markets. The reason for these different effects may vary depending on whether the countries are net oil exporters or importers or changes in energy prices stem from supply or demand. Table 1 shows a summary of the literature.

Table 1. Studies on the Effect of Energy Prices on Stock Prices

Author(s)	Variables	Methods	Countries	Time Period	Results of the Study
Studies Examining Developed Countries					
Huang, Masulis, and Stoll (1996)	Energy prices, Stock returns, Interest rates	VAR	USA	1979-1990	A causality relationship between oil prices and oil companies was detected, but no association between oil prices and stock exchange indices.
Faff and Brailsford (1999)	Energy prices, Stock returns	Two-factor arbitrage pricing theory	Australia	1983-1996	They find a positive impact of oil on oil and natural gas and diversified resources industries while negatively impacting paper and packaging, transportation and banking industries.
Huang, Hwang and Peng (2005)	Oil prices, Industrial production, Interest rates, Real stock returns	Multivariate threshold model	USA, Canada, Japan	1970-2002	They show that oil price volatility has more power on explaining stock returns than industrial output.
Henriques and Sadorsky (2008)	Oil prices, Alternative energy and technology stock prices, Inflation rates	VAR, Granger causality, Impulse-response functions	USA	2001-2007	The authors find that oil prices and technology companies explain alternative energy stock prices.
Apergis and Miller (2009)	Oil price shocks, Real stock returns	VAR, Variance decomposition, Johansen and Juselius cointegration	Australia, Canada, France, Germany, Italy, Japan, UK, USA	1981-2007	Oil supply shocks, total global demand shocks, and oil market-specific demand shocks have been found to have a significant impact on explaining stock returns for most countries.
Malik and Ewing (2009)	Oil prices, Sector indexes	GARCH	USA	1992-2008	They find significant volatility transmissions between oil and some indexes and a negative relationship in oil and technology, health care and consumer services.
Narayan and Sharma (2011)	Oil prices, Sector indexes Company returns	GARCH	USA	2000-2008	They observe that oil price increases raise energy and transportation sector firms, while decrease 12 sector firms.
Chortareas and Noikokyris (2014)	Oil shocks, Stock prices, Dividend yield	VAR	USA	1981-2006	A positive relationship was found between the change in oil prices and dividend yield. It was stated that the continuity of this relationship was due to the increase in oil prices.
Bastianin, Conti and Manera (2016)	Oil prices, Stocks	Structural VAR, Impulse-response functions, Variance decomposition	G-7 countries	1973-2015	It was seen that stock market volatility did not react to oil supply shocks. But demand shocks had a significant effect on the volatility of stock markets.
Jammazi, Ferrer, Jareño and Shahzad (2017)	Oil prices, Stock markets	Time-varying Granger causality	France, Germany, Italy, Spain, UK, USA	1993-2014	They have found a bidirectional causal relationship between oil prices and stock market returns of six oil-importing countries.
Bagirov and Mateus (2019)	Oil prices, the Dow Jones Stoxx Europe 600 index, sector indices and firms	VAR, Impulse-response functions, VAR-GARCH, GMM model	18 European countries	2006-2015	Results demonstrate that reactions of stocks to oil price changes differ in sectors. Oil prices have positive and significant impacts on listed oil and gas firms in Western Europe.
Sakaki (2019)	Oil prices, SandP 500 sector indices	VAR, Impulse-response functions,	USA	1990-2015	It was found that volatility in oil prices negatively affected all indices while oil production rise in the US had a positive impact on stock market.

		Variance decomposition			
Thorbecke (2019)	Oil prices, Stock market, Industry stocks, Effective exchange rate, VIX index	Regression, VAR	USA	1990-2018	Oil supply shocks are found to have a negative impact on stock returns between 1990-2007 while the effect is positive between 2010-2018.
Studies Examining Emerging Countries					
Maghyreh (2006)	Oil prices, Stock returns	VAR, Variance decomposition, Impulse response functions	22 emerging countries	1998-2004	It was found that oil shocks did not significantly affect stock market indices in emerging countries. Furthermore, stock returns did not react rationally to shocks in the oil market.
Çelik and Çetin (2007)	Oil prices, Macroeconomic variables, Stock market	VAR, Impulse-responses, Variance decomposition	Turkey	1997-2006	It was concluded that ISE-100 was positively affected by oil price shocks.
Cong, Wei, Jiao and Fan (2008)	Oil prices, Chinese stock markets	Multivariate VAR	China	1996-2007	According to the analysis result, oil price shocks do not have a significant effect on stock returns but production and oil companies.
Eryiğit (2009)	Oil prices, Stock market indices	Regression	Turkey	2000-2008	Significant positive effects of oil on Electricity, Wholesale and Retail Trade, Insurance, Holding, Investment, Wood, paper and printing, Basic Metal, Metal Products and Machinery, and Non-Metal and Mineral Products have been found.
Güler, Tuğ and Orçun (2010)	Oil prices, Energy stock prices, ISE electricity index	Johansen cointegration, Granger causality	Turkey	2000-2009	They find the comovement of oil, energy stock prices, electricity index and causality between oil prices and electricity index.
Narayan and Narayan (2010)	Oil prices, Exchange rates, Stocks	Johansen cointegration, VECM	Vietnam	2000-2008	A relationship was found between oil prices, nominal exchange rates, and stock prices. Moreover, oil prices significantly and positively affected stock prices.
Ono (2011)	Oil prices, Real stock returns, Industrial production	VAR, Impulse-response functions, Variance decomposition	BRIC countries	1999-2009	According to the results, oil prices have significantly positive effect on real stock returns of China, India and Russia.
Toraman, Başarır and Bayramoğlu (2011)	Oil prices, ISE indexes	VECM, Granger causality, Impulse-response functions	Turkey	2009-2011	Results show that oil prices explain 16.40% of ISE 100. The most influenced index by oil prices is industrial, while the least influenced index is technology.
Berk and Aydoğan (2012)	Oil prices, ISE-100 CBOE volatility index	Structural VAR, VECM, ARCH, GARCH	Turkey	1990-2011	They find that changes in oil prices significantly affect ISE-100 between only 2008-2011.
Ünlü and Topçu (2012)	Oil prices, ISE-100	Johansen cointegration, Granger causality, VECM	Turkey	1990-2011	They found causality from oil to the stock market and positive effect of oil on the stock market.
Acaravcı and Reyhanoğlu (2013)	Oil and natural gas prices, ISE-100, Macroeconomic variables	Johansen cointegration, VECM, Impulse-response functions	Turkey	2001-2010	Results demonstrate that oil price shocks negatively impact ISE-100 while natural gas price shocks positively affect ISE-100.
Öztürk, Gümüş, Taşkın and Çağlı (2013)	Oil and natural gas prices, ISE manufacturing index, ISE chemical petrol plastic index	Engle-Granger and Gregory-Hansen cointegration tests	Turkey	1997-2009	Results show a cointegrated positive relation between oil prices, manufacturing and chemical petrol plastic indexes.
Şener, Yılancı and Tıraşoğlu (2013)	Oil prices, Stock returns	Hatemi-J and Irandoust cointegration test	Turkey	2002-2012	They find that rise in oil prices lowers stock prices, and there is a long-run relationship between oil prices and stock returns.
Yıldırım, Bayar and Kaya (2014)	Oil and natural gas prices,	Johansen-Juselius cointegration, Granger causality,	Turkey	1991-2013	They find long-run relation in three variables; oil prices to industrial index and the positive

	BIST industrial index	Regression			effect of oil and natural gas prices on the industrial index.
Abdioğlu and Değirmenci (2016)	Oil prices, Interest rate, Economic activity, Real stock returns	VAR, GARCH, Impulse-resonse functions, Variance decomposition, Granger causality	Turkey	1994-2013	They have found bi-directional causality between real oil prices and real stock returns and positive response of real stock returns to real oil prices.
Eyüboğlu and Eyüboğlu (2016)	Oil and natural gas prices, BIST industrial sub-indexes	Johansen cointegration, Granger causality, VECM	Turkey	2005-2015	Long-run relationship between oil, natural gas prices and sub-indexes and causality from oil to some sub-indexes is found.
Hu, Liu, Pan, Chen and Xia (2018)	Oil prices, Stock market	Structural VAR, Impulse-response functions, NARDL model	China	2004-2016	They reveal that oil demand shocks significantly negatively affect stock markets of China in short and long-run.
Tiwari, Jena, Mitra and Yoon (2018)	Oil prices, 13 non-oil and gas sector indices, Bombay Stock Exchange 30 shares sensitive index	Quantile regression, Granger causality	India	1999-2016	They find that oil price drops increase energy, material and IT sectors and that oil price change negatively affects the health sector in a bull market.
Vardar, Kurt-Gumus and Delice (2018)	Oil prices, BIST sub-sector indices	Johansen-Juselius cointegration, Granger causality, Impulse-response functions, Variance decomposition	Turkey	1997-2016	Cointegration between oil prices and indices of chemical petrol plastic, information technology, metal products machinery, SME industrial and insurance, and Granger causality from oil to some indices was revealed.
Waheed, Wei, Sarwar and Lv (2018)	Oil prices, Stock returns, Industry returns	GMM	Pakistan	1998-2014	Results show that oil price increases have a positive effect on stock returns.
Yıldırım, Erdoğan and Çevik (2018)	Oil prices, Stock market	Markov Switching-VAR model, Granger causality, Impulse-response functions	BRICS countries	1995-2016	Oil price shocks have a positive and significant effect on stock markets of all countries, excluding China.
Hamdi, Aloui, Alqahtani and Tiwari (2019)	Oil prices, Sectoral indexes	Quantile regression, Granger causality	GCC countries	2006-2017	Results show that all indexes are dependent on oil price volatility which positively affects energy, industrial, financial, basic materials, insurance, bank, oil/gas and transportation indexes in a high market.
Ordu-Akkaya and Sarı (2019)	Oil prices, BIST100 BIST banking index	Toda-Yamamoto causality test, Impulse-response functions	Turkey	2004-2016	They found Granger causality from oil to BIST100 and banking index which were both positively affected by oil price shocks.
Cevik, Cevik and Dibooglu (2020)	Oil prices, BIST100	EGARCH	Turkey	1990-2017	They find that oil prices have significantly affect BIST100 returns.
Polat (2020)	Oil prices and oil production, Stock market, The Kilian index	TVP-VAR, Impulse-response functions	Turkey	1988-2018	It is concluded that a positive oil price shock initially has a negative impact on BIST, while the impact turns into positive and then disappear in the long-run.

4. DATA

Brent crude oil, natural gas, and Borsa Istanbul sector indices were analyzed between 01.01.2007-31.10.2017 using daily data in this study. Data for Borsa Istanbul indices data were obtained from <https://finance.google.com> website, and crude oil and natural gas data were obtained from <https://www.eia.gov> website. Descriptive statistics of raw data of oil, natural gas and 17 Borsa Istanbul indices are presented in the table below.

Table 2. Descriptive Statistics

Codes	Variables	Mean	Standard deviation	Minimum	Maximum	Skewness	Kurtosis
Oil	Brent Crude Oil	81.112	27.553	26.010	143.950	-0.005	1.648
NGas	Natural Gas	4.299	2.070	1.490	13.310	1.733	6.255
XBANK	BIST BANKS	124088.704	30883.378	42089.760	199253.530	-0.502	2.998
XBLSM	BIST INF. TECHNOLOGY	12153.526	6405.489	2343.620	29447.400	0.717	2.772
XELKT	BIST ELECTRICITY	2968.113	778.880	1195.200	5129.280	0.625	2.979
XGIDA	BIST FOOD BEVERAGE	90873.294	33314.933	30903.400	144236.120	-0.330	1.630
XHOLD	BIST HOLDING AND INVESTMENT	50510.069	15829.119	14309.420	87480.400	-0.097	2.528
XKAGT	BIST WOOD PAPER PRINTING	34953.935	8915.730	13445.990	60957.060	-0.036	3.357
XKMYA	BIST CHEMICAL PETROL PLASTIC	44864.519	20657.356	11448.270	118153.690	1.066	4.120
XMANA	BIST BASIC METAL	79440.283	39036.609	23482.400	224230.800	1.265	4.440
XMESY	BIST METAL PRODUCTS MACH.	68344.322	38608.752	10060.330	160362.210	0.594	2.290
XU100	BIST 100	64751.266	18829.939	21228.270	110423.110	-0.125	2.601
XUHIZ	BIST SERVICES	43560.934	12939.325	17935.930	74381.170	-0.035	1.926
XULAS	BIST TRANSPORTATION	46979.848	28472.402	5560.090	108834.640	0.223	1.710
XUMAL	BIST FINANCIALS	90444.692	23517.562	29355.580	140622.300	-0.502	2.904
XUSIN	BIST INDUSTRIALS	58560.092	22797.210	16845.780	125433.370	0.434	2.838
XUTEK	BIST TECHNOLOGY	30559.192	25007.828	4045.840	137884.710	1.664	5.735
XUTUM	BIST ALL SHARES	64644.295	19236.036	21258.460	111304.380	-0.094	2.549
XYORT	BIST INVESTMENT TRUSTS	19726.991	4584.598	7130.460	30035.500	-0.806	3.218

Table 2 shows that the average oil price is 81.112 USD/barrel, the minimum value is 26.010 USD, the maximum value is 143.950 USD, and the standard deviation is 27.553 USD. The skewness of oil is -0.0005 – it is very close to the 0. That is, its distribution is a normal distribution. Skewness is a measure of symmetry, and the kurtosis is the measure of whether the data are heavily tailed or light-tailed relative to the normal distribution. If the data sets have high kurtosis value, it tends to have heavy tails and if the kurtosis value is low, it tends to have light tails. The skewness value for a normal distribution is near zero. The negative skewness value indicates that the data skewed to the left and the positive value indicates skewed to the right. The natural gas average price is 4.299 USD, the minimum value is 1.490 USD, the maximum value is 13.310 USD, and the standard deviation of natural gas is 2.070 USD. The skewness (1.733) and kurtosis (6.255) values show that natural gas prices are not normally distributed. For all sample, the skewness values change among -0.005 and 1.733, and the kurtosis values are changing among 1.630 and 6.255. BIST 100 index value change among 21228.270 and 110423.110 for the study time frames. Moreover, the average value and the standard deviation of BIST100 is 64751.266 and 18829.939 respectively. These values show the volatility of Borsa Istanbul for the studied time frame. Simultaneously, the skewness of BIST 100 is so close to 0 (-0.125) and the kurtosis of BIST 100 is 2.601. According to the skewness and the kurtosis values, we can say BIST100 symmetrically distributed.

5. ANALYSIS AND RESULTS

5.1. Unit Root Tests

In the case of working with time series, the stability of the data should be tested via unit root tests. In this study, ADF (Augmented Dickey-Fuller) and PP (Phillips-Perron) unit root tests were used. While the model's critical value with the trend is -3.960 for 1% significance level, the critical value without trend is -3.430. AIC (Akaike Information Criterion), HQIC (Hannan-Quinn Information Criterion), and SBIC (Schwarz Bayesian Information Criterion) were taken into consideration in selecting the lag length of the variables. The null hypothesis states that the model has a unit root, whereas the alternative hypothesis states that the model does not have a unit root; in other words, it is stationary.

Table 3 shows the t-statistic values and the lag lengths of models with and without trend at level – I(0) obtained by ADF and PP unit root tests. According to test results, the null hypothesis could not be rejected for all variables meaning that the data were not stationary at both with and without trend model; that is to say, they had a unit root.

Table 3. ADF and PP Results - I(0)

Variables	ADF		PP		Lag Length
	No Trend t-statistics	Trend t-statistics	No Trend t-statistics	Trend t-statistics	
Oil	-1.707	-2.155	-1.680	-2.131	1
NGas	-2.176	-3.070	-2.326	-3.451	3
XBANK	-2.022	-2.599	-2.002	-2.604	1
XBLSM	-0.162	-1.818	-0.112	-1.888	2
XELKT	-2.727	-2.716	-2.445	-2.437	4
XGIDA	-1.425	-1.907	-1.445	-1.916	1
XHOLD	-1.035	-2.318	-0.948	-2.308	2
XKAGT	-1.128	-2.077	-1.034	-2.025	4
XKMYA	-0.148	-1.969	-0.155	-2.025	4
XMANA	-0.596	-2.114	-0.554	-2.074	2
XMESY	-0.217	-1.975	-0.149	-1.975	2
XU100	-1.179	-2.357	-1.142	-2.341	1
XUHIZ	-1.297	-2.835	-1.291	-2.836	1
XULAS	-0.927	-1.654	-0.894	-1.598	2
XUMAL	-1.661	-2.462	-1.625	-2.453	1
XUSIN	-0.374	-2.038	-0.289	-1.981	2
XUTEK	1.126	-1.499	1.205	-1.595	2
XUTUM	-1.087	-2.329	-1.048	-2.313	1
XYORT	-1.030	-2.052	-1.017	-2.086	1

Note: The null hypothesis for the ADF (Augmented Dickey–Fuller) is “series contain a unit root”. Null hypothesis for PP (Phillips–Perron) is “time series is integrated of order 1”. The alternative is that a stationary process generated the variable. PP uses Newey–West (1987) standard errors to

account for serial correlation, whereas the ADF test implemented in Dickey-Fuller uses additional lags of the first differenced variable.

The first difference of the data with a unit root was taken to make the data stationary, and the same tests were applied again. According to the results, the null hypothesis was rejected because of the t-statistic values of both with and without trend models. As shown in Table 4, it was lower than the critical value for all data, and it was concluded that all data were stationary, which means the data has no unit root.

Table 4. ADF and PP Results - I(1)

Variables	ADF		PP		Lag Length
	No Trend t-statistics	Trend t-statistics	No Trend t-statistics	Trend t-statistics	
Oil	-49.409*	-49.413*	-49.409*	-49.413*	0
NGas	-33.870*	-33.864*	-48.421*	-48.411*	2
XBANK	-51.621*	-51.612*	-51.621*	-51.612*	0
XBLSM	-36.061*	-36.071*	-47.706*	-47.714*	1
XELKT	-24.496*	-24.498*	-47.685*	-47.679*	3
XGIDA	-25.334*	-25.344*	-51.512*	-51.509*	4
XHOLD	-34.747*	-34.744*	-48.550*	-48.545*	1
XKAGT	-24.463*	-24.472*	-49.768*	-49.770*	3
XKMYA	-29.233*	-29.239*	-48.561*	-48.563*	2
XMANA	-35.442*	-35.441*	-47.964*	-47.960*	1
XMESY	-34.473*	-34.477*	-48.041*	-48.043*	1
XU100	-50.532*	-50.523*	-50.532*	-50.523*	0
XUHIZ	-51.354*	-51.345*	-51.354*	-51.345*	0
XULAS	-34.410*	-34.404*	-48.490*	-48.481*	1
XUMAL	-50.797*	-50.787*	-50.797*	-50.787*	0
XUSIN	-34.478*	-34.478*	-48.251*	-48.249*	1
XUTEK	-22.396*	-22.472*	-48.607*	-48.659*	4
XUTUM	-50.471*	-50.462*	-50.471*	-50.462*	0
XYORT	-51.442*	-51.437*	-51.442*	-51.437*	0

Note: * shows significance level at %1.

When the data is stationary, the next step is to apply cointegration tests to see whether there is a relationship between variables or not. When there is a cointegration relationship, VECM could be applied to examine the short-term relationship. On the other hand, if there is no cointegration relationship, the VAR model is applied.

5.2. VAR and Causality Test

To examine relationships between energy prices (oil and natural gas) and Borsa Istanbul indices, VAR based Johansen cointegration test and VAR model should be applied. The model as follows:

$$X_{l,t} = a_0 + \sum_{i=1}^p a_{1i}X_{l,t-i} + \sum_{j=1}^p a_{2j}Oil_{l,t-j} + \sum_{k=1}^p a_{3k}NGas_{l,t-k} + \varepsilon_{lt}$$

Where $l=1, 2, \dots, 17$ (1=XBANK, 2=XBLSM, ..., 17=XYORT) for each l , p is maximum lag length, a are coefficients of independent variables, i, j and k are lags of independent variables, ε is the error term, Oil and NGas are oil and natural gas prices.

While the Johansen Cointegration test is applied to the series, the fact that the trace statistics are higher than the significance level allows the rejection of the null hypothesis that there is no long-term relationship between series. This section investigated the long-term relationship between oil and natural gas with each Borsa Istanbul indices. According to the results of the analysis, the null hypothesis failed to be rejected for all models. Therefore, no cointegrated relationship between oil and natural gas with Borsa Istanbul indices was found at a 1% significance level.

After no cointegrated relationship was found, the VAR test was applied at 5% significance level to test whether there was a short-term relationship in models that were not cointegrated. The null hypothesis shows that there is no short-term relationship between the variables. The results are shown in Table 5.

Table 5. VAR Results

	Lag length	Coefficients (z-value)			
		Dependent Variable	Oil	NGas	Constant
XBANK (-1)	2	-0.0108387 (-0.54)	0.0062176 (0.31)	0.0235322** (2.12)	0.0003135 (0.72)
XBANK (-2)		0.0034499 (0.17)	0.0007576 (0.04)	-0.014593 (-1.31)	
XBLSM (-1)	2	0.0737807*** (3.74)	-0.0071737 (-0.43)	-0.0006409 (-0.07)	0.0005618 (1.54)
XBLSM (-2)		-0.0352974* (-1.79)	0.0234919 (1.42)	-0.0161794* (-1.75)	
XELKT (-1)	3	0.0694777*** (3.52)	0.0179191 (0.97)	0.0077728 (0.74)	0.0002933 (0.72)
XELKT (-2)		-0.059692*** (-3.02)	0.0202349 (1.09)	-0.0135526 (-1.31)	
XELKT (-3)		0.0583903*** (2.96)	0.0250375 (1.35)	0.0146611 (1.39)	
XGIDA (-1)	4	-0.0116528 (-0.59)	0.0129127 (0.87)	0.0134074 (1.59)	0.0005056 (1.56)
XGIDA (-2)		-0.0339635* (-1.72)	0.0362875** (2.45)	0.0010177 (0.12)	
XGIDA (-3)		-0.0261458 (-1.33)	0.0253436* (1.71)	0.0053707 (0.64)	
XGIDA (-4)		-0.0745743*** (-3.79)	-0.0275543* (-1.86)	0.0135143 (1.61)	
XHOLD (-1)	2	0.0447854** (2.23)	0.0194552 (1.21)	0.0123815 (1.4)	0.0003281 (0.94)
XHOLD (-2)		0.0127333 (0.63)	0.0053442 (0.33)	-0.0011214 (-0.13)	
XKAGT (-1)	3	0.0257885 (1.3)	0.0080382 (0.52)	0.0024746 (0.29)	0.0002713 (0.81)
XKAGT (-2)		-0.007333 (-0.36)	0.0141433 (0.87)	-0.0024654 (-0.24)	

		(-0.37)	(0.92)	(-0.29)	
XKAGT (-3)		0.0372371* (1.88)	0.0125069 (0.81)	0.01566* (1.81)	
XKMYA (-1)	3	0.0372091* (1.86)	0.041861*** (2.74)	0.0131631 (1.54)	0.0006483* (1.95)
XKMYA (-2)		0.0384177* (1.92)	0.0227605 (1.49)	-0.0112696 (-1.34)	
XKMYA (-3)		-0.0441242** (-2.21)	0.0170184 (1.11)	0.0084707 (0.99)	
XMANA (-1)	2	0.0558753*** (2.78)	0.0370248* (1.96)	0.0104043 (1)	0.0007085* (1.73)
XMANA (-2)		-0.0132705 (-0.66)	0.0061741 (0.33)	-0.016483 (-1.59)	
XMESY (-1)	2	0.0541396*** (2.71)	0.0222902 (1.45)	0.0106186 (1.25)	0.0005756* (1.72)
XMESY (-2)		0.0127664 (0.64)	0.0141735 (0.92)	-0.007963 (-0.94)	
XU100 (-1)	2	0.0072279 (0.36)	0.0131308 (0.86)	0.0164894* (1.96)	0.000407 (1.23)
XU100 (-2)		0.0094103 (0.47)	0.0070371 (0.46)	-0.007558 (-0.9)	
XUHIZ (-1)	3	-0.0083568 (-0.42)	0.0110969 (0.88)	0.0116871 (1.64)	0.0004948* (1.8)
XUHIZ (-2)		-0.0144846 (-0.73)	0.0126834 (1)	-0.0010834 (-0.15)	
XUHIZ (-3)		-0.0055779 (-0.28)	0.0040471 (0.32)	0.0057148 (0.8)	
XULAS (-1)	2	0.052019*** (2.65)	0.0091845 (0.47)	0.0218825** (1.99)	0.0008079* (1.86)
XULAS (-2)		0.0209123 (1.07)	0.0149733 (0.76)	-0.0075987 (-0.69)	
XUMAL (-1)	2	0.0039973 (0.2)	0.0090923 (0.5)	0.0200178** (2.01)	0.0003217 (0.82)
XUMAL (-2)		0.0112622 (0.56)	-0.0000514 (0)	-0.0101509 (-1.02)	
XUSIN (-1)	2	0.0457661** (2.27)	0.0252169** (1.98)	0.0107011 (1.54)	0.0005155* (1.88)
XUSIN (-2)		0.0133588 (0.66)	0.013732 (1.08)	-0.0071025 (-1.02)	
XUTEK (-1)	2	0.0516087*** (2.61)	0.0018058 (0.11)	-0.0027015 (-0.31)	0.0009749*** (2.82)
XUTEK (-2)		-0.0162451 (-0.82)	0.0144766 (0.92)	-0.0062945 (-0.72)	
XUTUM (-1)	2	0.0077601 (0.39)	0.0139437 (0.94)	0.0159363** (1.97)	0.00042 (1.32)
XUTUM (-2)		0.0096183 (0.48)	0.006625 (0.45)	-0.0072185 (-0.89)	
XYORT (-1)	3	-0.0096271 (-0.48)	0.0116902 (0.9)	0.0085678 (1.16)	0.0002372 (0.83)
XYORT (-2)		0.0093884 (0.47)	-0.0114543 (-0.88)	-0.0038685 (-0.53)	
XYORT (-3)		0.0186047 (0.04)	0.0267635** (2.05)	0.0036038 (0.49)	

Note: ***, ** and * denotes significance at the %1, %5 and %10 level, respectively.

Usage areas of natural gas are more comprehensive than that of petroleum. Especially for some countries – like Turkey- natural gas is the main electricity production source and used in industry or housing heating. Accordingly, it is assumed that natural gas affects various industries. Therefore, the causality between natural gas, oil, and sectoral indices was examined. According to the results obtained by VAR analysis, the null hypothesis, which claims there are no relationships between Banks,

Financials, All Shares and Transportation Indices, and natural gas are rejected. Consequently, the first lag of natural gas has a positive effect on Banks, Financials, All Shares, and Transportation Indices, while it has no statistically significant effect on the other indices. Furthermore, natural gas prices do not have a negative effect on the Borsa Istanbul Index. On the other hand, because of the rejection of the null hypothesis considering z values, oil price changes are concluded to positively affect Food Beverage, Chemical Petrol Plastic, Industrials and Investment Trusts Indices. Like natural gas, oil does not negatively affect any indices.

At the beginning of this study, we started by assuming that energy prices affected the stock market. The effect of energy prices on stock market indices or stock market prices has been studied for different time frames, different countries, and stock markets. As a result of these studies, the authors reached similar results with different methodologies. In this study, we used the causality test to examine the causalities between variables. The causality relationship between the variables was tested by Granger causality analysis at 5% significance level. According to this analysis, the null hypothesis states that there is no causal relationship between the variables. Granger causality test results can be seen in Table 5.

Table 5. Granger Causality Test Results

	Lag Length	Oil	NGas	Joint
		χ^2 (p-value)	χ^2 (p-value)	χ^2 (p-value)
XBANK	2	0.09743 (0.952)	5.9267 (0.052)	6.2203 (0.183)
XBLSM	2	2.1517 (0.341)	3.0792 (0.214)	4.757 (0.313)
XELKT	3	4.0327 (0.258)	3.6232 (0.305)	7.9908 (0.239)
XGIDA	4	13.509 (0.009)	5.1241 (0.275)	18.819 (0.016)
XHOLD	2	1.5843 (0.453)	1.9633 (0.375)	3.9959 (0.407)
XKAGT	3	1.8544 (0.603)	3.3 (0.348)	5.6013 (0.469)
XKMYA	3	11.031 (0.012)	4.338 (0.227)	16.325 (0.012)
XMANA	2	3.9744 (0.137)	3.3638 (0.186)	7.689 (0.104)
XMESY	2	3.0123 (0.222)	2.3328 (0.311)	5.6672 (0.225)
XU100	2	0.96209 (0.618)	4.4844 (0.106)	5.8473 (0.211)
XUHIZ	3	1.9393 (0.585)	2.9705 (0.396)	5.453 (0.487)
XULAS	2	0.82776 (0.661)	4.2949 (0.117)	5.3574 (0.253)
XUMAL	2	0.25291 (0.881)	4.8866 (0.087)	5.414 (0.247)
XUSIN	2	5.1379 (0.077)	3.2436 (0.198)	8.9957 (0.061)
XUTEK	2	0.87114 (0.647)	0.63848 (0.727)	1.3519 (0.853)
XUTUM	2	1.1129	4.5035	6.0597

		(0.573)	(0.105)	(0.195)
XYORT	3	5.6241 (0.131)	1.636 (0.651)	7.7613 (0.256)

Considering the Granger causality analysis results, which was applied together with the VAR model, as can be seen in Figure 1, oil Granger causes natural gas, Chemical Petrol Plastic Indice, and Food Beverage Indice while natural gas does not granger cause any indices. On the other hand, Figure 2 shows variables that Granger cause natural gas, while Figure 3 indicates that oil and natural gas jointly Granger cause Food Beverage and Chemical Petrol Plastic Indices.

Figure 1. Variables that Oil and Natural Gas Granger Cause

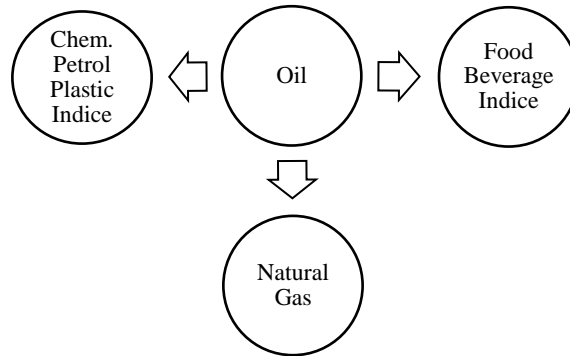


Figure 2. Variables that Granger Cause Natural Gas

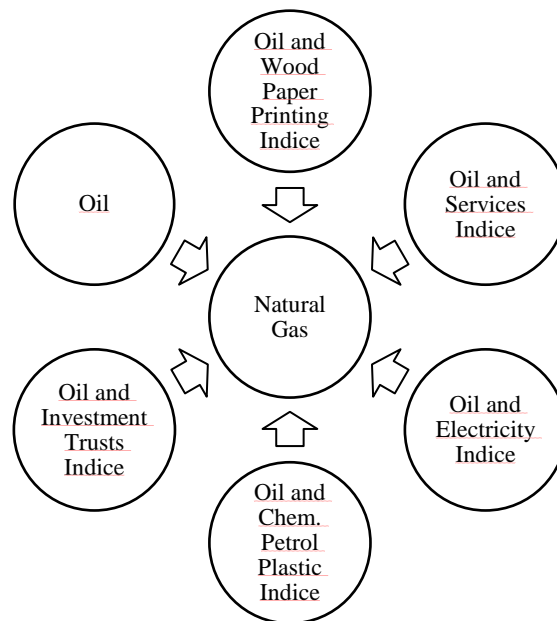
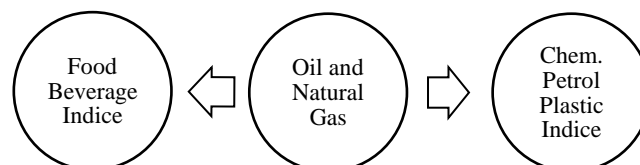


Figure 3. Variables that Oil and Natural Gas Jointly Granger Cause



5.3. Impulse-Response Functions

Impulse-response functions that measure the effect of shock applied to each variable in the VAR model on the dependent variable can be seen in Appendix 1. Accordingly, a vast majority of the impact of oil on indices is positive, while the impact of natural gas on indices is both negative and positive. The negative impact of oil is less and shorter term than that of natural gas. The effects of both oil and natural gas on the indices are observed in the second or third day and peaked during these days. After these days, the effects are gradually diminished and finally absorbed. The response of Banks, Technology, Holding, Basic Metal, Metal Products, BIST 100, Transportation, Financials, Industrials, and all indices to oil prices changes is not continuing after four periods. Other indices' response to oil prices continues after the fourth period. Nevertheless, the response of all indices to natural gas price after fourth periods continue.

6. CONCLUSIONS

The purpose of this study is to investigate whether there is a relationship between energy prices (oil and natural gas) and Borsa Istanbul indices as energy prices are significant for the economy and stock market of Turkey being an energy importer. Since energy is used in a bulk of different areas such as raw materials in industry, lightening, heating, fuel, all people in the country and investors around the world may be affected differently by the volatility in energy prices. 17 Borsa Istanbul indices were analyzed measuring the changes in oil and natural gas prices on the stock market. Short-term and long-term relationships were examined for the dates between 01.01.2007-31.10.2017.

First of all, ADF and PP tests were applied to the data of which logarithms were taken. It was concluded that the data were not stationary at the level. After the first differences of the data were taken, the data became stationary. After this step, the Johansen Cointegration test was applied. It was concluded that there was no long term relationship between oil, natural gas, and Borsa Istanbul indices; in other words, variables did not have cointegrated relations. Therefore, the VECM (Vector Error Correction Model) could not be applied in case of a cointegrated relationship.

VAR model used to test the existence of short-term relationships between the time series in case there is no long term relationship, was applied together with the Granger causality test. VAR results suggest that oil affects Food Beverage, Chemical Petrol Plastic, Industrials and Investment Trusts Indices while natural gas affects Banks, Financials, All Shares and Transportation Indices. Surprisingly, these effects are all positive, meaning that these indices tend to rise when energy prices rise. Considering Granger causality test results, oil Granger causes natural gas, Chem. Petrol Plastic Indice and Food Beverage Indice, while natural gas does not Granger cause any indices.

On the other hand, oil and natural gas jointly Granger cause Petrol Plastic Indice and Food Beverage Indice. The fact that oil Granger causes Petrol Plastic Indice seems reasonable as oil is used

widely in the petrol and plastic industry. That oil Granger causes Food Beverage Indice is surprising because there is no direct connection between oil and this indice. However, an unexpected situation that oil or natural gas does not Granger causes Transportation Indice even if both energy resources are commonly used in the transportation industry. Impulse-response functions show that oil affects indices positively, while the effect of natural gas is both positive and negative. However, the effect of oil and natural gas on indices is briefly.

That the effect of energy price increases is mostly positive may be due to the fact that firms exceedingly reflect the increase in energy costs to products, thus attracting investors by making more profits. Another implication could be that investors who make profit from oil price increases sell their positions and buy stocks, hence causing stock prices to go up.

Considering Borsa Istanbul, the results of this study are similar to those of Çelik and Çetin (2007), Eryiğit (2009), Ünlü and Topçu (2012), Toraman et al., (2011), Berk and Aydoğan (2012), Öztürk et al., (2013), Yıldırım et al., (2014), Abdioğlu and Değirmenci (2016), Eyüboğlu and Eyüboğlu (2016), Vardar et al., (2018), Ordu-Akkaya and Sarı (2019), Cevik et al., (2020). But the results contradict those of Güler et al., (2010), Şener et al., (2013), Polat (2020). This study also corresponds to the results of Acaravcı and Reyhanoğlu (2013) in terms of natural gas, but not in terms of oil.

When studies that examine stock markets apart from Borsa Istanbul are searched, the present study is consistent with the findings of Huang et al., (1996), Faff and Brailsford (1999), Huang et al., (2005), Apergis and Miller (2009), Narayan and Narayan (2010), Ono (2011), Chortareas and Noikokyris (2014), Jammazi et al., (2017), Waheed et al., (2018), Bagirov and Mateus (2019), Hamdi et al., (2019), Thorbecke (2019) while contradicts with the results of Maghyreh (2006), Cong et al., (2008), Malik and Ewing (2009), Narayan and Sharma (2011), Hu et al., (2018), Tiwari et al., (2018), Sakaki (2019).

Oil and natural gas, being scarce resources, are vital because of their areas of usage. As Turkey, which is a developing country, imports most of its raw material and energy needs, the fluctuations in energy prices may influence everybody in the country and investors inclined to invest in Turkey. Therefore, it is crucial to study the effect of these energy resources on Borsa Istanbul and Turkey.

This study helps conclude that energy prices affect some of Borsa Istanbul indices. That this effect is positive for both oil and natural gas, will be helpful for investors and shareholders. Accordingly, investors can take long positions in the stock market, even if energy prices rise. In this period of time, investors raise their returns. However, this investment is not well-diversified as stock prices should fall when energy prices decrease. In this case, investors may take short positions in stocks to return from energy price decreases.

For further studies, macroeconomic variables and exchange rates could be investigated to see whether energy prices affect the overall economy. This study includes only Borsa Istanbul indices. If each company that is directly related to energy resources is investigated, better results can be presented. Moreover, other energy resources and commodities can be included in studies.

REFERENCES

- Abdioğlu, Z., and Değirmenci, N. (2016). Petrol fiyatı şoklarının hisse senedi getirileri üzerindeki etkileri. *TISK Academy/TISK Akademi*, 11(22), 330-351.
- Acaravcı, S. K., and Reyhanoğlu, İ. (2013). Enerji fiyatları ve hisse senedi getirileri: Türkiye ekonomisi için bir uygulama. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 94-110.
- Apergis, N., and Miller, S. M. (2009). Do structural oil-market shocks affect stock prices?. *Energy Economics*, 31(4), 569-575.
- Bagirov, M., and Mateus, C. (2019). Oil prices, stock markets and firm performance: Evidence from Europe. *International Review of Economics and Finance*, 61, 270-288.
- Basher, S. A., and Sadorsky, P. (2006). Oil price risk and emerging stock markets. *Global Finance Journal*, 17(2), 224-251.
- Bastianin, A., Conti, F., and Manera, M. (2016). The impacts of oil price shocks on stock market volatility: Evidence from the G7 countries. *Energy Policy*, 98, 160-169.
- Bayraç, H. N. (2005). Uluslararası petrol piyasasının ekonomik analizi. *Finans-Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 499(42), 6-20
- Brown, S. P. A., Yucel, M. K., and Thompson, J. (2003). Business cycles: The role of energy prices. Federal Reserve Bank of Dallas, Research Department.
- Cevik, N. K., Cevik, E. I., and Dibooglu, S. (2020). Oil prices, stock market returns and volatility spillovers: Evidence from Turkey. *Journal of Policy Modeling* 42, 597-614.
- Chortareas, G., and Noikokyris, E. (2014). Oil shocks, stock market prices, and the US dividend yield decomposition. *International Review of Economics and Finance*, 29, 639-649.
- Cong, R. G., Wei, Y. M., Jiao, J. L., and Fan, Y. (2008). Relationships between oil price shocks and stock market: an empirical analysis from china. *Energy Policy*, 36(9), 3544-3553.
- Çelik, T., and Çetin, A. (2007). Petrol fiyatlarının makroekonomik etkileri: Türkiye ekonomisi için ampirik bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 10(1-2), 97-116.

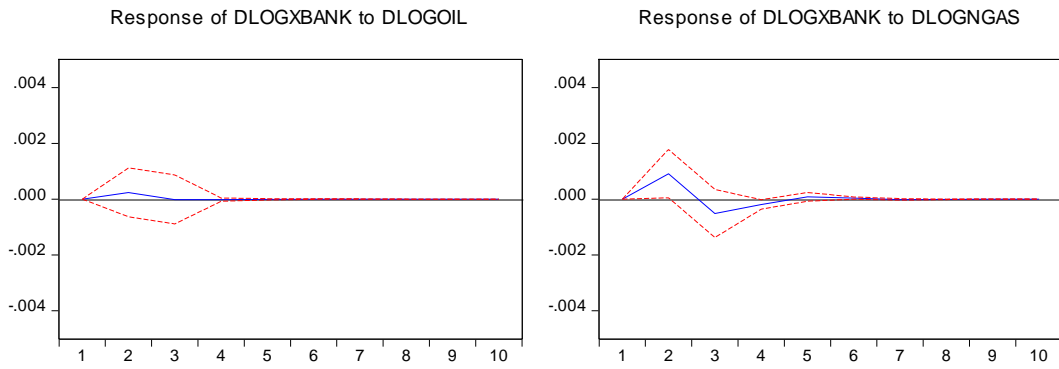
- Doroodian, K., and Boyd, R. (2003). The linkage between oil price shocks and economic growth with inflation in the presence of technological advances: a CGE model. *Energy Policy*, 31(10), 989-1006.
- Eryiğit, M. (2009). Effects of Oil price changes on the sector indices of Istanbul stock exchange. *International Research Journal of Finance and Economics*, 25(2), 209-216.
- Eyüboğlu, K., and Eyüboğlu, S. (2016). Doğal gaz ve petrol fiyatları ile BIST Sanayi Sektörü endeksleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Yasar University*, 11(42).
- Faff, R. W., and Brailsford, T. J. (1999). Oil price risk and the Australian stock market. *Journal of Energy Finance and Development*, 4(1), 69-87.
- Firuzan, E. (2010). Türkiye petrol fiyatları oynaklığının modellenmesi. *Ekonometri ve İstatistik e-Dergisi*, 12, 1-17.
- Güler, S., Tunç, R., and Orçun, Ç. (2010). Petrol fiyat riski ve hisse senedi fiyatları arasındaki ilişkinin belirlenmesi: Türkiye’de enerji sektörü üzerinde bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(4), 297-315.
- Hamdi, B., Aloui, M., Alqahtani, F., and Tiwari, A. (2019). Relationship between the oil price volatility and sectoral stock markets in oil-exporting economies: Evidence from wavelet nonlinear denoised based quantile and Granger-causality analysis. *Energy Economics*, 80, 536-552.
- Hamilton, J. D. (2003). What is an oil shock?. *Journal of Econometrics*, 113(2), 363-398.
- Henriques, I., and Sadorsky, P. (2008). Oil prices and the stock prices of alternative energy companies. *Energy Economics*, 30(3), 998-1010.
- Hu, C., Liu, X., Pan, B., Chen, B., and Xia, X. (2018). Asymmetric impact of oil price shock on stock market in China: A combination analysis based on SVAR model and NARDL model. *Emerging Markets Finance and Trade*, 54(8), 1693-1705.
- Huang, B. N., Hwang, M. J., and Peng, H. P. (2005). The asymmetry of the impact of oil price shocks on economic activities: an application of the multivariate threshold model. *Energy Economics*, 27(3), 455-476.
- Huang, R. D., Masulis, R. W., and Stoll, H. R. (1996). Energy shocks and financial markets. *Journal of Futures Markets: Futures, Options, and Other Derivative Products*, 16(1), 1-27.
- Jammazi, R., Ferrer, R., Jareño, F., and Shahzad, S. J. H. (2017). Time-varying causality between crude oil and stock markets: What can we learn from a multiscale perspective?. *International Review of Economics and Finance*, 49, 453-483.

- Jones, D. W., Leiby, P. N., and Paik, I. K. (2004). Oil price shocks and the macroeconomy: what has been learned since 1996. *The Energy Journal*, 25(2).
- Kilian, L., and Park, C. (2009). The impact of oil price shocks on the US stock market. *International Economic Review*, 50(4), 1267-1287.
- Lee, K., and Ni, S. (2002). On the dynamic effects of oil price shocks: a study using industry level data. *Journal of Monetary Economics*, 49(4), 823-852.
- Maghyreh, A. (2006). *Oil price shocks and emerging stock markets: A generalized VAR approach. Global Stock Markets and Portfolio Management* (55-68). Palgrave Macmillan, London.
- Malik, F., and Ewing, B. T. (2009). Volatility transmission between oil prices and equity sector returns. *International Review of Financial Analysis*, 3(18), 95-100.
- Nandha, M., and Faff, R. (2008). Does oil move equity prices? a global view. *Energy Economics*, 30(3), 986-997.
- Narayan, P. K., and Narayan, S. (2010). Modelling the impact of oil prices on vietnam's stock prices. *Applied Energy*, 87(1), 356-361.
- Narayan, P. K., and Sharma, S. S. (2011). New evidence on oil price and firm returns. *Journal of Banking and Finance*, 35(12), 3253-3262.
- Ono, S. (2011). Oil price shocks and stock markets in BRICs. *The European Journal of Comparative Economics*, 8(1), 29-45.
- Ordu-Akkaya, B. M., and Soytas, U. (2020). Unconventional monetary policy and financialization of commodities. *The North American Journal of Economics and Finance*, 51, 100902.
- Öztürk, M. B., Gümüş, G. K., Taşkın, F. D., and Çağlı, E. Ç. (2013). Petrol ve doğalgaz fiyatları ile imalat ve kimya-petrol-plastik sektörlerinin endeksleri arasındaki ilişki. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 64.
- Polat, O. (2020). Time-varying propagations between oil market shocks and a stock market: evidence from turkey. *Borsa Istanbul Review*, 20(3), 236-243.
- Ratti, R. A., and Hasan, M. Z. (2013). Oil price shocks and volatility in australian stock returns. *Economic Record*, 89, 67-83.
- Sakaki, H. (2019). Oil price shocks and the equity market: Evidence for the sandp 500 sectoral indices. *Research in International Business and Finance*, 49, 137-155.

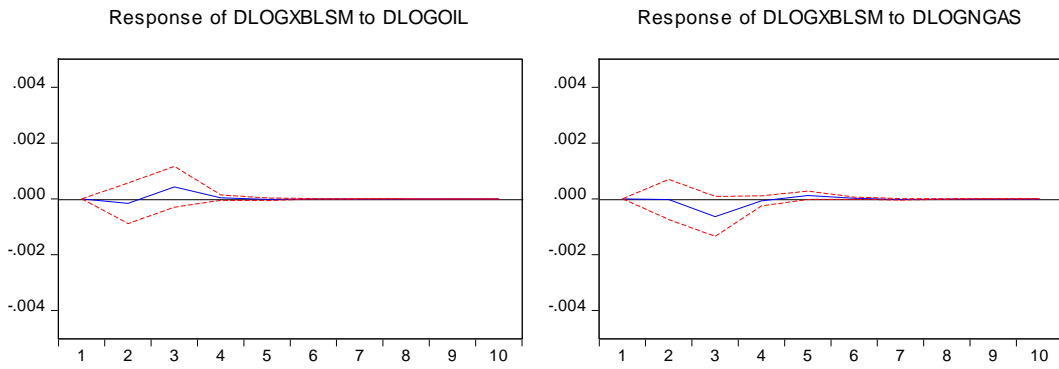
- Şener, S., Yılcı, V., and Tıraşoğlu, M. (2013). Petrol fiyatları ile borsa istanbul'un kapanış fiyatları arasındaki saklı ilişkinin analizi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 26, 231-248.
- Thorbecke, W. (2019). Oil prices and the Us economy: evidence from the stock market. *Journal of Macroeconomics*, 61, 103137.
- Tiwari, A. K., Jena, S. K., Mitra, A., and Yoon, S. M. (2018). Impact of oil price risk on sectoral equity markets: implications on portfolio management. *Energy Economics*, 72, 120-134.
- Toraman, C., Basarir, C., and Bayramoglu, M. F. (2011). Effects of crude oil price changes on sector indices of Istanbul stock exchange. *European Journal of Economic and Political Studies*, 4(2), 109-124.
- Ünlü, U., and Topçu, M. (2012). Do oil prices directly affect stock markets: evidence from istanbul stock exchange. *İktisat İşletme ve Finans*, 27(319), 75-88.
- Vardar, G., Kurt-Gumus, G., and Delice, M. E. (2018). The impact of oil price shocks on sector indices: evidence from borsa istanbul. *Business and Economics Research Journal*, 9(2), 271-289.
- Waheed, R., Wei, C., Sarwar, S., and Lv, Y. (2018). Impact of oil prices on firm stock return: industry-wise analysis. *Empirical Economics*, 55(2), 765-780.
- Yıldırım, D. Ç., Erdoğan, S., and Çevik, E. İ. (2018). Regime-dependent effect of crude oil price on brics stock markets. *Emerging Markets Finance and Trade*, 54(8), 1706-1719.
- Yıldırım, E. (2016). Enerji fiyat şoklarının hisse senedi piyasasına etkisi: bist örneğinde asimetric nedensellik ve etki-tepki analizi kanıtları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 30, 187-200.
- Yıldırım, M., Bayar, Y., and Kaya, A. (2014). Enerji fiyatlarının sanayi sektörü hisse senedi fiyatları üzerindeki etkisi: borsa İstanbul sanayi sektörü şirketleri. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 62, 93-108.

APPENDIX (IMPULSE-RESPONSE FUNCTIONS)

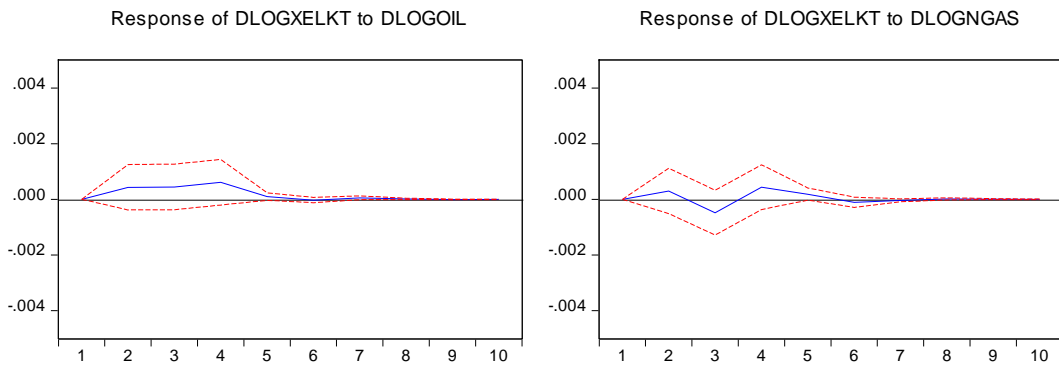
XBANK



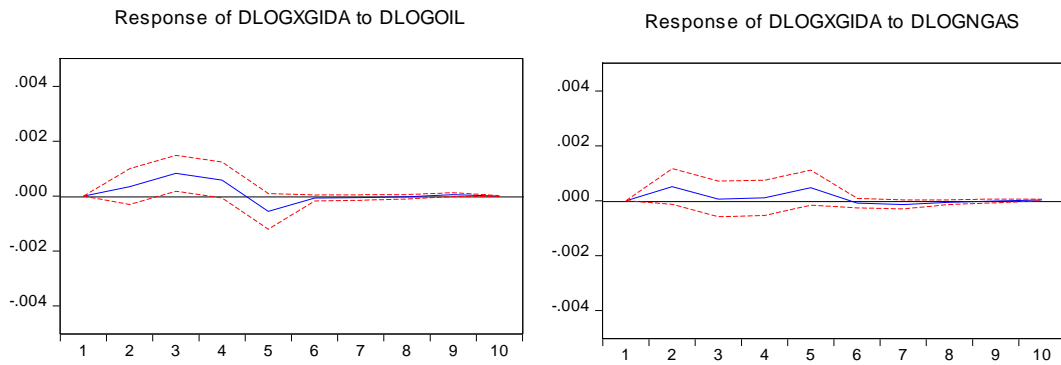
XBLSM



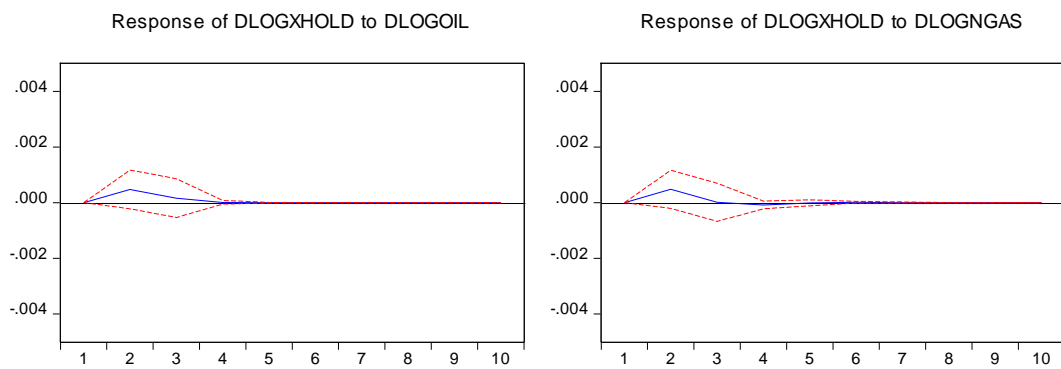
XELKT



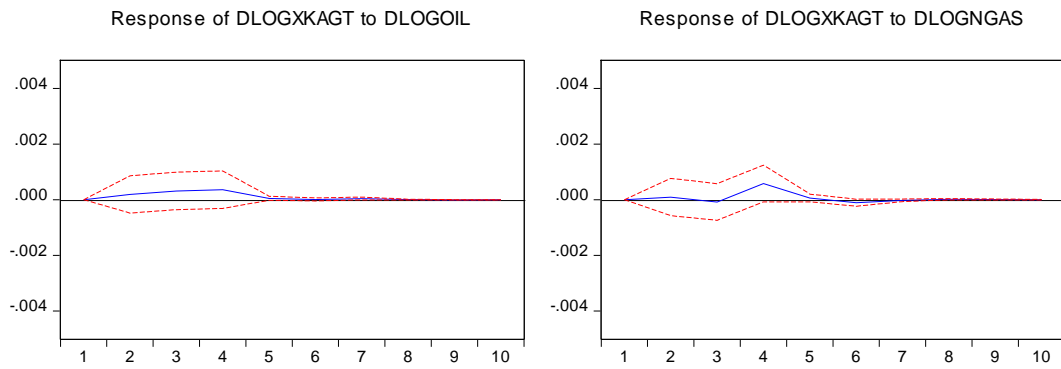
XGIDA



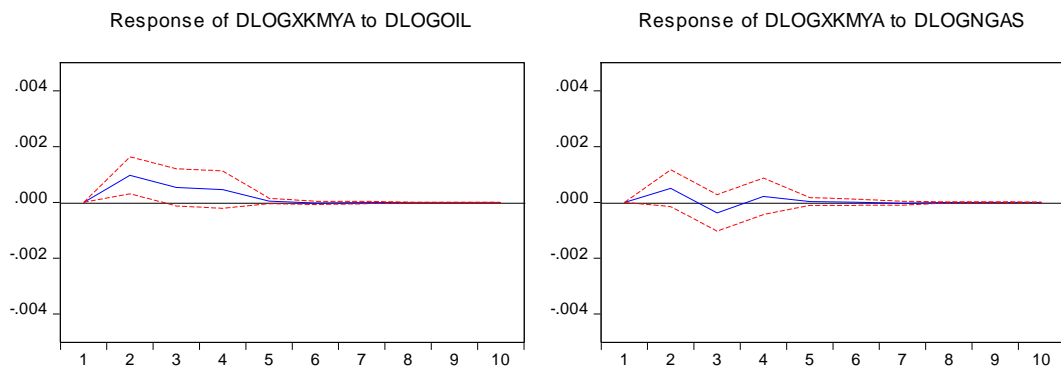
XHOLD



XKAGT

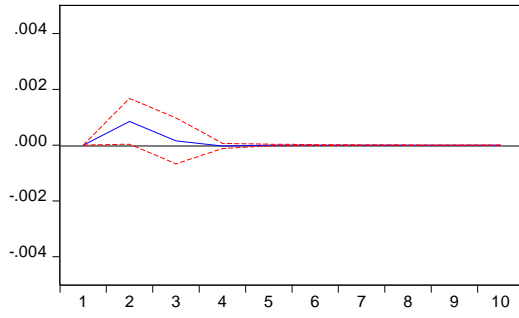


XKMYA

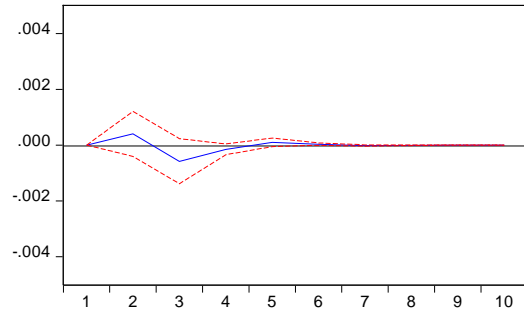


XMANA

Response of DLOGXMANA to DLOGOIL

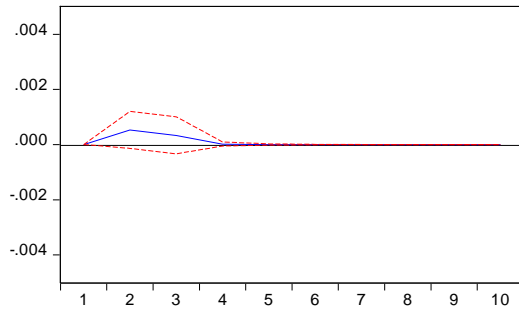


Response of DLOGXMANA to DLOGNGAS

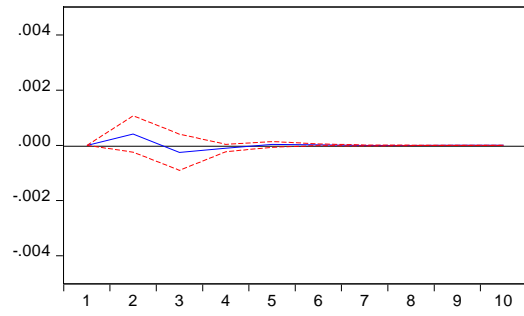


XMESY

Response of DLOGXMESY to DLOGOIL

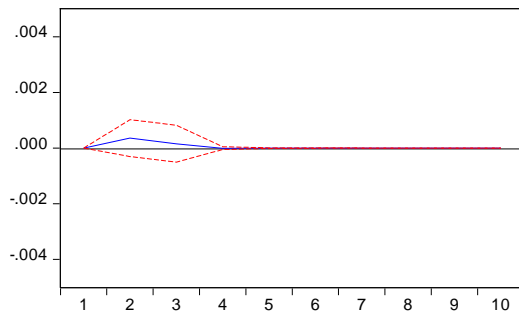


Response of DLOGXMESY to DLOGNGAS

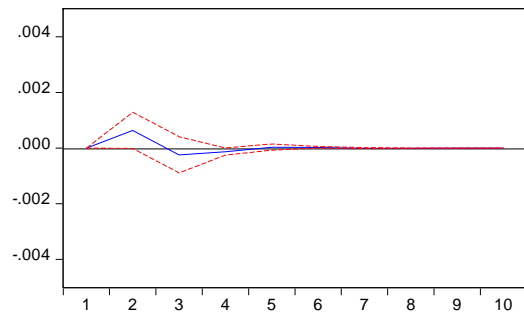


XU100

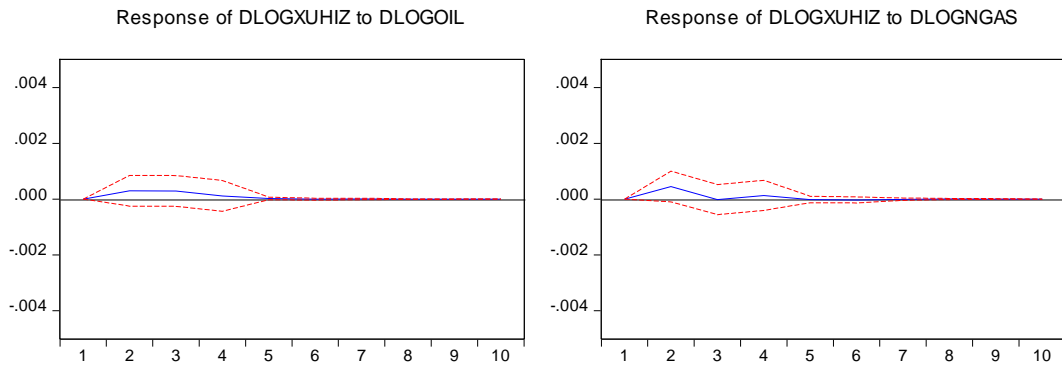
Response of DLOGXU100 to DLOGOIL



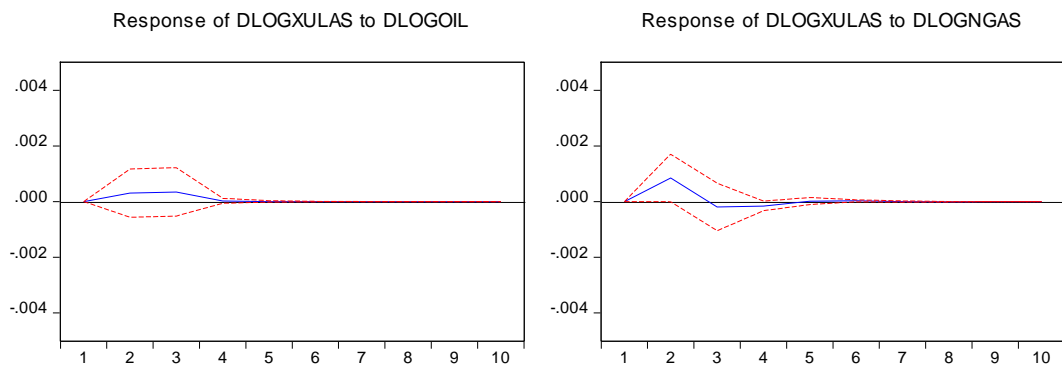
Response of DLOGXU100 to DLOGNGAS



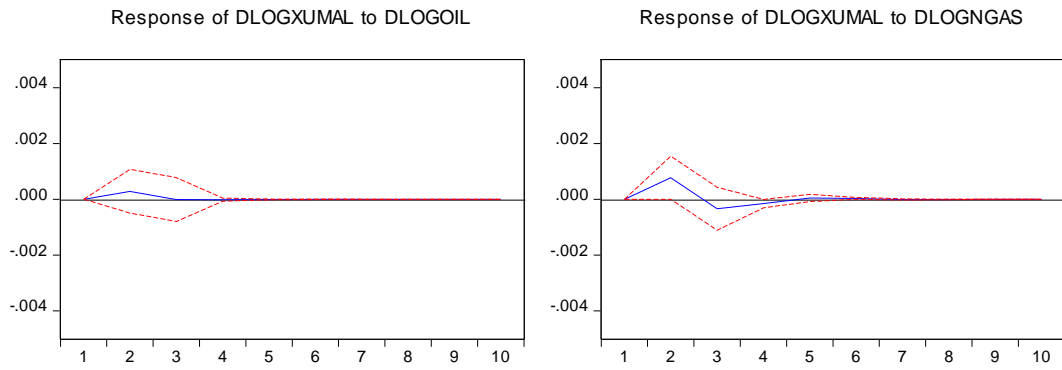
XUHIZ



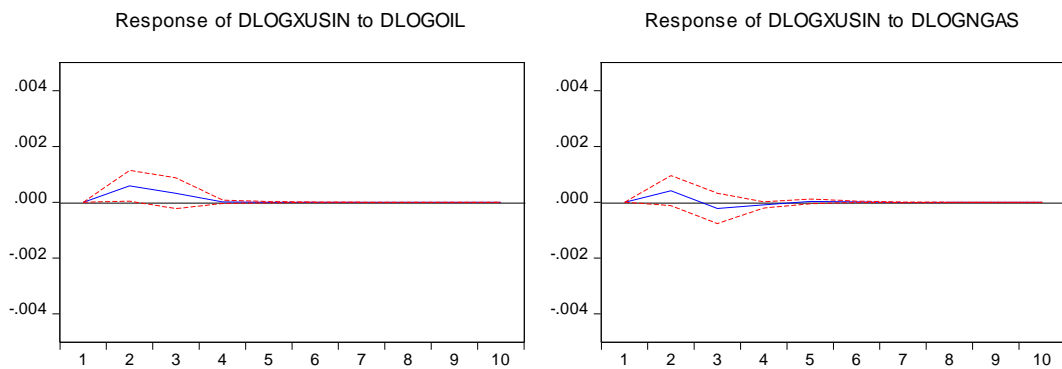
XULAS



XUMAL

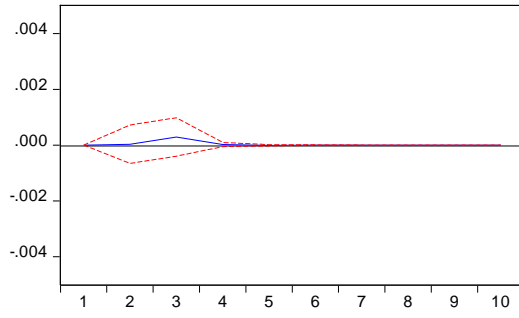


XUSIN

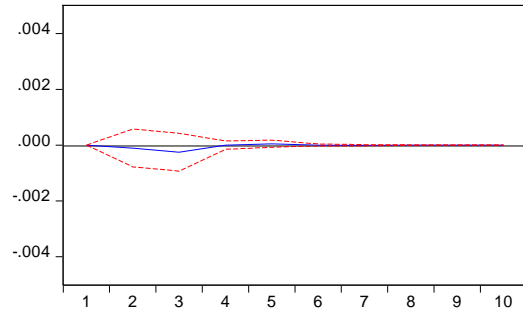


XUTEK

Response of DLOGXUTEK to DLOGOIL

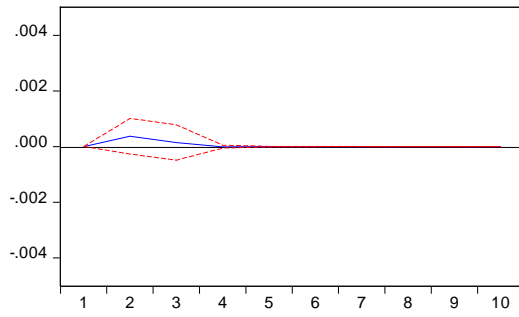


Response of DLOGXUTEK to DLOGNGAS

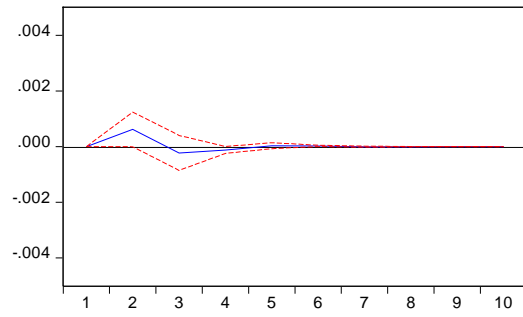


XUTUM

Response of DLOGXUTUM to DLOGOIL

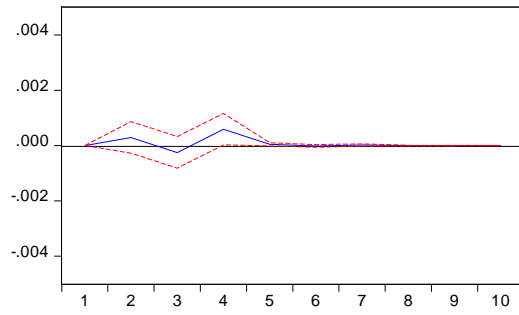


Response of DLOGXUTUM to DLOGNGAS

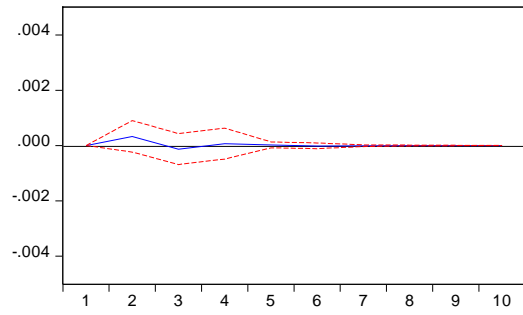


XYORT

Response of DLOGXYORT to DLOGOIL



Response of DLOGXYORT to DLOGNGAS





THE IMPACT OF TOURISM ON THE ECONOMIC GROWTH IN THE MEDITERRANEAN COUNTRIES: EVIDENCES FROM HIDDEN PANEL COINTEGRATION TEST

AKDENİZ ÜLKELERİNDE TURİZMİN EKONOMİK BÜYÜMEYE ETKİSİ: SAKLI PANEL EŞBÜTÜNLEŞME TESTİNDEN KANITLAR

Murat BELKE¹, Süleyman BOLAT², Abdunnasser Hatemi-J³



1. Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, muratbelke@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3299-7162>
2. Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, bolatsuleyman80@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-5635-7322>
3. Prof. Dr., Birleşik Arap Emirlikleri Üniversitesi, Muhasebe ve Finans Bölümü, ahatemij@uaeu.ac.ae, <https://orcid.org/0000-0002-6212-1292>

Abstract

Our main objective is to test for the potential asymmetric interaction between economic growth and tourism sector for a panel consisting of fourteen Mediterranean countries that covers the sample period 1995-2017 using hidden panel cointegration and asymmetric panel causality tests as developed by Hatemi-J (2020a; 2020b). The hidden panel cointegration test results show that there is a significant long-term relationship between the development of tourism sector and economic growth in terms of both negative and positive components. Elasticity findings indicate that economic growth is more sensitive to the increase in tourism revenues (positive shocks) than to the decrease in tourism revenues (negative shocks). In addition, the panel asymmetric causality test results show that there is no causal relationship between the negative components, and uni-directional causal relationship from the tourism sector to economic growth between the positive components. Causality test results support the tourism-led growth hypothesis. Tax advantages, subsidies and other advantageous policies contributing to the development of the tourism sector can increase the contribution of the tourism to economic growth. The findings emphasize that asymmetric effects should be taken into account in the relationship between the tourism sector and economic growth, and the tourism sector policies in these countries should be reconsidered in terms of regional disparity.

Keywords: *Tourism, Economic Growth, Mediterranean Countries, Hidden Panel Cointegration, Asymmetric Panel Causality.*

Öz

Çalışmanın temel amacı, Hatemi-J (2020a; 2020b) tarafından geliştirilen saklı panel eşbütünleşme ve asimetric panel nedensellik testlerini kullanarak 1995-2017 örneklem dönemini kapsayan on dört Akdeniz ülkesinden oluşan bir panel için ekonomik büyüme ve turizm sektörü arasındaki potansiyel asimetric etkileşimi test etmektir. Saklı panel eşbütünleşme testi sonuçlarına göre, turizm sektöründeki gelişme ile ekonomik büyüme arasında hem negatif hem de pozitif bileşenler açısından anlamlı uzun dönem ilişkisi bulunmaktadır. Esneklik bulguları, ekonomik büyümenin, turizm gelirlerindeki artışa (pozitif şoklar), turizm gelirlerindeki azalıştan (negatif şoklar) daha duyarlı olduğunu belirtmektedir. Ayrıca panel asimetric nedensellik testi sonuçları, negatif bileşenler arasında nedensel bir ilişki bulunmadığını, pozitif bileşenler arasında ise turizm sektöründen ekonomik büyüme doğru tek yönlü nedensel bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Nedensellik testi sonuçları, turizme dayalı büyüme hipotezini desteklemektedir. Turizm sektörünün gelişimine katkı sağlayan vergi avantajları, sübvansiyonlar ve diğer avantajlı politikalar turizmin ekonomik büyüme katkısını artırabilir. Bulgular, turizm sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkide asimetric etkilerin dikkate alınması gerektiğini, incelenen ülkelerdeki turizm sektörü politikalarının bölgesel eşitsizlik açısından yeniden ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Turizm, Ekonomik Büyüme, Akdeniz Ülkeleri, Saklı Panel Eşbütünleşme, Asimetric Panel Nedensellik.*

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
05.11.2020 11.05.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
02.01.2021 01.02.2021

DOI

<https://doi.org/10.30798/makuiibf.822194>

GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Çalışmanın Amacı

Çalışma, Akdeniz Ülkeleri'nde (Arnavutluk, Cezayir, Hırvatistan, Kıbrıs, Mısır, Fransa, Yunanistan, İtalya, Malta, Fas, Slovenya, İspanya, Tunus ve Türkiye) turizm sektöründeki gelişim ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi saklı panel eşbütünleşme ve asimetrik panel nedensellik testleri ile 1995-2017 dönemi için analiz etmektedir. Seçilmiş ülkelerde turizmin ekonomik alanın ayrılmaz bir parçası olduğu bilinmektedir. Bölgenin içinde bulunduğu turizm alanına yönelik uzun vadeli etkileşimi ve ilişkinin asimetrik boyutlarını ele alan ilk çalışmadır.

Araştırma Soruları

Akdeniz ülkelerinde turizm sektöründeki gelişme ile ekonomik büyüme arasındaki uzun dönem ilişkisinde asimetrik bir etki var mıdır? Turizm sektörü-büyüme ilişkisinde potansiyel asimetrik etkiler iki değişken arasındaki nedensellik ilişkisini etkileyebilir mi? Turizm gelirlerindeki artışın ve azalışın ekonomik büyüme üzerindeki etkisi farklı mıdır?

Literatür Araştırması

Ekonomilerin lokomotifi olarak kabul edilen alanlardan birisi olan turizm sektörü, hizmetler sektörü ve ihracat bakımından önemli bir role sahiptir. Ekonomistler de uzun vadeli büyümenin belirleyicilerinden birisi olarak turizmin büyüme üzerindeki etkilerini farklı analiz yöntemleri kullanarak değerlendirmektedirler. Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar, dört ana hipoteze odaklanmaktadır: (i) büyüme hipotezi, (ii) koruma hipotezi, (iii) çift yönlü nedensellik yaklaşımı ve (iv) tarafsızlık hipotezi. Büyüme hipotezi, turizm sektöründeki gelişmenin (turizme dayalı büyüme hipotezi) ekonomik büyümeyi desteklediğini öne sürmektedir. Koruma hipotezi (büyümeye dayalı turizm hipotezi), büyüme hipotezinin aksine, ekonomik performansın turizm endüstrisinin gelişiminde önemli bir rol oynadığını iddia etmektedir. Büyüme hipotezi ile koruma hipotezinin birleşimi olan çift yönlü nedensellik yaklaşımına göre, turizm sektöründeki gelişme ve ekonomik büyüme arasında geri besleme ilişkisi bulunmaktadır. Son olarak tarafsızlık hipotezi, ekonomik büyüme ile turizm sektörü arasında bir ilişki olmadığını öne sürmektedir. Bununla birlikte, bu dört temel hipotezin tümü, turizm sektörünün gelişimi ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin simetrik olduğunu varsaymaktadır. Bölgesel şoklar, ülkelere özgü nitelik ve politika uygulamalarındaki farklılıklar, turizm yoğunluğu ve benzeri faktörler de turizm-büyüme ilişkisinde asimetrik etkilerin olasılığını güçlendirmektedir. Literatürdeki ampirik çalışmalar, çoğunlukla turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi simetrik olarak ele almakta, asimetrik etkilere odaklanmamaktadır. Bu nedenle çalışma, asimetrik ilişkileri göz önünde bulundurarak literatürdeki boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır.

Yöntem

Akdeniz ülkeleri için turizm ve ekonomik büyüme ilişkisini ele alan bu çalışmada Hatemi-J (2020a; 2020b) tarafından geliştirilen saklı panel eşbütünleşme ve asimetrik panel nedensellik testleri kullanılmaktadır. Bu testler, konuyla ilgili daha önce yapılan çalışmaların aksine hem uzun dönem

ilişkinin hem de değişkenler arasındaki potansiyel asimetrik etkileşimi ele almaktadır. Çalışma, Akdeniz ülkeleri için asimetrik etkiler bağlamında turizm-büyüme bağımlı ilişkisini inceleyen ilk girişimdir.

Sonuç ve Değerlendirme

Analiz sonuçları, 14 Akdeniz ülkesinde turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkide asimetrik etkilerin varlığını ortaya koymaktadır. Saklı panel eşbütünleşme testi sonuçlarına göre hem pozitif hem de negatif bileşenler arasında uzun dönemli ilişki bulunmaktadır. Esneklik bulguları, ekonomik büyümenin, turizm gelirlerindeki artışa (pozitif şoklar), turizm gelirlerindeki azalıştan (negatif şoklar) daha duyarlı olduğunu belirtmektedir. Ayrıca panel asimetrik nedensellik testi sonuçları, negatif bileşenler arasında bir nedensellik ilişkisi bulunmadığını, pozitif bileşenler arasında ise turizm sektöründen ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğunu göstermektedir. Nedensellik testi sonuçları, turizme dayalı büyüme hipotezini desteklemektedir. Turizm sektörünün gelişimine katkı sağlayan vergi avantajları, sübvansiyonlar ve diğer avantajlı politikalar turizmin ekonomik büyümeye katkısını artırabilir. Bulgular, turizm sektörü ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkide asimetrik etkilerin dikkate alınması gerektiğini, incelenen ülkelerdeki turizm sektörü politikalarının bölgesel eşitsizlik açısından yeniden ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır.

1. INTRODUCTION

Today, the tourism sector is increasingly becoming an enormous part of the service sector on a global scale. The tourism field is a paramount component of the export classification for the Mediterranean countries. These governments recognize that supporting tourism would clearly present an upward impact on all local communities (Lionetti and Gonzalez, 2012; Tang and Abosedra, 2014; Yazdi et al., 2017). The report by the World Travel and Tourism Council (WTTC) discusses the sector of tourism that supplied 10.4% to global GDP or approximately \$8.8 trillion to the global economy in 2018. Moreover, the tourism sector created jobs for 319 million people, which accounted for about 10% of the global employment in 2018. The total participation in travel and tourism to GDP is expected to increase by 11.5% of GDP by 2029 and 13.1 trillion dollars (WTTC, 2019). Therefore, the sector plays a paramount role in helping to overcome the macroeconomic problems associated with low economic growth, low income, high unemployment, and financial or monetary instabilities. This field also affects other economic areas, it aids in diminishing the budget and trade deficits. It makes an enormous contribution to tax earnings and government revenues, increases exchange reserves and foreign exchange earnings (Cortes-Jimenez and Pulina, 2010; Yap and Saha, 2013).

Tourism is a foreign currency earning sector that facilitates the import of goods and services used in production across many countries (Balaguer and Cantavella-Jordá, 2002; Brida and Rizzo, 2010; Kirca and Ozer, 2021). Additionally, it encourages both public and private fields to invest in new infrastructure, thus competing with sustainable tourism industries in other countries. Moreover, it has a stimulating role in construction, transportation, accommodation, and other service areas (Sokhanvar et al., 2018; Tugcu, 2014). Furthermore, this field can also lead to new developments in business areas, which in turn will aggregate per capita income through the multiplier effect (Lee and Chang, 2008). Finally, tourism makes it easier for national industries to benefit from the presence of scale economies by disseminating technical knowledge, supporting research and improving human capital (Brida et al., 2008; Dritsakis, 2012; Shahzad et al., 2017).

Studies on tourism-growth nexus focus on four main hypotheses: (i) growth hypothesis, (ii) conservation hypothesis, (iii) bidirectional causality approach, and (iv) neutrality hypothesis. The growth hypothesis asserts that the policies contributing to the development in the tourism sector promote the economic growth. Contrary to the growth hypothesis, conservation hypothesis claims that economic performance plays a vital role in the development of the tourism industry. According to the bidirectional causality approach, which is the combination of growth hypothesis and conservation hypothesis, development in the tourism sector and economic growth reinforce each other. Finally, the neutrality hypothesis proposes that economic growth and the development of tourism sector do not support each other directly, suggesting that there is no relation between the them. However, all of these four basic hypotheses assume that the relationship between tourism sector development and economic growth is

symmetric. On the other hand, factors such as the presence of regional shocks, the differences in the country characteristics, policy practices and tourism intensity strengthen the possibility of an asymmetrical relationship in the tourism-growth nexus.

The main purpose of this study is to examine whether there is an asymmetric relationship between the development in the tourism sector and economic growth. To the best of our knowledge, this is the first attempt examining the tourism-growth nexus in the context of asymmetric effects within these countries. For this purpose, this study has analyzed the relationship between the development in the tourism sector and economic growth in 14 Mediterranean countries (Albania, Algeria, Croatia, Cyprus, Egypt, France, Greece, Italy, Malta, Morocco, Slovenia, Spain, Tunisia, and Turkey) by employing the hidden panel cointegration and asymmetric panel causality tests developed by Hatemi-J (2020a; 2020b) during the period 1995-2017.

The study is organized as follows. Section 2 overviews the development of tourism sector in the Mediterranean countries. Section 3 demonstrates empirical studies examining the tourism-growth link are presented in detail. Section 4 introduces the dataset and method, the section 5 includes empirical results. Finally, the study ends with results and policy recommendations.

2. THE DEVELOPMENT OF TOURISM SECTOR IN MEDITERRANEAN COUNTRIES

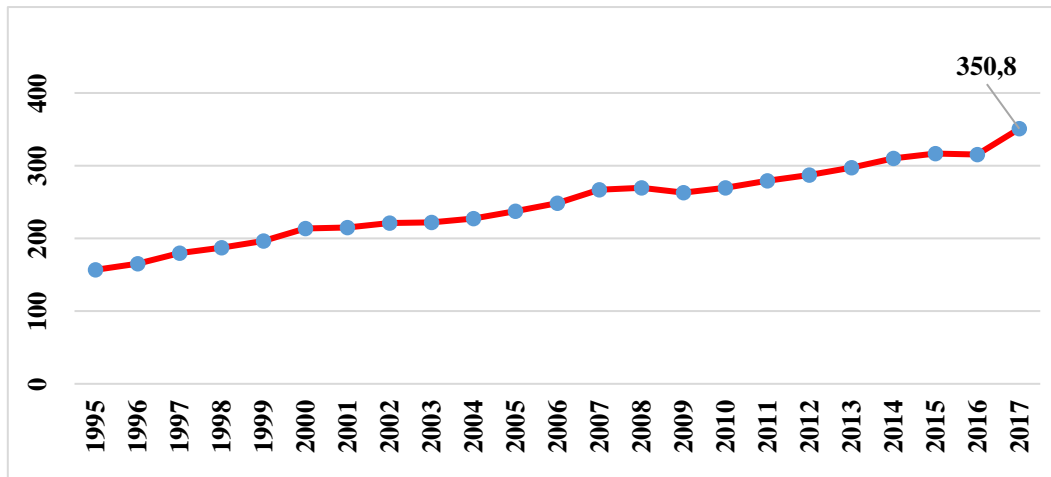
Our analysis covers the sample period 1995-2017 for the following Mediterranean countries namely, Albania, Algeria, Croatia, Cyprus, Egypt, France, Greece, Italy, Malta, Morocco, Slovenia, Spain, Tunisia, and Turkey. The Mediterranean area, considered as a single basin, has a rich history, natural land, long tradition of travelling, trade, culture and heritage for thousands of years. This area has one of the best destinations for tourists all over the world. Thousands of years ago, in Mesopotamia, Ancient Egypt, the State of Carthage, Persia, Anatolia and Phoenicia witnessed the power of control by the Ottoman Empires, Byzantine Empires and the Muslim Caliphates. More than 350 million international tourists came to the Mediterranean area, delivering almost one third of all international tourist arrivals in the world (1.360 million) in 2017.

There are 14 Mediterranean countries that are the leaders in tourism. With regard tourism in Albania, levels decreased from 1997 to 2013. The Albanian government supports this trend by fiscal and administrative incentives to attract tourists and investors. Additionally, the Algerian government had a strong policy to expand the tourism sector, called Public Private Partnership (PPP). Along with Albania, the Morocco government developed a similar program that provided support for accommodation. Additionally, the Morocco government included financial incentives along with audits. However, the Croatia government tries to search for new investments in tourism by 2020. These investments can stimulate sales, employment, the growth, and finally the local economy. Additionally,

the government has provided financial support as the economy to help strengthen the small and local businesses, and private entrepreneurs.

In the figure 1, the tourist arrivals have increased 124% during the period 1995-2017 for fourteen Mediterranean countries this is by far the world's largest tourism area. During 1995 to 2017 international arrivals increased by 1.5. Additionally, tourism in Mediterranean countries increased by 1.25. Fig 2 depicts these 14 Mediterranean countries earned US\$ 282 billion (bn) in international tourism receipts, 18% of the world total. Spain was the top Mediterranean earner country of tourism receipts, with US\$ 76 billion, followed by France with US\$ 68 bn, Italy with US\$ 47 billion, Turkey (US\$ 32 bn) and Greece (US\$ 19 bn) in 2017. These countries received 35 million more international arrivals when we compared from 2016 to 2017. However, this figure is 90 million worldwide.

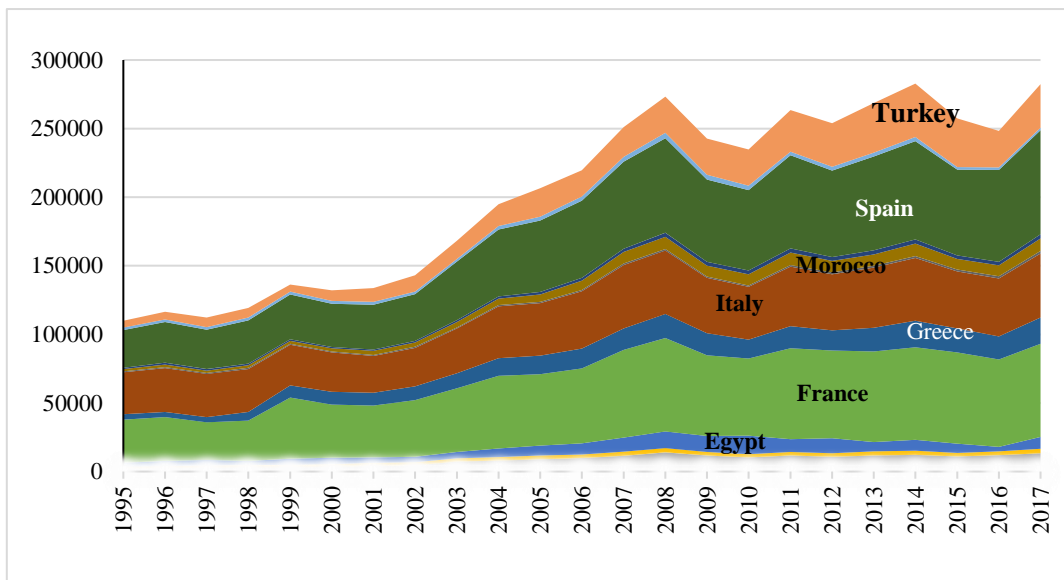
Figure 1. International Tourist Arrivals (million) for 14 Mediterranean Countries (1995-2017)



In Cyprus, tourism is a key factor that increases investment and employment and has had a positive effect over the past decade. In Egypt, it's no secret that the tourism is the key to living a high quality of life and to sustain the economic growth. They have specific policies on marketing and promotion, improving service quality, enhancing sustainability, safety and security for tourism industry. Despite France is a popular destination for international tourists, the France government focused on the service quality, digitalization and information, global competitiveness, tourism investment, promoting access to holiday, training and employment. On the other hand, Greece government plans to implement projects to provide the new thematic tourism products, innovative product development and to protect the character of the region. Additionally, the government has created a special interest tourism area, namely cultural tourism, pilgrimage tourism, cruises, and yachting et al. They tend to attract a lot of new dynamic source-markets such as Middle East, Far East for visiting. Tourism in Italy has been a key driver of economic activity. It needs to be based on the type of technological and organizational innovation, skills development, environmental-cultural heritage, historic fabric of this community and quality services. This can contribute to creating a strong economy and sustainable development a local region. Accordingly, tourism activity in Malta is an important field and is a diverse role in tourism

receipts. They have cultural tourism such as language tourism or language travel activity to learn a different language and to get experience local culture. This type of tourism can be profitable related to low priced language schools. Similarly, Morocco has applied for basic strategies to enhance tourism. These are regional planning policy, new governance structure and sustainable development approach. They make a point of green development, domestic tourism, entertainment, sports-leisure, welfare and health tourism. Just as other countries have same policies on tourism, the Tunisia government has designed to promote the investments and to enhance procedures about tourism industry. Furthermore, Turkey has a large tourism industry and has always put more of an emphasis on the demand and supply of the tourism. The main idea is to provide the conservation in the cultural heritage areas and to focus the sustainable tourism markets (OECD, 2016; OECD, 2018).

Figure 2. International Tourism Receipts (million) for 14 Mediterranean Countries (1995 – 2017)



3. LITERATURE

Although tourism is the economic engine in the world, export service sector has a major role for many countries. Much of tourism literature presents a comprehensive list of some tools signed a measure the economic impact on tourism in each study (Papatheodorou, 1999). Firstly, export-led growth has been heart of development and growth policies for decades. Tourism industry has led to net increases in employment in the economic growth, as well as in other sub-sectors of the economy, just as in the export-led growth. Tourism is a big part of culture and economy and contributes to increasing income. Every town with tourism has a destination for a variety of different routes, new markets. This is one of the steps that expands new routes for long run economic growth. Tourism industry that has a positive effect is to provide an opportunity for new factors such as productivity growth, investment area, savings and employment market (Balaguer and Cantavella-Jordá, 2002; Parrilla et al. 2007).

There is a huge variety of literature on tourism. Tugcu (2014) and Sokhanvar et al. (2018) refer to the link between them suggesting four hypotheses. The first hypothesis is the growth hypothesis. According to growth hypothesis, the policies will subsidize tourism and positively affect economic performance. In the empirical research, recent academic studies dealing with the relationship about them display a strong relationship. The pioneering analysis conducted by Balaguer and Cantavella-Jordá (2002), Durbarry (2004), Gunduz and Hatemi-J (2005), Ivanov and Webster (2007), Nowak et al. (2007), Proença and Soukiazis (2008), Lee and Chang (2008), Fayissa et al. (2008), Srinivasan et al. (2012), Surugiu and Surugiu (2013), Trang et al. (2014), Pérez-Rodríguez et al. (2015), Banday and Ismail (2017), Roudi et al. (2019), and Liu and Wu (2019) supported the research for the growth hypothesis.

Second hypothesis is called the conservation hypothesis. The conservation hypothesis states that the economic performance has a vital role in the expansion of the tourism industry. According to this hypothesis, it is foreseen that governmental transfers of resources from the tourism fields to other areas will not adversely influence economic growth. There are several studies in the literature confirming the conservation hypothesis such as Narayan (2004), Oh (2005), Payne and Mervar (2010), Odhiambo (2011), Antonakakis et al. (2015a), Kyophilavong et al. (2018), Can and Gozgor (2018), and finally, Aratuo and Etienne (2019).

Third hypothesis implies a there is a bi-directional causality between tourism and economic growth. According to this hypothesis, tourism incentive policies can increase economic growth and there are also some empirical findings that suggested two-way causality between them. We give some examples such as Ongan and Demiroz (2005), Khalil et al. (2007), Nissan et al. (2011), Apergis and Payne (2012), Hatemi-J (2016), Mohapatra (2018), Dogru and Bulut (2018), Can and Gozgor (2018).

Finally, the neutrality hypothesis proposes that growth and tourism do not support each other directly, suggesting that there is no relation of causality between the two. In conclusion, it is possible to reach the relationship that has no significant link between the two variables. There is an additional published work on this important relationship, for example Katircioglu (2009a) who performed tests for Turkey, Katircioglu (2009b), Jackman and Lorde (2010), Jin (2011), Çağlayan et al. (2012), and finally Georgantopoulos (2013). Additionally, we added a Table in Appendix that display previous empirical studies. This table can be useful to see all papers together.

All these studies we mentioned in literature review mostly deals with symmetric relationship between tourism and economic growth and none of them focus on the possibility of asymmetric relationship between two. Thus, our paper aims to fill this gap in the literature examining the possibility of an asymmetric relationships.

4. DATA AND METHODOLOGY

The dataset in this study consists of the real GDP per capita in constant 2010 US dollars for economic growth. This is denoted by y , and international tourism receipts as a share of GDP as a proxy for the volume of international tourism, denoted by x . Furthermore, all variables are transformed into natural logarithm form. The dataset employed in the study were obtained from the World Bank's World Development Indicators database. Descriptive statistics and pairwise correlations for variables employed in the study are given in Table 1 and 2, respectively.

Table 1. Descriptive Statistics

Variables	Mean	Median	Std. Dev.	min	max	N
recgdp	7.21	5.331	5.403	.058	23.634	322
rgdppc	16947.891	15128.14	12850.384	1658.323	43001.591	322

When we look at the Table 1, the mean of tourism receipt 7.21 %. Moreover, the larger difference between the maximum and minimum value for the tourism receipt indicates that the effects of tourism development on economic performance may differ. As seen in the correlation matrix, there is a statistically significant and positive correlation between economic performance and tourism development. This finding shows that the economic performance increases as the tourism develops.

Table 2. Correlations Matrix

Variables	(1)	(2)
(1) lnrgdppc	1.000	
(2) lnrecgdp	0.112**	1.000

Note: *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

Since each variable is integrated of the first order, the two variables can be expressed as the following according to Hatemi-J (2020a):

$$y_{i,t} = y_{i,t-1} + u_{i1,t} = y_{i,0} + \sum_{j=1}^t u_{i1,j}$$

$$x_{i,t} = x_{i,t-1} + u_{i2,t} = x_{i,0} + \sum_{j=1}^t u_{i2,j}$$

For $i=1, \dots, 14$. Where 14 is the cross-sectional dimension in our case and u is the disturbance term. The following definition are utilized in order to find positive and negative components in the underlying panel $u_{i1,t}^+ = \text{Max}(u_{i1,t}, 0)$, $u_{i2,t}^+ = \text{Max}(u_{i2,t}, 0)$, $u_{i1,t}^- = \text{Min}(u_{i1,t}, 0)$ and $u_{i2,t}^- = \text{Min}(u_{i2,t}, 0)$. These definitions are used in order to express the following:

$$y_{i,t}^+ = y_{i,0}^+ + u_{i1,t}^+ = y_{i,0}^+ + \sum_{j=1}^t u_{i1,j}^+$$

$$x_{i,t}^+ = x_{i,0}^+ + u_{i2,t}^+ = x_{i,0}^+ + \sum_{j=1}^t u_{i2,j}^+$$

$$y_{i,t}^- = y_{i,0}^- + u_{i1,t}^- = y_{i,0}^- + \sum_{j=1}^t u_{i1,j}^-$$

$$x_{i,t}^- = x_{i,0}^- + u_{i2,t}^- = x_{i,0}^- + \sum_{j=1}^t u_{i2,j}^-$$

At that point, the following two panel cointegration equations are estimated in order to account for the potential asymmetric effects:

$$y_{i,t}^+ = a_i^+ + b_i^+ x_{i,t}^+ + e_{i,t}^+ \tag{1}$$

$$y_{i,t}^- = a_i^- + b_i^- x_{i,t}^- + e_{i,t}^- \tag{2}$$

The positive cumulative components are cointegrated in the panel, if and only if, $e_{i,t}^+$ is a stationary process. Similarly, the negative cumulative components are cointegrated in the panel if and only if $e_{i,t}^-$ is a stationary process. The ADF test equation is estimated for testing for the panel cointegration between positive components as expressed by the equation (1):

$$e_{i,t}^+ = \rho^+ e_{i,t-1}^+ + \sum_{l=1}^k \gamma_l^+ \Delta e_{i1,t-l}^+ + w_{i,t}^+ \tag{3}$$

An information criterion can determine the optimal lag order l . Note that the null hypothesis of no cointegration between the positive parts is $\rho^+ = 1$. Hatemi-J (2020a) recommends the following ADF test statistic is below by the equation (4)

$$ADF^+ = \frac{t_{\rho^+} + \sqrt{6m} \frac{\sigma_v}{2\sigma_{0v}}}{\sqrt{\frac{\sigma_{0v}^2 + 3\sigma_v^2}{2\sigma_v^2 + 10\sigma_{0v}^2}}} \tag{4}$$

Here t_{ρ^+} is the estimated t -statistic for parameter ρ^+ as presented in regression (3). The variance can be estimated as $\sigma_v^2 = \sigma_{e_1^+}^2 - \frac{\sigma_{e_1^+,e_2^+}^2}{\sigma_{e_2^+}^2}$, and the long-run variance is obtained via $\sigma_{0v}^2 = \sigma_{0e_1^+}^2 - \frac{\sigma_{0e_1^+,e_2^+}^2}{\sigma_{0e_2^+}^2}$.

By defining $\mu_{it} = \begin{pmatrix} e_{i1,t}^+ \\ e_{i2,t}^+ \end{pmatrix}$, we can estimate the variance-covariance for μ_{it} is estimated as

$$\Sigma = \begin{bmatrix} \sigma_{e_1^+}^2 & \sigma_{e_1^+,e_2^+} \\ \sigma_{e_1^+,e_2^+} & \sigma_{e_2^+}^2 \end{bmatrix} = \frac{1}{mT} \sum_{i=1}^m \sum_{t=1}^T \mu_{it} \mu_{it}'$$

Note that $m=14$ and $T=22$ in our case. The long-run variance-covariance matrix of the underlying model is estimated via the following kernel estimation approach:

$$\Omega = \begin{bmatrix} \sigma_{0e_1^+}^2 & \sigma_{0e_1^+,e_2^+} \\ \sigma_{0e_1^+,e_2^+} & \sigma_{0e_2^+}^2 \end{bmatrix} \\ = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m \left[\frac{1}{T} \sum_{t=1}^T \mu_{it} \mu'_{it} + \frac{1}{T} \sum_{t=1}^T \kappa(\tau/d) \sum_{t=\tau+1}^T (\mu_{it} \mu'_{it-\tau} + \mu_{it-\tau} \mu'_{it}) \right]$$

The denotation κ signifies the kernel function that needs to be used and d is the underlying bandwidth of this function. This ADF⁺ test statistic, as defined by equation (4) based on the asymptotic contributions of Kao (1999). The testing a linear combination between negative components can be tested via a similar ADF test statistic. The code is accessible upon request from the authors.

5. EMPIRICAL RESULTS

Prior to testing for panel cointegration we implemented tests for panel unit roots. The results presented in Table 3 shows that the null hypothesis of one-unit root for each panel variable cannot be rejected at the conventional significance levels.

Table 3. The Results of Panel Unit Root Tests

Variables	H ₀ : I(1), H ₁ : I(0)
y	0.0874
x	0.1264
y ⁺	0.9999
x ⁺	0.9816
y ⁻	0.6315
x ⁻	0.9986

Note: The denotation y represents GDP per capita and x signifies the tourism income as a share of national income. The panel unit root tests developed by Im et al. (2003) is utilized for implementing the test of one panel unit root. The values in the second column are the p-values.

The tests result for both standard panel cointegration and hidden panel cointegration are presented in Table 4. The null hypothesis of no panel cointegration is rejected in the symmetric method at the 1% significance level. The null hypothesis of no panel cointegration between the positive components is also rejected at the 1% significance level. Finally, the null hypothesis of no panel cointegration between negative components is rejected at the 5% significance level. It should be mentioned, that prior to tests for panel cointegration tests, for panel unit roots were conducted for each variable.

Table 4. The Results of Panel Cointegration Tests

Variables in the model	$H_0: I(1), H_1: I(0)$
(y, x)	-6.072948**
(y^+, x^+)	-5.753427**
(y^-, x^-)	-2.037954*

Note: The null hypothesis of no panel cointegration is rejected at the 5% significance level if the estimated test value is lower than -1.64. Note that * means significant at the 5% significance level ** implies significant at the 1% significance level.

The results, not presented but available on request, shows that each variable in the panel has one panel unit. The estimated pooled elasticities are presented in Table 5. The elasticity of growth with regard to tourism is 0.16487. Thus, if the tourism recipients increase by 1% the GDP grows by around 0.165% on average, assuming the *ceteris paribus* condition. However, the value of the elasticity changes significantly when asymmetric impacts are accounted for. Based on the estimated values, if the tourism receipts increase by 1% the economy grows by 0.554% on average in these fourteen Mediterranean countries, *ceteris paribus*. The corresponding value for 1% decrease in tourism receipts is a decrease of 0.085 in the economic growth. These empirical findings reveal that the economic growth in a pool of these countries is more sensitive to an increase in the tourism receipts than to a corresponding decrease under the *ceteris paribus* assumption.

Table 5. The Estimated Pooled Elasticities

Variables in the model	The Estimated Parameter
The elasticity of y with regard to x	0.16487**
The elasticity of y^+ with regard to x^+	0.55424**
The elasticity of y^- with regard to x^-	0.08490**

Note: Note that ** means significant at the 1% significance level.

The empirical investigation is complemented with the Granger causality tests of the underlying pooled data. The results of these causality tests are presented in Table 6. The data indicates that the conventional null hypothesis of tourism led growth hypothesis is rejected at the 5 % significance level. However, the asymmetric panel causality tests clearly show that there is a causal impact running from tourism to growth for positive shock not by negative shocks.

Table 6. The Causality Test Results

H₀ of no Granger causality in the pooled data	The P-Value
x does not cause y	0.0186
x ⁺ does not cause y ⁺	0.0312
x ⁻ does not cause y ⁻	0.4245

6. CONCLUSION AND POLICY REMARKS

Tourism is a dynamic sector that is subject to political, social, environmental and technological trends. These trends design tourists' preferences, structure of the tourism market and the vast majority of tourism jobs. Currently, the tourism sector has a clear answer for 10 percent of world GDP. It is an essential source of employment and foreign exchange. Governments around the globe should support policies and procedures to stimulate economic growth. Member countries need to priority to the tourist sector in their national policies in order to promote growth. Thus, they can foster competitiveness and innovative business plans. Therefore, tourism development is salient for modern economic structures as well as the needs of consumers and the high expectations for tourists. It is crucial for the member countries to capture global tourism market in long term. Additionally, it is paramount to construct sound tourism policies in order to develop competitiveness in the international markets.

The empirical tests demonstrate that the economic growth in a pool of these countries is highly sensitive to an increase in tourism receipts compared to a corresponding decrease in the underlying variable. It is also found that the elasticity of growth with regard to the positive changes in the tourism income is much higher than the elasticity for negative changes. In addition, it is established that null hypothesis of no causality is rejected for positive components but not for negative ones. Tourism has been a bright spot in contributing to economy for various countries, specifically, the Mediterranean countries. From our research, we can substantiate that tourism can aid these countries to facilitate sustainable tourism management and stability to the overall economy. Finally, this paper provides a contribution to tourism-growth research regarding our suggestions to policymakers and stakeholders in the Mediterranean countries. Finally, they need to plan carefully for both short and long run successful advancement in order to obtain support for the tourism sector.

The effect of tourism on economic growth is capturing the attention of researchers and policy makers worldwide. Many countries, both developed and developing ones, are systematically putting forward crucial strategies in order to promote their tourism industry with the main goal of achieving enhanced economic growth. Tourism is reflected in different ways to economic growth spent by foreign and national tourists, thus producing new area on the employment area. Governments should take measures to understand the impacts of tourism activity and continue to the sustainability and efficiency policies in tourism. On the other hand, policy makers discuss a better plan for tourism agenda and

develop the scale of tourism development. They ought to make it easier to visit eligible destinations for development of tourism and must provide that efforts to develop tourism activity in local area. Policy makers must discuss a plan for tourism integration with the region. In addition, policy makers must be open to new ways such as regional-national economic strategies and support the service sector, industry, tourist destinations, civil society. Policymakers should know how to mean of regional-national tourism development and they have strong position about the creating employment, generating growth and economic efficiency. After creating more jobs and employment, they also create strong employment policies that increase a better work life, strong economic growth. New jobs employment has the potential to cause new social benefits, low unemployment, strong economic growth, huge profits for some industries. It should not be remembered that tourism policy can affect people both socially and economical, and a number of policies can cause an increase in the production as a regional and national. In the future, new papers might extend the relationship for tourism-growth in terms of the regional and sectoral analysis.

REFERENCES

- Altınar, A. (2019). Turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi: türkiye örneği (1969-2018). *Anadolu İktisat ve İşletme Dergisi*, 3(2), 114-133.
- Antonakakis, N., Dragouni, M. and Filis, G. (2015a). Tourism and growth: the times they are a-changing. *Annals of Tourism Research*, 50, 165–169.
- Antonakakis, N., Dragouni, M. and Filis, G. (2015b). How strong is the linkage between tourism and economic growth in europe?. *Economic Modelling*, 44, 142–155.
- Apergis, N. and Payne, J. E. (2012). Tourism and growth in the Caribbean-evidence from a panel error correction model. *Tourism Economics*, 18(2), 449–456.
- Aratuo, D. N. and Etienne, X. L. (2019). Industry level analysis of tourism-economic growth in the united states. *Tourism Management*, 70, 333–340.
- Arslanturk, Y., Balcilar, M. and Ozdemir, Z. A. (2011). Time-varying linkages between tourism receipts and economic growth in a small open economy. *Economic Modelling*, 28(1), 664–671.
- Aslan, A. (2014). Tourism development and economic growth in the mediterranean countries: evidence from panel granger causality tests. *Current Issues in Tourism*, 17(4), 363–372.
- Balaguer, J. and Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the spanish case. *Applied Economics*, 34(7), 877–884.
- Balsalobre-Lorente, D., Driha, O. M., Bekun, F. V. and Adedoyin, F. F. (2020). The asymmetric impact of air transport on economic growth in spain: fresh evidence from the tourism-

- led growth hypothesis. *Current Issues in Tourism*, 24(4), 503-519.
DOI:10.1080/13683500.2020.1720624
- Banday, U. J. and Ismail, S. (2017). Does tourism development lead positive or negative impact on economic growth and environment in brics countries? A panel data analysis. *Economics Bulletin*, 37(1), 553–567.,
- Brau, R., Lanza, A. and Pigliaru, F. (2007). How fast are small tourism countries growing? evidence from the data for 1980–2003. *Tourism Economics*, 13(4), 603–613.
- Brida, J. G., Carrera, E. J. S. and Risso, W. A. (2008). Tourism’s impact on long-run Mexican economic growth. *Economics Bulletin*, 3(21), 1–8.
- Brida, J. G. and Risso, W. A. (2010). Tourism as a determinant of long-run economic growth. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(1), 14–28.
- Brida, J. G., Lanzilotta, B., Lionetti, S. and Risso, W. A. (2010). The tourism-led growth hypothesis for uruguay. *Tourism Economics*, 16(3), 765–771.
- Çağlayan, E., Şak, N. and Karymshakov, K. (2012). Relationship between tourism and economic growth: a panel granger causality approach. *Asian Economic and Financial Review*, 2(5), 591–602.
- Can, M. and Gozgor, G. (2018). Revisiting the tourism-growth nexus: evidence from a new index for the market diversification of tourist arrivals. *Current Issues in Tourism*, 21(10), 1157–1170.
- Cortes-Jimenez, I. and Pulina, M. (2010). Inbound tourism and long-run economic growth. *Current Issues in Tourism*, 13(1), 61–74.
- Dogru, T. and Bulut, U. (2018). Is tourism an engine for economic recovery? theory and empirical evidence. *Tourism Management*, 67, 425–434.
- Dritsakis, N. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for greece using causality analysis. *Tourism economics*, 10(3), 305–316.
- Dritsakis, N. (2012). Tourism development and economic growth in seven Mediterranean countries: a panel data approach. *Tourism Economics*, 18(4), 801–816.
- Durbarry, R. (2004). Tourism and economic growth: the case of mauritius. *Tourism Economics*, 10(4), 389–401.
- Eugenio-Martin, J. L., Morales, N. M. and Scarpa, R. (2004). Tourism and economic growth in Latin American countries: a panel data approach. FEEM Working Paper, No. 26, 1–28.

- Fayissa, B., Nsiah, C. and Tadasse, B. (2008). Impact of tourism on economic growth and development in africa. *Tourism Economics*, 14(4), 807–818.
- Georgantopoulos, A. G. (2013). Tourism expansion and economic development: var/vecm analysis and forecasts for the case of india. *Asian Economic and Financial Review*, 3(4), 464–482.
- Ghali, M. A. (1976). Tourism and economic growth: an empirical study. *Economic Development and Cultural Change*, 24(3), 527–538.
- Gunduz, L. and Hatemi-J, A. (2005). Is the tourism-led growth hypothesis valid for turkey?. *Applied Economics Letters*, 12(8), 499–504.
- Hatemi-J, A. (2016). On the tourism-led growth hypothesis in the uae: a bootstrap approach with leveraged adjustments. *Applied Economics Letters*, 23(6), 424–427.
- Hatemi-J, A. (2020a). Hidden panel cointegration. *Journal of King Saud University-Science*, 32(1), 507–510.
- Hatemi-J, A. (2020b). Asymmetric panel causality tests with an application to the impact of fiscal policy on economic performance in scandinavia. *International Economics*, 73(3), 389 – 404.
- Im, K. S., Pesaran, M. H. and Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 115(1), 53–74.
- Ivanov, S. and Webster, C. (2007). Measuring the impact of tourism on economic growth. *Tourism Economics*, 13(3), 379–388.
- Jackman, M. and Lorde, T. (2010). On the relationship between tourist flows and household expenditure in Barbados: a dynamic ols approach. *Economics Bulletin*, 30(1), 472–481.
- Jin, J. C. (2011). The effects of tourism on economic growth in hong kong. *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(3), 333–340.
- Kao, C. (1999). Spurious regression and residual-based tests for cointegration in panel data. *Journal of Econometrics*, 90(1), 1–44.
- Katircioglu, S. T. (2009a). Revisiting the tourism-led-growth hypothesis for turkey using the bounds test and johansen approach for cointegration. *Tourism Management*, 30(1), 17–20.
- Katircioglu, S. T. (2009b). Testing the tourism-led growth hypothesis: The case of malta. *Acta Oeconomica*, 59(3), 331–343.

- Khalil, S., Kakar, M. K. and Waliullah, A. M. (2007). Role of tourism in economic growth: empirical evidence from pakistan economy. *The Pakistan Development Review*, 46(4), 985–995.
- Kim, H. J., Chen, M. H. and Jang, S. C. (2006). Tourism expansion and economic development: the case of taiwan. *Tourism Management*, 27(5), 925–933.
- Kirca, M., Ozer, M. (2021). The effects of tourism demand on regional sectoral employment in turkey, *Regional Statistics*, 11(1), 1–32.
- Kyophilavong, P., Gallup, J. L., Charoenrat, T. and Nozaki, K. (2018). Testing tourism-led growth hypothesis in laos?. *Tourism Review*, 73(2), 242–251.
- Lanza, A., Temple, P. and Urga, G. (2003). The implications of tourism specialisation in the long run: an econometric analysis for 13 oecd economies. *Tourism Management*, 24(3), 315–321.
- Lean, H. H. and Tang, C. F. (2010). Is the tourism-led growth hypothesis stable for malaysia? a note. *International Journal of Tourism Research*, 12(4), 375–378.
- Lee, C-C. and Chang, C-P. (2008). Tourism development and economic growth: a closer look at panels. *Tourism Management*, 29(1), 180–192.
- Lee, C. C. and Chien, M. S. (2008). Structural breaks, tourism development, and economic growth: evidence from taiwan. *Mathematics and Computers in Simulation*, 77(4), 358–368.
- Lionetti, S. and Gonzalez, O. (2012). On the relationship between tourism and growth in latin america. *Tourism and Hospitality Research*, 12(1), 15–24.
- Liu, A. and Wu, D. C. (2019). Tourism productivity and economic growth. *Annals of Tourism Research*, 76, 253–265.
- Mohapatra, S. (2018). Investigating the tourism and economic growth linkage: a panel causality analysis for the saarc countries. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(6), 573–583.
- Narayan, P. K. (2004). Economic impact of tourism on Fiji's economy: empirical evidence from the computable general equilibrium model. *Tourism Economics*, 10(4), 419–433.
- Narayan, P. K., Narayan, S., Prasad, A. and Prasad, B. C. (2010). Tourism and economic growth: a panel data analysis for pacific Island countries. *Tourism economics*, 16(1), 169–183.
- Nissan, E., Galindo, M. A. and Mendez, M. T. (2011). Relationship between tourism and economic growth. *The Service Industries Journal*, 31(10), 1567–1572.

- Nowak, J-J., Sahli, M. and Cortés-Jiménez, I. (2007). Tourism, capital good imports and economic growth: theory and evidence for Spain. *Tourism Economics*, 13(4), 515–536.
- Odhiambo, N. M. (2011). Tourism development and economic growth in Tanzania: empirical evidence from the ardl-bounds testing approach. *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, 45(3), 71–84.
- OECD (2016). *OECD Tourism Trends and Policies 2016*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/tour-2016-en>.
- OECD (2018). *OECD Tourism Trends and Policies 2018*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/tour-2018-en>.
- Oh, C-O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy, *Tourism Management*, 26(1), 39–44.
- Ongan, S. and Demiroz, D. M. (2005). The contribution of tourism to the long-run Turkish economic growth. *Journal of Economics*, 53(9), 880–894.
- Papatheodorou, A. (1999). The demand for international tourism in the Mediterranean region. *Applied Economics*, 31(5), 619–630.
- Parrilla, J. C., Font, A. R. and Nadal, J. R. (2007). Tourism and long-term growth: a Spanish perspective. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 709–726.
- Payne, J. E. and Mervar, A. (2010). The tourism-growth nexus in Croatia. *Tourism Economics*, 16(4), 1089–1094.
- Pérez-Rodríguez, J. V., Ledesma-Rodríguez, F. and Santana-Gallego, M. (2015). Testing dependence between GDP and tourism's growth rates. *Tourism Management*, 48, 268–282.
- Po, W. C. and Huang, B. N. (2008). Tourism development and economic growth—a nonlinear approach. *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*, 387(22), 5535–5542.
- Proença, S. and Soukiazis, E. (2008). Tourism as an economic growth factor: a case study for Southern European countries. *Tourism Economics*, 14(4), 791–806.
- Roudi, S, Arasli, H. and Akadiri, S. S. (2019). New insights into an old issue – examining the influence of tourism on economic growth: evidence from selected small island developing states. *Current Issues in Tourism*, 22(11), 1280–1300.
- Shahzad, S. J. H., Shahbaz, M., Ferrer, R. and Kumar, R. R. (2017). Tourism-led growth hypothesis in the top ten tourist destinations: new evidence using the quantile-on-quantile approach. *Tourism Management*, 60, 223–232.

- Sokhanvar, A., Çiftçioğlu, S. and Javid, E. (2018). Another look at tourism- economic development nexus. *Tourism Management Perspectives*, 26(1), 97–106.
- Srinivasan, P., Kumar, P. K. S. and Ganesh, L. (2012). Tourism and economic growth in sri lanka: an ardl bounds testing approach. *Environment and Urbanization ASIA*, 3(2), 397–405.
- Surugiu, C. and Surugiu, M. R. (2013). Is the tourism sector supportive of economic growth? empirical evidence on romanian tourism. *Tourism Economics*, 19(1), 115–132.
- Tang, C. F. and Tan, E. C. (2013). How stable is the tourism-led growth hypothesis in malaysia? evidence from disaggregated tourism markets. *Tourism Management*, 37, 52–57.
- Tang, C. F. and Abosedra, S. (2014). Small sample evidence on the tourism-led growth hypothesis in lebanon. *Current Issues in Tourism*, 17(3), 234–246.
- Trang, N. H. M., Duc, N. H. C. and Dung, N. T. (2014). Empirical assessment of the tourism-led growth hypothesis—the case of vietnam. *Tourism Economics*, 20(4), 885–892.
- Tugcu, C. T. (2014). Tourism and economic growth nexus revisited: a panel causality analysis for the case of the mediterranean region. *Tourism Management*, 42, 207–212.
- World Travel and Tourism Council (WTTC). (2019). Travel and tourism economic impact 2019 world. March, 1–20.
- Yap, G. and Saha, S. (2013). Do political instability, terrorism, and corruption have deterring effects on tourism development even in the presence of unesco heritage? a cross-country panel estimate. *Tourism Analysis*, 18(5), 587–599.
- Yazdi, S. K., Salehi, K. H. and Soheilzad, M. (2017). The relationship between tourism, foreign direct investment and economic growth: evidence from Iran. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 15–26.

APPENDIX

Table 7. Previous Studies on Tourism-Economic Growth Nexus

Author(s)	Countries & Period	Methodology	Findings
Ghali (1976)	Hawaii (1953-1970)	OLS	The development in the tourism sector provide both growth and instability of the growth
Balaguer and Cantavella-Jordá (2002)	Spain (1975Q1-1997Q1)	JC, GC	Both cointegration and causality test results support the tourism-led growth hypothesis.
Lanza et al. (2003)	13 OECD countries (1977-1992)	JC	Tourism demand is a very elastic with respect to income.
Durbarry (2004)	Mauritius (1952-1999)	JC, ECM	The development in the tourism sector positively affects economic performance.
Dritsakis (2004)	Greece (1960Q1-2000Q4)	JC, ECM, GC	There is a two-way causality in the tourism-growth nexus.
Narayan (2004)	Fiji (1990-2000)	CGE	Findings suggest that 10 % increase in tourism expenditures raise GDP by about 0.5%.
Eugenio-Martin et al. (2004)	21 Latin America countries (1985-1998; 1980-1997)	GMM, GLS	Tourism sector development affects economic performance positively in low- and middle-income countries. But it cannot contribute to growth in high-income countries.
Oh (2005)	Korea (1975Q1-2001Q1)	EG, GC	Empirical findings indicate uni-directional causality from economic performance to tourism sector only in short-run.
Gunduz and Hatemi-J (2005)	Turkey (1963-2002)	HH	Tourism contributes to economic performance in Turkey.
Kim et al. (2006)	Taiwan (1971Q1-2003Q2; 1956-2002)	JC, GC	There is a long-run relationship and bi-directional causality in the tourism-economic performance nexus.
Parrilla et al. (2007)	Spain (1965-2000)	GAM	Specialization in the tourism sector is the key factor of development. However, this effect has decreased over time.
Ivanov and Webster (2007)	Cyprus, Greece, Spain (1997-2004)	CGE	The hospitality sector affects the economic performance in Greece more than any other country.
Nowak et al. (2007)	Spain (1960-2003)	JC, ECM, GC	Tourism sector development promotes economic performance indirectly.
Brau et al. (2007)	143 countries (1980-2003)	OLS	Small states grow faster with specialization in tourism sector.
Proença and Soukiazis (2008)	Greece, Italy, Portugal, Spain (1990-2004)	POLS, FE (LSDV), RE (GLS),	Tourism sector positively affect economic performance in these countries.
Fayissa et al. (2008)	42 SSA countries (1995-2004)	FE, RE, GMM	The tourism sector contributes significantly to economic performance.
Lee and Chang (2008)	23 OECD, 32 non-OECD (1990-2002)	PPC, PFMOLS, PGC	The impact is stronger in non-OECD and SSA region countries.
Lee and Chien (2008)	Taiwan (1959-2003)	GH, GC	The results show that tourism and economic performance reinforce each other. However, this relationship is unstable.
Po and Huang (2008)	88 countries (1995-2005)	NLS	There is a three regime with a two-threshold level (about 4.05% and 4.73%). There exists a positive relationship in regime 1 (below the threshold level 4.05%) and regime 3 (above the threshold level 4.73%). However, there is no evidence of significant relationship in regime 2 (between 4.05% -4.73%).
Katircioglu (2009a)	Turkey (1960-2006)	ARDL, JC	There is no long-term relationship.
Narayan et al. (2010)	4 Pacific island countries (1988-2004)	PPC, PFMOLS, PGC	In the long-run, tourism sector development affects economic performance positively.
Payne and Mervar (2010)	Croatia (2001Q1-2008Q3)	TY	Unidirectional causality from economic performance to the tourism industry.
Lean and Tang (2010)	Malaysia (1989M1-2009M2)	TY, DL	Two-way causal relationship has been stable over time, except 1998-1999.
Brida et al. (2010)	Uruguay (1987Q1-2006Q4)	JC, GC	The increase in tourism spending in Argentina contributes to the economic performance of Uruguay.
Cortes-Jimenes and Pulina (2010)	Italy (1954-2000), Spain (1964-2000)	JC, ECM, GC	Tourism-led growth hypotheses is valid for both the Italian and Spanish economies.
Arslanturk et al. (2011)	Turkey (1963-2006)	ECM, GC	Tourism receipts have a positive effect on growth after the year 1983.
Nissan et al. (2011)	11 Developed countries (2000-2005)	LSDV	Bidirectional causality results show that tourism and economic performance reinforce each other.

Apergis and Payne (2012)	9 Caribbean countries (1995-2007)	PPC, PFMOLS, PGC	Tourism development and economic performance positively affect each other.
Lionetti and Gonzales (2012)	6 Latin America and Caribbean countries (2001Q1-2008Q4)	JC, GC	Tourism sector contributes positively to growth through the trade channel in four (Nicaragua, Chile, Venezuela, Dominican R.) of the six countries. It damages growth with an increasing import channel in Argentina and Mexico.
Srinivasan et al. (2012)	Sri Lanka (1969-2009)	ARDL	Tourism development positively affects economic performance.
Tang and Tan (2013)	Malaysia (1995M1-2009M2)	BH, GC	Only 8 of 12 sub-sectors of tourism market contribute to economic performance.
Tugcu (2014)	21 Mediterranean countries (1998-2011)	DH	There is no causal relationship In African countries. Also, there have mixed results for other countries in different regions.
Aslan (2014)	12 Mediterranean countries (1995-2010)	DH	The causality relationship varies across countries. Growth-led tourism hypothesis is valid for 7 countries out of 12 countries.
Antonakakis et al. (2015a)	6 European countries (1995M1-2012M12)	VAR-SIA	Tourism sector positively affect economic performance in Italy, Germany, Portugal and Spain.
Pérez-Rodríguez et al. (2015)	UK (1980Q1-2012Q2), Spain (1995Q1-2013Q1), Croatia (1997Q1-2013Q4)	CGARCH	The relationship is asymmetric and is not stable over time only in Croatia.
Antonakakis et al. (2015b)	10 European countries (1995M1-2012M12)	VAR-SIA	Tourism-led growth (Netherlands, Italy. Growth-led tourism (Greece, Cyprus, Germany). Feedback (Spain, Australia, Portugal). No causality (UK, Sweden). The tourism-growth relationship is time-dependent.
Hatemi-J (2016)	UAE (1995-2014)	BTY	The development of the tourism sector causes economic performance.
Banday and Ismail (2017)	BRICS countries (1995-2013)	PARDL, PGC	The tourism sector affects economic performance positively in all countries.
Roudi et al. (2019)	10 Small island developing countries (1995-2014)	FC, PARDL, DH	There is a long-run and bidirectional causality.
Sokhanvar et al. (2018)	16 Emerging market economies (1995-2014)	IRF, GC	Tourism-led growth (Brazil, Mexico, Philippines). Growth-led tourism (China, India, Indonesia, Malaysia, Peru). Feedback (Chile). No causality (Colombia, Hungary, Poland, Russia, S. Africa, Thailand, Turkey).
Can and Gozgor (2018)	8 Mediterranean countries (1995-2014)	PGC, DH	Tourism-led growth (Greece, Egypt). Growth-led tourism (Morocco, France, Turkey). Feedback (Italy, Spain, Tunisia).
Mohapatra (2018)	6 SAARC countries (1995-2014)	PPC, PFMOLS, PGC, DH	Tourism expenditures and revenues support economic growth. Economic growth only supports tourism expenditures in short-run.
Dogru and Bulut (2018)	7 Mediterranean countries (1996-2014)	DH	Feedback effect
Altner (2019)	Turkey (1969-2018)	ARDL	The tourism sector affects economic performance positively.
Aratuo and Etienne (2019)	USA (1998Q1-2017Q3)	ARDL, TY	In long-run, the development of only in 2 out of the 6 tourism-related sub-sectors affects economic performance positively.
Liu and Wu (2019)	Spain (1995Q1-2016Q4)	BDSGE	The increase in the productivity of the tourism sector supports the growth by causing an increase the value of both tourism and non-tourism sectors.
Balsalobre-Lorente et al. (2020)	Spain (1971-2015)	NARDL, DP	Tourism sector and economic growth reinforce each other.

Note: Abbreviations are as follows alphabetically. ARDL (Autoregressive distributed lag model cointegration test), BDSGE (bayesian dynamic stochastic general equilibrium model), BH (Bayer-Hanck cointegration test), BRICS (Brazil, Russia, India, China, South Africa), BTY (bootstrapped Toda-Yamamoto causality test), CGARCH (copula-based generalized autoregressive conditional heteroskedasticity), CGE (computable general equilibrium models), DD (Dolado-Lütkepohl Granger causality test), DH (Dumitrescu-Hurlin panel Granger causality test), DP (Diks-Panchenko non-parametric causality test), ECM (error correction model), EG (Engle-Granger cointegration test), FC (Fisher-type Johansen panel cointegration test), FE (fixed effects model), GAM (growth accounting model), GC (Granger causality test), GLS (generalized least squares), GMM (generalized methods of moments), HH (Hacker-Hatemi-J bootstrapped Granger causality test), IRF (impulse response function), NARDL (non-linear autoregressive distributed lag model cointegration test), JC (Johansen cointegration test), LSDV (least squares dummy variable), NLS (non-linear least squares), OECD (organization for economic cooperation and development), OLS (ordinary least squares), PARDL (panel autoregressive distributed lag model cointegration test), PFMOLS (panel fully modified ordinary least squares), PGC (panel Granger causality test), POLS (pooled ordinary least squares), PPC (Pedroni panel cointegration test), RE (random effects model), SAARC (South Asian association for regional cooperation), SSA (Sub-Saharan African countries), TY (Toda-Yamamoto Granger causality test), UAE (United Arab Emirates), UK (United Kingdom), USA (United States of America), VAR-SIA (Vector Autoregression model-based spillover index approach).



**HEDONİK VE FAYDACI TÜKETİM İLE KOMPULSİF SATIN ALMA İLİŞKİSİNDE
KREDİ KARTI KULLANIMI: ONLİNE PAZARYERLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**
**HEDONIC AND UTILITARIAN CONSUMPTION WITH COMPULSIVE BUYING
RELATIONSHIP USE OF CREDIT CARD: A RESEARCH ON ONLINE MARKETPLACE**

Talha BAYIR¹



1. Öğr. Gör. Dr., Şırnak Üniversitesi,
talhabayir@sirnak.edu.tr,
<https://orcid.org/0000-0002-3897-9205>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
03.12.2020 12.03.2020

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
12.01.2021 01.12.2021

DOI

<https://doi.org/10.30798/makuiibf.835654>

Öz

Bu araştırma ile amaçlanan, faydacı ve hedonik tüketimin, kontrolsüz kredi kartı kullanımı aracılığı ile kompulsif satın almaya ve pişmanlık düzeylerine olan etkisini incelemektir. Araştırmanın örneklem kitlesini, 466 online alışveriş tüketicisi oluşturmaktadır. Araştırma verilerine öncelikle tanımlayıcı ve betimleyici istatistikler ile geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Daha sonra gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizlerinin ardından ise PATH Analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre; hedonik tüketim, kontrolsüz kredi kartı kullanımı ve kompulsif satın almayı pozitif yönde etkilerken; faydacı tüketim ise kontrolsüz kredi kartı kullanımı aracılığı ile kompulsif satın almayı negatif yönde etkilemektedir. Ayrıca kontrolsüz kredi kartı kullanımı, kompulsif satın almayı etkilerken; kompulsif satın alma ise pişmanlık durumunu etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Hedonik Tüketim, Faydacı Tüketim, Kompulsif Satın Alma, Kredi Kartı Kullanımı, Pişmanlık.

Abstract

The scope of this research is to examine the effect of utilitarian and hedonic consumption on compulsive purchases and regret levels through uncontrolled credit card usage. The sample group of the research consists of 466 online shopping consumers. In this context, descriptive statistics and validity and reliability analysis of the data were performed. After confirmatory factor analysis, PATH analysis were applied. According to the findings obtained as a result of the research; hedonic consumption, uncontrolled credit card usage and compulsive buying positively affected; utilitarian consumption negatively affects compulsive purchasing through uncontrolled credit card usage. In addition, uncontrolled credit card usage affects compulsive purchasing; compulsive buying affects regret.

Keywords: Hedonic Consumption, Utilitarian Consumption, Compulsive Buying, Credit Card Usage, Regret.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

Are compulsive purchases and regrets caused by the hedonic and utilitarian consumption habits of consumers a result of uncontrolled credit card? With this research, it is aimed to determine the Compulsive Purchase and the Regret Levels experienced after Utilization of Uncontrolled Credit Cards of Utilitarian and Hedonic Consumption.

Research Questions

Does hedonic and utilitarian consumption affect compulsive buying? Does credit card use affect compulsive purchasing? Do hedonic consumers make compulsive purchases with uncontrolled credit card use? Does compulsive buying affect regret?

Literature Review

Accessing consumer products and using credit cards through online marketplaces has become more common and easy. Over time, consumption has ceased to be made only for the needs and has been made for many reasons such as satisfying the emotions of individuals, showing off and being shown as a status holder. These kinds of uncontrolled shopping are described as "compulsive purchasing" in the literature and "shopping colic" in the society. This kind of exchange behavior has some material and moral consequences. Individuals are concerned about how to pay the minimum amount of the credit card and how to bring the end of the month with a limited salary. Later, the individual regrets these behaviors that he cannot control. In this study, the compulsive purchases of hedonic and utilitarian consumption participants caused by the uncontrolled use of credit cards and the regrets experienced afterwards were examined. In the studies conducted by; Yıldız and Kuru (2015), Şengün and Menteş (2017), Beytulova and Yaşın (2018), it has been determined that the use of credit cards leads consumers to consume more hedonic consumption. O'Guinn and Faber (1989), d'Astous (1990), Roberts and Martinez (1997), Roberts and Jones (2001), Pirog and Roberts (2007), Phau and Woo (2008), Wang and Xiao (2009), Lo and Harvey (2011) revealed that uncontrolled credit card use and the number of credit cards owned have a significant positive relationship with compulsive purchasing behavior. Faber and O'Guinn (1992), Steenkamp and Baumgartner (1995), Chang (2002), Roehm and Roehm (2005), Lee, et al. (2009), Hoevath and Adıgüzel (2018) and Tokgöz (2019), while hedonic consumption affects compulsive buying positively and significantly; utilitarian consumption affects compulsive buying negatively and significantly. Babin, et al. (1994), utilitarian consumption does not affect compulsive purchasing. Faber et al. (1987) and Faber and Vohs (2004) revealed that individuals who consume compulsively feel guilt, shame, and regret after shopping. When the literature was examined, it was seen that most of the studies conducted explained the relationship between only two variables. Unlike other studies, this study revealed the situation caused by a variable with a mediator variable and ultimately the emotions it experienced. There is no research has been found on the relationship between utilitarian consumption and credit card use and regret. In other words, it contains more comprehensive information

about the pre-purchase and post-purchase of the individual consuming the relevant consumption. It is also unique because it is a research conducted on online marketplaces.

Methodology

Survey method was used as a data collection tool within the scope of the research. Questionnaire expressions are composed of a five-point likert type scale. Analyzes were carried out by transferring the survey data obtained electronically to SPSS and AMOS programs. The sample group of the research consists of 466 online shopping consumers. In this context, descriptive statistics and validity and reliability analysis of the data were performed. After explanatory and confirmatory factor analysis, PATH analysis were applied.

Results and Conclusions

According to the findings obtained as a result of the research analysis; Hedonic consumption positively affects the use of uncontrolled credit cards, compulsive purchasing and regret. Utilitarian consumption negatively affects uncontrolled credit card usage; does not affect compulsive buying and regret. Uncontrolled credit card usage positively affects compulsive purchasing. Uncontrolled credit card use and compulsive purchasing positively affect regret. In short, hedonic consumers use their credit cards more uncontrollably, shop more compulsively and ultimately regret it. Utilitarian consumers, on the other hand, use their credit cards in a more controlled manner, do not make compulsive shopping and do not feel regret.

1. GİRİŞ

Günümüzde dijital alanda yaşanan teknolojik gelişmeler tüketicilerin satın alma davranışlarını da değiştirmektedir. Özellikle internet üzerinden yapılan alışverişler, hedonik tüketimin temelini oluşturan mutluluk ve haz duygularını harekete geçirmede oldukça etkili olmaktadır (Saritaş ve Haşiloğlu, 2015). Hedonik tüketiciler, zamanlarının çoğunluğunu alışveriş faaliyetleriyle geçirmeye çalışırlar. Bu şekilde alışveriş yapan hedonik tüketiciler, online alışveriş sitelerinde daha sık ve daha uzun süreli gezinmek isterler (Kim ve Eastin, 2011). Arnold ve Reynolds (2003) yaptıkları çalışmada insanları hedonik tüketime yönelten unsurları macera, zevk, sosyallik, rol, fikir edinmek ve değer temelli alışveriş olmak üzere altı farklı boyutta incelemiştir. Fakat unutulmamalıdır ki tüketiciler genelde hem haz hem de fayda elde etmek amacıyla alışveriş yaparlar (Westbrook ve Black, 1985). Hedonik tüketim, alışverişe genellikle daha subjektif bir bakış açısıyla yaklaşırken, faydacı tüketim ise objektif bir açıdan yaklaşmaktadır (Carpenter ve Moore, 2009). Faydacı tüketim, rasyonel ve doğrudan hedefe yönelik bir tüketici davranışıdır. Bu doğrultuda tüketici, makul bir fiyat, uygun bir kalite ve çeşitlilik aramaktadır (Başaran ve Büyükyılmaz, 2015). Faydacı ürünlerin satın alınması genellikle verimli, mekanik ve tatminkâr bir şekilde tamamlanmaktadır (Yu ve Bastin, 2010). Sonuç olarak faydacı tüketimin, amaç odaklı ve rasyonel bir davranış olduğu söylenebilmektedir (Bei ve Chen, 2015).

Gelişen online pazarlar ve önlenemeyen satın alma davranışına sahip tüketiciler, işletmeler için başlıca bir hedef konumundadır (Hussain ve Bohari, 2012). Ürün veya hizmet arz eden işletmeler, tüketicileri online alışveriş sitelerine çekmek için yoğun pazarlama çabaları sarf etmekte ve zaman zaman etik dışı uygulamalara da başvurmaktadır. Tüketicilerin hızlı bir göz gezdirme veya ürün özellikleri incelemeleri dahi çerezler sayesinde reklamlar ile tekrar hatırlatılmaktadır. Bu tür durumlara maruz kalan tüketiciler üzerinde ise kompulsif bozukluklara varan problemlere neden olmaktadır (Armağan ve Temel, 2018: 626). Tüketicileri kompulsif tüketiciler olmaya iten etmenler arasında kişinin psikolojik durumu, statü seviyesi ve bir gruba ait olma istekleri yer almaktadır. Satın alma davranışından sonra genellikle tüketicilerde öncelikle kısa bir rahatlama gözlenir fakat daha sonra ise suçluluk ve pişmanlık duygusu bunun yerini alır (Faber ve O'Guinn, 1992).

Kredi kartı kullanımının ise tüketicilerin kompulsif davranışlarında bir araç olduğu söylenebilmektedir. Kredi kartı sahibi olan tüketicilerin, daha fazla borçlanmaya eğilimli olduğu düşünülmektedir (Prelec ve Loewenstein, 1998). Çünkü kredi kartı ile alışveriş yapan tüketicilerin karar verme süresi kısa olması nedeniyle ilgili alışverişlerinin artılarını ve eksilerini de kestirememektedirler (O'Guinn ve Faber, 1989). Kompulsif tüketim gösteren tüketiciler tipik olarak; aniden ve kontrolsüz bir istekle hareket etme, haz elde etme isteği ve ürünün özelliklerini rasyonel değerlendirememesi gibi kişilik özelliklerine sahiptir (Rook ve Hoch, 1985). Bu nedenle de tüketicilerin kredi kartı borcu kontrol dışına çıkmaktadır. Literatürde ilk kez O'Guinn ve Faber (1989) tarafından yapılan araştırma bulgularına göre kredi kartı kullanımı ile kompulsif satın alma davranışı kavramları arasında anlamlı bir ilişki olduğu

ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırmaya göre kompulsif satın alma eğilimi gösteren tüketiciler, normal tüketicilere nazaran daha fazla kredi kartına sahip oldukları tespit edilmiştir. Yapılan birçok araştırma kompulsif satın alımlarla kredi kartı kullanımları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu göstermektedir (Pirog ve Roberts, 2007; Roberts ve Jones, 2001; D'Astous, 1990; Roberts ve Martinez, 1998; Phau ve Woo, 2008).

Bu çalışma ile öncelikle hedonik ve faydacı tüketim yapan katılımcıların, kontrolsüz kredi kartı kullanımı düzeyleri incelenecek. Daha sonra ise kontrolsüz kredi kartının kullanımının, kompulsif satın alımları ne düzeyde etkilediği gözlemlenecektir. Nihayetinde ise katılımcıların ilgili değişkenlerin etkisi altında yaşamış oldukları satın alım sonrası pişmanlık düzeyleri tespit edilecektir. Böylelikle online alışveriş yapan Y kuşağı tüketicilerinin hem satın alım öncesi hem de satın alım sonrası, tüketim davranışlarına dair bulgular edinilmiş olacaktır.

2. FAYDACI VE HEDONİK TÜKETİM ANLAYIŞI

İnsanlık tarihi boyunca gerçekleşen toplumsal ve teknolojik gelişmeler neticesinde oluşan tüketim olgusunun bir sonucu olarak tüketiciler, yalnızca ihtiyaçlarını değil arzularını da tatmin etmeye yönelmiştir (Odabaşı, 2006: 40). Günümüzde de tüketiciler alışverişi sadece somut faydalar sağlamak için değil aynı zamanda bir zevk ve eğlence unsuru olarak görmektedir (Köker ve Maden, 2012). Birçok araştırmacı, tüketici deneyiminin anlaşılabilmesi için faydacı ve hedonik bakış açılarının her ikisine de ihtiyaç olduğunu belirtmişlerdir (Mathews vd., 2009). Hedonizm, yaşamın anlamının hazda bulunduğunu kabul eden felsefi bir görüştür. Hedonizm, haz veren ya da acıdan kurtaran şeyi “iyi”, acıya sebep olan şeyi de “kötü” olarak tanımlayan etik teorisi (Altunışık ve Çallı, 2004). Hedonizm, “haz arayıcılığı, kendini zevke adanmak” olarak ifade edilirken, hedonik tüketim ise “tüketiminin haz boyutundan tat almak” olarak ifade edilebilir (Blythe, 1997; Babacan, 2001). Bir başka tanımlamaya göre hedonizm, “zevkin peşinde koşma, duymusal zevklere kendini adanma ya da psikolojik olarak zevk arama arzusuyla acıdan kaçma şeklinde güdülenmiş davranış biçimi” olarak tanımlanmaktadır (Çelik, 2009). Tüketicileri satın alma davranışı olarak hedonik davranmaya iten sebepleri kısaca şu şekilde belirtmek mümkündür (Arnold ve Reynolds, 2003):

- Alışveriş yaparken tüketicilerin ihtiyaç/zaman kavramından uzaklaşıp macera arama isteği,
- Çevresindekilerle alışveriş yaparak sosyalleşmek istemesi,
- Günlük hayatın stresinden kurtulmak istemesi,
- Modayı ve yeni trendleri ve ürünleri takip edebilmek için fikir sahibi olmak istemesi,
- Özel günlerde başkalarını mutlu etmek için hediye vermek istemesi,
- İndirim fırsatları yakalamak ve kazançlı alışveriş yapmak istemesi.

Tüketim davranışında, hedonik tüketimin yanı sıra diğer bir boyut olarak faydacı tüketim boyutundan söz edilmektedir. Faydacı boyutta tüketici, tüketim faaliyetini bir görev olarak algılamaktadır. Satın almayı ise “görevin tamamlanması” olarak değerlendirmektedir. Yani rasyonel bir davranış sergilemektedir (Arnold ve Reynolds, 2003). Faydacı tüketimde, ihtiyaç duyulan tüketim unsuruna ilişkin olarak alışveriş ziyaretinin değeri, ürünün etkin ve uygun bir biçimde satın alınmasıyla ilişkilendirilmektedir (Babin, vd., 1994). Faydacı tüketim anlayışında alışveriş bir “iş” olarak değerlendirilmektedir. İhtiyaç duyulan veya aranılan ürün bulunduğu anda ise alışveriş sona ermektedir (Bloch ve Richins, 1983). Faydacılık, “bir eylemin ya da nesnenin değerinin onun sağladığı somut faydalarla ölçülmesi” anlamına gelmektedir (Çelik, 2009). Bir diğer tanımlamaya göre faydacılık, “ürün, hizmet veya fikirlerin insanların somut ihtiyaçlarını tatmin etmesi” olarak ifade edilmektedir (Mucuk, 1996). Faydacı tüketim ise “bir nesnenin ya da bir eylemin değerinin onun faydasıyla belirleneceği şeklindeki inanç” olarak tanımlanmaktadır (Kop, 2008). Faydacı tüketimde tüketiciler, öncelikle ihtiyaç duydukları ürünün benzer ürünlerle olan farkını tespit etmekte ve bu özelliklerin o üründe var olduğuna kanaat getirdikten sonra fayda maliyet analizi yaparak o ürünü satın alma kararı vermektedir (Kırcı, 2014).

Hedonik tüketim ile faydacı tüketim anlayışında tüketiciye sağladığı değerler açısından farklılıklar görülmektedir. Hedonik değerler, satın alma eyleminin sonucunda elde edilen, psikolojik ve duygusal deneyimlerdir. Faydacı değerler ise tüketicinin alışveriş sırasında ve sonrasında rasyonel bir tutumla faydacı olgular araması anlamına gelmektedir. Faydacı değer, başarılı bir alışveriş ve kişinin memnun kalması olarak değerlendirilmektedir. Hedonik değer ise tüketicinin sıradanlıktan kaçarak, farklı zevkler yaşamayı planlaması durumudur (Carpenter vd., 2005).

3. KOMPULSİF SATIN ALMA VE KREDİ KARTI KULLANIMI

Günümüzde tüketiciler için alışveriş rutin bir eylem olarak görülmektedir. Fakat bazı tüketiciler için bu eylem kontrol edilemeyen bir takıntıya dönüşebilmektedir (O'Guinn ve Faber, 1989). Bu durum bir bağımlılık ve davranış bozukluğu halini de alabilmektedir. Psikiyatri alanında “Oniomania” olarak da bilinen kompulsif satın alma, e-ticaretin yaygınlaşmasıyla “Online Alışveriş Bağımlılığı” olarak yeni bir boyut kazanmıştır (Manchiraju vd., 2016). Ortaya çıkan bu yeni boyut, kişileri ihtiyaç dışı satın alımlara itmekte ve hem ekonomik hem de psikolojik açıdan günlük yaşamı olumsuz şekilde etkilemektedir. Kontrolsüz bir şekilde yapılan bu tür satın alımlar genellikle ekonomik zorluklarla ve pişmanlıklarla sonuçlanmaktadır (Armağan ve Temel, 2018). Andreassen, (2014)’e göre kompulsif satın alma, “alışveriş yapmaya haddinden fazla önem vermek, alışveriş dürtüsünü kontrol edememek, alışveriş için çok fazlaca zaman ve efor sarf etmek ve alışverişini hayatın geri kalanını olumsuz şekilde etkileyen bir unsur haline getirmek” olarak tanımlanmıştır. Kompulsif satın alma davranışı, “kişinin yoğun bir dürtüyle satın alma güdüsü hissederek bu güdüyü denetleyememesi sonucunda ortaya çıkan ve kişiyi maddi yönden zor durumda bırakan bir bozukluk” olarak tanımlanmaktadır (Tamam vd., 1998).

Faber ve O'Guinn (1989) kompulsif satın almanın, "kontrol edilemez bir dürtü veya arzunun harekete geçirdiği bir duyguyu hissetmek için, bir nesneyi kullanmak için veya bir olaydan deneyim elde etmek için bireyin tekrarladığı bir davranış olduğunu, bireye ve çevresindekilere zarar verdiğini" belirtmişlerdir.

Rook ve Hoch (1985)'e göre kompulsif tüketim davranışı gösteren tüketiciler tipik olarak; aniden gelen bir istekle hareket etme, tatmin olma isteği, ürünün özelliklerini rasyonel değerlendirememesi ve plan yapmadan satın alma şeklinde kişilik özelliklerine sahiptir. Bu doğrultuda kredi kartı kullanımı ise tüketicilerin kompulsif davranışlarında bir araç olduğu söylenebilmektedir. Kredi kartı sahibi olan tüketicilerin, daha fazla borçlanmaya eğilimli oldukları düşünülmektedir (Prelec ve Loewenstein, 1998). Çünkü kredi kartı kullanıcıları herhangi bir alışverişin artılarını ve eksilerini kestirmeden, kısa sürede karar vermektedir. Bu yüzden tüketicinin kredi kartı borcu kontrol edilemeyerek bir bağımlılığa dönüşebilir (O'Guinn ve Faber, 1989). BDDK (2005)'ya göre "nakit kullanımı gerekmeksizin mal ve hizmet alımı veya nakit çekme olanağı sağlayan basılı kart" olarak tanımlanan kredi kartlarının kontrolsüz kullanımı ile borçlanma yatkınlığı ilişkisi incelendiğinde ise tüketicilerin alışveriş sonrası endişe yaşadıkları görülmektedir. Bu bağlamda, kontrolsüz kredi kartı kullanımı ve borçlanma yatkınlığı üç temel başlık altında toplanmıştır. Bunlar (Awanis ve Cui, 2013):

- Kredi kartı etkisinin farkında olmamak,
- Finansal duyarsızlık,
- Borcun normal karşılanmasıdır.

Tüketiciler kredi kartı kullanarak alışveriş yaptıklarında genellikle; para harcamıyormuş hissine kapılır ve harcamalarını kontrol altında tutmakta zorlanır böylelikle de parasal duyarlılığını kaybederler (Awanis ve Cui, 2013). Sonuç olarak, kompulsif satın alma davranışı, kredi kartlarının yaygın kullanımı ile daha da güçlenmiş ve yetişkin nüfusun yaklaşık %1 ile %6'sını etkileyen satın almada kontrol edilemez bir dürtü olduğu düşünülmektedir. Ayrıca kompulsif satın alma davranışı gösteren tüketicilerin aktif bir şekilde kullandıkları kredi kartı sayısı oldukça fazladır. Kredi kartı ile satın almayı nakit ödeme ile alışverişe tercih etmekte ve bu nedenle satın alımları sırasında normalden daha fazla harcama yapmaktadırlar (Gültekin, 2019). Roberts (1998) tarafından yapılan ilk araştırma bulgularına göre kredi kartının yanlış kullanımının kompulsif satın alımın güçlü bir belirleyicisi olduğunu saptanmıştır. Roberts ve Jones (2001) tarafından yapılan bir diğer çalışmada, kredi kartı kötüye kullanımının, kişinin para ve zorla satın alma tutumu arasındaki ilişkiyi hafiflettiğini ortaya koyulmuştur. Lo ve Harvey (2011) tarafından yapılan çalışmada ise satın alma davranışlarının aşırı derecede, kontrolsüzce, sürekli olarak ve rahatsız edici seviyede gerçekleştirilmesi, bu tüketicilerin kredi kartı kullanımlarını tetiklediği tespit edilmiştir. Kompulsif satın alma davranışı; tüketicilerin kredi kartı sahipliğini, aktif kullandıkları kredi kartı sayısını ve kredi kartı kullanım sıklıklarını direkt olarak etkilemektedir.

4. ALIŞVERİŞ SONRASI PİŞMANLIK

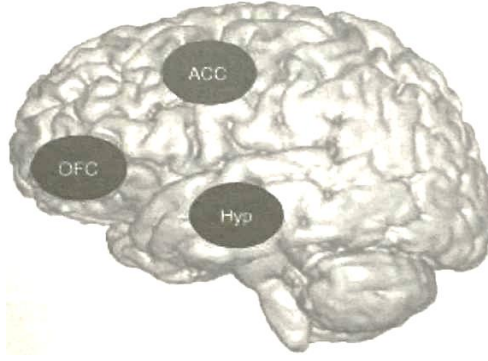
Pişmanlık, “herhangi bir kişinin karar davranışını optimize etmeye yarayan rasyonel bir duygu” olarak ifade edilmektedir. Weisberg ve Beck (2012)’ye göre ise pişmanlık kavramı, “tipik vakalar karşısında bireyin yaptığı seçimin sonucundan sorumlu olması” olarak da tanımlanmaktadır. Zeelenberg ve Pieters (2007) pişmanlığı, “kişinin seçimleriyle özel bir ilişkisi olan tek negatif duygu” olduğunu savunmaktadırlar. Tsiros ve Mittal (2000) ise pişmanlığı, “bireyin risk altında olduğu zamanda doğru olduğunu düşünerek seçmiş olduğu tercihinin, karar verme sonrasında yanlış olduğunu fark etmesi” olarak tanımlamaktadır. Tüketiciler, satın alma öncesinde ürün hakkında bilgi edinir ve mevcut seçenekleri değerlendirir. Satın alma sonrasında ise yaptıkları seçimi değerlendirip, diğer seçenekleri ve onların sonuçlarını düşünürler. Tüketiciler tarafından yapılan kapsamlı değerlendirmeler sonucu ise pişmanlık hissedebilir. Pişmanlığın satın alma öncesi nedenleri arasında; ürün veya hizmetin belirsizliği, bilgi ve araştırma eksikliği, impulsif satın alma durumu, ürün veya hizmetin fiyatı, tüketicilerin kontrol düzeyi, satın alma esnasında hissedilen duygular gibi birçok faktör gösterilebilmektedir. Pişmanlığın satın alım öncesi nedenleri olduğu gibi satın alım sonrası nedenleri de vardır. Özellik seviyesi değerlendirmeleri, satın alma sonrası fiyatlar, marka ve fiyat arasındaki seçimleri bu nedenler arasındadır. Pişmanlığın satın alım öncesi ve sonrasındaki nedenleri Tablo 1’de detaylandırılmaktadır (Öztürk, 2015):

Tablo 1. Pişmanlığın Satın Alım Öncesi ve Sonrası Nedenleri

Pişmanlığın Satın Alım Öncesi Nedenleri	Pişmanlığın Satın Alım Sonrası Nedenleri
<ul style="list-style-type: none">• Belirsizlik,• Bilgi Araştırması ve Seçenek Değerlendirmesi,• İmpulsif Satın Alma,• Satın Alma Öncesi Fiyatlar,• Tüketicinin Kontrolü.	<ul style="list-style-type: none">• Özellik Seviyesi Değerlendirmeleri,• Satın Alma Sonrası Fiyatlar,• Marka ve Fiyat Arasındaki Seçim.

Pişmanlık ile ilgili yapılan araştırmalar incelendiğinde; beynin pişmanlık ile ilgili beynin üç temel bölgesinin olduğundan söz edilebilir. Bunlar; dorsal anterior cingulate korteks (ACC), orta OFC, anterior hipokampus (Hyp) şeklindedir. Camille (2004) ve Coricelli (2005)’ nin yaptıkları araştırmalarda; beyinde bulunan orbitofrontal korteksin pişmanlık ve karar alma süreçlerindeki bilişsel ve duygusal bileşenlerde rolü olduğunu ortaya konmuştur. Pişmanlık ile ilgili yapılan beyin görüntüleme deneylerinde, orta OFC’de büyük bir aktivasyon gözlemlenmiştir. Bu aktivasyon, ACC’ye kadar uzanmakta ve pişmanlığın derecesiyle ilişkilidir. Coricelli (2005) tarafından yapılan araştırmalarda ise kişilerin gitgide pişmanlıktan kaçındığını tespit etmiştir. Bu durumun kümülatif etkisinin ise Ventromedial OFC ve amygdaladaki aktivitedeki artışa neden olduğunu belirtilmiştir (Öztürk, 2015). Şekil 1’de beynin pişmanlıkla ilgili bölümleri gösterilmiştir.

Şekil 1. Beynin Pişmanlıkla İlgili Bölümleri



Kaynak: Öztürk (2015.)

Araştırmalar, beyni hasar görmüş insanların finansal krizler karşısında pişmanlık duymadığını ortaya koymuştur. Bu nedenle de bu tür kişiler, kazandıklarında mutluluk, kaybettiklerinde ise sadece hayal kırıklığı yaşamaktadır (Camerer, vd., 2005). Başka bir araştırmaya göre ise pişmanlık büyük psikolojik tepki yaratmaktadır. Bu sebeple de normal kişilerin pişmanlığı hayal kırıklığına göre daha yoğun yaşadıklarını ortaya konmuştur. Ayrıca araştırmalar kadınların, erkeklere nazaran pişmanlık duygusuna karşı daha duyarlı olduklarını tespit edilmiştir (Brody ve Hall, 1993). Yine yapılan araştırmaların birçoğunda pişmanlık ve memnuniyet düzeyleri arasında negatif bir ilişki olduğunu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda pişmanlığın, memnuniyet düzeylerinin olumsuz etkileyerek, tekrar satın alım niyetinin azalmasına neden olmaktadır (Inman vd., 1997; Zeelenberg ve Pieters, 1999).

5. METODOLOJİ

5.1. Ölçek ve Model

Araştırma kapsamında seçilmiş ölçeklerin her biri daha önce güvenilirliği ve geçerliliği test edilmiş çalışmalardan alıntılanmıştır. Tablo 2’de araştırma kapsamında ölçülmesi planlanan ölçek ve boyutlara yer verilmiştir.

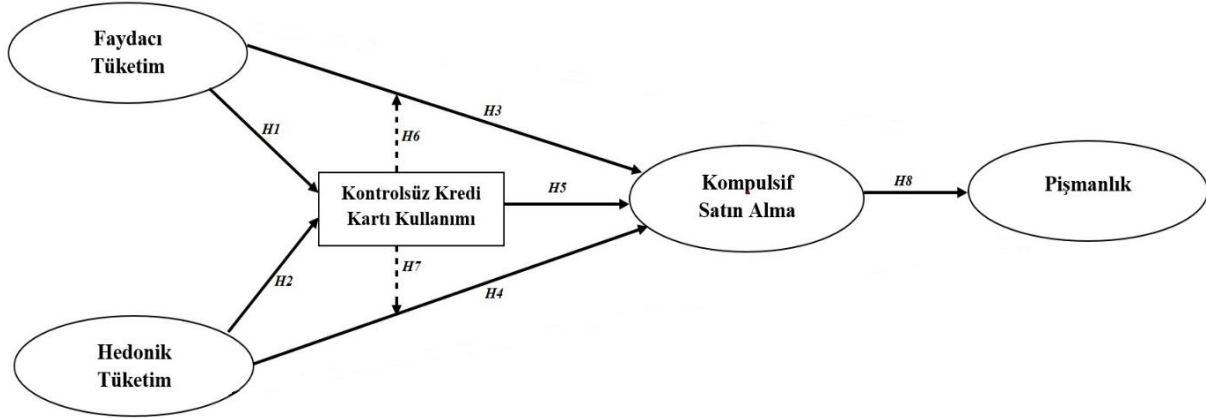
Tablo 2. Araştırma Kapsamında Kullanılan Ölçekler

Ölçek Boyutları	Ölçek Maddeleri	Ölçek Kaynağı
Faydacı Tüketim	Online alışverişlerde genellikle ihtiyacım olan ürünleri satın alırım, İhtiyacım olan ürünleri, Fiyat ve Kalite dengesi en uygun olan alışveriş sitesinden satın almak isterim,	Babin, vd. (1994)
	Online alışveriş sırasında zaman ve para tasarrufu yapmak benim için önemlidir,	
Hedonik Tüketim	Kendimi kötü hissettiğim zamanlarda online alışveriş yapmak, moralimi düzeltir,	Babin, vd. (1994)
	Kendimi ödüllendirmek istediğimde genelde online alışveriş yaparak, birşeyler satın alırım,	
	Online alışveriş stres atmanın bir yoludur,	
	Online alışveriş sırasında gündelik sorunlarımı unuturum,	
Kredi kartı ile online alışveriş yaptığımda, ürünün fiyatı ile daha az ilgilenirim, Kredi kartı ile online alışveriş yapmak, daha fazla harcamama sebep olur,	Palan, vd. (2011)	

KontROLSÜZ Kredi Kartı Kullanımı	Kredi kartı ile alışveriş yaptığımda daha anlık davranırım,	
Kompulsif Satın Alma	Param olduğu zaman, online alışverişte harcamak için istek duyuyorum, Kendimi iyi hissetmek için online alışveriş yaparak bir şeyler satın alırım, Alışveriş sitelerindeki indirimli ürünleri kolaylıkla satın alırım, Online alışveriş sırasında hoş vakit geçiriyorum ve zamanın nasıl geçtiğini anlamıyorum,	Faber ve O'Guinn (1992) Armağan ve Temel (2018)
Pişmanlık	Online alışveriş ile satın aldığım ürünler için genellikle üzüntü duyarım, Online alışveriş ile satın aldığım ürünler için genellikle pişman olurum, Online alışveriş ile satın aldığım ürünlerden genellikle memnun kalmam.	Tsiros ve Mittal (2000)

Araştırma kapsamında oluşturulan model yapılan literatür taramaları neticesinde birçok kaynaktan faydalanılarak oluşturulmuştur. Bu doğrultuda, Babin, vd. (1994), Palan, vd. (2011), Faber ve O'Guinn (1992) ve Tsiros ve Mittal (2000)'ın araştırmaları, modeli ve hipotezleri oluşturmada ele alınan temel kaynaklardandır (Şekil 2).

Şekil 2. Araştırmanın Modeli



Şekil 2'de gösterilen değişkenler arasındaki tek yönlü düz ok'lar, doğrudan etkiyi; kesikli ok'lar ise dolaylı yani aracılık etkisini göstermektedir. Ayrıca, modelde dikkörtgen içerisinde gösterilen memnuniyet boyutu, aracı değişkendir. Yapılan literatür taramaları neticesinde tasarlanan hipotezlerden, H1 ve H2, faydacı ve hedonik tüketimin, kontrolsüz kredi kartı kullanımına etkisini; H3 ve H4, faydacı ve hedonik tüketimin, kompulsif satın almaya etkisini; H6 ve H7, faydacı ve hedonik tüketimin, kontrolsüz kredi kartı kullanımı aracılık etkisi ile kompulsif satın almaya etkisini; H5, kontrolsüz kredi kartı kullanımının, kompulsif satın almaya etkisini; H8, kompulsif satın almanın, pişmanlığa olan etkisini göstermektedir.

5.2. Örneklem, Veri Toplama Süreci ve Yöntem

Toplumunu temsil edecek sayı (n) ve özellikle birimlerden oluşan gruba örnek denir. Örnek bazen gözlem birimi ve toplumdaki seçilmiş grup anlamında da kullanılmaktadır (Özdamar, 2018). Örnek bir kütleden elde edilen verileri değerlendirerek evren hakkında genellemeler yapmak olasılığa dayanmaktadır. Bu nedenle örnek kütle büyüdükçe evren ile ilgili yapılacak genellemelerde yanılma olasılığı da azalacaktır. Bu doğrultuda araştırmacının uygun bir örnek için; hem maliyet ve zaman

şartlarını dikkate alan hem de temsil yeteneğini sağlayan bir örneklem büyüklüğüne ulaşması gerekmektedir (Altunışık, vd., 2012). Araştırma örneklemini, 466 online alışveriş tüketicisi oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğünün %95 güvenirliliğe sahip olması için 384 kişiye ulaşılması yeterlidir (Baş, 2006). Bu doğrultuda örneklem kitlesi %95 oranında bir güvenirlilikle temsil edebilir yeterliliktedir.

Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket ifadelerini beşli likert tipi ölçek oluşturmaktadır. Elektronik olarak elde edilen anket verileri, SPSS ve AMOS programlarına aktarılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırma verilerinin analizinde tanımlayıcı ve betimleyici istatistikleri, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Ölçek faktörlerine dair testler noktasında; Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılmıştır. Son olarak ise araştırma değişkenleri çerçevesinde tasarlanan model PATH (Yol) Analizine tabi tutularak model uyumluluğu değerleri ile değişkenler arasındaki “aracılık ve etki” düzeyleri tespit edilmiştir.

5.3. Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Anket uygulaması kapsamında belirlenen örneklem çerçevesinden hareketle 418 katılımcıya ulaşılmıştır. Araştırma anketinden elde edilen demografik verilere dair frekans ve yüzde dağılımları tablo 3’te sunulmuştur.

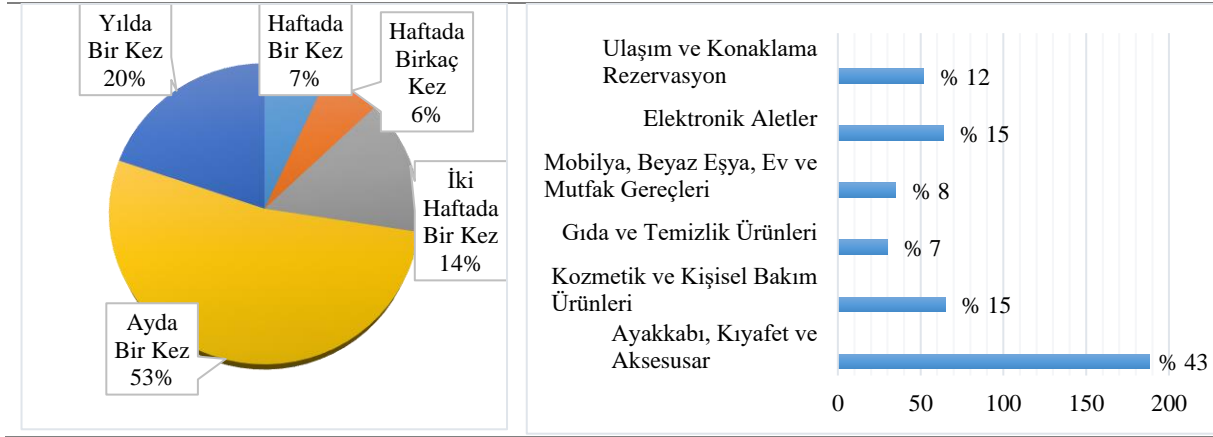
Tablo 3. Katılımcılara Dair Demografik Bilgiler

Değişkenler	Gruplar	N	%
Cinsiyet	Kadın	262	56,2
	Erkek	204	43,8
Medeni Durum	Evli	108	23,2
	Bekar	358	76,8
Yaş	20 ve altı	40	8,6
	21-30	346	74,2
	31-40	62	13,3
	41-50	14	3,0
	51 ve üstü	4	0,8
Eğitim Durumu	İlkveortaokul	8	1,7
	Lise	76	16,3
	Önlisans	100	21,5
	Lisans	198	42,5
	Yükseklisans	58	12,4
Gelir Durumu	Doktora	26	5,6
	1000tl ve altı	158	33,9
	1001tl-2000tl	46	9,9
	2001tl-3000tl	80	17,2
	3001tl-4000tl	30	6,4
	4001tl-5000tl	42	9,0
	5001tl-6000tl	32	6,9
	6001tl-7000tl	32	6,9
	7001tl-8000tl	18	3,9
8001tl-üstü	28	6,0	

Meslek Grubu		
	Kamu Sektörü Çalışanı	116
	Özel Sektör Çalışanı	88
	Sanayi ve İş Adamı	4
	Esnaf ve Zanaatkar	10
	Emekli	2
	İşçi	16
	Öğrenci	208
	Ev Hanımı	22
Toplam		418
		100

Tablo 3'e göre katılımcılar; cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir durumu, eğitim durumu, ve meslek gruplarına göre sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmaya dair veriler ise ilgili tablo da sunulmuştur. Tablo 4'te araştırmaya katılan örneklem kitlesinin, online alışveriş sıklığı ve satın aldıkları ürün grupları gösterilmektedir.

Tablo 4. Online Alışveriş Sıklığı ve Tercih Edilen Ürün grupları



Araştırmaya konu olan tüketicilerin çoğunluğunun online alışverişlerini %53 oranında, “ayda bir kez” yaptıkları ortaya konmuştur. Tüketicilerin çoğunluğunun online alışverişleri sırasında %43 oranında, “ayakkabı, kıyafet ve aksesuar” grubunda ürünler satın aldıkları ortaya konmuştur.

6. ANALİZ VE BULGULAR

6.1. Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Güvenilirlik, bir ölçeğin farklı zaman dilimlerinde aynı örneklem üzerinde tekrar uygulandığında bile aynı neticeleri verme derecesidir (Özdoğan ve Tüzün, 2007). Bu araştırmada, güvenilirlik Cronbach's Alpha ($C\alpha$) değerleriyle saptanmıştır. Yapısal eşitlik modellemelerinde ölçüm modeli test edilirken, doğrulayıcı faktör analizinden yararlanır. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile yapısal eşitlik modelinde gözlemlenen değişkenlerin, gizil değişken olarak ifade edilen değişkenler üzerinde hangi oranda yer aldığı tespit edilmektedir. Açıklayıcı faktör analizinde bir değişken herhangi bir faktörle ilişkilendirilebilirken, doğrulayıcı faktör analizinde faktör sayısı ve her değişkenin bağlı olduğu faktör bellidir (Baran, 2019). Bu araştırma kapsamında her bir ölçek boyutu ayrı ayrı doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. Ölçek boyutlarının doğrulayıcı faktör analiziyle değerlendirilmesinde

ve genel test edilen modellerin uygunluğuna, serbestlik derecesiyle düzeltilmiş (x^2/df) değeri, diğer uyum iyiliği indeksleri ve standartlaştırılmış artık kovaryans matrisindeki değerlerin incelenmesi neticesinde karar verilmiştir. Bu doğrultuda, doğrulayıcı faktör analizi ölçek modeline ilişkin uyum iyiliği değerleri tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5. Doğrulayıcı Faktör Analizi Model Uyum Değerleri

Uyum Ölçütleri	Model Değerleri					İyi Uyum Değerleri
	Faydacı Tüketim	Hedonik Tüketim	Kredi Kartı Kullanımı	Kompulsif Satın Alma	Pişmanlık	
CMIN/d	1,839	2,037	1,758	3,896	1,028	≤ 4-5
NFI	,991	,993	,994	,983	,997	0,850-1,000
CFI	,995	,996	,996	,987	,996	0,850-1,000
IFI	,996	,996	,997	,987	,998	0,900-1,000
GFI	,994	,991	,993	,988	,995	0,900-1,000
TLI	,997	,995	,998	,974	,999	0,900-1,000
RMSEA	,042	,047	,039	,079	,024	0,000-0,080

Doğrulayıcı faktör analizine göre ölçeğin yapısal eşitlik model analizi sonucuna göre $p=0,000$ anlamlılık düzeyinde olduğu ortaya konmuştur. Ölçeği oluşturan 20 madde ve 5 boyutun ölçek yapısıyla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca modelin iyi uyum ölçütleri yardımıyla uygunluğu da belirlenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ölçeğin uyum iyiliği indeksleri ($p=,000$) anlamlılık ile kabul edilebilir düzeydedir. Tablo 6’da her bir maddeye ilişkin faktör yükleri ve $C\alpha$ değerleri sunulmaktadır.

Tablo 6. Ölçeğe İlişkin Faktör Yükleri

Ölçekler	Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri	$C\alpha$
Faydacı Tüketim	FYD1	,641	,720
	FYD2	,651	
	FYD3	,742	
Hedonik Tüketim	HDN1	,792	,900
	HDN2	,826	
	HDN3	,861	
	HDN4	,856	
Kredi Kartı Kullanımı	KRD1	,710	,811
	KRD2	,598	
	KRD3	,614	
Kompulsif Satın Alma	KMP1	,693	,823
	KMP2	,932	
	KMP3	,681	
	KMP4	,758	
Pişmanlık	PSM1	,720	,803
	PSM2	,797	
	PSM3	,716	

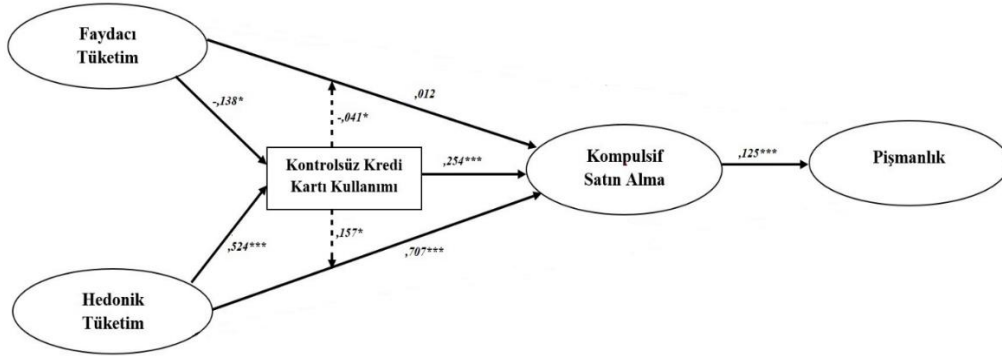
Kalaycı (2006)’ya göre $C\alpha$ değerinin 0,70 ve üzerinde olması halinde bir ölçek güvenilir bir ölçek olarak değerlendirilir. George ve Mallery (2010)’ye göre faktör yüklerinin 0,50’den yüksek olması yeterli olarak kabul edilmektedir. Bu doğrultuda ilgili verilerin yeterli düzeyde olduğu

söylenmektedir. Bu doğrultuda, faktörlere ait maddelerin, araştırma değişkenlerini ölçmede yeterli olduğu söylenebilmektedir.

6.2. PATH Analizi

Wright (1960) tarafından ortaya atılan PATH (Yol) Analizi, kuramsal olarak kurgulanmış olunan model değişkenleri arasındaki ilişkilerin gücünü test etmektedir. Böylelikle birden çok değişkenin karşılıklı etkileşimleri analiz edilerek bütüncül bir bakış açısıyla modelin değerlendirilmesine katkı sunmaktadır. Şekil 3'te gösterildiği üzere, PATH modeline uygunluk testleri yapılmıştır.

Şekil 3. PATH Modeli



* $p < ,05$, ** $p < ,01$, *** $p < ,001$

PATH analizine tabi tutulan modele ilişkin uyum iyiliği değerleri ($p=,000$) anlamlılık ile iyi uyum düzeyindedir. Bu uyum iyiliği değerleri; CMIN/d: 0,1456, NFI: 0,996, CFI: 0,999, IFI: 0,999, GFI: 0,998, TLI: 0,993, RMSEA: 0.031 ile kabul edilebilir yeterliliktedir. Araştırmada kullanılan hipotezler arasındaki ilişkinin açıklanması için kurulan PATH diyagramları sayesinde hem doğrudan hem de dolaylı etki analizleri gerçekleştirilmiştir. AMOS programında gerçekleştirilen aracılık analizinde, “bootstrap” kullanılarak örneklem içerisinde belirli sayıda tekrar örneklem seçilerek yapılan hesaplamalar yapısal eşitlik modelinde aracılık etkisinin test edilmesini ve daha güvenilir sonuçlara ulaşılmasını sağlamıştır. Elde edilen sonuçların $p < ,05$ ile güven aralığında anlamlı olduğuna ulaşılmıştır.

Bu doğrultuda, gerçekleştirilen aracılık analizinde; hedonik tüketim ($,707$) ile kompulsif satın alma değişkeni arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki söz konusudur. Aracı değişken olan kontrolsüz kredi kartı kullanımının eklenmesi durumunda bu ilişkinin zayıflamasını ya da istatistiksel olarak anlamsız olması beklenir. Modele, kontrolsüz kredi kartı kullanımı değişkeni eklendiğinde, hedonik tüketim ($,157$), ve kompulsif satın alma değişkeni arasındaki ilişki görüldüğü gibi düşmektedir. Bir başka deyişle, hedonik tüketim ile kompulsif satın alma değişkeni arasında, kontrolsüz kredi kartı kullanımının anlamlı bir düzeyde tam aracılık etkisi söz konusudur. Faydacı tüketim ($,012$) ile kompulsif satın alma değişkeni arasında ise pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki söz

konusudur. Aracı değişken olan kontrolsüz kredi kartı kullanımının eklenmesi durumunda bu ilişkinin zayıflaması ya da istatistiksel olarak anlamsız olması beklenir. Modele, kontrolsüz kredi kartı kullanımı değişkeni eklendiğinde, faydacı tüketim (-,041) ve kompulsif satın alma değişkeni arasındaki ilişki görüldüğü gibi düşmektedir. Bir başka deyişle, faydacı tüketim ile kompulsif satın alma değişkeni arasında, kontrolsüz kredi kartı kullanımının anlamlı bir düzeyde tam aracılık etkisi söz konusudur. Alt ve üst sınırlar da incelenerek aracılık etkisinin standart dolaylı etki katsayılarının yer aldığı aralıklar ve hipotez testi değerleri tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7. PATH Modeline İlişkin Regresyon Ağırlıkları

Hipotezler	Regresyon	β	P	Kabul/Ret
H1 Faydacı Tüketim, Kontrolsüz Kredi Kartı Kullanımı’nı etkilemektedir,	KRD \leftarrow FYD	-,138	,014	Kabul
H2 Hedonik Tüketim, Kontrolsüz Kredi Kartı Kullanımı’nı pozitif yönde etkilemektedir,	KRD \leftarrow HDN	,524	,000	Kabul
H3 Faydacı Tüketim, Kompulsif Satın Alma’yı etkilememektedir,	KMP \leftarrow FYD	,012	,765	Kabul
H4 Hedonik Tüketim, Kompulsif Satın Alma’yı pozitif yönde etkilemektedir,	KMP \leftarrow HDN	,707	,000	Kabul
H5 Kontrolsüz Kredi Kartı Kullanımı, Kompulsif Satın Alma’yı pozitif yönde etkilemektedir,	KMP \leftarrow KRD	,254	,000	Kabul
H6 Faydacı Tüketim, Kontrolsüz Kredi Kartı Kullanımı aracılığı ile Kompulsif Satın Alma’yı negatif yönde etkilemektedir,	KMP \leftarrow KRD \leftarrow FYD	-,041	,015	Kabul
H7 Hedonik Tüketim, Kontrolsüz Kredi Kartı Kullanımı aracılığı ile Kompulsif Satın Alma’yı pozitif yönde etkilemektedir,	KMP \leftarrow KRD \leftarrow HDN	,157	,012	Kabul
H8 Kompulsif Satın Alma, Pişmanlık Durumu’nu pozitif yönde etkilemektedir,	PSM \leftarrow KMP	,125	,000	Kabul

Faber ve O’Guinn (1992), Steenkamp ve Baumgartner (1995), Chang (2002), Roehm ve Roehm (2005), Lee, vd. (2009), Hoevath ve Adıgüzel (2018) ve Tokgöz (2019) tarafından yapılan araştırmalarda, hedonik tüketim, kompulsif satın almayı pozitif ve anlamlı bir şekilde etkilerken; faydacı tüketim ise kompulsif satın almayı negatif ve anlamlı bir yönde etkilemektedir. Babin, vd. (1994), tarafından yapılan araştırmada ise faydacı tüketim, kompulsif satın almayı etkilememektedir. Tokgöz (2019) tarafından yapılan araştırmada ise faydacı tüketim, kompulsif satın almayı negatif ve anlamlı bir yönde etkilemektedir. Faydacı tüketim ile kredi kartı kullanımı arasındaki ilişkiye dair herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır.

Yıldız ve Kuru (2015), Şengün ve Menteş (2017), Beytulova ve Yaşın (2018) tarafından yapılan araştırmalarda, kredi kartı kullanımının, tüketicileri daha fazla hedonik tüketim yapmaya sevk ettiği tespit edilmiştir. Bu durumda hedonik tüketim ile kredi kartı kullanımının ilişkili olduğu

söylenilmektedir. D'Astous (1990), O'Guinn ve Faber (1989), Wang ve Xiao (2009) ve Lo ve Harvey (2011) tarafından yapılan araştırmalarda, kontrolsüz kredi kartı kullanımı ve sahip olunan kredi kartı sayısının, kompulsif satın alma davranışı ile pozitif yönde anlamlı bir ilişkisi olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca, D'Astous (1990), Roberts ve Martinez (1997), Roberts ve Jones (2001), Pirog ve Roberts (2007) ve Phau ve Woo (2008) tarafından yapılan araştırmalarda, kredi kartı kullanımı ile kompulsif satın alma arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya konmuştur.

Faber vd. (1987); Faber ve Vohs (2004) tarafından yapılan araştırmalarda, kompulsif tüketim yapan bireylerin alışveriş yaptıktan sonra suçluluk, utanç ve pişmanlık gibi duygular hissettiğini ortaya konmuştur. Beville ve Dale (2006), Smith vd. (2015) ve Awanis ve Cui, (2013) tarafından yapılan araştırmalarda, kontrolsüz kredi kartı kullanımının ciddi finansal sorunlara yol açtığı ve daha sonra ise ilgili bireylerde ağır borçlanma ve pişmanlıklarla döndüğü ortaya konmuştur.

8. SONUÇ

Online pazaryerleri aracılığıyla tüketim ürünlerine ulaşmak ve kredi kartı kullanımı daha yaygın ve kolay bir hal almıştır. Zamanla tüketim sadece ihtiyaca yönelik yapılmaktan çıkmış ve bireylerin duygularını tatmin etmek, gösteriş yapmak ve statü sahibi olarak gösterilmek gibi birçok nedenle yapılır olmuştur. Kontrolsüz olarak yapılan bu tür alışverişler literatürde “kompulsif satın alma” ve toplum içinde ise “alışveriş koliklik” olarak nitelendirilmektedir. Bu tür alışveriş davranışları maddi ve manevi birtakım sonuçlar doğurmaktadır. Bireyler kredi kartının asgari tutarını nasıl ödeyeceği ve ay sonunu kısıtlı maaşıyla nasıl getireceği konusunda endişe duymaktadır. Daha sonra ise birey kontrol edemediği bu davranışlardan dolayı pişmanlık yaşamaktadır. Bu çalışma ile hedonik ve faydacı tüketim yapan katılımcıların kontrolsüz kredi kartı kullanımı ile neden oldukları kompulsif satın alımları ve sonrasında yaşadıkları pişmanlık durumları incelenmiştir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler üzerinden gerçekleştirilen istatistiksel analizler ile çeşitli sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerin tümü kabul edilmiştir. Bu doğrultuda;

- I. Hedonik tüketim, kontrolsüz kredi kartı kullanımı, kompulsif satın alma ve pişmanlık durumu'nu pozitif yönde etkilemektedir. Faydacı tüketim ise kontrolsüz kredi kartı kullanımını negatif yönde etkilerken; kompulsif satın alma ve pişmanlık durumunu etkilememektedir.
- II. Kontrolsüz kredi kartı kullanımı, kompulsif satın almayı pozitif yönde etkilemektedir. Kontrolsüz kredi kartı kullanımı ve kompulsif satın alma ise pişmanlık durumunu pozitif yönde etkilemektedir.

Kısaca, hedonik tüketim yapan tüketiciler kredi kartını daha kontrolsüz kullanmakta, daha kompulsif alışveriş yapmakta ve nihayetinde pişmanlık duymaktadırlar. Faydacı tüketim yapan

tüketiciler ise kredi kartını daha kontrollü kullanmakta, kompulsif alışveriş yapmamakta ve pişmanlık duymamaktadırlar. Literatür incelendiğinde gerçekleştirilen araştırmaların birçoğunun sadece iki değişken arasındaki ilişkiyi açıkladığı görülmüştür. Bu araştırma diğer araştırmalardan farklı olarak bir değişkenin, aracı bir değişken ile neden olduğu durum ve nihayetinde ise yaşadığı duygular ortaya konmuştur. Yani ilgili tüketimi gerçekleştiren bireyin satın alma öncesi ve satın alma sonrasına dair daha kapsamlı bilgiler içermektedir.

Araştırmanın örneklemini hem yurtiçi hem de yurtdışındaki farklı coğrafyalarda gerçekleştirilecek uygulamalar ile kültürlerarası farklılıkları inceleme ve daha kapsamlı sonuçlara erişme açısından genişletilebilir. Ayrıca analizler neticesinde elde edilen bulgular yalnızca belirli bir zaman aralığını kapsamaktadır. Dolayısıyla kesitsel bir yapıya sahip olduğu söylenebilmektedir. Bu bağlamda, konuyla ilgili gerçekleştirilecek ileri ki araştırmalarda zaman faktörünü göz önünde bulundurulması farklı zaman periyodları içerisinde aynı örneklem grubuna ilişkin bulguların karşılaştırılarak sunulmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Çallı, L. (2004). Plansız Alışveriş (Impulse Buying) ve Hızlı Tüketim Davranışları Üzerine Bir Araştırma: Satınalma Karar Sürecinde Bilgi Kullanımı, 3. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, 231-240.
- Andreassen, C. S. (2014). Shopping addiction: an overview. *Journal of Norwegian Psychological Association*, 51, 194–209.
- Armağan, E., Temel, E. (2018). Türkiye’de online kompulsif alışveriş davranışı üzerine ampirik bir çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 621-653
- Arnold M. J. ve Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of Retailing*, 79(2), 77-95.
- Awanis, S. ve Cui, C. C. (2013). Consumer susceptibility to credit card misuse and indebtedness, *Asia Pasific Journal Of Marketing And Logistics*, 26, 408-429.
- Babacan, M., (2001). Hedonik Tüketim ve Özel Günler Alışverişlerine Yansıması, 6. Ulusal Pazarlama Kongresi, Erzurum, 97-106.
- Babin, B. J., Darden, W. R., Griffin, M. (1994). Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value, *Journal of Consumer Research*, 20(4), 644–656.
- Baran, T. (2019). İndirim Mağazalarından Alışveriş Yapanların Özel Markaya Karşı Tutumunda Algılanan Risk ve Kalitenin Rolü (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Pamukkale Üniversitesi, Denizli.

- Baş, T. (2006). *Anket nasıl hazırlanır? Anket nasıl uygulanır? Anket nasıl değerlendirilir?* Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Başaran, U., Büyükyılmaz, O. (2015). the effects of utilitarian and hedonic values on young consumers' satisfaction and behavioral intentions, *Eurasian Journal of Business and Economics*, 8(16), 1-18.
- Bei, L. T. ve Chen, M. Y. (2015). The effects of hedonic and utilitarian bidding values on e-auction behavior, *Electron Commer Research*, 15, 483–507.
- Bevill, S. ve Dale L. R. (2006). Students and misuse of credit. *Proceeding of the Academy of Educational Leadership*, 11, 33-36.
- Bloch, P. H., ve Richins, M. L. (1983). Shopping without purchase: an investigation of consumer browsing behaviour. *Association for Consumer Research*, 10, 389-393.
- Blythe, J. (1997). *The Essence of Consumer Behaviour*, Prentice Hall, Europe.
- Brody, L., Hall, J. (1993). Gender and Emotion, *Handbook of Emotion*, Guilford Press, New York.
- Camerer, C. F. (2005). Behavioral economics: reunifying psychology and economics. *Perspective*, 96, 10575- 10577.
- Camille, N. (2004). The involvement of the orbitofrontal cortex in the experience of regret. *Journal of Science*, 304, 1167-1170.
- Carpenter, J. M. ve Moore, M. (2009). Utilitarian and hedonic shopping value in the us discount sector. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16, 68–74.
- Carpenter, J. M., Moore, M., ve Fairhurst, A. E. (2005). Consumer shopping value for retail brands. *Journal of Fashion Marketing and Management An International Journal*, 9(1), 43-53.
- Chang, E. (2002). The Mediating Role of Shopping Value in Apparel Shopping Satisfaction (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Oregon State University.
- Coricelli, G. (2005). Regret and its avoidance: a neuroimaging study of choice behavior. *Journal of Nature Neuroscience*, 8(9), 1255-1262.
- Çelik, S. (2009). *Hazsal ve Faydacı Tüketim*, Derin Yayınları, İstanbul.
- D'Astous, A. (1990). An inquiry into the compulsive side of —normall consumers. *Journal of Consumer Policy*, 13(1), 15-31.
- Faber, R. J. and O'Guinn, T. C. (1992). A clinical screener for compulsive buying. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 459–469.

- Faber, R. J. ve O'Guinn, T. C. (1989). Classifying compulsive consumers: advances in the development of a diagnostic tool, *ACR North American Advances*, 16, 738-744.
- Faber, R. J. ve Vohs, K. D. (2004). To buy or not to buy? self-control and self-regulatory failure in purchase behavior. *Guilford Press*, 14, 509-524.
- Faber, R. J., T. C. O'Guinn ve R. Krych (1987). Compulsive consumption. *Advances in Consumer Research*, 14, 132- 135.
- George, D. and Mallery, M. (2010). *SPSS for windows step by step: a simple guide and reference. 17.0 Update*. Boston: Pearson Edition.
- Gültekin, C. (2019). Kredi Kartı Kullanımının Hedonik, Plansız ve Kompulsif Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi Bağlamında Bir Araştırma (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Hussain, A. H., Bohari, A. M. (2012). The use of high-speed internet as a platform for compulsive online buying: a case of study of post-graduate students in malaysia. *Geografia Online Malaysia Journal of Society and Space* 8(7), 32-43.
- Inman, J. J., Dyer, J. S., Jia, J. (1997). A generalized utility model of disappointment and regret effects on post-choice valuation. *Marketing Science*, 16(2), 97-111.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kırcı, H. (2014). Hedonik tüketim davranışları ve toplumsal etkileri. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 10(1), 80-100.
- Kim, S. ve Eastin, M. (2011). Hedonic tendencies and the online consumer: An investigation of the online shopping process, *Journal of Internet Commerce*, 10, 68–90.
- Kop, A. E. (2008). Satın Alma Davranışında Hedonik ve Faydacı Tüketimin Ölçülmesi ile ilgili Bir Uygulama (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Köker, N. E. ve Maden, D. (2012). Hazcı ve faydacı tüketim bağlamında tüketicinin ürün temelli yenilikçiliği algılaması: ampirik bir araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 94-121.
- Lee, M., Kim, Y., Fairhurst, A. (2009). Shopping value in online auctions: their antecedents and outcomes. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16(1), 75-82.
- Lo, H. Y. ve Harvey, N. (2011). Shopping without pain: compulsive buying and the effects of credit card availability in europe and the far east. *Journal of Economic Psychology*, 32(1), 79-92.

- Manchiraju, S., Sadachar, A. and Ridgway J. L. (2016). The compulsive online shopping scale (coss): development and validation using panel data. *International Journal of Ment Health Addiction*, 15, 209-223.
- Mathews, C., Ambroise, L. ve Brignier, J. M. (2009). *Hedonic and Symbolic Consumption Perceived Values: Opportunities for Innovators and Designers in the Fields of Brand and Product Design, Renaissance and Renewal in Management Studies*, Liverpool, United Kingdom, 1-32.
- Mucuk, İ. (1996). *Pazarlama İlkeleri*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Odabaşı, Y. (2006). *Tüketim Kültürü*, Sistem Yayıncılık, İstanbul
- O'Guinn, T. C. and Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: a phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147–157.
- Özdoğan, F. B. ve Tüzün, İ. K. (2007). Öğrencilerin üniversitelerine duydukları güven üzerine bir araştırma, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(2), 639-650.
- Öztürk, B. E., (2015), *Tüketici Davranışları*, Ekin Yayınevi, (1. Baskı), Bursa.
- Palan, K. M., Morrow, P. C., Trapp, A. ve Blackburn, V. (2011). Compulsive buying behavior in college students: the mediating role of credit card misuse. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19, 81-96.
- Phau, I. ve Woo, C. (2008). Understanding compulsive buying tendencies among young australians: the roles of money attitude and credit card usage. *Marketing Intelligence and Planning*, 26(5), 441-458.
- Pirog, S. F. ve Roberts, J. A. (2007). Personality and credit card misuse among college students: the mediating role of impulsiveness. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 15(1), 65-77.
- Prelec, D. ve George L. (1998), The red and the black: mental accounting of savings and debt, *Marketing Science*, 17(1), 4–28.
- Ridgway, N., Kinney, M. K. and Monroe, K. B. (2011). The measurement of compulsive buying and its application to internet buyers. *Journal of Retailing*, 88(1), 63-71.
- Roberts, J. A. ve Jones, E. (2001). Money attitudes, credit card use, and compulsive buying among american college students. *Journal of Consumer Affairs*, 35(2), 213-240.
- Roberts, J. A. ve Martinez, C. R. (1998). The emerging consumer culture in mexico: an exploratory investigation of compulsive buying in mexican young adults. *Journal of International Consumer Marketing*, 10(1-2), 7-31.

- Roehm, H., Roehm, M. (2005). Revisiting the effect of positive mood on variety-seeking. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 32(2), 330-336.
- Rook, D. W. and S. T. Hoch (1985). Consuming impulses. *Advances in Consumer Research*, 12, 23-27.
- Sarıtaş, E. ve Haşiloğlu, S. B. (2015). Çalışan kadınların özel alışveriş sitelerinden satın alımlarının hedonik amaçlı tüketim açısından incelenmesi, *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 6(1), 53-62.
- Smith, T. E., Richards, K. V., Shelton, V. M. ve Malespin, T. S. (2015). Sirens' Call: Understanding Poor Financial Decision Making and Credit Card Misuse, *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 25(8), 897-906.
- Steenkamp, JEM., Baumgartner, H. (1995). Development and crosscultural validation of a short form of csi as a measure of optimum stimulation level. *International Journal of Research in Marketing*, 12(2), 97-104.
- Tamam, L., R. S. Diller ve Özpoyraz, N. (1998). Kompulsif satın alma: bir gözden geçirme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 9(3), 224-230.
- Tokgöz, E. (2019). Hedonik ve faydacı tüketimin dürtüsel ve kompulsif satın almaüzerinde etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 93-108.
- Tsiros, M., Mittal, V. (2000). Regret: a model of its antecedents and consequences in consumer decision making. *Journal of Consumer Research*, 26(4), 401-417.
- Wang, J. ve Xiao, J. J. (2009). Buying behavior, social support and credit card indebtedness of college students, *International Journal of Consumer Studies*, 33, 2-10.
- Weisberg, D. P., Beck, S. R. (2012). The development of children's regret and relief. *Cognition and Emotion*, 26(5), 820-835.
- Westbrook, R. A., ve Black, W. C. (1985). A motivation-based shopper typology. *Journal of Retailing*, 61(1), 78-103.
- Yu, C. ve Bastin, M. (2010). Hedonic shopping value and impulse buying behavior in transitional economies: a symbiosis in the mainland china marketplace, *Brand Management*, 18(2), 105-114.

Zeelenberg, M., Pieters, R. (1999). Comparing service delivery to what might have been behavioral responses to regret and disappointment, *Journal of Service Research*, 2(1), 86-97.

Zeelenberg, M., Pieters, R. (2007). A theory of regret regulation 1.0. *Journal of Consumer Psychology*, 17(1), 3-18.



OLASI DEPREM DURUMUNDA MAHALLE ÖLÇEĞİNDE BURDUR KENTİ ACİL TOPLANMA ALANLARININ YETERLİLİĞİNİN SAPTANMASI

TO DETERMINE THE ADEQUACY OF EMERGENCY ASSEMBLY AREAS FOR BURDUR CITY AT THE NEIGHBORHOOD SCALE IN CASE OF POTENTIAL EARTHQUAKES

Hüseyin Samet AŞIKKUTLU¹, Yasin AŞIK², Cengiz YÜCEDAĞ³, Latif Gürkan KAYA⁴



1. Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, sasikkutlu@mehmetakif.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3518-7202>
2. Arş. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, yasik@mehmetakif.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4332-9776>
3. Prof. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, yucedagc@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-5360-4241>
4. Prof. Dr., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, lgkaya@mehmetakif.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8033-1480>

Öz

Farklı şekillerde ve zamansız ortaya çıkan afetler, can ve mal kaybına sebep olmaktadır. Sık sık afetlere maruz kalan Türkiye’de en fazla can ve mal kaybına neden olan afet, depremdir. Afet durumunda insanların güvende kalabileceği ve hızla ulaşabileceği en önemli alanlar acil toplanma alanlarıdır. Bu alanların varlığı ve yeterliliği çok önemlidir. Burdur ilinin bulunduğu coğrafi konum itibarıyla deprem riski yüksektir. Bu araştırmada Burdur kent merkezinde yer alan acil toplanma alanları alan büyüklüğü, etkili hizmet alanı ve kişi başına düşen toplam alan vb. mekansal standartlara göre incelenmiştir. Araştırma Burdur kent merkezinde yer alan acil toplanma alanlarının planlama esasları gözlemlenmeden belirlendiğini ortaya çıkarmıştır. Kent ölçeğinde acil toplanma alanları her ne kadar yeterli gözükse de mahalle ölçeğinde yetersiz kalmaktadır. Burdur kent merkezinde meydana gelebilecek olası bir depremin etkileri yıkıcı olacaktır. Mevcut acil toplanma alanlarının risk değerlendirmesi veya yeni acil toplanma alanlarının belirlenmesinde kapasite, erişim ve mekansal dağılım dikkate alınmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Acil Toplanma Alanları, Afet Planlaması, Afet Yönetimi, Burdur, Deprem.

Abstract

Disasters that occur in different ways and untimely have resulted in the loss of life and property. The disaster with the most loss of life and property is earthquake in Turkey frequently exposed to disasters. The most critical areas where people can stay healthy and reach quickly are the emergency assembly areas in case of disasters. The existence and adequacy of these areas are vital. Burdur is at high risk for having earthquakes due to its geographic location. In the study, emergency assembly areas in Burdur city were investigated based on spatial standards such as area size, effective service area and total area per capita. The study revealed that the emergency assembly areas in Burdur city were determined without considering the planning principles. The areas are sufficient at the city scale but insufficient at the neighborhood scale. The effects of a potential earthquake in Burdur city would be devastating. Risk assessment of the existing emergency assembly areas or the determination of new emergency assembly areas should be done by taking into account capacity, access, and spatial distribution.

Keywords: Emergency Assembly Areas, Disaster Planning, Disaster Management, Burdur, Earthquake.

Makale Türü	Article Type
Araştırma Makalesi	Research Article
Başvuru Tarihi	Application Date
04.12.2020	12.04.2020
Yayına Kabul Tarihi	Admission Date
12.01.2021	01.12.2021

DOI

<https://doi.org/10.30798/makuiibf.835883>

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

This study investigates the adequacy of the emergency assembly areas in the city center of Burdur in case of a possible earthquake at the neighborhood scale.

Research Questions

What is the seismicity of Burdur province? What is the concept of an emergency assembly area? How many emergency assembly areas are in the city center of Burdur? What are the spatial standards for the emergency assembly areas in the national and international literature? Have the spatial standards been complied when determining the emergency assembly areas in the city center of Burdur? Are the emergency assembly areas in the city center of Burdur sufficient in terms of spatial standards?

Literature Review

There are many studies on emergency assembly areas when national and international literature is reviewed. Existing studies have developed many different spatial standards related to emergency assembly areas. In the 1st degree earthquake zone, Burdur province is located. Despite this, according to spatial standards, there are scarcely any studies investigating the adequacy of emergency assembly areas in Burdur city center. However, determining the adequacy of emergency assembly areas and revealing planning deficiencies in the event of potential earthquakes is of great importance.

Methodology

In the study, the literature on emergency assembly areas was first reviewed. In the literature, emergency assembly areas are classified under three main headings in terms of spatial standards: area size, effective service area, and area per person. The different spatial standards determined have been adapted to the city of Burdur. In the study, a GIS (Geographical Information Systems) based method was used. The locations and sizes of the emergency assembly areas and fault lines in the center of Burdur were determined and digitized from the relevant sources. Based on the population data and data obtained from GIS, the adequacy of the emergency assembly areas was evaluated.

Results and Conclusions

The study results have shown that the emergency assembly areas in the center of Burdur are insufficient. Existing emergency assembly areas do not display homogeneous distribution within the city. While the number of emergency assembly areas in some neighborhoods is quite high, there are very few or no areas in some neighborhoods. Although the emergency assembly areas are inadequate in terms of efficient service areas in the region, they are insufficient in terms of the three standards followed in certain neighborhoods.

1. GİRİŞ

Afet yaygın olarak insanlara fiziksel, ekonomik ve sosyal kayıplar yaşatan, normal hayatı ve faaliyetleri aksatarak toplum hayatını olumsuz etkileyen doğal, teknolojik ve insan kökenli olaylar olarak tanımlanmaktadır (Ergünay, 2002). Afetler deprem, sel, fırtına gibi farklı şekillerde herhangi bir zamanda hiç belirti göstermeden ortaya çıkabilmektedir (Kadıoğlu, 2008; Çal ve Aydemir, 2018; Şahin ve Hazırcı, 2019). Afetler dünyanın her yerinde ciddi ekonomik kayıplara ve ölümlere yol açmakta (Yuan, 2008; Bilham, 2010; Norio vd., 2011; Torus ve Şener, 2015; Çavdur vd., 2016; Santibáñez, 2016), sürdürülebilir kalkınma ile sosyal güvenliğe engel olmakta (Nishikawa, 2003) ve çoğunlukla doğayı da olumsuz etkilemektedir (Şahin ve Hazırcı, 2019). 2019 yılında dünya genelinde meydana gelen afetlerden 95 milyon kişi olumsuz etkilenmiş, 11.755 kişi hayatını kaybetmiş ve dünya ekonomisinde 103 milyar dolar ekonomik kayıp yaşanmıştır (CRED, 2019). Hızlı nüfus artışı, çarpık kentleşme ve altyapı yetersizliği gibi etmenler afetlerin etkilerini daha fazla artırmaktadır (Çavdur vd., 2016). Dünya nüfusunun çoğunluğu kentlerde yaşamaktadır. Bu sebeple şehirler, özellikle küresel ekonominin büyümesine paralel olarak afetlere karşı daha da savunmasız hale gelmektedir (Desouza ve Flanery, 2013).

Türkiye sahip olduğu meteorolojik, jeolojik ve topoğrafik koşullar sebebiyle sık sık afetlere maruz kalmaktadır (Kılıcı vd., 2015; Kınay vd., 2018; Gerdan ve Şen, 2020). Doğal afetlerin verdiği zarar düşünüldüğünde, etki alanı ve yıkım gücü en yüksek olan depremdir (Xu vd., 2016; Şahin ve Hazırcı, 2019). Türkiye’de sık sık depremler meydana gelmektedir (Coburn ve Spence, 2002; Şahin ve Hazırcı, 2019). Depremler Türkiye’de en çok can kaybına ve hasara sebep olan doğal afettir (Gökgöz vd., 2020). 2000-2020 yılları arasında Türkiye’de 24 büyük deprem meydana gelmiştir. Meydana gelen depremlerden 734.053 insan olumsuz etkilenmiş, 993 kişi hayatını kaybetmiştir. Depremlerin 2000-2020 yılları arasında Türkiye ekonomisine zararı 2 milyar dolardır (EM-DAT, 2020).

Afetlerin olumsuz etkilerinin sonucunda afet operasyonları yönetimi çalışmalarına ilgi artmaktadır (Galindo ve Batta, 2013; Çavdur vd., 2016). Afet operasyonları yönetimi literatürde azaltma, hazırlık, müdahale ve iyileşme olarak dört ana aşamadan oluşmaktadır (McLoughlin, 1985; Çavdur vd., 2016; Kınay vd., 2018). Azaltma ve hazırlık aşamaları afet öncesi ile ilgiliyken, müdahale ve iyileşme aşamaları afet sonrası faaliyetler ile ilgilidir. Azaltma aşaması, afetin etkilerini önlemek ve azaltmak için alınan önlemleri içermektedir (Kınay vd., 2018; Özbay vd., 2019). Hazırlık aşaması, afet ortaya çıktığında etkin bir müdahale için hazırlanan planları içerir. Müdahale aşaması, afetten hemen sonra başlar ve afetten etkilenen kişilerin gerekli yardım ve ihtiyaçlarının karşılandığı aşamadır. İyileşme aşaması ise uzun süren bir aşama olup, etkilenen bölgenin normale dönmesi ve tüm hasarın onarılmasını içeren bir aşamadır (Kınay vd., 2018). Afet operasyonları yönetimi sisteminin oluşturulması tüm yerleşim alanları için gerekli olup, afet durumlarında tüm kuruluşların operasyonel

ve taktiksel planlarını oluşturması ve güncel tutması afet yönetimi açısından çok önemlidir (Çal ve Aydemir, 2018).

Afet durumunda, yapılacak ilk faaliyetten biri tahliyedir (Sorensen ve Sorensen, 2007). Afet sırasında yaşanan panikle birlikte insanlar ilk olarak açık alanlara yönelmekte, bu nedenle erişimi kolay ve güvenli alanlara ihtiyaç duyulmaktadır (Kırçın vd., 2017). Acil toplanma alanları, insanların acilen ulaşabileceği güvenli alanlardır (Gerdan ve Şen, 2019). Ayrıca acil toplanma alanları afetzedelerin yakınları ile haberleşebilmesine, yaşadığı şoku atlatabilmesine (Çelik vd., 2017), bilgilendirilmesine, ilk müdahalenin yapılabilmesine ve barınak alanlarına tahliyesine imkân veren önemli alanlardır (Aksoy vd., 2009; Çınar vd., 2018). Afet anında tahliye ve barınak alanı olarak kullanılacak alanların belirlenmesi ve yeterliliği çok önemlidir. Yerleşim alanlarındaki acil toplanma alanı ve barınma alanı olarak belirlenecek alanlar çeşitli ölçütlere göre değerlendirilir ve ülkelere göre farklılık gösterebilir (Yücel, 2018). Acil toplanma alanları ve barınma alanlarının değerlendirilmesi veya belirlenmesi ile ilgili olarak, yer seçimi (Alçada-Almeida vd., 2009; Li vd., 2011; 2012; Kılıcı vd., 2015; Bayram vd., 2015; Bayram ve Yaman, 2018a; 2018b), tahliye yolları ve tahliye rotaları (Alçada-Almeida vd., 2009; Chanta and Sangsawang, 2012; Bayram vd., 2015; Bayram ve Yaman, 2018a; 2018b) ile ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Türkiye afetlerden en çok etkilenen ülkelerden biri olduğu için yapılan çalışmalar daha fazla önem taşımaktadır. Tahliye alanı olarak kullanılacak alanlar, Türkiye’de acil toplanma alanı ve geçici barınma alanı olarak iki gruba ayrılmaktadır (AFAD, 2013). Türkiye’de acil toplanma alanlarının yer seçiminde öncelikli olarak depremler dikkate alınmalıdır. Afetten önce belirli standartlar çerçevesinde acil toplanma alanlarının konumlarının belirlenmesi sağlanmalıdır. Barınak alanları kuruluncaya kadar insanlar acil toplanma alanlarında güven içinde kalabilmektedir.

Birinci derece deprem bölgesinde yer alan Burdur’da (Özyıldırım, 2015), 1914 (M=6.9) ve 1971 yıllarında (M=5.9) can ve mal kaybına neden olan iki deprem meydana gelmiştir (Aksoy vd., 2015; Özyıldırım, 2015). Sık sık tektonik levha hareketlerinin meydana geldiği Burdur (Şahin ve Hazırcı, 2019), ilerleyen süreçte yeniden deprem riski ile karşı karşıyadır. Bu yüzden Burdur kentinde yer alan acil toplanma alanlarının yeterliliği çok önemlidir.

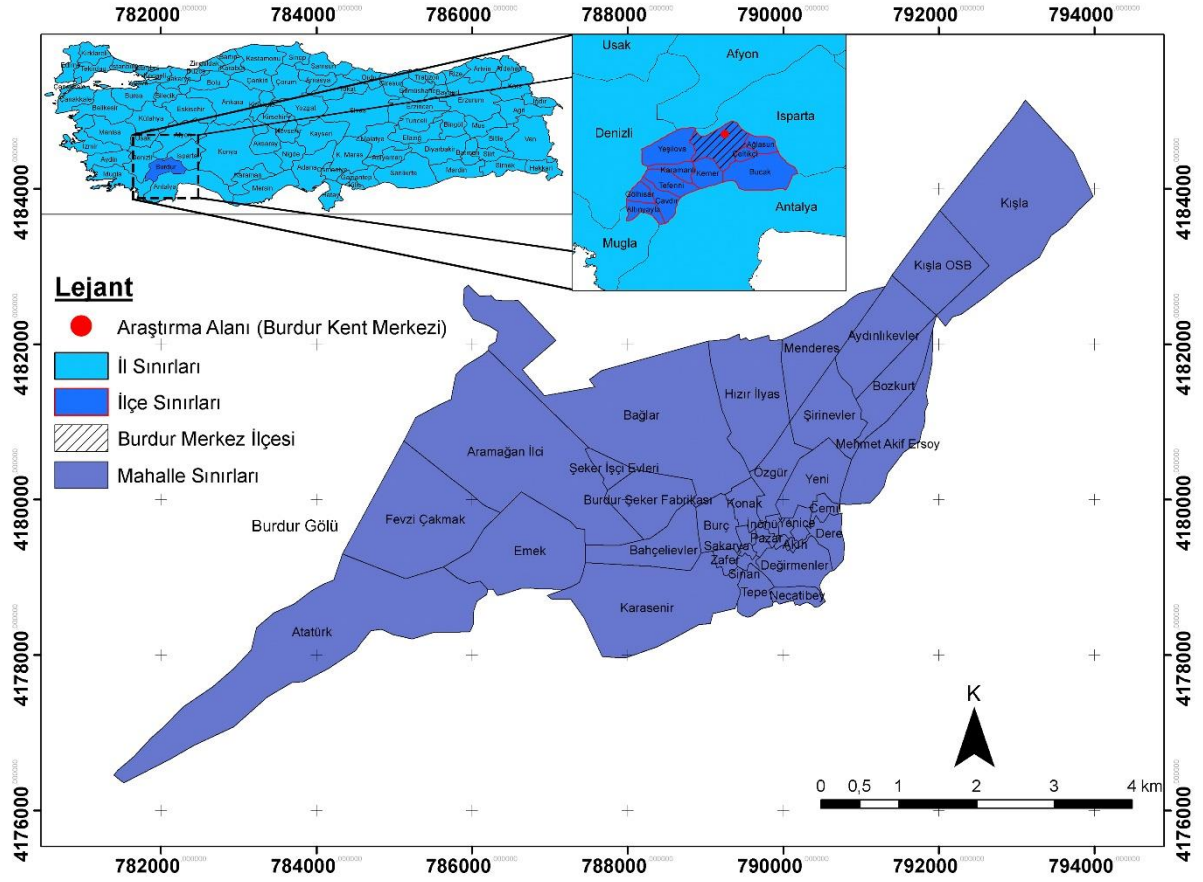
Bu çalışmada Burdur kent merkezinde yer alan acil toplanma alanlarının yeterliliğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Burdur kentinin 35 mahallesinde yer alan acil toplanma alanları alan büyüklüğü, etkili hizmet alanı ve kişi başına düşen toplam alan gibi mekansal standartlar çerçevesinde değerlendirilmiş ve bazı öneriler getirilmiştir.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırmanın materyalini Burdur kent merkezinde yer alan acil toplanma alanları oluşturmaktadır. Burdur 29° 24' ve 30° 53' doğu boylamları ve 36° 53' ve 37° 50' kuzey enlemleri arasında

yer almaktadır. İlin yüzölçümü 7.175 km² olup (Anonim, 2020), kent merkezi nüfusu 92.670'dir (TÜİK, 2020). Burdur kent merkezi 35 mahalleden oluşmaktadır (Şekil 1).

Şekil 1. Araştırma Alanı



Burdur kent merkezinde yer alan acil toplanma alanlarının (AFAD, 2020) ve fay hatlarının (MTA, 2020) konumları ve büyüklükleri belirlenerek, CBS (Coğrafi Bilgi Sistemleri) yazılımlarından ESRI ArcMap 10.7 ile sayısallaştırılma işlemi yapılmıştır. Acil toplanma alanlarının yeterliliği elde edilen verilere ve TÜİK (2020) verilerine dayanılarak analiz edilmiştir. Etkin hizmet alanlarının belirlenmesinde ağ analizi yöntemi kullanılmıştır. Acil toplanma alanları ile ilgili yapılan önceki araştırmalarda birçok farklı standartlar geliştirilmiştir. Örneğin; JICA (2002)'e göre kişi başı düşen alan miktarı 1,5 m² iken, alan büyüklüğü en az 500 m²'dir. Zhu vd. (2016) ise kişi başına düşen alan miktarını 1 m² olarak belirtirken, alan büyüklüğünü en az 1000 m² olarak önermişlerdir.

Tablo 1'de sunulan mekansal standartlar Burdur kent merkezine uyarlanmış ve bu çerçevede Burdur kent merkezinde yer alan acil toplanma alanlarının yeterliliği CBS (ESRI ArcMap 10.7) kullanılarak değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Acil Toplanma Alanı Planlama Gereksinimleri

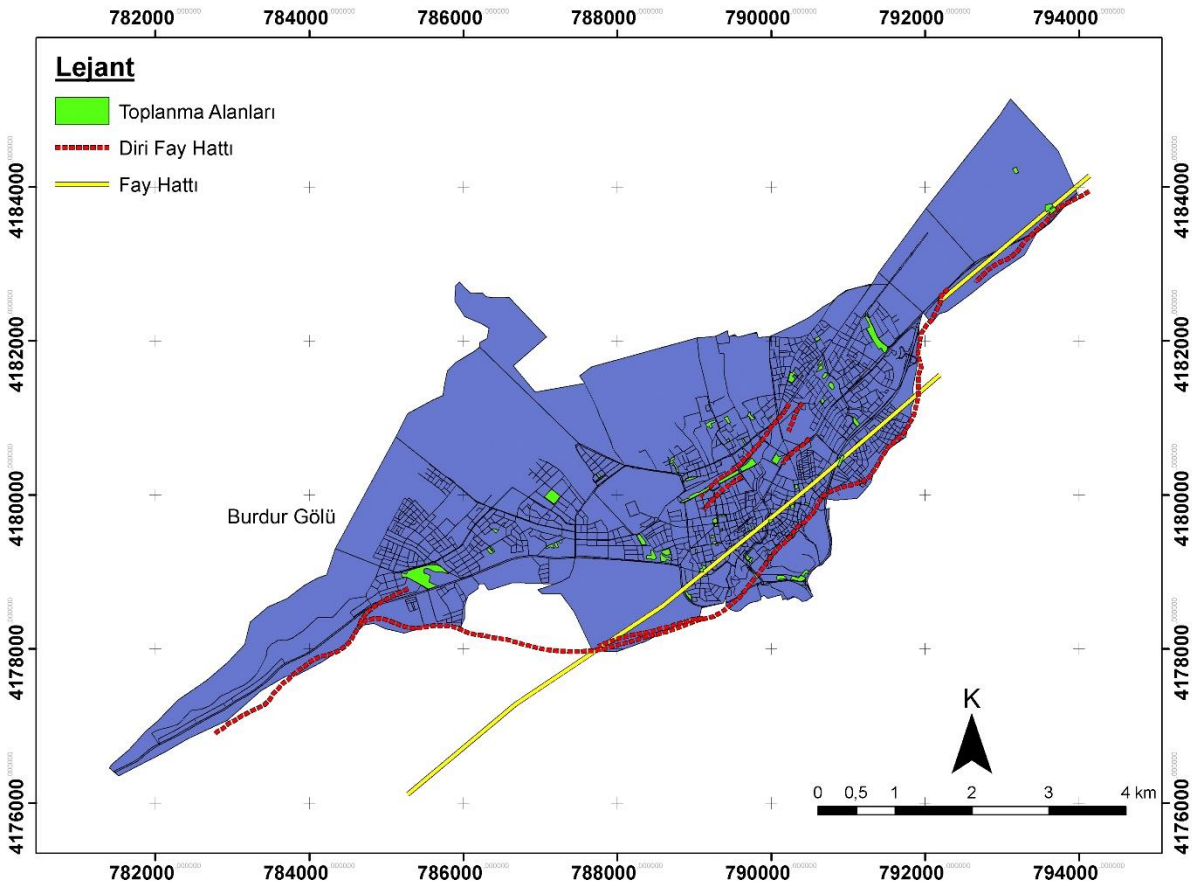
Alan Tipi	Afetzedelerin Kalma Süresi	Alan İhtiyacı (ha)	Kişi Başı Düşen Alan (m ²)	Etkili Hizmet Alanı (m)	Gerekli Tesisler
Acil Toplanma Alanı	Geçici (genellikle <1 gün)	≥0,1	≥1	500	Yok

Kaynak: (JICA, 2002; İBB, 2003; GB50413-2007, 2007; Tong vd., 2012; Özcan vd., 2013; Anhorn ve Khazai, 2015; Zhu vd., 2016; Çelik vd., 2017)

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Burdur kent merkezinde AFAD tarafından belirlenen acil toplanma alanları ve MTA tarafından belirtilen fay hatları Şekil 2’de verilmiştir. Burdur kent merkezinden birçok diri fay ve aktif olmayan fay hattı geçmektedir. Bu durum Burdur kent merkezinin yüksek deprem riskiyle karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Bağlar mahallesi ve Tepe mahallesinde belirlenen acil toplanma alanlarının bazıları diri fay hattı üzerindedir. Kışla mahallesi, Mehmet Akif Ersoy mahallesi ve Recep mahallesinde bulunan acil toplanma alanlarının birkaçı ise aktif olmayan fay hattı üzerinde yer almaktadır (Şekil 2).

Şekil 2. Burdur Kent Merkezi Acil Toplanma Alanları ve Fay Haritası

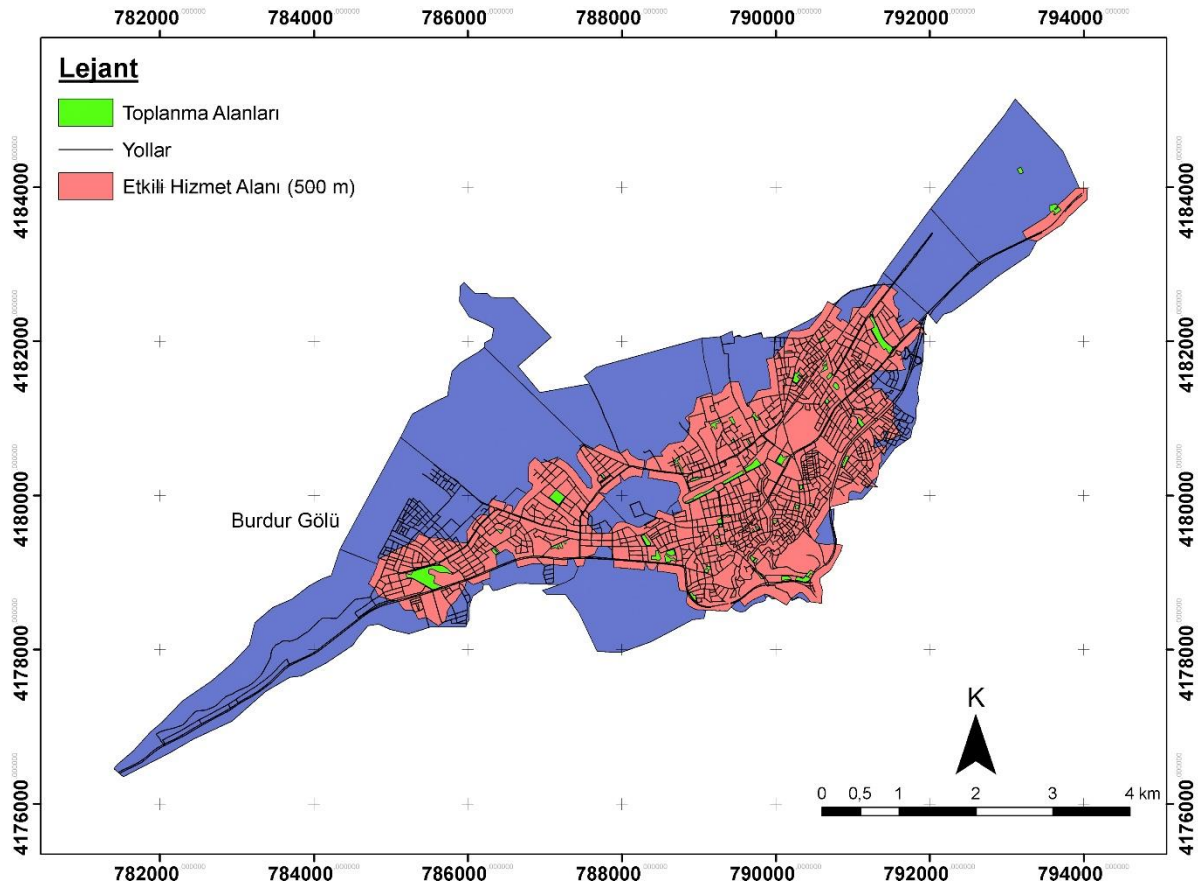


Diri faylar geçmişte yer değiştirmiş faylardır. Aktif olmayan faylar ise herhangi bir hareketin gözlenmediği faylardır. Şimdiye kadar bu faylarda herhangi bir hareketin gözlemlenmemesi, fayların hareket etmeyeceği anlamına gelmemektedir (Çavuş ve Akyol, 2015). Diri fay üzerinde kurulmuş olan

mahallelerde faylar üzerinde bulunan acil toplanma alanları herhangi bir deprem durumunda güvenli olmayacak aynı zamanda en büyük hasarı alacaktır.

Acil toplanma alanlarının etkin hizmet alanları ve kent içerisindeki dağılımları Şekil 3'te gösterilmiştir. Şekil 3'te gösterilen acil toplanma alanları kent içerisinde homojen bir dağılım sergilememektedir. Kent merkezine doğru acil toplanma alanlarında bir yoğunlaşma görülmektedir. Etkin hizmet alanı düşünüldüğünde kent bütününe tamamen erişim sağlanamamaktadır. Bazı mahallelerde hiç acil toplanma alanı bulunmaması, bazı mahallelerde ise acil toplanma alanlarının hizmet alanı gözetilerek konumlandırılmaması mahalleler için erişim sıkıntısı ortaya çıkarmaktadır. Kışla mahallesinde yol verilerine ulaşamadığı için erişilebilirlik ile ilgili herhangi bir yorum yapılamamaktadır. Aslında, acil toplanma alanları için yer seçimi yapılırken, kent sakinlerinin erişilebilirliği dikkate alınmalıdır (Liu vd., 2011). Etkin hizmet alanı gözetilmeden yer seçimlerinin yapılması, olası bir deprem sonucunda kent sakinlerinin güvenli alanlara erişimini kısıtlayacaktır. Bu da olası can kayıplarının artmasına neden olacaktır.

Şekil 3. Burdur Kent Merkezi Toplanma Alanları Etkin Hizmet Alanı



Burdur kent merkezinde yer alan acil toplanma alanlarının mahalle ölçeğinde değerlendirilme bulguları Tablo 4'te verilmiştir. 35 mahallenin 24'ünde acil toplanma alanı yer almaktadır. En fazla acil toplanma alanı Burç mahallesinde (6 adet) bulunmaktadır. Bağlar, Değirmenler, Emek ve Hızır İlyas

mahallelerinin her biri ise 5'er acil toplanma alanına sahiptir. Armağan İlci, Atatürk, Aydınlikevler, Cemil, Mehmet Akif Ersoy, Recep, Tepe, Yeni, Yenice ve Zafer mahallelerinin her biri sadece 1 acil toplanma alanı içermelerinden dolayı en az acil toplanma alanı bulunduran mahallelerdir. Akın, Çeşmedamı, Dere, Fevzi Çakmak, İnönü, Konak, Kuyu, Necatibey, Sakarya, Sinan ve Üçdibek mahallelerinde ise hiç acil toplanma alanı yer almamaktadır. Acil toplanma alanlarının hiç bulunmadığı mahallerde, olası bir deprem durumunda mahalle sakinlerinin güvenli alan ihtiyacı karşılanamayacak, diğer mahallelere oranla depremzedeler deprem sonrasında daha az hizmete ulaşacaklardır.

Mevcut acil toplanma alanlarının yüzölçümleri incelendiğinde, çoğunluğunun 0,1 ha'dan büyük olduğu gözlemlenmiştir. Yüzölçümü açısından en büyük acil toplanma alanına Atatürk mahallesi sahiptir. Burç mahallesinde yer alan 5 acil toplanma alanından 1'i, Hızır İlyas mahallesinde yer alan 5 acil toplanma alanından 1'i, Karasenir mahallesinde yer alan 3 acil toplanma alanından 1'i, Pazar mahallesinde yer alan 2 acil toplanma alanından 1'i ve Zafer mahallesinde bulunan tek acil toplanma alanı ise yüzölçümü bakımından uygun bulunmamıştır (Tablo 2). Olası bir afet durumunda mahalle sakinleri, en yakınındaki acil toplanma alanlarına yönelecektir. Yüzölçümü açısından yetersiz acil toplanma alanları, yığılmalarla karşı karşıya gelebilir. Bu durum ilk yardım hizmetinin aksamasına ve acil toplanma alanının güvenli alan olmaktan çıkmasına ve daha fazla can kaybı yaşanmasına sebep olabilir.

Yüzölçümü uygun olmayan acil toplanma alanları çıkarılarak, mahalle ölçeğinde acil toplanma alanlarının toplam yüzölçümleri elde edilmiştir. Acil toplanma alanlarının yüzölçümü, nüfus verileri ile oranlandığında ise Atatürk mahallesinin 23,3 m² ile kişi başına en fazla toplanma alanına sahip olduğu görülmüştür. Bu mahalleyi sırasıyla 12,1 m² ve 11,4 m² ile Özgür mahallesi ve Kışla mahallesi izlemektedir. Kişi başına en az acil toplanma alanı düşen mahalleler ise 1,7 m² ile Bozkurt ve Emek mahallesi, 1,2 m² ile Karasenir mahallesidir. Cemil mahallesi ve Yeni mahallesinde yer alan acil toplanma alanları yüzölçümü bakımından yeterli olsa bile, kişi başına düşen alan bakımından yetersiz kalmaktadır (Tablo 2). Kişi başına düşen acil toplanma alanı yüzölçümünün fazla olduğu mahalleler, az olan mahallelere oranla daha iyi şartlara sahiptir. Her ne kadar acil toplanma alanları tahliye için kullanılacak olsa bile, öngörülemez durumlarda orta ve uzun vadeli barınma için kullanılmak zorunda kalabilir.

Acil toplanma alanı bulunan 24 mahallenin 21'i kişi başına düşen acil toplanma alanı yüzölçümü bakımından yeterlidir. Acil toplanma alanı yer alan 24 mahallede kişi başına düşen acil toplanma alanı yüzölçümü 4,3 m²'dir. Kent bütününde kişi başına düşen acil toplanma alanı yüzölçümü ise 3,8 m²'dir (Tablo 2). Kişi başına düşen acil toplanma alanlarının yüzölçümü kent ölçeğinde yeterlidir. Buna karşın acil toplanma alanlarının belirlenmesinde mekânsal dağılım ölçütlerine dikkat edilmediği için mahalle ölçeğinde yetersiz kalmaktadır.

Tablo 2. Burdur Kent Merkezi Mahallere Göre Acil Toplanma Alanları Ölçütleri ve Uygunluğu

Mahalleler	Kişi	No	Alan (ha)	Uygunluk	Toplam Alan (m ²)	Kişi Başı Alan (m ²)	Uygunluk
Armağan İlci	10.012	1	2,10	Uygun	20.979,5	2,1	Uygun
Atatürk	3.339	1	7,77	Uygun	77.688,8	23,3	Uygun
Aydınlıkevler	3.992	1	3,50	Uygun	35.047,2	8,8	Uygun
Bağlar	5.154	1	0,56	Uygun	39.610,9	7,7	Uygun
		2	0,37	Uygun			
		3	1,26	Uygun			
		4	1,19	Uygun			
		5	0,58	Uygun			
Bahçelievler	6.970	1	0,79	Uygun	30.564,6	4,4	Uygun
		2	0,88	Uygun			
		3	1,39	Uygun			
Bozkurt	3.193	1	0,54	Uygun	5.449,8	1,7	Uygun
Burç	3.501	1	0,13	Uygun	8.239,8	2,4	Uygun
		2	0,12	Uygun			
		3	0,07	Değil			
		4	0,30	Uygun			
		5	0,12	Uygun			
		6	0,17	Uygun			
Cemil	1.412	1	0,13	Uygun	1.323,7	0,9	Değil
Değirmenler	2.541	1	0,23	Uygun	21.944,6	8,6	Uygun
		2	0,20	Uygun			
		3	0,54	Uygun			
		4	0,88	Uygun			
		5	0,34	Uygun			
Emek	7.670	1	0,42	Uygun	12.857,9	1,7	Uygun
		2	0,23	Uygun			
		3	0,11	Uygun			
		4	0,22	Uygun			
		5	0,30	Uygun			
Hızır İlyas	3.501	1	0,09	Değil	10.011,6	2,9	Uygun
		2	0,37	Uygun			
		3	0,14	Uygun			
		4	0,40	Uygun			
		5	0,10	Uygun			
Karasenir	6.851	1	0,09	Değil	8.167,8	1,2	Uygun
		2	0,40	Uygun			
		3	0,42	Uygun			
Kışla	1.331	1	1,15	Uygun	15.111	11,4	Uygun
		2	0,37	Uygun			
Mehmet Akif Ersoy	1.894	1	0,47	Uygun	4.690,6	2,5	Uygun
Menderes	2.882	1	0,91	Uygun	11.314,5	3,9	Uygun
		2	0,22	Uygun			
Özgür	1.924	1	1,44	Uygun	23.236,7	12,1	Uygun
		2	0,88	Uygun			

Pazar	486	1	0,10	Uygun	1.044,8	2,1	Uygun
		2	0,08	Değil			
Recep	484	1	0,17	Uygun	1.733,6	3,6	Uygun
Şeker İşçi Evleri	862	1	0,16	Uygun	3.175,8	3,7	Uygun
		2	0,16	Uygun			
Şirinevler	5.329	1	0,21	Uygun	14.727,5	2,8	Uygun
		2	0,30	Uygun			
		3	0,53	Uygun			
		4	0,43	Uygun			
Tepe	571	1	0,27	Uygun	2.702,1	4,7	Uygun
Yeni	5.145	1	0,20	Uygun	1.952,4	0,4	Değil
Yenice	984	1	0,24	Uygun	2.443,1	2,5	Uygun
Zafer	1.531	1	0,05	Değil	0	0	Değil
Toplam (24 Mahalle)	81.559				354.018,3	4,3	Uygun
Toplam (Kent Merkezi)	92.670				354.018,3	3,8	Uygun

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Burdur kent merkezi birçok aktif ve aktif olmayan fay hattının geçtiği bir bölgede bulunduğu için deprem riski çok yüksektir. Geçmiş yıllarda Burdur kentinde birçok büyük deprem meydana gelmiştir. Bu depremler birçok can ve mal kayıplarına neden olmuştur. Bu nedenle Burdur afet yönetim planlarında depremlere öncelik verilmeli, geleceğe yönelik planlama kararları deprem riski gözetilerek alınmalıdır.

AFAD tarafından belirlenen 56 acil toplanma alanının 5'i yüzölçümü açısından yetersizdir. 35 mahallenin 14'ü acil toplanma alanı bulundurmamakta veya belirlenen ölçütlere göre acil toplanma alanı bakımından yetersiz kalmaktadır. Bazı mahallelerde acil toplanma alanları yeterli olsa bile mahalle sakinlerinin hızlı erişebileceği mesafede değildir. Burdur kent merkezinde yer alan acil toplanma alanlarının belirlenmesinde, ayrıntılı bir değerlendirme yapılmadığı belirlenmiştir. Acil toplanma alanları kent bütününde etkili hizmet alanı bakımından yetersizken, bazı mahallelerde ise belirlenen üç ölçüt açısından da yetersizdir. Acil toplanma alanlarını kentsel açık/yeşil alanlar oluşturmaktadır. Her kentsel açık/yeşil alan potansiyel bir acil toplanma alanıdır. Buna karşın plansız kentleşmenin sonucunda kentsel açık yeşil alanlar zarar görmektedir. Türkiye'de kent planlama çalışmaları yapılaşma odaklı olmakla birlikte, genellikle arta kalan alanlar kentsel açık/yeşil alanlara dönüştürülmektedir. Ayrıca imar planlarında kentsel açık/yeşil alan olarak belirlenen alanlar da farklı kullanımlara dönüştürülmektedir. Bunların sonucunda planlamadan yoksun, nitelik ve nicelik açısından yetersiz kentsel açık/yeşil alanlar ortaya çıkmaktadır. Kent planlama çalışmalarında, kentsel açık/yeşil alanların planlama ilkelerine dikkat edilmesi acil toplanma alanlarında yer seçimini bir sorun olmaktan çıkaracaktır. Afet sonrasında acil toplanma alanı olarak kullanılacak kentsel açık/yeşil alanlar yerleşim yerlerine yakın, kolay erişilebilir ve yeterli büyüklükte olmalıdır. Ayrıca acil toplanma alanlarının konumu belirlenirken fay hatlarına da dikkat edilmelidir.

Bu araştırma yalnızca depremi vurguladığı ve Burdur kent merkezinde önceden belirlenmiş acil toplanma alanlarını incelendiği için diğer afet türlerine genellenmesi uygun değildir. Araştırmada Burdur kent merkezi acil toplanma alanları yalnızca yer seçimi açısından incelenmiştir. Tahliye yolları ve geçici barınakların konumu hala belirsizliğini korumaktadır. Bundan sonraki çalışmalarda geçici barınma alanları ve tahliye yollarının incelenmesi faydalı olacaktır. Araştırmada elde edilen sonuçlar acil toplanma alanı planlanmasında karar vericiler için bir çerçeve oluşturabilir.

Türkiye afet yönetimi ve afet planlaması açısından çok geç kalmıştır. Afet yönetimi açısından yetersiz ve eksik alınmış kararlar ve uyulmayan standartlar olası bir afette kargaşa yaşanmasına neden olacaktır. Kargaşalara yaşanması ilk yardımları geciktirecek, afetzedelere ulaşımı zorlaştıracak bu da can kayıplarının artmasına neden olacaktır. Olası can kayıplarının azaltılması için afet yönetimi kararları tüm yerleşim alanlarında tam olarak uygulanmalıdır. Olası bir afetin ilk gününde doğru bilgiye ulaşmak, ilk yardım ihtiyacını karşılamak açısından toplanma alanları çok önemlidir. Bölgesel acil toplanma alanlarından ziyade mahalle düzeyinde, sakinlerinin hızlıca erişebileceği, yeterli büyüklükte belirli ölçütlere uyan acil toplanma alanları belirlenmelidir. Afet meydana gelmeden önce, belirlenen acil toplanma alanları kamuoyuna bildirilmeli ve vatandaşların bilinçlenmesi sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- AFAD (Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı). (2013). Ulusal deprem stratejisi ve eylem planı 2012-2023. Ankara: Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı.
- AFAD (Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı). (2020). Acil toplanma alanı sorgulama. Erişim 20 Eylül 2020, <https://www.turkiye.gov.tr/afet-ve-acil-durum-yonetimi-acil-toplanma-alani-sorgulama>
- Aysoy, R., Seymen, İ. ve Eren, Y. (2015). 1971 geçmiş deprem kayıtlarına dayalı Türkiye'nin deprem gerçeği ve Burdur'un depremselliği. Uluslararası Burdur Deprem ve Çevre Sempozyumu, Mayıs 7-9, 2015, Burdur, Türkiye, ii-iii.
- Aksoy, Y., Turan, A.Y. ve Atalay, H. (2009). İstanbul fatih ilçesi yeşil alan yeterliliğinin marmara depremi öncesi ve sonrası değerleri kullanılarak incelenmesi. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 14(2), 137–150.
- Anonim. (2020). Burdur ilinin coğrafi yapısı ve tarihi. Erişim 20 Eylül 2020, <https://burdur.tarimorman.gov.tr/Sayfalar/Detay.aspx?SayfaId=11>
- Anhorn, J. ve Khazai, B. (2015). Open space suitability analysis for emergency shelter after an earthquake. *Natural Hazards Earth System Sciences*, 15, 789–803.

- Alçada-Almeida, L., Tralhão, L., Santos, L. ve Coutinho-Rodrigues, J. (2009). A multiobjective approach to locate emergency shelters and identify evacuation routes in urban areas. *Geographical Analysis*, 41(1), 9-29.
- Bayram, V., Tansel, B.Ç. ve Yaman, H. (2015). Compromising system and user interests in shelter location and evacuation planning. *Transportation Research Part B: Methodological*, 72, 146–163.
- Bayram, V. ve Yaman, H. (2018a). Shelter location and evacuation route assignment under uncertainty: A benders decomposition approach. *Transportation Science*, 52(2), 416–436.
- Bayram, V. ve Yaman, H. (2018b). A stochastic programming approach for shelter location and evacuation planning. *RAIRO Operations Research*, 52(3), 779–805
- Bilham, R. (2010). Lessons from the haiti earthquake. *Nature*, 463(7283), 878–879.
- Chanta, S. ve Sangsawang, O. (2012). Shelter-site selection during flood disaster. *Lecture Notes in Management Science*, 4, 282–288.
- Coburn, A. ve Spence, R. (2002). *Earthquake protection*. West Sussex: John Wiley and Sons Ltd.
- CRED (Centre for Research on the Epidemiology of Disasters). (2020). Natural disasters 2019. Erişim 20 Eylül 2020, https://cred.be/sites/default/files/adrs_2019.pdf
- Çal, D.Y. ve Aydemir, E. (2018). Yerleşke içi acil durum toplanma yerlerinin belirlenmesi: süleyman demirel üniversitesi örneği. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 6(3), 520–531.
- Çavdur, F., Köse-Küçük, M. ve Sebatlı, A. (2016). Allocation of temporary disaster response facilities under demand uncertainty: an earthquake case study. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 19, 159–166.
- Çavuş, U.Ş. ve Akyol, C. (2015). Burdur deprem riski ve hasar tahmini. ULUSLARARASI Burdur Deprem ve Çevre Sempozyumu, Mayıs 7-9, 2015, Burdur, Türkiye, 31–40.
- Çelik, H.Z., Özcan, N.S. ve Erdin, H.E. (2017). Afet ve acil durumlarda halkın toplanma alanlarının kullanılabilirliğini belirleyen kriterler. 4. Uluslararası Deprem Mühendisliği ve Sismoloji Konferansı, Ekim 11-13, 2017, Eskişehir, Türkiye.
- Çınar, A.K., Akgün, Y. ve Maral, H. (2018). Afet sonrası acil toplanma ve geçici barınma alanlarının planlanmasındaki faktörlerin incelenmesi: izmir-karşıyaka örneği. *Planlama*, 28(2), 179–200.

- Desouza, K.C. ve Flanery, T.H. (2013). Designing, planning, and managing resilient cities: a conceptual framework. *Cities*, 35, 89–99.
- EM-DAT (The International Disaster Database). (2020). The international disaster database. Erişim 20 Eylül 2020, <https://public.emdat.be/>
- Ergünay, O. (2002). Afete hazırlık ve afet yönetimi. Ankara: Türkiye Kızılay Derneği Genel Müdürlüğü Afet Operasyon Merkezi (AFOM).
- Galindo, G. ve Batta, R. (2013). Review of recent developments in or/ms research in disaster operations management. *European Journal of Operational Research*, 230(2), 201–211.
- GB50413-2007. (2007). Standard for urban planning on earthquake resistance and hazardous prevention, Beijing.
- Gerdan, S. ve Şen, A. (2019). Afet ve acil durumlar için belirlenmiş toplanma alanlarının yeterliklerinin değerlendirilmesi: izmit örneği. *İdealkent Dergisi*, 10(28), 962–983.
- Gerdan, S. ve Şen, A. (2020). Kocaeli / başiskele ilçesi afet ve acil durum toplanma alanlarının yeterliklerinin değerlendirilmesi. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 8(2), 489–500.
- Gökgöz, B.İ., İlerisoy, Z.Y. ve Soyluk, A. (2020). Acil durum toplanma alanlarının ahp yöntemi ile değerlendirilmesi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 19, 935–945.
- İBB (İstanbul Büyükşehir Belediyesi). (2003). İstanbul Deprem Master Planı. İstanbul: İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Plan ve İmar Dairesi, Zemin ve Deprem İnceleme Müdürlüğü.
- JICA (Japon Uluslararası İş birliği Ajansı). (2002). Türkiye Cumhuriyeti İstanbul ili sismik mikro-bölgeleme dahil afet önleme/azaltma temel planı çalışması. İstanbul: Japon Uluslararası İş birliği Ajansı (JICA) ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB).
- Kadioğlu, M. (2008). Modern, bütünleşik afet yönetimin temel ilkeleri. M. Kadioğlu ve E. Özdamar (Ed.), Afet Zararlarını Azaltmanın Temel İlkeleri içinde (1–34) Ankara: JICA Türkiye Ofisi Yayınları No: 2.
- Kılıcı, F., Kara, B.Y. ve Bozkaya, B. (2015). Locating temporary shelter areas after an earthquake: A case for turkey. *European Journal of Operational Research*, 243(1), 323–332.
- Kınay, Ö.B., Kara, B.Y., Saldanha-da-Gama, F. ve Correia, I. (2018). Modeling the shelter site location problem using chance constraints: a case study for Istanbul. *European Journal of Operational Research*, 270(1), 132–145.

- Kırçın, P.N., Çabuk, S.N., Aksoy, K. ve Çabuk, A. (2017). Ülkemizde yeşil alanların afet sonrası toplanma alanı olarak kullanılma olanaklarının artırılması üzerine bir araştırma, 4. Uluslararası deprem Mühendisliği ve Sismoloji Konferansı, Ekim 11-13, 2017, Eskişehir, Türkiye.
- Li A.C., Nozick L., Xu N. ve Davidson R. (2012). Shelter location and transportation planning under hurricane conditions. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 48(4), 715–729.
- Li L., Jin M. ve Zhang L. (2011). Sheltering network planning and management with a case in the Gulf Coast region. *International Journal of Production Economics*, 131(2), 431–440.
- Liu, Q., Ruan, X. ve Shi, P. (2011). Selection of emergency shelter sites for seismic disasters in mountainous regions: lessons from the 2008 wenchuan ms 8.0 earthquake, china. *Journal of Asian Earth Sciences*, 40(4), 926–934.
- McLoughlin, D. (1985). A framework for integrated emergency management. *Public Administration Review*, 45, 165–172.
- MTA (Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü). (2020). Yerbilimleri harita görüntüleyici ve çizim editörü. Erişim 20 Eylül 2020, <http://yerbilimleri.mta.gov.tr/anasayfa.aspx>
- Nishikawa, S. (2003). Total disaster risk management for sustainable development. International Training Program on Total Disaster Risk Management, Haziran 10-13, 2003, Japan, Proceeding of the International Conference on TDRM, 11–14.
- Norio, O., Ye, T., Kajitani, Y., Shi, P. ve Tatano, H. (2011). The 2011 eastern japan great earthquake disaster: overview and comments. *International Journal of Disaster Risk Science*, 2(1), 34–42.
- Özbay, E., Çavuş, Ö. ve Kara, B.Y. (2019). Shelter site location under multi-hazard scenarios. *Computers & Operations Research*, 106, 102–118.
- Özcan, N. S., Erdin, H. E. ve Zengin, H. (2013). Kentlerde Açık ve Yeşil Alan Sistemlerinin Afet Yönetimi Bağlamında Kullanılabilirliğinin Değerlendirilmesinde Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS): İzmir Örneği. TMMOB Coğrafi Bilgi Sistemleri Kongresi. Ankara.
- Özyıldırım, G. (2015). 1971 Burdur Depremi Sonrası İmar Çalışmaları. Uluslararası Burdur Deprem ve Çevre Sempozyumu, Mayıs 7-9, 2015, Burdur, Türkiye, 311–321.
- Santibáñez, L.R. (2016). Urban evacuation tsunamis: guidelines for urban design. *Journal of Engineering and Architecture*, 4, 117–132.

- Smith, C. (2007). Urban disorder and the shape of belief: the great Chicago fire, the Haymarket bomb, and the model town of Pullman. USA: University of Chicago Press,
- Sorensen, J.H. ve Sorensen, B.V. (2007). Community processes: warning and evacuation. H. Rodriguez E.L. Quarantelli ve R.R. Dynes (Ed.), Handbook of Disaster Research. Handbooks of Sociology and Social Research içinde (183–199), New York: Springer.
- Şahin, Y. ve Hazırcı, M. (2019). Geçici iskân alanlarının seçimi için ahp temelli p-medyan modeli: burdur örneği. *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 7(2), 403–417.
- Tong, Z., Zhang, J. ve Liu, X. (2012) GIS-based design of urban emergency shelter in Songbei Harbin. Z. Qian, L. Cao, W. Su, T. Wang, H. Yang (Ed.) Recent advances in computer science and information engineering (617–622), Berlin: Springer.
- Torus, B. ve Şener, S.M. (2015). Post-disaster shelter design and cpods. *ITU Journal of the Faculty of Architecture*, 12(1), 269–282.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2020). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi. Erişim 20 Eylül 2020, <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr>
- Xu, J., Yin, X., Chen, D., An, J. ve Nie, G. (2016). Multi-criteria location model of earthquake evacuation shelters to aid in urban planning. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 20, 51–62.
- Yuan, Y. (2008). Impact of intensity and loss assessment following the great wenchuan earthquake. *Earthquake Engineering and Engineering Vibration*, 7(3), 247–254.
- Yücel, G. (2018). Earthquake and evacuation area assessment for istanbul avcılar district. *Disaster Science and Engineering*, 4(2), 65–79.
- Zhu, C., Wang, Y., Ren, W., Luo, I., Yin, Y., Xie, W. ve Liu, W. (2016). The planning of green spaces to prevent and avoid urban disasters in dujiangyan. *International Journal of Simulation: Systems, Science and Technology*, 17(46), 271–276.



HİLELİ FİNANSAL RAPORLAMA KAPSAMINDA GELİR YARATICI / GİDER AZALTICI FAALİYETLERİN İNCELENMESİ

ANALYSIS OF INCOME-CREATING / EXPENSE REDUCING ACTIVITIES UNDER FRAUDULENT FINANCIAL REPORTING

Murat ERDOĞAN¹, Eda ORUÇ ERDOĞAN²



1. Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, muraterdogan@akdeniz.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4506-0731>
2. Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, edaoruc@akdeniz.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1507-4232>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
11.01.2021 01.11.2021

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
16.03.2021 03.16.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.858638>

Öz

Son dönemlerde finansal skandallar ve finansal krizlerle birlikte ortaya çıkan ve mesleki hile türlerinden biri olan finansal tablo hileleri tüm paydaşlar gibi özellikle finans aktörlerini de yakından ilgilendirmektedir. Finansal tablo hileleri yapılış amacına göre farklılık göstermektedir. Hileyi gerçekleştiren kişilerin amacı işletme performansını yüksek göstermek ise işletmenin karlılığı, gelirleri veya varlıkları olduğundan yüksek ve/veya işletme gider veya zararları olduğundan düşük; hileyi gerçekleştiren kişilerin amacı vergiden kaçınmak ve/veya daha az kar payı dağıtmak şeklinde ise tam tersi uygulamalar yoluna gidilecek ve bu kapsamda gerçeğe uygun olmayan bir raporlama yapılacaktır. Bu açıdan ele alındığında finansal tablolar finans piyasalarında yer alan tüm finans aktörleri için diğer bir ifade ile yatırımcılar, tedarikçiler, alacaklılar ve diğer tüm paydaşlar için karar verme süreçlerinde yol gösterici niteliktedir. Dolayısıyla tüm paydaşlar açısından işletmeleri doğru ve gerçekçi finansal tablolar üzerinden değerlendirmek önem taşımaktadır. Bu çalışma da Antalya'da faaliyet gösteren bir işletmenin belirlenen varsayımlar temelinde hileli ve/veya hatalı finansal raporlama uygulamaları sonucunda oluşturulmuş finansal tablolar ve muhasebe kayıtları ile hile ve/veya hatadan arındırılmış finansal tablolarında yer alan mali kalemlerin karşılaştırma analiz ile değerlendirmesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Muhasebe Denetimi, Hile, Hileli Finansal Raporlama, Finansal Tablo Hileleri.

Abstract

Financial statement fraud, which has recently emerged with financial scandals and financial crises and is one of the types of professional fraud, is of particular concern to financial actors as well as all stakeholders. Financial statement frauds differ according to their purpose. If the purpose of the fraudsters is to show high business performance, the profitability, income or assets of the business are high and/or low due to operating expenses or losses; If the purpose of fraudulent persons is to avoid taxes and/or to distribute less dividends, the opposite will be followed and a false reporting will be made within this scope. From this point of view, financial statements are guiding in decision-making processes for all financial actors in financial markets, in other words, investors, suppliers, creditors and all other stakeholders. Therefore, it is important for all stakeholders to evaluate businesses based on accurate and realistic financial statements. In this study, the financial statements and accounting records created as a result of fraudulent and / or erroneous financial reporting practices on the basis of the determined assumptions of an enterprise operating in Antalya and the financial items included in the financial statements free of fraud and /or error were evaluated by comparison analysis..

Keywords: Accounting Audit, Fraud, Fraudulent Financial Reporting, Financial Statement Fraud.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

In the study, it is aimed to compare and evaluate the financial statements created as a result of fraudulent and / or erroneous financial reporting practices and the accounting records related to them and the financial items included in the financial statements free of fraud and / or error.

Research Questions

The research question of the study is about whether there is a difference between the financial items in the financial statements created as a result of fraudulent and / or erroneous financial reporting practices by calculating the changes in the financial items in the financial statements, and whether there is a difference between the financial items in the financial statements that are free of fraud and / or error, and the reason for the situations where there is a difference.

Literature Review

Financial statements are the main reference point for investors, creditors and stakeholders in the decision-making process (Yao et al., 2019). Fraudulent financial reporting transactions have increased rapidly in recent years. Fraudulent financial reporting, which is the highest form of professional fraud in terms of cost despite its small number of cases in practice, has been found in studies (ACFE, 2018) to cause a very serious loss of an average of USD 800,000. As a general definition, fraudulent financial reporting can be defined as a deliberate attempt to deceive or mislead the parties who will benefit from the financial statements published by the companies (Rezaee, 2005). When businesses are less likely to show a better performance, they try to increase their performance levels with other creative methods. In this process, the line between ethical and unethical, legality and illegality is very thin and managers try to work as close as possible to this line and / or apply behaviors and methods that cross the line (Sherman et al., 2003).

Methodology

In the study, it is aimed to reveal the financial statements created as a result of fraudulent and / or erroneous financial reporting practices of a manufacturing enterprise operating in Antalya and the accounting records related to them and the financial statements that have not been tampered with, in other words, to make a comparative analysis of the resulting differences. For this purpose, ten assumptions have been made, which include income-generating / expense-reducing activities regarding the commercial enterprise, which will be addressed primarily and the information will be kept confidential. In the first step, there are assumptions about the five-partnered production enterprise, which is considered as ABC. Subsequently, the comparative analysis of the financial statements created as a result of the fraudulent and / or erroneous financial reporting practices of the determined company and the financial statements free of errors were performed.

Results and Conclusions

When the findings obtained as a result of the analysis are evaluated, the fact that the purpose of performing erroneous / fraudulent transactions is high, while the income and assets are high, and the expenses and liabilities are low, it shows that the value of the business is due to the tendency to show better than it is.

1. GİRİŞ

Hileli finansal raporlama bir işletmenin varlıklarının, gelirlerinin, karlarının diğer taraftan borçlarının, giderlerinin ve zararlarının bilinçli olarak gerçek dışı şekilde raporlanması şeklinde gerçekleştirilmektedir. Yaşanan muhasebe ve finansal skandallar finansal tablolara olan güvenin sarsılmasına neden olmuş sonucunda başta yatırımcılar olmak üzere birçok paydaş için olumsuz sonuçlar doğurmuştur. Yaşanan muhasebe ve finansal skandalların son örneği 2020 yılında yaşanmıştır. Dünyanın önde gelen şirketlerinden biri olan Wirecard Şirketi tıpkı Enron olayında olduğu gibi şüpheli muhasebe uygulamaları ve olmayan işlemlerin rapor edilerek gelir artırılması yöntemiyle hileli finansal raporlama eylemlerine başvurmuştur. Hileli finansal raporlama sonucu ortaya çıkan hile tutarının yaklaşık olarak 1,9 milyar Euro olduğu tespit edilmiştir (Akçakanat, 2020). Skandalların ortaya çıkması hileli finansal raporlama kavram ve uygulamalarına duyulan ilgiyi artırmış ve popüler hale getirmiştir.

Kamu Gözetim Kurulu tarafından yayınlanan Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve'de (2018) belirtildiği üzere finansal tabloların temel amacı, bir işletmenin finansal tablolarından yararlanan tüm paydaşların işletmenin finansal durumu, performansı vb. bilgiler çerçevesinde karar almalarına yardımcı olacak bilgilerin güvenilir ve anlaşılabilir biçimde raporlanması ve sunulması olarak ifade edilebilir. Bu kapsamda finansal bir bilginin faydalı olabilmesi; bilginin ihtiyaca ve gerçeğe uygun olması ile doğrudan ilişkilidir. Ek olarak bu fayda finansal tablolarda yer alan bilgilerin karşılaştırılabilir, doğrulanabilir, anlaşılabilir ve zamanında sunulmasıyla artar. Bir finansal bilginin gerçeğe uygunluğundan söz edilebilmesi için tam, tarafsız ve hatasız olmak üzere üç temel özelliğe sahip olması gerekmektedir (KGK, 2018).

Hileli finansal raporlama uygulamaları genel olarak üst yönetim tarafından finansal tablo kullanıcılarının bilgi edinme sürecinde yanıtılması amacıyla ya da daha alt kademelerdeki yöneticilerin prim vb gibi kişisel kazançlarını yükseltmek amacıyla gerçekleştirilmektedir (Harman ve Bernawati, 2020). Söz konusu finansal tablo kullanıcıları şirket sahipliği ve yönetimi, kredi veren kuruluşlar, yatırımcılar, düzenleyici kurumlar, satıcılar ve müşteriler olarak ifade edilebilir. İşletmeleri hileli finansal raporlama uygulamalarına yönlendiren en önemli sebeplerden biri daha iyi bir performans gösterme olasılıklarının düşmesi diğer bir ifade ile potansiyel ve mevcut yatırımcıların gözünde bir işletmenin görünürdeki refahını artırmak bu kapsamda da işletmenin kazancının kağıt üzerinde daha iyi görünmesini sağlamaktır (ACFE, 2011).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Hileli Finansal Raporlama Kavramına Genel Bir Bakış

Hile kavramı genel olarak kişisel kazanç amacıyla bilerek ve isteyerek yapılan ve bunun sonucunda yapıldığı kişi ve kuruluşları önemli zararlara uğratan faaliyetler bütünüdür. (Coenen, 2008)

Literatürde hile kavramı ve hile türlerinin sınıflandırılması hususunda çok çeşitli tanım ve yöntemlere yer verilmekle birlikte en temel ayrımın; eylemin yapıldığı kuruluşların zararına sonuçlanan hileler ve kuruluşların çıkarlarına yönelik yapılan hileler çatısı altında toplandığı söylenebilir. Örneğin bir kuruluşa yönelik yapılan hilede kurban kuruluştur ve bu durumdan zarar görecektir. Diğer taraftan hileli bir finansal raporlama gerçekleştirildiğinde bu raporu oluşturan yöneticiler genellikle raporlanan mali sonuçların gerçekte olduğundan daha iyi görünmesini sağlamak için kuruluşun çıkarına yönelik bir hile gerçekleştirmektedir (Albrecht vd., 2011). Bu amaçlara örnek olarak hisse senedi fiyatlarını yükselterek kuruluşun piyasa değerini yükseltmek, kamu otoritesini zarara uğratmak (vergi kaçırmak), kuruluşun kredibilitesini yükseltmek vb. verilebilir (Demir, 2014).

Yönetimin amacı verginin az ödenmesi ise bu kapsamda ciro saklanarak, stoklar üzerinde oynama yapılarak, giderler şişirilerek, fazla karşılık ayrılarak vb. yöntemlerle işletme karını azaltarak daha az vergi ödeme yoluna gidilebilir (Ertikin, 2017). Diğer taraftan yöneticilerin kişisel çıkarları doğrultusunda da hileli finansal raporlama yapılabilmektedir. Örnek olarak yöneticilerin yıl sonu prim miktarlarını artırmak amacıyla hileli eylemlere yönelmeleri verilebilir (Albrecht vd., 2011). Çalışmamızın ana konusu yöneticiler tarafından yapılan hileli finansal raporlama işlemleri olduğundan dolayı bu kapsamda açıklamalara yer verilecektir.

Finansal tablolar yatırımcılar, alacaklılar ve paydaşlar açısından karar verme sürecinde ana referans noktasıdır (Yao vd., 2019). Son yıllarda hileli finansal raporlama işlemleri hızla artmaktadır. Uygulamada az sayıda gerçekleşmesine rağmen maliyet olarak en yüksek mesleki dolandırıcılık biçimi olan hileli finansal raporlama, ortalama 800.000 ABD doları gibi çok ciddi bir kayba neden olduğu yapılan araştırmalarda tespit edilmiştir (ACFE, 2018).

Genel bir tanım itibarıyla hileli finansal raporlama, işletmeler tarafından yayınlanan finansal tabloların bu tablodan yararlanacak olan ilgililerin aldatılması veya yanlış yönlendirilmesi yönünde yapılan kasıtlı bir girişim olarak ifade edilebilir (Rezaee, 2005). Bu eylemin temel amacı finansal tablo kullanıcılarını, özellikle de yatırımcıları, kredi verenleri, kamu otoritesini aldatmak için yapılan kasıtlı davranış ve işlemleri içermektedir.

İşletmeler daha iyi bir performans gösterme ihtimalleri azaldığında diğer yaratıcı yöntemlerle performans seviyelerini üst seviyeye çekmeye çalışmaktadırlar. Bu süreçte etik olan ve olmayan, yasallık ve yasadışılık arasındaki çizgi çok incedir ve yöneticiler bu çizgiye mümkün olduğunca yakın çalışmak ve/veya çizgiyi geçen davranış ve yöntemleri uygulama yoluna gitmektedirler (Sherman vd., 2003). Bu süreçte finansal tablolar üst yönetim tarafından oluşturulduğundan dolayı buradaki hile eylemlerinin merkezinde üst yönetim yer almaktadır (Okoye ve Ndah, 2019).

Hileli finansal raporlama yanlış muhasebe girişlerinin kasıtlı olarak gerçekleştirilmesi ve/veya muhasebe kurallarının kasıtlı olarak yanlış uygulanmasıyla kendini göstermektedir. Her iki durumda da

finansal tablolarda hileli uygulamalar söz konusudur (Coenen, 2008). Bu noktada 2 temel soru ile karşılaşılır.

- a. Hileli bir işleme hatalı uygulamalar mı yol açmıştır?
- b. Hileli bir işlem bilerek ve isteyerek mi yapılmıştır?

Muhasebe ve finansal raporlama sürecinde hatalar her zaman gerçekleşmektedir. Hileli işlemleri hatalı işlemlerden ayıran temel unsur, işlemlerin arkasında yatan amaçtır. Bu durum hileli finansal raporlamanın anlaşılabilmesinde önemli bir engel olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durumun temel nedeni hileli bir işlemin tespit edilmesi sonucunda öne sürülen savunmanın hatalı bir işlemde kaynaklanması şeklindedir. Niyetin hata mı yoksa kasıt mı olduğu konusunun tespit edilebilmesi her ne kadar zor olsa da eğer hilenin ortaya çıkartılma sürecinde gizlenmiş, değiştirilmiş, tahrip edilmiş belge ve kayıtlara ulaşıyorsa kasıtlı bir eylem olduğu kolaylıkla ortaya çıkacaktır. Nitekim dürüst davranan bir kişinin kanıtları gizlemek, değiştirmek veya yok etmek için bir nedeni yok denecek kadar az olacaktır (Coenen, 2008).

Hileli finansal raporlama genellikle aşağıdaki temel unsurlar çerçevesinde gerçekleştirilmektedir ve çalışmanın ilerleyen bölümlerinde ilgili unsurlar örneklerle detaylandırılacaktır (Wells, 2017; Can, 2010):

- Kayıtların, destekleyici belgelerin ve/veya ticari işlemlerin bilinçli bir şekilde gerçek durumlarından saptırılması,
- İşlemlerin, hesapların ve finansal tabloların hazırlanmasında kullanılan diğer tüm bilgilerin gerçek dışı beyan edilmesi,
- Muhasebe ilkeleri ve politikalarının kasıtlı olarak yanlış uygulanması,
- Muhasebe ilkeleri ve politikalarının eksik açıklanması ve sunulmasıdır.

Özet olarak hileli finansal raporlama bir işletmenin kazancının kağıt üzerinde daha iyi görünmesini ya da daha kötü görünmesini sağlamak amacıyla oluşturulan politikalar şeklinde ifade edilebilir (Du Toit, 2008).

2.2. Hileli Finansal Raporlamanın Oluşum Sürecinde Kullanılan Yöntem ve Uygulamalar

1999 yılında Amerika Birleşik Devletleri Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonu (SEC) tarafından hileli finansal raporlama uygulamalarına ilişkin yapılan 525 adet inceleme sonuçlarına göre hileli finansal raporlamaların %34'den fazlasının hasılatın kaydedilme zamanları ile ilgili uygunsuzluklar, %18'inin varlıkların değerlendirilmesi ile ilgili uygunsuzluklar, %13'ünün giderlerin aktifleştirilmesi ile ilgili uygunsuzluklar, %20'sinin kazanç yönetimi ile ilgili uygunsuzluklar kapsamında gerçekleştiği tespit edilmiştir (Küçük ve Uzay, 2009).

Hileli finansal raporlama sürecinde kullanılan yöntem ve uygulamalar aşağıda ifade edilen yöntem ve uygulamalarla sınırlı kalmamakla birlikte Suistimal İnceleme Uzmanları Derneği'nin (ACFE) 2016 yılında yayınladığı ve uluslararası boyutta kabul gördüğü "Hile Ağacı" çerçevesi temel alınarak açıklanmıştır. Bu yöntem ve uygulamalar aşağıdaki gibidir:

- **Varlık/Gelir Artırımı – Giderlerin Azaltılması**

Varlıkların ve gelirlerin artırılması diğer taraftan giderlerin azaltılması uygulamalarının temel amacı finansal tablolarda raporlanan karın artırılmasıdır. Bu kapsamda karın artırılabilmesi genel olarak gelirleri artırmak ve/veya giderleri azaltmak şeklinde gerçekleşmektedir.

Hileli finansal raporlamanın unsurlarından biri olan gerçek olmayan – hayali gelir yaratma genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine aykırı bir şekilde gelir yaratma olarak ifade edilebilir. Örnek olarak gerçekte olmayan bir satış gelir olarak kaydedilir ve/veya satış süreci tamamlanmadan gelir erken olarak kaydedilebilir (Mulfrod ve Comiskey, 2002). Malların teslim edilmemesi veya hizmet sunulmamasına rağmen gerçek bir müşteri için kurgusal bir fatura hazırlanabilir fakat ilgili müşteriye söz konusu fatura gönderilmez. Bu durumda başvuru hileli işlem bir sonraki dönemin başında satış kaydının tersine çevrilmesiyle yok edilebilir ancak bu durum sonraki dönemde gelirin düşmesine neden olacağından diğer kurgusal satışlar içinde bulunulan dönemde de devam ettirilebilir. Diğer bir yöntem de gerçek müşteriler üzerinden gerçek satış miktarı üzerinden daha yüksek miktarda satış yapılması şeklinde faturaları yapay olarak şişirmek ya da değiştirmek şeklinde de gerçekleşebilir (Rezaee, 2005; ACFE, 2011).

Bu işlemler sonucunda varlıklarda olağandışı artış, müşteri bilgilerindeki veri eksiklikleri (özellikle fiziksel adres ve telefon numaralarındaki eksiklikler veya yanlışlıklar), belirli finansal analizlerde açıklanamayan değişiklikler (gelirin artması fakat alacakların artmaması) ortaya çıkabilir (Singleton ve Singleton, 2010).

Faturaların yapay olarak şişirilmesine örnek İtalyan Parmalat Süt şirketinin Küba'ya yapmış olduğu süt tozu satışı verilebilir. Yaklaşık olarak 620 milyon dolar değerinde olan 300 bin ton süt tozu satışı yapılmıştır. Bu durum Küba'nın süt tozu içinde yüzeceği anlamına gelecek kadar gerçek dışı bir satış işlemi olarak ortaya çıkmaktadır (Jones, 2011).

Diğer taraftan gelecek dönemde ortaya çıkması gereken giderler cari döneme aktarılabilir. Bu durumun temel nedenleri arasında cari dönem karını düşük göstererek daha az vergi ödeme amacı veya gelecek dönemdeki kar hedeflerin tutturulmasını sağlamak amacıyla gelecek dönemdeki giderleri düşürmek amacıyla giderlerin cari döneme aktarılması şeklinde ifade edilebilir (Yörük ve Doğan, 2009).

- **Dönemsellik İlkesine Aykırı Davranılması**

Dönemsellik ilkesi işletmenin sınırsız kabul edilen ömrünün belirli dönemlere ayrılarak her döneme ait faaliyet sonuçlarının kendi içinde bağımsız olarak tespit edilmesini içermektedir (Sevilengül,

2011). Bu kapsamda gelir ve giderler tahakkuk esasına göre muhasebeleştirilmekte ilgili dönemde ortaya çıkan hasılat, gelir ve karlar ile maliyet, gider ve zararlar karşılaştırılmaktadır. Bu durum dönemsellik kavramının bir gereğidir.

Türkiye Muhasebe Standartları Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve başlıklı düzenlemede Tahakkuk esasını “işlemler ile diğer olaylar ve durumların raporlayan işletmenin ekonomik kaynakları ve hakları üzerindeki etkileri, bu etkilerin gerçekleştiği dönemde gösterilir. Nakit girişleri ve ödemelerin farklı bir dönemde gerçekleşmiş olması bu durumu etkilemez. Tahakkuk esaslı muhasebeleştirilmenin önemi, raporlayan işletmenin ekonomik kaynakları ve hakları ile bunlarda belirli bir dönemde meydana gelen değişimlere ilişkin bilginin, işletmenin geçmiş ve gelecekteki performansının değerlendirilmesinde sadece döneme ait nakit girişleri ve ödemelerine ilişkin bilgiye nazaran, daha iyi bir temel sağlamasından kaynaklanır.” şeklinde açıklamıştır. Buna ek olarak “Tahakkuk esasına göre hazırlanan finansal tablolar, kullanıcıları, sadece geçmişteki nakit tahsilatlar ve nakit ödemelerle sonuçlanan işlemler hakkında değil gelecekte nakit ödemesi gerektirecek mevcut yükümlülükler ve gelecekte nakde dönüşecek mevcut kaynaklar hakkında da bilgilendirir” açıklamasını da yapmıştır (TMSK, Kavramsal Çerçeve, Madde: 22).

Hileli finansal tablolar, dönemsellik ilkesine aykırı olarak diğer bir ifadeyle gelirlerin veya giderlerin uygun olmayan dönemlere intikal ettirilmesinden kaynaklanabilir. Örneğin bir işletmenin 2018 dönemi satış hedefine ulaşamayacağını öngören yöneticiler 2019 döneminde gerçekleştirilecek satışları dönemselliğe aykırı olarak 2018 döneminde gerçekleştirmiş gibi gösterebilirler. Bu durum 2019 döneminde elde edilecek gelirin 2018 dönemine kaydırılması sonucu ortaya çıkmıştır. Bu duruma gelirin erken tanınması denir. Bu yöntemle işletme gelecekteki gelirlerini ödünç almakta ve gelecek dönemde bu farklılığı telafi edebileceği düşüncesiyle hareket etmektedir. Yönetim “Bu dönemi bu şekilde atlatalım, bir sonraki dönem için bir yolunu buluruz” şeklinde bir düşünceye sahip olduğu ifade edilebilir (Zack, 2013).

Yukarıda ifade edilen örneği detaylandırarak olursak bir muhasebe döneminde muhasebeleştirilen satış ve gelir uygulamaları, bir önceki dönemde yapılmış gibi, ya da bir sonraki dönemde yapılacak gibi düzenlenebilir. Bu durum alıcı işletmenin bilgisini gerektirebildiği gibi alıcı işletmenin bilgisi dahilinde olmadan da gerçekleştirilebilir. Örneğin bir satış işlemi genellikle sözleşmeler, sipariş belgeleri, fatura ya da sevkiyat belgeleri ile desteklenerek gerçekleştirilmektedir. Bu belgelerin herhangi birinde yapılacak fiziksel bir değişiklik ile söz konusu hileli davranış sergilenmiş olacaktır. Söz konusu belgelerden birinde örneğin nakliye belgesinde yapılacak bir tarih değişikliği ile hileli davranış amacına ulaşmış olacaktır.

• Borç ve Giderlerin Eksik – Fazla Bildirilmesi / Gizlenmesi

Önceki başlıklarda ifade edildiği gibi karın yüksek gösterilebilmesinin bir diğer yöntemi de borç ve giderlerin olduğundan daha az gösterilmesi veya gizlenmesidir. Buradaki temel amaç finansal

raporlarda yer alan verilerin olduğundan daha iyi sunulması çıkar sağlama amacıdır. Örnek olarak giderler uygun olmayan şekilde aktifleştirilebilir, muhasebe politikaları değiştirilebilir, dönem giderleri önceki dönemlere kaydırılabilir, uzun dönemli amortisman ayrılabilir, varlıklara ayrılan karşılıkları azaltılabilir (Çıtak, 2009) ya da ticari alacakların tahsilatı hakkında aşırı iyimser tahminde bulunabilir ve bu kapsamda ticari alacağın şüpheli hale gelmesi durumunda daha düşük bir alacak karşılığı ayrılabilir (Demir ve Bahadır, 2007).

Bu açıklamalar kapsamında başvuru hileli uygulamalar genel olarak (Küçüksözen, 2004):

- Dönem giderlerine kaydedilmesi gerekli bir harcamanın giderleştirilmesi yerine aktifleştirilmesi,
- Ayrılması gereken karşılıkların olduğundan daha düşük şekilde ayrılması
- Amortisman yönteminde değişiklik yapılması,
- Amortisman süreleriyle oynanması,
- Gelecek dönemlere ilişkin giderlerin cari döneme aktarılması şeklindedir.

Yukarıda açıklanan uygulamalara örnek olarak reklam harcamaları yüksek olan bir otomobil satıcısının depresif bir satış dönemi boyunca bayinin gerçek finansal sonuçlarını üretici işletmeye raporlamamak için birkaç aylık reklam giderlerini aktifleştirme yoluna giderek gerek gelir tablosunu gerekse bilançosunu daha iyi bir görünüme kavuşturması verilebilir (Coenen, 2008).

Diğer taraftan yönetim karın düşük gösterilmesi amacı güdüyorsa bu amaca ulaşabilmek için gider ve maliyet artırıcı işlemlere başvurulabilmektedir. Örnek olarak iş ile ilgili olmayan seyahat harcamalarının ve/veya özel harcamaların giderleştirilmesi, yasal ölçüyü aşan bağış ve yardımlarda bulunularak bunların finansal tablolara yansıtılması, amortisman tabi iktisadi kıymetlerin doğrudan giderleştirilmesi verilebilir (Alptürk, 2008).

• Varlıkların ve Yükümlülüklerin Eksik / Yanlış Değerlemesi

İşletmenin sahip olduğu varlıkların değerlendirilmesinde kasıtlı olarak olduğundan daha düşük ya da daha yüksek olarak değerlendirilerek yönetimin amacına göre fayda sağlanması şeklinde açıklanabilir. Örnek olarak işletmenin dönem sonu mal mevcudunun yönetimin amacı çerçevesinde yüksek veya düşük değerlendirilmesi ve/veya stok değerlemesinde kullanılan yöntemler vasıtasıyla bilançoda stokların yüksek ya da düşük, gelir tablosunda ise satılan malın maliyeti yüksek ya da düşük gösterilebilir (Küçüksözen ve Küçükkocaoğlu, 2005).

Alptürk'e (2008) göre değerlendirme ile ilgili olarak yapılan hatalı ve hileli işlemler genel olarak aşağıdaki gibidir;

- Dövizli alacak ve borçların VUK çerçevesine aykırı değerlendirilmesi,

- Alacak ve borç senetlerinin VUK çerçevesine aykırı değerlemesi örneğin merkez bankası iskonto oranı yerine farklı bir oran kullanılarak değerlendirilmiştir,
- Vadeli çeklerin ve hatır senetlerinin reeskonta tabi tutulması,
- Reeskont uygulamalarının tutarsız olması örneğin VUK'a göre reeskont uygulaması isteğe bağlı olmakla birlikte alacak senetlerini reeskonta tabi tutan işletmeler borç senetlerini de reeskonta tabi tutmak zorundadır bu kapsamda alacak senedini reeskonta tabi tutan bir işletme tarafından borç senetlerinin reeskonta tabi tutulmaması,
- Karşılık ayırmanın VUK çerçevesine aykırı gerçekleştirilmesi örneğin teminatlı alacaklar için karşılık ayrılması, verilen avanslar için şüpheli alacak karşılığı ayrılmasıdır.

3. ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Çalışmada Antalya'da faaliyet gösteren bir üretim işletmesinin hileli ve/veya hatalı finansal raporlama uygulamaları sonucunda oluşturulmuş finansal tabloları ve bunlara ilişkin muhasebe kayıtları ile hile ve/veya hatadan arındırılmış diğer bir ifadeyle üzerinde oynanmamış finansal tabloların ortaya çıkarılması ve ortaya çıkan farklılıkların karşılaştırmalı analizinin yapılması amaçlanmaktadır. Bu amaca dönük olarak öncelikle ele alınacak ve bilgileri gizli tutulacak ticaret işletmesine ilişkin gelir yaratıcı/gider azaltıcı faaliyetleri içeren on adet varsayım oluşturulmuştur. İlk adımda, ABC adı ile ele alınan beş ortaklı üretim işletmesine ilişkin varsayımlar yer almaktadır. Akabinde ABC işletmesine ait hileli ve/veya hatalı finansal raporlama uygulamaları sonucunda oluşturulmuş finansal tablolar ile hatadan arındırılmış finansal tabloların karşılaştırmalı analizi gerçekleştirilmiştir.

3.1. Gelir Yaratıcı / Gider Azaltıcı Faaliyetlerde Bulunmasına İlişkin Oluşturulan Varsayımlar

ABC İşletmesine ilişkin on adet varsayım oluşturulmuştur. Oluşturulan varsayımlar aşağıda ifade edildiği gibidir;

1. Mevcut müşterilere hayali satış yapmak

- ABC İşletmesi dönem boyunca 10.000.000 TL tutarında hayali satış gerçekleştirmiştir.

----- / -----	
120 ALICILAR	11.800.000
600 YURTIÇİ SATIŞLAR	10.000.000
391 HESAPLANAN KDV	1.800.000
----- / -----	

2. Bir sonraki döneme sarkan geliri cari dönem de gelir olarak tanımak

• ABC İşletmesi 2019 - Ocak döneminde gelir olarak kayıt altına alması gereken 1.000.000 TL tutarındaki geliri cari dönemde kayıtlara almıştır.

120 ALICILAR	1.180.000	
600 YURTİÇİ SATIŞLAR*		1.000.000
391 HESAPLANAN KDV		180.000

*Söz konusu hesap yerine 380 Gelecek Aylara Ait Gelirler hesabının kullanılması gerekmektedir.

3. Cari dönem giderinin bir sonraki döneme sarkıtarak mevcut dönem giderlerini düşürmek

• ABC İşletmesi 2018 – Kasım döneminde ortaya çıkan 500.000 TL tutarındaki gideri 2019 – Ocak dönemine sarkıtmıştır.

280 GEL. YILLAR AİT GİD.*	500.000	
191 İNDİRİLECEK KDV	90.000	
320 SATICILAR		590.000

* Söz konusu hesap yerine 760 Pazarlama Satış ve Dağıtım Giderleri veya 770 Genel Yönetim Giderleri hesabının kullanılması gerekmektedir.

4. Borç senetlerine reeskont hesaplaması yapılmasına rağmen alacak senetlerine reeskont uygulaması yapmamak

• ABC İşletmesi yıl sonunda elinde bulunan 120 gün vadeli 5.817.260,39 TL tutarındaki borç senetlerine %10 reeskont hesaplaması yapmıştır. Vergi Usul Kanunu'na (VUK) göre reeskont uygulaması her ne kadar isteğe bağlı olarak bırakılmış olsa da yine aynı kanunda alacak senetlerine reeskont uygulaması yapılıyor ise borç senetlerine de reeskont uygulaması yapılması bir zorunluluktur. Söz konusu işletme gelirini artırmak için borç senetlerine reeskont değerlemesi yapmıştır ve reeskont gelirini 187.653,56 olarak göstermiştir. Bunun karşılığında alacak senetlerine reeskont değerlemesi yapmayarak giderini göstermekten kaçınmıştır.

647 REESKONT FAİZ GELİRLERİ	187.653,56	
322 BORÇ SENETLERİ REESKONTU		187.653,56

5. Amortisman giderlerini ve itfa paylarını gider yazmamak ya da uzun vadeye yaymak suretiyle ilgili oranları düşürmek

• ABC İşletmesi daha önceki yıllarda amortisman ayırmasına rağmen cari dönemde 200.000 TL tutarındaki amortisman gideri ile ilgili herhangi bir işlem gerçekleştirilmemiştir.*

* VUK' a göre "Amortismanların herhangi bir yıl yapılmamasından veya ilk uygulanan nispetten düşük hadle yapılmasından dolayı amortisman süresi uzatılamaz" hükmü amortisman ayırımından kaçınılması veya daha düşük tutarda amortisman ayrılmasına neden olabilmektedir.

Aşağıdaki kayıt ABC İşletmesi tarafından hiç yapılmamıştır.

----- / -----	
770 GENEL YÖNETİM GİDERİ	200.000
257 BİRİKMIŞ AMORTİSMANLAR	200.000
----- / -----	

6. Diğer faaliyetlerden oluşan gelirlerin veya Olağan dışı gelir ve karların, esas faaliyetlerden dolayı gelir sağlamış gibi göstermek ve bu sayede ana faaliyet konusu ile ilgili gelirini güçlü göstermek

• ABC İşletmesi diğer faaliyetlerden oluşan 500.000 TL tutarındaki gelirini yurt içi satışlar hesabına aktarmıştır.

----- / -----	
120 ALICILAR	590.000
600 YURTİÇİ SATIŞLAR*	500.000
391 HESAPLANAN KDV	90.000
----- / -----	

* 649 Diğer Olağan Gelir ve Karlar Hesabı veya 679 Diğer Olağandışı Gelir ve Karlar Hesabının kullanılması gerekmektedir.

7. Kısa vadeli kullanılan kredilerin Uzun vadeli olarak kayda alınması ve faiz giderlerinin cari dönem kaydında alınmaması,

• ABC İşletmesi 1.000.000 TL tutarında Kısa Vadeli Kredi kullanmış olmasına rağmen Uzun Vadeli Kredi kullanılmış gibi kayıtlara almış ve 300.000 TL tutarında olan kredi faizini cari dönemde gider olarak kayıtlara yansıtmamıştır.

102 BANKALAR	1.000.000	
400 BANKA KREDİLERİ*		1.000.000
280 GEL. YILLAR AİT GİD.	300.000	
102 BANKALAR		300.000

* 300 Banka Kredileri Hesabının kullanılması gerekmektedir.

** 780 Finansman Giderleri Hesabının kullanılması gerekmektedir.

8. Geliri arttırmak için dönem sonu satış kaydı yaparak (hayali ya da gerçek) dönem kapanışı sonrası iade alınması

• ABC İşletmesi cari dönemde 750.000 TL tutarında gerçek müşteriye satış yapmış dönemin kapanmasını takip eden 2019 – Ocak ayında satışın tamamını alıcı işletmeden iade almıştır.

----- Cari Dönem Kaydı -----		
120 ALICILAR	885.000	
600 YURTIÇİ SATIŞLAR		750.000
391 HESAPLANAN KDV		135.000
----- Sonraki Dönem Kaydı -----		
610 SATIŞTAN İADELER	750.000	
191 İNDİRİLECEK KDV	135.000	
120 ALICILAR		885.000

9. İşletme aktifine girmemesi gereken harcamaların aktife aktarılması, giderlerin düşük gösterilmesi

• ABC İşletmesi 5746 sayılı Araştırma, Geliştirme ve Tasarım Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Kanun kapsamı dışındaki 300.000 TL tutarında gerçekleşen harcamalarını aktife almıştır.

263 ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME GİD.	300.000	
630 ARAŞTIRMA VE GELİŞTİRME GİD.		300.000

Söz konusu kanun kapsamına girmemesine rağmen işletme ilgili tutarı aktifleştirerek 263 Araştırma ve Geliştirme Giderleri hesabına aktarmıştır. 300.000 TL tutarındaki harcama 630 Araştırma ve Geliştirme giderleri hesabının borcunda aynen kalmalıdır diğer bir ifade ile ilgili tutar sonuç hesaplarında gösterilmelidir.

10. Kur değerlemeleri sonucunda ortaya çıkan kambiyo karının ana faaliyet gelirlerine yansıtılarak ana faaliyet karının yüksek gösterilmesi

• ABC İşletmesi finansal kur değerlemelerinden oluşan 500.000 TL tutarındaki kambiyo karını ana faaliyet geliri olarak kayda almıştır.

102 BANKALAR (Döviz Hesap Kur değerlemesi)	500.000
601 YURTDIŞI SATIŞLAR*	500.000

* 646 Kambiyo Karları Hesabının kullanılması gerekmektedir.

4. BULGULAR

4.1. Karşılaştırmalı Analiz Değerlemesi

ABC işletmesinin hileli ve/veya hatalı finansal raporlama uygulamaları sonucunda oluşturulmuş finansal tabloları ve bunlara ilişkin muhasebe kayıtları ile hile ve/veya hatadan arındırılmış finansal tablolarında yer alan mali kalemlerin karşılaştırma analiz ile değerlendirmesi yapılmıştır. Gelir tabloları ile bilançolarında yer alan mali göstergeler belirlenerek öncelikle farklar hesaplanmıştır. Finansal tablolarda yer alan mali kalemlerin değişimleri hesaplanarak hileli ve/veya hatalı finansal raporlama uygulamaları sonucunda oluşturulan finansal tablolardaki mali kalemler ile hile ve/veya hatadan arındırılmış finansal tablolarda yer alan mali kalemler arasındaki farklılıklar karşılaştırmalı (yatay) analiz ile değerlendirilmiş olup, değerlemeler tablo 1. ve tablo 2. da yer almaktadır.

Tablo 1. Hileli ve/veya Hatalı Finansal Raporlama Uygulamaları Sonucunda Oluşturulmuş Finansal Tablolar ile Hatadan Arındırılmış Gelir Tablolarının Karşılaştırmalı Analizi

	Hileli ve/veya Hatalı Oluşturulan Gelir Tablosu	Hileden ve/veya Hatadan Arındırılmış Gelir Tablosu	Fark	Yatay Analiz %
Brüt Satışlar	86.638.250	73.888.250	12.750.000	% 14,71
*Yurt İçi Satışlar	81.706.000	69.456.000	12.250.000	% 14,99
*Yurt Dışı Satışlar	4.930.000	4.430.000	500.000	% 10,14
*Diğer Gelirler	2.250.000	2.250.000	-	-
Satış İndirimleri (-)	87.511	87.511	-	-
*Satıştan İadeler	85.500	85.500	-	-
*Satış İskontoları	2.011,20	2.011,20	-	-
Net Satışlar	86.550.738,80	73.800.738,80	12.750.000	% 14,73
Satışların Maliyeti (-)	59.700.00	59.700.00	-	-
Faaliyet Giderleri (-)	8.051.000	8.351.000	(300.000)	% 3,72
*Ar-Ge Giderleri	1.150.000	1.450.000	(300.000)	% 26,08
*Paz-Sat ve Dağıtım Giderleri	1.401.000	1.401.000	-	-
*Genel Yönetim Giderleri	5.500.000	5.500.000	-	-
Faaliyet Karı veya Zararı	18.799.738,80	5.749.738,80	13.050.000	% 69,41
Diğer Faaliyetlerden Olağan Gelir ve Karlar	13.907.653,56	14.220.000	312.346,64	% 2,24
*Faiz Gelirleri	4.400.000	4.400.000	-	-
*Kambiyo Karları	8.400.000	8.900.000	(500.000)	% 5,95

*Reeskont Faiz Gelirleri	187.653,56	-	187.653,56	%100
*Diğer Faaliyetlerden Olağan Gelir ve Karlar	920.000	920.000	-	-
Diğer Faaliyetlerden Olağan Gider ve Zararlar (-)	11.713.595	11.713.595	-	-
*Karşılık Giderleri	453.000	453.000	-	-
*Kambiyo Zararları	11.260.000	11.260.000	-	-
*Diğer Olağan Gider ve Zararlar	595	595	-	-
Finansman Giderleri (-)	1.100.000	1.100.000	-	-
Kısa Vadeli Borçlanma Giderleri	1.100.000	1.100.000	-	-
Olağan Dışı Gelir ve Karlar	436.000	436.000	-	-
*Diğer Olağan Dışı Gelir ve Karlar	436.000	436.000	-	-
Olağan Dışı Gider ve Zararlar (-)	61.800	61.800	-	-
*Diğer Olağan Dışı Gider ve Zararlar	61.800	61.800	-	-
Dönem Karı veya Zararı	20.267.997,36	7.530.343,80	12.737.653,56	%62,84
Dönem Karı Vergi ve Diğer Yasal Yükümlülük Karşılığı(-)	4.458.959,42	1.656.675,64	2.802.283,78	%62,84
Dönem Net Karı veya Zararı	15.809.037,94	5.873.668,16	9.935.369,78	%62,84

Çalışmada öncelikle Tablo 1’de yer alan gelir tablosu mali kalemlerindeki farklılıklara ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Buna göre, işletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre yurtiçi satışlar hesabı toplamı 81.706.000 TL’dir. Öte yandan hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde yer alan yurtiçi satışlar hesabı tutarı ise 69.456.000 TL’dir. Buna göre ortaya çıkan fark 12.250.000 TL’dir. Yatay analiz yüzdesi açısından değerlendirildiğinde %14,99’luk bir fark ortaya çıkmaktadır. Söz konusu farklılıkların nedenleri ABC işletmesinin 10.000.000 TL tutarında hayali satış gerçekleştirmesinden, 1.000.000 TL tutarın işletmenin bir sonraki dönemde gelir olarak kayıt altına alması gerekirken, cari dönemde kayıt altına alınarak finansal tabloda yer vermesinden, 500.000 TL tutarın işletmenin diğer faaliyetlerinden oluşan gelirinin ve/veya olağan dışı gelir ve karlarının, esas faaliyet karını ve ana faaliyet konusu ile ilgili gelirini güçlü göstermek adına satış yapılmış gibi yurtiçi satışlar hesabına aktarmasından ve 750.000 TL tutar geliri arttırmak için dönem sonu satış kaydı yaparak dönem kapanışı sonrası iade alınmasından kaynaklandığı görülmektedir. Bu durum işletmenin net satışlarının 12.250.000 TL artmasına neden olmaktadır.

İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre yurt dışı satışlar hesabı toplamının 4.930.000 TL olduğu görülmektedir. Hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde ise bu tutar 4.430.000 TL’dir. Buna göre ortaya çıkan fark 500.000 TL’dir. Yatay analiz yüzdesi açısından değerlendirildiğinde %10,14’lük bir fark ortaya çıkmaktadır. Bu farkın nedeni işletmenin kur değerlemesi sonucu ortaya çıkan kambiyo karını, kambiyo karına değil ana faaliyet geliri çerçevesinde yurt dışı satışlar hesabına aktararak ana faaliyet geliri yüksek göstermesi amacından kaynaklandığı görülmektedir. Bu durum işletmenin net satışlarının 500.000 TL artmasına neden olmaktadır. İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre faaliyet giderleri hesabı toplamı 8.051.000 TL’dir. Hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde ise bu tutar 8.351.000 TL’dir. Buna göre ortaya çıkan fark 300.000 TL’dir. Yatay analiz yüzdesi açısından değerlendirildiğinde %3,72’lik bir fark ortaya çıkmaktadır. Bu farkın nedeni Ar-Ge giderlerinden kaynaklanmaktadır. Hile ve hatadan arındırılmış finansal tablo mali kaleminde Ar-Ge

giderleri 300.000 TL tutarında düşmüştür. Bu durumun nedeni işletmenin aktifine girmemesi gereken 300.000 TL tutarındaki harcamaların aktife alınmasından kaynaklanmaktadır. Bu durum işletmenin faaliyet giderlerinin 300.000 TL azalmasına neden olmaktadır.

Özet olarak hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre işletmenin faaliyet karı 18.799.738,80 TL tutarında olduğu görülürken, hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde ise bu tutar 5.749.738,80 TL'dir. Buna göre ortaya çıkan fark 13.050.000 TL'dir. Diğer faaliyetlerden olağan gelir ve kar hesap gurubu incelendiğinde 500.000 TL tutarındaki kar ana faaliyet geliri çerçevesinde yurt dışı satışlar hesabında gösterildiğinden işletmenin hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali verilerinde kambiyo karları 500.000 TL'ye yükselmiştir bunun nedeni söz konusu işlemin kambiyo karlarına aktarılmasından kaynaklanmaktadır. Söz konusu uygulamalar sonucunda işletmenin dönem karı 12.737.653, 56 TL'ye yükselmiş doğal olarak karın artması sonucunda da işletmenin dönem karı vergi ve diğer yasal yükümlülükler karşılığı 2.802.283, 82 TL artarak 4.458.959, 42 TL yükselmiştir. Dönem net karı açısından değerlendirildiğinde ise işletmenin gerçekleştirmiş olduğu hileli veya hatalı işlemlerinden dolayı dönem net karı 9.935.369, 78 TL yükselerek 15.809.037,94 TL olmuştur.

Tablo 2. Hileli ve/veya Hatalı Finansal Raporlama Uygulamaları Sonucunda Oluşturulmuş Finansal Tablolar ile Hatadan Arındırılmış Bilançoların Karşılaştırmalı Analizi

	Hileli ve/veya Hatalı Oluşturulan Bilanço	Hileden ve/veya Hatadan Arındırılmış Bilanço	Fark	Yatay Analiz %
HAZIR DEĞERLER	2.468.590,20	1.768.590,20	700.000,00	%28,36
*Kasa	188.784,07	188.784,07	-	-
*Bankalar	2.278.081,29	1.578.081,29	700.000,00	%30,73
*Diğer Hazır Değerler	1.724,84	1.724,84	-	-
TİCARİ ALACAKLAR	35.848.663,00	24.508.663,00	11.340.000,00	%31,63
*Alıcılar	31.390.621,37	20.050.621,37	11.340.000,00	%36,13
*Alacak Senetleri	3.854.911,80	3.854.911,80	-	-
*Verilen Depozito Ve Teminatlar	23.471,83	23.471,83	-	-
*Şüpheli Ticari Alacaklar	1.995.965,38	1.995.965,38	-	-
*Şüpheli Ticari Alacaklar Karşılığı (-)	-1.416.307,38	-1.416.307,38	-	-
DİĞER ALACAKLAR	1.639.963,81	1.639.963,81	-	-
*Diğer Çeşitli Alacaklar	1.639.963,81	1.639.963,81	-	-
STOKLAR	9.119.432,20	9.119.432,20	-	-
GEL. AYL. AİT GİDER. VE GEL. TAH.	598.222,33	598.222,33	-	-
DİĞER DÖNEN VARLIKLAR	739.777,78	739.777,78	-	-
DÖNEN VARLIKLAR TOPLAMI	50.414.649,32	38.374.649,32	12.040.000,00	%23,88
TİCARİ ALACAKLAR	50	50	-	-
MALİ DURAN VARLIKLAR	137.500,00	137.500,00	-	-
MADDİ DURAN VARLIKLAR	20.218.078,53	20.218.078,53	-	-
MADDİ OLMAYAN DURAN VARLIKLAR	14.548.735,56	14.548.735,56	-	-
ÖZEL TÜKENMEYE TABİ VAR.	300.000,00	-	300.000,00	%100,00
*Arama Giderleri	300.000,00	-	300.000,00	%100,00

GEL. YILL. AİT GİDER. VE GEL. TAH.	987.199,81	187.199,81	800.000,00	%81,04
*Gelecek Yıllara Ait Giderler	987.199,81	187.199,81	800.000,00	%81,04
DURAN VARLIKLAR TOPLAMI	36.191.563,90	35.091.563,90	1.100.000,00	%3,04
AKTİF (VARLIKLAR) TOPLAMI	86.606.213,22	73.466.213,22	13.140.000,00	%15,17
MALİ BORÇLAR	5.228.066,24	6.228.066,24	(1.000.000,00)	(%19,13)
*Banka Kredileri	750.751,50	1.750.751,50	(1.000.000,00)	(%133,20)
*Finansal Kiralama İşlem Borçları	2.772.135,69	2.772.135,69	-	-
*Ertelenmiş Finansal Kiralama Borçlanma Maliyetleri	-21.917,25	-21.917,25	-	-
*Uzun Vadeli Kredilerin Anapara Taksitleri Ve Faizleri	1.727.096,30	1.727.096,30	-	-
TİCARİ BORÇLAR	16.067.000,49	15.664.654,05	402.346,44	%2,50
*Satıcılar	10.437.393,66	9.847.393,66	590.000,00	%5,65
*Borç Senetleri	5.817.260,39	5.817.260,39	-	-
*Borç Senetleri Reeskontu (-)	-187.653,56	-	(187.653,56)	(%100,00)
DİĞER BORÇLAR	760.642,90	760.642,90	-	-
ALINAN AVANSLAR	22.121.800,49	22.121.800,49	-	-
ÖDENECEK VERGİ VE DİĞER YÜKÜMLÜLÜKLER	412.907,66	412.907,66	-	-
BORÇ VE GİDER KARŞILIKLARI	4.458.959,42	1.656.675,64	2.802.283,78	%62,85
*Dönem Karı Vergi Ve Diğer Yükümlülük Karşılıkları	4.458.959,42	1.656.675,64	2.802.283,78	%62,85
KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR TOPLAMI	49.049.377,20	46.844.746,98	2.204.630,22	%4,49
MALİ BORÇLAR	2.313.902,10	1.313.902,10	1.000.000,00	%43,22
*Banka Kredileri	2.313.902,10	1.313.902,10	1.000.000,00	%43,22
DİĞER BORÇLAR	1.067.875,18	1.067.875,18	-	-
UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR TOPLAMI	3.381.777,28	2.381.777,28	1.000.000,00	%29,57
ÖDENMİŞ SERMAYE	7.500.000,00	7.500.000,00	-	-
*Sermaye	7.500.000,00	7.500.000,00	-	-
SERMAYE YEDEKLERİ	7.059.109,22	7.059.109,22	-	-
KAR YEDEKLERİ	6.183.461,44	6.183.461,44	-	-
GEÇMİŞ YILLAR KARLARI	2.689.195,43	2.689.195,43	-	-
GEÇMİŞ YILLAR ZARARLARI (-)	-5.065.745,29	-5.065.745,29	-	-
DÖNEM NET KARI (ZARARI)	15.809.037,94	5.873.668,16	9.935.369,78	%62,85
*Dönem Net Karı	15.809.037,94	5.873.668,16	9.935.369,78	%62,85
ÖZSERMAYE TOPLAMI	34.175.058,74	24.239.688,96	9.935.369,78	%29,07
PASİF TOPLAMI	86.606.213,22	73.466.213,22	13.140.000,00	%15,17

Tablo 2’de yer alan bilanço mali kalemlerindeki farklılıklara ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre hazır değerler hesabı toplamı 2.468.590,20 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 1.768.590,20 TL’dir. Bilançolar hazır değerlere ilişkin fark 700.000 TL’dir. %28.36’lık fark olduğu tespit edilmiştir.

İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre ticari alacaklar hesabı toplamı 35.848.663 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 24.508.663 TL’dir. Bilançolarda ticari alacaklar ilişkin fark 11.340.000 TL’dir. %31,63’lük fark vardır.

İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre dönen varlıklar hesabı toplamı 50.414.649,32TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 38.374.649,32 TL'dir. Bilançolarda dönen varlıklara ilişkin fark 12.040.000 TL'dir. %23,88'lik fark vardır. Dönen varlıklarda ortaya çıkan farklılık hazır değerler ile ticari alacaklarda ortaya çıkan farklılıktan kaynaklanmaktadır.

İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre özel tükenmeye tabi varlıklar hesabı değeri 300.000TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde değeri belirtilmemiştir. Buna göre bilançolar arasında %100'lük bir fark söz konusudur. İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre gelecek yıllara ait gider ve gelir tahmin hesabı değeri 987.199,81 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 187.199,81 TL'dir. Bilançolarda gelecek yıllara ait gider ve gelir tahmin hesabına ilişkin fark 800.000 TL'dir. %81,04'lük bir fark vardır. Bu fark gelecek yıllara ait giderler hesabının hatalı ve/veya hileli kaydından kaynaklanmaktadır.

İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre duran varlıklar hesabı toplamı 36.191.563,90 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 35.091.563,90 TL'dir. Bilançolarda duran varlıklara ilişkin fark 1.100.000 TL'dir. %3,04'lük fark vardır. İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre kısa vadeli mali borçlar hesabı toplamı 5.228.066,24 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 6.228.066,24 TL'dir. Bilançolarda mali borçlara ait hesaplar değerlendirildiğinde hileli veya hatalı finansal tabloda 1.000.000 TL diğer bir ifade ile %19,13 düşük değer yer almaktadır.

İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre kısa vadeli ticari borçlar hesabı toplamı 16.067.000,49 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 15.664.654,05 TL'dir. Bilançolarda ticari borçlara ilişkin fark 402.346,44 TL'dir. %2,50'lik fark vardır. İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre kısa vadeli borç ve gider karşılıkları hesabı toplamı 4.458.959,42 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 1.656.675,64 TL'dir. Bilançolarda dönen varlıklara ilişkin fark 2.802.283,78 (%62,85) TL'dir.

İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre uzun vadeli mali borçlar hesabı toplamı 2.313.902,10 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 1.313.902,10 TL'dir. Bilançolarda mali borçlara ait hesaplar değerlendirildiğinde hileli veya hatalı finansal tabloda 1.000.000 TL diğer bir ifade ile %43,22 düşük değer yer almaktadır. İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre uzun vadeli yabancı kaynaklar hesabı toplamı 3.381.777,28 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 2.381.777,28 TL'dir. Bilançolarda uzun vadeli yabancı kaynaklar toplamına ilişkin fark 1.000.000 TL (%29,57) 'dir.

İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tablo mali kalemlerine göre dönem net karı 15.809.037,94 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 5.873.668,16 TL'dir. Bilançolarda dönem net karı farkı %62,85'dir. İşletmenin hileli veya hatalı oluşturulan finansal tabloda yer alan öz sermayesi 34.175.058,74 TL iken hata ve hileden arındırılmış finansal tablo mali kaleminde 9.935.369,78 TL'dir. Bilançolarda öz sermaye farkı %29,07'dir

Tüm bu açıklamalar hatalı/hileli işlemlerin yapılış amacının gelir ve varlıkların yüksek, gider ve yükümlülüklerin ise düşük gösterilmesi bunun sonucunda da işletmenin değerini olduğundan daha iyi gösterilme eğiliminden kaynaklandığını göstermektedir.

4. SONUÇ

Hileli finansal raporlama, finansal tablo kullanıcılarını yanıltmak için finansal tabloların gerçek değerinin yönetim tarafından kasıtlı olarak manipüle edilme eylemini içermektedir (Rahman vd., 2020). Mesleki hile tüm paydaşları etkileyen küresel bir sorun olarak dikkat çekmektedir. Bu tür hileler sıklıkla tespit edilemediğinden ve/veya raporlanmadığından dolayı yaşanan kayıpların hangi seviyelerde olduğu da tam olarak bilinmemektedir (ACFE, 2020). Literatür incelendiğinde son yirmi yılda küresel seviyede ortaya çıkan hile faaliyetlerinin yaklaşık 5 trilyon dolarlık bir kayba neden olduğu ve söz konusu faaliyetlerin son on yılda %56 arttığı tespit edilmiştir (Gee ve Button, 2020). Hile faaliyetlerinin yarattığı kayıpların paydaşlar tarafından finansal tablolar üzerinden tespit edilmeye çalışılması, paydaşların doğru, gerçekçi ve tutarlı kararlar vermesine yardımcı olacaktır.

Bu çalışmada finansal paydaşların finansal tablo hilelerini tespit ederek yorumlama yapabilmesine olanak sağlamak amacıyla, Antalya'da faaliyet gösteren bir işletmenin belirlenen varsayımlar temelinde hileli ve/veya hatalı finansal raporlama uygulamaları sonucunda oluşturulmuş finansal tabloları ve muhasebe kayıtları ile hile ve/veya hatadan arındırılmış finansal tablolarında yer alan mali kalemlerin karşılaştırma analiz ile değerlendirmesi yapılmıştır. Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde gelir tablosunda yer alan yurtiçi ve yurtdışı satış tutarının, dönem karının yüksek şekilde kayıt altına alındığı, faaliyet Giderleri ve ar-ge giderlerinin olması gerekenden düşük tutarlarda kayıtlara geçirildiği tespit edilirken; bilançolarda yer alan mali kalemlerden toplam varlıklar içerisinde yer alan dönen varlık kalemlerinden, hazır değerler ve alacaklar hesabın ile duran varlık hesabında tutar artışına gidilerek olması gerekenden yüksek değerlerin bilanço kayıtlarına geçirildiği, toplam pasifler içerisinde kısa vadeli yabancı kaynak kalemlerinden mali borç kalemine ait değerlerde düşük kayıtlar yapılırken, uzun vadeli yabancı kaynak tutarında ise hileli veya hatalı finansal raporlarda daha yüksek değerlerle kayıt yapıldığı görülmektedir. Öz sermaye değeri ile dönem net karında olması gerekenden yüksek tutarlarda yansıtıldığı tespit edilmiştir.

Özet olarak hileli finansal raporlama eylemleri tüm dünyada yaşanan ve maliyetleri diğer hile türlerine kıyasla son derece yüksek olan bir hile türüdür. Diğer taraftan hileli finansal raporlama

eyleminin tespiti çoğu zaman yapılamamakta veya çok uzun süre sonra yapılmaktadır. Bu durumun temel nedeni hileli finansal raporlamanın uzmanlık gerektiren bir alan olmasından kaynaklanmaktadır. Bu çalışmanın alana en önemli katkısı uygulama örneklerine yer vererek hileli finansal raporlamanın hangi unsurlar temelinde gerçekleştirildiğinin ortaya konmasıdır. Her ne kadar hileli finansal raporlama konusunda birçok çalışma yapılmış olsa da genel olarak değerlendirildiğinde bu çalışmaların genel olarak teorik yaklaşımlar üzerine kurulduğu bir gerçektir.

KAYNAKÇA

- ACFE. (2011). *Fraud Examiners Manual – International Edition*. Association of Certified Fraud Examiners, Inc. USA.
- ACFE. (2016). Report To The Nations – 2016 Global Fraud Study.
- ACFE. (2020). Report To The Nations – 2020 Global Study On Occupational Fraud and Abuse.
- Akçakanat, Ö. (2020). Bağımsız Denetim Standardı 240 Kapsamında Wirecard Skandalının İncelenmesi. Econdor 2020, 3rd International Economics Business and Social Sciences Congress. 22-25 October 2020. 169-174.
- Albrecht, W.S., Albrecht, C.O., Albrecht, C.C. ve Zimbelman, M.F. (2011). *Fraud Examination*. South-Western Cengage Learning, 4th Edition. USA.
- Alptürk, E. (2008). Finans, Muhasebe ve Vergi Boyutlarında İç Denetim Rehberi. Maliye ve Hukuk Yayınları, Ankara.
- Can, A.V. (2010). Krizin muhasebesi ve muhasebenin krizi. *Mali Çözüm Dergisi*, 97, 21-47.
- Coenen, T. (2008). *Essentials Of Corporate Fraud*. John Wiley & Sons, Inc. New Jersey.
- Çıtak, N. (2009). Yaratıcı muhasebe hileli finansal raporlama mıdır?. *Mali Çözüm*, 91, 81-112.
- Demir, Ş. (2014). Muhasebe hataları ve hileleri ile bunlara dair yaptırımların yasal mevzuat kapsamında değerlendirilmesi, *MÖDAV Dergisi*, 1, 169-193.
- Demir, V. ve Bahadır, O. (2007). Muhasebe manipülasyonu – yöntemler ve teknikler. *Mali Çözüm Dergisi*, 84, 103-120.
- Du Toit, E. (2008). Characteristics of companies with a higher risk of financial statement fraud: a survey of the literature. *South African Journal of Accounting Research*. 22(1), 19-44.
- Ertikin, K. (2017). Hile denetimi: kırmızı bayrakların tespiti için kullanılan proaktif yaklaşımlar. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*. 75, 71-94.
- Gee, J. ve Button, M. (2019). *The Financial Cost of Fraud 2019*. Tech. Rep. Crowe. University of Portsmouth.

- Harman, S.A. ve Bernawati, Y. (2020). Determinants of financial statement fraud: fraud pentagon perspective in manufacturing companies. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. 13(4), 1453- 1472.
- Jones, M.J. (2011). *Creative Accounting, Fraud and International Accounting Scandals*. John Wiley and Sons, Ltd. Publication, The Atrium, Southern Gate, Chichester, England.
- Kamu Gözetim Kurulu. (2018). Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve, 2018 Sürümü.
- Küçük, E. ve Uzay, Ş. (2009). Hileli finansal raporlamanın oluşumu ve doğurduğu sorunlar. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (32), 239-258.
- Küçüksözen, C. (2004). Finansal Bilgi Manipülasyonu: Nedenleri, Yöntemleri, Amaçları, Teknikleri, Sonuçları Ve İmkb Şirketleri Üzerine Ampirik Bir Çalışma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi.
- Küçüksözen, C. ve Küçükkocaoğlu, G. (2005). Kurumsal şirket yönetiminde finansal tabloların rolü. *Muhasebe ve Denetim Bakış*, 16, 1-25.
- Mulford, C.W. ve Comiskey, E.E. (2002). *The Financial Numbers Game - Detecting Creative Accounting Practices*. John Wiley & Sons, Inc. New York.
- Okoye, E. ve Ndah, E.N. (2019). Forensic accounting and fraud prevention in manufacturing companies in nigeria. *International Journal of Innovative Finance and Economic Research*, 7(1), 107-116.
- Rahman, A., Deliana, D. ve Rihaney, N. (2020). Detection of financial statement fraud triangle (fraud triangle) in lq45 companies listed in indonesia stock exchange. *International Journal of Technical Vocational and Engineering Technology*. 2(1), 70-78.
- Rezaee, Z. (2005). Causes, consequences, and deterrence of financial statement fraud. *Critical Perspectives On Accounting*, 16, 277-298.
- Sevilengül, O. (2011). *Genel Muhasebe*, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Sherman, H.D., Young, S.D. Ve Collingwood, H. (2003). *Profits You Can Trust: Spotting And Surviving Accounting Landmines*. Pearson, New Jersey.
- Singleton, T.W. ve Singleton, A.J. (2010). *Fraud Auditing and Forensic Accounting*. John Wiley & Sons, Inc., New Jersey. 5th Edition
- Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu. (2011). Finansal Raporlamaya İlişkin Kavramsal Çerçeve Hakkında Genel Tebliğ.

- Wells, J.T. (2017). *Corporate Fraud Handbook – Prevention and Detection*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 5th Edition.
- Yao, J., Pan, Y., Yang, S., Chen, Y. Ve Li, Y. (2019). Detecting fraudulent financial statements for the sustainable development of the socio-economy in china: a multi-analytic approach. *Sustainability*, 11, 1579.
- Yörük, N. ve Doğan, E. (2009). *Finansal Bilgi Manipülasyonu ve Finansal Bilgi Manipülasyonunun Belirlenmesine Yönelik İMKB’de Bir Uygulama*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Zack, G.M. (2013). *Financial Statement Fraud Strategies for Detection and Investigation*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.



GÖSTERİŞÇİ TÜKETİMİN VE MOTİVASYONLARININ YAŞ KUŞAKLARI EKSENİNDE İNCELENMESİ*

EXAMINING THE CONSPICUOUS CONSUMPTION AND MOTIVATIONS IN TERMS OF GENERATIONS

Cansu TOR KADIOĞLU¹, Mehmet İsmail YAĞCI²



1. Dr. Öğr. Üyesi, Tarsus Üniversitesi- Uygulamalı Bilimler Fakültesi, cansu@tarsus.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-1663-9282>
2. Prof. Dr., Mersin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, yagci@mersin.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7293-4246>

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
12.01.2021 01.12.2021

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
24.02.2021 02.24.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.858836>

* Bu çalışma, Prof. Dr. Mehmet İsmail YAĞCI danışmanlığında Cansu TOR KADIOĞLU tarafından "Gösterişçi tüketimin ve motivasyonlarının yaş kuşakları ekseninde incelenmesi" başlığıyla hazırlanan doktora tezinden türetilmiştir.

Öz

Gösterişçi tüketim, tüketici davranışlarının en eski konularından bir tanesidir. Veblen'den günümüze araştırmacılar; kişilerin, arzuladıkları kimliklere ve karakterlere seçtikleri ürünlerle ulaştıklarını söylemektedir. Bu çalışmada; tüketicilerin gösterişçi tüketimleri, Veblen'in Aylak Sınıfın Teorisi bağlamında ele alınarak, kuşaklar arası bir kıyasa gidilmiştir. Araştırmanın amacı, gösterişçi tüketimin temel motivasyonlarını ve bu motivasyonlar arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak, bu yapının kuşaklara göre değişimini anlamaktır. Araştırma kapsamında; online ve yüz yüze anket yöntemleri ile 20 Temmuz- 15 Ekim 2019 tarihleri arasında 477 kişiden anket toplanmıştır. Elde edilen veriler; ki kare analizi, frekans analizi, bağımsız t-testi, MANOVA testi, keşfedici faktör analizi, doğrulayıcı faktör analizi ve yol analizleri kullanılarak, SPSS ve AMOS paket programları yardımıyla analiz edilmiştir. Yapısal eşitlik modellemesi ile tüketicilerin sosyal kabul ihtiyacının ve statü arayışının gösterişçi tüketimlerini pozitif yönde etkilediği; prestij duyarlılıklarının ise gösterişçi tüketimlerini negatif yönde etkilediği belirlenmiştir. Gösterişçi tüketim eğiliminde tüketicilerin cinsiyeti ve gelirine göre anlamlı bir farklılık görülmezken yaş değişkenine ilişkin anlamlı sonuçlar elde edilmiştir. Araştırmanın sonuçları, ulaşılan bulgular çerçevesinde tartışılmış, araştırmacılara ve uygulamacılara birtakım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışı, Gösterişçi Tüketim, Veblen, Yapısal Eşitlik Modeli, Yaş Kuşakları.

Abstract

Conspicuous consumption is one of the oldest subjects of consumer behavior. From Veblen to now, researchers reveal that people reach the identities and characters they desire with the products they choose. In this study, the conspicuous consumption of the consumers has been handled within the context of Veblen's Theory of the Leisure Class and a generational comparison has been made. The aim of this research is to reveal the basic motivations of conspicuous consumption and the relationship between these motivations, to understand the change of this structure according to generations. In the scope of the research; Questionnaires were collected from 477 people between 20 July - 15 October 2019 using online and face-to-face survey methods. The obtained data was analyzed using the SPSS and AMOS package programs by using chi-square analysis, frequency analysis, independent t-test, MANOVA test, exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis and path analysis. Structural equation modelling determined that the need for social acceptance and seeking status in consumers positively affected the conspicuous consumption, while the sensitivity of prestige negatively affected their conspicuous consumption. While no significant difference was observed in the conspicuous consumption trend according to the gender and income of the consumers, significant results were obtained regarding the age variable. The results of the research were discussed within the framework of the findings.

Keywords: Consumer Behavior, Conspicuous Consumption, Veblen, Structural Equation Model, Generations of Age.

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

In this study, the conspicuous consumption of the consumers has been handled within the context of Veblen's Theory of the Leisure Class and a generational comparison has been made. The aim of this research is to reveal the basic motivations of conspicuous consumption and the relationship between these motivations, to understand the change of this structure according to generations.

Research Questions

Water can be drunk in a 3 lira flat glass, and a 3,000 lira gold leaf glass; The 100 lira wrist watch and the 10,000 lira wrist watch show the same time; There is the same protein in 300 grams of well-cooked steak and 300 grams of gold-plated steak. Although the functional benefits obtained are the same, some consumers may prefer the expensive one and want to show it around. What are the main motivations that drive consumers to conspicuous consumption? How does the conspicuous consumption trend differ according to the age of consumers?

Literature Review

Conspicuous consumption basically involves the public consumption of luxury goods and services to demonstrate economic power as a means of achieving or protecting a certain social status. It expresses the desire to increase the image of consumers, to improve their social status through consumption behavior and to show their existence to everyone. Based on the researches conducted in the literature, the generally accepted features of conspicuous consumption can be considered as being of high quality, being known by everyone, having a good image, selling at high prices, being scarce, giving its users status, providing prestige and giving the user the chance to reward themselves. It has been observed that the factors affecting the conspicuous consumption behavior of consumers are generally divided into three main sections and dealt with as motivational, attitudinal and behavioral factors. In the research; it has been investigated how the variables of need for social acceptance, prestige sensitivity and search for status affect the conspicuous consumption tendency of consumers. Hypotheses have been created to determine the differences in the conspicuous consumption trend according to gender and income.

Methodology

In the scope of the research; questionnaires were collected from 477 people between 20 July - 15 October 2019 using online and face-to-face survey methods. Statements about the conspicuous consumption trend; from the 'Conspicuous Consumption' scale of Chaudhuri, Mazumdar and Ghoshal (2011), the statements of the need for social acceptance variable, from the scale named 'Need for Social Acceptance' of Sweeney and Soutar (2001), the status the expressions of the variable seeking were adapted from Allison's (2008) 'Status Seeking' scale and the prestige sensitivity scale of Lichtenstein et al., (1993) 'Prestige Sensitivity' scale. The obtained data was analyzed using the SPSS and AMOS

package programs by using chi-square analysis, frequency analysis, independent t-test, MANOVA test, exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis and path analysis.

Results and Conclusions

When the results obtained regarding the motivations that push consumers to conspicuous consumption are examined; it was observed that the search for status and the need for social acceptance positively affected the conspicuous consumption. It has been observed that consumers who seek status have a high prestige sensitivity. It was understood that consumers who seek status and who are sensitive to prestige want to be socially accepted. It has been observed that prestige sensitivity has a significant but negative effect on conspicuous consumption. It is thought that this negative effect occurs due to the perception that some consumers with high prestige sensitivity are using a product that is difficult to reach by everyone, and that the product is no longer showing off. No significant difference was found in the conspicuous consumption trend of the consumers according to gender and income. It has been revealed that the generation that consumes the most conspicuous is the generation Z, the generation that seeks the most status is the generation Y, and the generation with the greatest need for social acceptance is the X and BB generation. It was concluded that prestige sensitivity did not differ significantly according to age cohorts.

1. GİRİŞ

Tüketiciler her gün birçok satın alma kararı vermektedirler ve firmalar; tüketicilerin neden, nasıl, ne zaman, nerede, ne kadar, nereden satın aldıkları gibi sorulara cevap aramaktadırlar. Tüketici davranışlarının anlaşılmasının çok zor olmasının sebebi, bu cevapların tüketicinin zihninde gizli olmasındandır. Genelde tüketicilerin kendisi dahi davranışlarının sebeplerini açıklayamamaktadır ve birçok işletme tüketim motivasyonlarını anlayabilmek için psikologlarla, antropologlarla ve diğer sosyal bilimcilerle çalışmaktadır (Kotler vd., 2018). Sınıfsal farklılık, sınıfsal rekabet ve gösterişçi tüketim kavramlarını inceleyen Thorstein Veblen, bütün sosyal sınıfların bu tüketim şekline eğilimi olabileceğini ortaya koymuştur (2015). Veblen'in Aylak Sınıf Teorisi kitabında anlattığı gösteriş tüketimi yapan tüketici bir taraftan kendisinden daha üstte gördüğü gruptan dışlanmamak için aradaki farkları kapatmaya uğraşırken, bir taraftan bulunduğu grupta fark edilmeyi ve takdir görmeyi istemektedir. Bir ürünün toplumda tanındığı ve prestij sağladığı fikri ne kadar kanıksanırsa, o ürüne karşı satın alma isteği de benzer ölçüde artmaktadır (Corneo ve Jeanne, 1997). Gösterişçi tüketim konu olan ürünler, bir kişinin prestij ihtiyacını karşılayan lüks harcamalar yoluyla serveti sergileyen ürünler olduğundan (Podoshen ve Andrzejewski, 2014), ikame malların tüketiminin sağladığı fonksiyonel fayda göz ardı edilerek, gösterişçi ürünler tercih edilebilmektedir. Teoriler düşük fiyatlı olan ürüne yüksek talep olacağını işaret etmekte, tüketicilerinse rasyonel davranıp aynı fonksiyonel faydayı fiyatı düşük olan ürünle sağlayabilecekleri beklenmektedir. Tüketiciler yine de pahalı olan ürüne yönelmektedir. Veblen'in 1899'da yazdığı Aylak Sınıfın Teorisi isimli eseri tüketimin gösteriş yapmak niyetiyle yapılabildiği iddiasını ortaya atmıştır ve bunu sınıfsal farklılaşmaya dayandırmıştır. Veblen, aylak sınıfın özelliklerini şöyle açıklamıştır; çalışmayan aylak sınıfı, her şeyin en pahalısını ve en iyisini tüketir. Her şeyin en iyisini tüketmenin yanı sıra bu tüketimi nasıl en iyi şekilde sergileyeceklerini bilmeleri gerekir. Aylak sınıfı; evlerini, işlerini, eşlerini, evlatlarını, güçlerini ve zenginliklerini sergileyebilecekleri araçlar olarak görmektedir (Veblen, 2007). 'Aylak Sınıfı Teorisi' adlı kitapta gümüş kaşık örneği verilmektedir. Veblen'e göre, el yapımı bir gümüş kaşık, fabrika yapımı bir kaşıktan daha faydalı değildir. Fakat el yapımı gümüş kaşıklar, gelen misafirlerimize zenginliğimizi göstermede yardımcı olmaktadır (Veblen, 2015). Su, 3 liralık düz bir cam bardakta da içilebilir, 3.000 liralık altın varaklı bir bardakta da; 100 liralık kol saati de, 10.000 liralık kol saati de aynı zamanı gösterir; iyi pişmiş 300 gr biftekte de, altın kaplamalı 300 gr biftekte de aynı protein vardır. Verilen örneklerin hepsinde, elde edilen fonksiyonel faydalar aynıdır. Ancak bazı tüketiciler pahalı olanı tercih edip bunu çevresinde göstermek isteyebilmektedir. Tüketicilerin neden gösterişçi tükettiği, onların bu tüketim şeklini tetikleyen motivasyonların ortaya çıkarılması önem arz etmektedir. Bu çalışmada; tüketicilerin gösterişçi tüketimleri ve motivasyonları incelenmiş ve kuşaklar arası bir kıyasa gidilmiştir. Araştırmanın amacı, gösterişçi tüketimin temel motivasyonlarını ve bu motivasyonlar arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak, bu yapının kuşaklara göre değişimini anlamaktır.

2. GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM VE MOTİVASYONLARI

Veblen (2015), insanların ilgisini çekmek ve bu ilgiyi korumak için, basitçe güç ya da zenginliğe sahip olmanın yetmediğini; aynı zamanda bunu göstermenin de gerekli olduğunu söylemektedir. Veblen, gösterişçi ürünlerin tüketimi için iki motivasyon olduğunu belirtmiştir; bunlar özendirici karşılaştırma/üstünlük gösterisi (invidious comparison) ve maddi öykünüm/parasal öykünme (pecuniary emulation) şeklinde ele alınmaktadır. Özendirici karşılaştırma, üst sınıftan kişilerin, kendini daha alt sınıftan kişilerden farklılaştırmak motivasyonu gösteriş amaçlı yaptığı tüketimlerdir. Bu sınıf, diğerlerinden farklı olduğunu göstermek için, tükettikleriyle kendini konumlandırmak ve ifade etmek isteyen bir kesimdir. Burada kişinin ait olduğu sınıfa, 'ben sizlerden farklıyım' diyebilmek için yaptığı bir gösterişçi tüketim söz konusudur. Maddi öykünüm ise alt sınıf üyelerinin, üst sınıf üyesi gibi gözükebilmek amacıyla yaptığı gösteriş amaçlı tüketimlerdir (Bagwell ve Bernheim, 1996). Bu da kişinin üst sınıftakilere 'ben de sizler gibiyim' deme şeklindedir. Buna göre gösterişçi tüketimin temelinde kıskançlık duygusu hâkimdir. Dolayısıyla sadece zenginler değil, her sınıf gösteriş amaçlı tüketim yapabilmektedir.

Günümüzde gösterişçi tüketim; tüketicilerin imajlarını artırmak, tüketim davranışı yoluyla sosyal statülerini geliştirmek ve varlıklarını herkese gösterme isteğini ifade etmektedir (Mi vd., 2018). Bireyler, çevrelerinin zihninde kendilerini üst sınıfa ait konumlandırmak için tüketirken, benliklerini 'kişisel bir vitrin' e çevirmektedir. Gösterişçi tüketim teorisine göre, insanlar diğerlerine zenginliklerinin sinyalini verebilmek için çevreleri tarafından gözlemlenebilir ürünleri tüketirler (Perez-Truglia, 2013). İnsanlar sahip oldukları şeyleri kullanarak "kendilerini" tanımladıkları söylenebilir (Doğan vd., 2018). Tüketiciler, daha yüksek fiyatlı olması nedeniyle beğenilen ve onaylanan bir ürünü satın alırken çevrelerine görülmek istemekte ve bu sayede statü elde edeceklerini düşünebilmektedir (Mason, 2001). Gösterişçi tüketim temel olarak belirli bir sosyal statüye ulaşmanın ya da korumanın bir aracı olarak ekonomik gücün gösterilmesi için lüks mal ve hizmetlerin kamuya açık olarak tüketilmesini içerir (Shukla, 2010). Alan yazında yapılan araştırmalardan hareketle gösterişçi tüketimin genel kabul gören özellikleri yüksek kalitede olması, herkesçe bilinmesi, iyi bir imajının olması, yüksek fiyattan satılması, az bulunması yani kıt olması, kullanıcıya statü kazandırması, prestij sağlaması ve kullanıcıya kendini ödüllendirme şansı vermesi şeklinde sayılabilir.

Son on yılda, birçok araştırma gösterişçi tüketimin sebeplerini ve sonuçlarını anlamaya çalışmıştır. Türkiye'de yayımlanan 12 doktora tezi, 36 yüksek lisans tezi ve birçok ilgili makalenin sonunda, tüketicilerin gösterişçi tüketim davranışını etkileyen faktörlerin genel olarak üç ana bölüme ayrıldığı tespit edilmiştir. Motivasyonel, tutumsal ve davranışsal faktörler olarak ele alınan bu değişkenler Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1. Gösterişçi Tüketimle İlişkilendirilen Faktörler

Motivasyonel	Tutumsal	Davranışsal
Statü İhtiyacı	Öz-Saygı	Lüks Tüketim
Eşsizlik İhtiyacı	Öz-Sunum	Hedonik Tüketim
Sosyal Kabul İhtiyacı	Kendini İfade Etme	Marka Sadakati
Hedonizm	Materyalizm	Moda Tüketimi
Sosyal Dışlanmadan Kaçış	Narsisizm	
Marka Duyarlılığı	Marka Bilinci	
Prestij Duyarlılığı		

Maslow' un İhtiyaçlar Hiyerarşisi piramidinden yola çıkılarak belirlenen değişkenlerin kavramsal çerçevesi çizilmiştir.

2.1. Statü İhtiyacı

Statü ihtiyacı, bireylerin sosyal duruşlarını hem birey hem de çevresindeki kişiler tarafından bir statü sembolü olarak görülen lüks ürünlerin gösterişçi ve/veya gösterişçi olmayan tüketimi ile yükseltme arzusu olarak ifade edilmektedir (Allison, 2008). Kilsheimer (1993) statü tüketimini, “bireylerin kendilerine ve diğerlerine statü kazandıran ve sembolik anlamlar yükleyen ürünleri gösterişçi biçimde, sosyal konumlarını iyileştirmek için tükettikleri” olarak tanımlamaktadır (O’cass ve McEwen, 2004). Statü tüketimi Eastman vd. tarafından, (1997); tüketicilerin yaptıkları gösterişçi tüketim ile sosyal konumlarını iyileştirmek için çaba gösterdikleri motivasyon süreci olarak ele almıştır. Bir tüketici daha çok statü arıyorsa, statü sembollerinin tüketimi gibi, statülerini arttıran davranışlar sergilemektedir. (Eastman, vd., 1999). Tüketiciler, statüsü olan ürünleri diğer insanlar tarafından fark edilmek ve daha fazla göz önünde olmak için satın almaktadırlar (Shukla, 2010). Statü tüketimi ile gösterişçi tüketimi birbirinden ayırmak gerekmektedir. Statü sağlayan ürünlere sahip olmak kişiye prestij hissi verecekken, gösterişçi tüketim ürünleri diğer insanlara da göstermeyi hedefler. Örneğin Christian Dior marka iç çamaşırı olan kişi, çevresindekiler görse de görmese de statü sağlarken, gösterişçi tüketim odaklı kişi çevresine gösterebileceği Christian Dior ürünler kullanarak zenginliğini ya da konumunu vurgulamak istemektedir (O’Cass ve McEwen, 2004). Gösterişçi tüketimi yaşam tarzı haline getiren bireyler, ayakkabılarına çok fazla para harcarken aynı harcamayı çorapları için yapmamaktadır. Ancak statü tüketimi yapanlar, görünür olsun ya da olmasın statü getirecek her ürünü almaktadır. Yani statü tüketimi, sembolik anlamı olan ürünlerin alınıp kullanılmasını ifade ederken, gösterişçi tüketim statü tüketiminin diğer insanların göreceği şekilde yapılmasıdır.

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, statü tüketimi ve televizyon izleme (Yang, 2006), yabancı marka kullanım eğilimi (Phau ve Leng, 2008); markaya yüklenen statü, markanın algılanan değeri O’Cass ve Frost (2002b); parfüm ürününe yapılan harcama miktarını Fah vd., (2011), materyalizm Loulakis ve Hill (2010) değişkenlerinin araştırıldığı görülmüştür. Sivanathan ve Pettit (2010) çalışmasında, statü tüketimi bireylere kendisinin ve çevredeki diğer önemli kişilerin gözünde statü sağlayan ürünlerin gösterişçi tüketim yoluyla sosyal konumlarını yükseltmeye çalıştıkları bir süreç

olarak ifade edilmiştir. iPhone marka telefon sahiplerinin, bu markayı çevrelerinde hayranlık uyandırdığı için kullandıkları ve başarı sembolü olarak görüldüğünü düşündükleri saptanmıştır. Bloch vd. (2004), gelinin karakteri, zenginliği ve düğün pazarındaki uygunluğun düğün harcamalarındaki gösterişçi tüketimi tetiklediğini söylerken, Grotts ve Johnson (2013), statü tüketim eğilimi yüksek olan bireylerin, sembolik ürün tüketmeleri durumunda kendilerine yüksek statü atfettiklerini; Danzer vd. (2014) göçmenlerin komşularını etkilemek amacıyla statü tüketimi yaptıklarını; Kastankis ve Balabanis (2014) tüketicilerin sürü psikolojisi ile hareket ederek ve tek olma ihtiyacı ile gösterişçi tüketim yaptıklarını ifade etmişlerdir. Bu bağlamda kurulan temel hipotez şöyledir;

H1: Tüketicilerdeki statü arayışı, gösterişçi tüketim eğilimini pozitif yönde etkilemektedir.

2.2. Sosyal Kabul İhtiyacı

Veblen'e göre sadece zengin olmak yetmez, bunları delilleriyle birlikte ifşa etmek ve sosyal çevreye sunabilmek önem arz etmektedir. Kişiler sosyal konumları açısından olmak istedikleri yer ile oldukları yer arasında büyük fark olduğunda içsel gerilim yaşamakta ve bu farkı kapatmak istemektedirler. Çünkü bu farkın büyük olması, kişilerde memnuniyetsizlik duygusu yaratmaktadır. Bu memnuniyetsizliği ve gerilimi yok etmek için de mevcut imkânlarını zorlayarak ait olmak istedikleri sosyal grubun tüketim alışkanlıklarına uygun şekilde tüketim yapmaya ve bunu göstermeye çalışmaktadırlar. Gelirinin yetersiz kaldığı durumlarda, ihtiyaçlar hiyerarşisinin sırasını değiştirmekte ve öncelikli ihtiyaçlarından feragat ederek gösterişçi tüketimine kaynak yaratmaya çalışmaktadır. Bu davranışın en temel sebebi tüketim toplumunun birer üyesi olan bireylerin, mensubu olduğu sosyal sınıftaki grupların etkisi altında hareket ediyor olmasıdır. Charles vd. (2009), tüketicilerin, araba, kıyafet, mücevher gibi sosyal ortamlarında kullanıp teşhir edebilecekleri ürünleri daha fazla tercih ederken, kendi kişisel kullarımlarının olduğu ürünleri daha az tercih ettiğini, Sivanathan ve Pettit (2010) tüketicilerin çevrelerinin gözünde statü sağlayan ürünleri kullanıp sosyal duruşlarını iyileştirmeye çalıştıklarını ortaya koymuştur. Alan yazındaki bu bilgiler ışığında;

H2: Tüketicilerdeki sosyal kabul ihtiyacı, gösterişçi tüketim eğilimini pozitif yönde etkilemektedir hipotezi kurulmuştur.

2.3. Prestij Duyarlılığı

Yapılan çalışmalar markanın fiyatı yüksekse daha prestijli algılandığını göstermektedir (Wiedmann vd., 2009; Truong vd., 2009). Prestij duyarlılığı esasen, yüksek fiyatlandırılmış ürünlerin başkalarına işaret ettiği fiyat işaretinin tüketiciler tarafından olumlu algılanması ile alakalıdır (Lichtenstein vd., 1993). Prestij duyarlılığı yüksek olan tüketiciler, kendileri ürünü kaliteli olarak algıladıklarından değil, çevrelerinin gördüğü yüksek fiyat sayesinde sosyal olarak olumlu algılanacakları inancıyla pahalı ürün satın alabilmektedir (Bao ve Mandrik, 2004). Statü arayışında olan tüketiciler için fiyat, kaliteyi ve ayrıcalıklı olma hissini temsil ederken, prestij duyarlılığında statüye

dayalı fiyat teklifinin olumlu algılanması ve yüksek fiyatlı ürünlerle çevrenin dikkatini çekme isteği olarak yaygın bir şekilde kullanılmaktadır (Dubois ve Duquesne, 1993). Prestij duyarlılığı ise statüye dayalı fiyat teklifinin olumlu algılanmasıyla ilgili bir kavram olmakla beraber, yüksek fiyatlı ürünlerle çevrenin dikkatini çekme amacındadır (Lichtenstein vd., 1993). Tanınmış bir ayakkabı markasına ait ürüne bakıldığında, sadece rahatlığına değil, çevreye verilecek mesajı ve prestije de ödeme yapıldığı bilinmektedir. Jin ve Sternquist (2003)'te Amerikalı ve Koreli tüketicilerin fiyat algılarını karşılaştırdıkları çalışmalarında, Amerikalı tüketicilerin prestij duyarlılığının Koreli tüketicilere göre daha fazla olduğunu tespit etmişlerdir. Bao ve Mandrik (2004), prestij duyarlılığı yüksek olan tüketicilerin, mağaza markalarının iyi bir değer sunmalarına rağmen prestij hissi uyandırmamaları sebebiyle, ulusal markalara kıyasla daha az tercih edildiğini saptamışlardır. Moore ve Carpenter (2006), prestij duyarlılığının üst kalite mağazaların müşterisi olma davranışını olumlu yönde etkilerken, seri üretim ürünlerinin müşterisi olmayı olumsuz etkilediğini bulmuştur. Meng ve Nasco (2009) ise Amerikalı, Çinli ve Japon tüketiciler üzerinde yaptıkları karşılaştırmada, Amerikalı ve Japon tüketicilerin prestij duyarlılıkları arasında fark bulamamakla birlikte Çinli tüketicilerin prestij duyarlılıklarının bu iki gruptan anlamlı şekilde fazla olduğunu ortaya koymuşlardır. Mulyanegara (2011) prestij duyarlılığı ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasında, dışadönük kişilerin sosyal etkileşimi daha çok önemseydiğini ve bu sebeple prestij duyarlılıklarının daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Afsahosseini ve Kamali'ye (2014) göre prestij duyarlılığı yüksek tüketiciler, yüksek fiyatlı ürünleri satın alarak, diğer insanlarda kendilerinin üst sınıftan olduğu düşüncesini yarattıklarını hissetmektedirler. Ayrıca tüketiciler prestij sağlayacağını düşündükleri ürünleri satın almaktadır (Liv d., 1997; Marcoux vd., 1997; Wang vd., 2000; Zhou ve Hui, 2003). Bahri-Ammari vd. (2020), kişilerin bağımsız benliklerinin, birbirlerine bağımlı benliklerinin, sosyal karşılaştırma isteklerinin ve materyalizmin yaptıkları gösterişçi tüketimi pozitif yönde anlamlı şekilde etkilediği ortaya konmuştur. Kişilerin sosyal hiyerarşide yukarı seviyelere çıkmak ve ait olduklarını hissettikleri grubun içinde prestij sağlamak için gösterişçi tüketimi tercih ettikleri saptanmıştır. Prestij duyarlılığı yüksek olan tüketicilerin ise prestijli ürün almalarının sebebinin sosyal çevrelerinde kabul edilmek ve onaylanmak olduğu düşünülmektedir. Bu iddiaları sınamak için aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir;

H3: Tüketicilerdeki prestij duyarlılığı, gösterişçi tüketim eğilimini pozitif yönde etkilemektedir.

3. ARAŞTIRMA MODELİ VE DİĞER HİPOTEZLER

Uzun yıllardır yapılan araştırmalarda gösterişçi tüketim değişkeninin birçok farklı değişkenle ilişkisinin incelendiği görülmektedir. Veblen'den sonra Coleman, (1983) tüketicilerin kendi statülerini gösterme amaçlı gösteriş tüketimi yaptığını savunmuştur. Marcoux vd. (1997), özellikle öğrencilerin batı menşeli markaları kullanarak gösteriş yaptıklarını, O'cass ve Frost (2002), gösterişin marka farkındalığı ve sembolik anlam değişkenleriyle; Heffetz (2004), sosyal etki ve sosyal kıyaslama

değişkenlerinin, Piacentini ve Mailer (2004), genç tüketicilerde kıyafet kullanımının, Clark vd. (2007), grup normlarına uyma, benzersizlik ihtiyacı ve normatif kişilerarası etkileşime duyarlılığın gösterişçi tüketimle ilişkili olduğunu belirtmiştir. Piacentini ve Mailer (2004), genç tüketicilerin statü kaynağı olarak kıyafeti, hem kendi kendini ifade etme aracı olarak hem de çevrelerindeki insanları ve değerlendirmenin bir yolu olarak kullandığını ortaya koymuştur. Sosyal açıdan kabul görmek, statü sahibi olmak ve prestijli ürün kullanmak özellikle genç tüketiciler için büyük önem taşımaktadır. Saad ve Vongas (2009) tarafından, Kanada'da yaşayan 39 üniversite öğrencisi ile yapılan çalışmada; erkeklerin gösteriş amaçlı tüketim yaptıklarında, örneğin lüks bir araba kullandıklarında, testosteron seviyeleri yükselirken; Lens vd. (2012)'e göre, kadınlar regl olduklarında ve yumurtlama dönemlerinde statü göstergesi olan ürünlere daha fazla ilgi göstermektedir. Gierl ve Huettl (2010)'e göre; eğer ürün gösteriş amacıyla kullanılıyorsa kısıtlı arzdan dolayı ortaya çıkan kıtlık, talep fazlalığından dolayı ortaya çıkan kıtlıktan daha avantajlı olarak algılanmaktadır. Podoshen vd. (2011), Çin ve ABD kültürlerini; Souiden vd., (2011), Kanada ve Tunus kültürlerini gösterişçi tüketim eğilimi bakımından kıyaslamıştır. Mazzocco vd., (2012)' e göre, kendilerini düşük gelir grubunda gören Afrika kökenli tüketiciler, üst gelir grubunun tüketimini referans almaktadır. Ding vd., (2020), kadınların erkeklere kolayca gösterişçi hediyeler aldığını ve erkeklerin hediye sonrası farklı davranmadığını ama kadınların bu tarz hediyeler aldığı ilişkiye güçlerini kaybetmekten endişe duyduğunu ortaya koymuştur.

Gösterişçi tüketimle ilişkilendirilen diğer değişkenler; akran etkisi (Roth, 2015); sosyal medya iletişimi kurulan akran etkisi (Wang vd. 2012); kıskançlık ve kendini beğenme hali (Taylor ve Strutton, 2016); sosyal medya kullanım yoğunluğu, ünlü kullanımı ve materyalizm (Sabir vd., 2016); sosyal dışlanma ve öz benlik algısı (Liang vd., 2018); mutluluk, kıskançlık ve demografik değişkenler (Wang vd., 2019); sosyal uyum, hayat tarzı, kendini ifade etme ve marka bilinci (Assimos vd. 2019), gelir ve yatırım tercihleri, yurt dışına uçakla seyahat, golf sporuna katılım, sanat müzelerine giriş ve elektronik satın alımları (Landis ve Gladstone, 2017) olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda SA PD ve SKI arasındaki yapının da ortaya çıkması için şu hipotezler kurulmuştur:

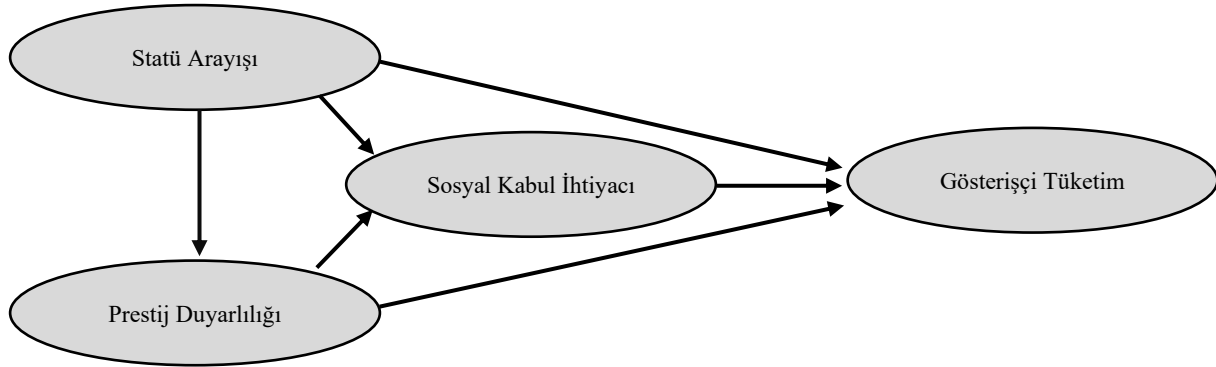
H4: Tüketicilerdeki statü arayışı, prestij duyarlılığını pozitif yönde etkilemektedir.

H5: Tüketicilerdeki prestij duyarlılığı, sosyal kabul ihtiyacını pozitif yönde etkilemektedir.

H6: Tüketicilerdeki statü arayışı, sosyal kabul ihtiyacını pozitif yönde etkilemektedir.

Araştırmanın modeli Şekil 1'de görüldüğü gibi kurulmuştur:

Şekil 1. Araştırmanın İlişkisel Modeli



Gösterişçi tüketime yönelik gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, gösterişçi malların kullanıcının cinsiyetine bağlı olarak farklı mesaj sinyalleri taşıdığına yönelik bulgular mevcuttur (Miller, 2001; Griskevicius vd., 2007; Sundie vd., 2011; Wang ve Griskevicius, 2014). Buna göre, erkekleri gösterişçi tüketim davranışına yönelten temel motivasyon, karşı cinsi etkileyebilmekken (Miller, 2001; Griskevicius vd., 2007), kadınları gösterişçi tüketime yönelten temel motivasyon ise hemcinsleri ile arasındaki rekabettir (Wang ve Griskevicius, 2014). Ayrıca araştırmalar genel olarak erkeklerin kadınlara kıyasla daha fazla gösterişçi tüketim davranışına başvurduklarını göstermektedir (O’Cass ve McEwen, 2004; Griskevicius vd., 2007; Segal ve Podoshen, 2013). Sundie vd. tarafından 2011 yılında ve 2018 yılında Şahin tarafından yapılan araştırmalarda, erkeklerin kadınlara göre daha fazla gösterişçi tüketim yaptıkları belirlenmiştir. Fakat, Türkiye’de yapılan bazı çalışmalar gösterişçi tüketim eğiliminin cinsiyete göre farklılık göstermediğini ortaya koymuştur (Gökaliiler vd., 2011; Çınar, 2014; Boğa ve Başçı, 2016; İlhan, 2018; Çakır, 2018). Cinsiyetin gösterişçi tüketim üzerinde fark yaratıp yaratmadığını anlamak amacıyla H7 hipotezi geliştirilmiştir.

H7: Tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.

Tüketicilerin sergiledikleri gösterişçi tüketimin, sahip oldukları gelir düzeyine göre farklılık göstermesi beklenmektedir. Bu durum gösterişçi ürünlerin, herkes tarafından kolaylıkla elde edilemeyen, lüks ürünler olmalarından kaynaklanmaktadır. Benzer şekilde alan yazında bireylerin gelir düzeyleri arttıkça gösterişçi tüketim eğilimlerinin de arttığını gösteren çalışmalar mevcuttur (Kahraman ve Arıkan, 2011; Aslay vd., 2013; Çınar, 2014; Boğa ve Başçı, 2016). Çakır (2018) yaptığı analizde 4501 TL geliri olanlar tüketicilerin; lüks ürünleri sahip oldukları başarıyı, zenginliği ve prestiji sergilemek üzere bir araç olarak kullandıkları aynı zamanda, 0-1500 TL gelire sahip olan tüketicilerin de sosyal statü sergilemek istediklerini ortaya koymuştur. Yani bu çalışmaya göre geliri düşük olanlar da yüksek olanlar da gösterişçi tüketim eğilimi gösterebilmektedir. Bu bağlamda aşağıda görülen hipotez geliştirilmiştir. Bir başka araştırmada ise, gelirin gösterişçi tüketim üzerinde bir etkisi olmadığı bulgulanmıştır (Sungur, 2018).

H8: Tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi gelirlerine göre farklılık göstermektedir.

Tüketicilerin yaşlarına göre gösterişçi tüketim eğilimlerinde fark olup olmadığı, hemen hemen her araştırmada ele alınan önemli bir konudur. Wooten (2006), 18-23 yaş arasındaki tüketicilerin yaşça büyük olanlara kıyasla gösterişçi ürünleri satın alarak, kullanmaya yönelik daha fazla istek duydukları bulgusunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde Belk (1988) yapmış olduğu çalışmada, yaşça büyük olan tüketicilerin daha çok nostaljik ürünlere; gençlerin ise statü göstergesi olan ürünlere daha fazla ilgi duydukları bulgusunu elde etmiştir. Spero ve Stone (2004) orta yaşta tüketicilerin genç tüketicilere göre daha fazla gösterişçi tüketim eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur ancak bu sonuçlar kıyafet ürünleri için geçerlidir. Roth (2015) Endonezya da 2007 ve 2009 yıllarına ait nakit transfer programının verileri ve 115 hane halkıyla yaptığı yüz yüze görüşme sonucunda; yaşlıların gösterişçi ürün tüketiminin arttığı zamanlarda, tüketicilerin bundan etkilendiği bulgularını göstermiştir. Çakır (2018) yaptığı araştırmada, orta yaş ve üzerindeki tüketicilerin diğer yaş gruplarına kıyasla toplum içerisinde saygı kazanmak, prestij elde etmek, onay ve beğeni almak amaçları ile lüks ürünler satın alarak sergilemeye daha fazla eğilimli olduklarını tespit etmiştir. Wang vd. (2012), sosyal medya iletişimi kurulan akranların birbirini gösterişçi tüketim konusunda etkilediğini ortaya koymuştur. Yaş değişkeninin gösterişçi tüketim üzerinde etkisi sıkça araştırılmış ve ampirik desteğe sahip olan bir ilişki olduğundan dolayı, gösterişçi tüketim ve motivasyonlarının kuşaklar arası farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla H9, H10, H11 ve H12 hipotezleri oluşturulmuştur:

H9: Tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi yaş kuşaklarına göre farklılık göstermektedir.

H10: Tüketicilerin statü arayışları yaş kuşaklarına göre farklılık göstermektedir.

H11: Tüketicilerin sosyal kabul ihtiyaçları yaş kuşaklarına göre farklılık göstermektedir hipotezi oluşturulmuştur.

H12: Tüketicilerin prestij duyarlılıkları yaş kuşaklarına göre farklılık göstermektedir şeklinde hipotez geliştirilmiştir.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, gösterişçi tüketimin temel motivasyonlarını ortaya çıkarmak ve yaş kuşakları açısından gösterişçi tüketimin nasıl bir farklılık gösterdiğini ortaya koymaktır. Araştırmada; sosyal kabul ihtiyacı, prestij duyarlılığı ve statü arayışı değişkenlerinin tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimini nasıl etkilediğini; gösterişçi tüketim eğiliminin, cinsiyete ve gelire göre farklılıklarını tespit etmek araştırmanın temel sorularıdır. Çalışmanın sonucunda, araştırma amacına paralel şekilde, gösterişçi ürün satan firmaların, hedef kitlesini doğru belirlemesine, belirlediği hedef kitlesine uygun şekilde tutundurma karması elemanlarını kullanabilmesine, etkin pazarlama bölümlendirmesi yapabilmesine imkân verecek çıkarımlar yapılabilmesi beklenmektedir.

4.2. Araştırmanın Örnekleme ve Ölçekleri ve Güvenirliği

Araştırmanın amacı ve araştırma sorularından hareketle, bu araştırmanın evrenini tüm tüketiciler oluşturmaktadır. Bu örneklemin seçimi, araştırma sonuçlarının genel evrene genellenebilirlik oranını da artırmaktadır. Hoe' ya göre (2008) 200'ün üzerinde bir örneklemin yapısal eşitlik analizi yapılması için istatistiki açıdan yeterli güçte olduğunu ifade ederken, Hair vd. (2010), örneklem hacminin en az 100-150 arası olarak önermiştir. Araştırma verileri 2019 yılının Temmuz-Ekim ayları arasında 477 kişiden toplanmıştır. Evrene yönelik tam sayım yapmak mümkün olmadığından bu çalışmada olasılığa dayalı olmayan (tesadüfi olmayan) bir örnekleme yöntemi olan "kolayda örnekleme yöntemi" kullanılmıştır.

Gösterişçi tüketim eğilimine dair ifadeler; Chaudhuri, Mazumdar ve Ghoshal'in (2011) 'Conspicuous Consumption' (Gösterişçi Tüketim) ölçeğinden, sosyal kabul ihtiyacı değişkenine ait ifadeler, Sweeney ve Soutar' ın (2001) 'Need for Social Acceptance' (Sosyal Kabul İhtiyacı) isimli ölçeğinden, statü arayışı değişkenine ait ifadeler Allison'un (2008) 'Status Seeking' (Statü Arayışı) ölçeğinden ve prestij duyarlılığı ölçeği Lichtenstein vd.,' nin (1993), 'Prestige Sensitivity' (Prestij Duyarlılığı) ölçeğinden uyarlanarak hazırlanmıştır. Anketin bütününe bakıldığında sorulardan 29 tanesi 5'li likert ölçeğine göre hazırlanmış olup 1=Kesinlikle katılmıyorum, 2=Katılıyorum, 3=Kısmen, 4= Katılıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum şeklinde kodlanmıştır. Bu araştırma için ilk aşamada 32 kişiyle daha sonra 19 kişiyle iki defa ön test gerçekleştirilmiştir.

Güvenilirliğin ölçülmesinde ise anket ifadelerinin iç tutarlılığı en temel konulardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. İç tutarlılığın tespit edilebilmesi amacıyla yaygın olarak Cronbach Alfa katsayıları dikkate alınmaktadır. Ölçeklerin güvenilirliklerine ilişkin olarak, araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin Cronbach's Alpha değerinin iyi uyum aralığında yer aldığı görülmüştür (statü arayışı ölçeği $\alpha:0,867$; sosyal kabul ihtiyacı $\alpha:0,869$; prestij duyarlılığı ölçeği $\alpha:0,866$; gösterişçi tüketim $\alpha:0,837$).

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmaya katılan 477 tüketicinin demografik özellikleri ele alındığında, cinsiyetlerine göre dağılımın yakın olduğu görülmektedir. Katılımcıların %44' ü erkek %54,9' u kadındır. Katılımcıların %1'i cinsiyet sorusuna 'cevaplamak istemiyorum' yanıtını vermiştir. Yapılan araştırmanın hipotezleri bakımından, en önemli demografik bulgu yaş ile ilgili bulgulardır. Ankete katılan 477 katılımcının %39,2' sinin Y kuşağı iken, %36,6'sının Z kuşağı olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların %10,9' unun X kuşağı tüketici olduğu görülürken, %11,3'ünün BB kuşak olduğu görülmektedir.

Değişken setinin faktör analizine uygunluğunu test etmek amacıyla ise Kaiser-Meyer-Olkin skoru kullanılmaktadır. Bu değer 0,50' nin üzerinde olması veri analizi yapmak için uygunluğu ifade etmektedir. 0,80' in üzerinde olması ise oldukça iyi anlamına gelmektedir. Bartlett küresellik testinin sonucu modelin uygunluğu için önemlidir. Modelin anlamlılığının kabul edilebilmesi için $p<0,05$ koşulunu sağlaması gerekmektedir (Frohlich ve Westbrook, 2001).

Tablo 2. Faktör Yüklemeleri Sonuçları

	KMO : 0,894 Barlett sig: 0,000 (principal components) (varimax rotation)			
	Faktör			
	1	2	3	4
GT1	0,145	-0,057	0,640	0,24
GT2	0,494	0,367	0,207	0,271
GT3	0,058	0,077	0,763	0,064
GT4	0,023	-0,067	0,746	0,111
GT5	0,296	0,126	0,551	0,259
GT6	0,119	0,223	0,645	0,123
GT7	0,184	0,165	0,728	0,169
GT8	0,452	0,41	0,154	0,262
PD1	0,238	0,611	0,037	0,212
PD2	0,196	0,659	0,169	0,172
PD3	0,118	0,848	-0,013	0,153
PD4	0,028	0,764	0,039	0,191
PD5	0,253	0,659	0,091	0,161
PD6	0,469	0,453	0,085	0,047
SA1	0,725	0,135	0,163	0,081
SA2	0,724	0,139	0,207	0
SA3	0,881	0,118	0,084	-0,005
SA4	0,821	0,11	-0,012	0
SA5	0,523	0,215	0,186	0,36
SA6	0,377	0,247	0,169	0,344
SK1	-0,018	0,213	0,195	0,718
SK2	0,061	0,143	0,264	0,718
SK3	0,052	0,204	0,138	0,771
SK4	0,172	0,241	0,157	0,733

5.1. Yapısal Eşitlik Modellemesi Sonucunda Ulaşılan Bulgular

Ölçüm modelinin geçerliliği teyit edildikten sonra ise, yapısal regresyon modeli oluşturularak değişkenler arasındaki ilişkiler tespit edilmiş ve bu modelin de geçerliliği de modelin ürettiği uyum değerleri yorumlanarak sınanmıştır. Bu çalışmada YEM için en sık kullanılan uyum iyiliği kriterleri (Hu ve Bentler, 1999; Hair vd., 2010; Schumacker ve Lomax, 2004; Raykov ve Marcoulides, 2006; Brown, 2006) yorumlanmıştır.

Araştırma kapsamında kullanılacak ölçeklerin yapılarının geçerli olup olmadığının sınanması amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Uyum iyiliği değerlerinin istenilen düzeye çekilmesini sağlamak amacıyla değerleri olumsuz yönde etkileyen ifadeler çıkarılarak değişikliğe gidilmiştir. Gösterişçi tüketim değişkeninde 3 ifade, statü arayışı değişkeninde 2 ifade ve prestij duyarlılığı ölçeğine ait 2 ifade çıkarılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesinde, her bir değişken için ayrı ayrı doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi ve önerilen modifikasyonlar sonrası, her bir değişken için ulaşılan değerler, kullanılan ölçeklerin geçerli olduğunu ispatlar niteliktedir.

Tablo 3. Araştırma Ölçeklerine Ait Uyum İyiliği Değerleri

Modifikasyon Sonrası Uyum İyiliği Değerleri	X ²	df	X ² /df	GFI	CFI	RMSEA
Gösterişçi Tüketim	8,269	4	2,067	0,993	0,995	0,047
Prestij Duyarlılığı	0,106	1	0,106	1,000	1,000	0,000
Sosyal Kabul İhtiyacı	0,411	1	0,411	1,000	1,000	0,000
Statü Arayışı	4,903	2	2,452	0,995	0,996	0,055
İyi Uyum Değerleri			≤ 3	≥ 0,90	≥ 0,90	≤ 0,05
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri			≤ 4-5	0,89-0,85	0,89-0,85	0,06-0,08

Uyum iyiliği değerlerinden önemli göstergelerden olan RMSEA, X²/df, GFI, CFI değerlerinin iyi uyum değerleri aralığında olduğu ve ölçeklerin geçerli ve güvenilir olduğu söylenebilir (Schumacker ve Lomax, 2004; Munro, 2005; Schreiber vd., 2006; Hooper vd., 2008; Waltz vd. 2010). Yapısal eşitlik modelinde kullanılan değişkenlere ait AVE, CR değerleri ile her bir ifadeye ait faktör yükü Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Ölçüm Modeline İlişkin Sonuçlar ve Güvenilirlikleri

Değişken	Kod	Faktör Yükü*	AVE***	CR**	Cronbach Alfa
Gösterişçi Tüketim (G_T)	GT1	0,70	0,480	0,821	0,82
	GT3	0,77			
	GT4	0,75			
	GT5	0,60			
	GT6	0,63			
Prestij Duyarlılığı (P_D)	PD1	0,61	0,568	0,837	0,84
	PD2	0,67			
	PD3	0,90			
	PD4	0,80			
Sosyal Kabul İhtiyacı (S_K_I)	SK1	0,72	0,611	0,862	0,87
	SK2	0,74			
	SK3	0,85			
	SK4	0,82			
Statü Arayışı (S_A)	SA1	0,80	0,544	0,822	0,85
	SA2	0,80			
	SA3	0,81			
	SA6	0,49			

*Standardize edilmiş faktör yüklerinin hepsi 0,001 düzeyinde anlamlıdır

** Bileşik Güvenirlik (Composite Reliability)

*** Açıklanan Ortalama Varyans (Average Variance Extracted)

AVE= $\frac{\sum \lambda^2}{\sum \lambda^2 + \sum \epsilon}$ ve CR= $\frac{(\sum \lambda)^2}{(\sum \lambda)^2 + \sum \epsilon}$ formülleriyle hesaplanmıştır

Fornell ve Larcker'e göre (1981), sınanması gereken bir diğer geçerlilik yakınsama geçerliliğidir ve ölçeklerin hesaplanan AVE değerlerinin 0,5 değerinden daha yüksek olması beklenmektedir. AVE değeri 0,5 değerinden aşağıda görülmesi durumunda, CR değeri önem taşımaktadır, bu değer 0,70' ten büyük olması halinde yakınsak geçerliliğe karar verilebilmektedir. Modelin ürettiği faktör yükleriyle elde edilen AVE değerlerinin 0,48-0,61 aralığında seyrettiği, CR değerlerinin ise 0,82-0,87 arasında seyrettiği görülmektedir. Elde edilen bu sonuçlara bakıldığında, yakınsama geçerliliğinin sağlandığını anlaşılmaktadır. Aynı faktör içerisindeki ifadeler arasındaki korelasyonun yüksek olması yakınsama geçerliliğinin göstergesiyken farklı faktörler altında yer alan

ifadeler arasındaki korelasyonun düşük olması ise ayrışma geçerliliğinin göstergesidir. Yapı geçerliliğinin sağlanmasının diğer kriteri ayrışma geçerliliğinin de sağlanmasıdır. Ayrışma geçerliliği modelde yer alan faktörlerin birbirlerinden ne derece ayrıştığını ifade etmektedir ve geçerliliğin sağlanabilmesi için açıklanan ortalama varyansın karekökünün, boyutlar arası korelasyon değerlerinden yüksek olması gerekmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Tablo 5'te ayrışma geçerliliğine dair elde edilen değerlere yer verilmektedir.

Tablo 5. Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma, Korelasyon Değerleri ve Ayrışma Geçerlilikleri

	Ortalama	S.Sapma	GT	PD	ST	SKI	\sqrt{AVE}
Gösterişçi Tüketim	4,23	0,78	-				0,692
Prestij Duyarlılığı	2,76	1,14	0,252	-			0,753
Statü Arayışı	2,77	1,21	0,305	0,333	-		0,737
Sosyal Kabul İhtiyacı	3,41	1,15	0,421	0,437	0,160	-	0,781

* p<0,001

Tablo 5'te görüleceği üzere, değişkenlerin AVE'lerinin karekökleri, araştırmada yer alan yapılar arasındaki korelasyonlardan yüksek olduğu tespit edilmiştir ve ulaşılan sonuçlar elde edilen veri seti için ölçeklerin ayrışma geçerliliğine sahip olduğunu göstermektedir. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen bu bulgular ışığında, ölçüm modelinde yer alan yapıların (örtük değişkenlerin) elde edilen veriler (gözlenen değişkenler) tarafından tatmin edici düzeyde açıklandığı ve geçerli bir ölçüm modelinin elde edildiği söylenebilir.

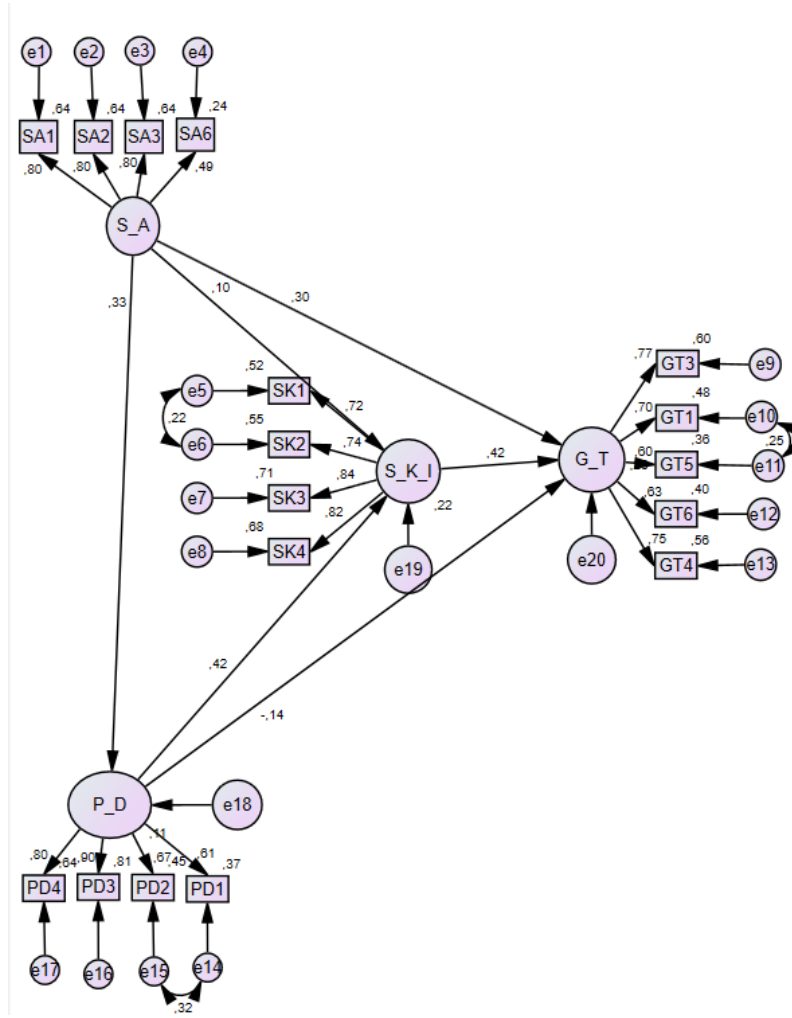
AMOS programıyla yapılan analizde programın önerdiği modifikasyonlardan ifade çıkarımı ile ilgili olarak ölçekte değişiklikler yapılmış ve uyum iyiliği değerlerinde iyileştirmelere gidilmiştir. Ölçek üzerinde yapılan değişikliklere Tablo 6'da yer verilmiştir.

Tablo 6. Ölçeklerden Çıkarılan İfade Sayıları

Ölçek Adı	İfade Sayısı	Ölçek Dışı Kalan İfade
Statü Arayışı	6	2
Sosyal Kabul İhtiyacı	4	-
Prestij Duyarlılığı	6	2
Gösterişçi Tüketim	8	3

Yapılan analiz sonucu uyum iyiliği değerlerinin kabul sınırları içerisinde yer alması için statü arayışı, prestij duyarlılığı ve gösterişçi tüketim ölçeklerinden belirlenen ifadeler çıkarılarak tablodaki uyum iyiliği değerleri hesaplanmıştır. Tablo 6'da görüleceği üzere toplamda 7 ifade ölçeklerden çıkarılarak analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen uyum iyiliği değerlerine Tablo 7'de yer verilmiştir. Şekil 2'de araştırmanın yapısal eşitlik modeli görülmektedir.

Şekil 2. Yapısal Eşitlik Modeli ve Yol Analizleri



Tablo 7. Yapısal Eşitlik Modeli Uyum İyiliği Değerleri

	X ²	df	X ² /df	GFI	CFI	RMSEA
Modelin Uyum Değerleri:	468,434	110	2,949	0,895	0,906	0,045
İyi Uyum Değerleri			≤ 3	≥ 0,90	≥ 0,90	≤ 0,05
Kabul Edilebilir Uyum Değerleri			≤ 4-5	0,89-0,85	0,89-0,85	0,06-0,08

Tablo 7’de görülen modelin uyum iyiliği değerlerinden GFI’nın 0,895; CFI’nın 0,906;; X²/df’nin 2,949; RMSEA değerinin 0,045 olduğu; bu değerlerin iyi uyum değerleri içerisinde yer aldığı görülmektedir. Modelin yapısal olarak araştırma açısından uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında önerilen kuramsal modelin hipotezlerine ait, değişkenler arası doğrudan ilişkilere yönelik yol analizi sonuçları ve hipotezlerin desteklenme durumuna da Tablo 8’de yer verilmiştir.

Tablo 8. Modele İlişkin Kurulan Hipotezler

	Değişkenler		Beta Katsayısı	Standart Hata	t değeri	p	r ²
H1	SA	→ GT	0,295	0,036	5,189	0,000	0,261
H2	SKI	→ GT	0,418	0,046	6,488	0,000	
H3	PD	→ GT	-0,140	0,047	-2,325	0,020	
H4	SA	→ PD	0,335	0,045	6,057	0,000	0,112
H5	PD	→ SKI	0,424	0,064	7,113	0,000	0,220
H6	SA	→ SKI	0,105	0,046	1,974	0,048	

Tablo 8’de hesaplanan değerler incelendiğinde, statü arayışının gösterişçi tüketimi, sosyal kabul ihtiyacını ve prestij duyarlılığını etkilediği, sosyal kabul ihtiyacının gösterişçi tüketimi pozitif yönde etkilediği, prestij duyarlılığının sosyal kabul ihtiyacını pozitif yönde etkilerken, gösterişçi tüketimi negatif yönde etkilediği görülmektedir. Statü arayışı, sosyal kabul ihtiyacı ve prestij duyarlılığı değişkenlerinin gösterişçi tüketimin r²: %26’sını açıkladığı görülürken, modelin tamamının açıklayıcılığının r²: %59,3 olduğu anlaşılmaktadır. Statü arayan ve sosyal grubunda kabul görmek isteyen tüketicilerin bu istekleri arttıkça, gösterişçi tüketimlerinin de arttığı söylenebilmektedir. Statü arayan tüketiciler, ürünlere affettikleri prestij yönünden daha duyarlı hale gelmekteyken, prestij duyarlılıkları arttıkça sosyal bir grupta kabul edilme ihtiyaçları da artış göstermektedir.

Araştırmanın demografik değişkenler üzerine sorulan soruları ile ilgili kurulan hipotezler doğrultusunda, bağımsız t-test, tek yönlü ANOVA, MANOVA ve Gabriel testleri yapılmıştır. Tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir şeklindeki H7 hipotezi test edilmiştir.

Tablo 9. Cinsiyete Göre Bağımsız Örneklem T Testi

Cinsiyet	n	ortalama	p
Kadın	262	3,79	0,111
Erkek	210	3,78	

Yapılan bağımsız t-testinin sonuçları Tablo 9’da belirtildiği üzere tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimlerinin cinsiyete göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık göstermediği tespit edilmiştir (p > 0,05). H7 hipotezi reddedilmiştir. Bir diğer demografik değişken olan gelirin gösterişçi tüketim üzerinde farklılık gösterip göstermediğini ortaya çıkarmak için kurulan, Tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi gelirlerine göre farklılık göstermektedir hipotezi olan H8 hipotezi, bağımsız örneklem t-testi ile analiz edilmiştir.

Tablo 10. Gelire Göre Farklılık İçin ANOVA Testi

Gelir Düzeyi	n	ortalama	p
Alt	62	3,67	0,387
Orta	370	3,78	
Üst	45	3,57	

Tablo 10 incelendiğinde, tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimli olmalarında, gelirlerinin istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yaratmadığı görülmektedir (p > 0,05). Veblen’in de vurguladığı gibi “en sefil olanı da dahil toplumun hiçbir sınıfı adet olan gösterişsel tüketimin hepsini terk etmez.” (Veblen, 2005). H8 hipotezi reddedilmiştir.

Gösterişçi tüketim eğiliminin kuşaklar arası farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla; Tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi yaş kuşaklarına göre farklılık göstermektedir şeklinde kurulan H9-H10-H11-H12 hipotezlerini test etmek için, MANOVA Testi kullanılmıştır. Aynı anda 3 farklı kuşağın 4 farklı değişken üzerindeki farklılığını test etmek için başvuru MANOVA testi Tablo 11’de yer almaktadır.

Tablo 11. Kuşaklara Göre Değişkenlerdeki Farklılığının MANOVA Testi Sonuçları

Yaş	n	Değişken ve p değeri
Z kuşağı	184	GT için p: 0,003
Y kuşağı	187	SA için p: 0,000
X ve BB kuşağı	106	SKİ için p: 0,002
Toplam	477	PD için p: 0,062

Elde edilen sonuçlar yaş kuşakları arasında gösterişçi tüketim, statü arayışı, sosyal kabul ihtiyacı bakımından farklılık olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlara göre H9-H10-H11 hipotezleri desteklenmiştir. Solomon’a göre (2004) aynı yaş grubundan insanlar diğer birçok yönden farklı olsalar bile hayatları boyunca ortak değer setlerine ve kültürel deneyimlere sahiplerdir. Bu durum ise aynı yaş grubundan tüketicilerin diğer yaş grupları ile farklı istek, ihtiyaç ve tercihlerde bulunmalarını ve buna bağlı olarak benzer tüketim modellerine sahip olmalarına neden olmaktadır. Bu nedenle, yaş bakımından gösterişçi tüketim boyutlarında farklılık tespit edilmesi beklenen bir durumdur. Bu farkın detaylı olarak karşılaştırılabilmesi için, Gabriel Testi’ne başvurulmuş ve ortalamalar farkına bakılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre; Z kuşağı tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi, X-BB kuşağı tüketicilerin gösterişçi tüketiminden fazla olduğu, Y kuşağı tüketicilerin statü ihtiyacının diğer kuşaklara göre daha fazla olduğu; X-BB kuşağı tüketicilerin sosyal kabul ihtiyacının diğer kuşaklara göre daha fazla olduğu anlaşılmıştır. Prestij duyarlılığı değişkeninde yaşa göre anlamlı bir fark tespit edilemediği için H12 hipotezi reddedilmiştir.

Araştırmada kurulan bütün hipotezlere ait özet bir tablo oluşturulmuş ve tüm hipotezlerin desteklenme/desteklenmeme durumu belirtilmiştir. Kurulan 12 tane hipotezin 8’inin desteklenirken, 4 hipotezin desteklenmediği görülmektedir. Hipotezlere ait genel değerlendirmeye Tablo 12’de yer verilmiştir.

Tablo 12. Araştırma Hipotezlerinin Genel Değerlendirilmesi

H1	Tüketicilerdeki statü arayışı, gösterişçi tüketim eğilimini pozitif yönde etkilemektedir.	Desteklendi
H2	Tüketicilerdeki sosyal kabul ihtiyacı, gösterişçi tüketim eğilimini pozitif yönde etkilemektedir.	Desteklendi
H3	Tüketicilerdeki prestij duyarlılığı, gösterişçi tüketim eğilimini pozitif yönde etkilemektedir.	Desteklenmedi
H4	Tüketicilerdeki statü arayışı, prestij duyarlılığını pozitif yönde etkilemektedir.	Desteklendi
H5	Tüketicilerdeki prestij duyarlılığı, sosyal kabul ihtiyacını pozitif yönde etkilemektedir.	Desteklendi
H6	Tüketicilerdeki statü arayışı, sosyal kabul ihtiyacını pozitif yönde etkilemektedir.	Desteklendi
H7	Tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi cinsiyetlerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H8	Tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi gelirlerine göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi
H9	Tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi yaş kuşaklarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H10	Tüketicilerin statü arayışları yaş kuşaklarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H11	Tüketicilerin sosyal kabul ihtiyaçları yaş kuşaklarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklendi
H12	Tüketicilerin prestij duyarlılıkları yaş kuşaklarına göre farklılık göstermektedir.	Desteklenmedi

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tüketicilerin statü arayışının, prestij duyarlılığının, sosyal kabul ihtiyaçlarının ve birtakım demografik değişkenlerinin, gösterişçi tüketim eğilimlerini nasıl etkilediğini ortaya koymaya çalışan bu araştırmada hem kuramsal hem de pratik anlamda yorumlanması gereken pek çok bulgu elde edilmiştir.

6.1. Genel Değerlendirmeler

Tüketicilerin yaşlarına göre gösterişçi tüketim eğilimlerinde fark olup olmadığı, hemen hemen her araştırmada ele alınan önemli bir konudur. Çalışmaların önemli bir kısmında ve bu çalışmada da gösterişçi tüketim eğiliminin tüketicilerin yaşlarına göre değişim gösterdiği ortaya konmuştur. (Belk, 1988; Spero ve Stone, 2004; Wooten, 2006; Roth, 2015). Yapılan araştırmada diğer kuşaklara kıyasla en fazla gösterişçi tüketen kuşağın Z kuşağı olduğu, en fazla statü arayan kuşağın Y kuşağı ve sosyal kabul ihtiyacı en çok olan kuşağın X ve BB kuşağı olduğu ortaya konmuştur. Prestij duyarlılığının yaş kuşaklarına göre anlamlı bir farklılık göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Özellikle Y ve Z kuşağında bulunan tüketiciler, tüketecekleri ürünlerin sağlayacağı sosyal konumu ve kişiliklerini yansıtmaya durumunu düşünerek gösterişçi tüketime yaşça daha büyük kuşaklara kıyasla daha çok yönelebilmektedir. Herbig, Koehle ve Day tarafından 1993'te yapılan araştırmaya göre, her yaş kuşağı bir önceki yaş kuşağına göre daha materyalistiktir. Tüketicileri gösterişçi tüketime iten motivasyonlara dair elde edilen sonuçlar incelendiğinde; statü arayışının gösterişçi tüketimi pozitif etkilediği görülmüştür. Ulaşılan bu sonuç, alan yazındaki çalışmalarla da benzerlik göstermektedir (Coleman, 1983; Eastman vd. 1999; Danzer vd., 2014; Kastanakis ve Balabanis, 2014; Sungur, 2018). Statü arayışında olan tüketicilerin, prestij duyarlılığının yüksek olduğu görülmüştür. Statü arayan ve prestij yönünden duyarlı olan tüketicilerin sosyal olarak kabul görmek istedikleri anlaşılmıştır. Tüketicilerin sosyal olarak kabul görmek için gösterişçi tükettikleri de ulaşılan sonuçlar arasındadır.

Yapılan bir başka analizde prestij duyarlılığının gösterişçi tüketime anlamlı fakat negatif yönlü bir etkisinin olduğu görülmüştür. 2020 yılında Neave, Tzemou ve Fastoto tarafından yapılan bir araştırmada, sosyal onay ihtiyacının, narsizim ve gösterişçi tüketim arasında da aracılık rolü üstlendiği görülmüştür. Statü arayışının ve sosyal kabul ihtiyacının tüketicileri gösterişçi tüketime yönelttiği anlaşılmıştır. Bu durum, tüketicilerin ait olmak istedikleri sosyal grup ve ait oldukları sosyal gruplar arasında büyük bir fark olmasının, içsel bir gerilime yol açması ve bu gerilimi yok etmek isteyen tüketicilerin gösterişçi tüketime yönelmesiyle açıklanmaktadır. Prestij duyarlılığı ve gösterişçi tüketim arasında negatif yönlü bir etki tespit edilmiştir. Prestij duyarlılığı yüksek olan bazı tüketicilerin, ulaşılması zor olan bir ürünün herkesçe kullanılması durumunda artık o ürünün gösteriş sağlamadığı algısı sebebiyle bu negatif etkinin ortaya çıktığı düşünülmektedir. Gösterişçi tüketimin cinsiyete göre değişip değişmediğini ortaya koymak isteyen bazı çalışmalarda anlamlı bir farklılık tespit edilirken (Miller, 2001; O'Cass ve McEwen, 2004; Griskevicius vd. 2007; Sundie vd. 2011; Wang ve Griskevicius, 2014; Aydın ve Altuntaş, 2015); bazılarında ise bir fark olmadığı (Gökali vd. 2011;

Çınar, 2014; Boğa ve Başçı, 2016; İlhan, 2018; Çakır, 2018) görülmüştür. Bu araştırmaya katılan; 262 kadın, 210 erkek ve cinsiyetini belirtmek istemeyen 5 katılımcı, cinsiyet bakımından ele alındığında gösterişçi tüketim eğilimlerinde bir fark bulunmadığı ulaşılan sonuçlar arasındadır.

6.2. Sektöre Yönelik Öneriler

Bu çalışma, gösteriş odaklı ürünler üreten firmaların tutundurma stratejilerini yönetmelerine yol gösterici birtakım öneriler geliştirmiştir. Şöyle ki, statü arayışında olan ve sosyal çevrelerince kabul görmek isteyen tüketicilerin daha fazla gösterişçi tüketime yöneldiği çalışmanın bulgular bölümünde ortaya konmuştur. O halde, gösterişçi ürün reklamlarında kullanılan ana temanın; ürünlerin gerçek nitelikleri ve işlevleri yerine, ürün kullanımını kişiye sağlayacağı toplumsal kabul görmeyi vurgulayacak şekilde olması önerilmektedir. Yapılan tanıtımlarda, gruba aidiyet, saygınlık kazanma, herkesçe hayran olunması temalarının kullanılmasıyla, daha iyi sonuçların alınacağı öngörülmektedir. Yapılan tutundurma çalışmalarında, Y ve Z kuşağı tüketiciler arasında popüler olan ünlülerden ve sosyal medya fenomenlerinden faydalanılması önerilebilir.

Gösterişçi ürün üreten veya satan firmaların, hedef kitlelerini Z kuşağındaki tüketiciler olarak belirlemeleri ve bu kuşağın sıklıkla kullandığı sosyal medya mecraları üzerinden tutundurma faaliyetlerinde bulunmaları önerilmektedir. Bu yaş kuşağındaki tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi ve statü arayışının diğer kuşaklara kıyasla daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Alanyazında Z kuşağı teknolojiye ve sanal dünyaya duygusal olarak bağlı, teknolojiye bağımlı, ani istekleri olan, hızlı tüketen bir kuşak (Bassiouni ve Hackley, 2014) olarak tanımlanmaktadır. Eğer hedef kitle Y kuşağındaki tüketiciler ise tutundurma çabalarında öne çıkarılması gereken değer 'statü kazandırmak' olmalıdır. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre, Y kuşağı tüketiciler statü arayışı ihtiyaçlarını tatmin etmek için gösterişçi tüketime yönelmektedirler. Eğer firmanın ürünleri için belirlediği hedef kitle X ve BB kuşağındaki tüketiciler ise üretilen ürünü tüketeceklerin; sosyal grupta üyelik kazanacağı ve benimseneceklerine dair net bir mesaj verilmelidir. Çünkü bu kuşaktaki tüketicilerin, diğer kuşaklara kıyasla sosyal kabul ihtiyaçlarının daha yüksek olduğu bulgulanmıştır.

6.3. Gelecekte Yapılacak Akademik Çalışmalar İçin Öneriler

Akademik yazındaki diğer tüm çalışmalarda olduğu gibi bu araştırmanın da temel sınırlamaları bulunmaktadır. Çalışma sadece Türkiye'de yapılması, Z kuşağının büyük bir bölümünün ekonomik özgürlüğe sahip olmayışı bir kısıt olarak sayılabilmektedir. Bu araştırmada yaş gruplarına ait örneklem sayısının karşılaştırılabilir olması için X ve BB kuşağı bir arada ele alınmıştır, Araştırma Z kuşağı, Y kuşağı, X ve daha büyük kuşak tüketiciler arasında yürütülmüştür. Kota örnekleme yöntemi kullanılarak, özellikle X ve BB kuşağı tüketicilerden toplanan verilerle bir çalışma yapılması önerilmektedir. Alan yazın incelemesinde, sosyal medya kullanımı ile gösterişçi tüketim arasında ilişki arayan çalışmalara sıkça rastlanmıştır. Farklı tipteki tüketiciler özelinde bir çalışma planlanabilir, nomofobik ya da fomo tüketicilerin gösterişçi tüketimleri incelenebilir. Alan yazında gösterişçi

tüketicilerin; çanta tercihleri (Grotts ve Johnson, 2013), mutfak tercihleri (Mahmud, 2016), tatil tercihleri (Demir, 2019), mobilya tercihleri (Barut ve Güneş, 2018), puro tercihleri (Tekin, 2019) mücevher tercihleri (Savlıoğlu, 2019) üzerine çalışmalara rastlanmıştır. Gelecekte yapılacak araştırmalarda, farklı bir ürün grubu üzerine çalışmalar yürütülebilir.

KAYNAKÇA

- Afsahhosseini, F. A., and Kamali, K. (2014). The influence of buying price, prestige sensitivity and brand consciousness on behavior and buying decisions of compulsive consumers. *Applied Mathematics in Engineering, Management and Technology*, 2(5), 128-137.
- Allison, G. (2008). A cross-cultural study of motivation for consuming luxuries. A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements for the Degree of Doctor of Philosophy, Lincoln University.
- Aslay, F., Ünal S. and Akbulut Ö. (2013). Materyalizmin statü tüketimi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 27(2). 43-62.
- Assimos, B. M., Pinto, M.R., Leite, S.R. and Andrade, L.M. (2019). Conspicuous consumption and its relation to brand consciousness, status consumption and self-expression. *Brazilian Business Review*, 16(4), 350-368.
- Aydın, G., and Altuntaş, B. K. (2015). Y-jenerasyonunda sözsüz iletişim yönetimi olarak gösterişçi tüketim kullanımıyla ilgili deneysel bir çalışma. *İletişim Çalışmaları Dergisi* (7), 110-131.
- Bagwell, L. S. and Bernheim, B. D. (1996). Veblen effects in a theory of conspicuous consumption. *The American Economic Review*, 86(3), 349-373.
- Bahri-Ammani, N., Coulibaly, D. and Mimoun, M. S. B. (2020). The bandwagon luxury consumption in Tunisian case: The roles of independent and interdependent self concept. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 52. 1-11.
- Bao, Y. and Mandrik, C. A. (2004). Discerning store brand users from value consciousness consumers: the role of prestige sensitivity and need for cognition. *Advances in Consumer Research*, 31, 707-712.
- Barut, D. ve Güneş, S. (2018). Gösterişçi tüketimin nedenleri ve mobilya firmalarının gösteriş üzerine geliştirdikleri algı. *International Journal of Academic Value Studies*, 4(18), 81-8.
- Bassiouni, D. and Hackley, C. (2014). Generation Z children's adaptation to digital consumer culture: A critical literature review. *Journal of Customer Behaviour*, 13(2), 113-133.

- Belk, R. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-168.
- Bloch, F., Rao, V. and Desai, S. (2004). Wedding celebrations as conspicuous consumption signaling social status in rural india. *Journal of Human Resources, University of Wisconsin Press*, vol. 39(3).676-695.
- Boğa, Ö. and Başçı, A. (2016). Ağızdan ağıza pazarlamanın gösterişçi tüketim üzerine etkisi. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(45), 439-489.
- Brown, T. A. (2006). *Confirmatory factor analysis for applied research*. The Guilford Press, New York.
- Çakır, İ. (2018). Sosyal medya kullanımının tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimleri üzerine etkisi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Charles, K. K., Hurst, E. and Roussanov, N. (2009). Conspicuous consumption and race. *The Quarterly Journal of Economics*, 124(2), 425–467. doi:10.1162/qjec.2009.124.2.425
- Chaudhuri, H., Mazumdar, S. and Ghoshal, A. (2011). Conspicuous consumption orientation: conceptualisation, scale development and validation. *Journal of Consumer Behaviour*, 10, 216-224.
- Çınar, İ. (2014). Ölüm kaygısı ve gösterişçi tüketim eğilimi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (5), 89-104.
- Clark, R. A., Zboja, J. J., and Goldsmith, R. E. (2007). Status consumption and role-relaxed consumption: a tale of two retail consumers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 14(1), 45-59.
- Coleman, R. (1983). The continuing significance of social class to marketing. *Journal of Consumer Research*, 10(3). 265-280.
- Corneo, G and Jeanne, O. (1997). Conspicuous consumption, snobbism and conformism. *Journal of Public Economics* 66 .55-71.
- Danzer, A. M., Dietz, B. and Gatskova, K. and Schmillen, A. (2014). Showing off to the new neighbors? income, socioeconomic status and consumption patterns of internal migrants. *Journal of Comparative Economics, Elsevier*, 42(1), 230-245.
- Demir, F. (2019). Y Kuşağının tatil tercihlerinde sosyal ağlar ve gösterişçi tüketim. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

- Ding, W., Pandelaere, M., Slabbinck, H. and Sprott, D. (2020). Conspicuous gifting: when and why women (do not) appreciate men's romantic luxury gifts. *Journal of Experimental Social Psychology*, 87, 1-12.
- Doğan, V., Özkara, B. Y., and Doğan, M. (2018). Luxury consumption tendency: conceptualization, scale development and validation. *Current Psychology*, 1-19.
- Dubois, B., and Duquesne, P. (1993). The market for luxury goods: income versus culture. *European Journal of marketing*. 27(1). 35-44.
- Eastman, J. K., Fredenberger, B., Campbellve, D. and Calvert, S. (1997). The relationship between status consumption and materialism: a cross-cultural comparison of chinese, mexican and american students. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 5(1), 52-65.
- Eastman, J. K., Goldsmith, R. E., and Flynn, L. R. (1999). Status consumption in consumer behaviour: scale development and validation. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(3), 41-52.
- Fah, B. C. Y., Foon, Y.S. and S. Osman. (2011). An exploratory study of the relationship between advertising appeals, spending tendency, perceived social status and materialism on perfume purchasing behavior. *International Journal of Business and Social Science*. 2(10), 202-208.
- Frohlich, M.T. and Westbrook, R. (2001). Arcs of integration: an international study of supply chain strategies. *Journal of Operations Management*, 19(2), 185-200.
- Gierl, H. and Huettl, V. (2010). Are scarce products always more attractive? the interaction of different types of scarcity signals with products' suitability for conspicuous consumption. *International Journal of Research in Marketing*, 27(3), 225-238.
- Gökaliler, E., A., Sabuncuoğlu, A. and Göker, G. (2011). Bir statü tüketimi göstergesi olarak iphone markalı akıllı telefon algısı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 7(1), 36-48.
- Griskevicius, V., Tybur, J. M., Sundie, J. M., Cialdini, R. B., Miller, G. F., and Kenrick, D. T. (2007). Blatant benevolence and conspicuous consumption: when romantic motives elicit strategic costly signals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93(1), 85-102. doi:10.1037/0022-3514.93.1.85
- Grotts, A. S. and Johnson, T. (2013). Millennial consumers' status consumption of handbags. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 17(3), 280-293.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. and Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis : A global perspective*. (Seventh Ed). Upper Saddle River: Pearson Education.
- Heffetz, O. (2004). Conspicuous consumption and the visibility of consumer expenditures. Working Paper, Princeton University. (forum.johnson.cornell.edu/faculty/heffetz/papers/conspicuous.pdf).
- Herbig, P., Koehle, W. and Day, K. (1993). Marketing to the baby bust generation. *Journal of Consumer Marketing*, 10(1), 4-9.
- Hoe, S. L. (2008). Issues and procedures in adopting structural equation modeling technique. *Journal of Applied Quantitative Methods*, 3(1), 76-83.
- Hooper D., Coughlan J. and Mullen M.R. (2008). Structural equation modelling: guidelines for determining model fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1),53-60.
- Hu, L. T. and Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- İlhan, T. (2018). Sosyal medya kullanımında gösteriş tüketimi eğiliminin x, y ve z kuşakları açısından değerlendirilmesi. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir
- Jin, B. and Sternquist, B. (2003). The influence of retail environment on price perceptions: an exploratory study of us and korean students. *International Marketing Review*, 20(6), 643-660.
- Kahraman, B. and Arıkan, G. (2011). Öğretim üyelerinin toplumsal köken bağlamında tüketim alışkanlıkları ile yaşam tarzları arasındaki ilişki. *Istanbul Journal of Sociological Studies* (44), 133-156
- Kastanakis, M. N. and Balabanis, G. (2014). Explaining variation in conspicuous luxury consumption: an individual differences' perspective. *Journal of Business Research*, 67(10), 2147-2154.
- Kilsheimer, J. (1993). Status consumption: the development and implications of a scale measuring the motivation to consume for status, a dissertation. Unpublished doctoral thesis. Florida State University, Florida, USA.
- Kotler, P., Armstrong, G. and Opresnic, M. (2018). *Principle of marketing*. Pearson Publishing. 17. Edition. London.
- Landis B. and Gladstone J. (2017). Personality, income, and compensatory consumption: low-income extraverts spend more on status. *Psychological Science*. 28(10), 1518-1520.

- Lens, D., Kim, J. and Pandelaere, M. (2012). Would male conspicuous consumption capture the female eye? menstrual cycle effects on women's attention to status products. *Journal of Experimental Social Psychology*. 48(1), 346-349.
- Li, Z.G., Fu, S. and Murray, L.W. (1997). Country and product images: the perceptions of consumers in the people's republic of china. *Journal of International Consumer Marketing*, 10(1/2), 115-138.
- Liang, S., He, Y., Chang, Y., Dong, X. and Zhu, D. (2018). Showing to friends or strangers? relationship orientation influences the effect of social exclusion on conspicuous consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, (17). 355–365. doi:10.1002/cb.1723.
- Lichtenstein, D. R., Ridgway, N. M. and Netemeyer, R. G. (1993). Price perceptions and consumer shopping behavior: a field study. *Journal of Marketing Research*. 30(2), 234-245.
- Loulakis, A. and R. P. Hill. (2010). Status and materialism among college-aged women. American marketing association winter educators. Conference Proceedings. New Orleans: 45-52.
- Mahmud, S. (2016). Mutfağın gösterişçi tüketim obje olmasının oluşumdaki süreçler. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Bilkent Üniversitesi, İstanbul.
- Marcoux, J., Filiatrault, P. and Cheron, E. (1997). The attitudes underlying preferences of young urban educated polish consumers towards products made in western countries. *Journal of International Consumer Marketing*, 9(4), 5-29. doi: 10.1300/J046v09n04_02.
- Mason, R. (2001). Conspicuous consumption: a literature review. *European Journal of Marketing*, 18(3), 26-39.
- Mazzocco, P.J., Rucker, D.D., Galinsky, A.D. and Anderson, T. (2012). Direct and vicarious conspicuous consumption: identification with low-status groups increases the desire for high-status goods. *Journal of Consumer Psychology*, 22(4). 520-528
- Meng, J. G. and Nasco, S. A. (2009). Cross-cultural equivalence of price perceptions across american, chinese, and japanese consumers. *Journal of Product and Brand Management*, 18(7), 506-516.
- Mi, L., Yu, X., Yang, J. and Lu, J. (2018). Influence of conspicuous consumption motivation on high-carbon consumption behavior of residents an empirical case study of jiangsu province, china. *Journal of Cleaner Production*, 191, 167-178.
- Miller, G. (2001). *The Mating Mind- How Sexual Choice Shaped the Evolution of Human Nature*. New York: Anchor Books

- Moore, M., and Carpenter, J. (2006). The effect of price as a marketplace cue on retail patronage. *Journal of Product and Brand Management*. (15), 265-271.
- Mulyanegara, R. C. (2011). The relationship between market orientation, brand orientation and perceived benefits in the non-profit sector: a customer-perceived paradigm. *Journal of Strategic Marketing*, 19(5), 429-441.
- Munro, B.H. (2005). *Statistical methods for health care research*. Philadelphia: Lippincott Williams and Wilkins.
- Naeve, L., Tzemou, E. and Fastoso, F. (2020). Seeking attention versus seeking approval: how conspicuous consumption differs between grandiose and vulnerable narcissists. *Psychol Marketing Journal*. (37), 1452-1460.
- O'cass, A. and Frost H. (2002). Status brands: examining the effects of on-product-related brand associations on status and conspicuous consumption. *Journal of Product and Brand Management*, 11(2). 67-88.
- O'cass, A. and McEwen, H. (2004). Exploring consumer status and conspicuous consumption. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 25-39.
- Perez-Truglia, R. (2013). A test of the conspicuous–consumption model using subjective well-being data. *The Journal of SocioEconomics*, (45), 146-154.
- Phau, I. and Leng, Y.S. (2008). Attitudes toward domestic and foreign luxury brand apparel. *Journal of Fashion Marketing and Management*. 12 (1), 68-89.
- Piacentini, M. and Mailer, G. (2004). Symbolic consumption in teenagers clothing choices. *Journal of Consumer Behaviour*. 3(3), 251-262
- Podoshen, J. S., Li, L. and Zhang, J. (2011). Materialism and conspicuous consumption in china: A cross-cultural examination. *International Journal of Consumer Studies*, 35(1), 17-25.
- Podoshen, S. J. and Andrzejewski, S.A. (2014). An examination of the relationships between materialism, conspicuous consumption, impulse buying, and brand loyalty. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 20(3), 319-333.
- Raykov, T. and Marcoulides, G.A. (2006). *A first course in structural equation modeling*, 2nd Edition, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Roth, C. (2015). Conspicuous consumption and peer effects: evidence from a randomized field experiment. Centre for the Study of African Economies Working Paper Series (1). 1-45

- Saad, G. and Vongas, J. G. (2009). The effect of conspicuous consumption on men's testosterone levels. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110(2), 80-92.
- Sabir, İ., Naeem, M. and Ami, M. (2016). Determining the impact of social media intensity and celebrity culture on conspicuous consumption with mediating effect of materialism. Proceedings of 2nd International Multi-Disciplinary Conference 19-20 December 2016, Gujrat. 1-14.
- Savlıoğlu, Ö. (2019). Factors influencing ownership decisions. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Bilgi Üniversitesi, İstanbul
- Schreiber J.B., Nora A, Stage F.K., Barlow E.A. and King J. (2006). Reporting structural equation modeling and confirmatory factor analysis results: a review. *The Journal of Educational Research*. 99(6), 323-38.
- Schumacker, R.E. and Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modelling*, 2nd Edition, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Shukla, P. (2010). Status consumption in cross-national context: sociopsychological, brand and situational antecedents. *International Marketing Review*, 27(1), 108-129.
- Sivanathan, N. and Pettit, N. C. (2010). Protecting the self through consumption: status goods as affirmational commodities. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46(3), 564–570. doi: 10.1016/j.jesp.2010.01.006
- Solomon, M. R. (2004). *Tüketici krallığının fethi*. (S. Çetinkaya, Çev.) İstanbul, MediaCat Kitapları.
- Souiden, N., M'Saad, B. and Pons, F. (2011). A cross-cultural analysis of consumers, conspicuous consumption of branded fashion accessories. *Journal of International Consumer Marketing*, 23, 329–343.
- Spero, I. and Stone, M. (2004). Agents of change: how young consumers are changing the world of marketing, qualitative market research. *An International Journal*, 7(2), 153-159.
- Sundie, J. M., Kenrick, D. T., Griskevicius, V., Tybur, J. M., Vohs, K. D., and Beal, D. J. (2011). Peacocks, porsches and thorstein veblen: conspicuous consumption as a sexual signaling system. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(4), 664-680.
- Sungur, K. (2018). Tüketicinin popülerite ihtiyacı, benzersiz olma ihtiyacı ve statü tüketiminin gösterişçi tüketim eğilimi üzerine etkisi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Karabük Üniversitesi, Karabük

- Taylor, D. G. and Strutton, D. (2016). Does Facebook usage lead to conspicuous consumption ? the role of envy, narcissism and self-promotion. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 10(3). 231-238.
- Tekin, S. (2019). Lüks marka algısı ve marka tercihinin puro ve sigarillo ürünlerinin satın alma niyetine etkisi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.
- Truong, Y., Mccoll, R. and Kitchen, P. J. (2009). New luxury brand positioning and the emergence of masstige brands. *Journal of Brand Management*, 16(5), 375-382.
- Veblen, T. (2007). *The theory of the leisure class* (ed. Martha Banta), Oxford, GBR: Oxford University Press.
- Veblen, T. (2015). *Aylak sınıfın teorisi*, (Çev: E. Kırmızıaltın ve H. Bilir), Heretik yayınları, 1. Baskı, Ankara.
- Waltz, C.F., Strickland, O.L. and Lenz, E.R. (2010). *Measurement in nursing and health research*. New York: Springer Publishing Company.
- Wang, C. L., Chen, Z. X., Chan, A. K. K. and Zheng, Z. C. (2000). The influence of hedonic values on consumer behaviors: an empirical investigation in china. *Journal of Global Marketing*, 14(1/2), 169-186.
- Wang, H., Cheng, Z. and Smyth, R. (2019). Consumption and happiness. *The Journal of Development Studies*, 55(1), 120-136, doi: 10.1080/00220388.2017.137129
- Wang, X., Chunling, Y. and Yujie, W. (2012). Social media peer communication and impacts on purchase intentions: a consumer socialization framework. *Journal of Interactive Marketing*, 26, 198–208.
- Wang, Y., and Griskevicius, V. (2014). Conspicuous consumption, relationships, and rivals: women's luxury products as signals to other women. *Journal of Consumer Research*, 40(5), 834-854.
- Wiedmann, K. P., Hennigs, N. and Siebels, A. (2009). Value-based segmentation of luxury consumption behavior. *Psychology and Marketing*, 26(7), 625-651.
- Wooten, D. (2006). From labeling possessions to possessing labels: ridicule and socialization among adolescents. *Journal of Consumer Research*, 33, 188-198.

Yang, H. (2006). Lead us into temptation: a survey of college students media use, materialism, beliefs, and attitudes toward advertising, status consumption tendencies, compulsive buying tendencies, brand recall, and purchase intent of luxury products. Unpublished doctoral thesis. Southern Illinois University. Illinois.

Zhou, L. and Hui, M. (2003). Symbolic value of foreign products in the people's republic of china, *Journal of International Marketing*, 11(2), 36-58.



TMS, BOBİ FRS VE VUK/MSUGT'E GÖRE STOKLARIN KARŞILAŞTIRMALI OLARAK İNCELENMESİ VE MUHASEBE UYGULAMALARI

COMPARATIVE INVESTIGATION OF STOCK ACCORDING TO TAS, FRS FOR LMES AND TPL AND ACCOUNTING PRACTICES

Hakkı KIYMIK¹



1. Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, Muhasebe ve Finansal Yönetim Bölümü, hkiymik@mehmetakif.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-4121-8060>

Öz

Bünyesinde buldukları işletmelerin büyüklükleri ve faaliyet alanları ne olursa olsun stoklar, tüm işletmeler için önemli bir finansal tablo kalemini oluşturmaktadır. Yürürlükte olan finansal raporlama çerçevelerine göre stokların ölçümü ve muhasebeleştirilmesinde bir takım farklılık ve benzerlikler bulunmaktadır. Çalışmada, halen yürürlükte olan Vergi Usul Kanunu / Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği, Türkiye Muhasebe Standartları ve Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standartlarına göre stoklar, tanım ve kapsam, maliyetlerin belirlenmesi ve dönem sonu değerlendirme ilkeleri bakımından açıklanmış ve yürürlükteki düzenlemeler bakımından karşılaştırma yapılmıştır. Yapılan değerlendirme neticesinde, vade farkları, dönem sonu değerlendirme ve kapsamına göre maliyet hesaplama yöntemlerinin kullanımı açısından düzenlemeler arasında farklılıkların bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmada, stoklara ilişkin muhasebeleştirme işlemleri, Kamu Gözetimi Muhasebe Denetim Standartları Kurumu tarafından yayımlanan "Muhasebe Standartlarına Uygun Hesap Planı Taslağı" esas alınarak yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Stok, Türkiye Muhasebe Standardı 2, Vergi Usul Kanunu.*

Abstract

Regardless of size and field of activity of the businesses they are involved in, stocks constitute an important financial statement item for all businesses. There are some differences and similarities in measurement and accounting of stocks according to the financial reporting frameworks in force. In this study, according to Tax Procedure Law, Turkey Accounting Standards and Financial Reporting Standard For Large and Medium-Sized Entities, stocks were explained in terms of definitions and scope, regulations in force which is still in force on, , determination of cost and year-end valuation principles, and comparisons were made in terms of current regulations. As a result of evaluation, it has been concluded that there are differences between regulations in terms of delay interests, year-end valuation and the use of cost calculation methods according to their scope. In study, the accounting transactions regarding the stocks were made on the basis of "Financial Reporting Standards Appropriate Account Plan Draft" published by the Public Oversight Accounting and Auditing Standards Authority.

Keywords: *Anahtar Kelime, Anahtar Kelime2.*

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
14.01.2021 01.14.2021

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
11.02.2021 02.11.2021

DOI

<https://doi.org/10.30798/makuiibf.861316>

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

The purpose of this study is to examine accounting principles comparatively that are in force referring to measuring of inventory and recording Turkey Accounting Standards (TAS), Turkey Financial Reporting Standard For Large and Medium-Sized Entities (FRS for LMEs) and Turkey Tax Procedure Law (TPL).

Research Questions

The questions of the research are as follows: Is there a difference between financial reporting frameworks in terms of the definition and scope of stocks? Is there a difference between financial reporting frameworks in terms of measuring stocks? Is the tax legislation in line with FRS for LMEs and TAS regarding the measurement and recording of stocks?

Literature Review

In literature, there are studies that examine the provisions on stocks in TAS, FRS for LMEs and TPL from different perspectives. In these studies, the differences between TAS and TPL or TAS and FRS for LMEs were generally examined. In their study, Özulucan and Temel (2020) investigated the differences regarding stocks in terms of TAS 2 and TPL, and found that there were differences in terms of financing expenses, calculating inventory costs, valuation in inventory, and accounting for discounts. Arısoy and Tuğay (2019) revealed the differences between TAS 2 Stocks Standard, FRS for LMEs and TPL in terms of stocks. In the study, it was concluded that the main difference emerged in terms of cost methods and the normal cost method provided more realistic cost data than the full cost method. In the study conducted by Yalçın (2019), it was concluded that there were differences between the regulations in the determination of inventory costs and year-end valuation. In the study conducted by Kaya (2018), it was concluded that there are differences between standards in terms of TAS and FRS for LMEs, when the determination of inventory costs and the revenue regarding service is not reflected as income in the financial statements. In the study by Selvi and Ercan (2018) examining the differences between FRS for LMEs and TPL provisions regarding stocks, it is concluded that there are differences in terms of delay interest, cost calculation methods and valuation.

Methodology

In this study, provisions regarding stocks in TAS 2 Stocks Standard, FRS for LMEs Section 6 and TPL were analyzed comparatively through content analysis. In addition, accounting transactions were carried out using the draft chart of accounts created by Public Oversight Accounting and Auditing Standards Authority with the case study analysis method regarding the differences.

Results and Conclusions

According to results of this research, it was concluded that TAS and FRS for LMEs partially overlapped in terms of borrowing costs, while TPL was separated from the standard sets. According to standard sets, exchange differences arising in stock acquisitions should be recorded as period cost or

income. According to the Tax Procedure Law, the part of the exchange differences until the date when the stocks are included in the operating assets must be included in the inventory cost. It is up to the enterprises to include the exchange differences that arise after the stocks are included in the operating assets, or to be recorded as period cost. Another important difference between TAS, FRS for LMEs and TPL arises in terms of cost elements included in the product cost. According to the TPL, the product cost is determined according to the full cost method. While the normal cost method has been adopted in calculating the product cost according to TAS 2, according to the FRS for LMEs, full cost or normal cost method can be used. In this regard, according to the TPL, all of the general production expenses are included in the cost of the product, while according to TAS and the normal cost method, the part corresponding to the idle capacity from the general production costs according to FRS for LMEs is not included in the product cost. According to the standard sets, while a share is not given to the cost of the product from the general management expenses, which do not contribute to bringing the stocks to their location and condition, according to the Tax Procedure Law, the share of the product cost from the general management expenses is left to the choice of the enterprises. While year-end valuation of inventories is made according to TAS and FRS for LMEs over the cost value and the lower of the net realizable value in each reporting period, it is made over the cost price according to the TPL. In case of an impairment according to the Tax Procedure Tax Law, the precedent value must be determined in order to be able to record the impairment as a cost. In transactions related to the differences between the standard sets and the Tax Procedure Law, the tax amount related to the difference that occurs in the event of a tax effect should also be recorded as a deferred tax asset or liability. In this respect, it is thought that studies for harmonization of TPL and standards will be beneficial in terms of eliminating such complexities.

1. GİRİŞ

Stoklar, özellikle üretim işletmeleri olmak üzere tüm işletme türleri açısından, esas faaliyetleri ile doğrudan ilişkili olması sebebiyle oldukça önemli bir varlık unsurudur. Stok maliyetlerinin doğru bir şekilde ölçülebilmesi, kayda alınması, finansal tablolarda gösterilmesi gibi birçok problemin çözüm bulması, etkin bir muhasebe sistemi ile mümkün olmaktadır. Önemli bir finansal tablo kalemini oluşturan stokların muhasebeleştirilmesi ve ölçümüne ilişkin ilkeler tüm işletme türleri açısından Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği (MSUGT) / Vergi Usul Kanunu (VUK) ile düzenlenmiştir. Ayrıca kapsamına aldığı işletme türlerine göre Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) ve bununla birlikte Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FR) ile stokların ölçümüne ve muhasebeleştirilmesine ilişkin birtakım düzenlemeler yapılmıştır.

VUK'un 274, 275 ve 278. maddeleri ile stoklarla ilgili doğrudan bir düzenleme yapılmış olmakla birlikte farklı durumların ortaya çıkması halinde referans alınması gereken bazı maddeler de bulunmaktadır. Ülkemizde yürürlükte olan bir başka yasal düzenleme olan Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğinde ise tebliğe ekli Tek Düzen Hesap Planında stoklar, 15.grupta sınıflandırılmıştır. Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına paralel olarak kamu yararını ilgilendiren kuruluşların (KAYİK) uymak zorunda oldukları TMS 2 Stoklar standardı 2006 yılından itibaren uygulanmak üzere 15.01.2005 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Standartta, uyumlaştırma çalışmaları kapsamında farklı dönemlerde değişiklikler yapılmış ve son olarak KGK tarafından başlatılan revizyon projesi kapsamında mevcut standart 24.05.2018 tarihinde yürürlükten kaldırılarak yeniden kaleme alınan standart aynı tarihte yürürlüğe girmiştir. Stoklarla ilgili bir başka düzenleme ise 29.07.2017 tarihinde yayımlanan Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardıdır. Bağımsız denetime tabi olup TMS/IFRS uygulamayan işletmelerin uymak zorunda oldukları standardın 6. Bölümünde stoklara ilişkin düzenlemeler yapılmıştır.

Yürürlükte olan tüm bu düzenlemeler incelendiğinde, stokların ölçüm ve muhasebeleştirilmesi ile ilgili bir takım farklılık ve benzerliklerin bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu farklılıklar genel olarak; değerlendirme, değer düşüklüğü, farklı maliyet yöntemlerinin kullanımı, alışlarda ortaya çıkan borçlanma maliyetlerinin kayda alınması konularında kendini göstermektedir. Çalışmada, stoklara ilişkin VUK/MSUGT, TMS ve BOBİ FR'de yer alan muhasebe ilkeleri içerik analizi yöntemiyle karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve KGK tarafından yayımlanan taslak hesap planına göre örnekler üzerinden muhasebe kayıtları yapılarak çalışmanın uygulamaya ışık tutması amaçlanmıştır.

2. TANIM VE KAPSAM BAKIMINDAN KARŞILAŞTIRMA

MSUGT'ye ekli TDHP'ye göre, *“işletmenin satmak, üretimde kullanmak veya tüketmek amacıyla edindiği, ilk madde ve malzeme, yarı mamul, mamul, ticari mal, yan ürün, artık ve hurda gibi bir yıldan az bir sürede kullanılacak olan veya bir yıl içerisinde nakde çevrilebileceği düşünülen*

varlıklar” stok kapsamına girmektedir. Vergi Usul Kanunu’nda ise stoklar, emtia olarak ifade edilmiş olup imal edilen ve satın alınan olmak üzere ikiye ayrılmıştır. İmal edilen emtia, yarı mamul ve mamulü kapsamakta iken, satın alınan emtiadan ilk madde ve malzeme ile ticari mal anlaşılmaktadır (Selvi ve Ercan, 2018).

TMS 2’de tanımlar ve BOBİ FRS’de kapsam başlığı altında verilen stok tanımları ise örtüşmektedir. Standartlara göre stoklar; *“olağan iş akışı içinde satılmak üzere elde tutulan, satılmak üzere üretilmekte olan veya üretim sürecinde veya hizmet sunumunda kullanılacak hammadde ve malzeme şeklinde bulunan varlıklardır”*. TMS 2’de, stok tanımının yanı sıra stok kalemleri ayrıntılı bir şekilde belirtilmiştir. Tanıma paralel olarak standart *“satın alınan ve tekrar satılmak üzere elde tutulan mallar, işletme tarafından üretilmiş olan veya üretim sürecinde olan mallar ile üretim sürecinde kullanılmak üzere bekletilen hammadde ve malzemeleri”* stok olarak nitelendirmektedir. Hem TMS 2, hem de BOBİ FRS *“finansal araç niteliğindeki stoklar ile tarımsal faaliyet kapsamındaki canlı varlıklar ile hasat zamanındaki tarımsal ürünleri”* ilgili oldukları standartların kapsamına almış, söz konusu varlıkları stoklarla ilgili standart kapsamının dışında bırakmıştır (Bobi FRS 6.2-3; TMS 2, md.8).

TMS 2’de ayrıca, tarım ve orman ürünlerinin, hasat sonrası tarımsal ürünlerin, madenlerin ve madeni ürünlerinin, ilgili sektördeki yerleşik uygulamalar ve/veya üretimin belirli aşamalarında net gerçekleşebilir değer üzerinden ölçülmesi halinde, bu kalemlere standardın ölçüm hükümlerinin uygulanmayacağı belirtilmiştir. Benzer şekilde başkaları veya kendi hesabına mal alıp satmak suretiyle alım satıma aracılık edenler tarafından edinilen stokların satış maliyetleri düşülmüş gerçeğe uygun değer üzerinden ölçülmesi halinde, bu tür stoklara standardın ölçüm hükümlerinin uygulanmaması gerektiği ifade edilmiştir (TMS 2, md.3).

3. STOK MALİYETLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK KARŞILAŞTIRMA

Stokların ölçümü konusunda standart setleri arasında herhangi bir farklılık bulunmamakta olup, *“stokların maliyet değeri ile net gerçekleşebilir değerden düşük olanı ile ölçülmesi”* gerektiği hüküm altına alınmıştır (Bobi FRS 6.4; TMS 2 md.9). Ancak TMS 2’ye ek olarak BOBİ FRS’de ayrıca *“organize olmuş piyasalarda işlem gören stok niteliğindeki altın ve diğer kıymetli madenlerin ise raporlama dönemi sonlarında piyasa değerleri üzerinden değerlemeye tabi tutulması”* gerektiği ifade edilmiştir (Bobi FRS 6.5).

Hem TMS hem de BOBİ FRS’ye göre net gerçekleşebilir değer, *“olağan işletme faaliyetleri kapsamında tahmin edilen satış fiyatından, tahmini tamamlanma maliyetlerinin ve satışı gerçekleştirmek için gerekli olan tahmini maliyetlerin çıkarılmasıyla elde edilen tutarı”* ifade etmektedir (Bobi FRS 6.4; TMS 2 md.7).

Vergi Usul Kanununda ise stokların değerlemesinin maliyet bedeli üzerinden yapılması gerektiği belirtilmektedir. Maliyet bedeli, “*iktisadi bir kıymetin iktisap edilmesi veyahut değerinin artırılması münasebetiyle yapılan ödemelerle bunlara müteferri bilumum giderlerin toplamını ifade etmektedir*” (VUK, md.274). Ayrıca VUK’un 275. maddesinde imal edilen mamul maliyetinin hangi unsurlardan oluşacağı da belirtilmiştir. Buna göre mamul maliyetine dahil edilecek unsurlar;

- Mamulün vücuda getirilmesinde sarf olunan iptidai ve ham maddelerin bedeli,
- Mamule isabet eden işçilik,
- Genel imal giderlerinden mamule düşen pay,
- Ambalajlama giderleri,
- İsteğe bağlı olarak genel yönetim giderlerinden mamule düşen paylardan oluşmaktadır.

TMS/BOBİ FRs ve VUK bakımından stok maliyetlerini oluşturan unsurlar, Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Stok Maliyetlerini Oluşturan Unsurlar

Maliyet Unsurları	TMS/BOBİ FRs	VUK
Satın Alma Maliyetleri	- Satın alma fiyatı, - İthalat vergileri ve iade alnamayan diğer vergiler, - Nakliye, yükleme ve boşaltma giderleri, - Mamul, malzeme ve hizmetlerin elde edilmesiyle doğrudan ilişkilendirilebilen diğer maliyetler, - Ticari iskontolar, indirimler (-)	- Satın alma maliyeti, - Satın alma giderleri
Dönüştürme Maliyetleri	- Direkt ilk madde ve malzeme giderleri, - Direkt işçilik giderleri, - Sabit ve değişken genel üretim giderlerinden mamule dağıtılan tutar,	- Direkt ilk madde ve malzeme gideri - Direkt işçilik gideri - Genel üretim giderlerinden mamule isabet eden tutar - Yönetim giderlerinden mamule isabet eden tutar (isteğe bağlı)
Diğer Maliyetler	- Stokların mevcut konumuna ve durumuna getirilmesi için katlanılan maliyetler	

Tablo 1’de görüldüğü üzere, stokların maliyetini oluşturan unsurlar açısından TMS 2, BOBİ FRs ve VUK arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır. Tüm düzenlemelere göre stok maliyeti, tüm satın alma maliyetleri, dönüştürme maliyetleri ve stokların bulunduğu yere ve mevcut durumuna getirilmesi için katlanılan diğer maliyetlerden oluşmaktadır (Bobi FRs 6.6; TMS 2 md.10). Ancak standartlar bu unsurların nelerden oluştuğunu ayrıntılı bir şekilde açıklarken VUK’ta genel bir tanımlama yapıldığı görülmektedir.

3.1. Satın Alma Maliyetleri

Stokların maliyetini belirleyen unsurlar her ne kadar TMS, BOBİ FRS ve VUK açısından uyumlu olsa da VUK'ta hangi unsurların satınalma maliyetine dahil edileceği konusunda bir kesinlik bulunmamaktadır. VUK'ta genel bir tanım yapılarak, satın alma dolayısıyla ödenen bedeller ile yine satın almayla ilgili tüm giderlerin maliyete dahil edilmesi gerektiği ifade edilmiştir (VUK, md.262). Ancak, TMS ve BOBİ FRS'de satın alma maliyetine dahil edilmesi gereken unsurlar ayrıntılı bir şekilde belirtilmiştir. Buna göre stokların satın alma maliyetleri (Bobi FRS 6.7; TMS 2 md.11);

- Satın alma fiyatı,
- İthalat vergileri ve iade alınamayan diğer vergiler
- Nakliye, yükleme-boşaltma ve mamul, malzeme ve hizmetlerin edinimiyle doğrudan ilişkilendirilebilen diğer maliyetlerden oluşmaktadır.

TMS ve BOBİ FRS hangi unsurların satın alma maliyetine dahil edilmesi gerektiğini belirtmekle kalmayıp, ticari iskontolar, indirimler ve diğer benzer kalemlerin satın alma maliyetinden düşülmesi gerektiğini de ifade etmiştir (BOBİ FRS 6.7; TMS 2 md.11).

Satın alma maliyetleri açısından her ne kadar tüm düzenlemeler birbiriyle uyumlu gibi gözükse de VUK'ta genel bir düzenleme yapılmış olması sebebiyle, TMS ve BOBİ FRS'nin vadeli veya kredili alımlar ile dövize dayalı alımlar noktasında VUK'tan ayrıştığını söylemek mümkündür. Bu bakımdan çalışmanın bu kısmında satın alma, yükleme-boşaltma, nakliye ve sigorta gibi uygulamalar açısından farklılık arzetmeyen işlemlere yer verilmemiş olup yalnızca farklılığın olduğu iş ve işlemlere yer verilmiştir.

3.1.1. Borçlanma Maliyetleri

Stokların vadeli alımlarında, peşin fiyat ile vadeli alış fiyatı arasındaki vade farkı tutarının muhasebeleştirilmesi konusunda düzenlemeler arasında birtakım farklılıklar bulunmaktadır. TMS 2'ye göre *“satın alma anlaşmasının etkin bir şekilde bir finansman bileşeni içermesi durumunda bu bileşen, normal kredi koşulları için geçerli olan satın alma fiyatı ile ödenen tutar arasındaki fark, finansman sağlanan dönem boyunca faiz gideri olarak finansal tablolara yansıtılır”* (TMS 2, md.18).

BOBİ FRS'ye göre ise vadenin bir yıldan az ya da çok olması durumuna göre bir farklılık söz konusudur. Standarda göre bir yıl veya daha kısa vadeli bir ödeme karşılığında alım gerçekleşmesi halinde vade farkı ayrıştırması söz konusu olmadan, ödenen veya ödenmesi beklenen nakit tutar üzerinden alım tutarının stok maliyetine dahil edilmesi gerekmektedir (Bobi FRS: 6.8). Ancak vadenin bir yıldan uzun olması halinde, vade farkının etkin faiz yöntemine göre ayrıştırılarak ilgili stokun peşin fiyat üzerinden ölçülmesi ve ortaya çıkan vade farkı tutarının faiz gideri olarak finansal tablolara alınması gerekmektedir (Arısoy ve Tuğay, 2019).

VUK ve MSUGT'ye göre ise stokların vadeli alınması durumunda ortaya çıkan vade farkı, maliyet bedelinin bir unsuru olarak söz konusu stok maliyetine dahil edilmesi gerekmektedir. Bununla birlikte 02.03.1995 tarihli Resmi Gazetede yayımlanan 238 sıra nolu VUK Genel Tebliği'ne göre işletmelerin finansman temini maksadıyla bankalardan veya benzeri kredi kurumlarından aldıkları krediler için ödedikleri faiz ve komisyon giderlerini doğrudan gider kaydedebilecekleri gibi diledikleri takdirde stok maliyetine de dâhil edebilme imkanı tanınmıştır. Burada dikkat edilmesi gereken husus, stok maliyetine dahil edilebilecek borçlanma maliyetinin ilgili tebliğde banka kredileri ile sınırlı tutulmuş olması ve varlığın aktife alınmasından sonra ortaya çıkmış olması şartıdır (Selvi ve Ercan, 2018).

BOBİ FRS ve TMS'ye göre stok edinimlerinde ortaya çıkan borçlanma maliyetlerinin muhasebeleştirilmesinde, satın almaya konu edilen varlığın niteliği de önemlidir. Standartlara göre varlığın, özellikle varlık niteliğine sahip olmaması halinde borçlanma maliyetlerinin muhasebeleştirme esasları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Özellikle Varlık Niteliğinde Olmayan Stoklarda Borçlanma Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi

<i>Vade</i>	<i>VUK</i>	<i>TMS</i>	<i>BOBİ FRS</i>
Bir Yıldan Kısa	Maliyet	Gider	Maliyet
Bir Yıldan Uzun	Maliyet	Gider	Gider

Tablo 2'de görüldüğü üzere, VUK'ta vadeli alımlarda vade farkı ayrıştırılmamakta iken özellikle varlık niteliğinde olmayan stok edinimlerinde; TMS 2'ye göre tüm vade farkları ayrıştırılmakta; BOBİ FRS'ye göre ise sadece bir yıldan uzun vadeli alımlarda vade farkı ayrıştırılmakta ve faiz gideri olarak muhasebeleştirilmektedir (Gençoğlu, 2017).

Örnek: Toptan ayakkabı alım-satımı yapan işletme 01.03.2020 tarihinde KDV Hariç peşin fiyatı 150.000 TL olan ürünleri 4 ay vadeli olarak 160.000 TL'ye senet karşılığı satın almıştır. % 8 KDV tutarı peşin ödenmiştir.

VUK ve BOBİ FRS'ye göre yapılması gereken kayıt;

01.03.2020			
153 TİCARİ MALLAR		160.000	
191 İNDİRİLECEK KDV		12.800	
	100 NAKİT KASASI		12.800
	321 BORÇ SENETLERİ		160.000
Senet karşılığı mal alımı			

Daha önce de belirtildiği gibi VUK açısından alım esnasında ortaya çıkan vade farkının vade süresi ne olursa olun maliyete dahil edilmesi gerekmektedir. BOBİ FRS'ye göre ise bir yıldan kısa vadeli alımlarda ortaya çıkan vade farkının da benzer bir şekilde ilgili stok maliyetine ilave edilmesi gerekmektedir. Bu aşamada TMS, diğer iki uygulamadan farklılaşmakta olup, işlemin aşağıdaki gibi kaydedilmesi gerekmektedir;

01.03.2020			
153 TİCARİ MALLAR		150.000	
191 İNDİRİLECEK KDV		12.800	
328 ERTELENMİŞ VADE FARKI GİDERLERİ		10.000	
100 NAKİT KASASI			12.800
321 BORÇ SENETLERİ			160.000
Senet karşılığı mal alımı			

TMS 2'ye göre vade süresine bakılmaksızın özellikli varlık dışındaki varlık ediniminde ortaya çıkan vade farkının ilgili dönem gideri olarak kaydedilmesi gerekmektedir. Bu durumda peşin fiyat ile vadeli fiyat arasındaki tutarın taslak hesap planında öngörülen ve pasifi düzenleyici bir hesap olan "328 Ertelenmiş Vade Farkı Giderleri Hesabına" alınması gerekmektedir. Buna ilave olarak söz konusu vade farkı tutarının ilgili döneme ait olan kısmının etkin faiz yöntemine göre cari dönem giderine dahil edilmesi gerekmektedir. Bunun için öncelikle etkin faiz oranının hesaplanması gerekmekte olup faiz oranı aşağıdaki gibi hesaplanabilir (Özbirecikli vd., 2017);

$$\text{Bugünkü Değer} = \frac{A}{(1+n)^t}$$

Formülde n, etkin faiz oranını; t ise vadeyi ifade etmektedir. Buna göre;

$$150.000 = \frac{160.000}{(1+n)^{122/365}}$$

$$(1+n)^{122/365} = 160.000/150.000$$

$$1+n = \sqrt[122]{1,066667^{365}}$$

$$n = 1,212987 - 1$$

$$n = 0,212987$$

Hesaplamaya göre etkin faiz oranı %21,3 olarak bulunmuştur. Vadenin 4 ay olduğu göz önünde bulundurulduğunda ilgili aylara isabet eden faiz gideri tutarları Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3, İlgili Aylara Ait Faiz Giderleri

Dönem	Vade	Etkin Faiz Oranı	Kümülatif Faiz Tutarı	Döneme Ait Faiz Tutarı	İndirgenmiş Tutar
31.03.2020	122	0,213	2.602,46	2.602,46	157.397,54
30.04.2020	91	0,213	5.080,67	2.478,21	154.919,33
31.05.2020	61	0,213	7.519,85	2.439,18	152.480,15
30.06.2020	30	0,213	10.000,00	2.480,15	150.000,00
TOPLAM			10.000,00	10.000,00	150.000,00

İşletmenin üçer aylık dönemler itibarıyla finansal raporlama yaptığı düşünüldüğünde, söz konusu alıma ilişkin olarak 1.döneme isabet eden faiz gideri 2.602,46 TL, 2.dönemde gider olarak kaydedilmesi gereken tutar ise 7.397,54 TL olacaktır.

KGK tarafından yayımlanan taslak hesap planına göre, itfa edilmiş maliyeti üzerinden ölçülmesi gereken senetli veya senetsiz ticari borçlara ilişkin olarak dönemde ortaya çıkan faiz ve vade farkı giderlerinin izlenmesi için “650 Ticari Borçlara İlişkin Vade Farkı Giderleri ve Esas Faaliyetlerle İlgili Kur Farkı Zararları” hesabının kullanımı öngörülmüştür. Bu durumda alım sırasında “Ertelemiş Vade Farkı Giderleri Hesabı”na kaydedilmiş olan 10.000 TL’nin ilgili 3 aylık döneme isabet eden tutarının aşağıdaki gibi kaydedilmesi gerekmektedir.

31.03.2020			
650 TİCARİ BORÇLARA İLİŞKİN VADE FARKI GİDERLERİ	2.602,46		
328 ERTELENMİŞ VADE FARKI GİD.			2.602,46
2019 yılı 1.dönemine ait vade farkı gider kaydı			

2020 yılı 2.döneminde de aynı kaydın yapılarak söz konusu döneme isabet eden tutar olan 7.397,54 TL’nin gider olarak kaydının yapılması gerekmektedir.

VUK hükümlerine göre satın alma esnasında ortaya çıkan faiz giderlerinin satın alınan stokun maliyetine dahil edilmesi, başka bir ifadeyle stokun tamamı satılincaya kadar faiz tutarının dönem gideri olarak ticari kârdan düşülmemesi ve bu durumda ortaya çıkan ertelenmiş vergi etkisinin aşağıdaki gibi kaydedilmesi gerekmektedir (Öztürk, 2017).

31.03.202			
0			
289 ERTELENMİŞ VERGİ VARLIĞI	572,54		
692 SÜRDÜRÜLEN FAAL. ERTELENMİŞ VERGİ GELİR GİDER ETKİSİ			572,54
Ertelenmiş vergi kaydı (2.602,46x%22)			

Örnek: Tekstil ürünleri imalatı yapan işletme, üretimde kullanmak üzere %8 KDV hariç 250.000 TL tutarında olan hammaddeyi 01.07.2020 tarihinde 18 ay vadeli bir senet karşılığında satın almıştır. KDV tutarı aynı tarihte banka hesabından yapılan eft ile ödenmiştir. Senedin üzerinde yazılı olan faiz oranı %18’dir.

VUK’a göre yapılması gereken kayıt;

01.07.2020			
150 İLK MADDE VE MALZ.	250.000		
191 İNDİRİLECEK KDV	20.000		
102 BANKALAR			20.000
421 BORÇ SENETLERİ			250.000
Senet karşılığı mal alımı			

Satın alınan bir yıldan uzun vadeli bir ödeme aracı ile yapılmış olmasından dolayı bir önceki örnekten farklı olarak BOBİ FRs’ye göre ortaya çıkan vade farkının TMS’ye benzer olarak gider olarak kaydedilmesi gerekmektedir. Gider kaydedilecek olan faiz tutarının hesaplanabilmesi için ödemeye konu olan tutarın bugünkü değerinin hesaplanması gerekmektedir.

$$\text{Bugünkü Değer} = \frac{A}{(1+n)^t}$$

Formülde n, etkin faiz oranını; t ise vadeyi ifade etmektedir. Buna göre;

$$B.D. = \frac{250.000}{(1 + 0,18)^{18/12}}$$

$$B.D. = 250.000/1,2818$$

$$B.D. = 195.037 \text{ TL}$$

Bu durumda satın alınanın içerdiği finansman maliyetinin tutarı ise $250.000 - 195.037 = 54.963$ TL olacaktır. İşletmenin üçer aylık dönemler itibariyle finansal raporlama yaptığı göz önünde bulundurulduğunda ilgili dönemlere isabet eden faiz gideri tutarları Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. İlgili Dönemlere Ait Faiz Giderleri

Dönem	Vade (Ay)	Etkin Oran	Faiz Kümülatif Tutarı	Faiz Döneme Faiz Tutarı	Ait İndirgenmiş Tutar
30.09.2020	18	0,18	10.133,55	10.133,55	239.866,45
31.12.2020	15	0,18	19.856,35	9.722,80	230.143,65
31.03.2021	12	0,18	29.185,03	9.328,68	220.814,97
30.06.2021	9	0,18	38.135,59	8.950,56	211.864,41
30.09.2021	6	0,18	46.723,34	8.587,75	203.276,66
31.12.2021	3	0,18	54.963,00	8.239,66	195.037,00
TOPLAM			54.963,00	54.963,00	195.037,00

Yapılan hesaplamalar doğrultusunda TMS ve BOBİ FRS'ye göre yapılması gereken kayıt;

01.07.2020	
150 İLK MADDE VE MALZ.	195.037,00
191 İNDİRİLECEK KDV	20.000,00
328 ERTELENMİŞ VADE FARKI GİDERLERİ	19.856,35
428 ERTELENMİŞ VADE FARKI GİDERLERİ	35.106,65
102 BANKALAR	20.000,00
421 BORÇ SENETLERİ	250.000,00
Senet karşılığı mal alımı	0

Alım sırasında "Ertelemiş Vade Farkı Giderleri Hesabı"na kaydedilmiş olan 54.963,00 TL'nin ilgili 3 aylık döneme isabet eden kısmı aşağıdaki gibi kaydedilebilir.

30.09.2020	
650 TİCARİ BORÇLARA İLİŞKİN VADE FARKI GİDERLERİ	10.133,55
328 ERTELENMİŞ VADE FARKI GİDERLERİ	10.133,55
2019 yılı 3.dönemine ait vade farkı gider kaydı	

2020 yılı 4.döneminde ve takip eden dönemlerde de aynı kaydın yapılarak söz konusu döneme isabet eden faiz tutarlarının dönem gideri olarak kaydedilmesi gerekmektedir.

VUK hükümlerine göre satın alma esnasında ortaya çıkan faiz giderlerinin satın alınan stokun maliyetine dahil edilmesi, başka bir ifadeyle stokun tamamı satılincaya kadar faiz tutarının dönem gideri olarak ticari kârdan düşülmemesi ve bu durumda ortaya çıkan ertelenmiş vergi etkisinin aşağıdaki gibi kaydedilmesi gerekmektedir.

30.09.20			
20			
289 ERTELENMİŞ VERGİ VARLIĞI		2.229,82	
692 SÜRDÜRÜLEN FAAL.			
ERTELENMİŞ			2.229,82
VERGİ GELİR GİDER ETKİSİ			
Ertelenmiş vergi kaydı (10.135,55x%22)			

Vadeli stok ediniminde göz önünde bulundurulması gereken başka bir farklılık ise özellikli varlıklarda ortaya çıkmaktadır. TMS 23'e göre özellikli varlık, "amaçlanan kullanıma veya satışa hazır duruma getirilebilmesi zorunlu olarak uzun bir süreyi gerektiren varlıklardır" (md.5). Benzer bir durum BOBİ FRIS için de geçerli olmakla birlikte BOBİ FRIS'de özellikli varlık kavramından söz edilmemekte, üretilmesi normal şartlar altında bir yıldan uzun süren stoklar ifadesi yer almaktadır. VUK'ta özellikli varlık ayrımı yapılmamakta olup TMS ve BOBİ FRIS'ye göre özellikli varlıklarda ortaya çıkan borçlanma maliyetlerinin muhasebeleştirilmesi Tablo 5'te gösterilmiştir (Kıymetli Şen ve Özbirecikli, 2018).

Tablo 5. Özellikli Varlık Niteliğindeki Stoklarda Borçlanma Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesi

Stok	TMS	BOBİ FRIS
<i>Satışa Hazır Hale Getirildiği Tarihe Kadar</i>	Maliyet	Maliyet
<i>Satışa Hazır Hale Getirildikten Sonra</i>	Gider	Gider

TMS 23'e göre işletmelerce, "bir özellikli varlığın elde edilmesi, inşası veya üretimi ile doğrudan ilişkilendirilebilen borçlanma maliyetleri, ilgili özellikli varlığın maliyetinin bir parçası olarak aktifleştirilir. İşletmeler, diğer borçlanma maliyetlerini oluştukları dönemde gider olarak muhasebeleştirirler" (TMS 23, md.8). Özellikli varlığın üretimi ile doğrudan ilişkilendirilebilen borçlanma maliyeti, ilgili varlıkla ilişkili harcamaların hiç yapılmamış olması durumunda ortaya çıkmayacak borçlanma maliyetleridir. Buna ilave olarak söz konusu varlığın amaçlanan kullanıma veya satışa hazır duruma getirilmesi için gerekli tüm işlemler tamamlandığında ise borçlanma maliyetleri ilgili dönem gideri olarak muhasebeleştirilir (TMS 23, md.10).

BOBİ FRIS'ye göre stoklara ilişkin borçlanma maliyetleri vadenin bir yıldan uzun olması halinde oluştukları dönemde kâr veya zarara yansıtılır. Ancak, üretilmesi normal şartlar altında bir yıldan daha uzun süren stokların elde edilmesiyle doğrudan ilişkili borçlanma maliyetleri, söz konusu stokun satışa veya kullanıma hazır hale geldiği tarihe kadar stok maliyetine dâhil edilirken sonrasında ortaya çıkan borçlanma maliyetleri ilgili dönem gideri olarak kaydedilir (Bobi FRIS 6.9).

Örnek: Savunma sanayii ekipmanları üretimi yapan işletme, Millî Savunma Bakanlığının açmış olduğu ihaleyi kazanmış ve üretim süreci 16 ay sürmesi planlanan işe başlamıştır. İşletme, söz konusu siparişin üretimi için gerekli finansmanın bir kısmını öz kaynaklarıyla bir kısmını da banka kredisi kullanarak yapmayı planlamaktadır. Bu amaçla işletme 31.08.2020 tarihinde bankadan 12 ay vadeli % 1,49 faizli 1.000.000 TL kredi sağlamıştır. Yapılan kredi anlaşmasının göre kredinin aylık taksit tutarı 93.333 TL olup, kredinin toplam maliyeti 1.119.996 TL'dir. Kredi ödeme planına göre 30.09.2020 tarihinde ödenmesi gereken tutarın 74.453 TL'si anapara, kalan 18.880 TL'lik kısmı ise faizdir.

31.08.2020			
102 BANKALAR	1.000.000		
308 ERTELENMİŞ BORÇLANMA MALİYETLERİ	119.996		
300 BANKA KREDİLERİ			1.119.996
12 ay vadeli kredi kullanımı			

KGK tarafından yayımlanan taslak hesap planına göre finans kuruluşlarından kullanılan kredilerin muhasebeleştirilmesinde iki farklı yöntem önerilmektedir. Birinci yöntemde bankaya olan kredi borcunun anapara ile birlikte faiz de dahil olmak üzere izlenmesidir. Bu durumda gelecek dönemlerde ortaya çıkacak faiz maliyetlerinin izlenmesi için "308 Ertelemiş Borçlanma Maliyetleri" hesabının kullanımı öngörülmüştür.

Kullanılmış olan kredinin 30.09.2020 tarihinde ödenmesi gereken ilk taksitin muhasebe kaydı aşağıdaki gibi olacaktır.

30.09.2020			
300 BANKA KREDİLERİ	93.333		
780 FİNANSMAN GİDERLERİ	18.880		
102 BANKALAR			93.333
308 ERTELENMİŞ BORÇLANMA MALİYETLERİ			18.880
Kredi taksit ödemesi			

Üretimi yapılan mamulün özellikli varlık niteliğinde olmasından dolayı gider olarak kaydı yapılan faizin TMS ve BOBİ FRS'ye göre ilgili varlığın maliyetine dahil edilmesi gerekmektedir. Aynı durum VUK için de geçerli olup bu noktada düzenlemeler arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır.

30.09.2020			
151 YARI MAMULLER	18.880		
781 FİNANSMAN GİD. YANSITMA HS.			18.880
2019 yılı 3.dönemi faiz giderinin maliyeti eklenmesi			

3.1.2.Kur Farkları

Gerek yurtiçinde yerleşik firmalardan döviz karşılığı mal alımı ve gerekse ithalat kapsamında ürün alımı yapılması durumunda satın alınanın gerçekleştiği tarih ile ödemenin yapıldığı tarih arasında döviz kurundaki değişimlere paralel olarak kur farkı ortaya çıkmaktadır. Ortaya çıkan kur farklarının muhasebeleştirilmesinde TMS, BOBİ FRS ve VUK açısından küçük de olsa birtakım farklılıklar bulunmaktadır.

Vergi uygulamaları bakımından, stokların işletme aktifine dahil edildiği tarihe kadar oluşan kur farkının stok maliyetine dahil edilmesi gerekirken, stokların işletme aktifine girmesinden sonra ortaya çıkan kur farklarının stok maliyetine dahil edilmesi ya da dönem gideri olarak kaydedilmesi ise işletmelerin tercihine bırakılmıştır (VUK Genel Tebliği, No:238: B).

TMS 21 Kur Değişiminin Etkileri standardına göre ise yabancı para ile yapılan işlemin ilk muhasebeleştirme sırasında işlem tarihindeki geçerli kur üzerinden kayıt yapılması gerekmektedir (TMS 21, md.21). Ayrıca ilgili standarda göre ortaya çıkan kur farkları oluştukları dönemde kâr veya zararda muhasebeleştirilir (TMS 21, md.28). Ancak yabancı para ile borçlanmalarda ortaya çıkan kur farkı, faiz maliyetleri ile ilgili düzeltme olarak dikkate alındıkları ölçüde olmak üzere, borçlanma maliyetleri arasında sayılabilir (TMS 23, md.6). Bu durumda standartlara göre özellikli varlık niteliğinde olan stok edinimlerinde borçlanma maliyeti ile ilişkili olan kur farkının stok maliyetine eklenmesi gerekmektedir. Standartlara ve VUK'a göre kur farklarının muhasebeleştirilme ilkeleri Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Kur Farklarının Muhasebeleştirilmesi

<i>Stok</i>	<i>TMS/BOBİ FRS</i>	<i>VUK</i>
<i>İşletme Aktifine Girdiği Tarihe Kadar</i>	Gelir/Gider	Maliyet
<i>İşletme Aktifine Girdiği Tarihten Sonra</i>	Gelir/Gider	Maliyet veya Gelir/Gider

Tablo 6'da görüldüğü üzere TMS ve BOBİ FRS'ye göre kur farklarının gider olarak kaydedilmesi gerekmektedir. Ancak, stok kaleminin özellikli varlık niteliğinde olması halinde durum farklılaşmaktadır. Bu durumda hem TMS hem de BOBİ FRS açısından borçlanma maliyeti içerisinde değerlendirilebilecek kur farkının, ilgili stok kaleminin satışa hazır hale gelmesinden önce ortaya çıkması halinde maliyete ilave edilmesi; satışa hazır hale gelmesinden sonra ortaya çıkması durumunda ise dönem kâr veya zararı ile ilişkilendirilmesi gerekmektedir (Selvi ve Ercan, 2018).

Örnek: Bilişim ürünleri ticareti yapan işletme, uluslararası bir markanın ürünlerini Türkiye distribütöründen almak üzere ilgili firmayla anlaşma yapmıştır. Satın alınacak ürünlerin %18 KDV hariç tutarı 120.000 \$'dır. Firmayla yapılan anlaşma gereği 100.000 \$ avans olarak 10.01.2020 tarihinde döviz tevdiat hesabından transfer edilerek ödenmiştir. Bu tarihte 1 \$ = 5,46 TL'dir. Alış bedelinin kalan kısmı olan 20.000 \$ ile alış KDV tutarı ise ürünlerin teslim alındığı 30.01.2020 tarihinde ödenmiştir. Bu tarihte 1 \$ = 5,28 TL'dir.

Avansın ödenmesi ile ilgili kayıt, tüm düzenlemeler için aynı şekilde olacaktır.

10.01.2020			
159 VERİLEN SİPARİŞ AVANSLARI	546.000		
102 BANKALAR		546.000	
Ürün alımı için avans verilmesi (100.000 x 5,46)			

Ürünlerin teslim alınarak, bedelinin ödenmesi ile ilgili kayıt TMS ve BOBİ FRS'ye göre aşağıdaki gibi olacaktır.

30.01.2020			
153 TİCARİ MALLAR	633.600		
191 İNDİRİLECEK KDV	114.048		
650 TİC.BORÇLARA İLİŞKİN VADE FARKI GİD. VE ESAS FAAL.İLGİLİ KUR FARKI GİDERLERİ	18.000		
102 BANKALAR		219.648	
159 VERİLEN SİPARİŞ AVANSLARI		546.000	
Siparişin teslim alınması ve kalan ödemenin yapılması. (20.000x5,28=105.600+633.600x0,18=114.048)=219.648 (120.000 x 5,28 = 633.600)			

TMS ve BOBİ FRS'ye göre avansın verildiği tarih ile ürünlerin teslim alındığı tarih arasında ortaya çıkan (5,46-5,28) kur farkının (100.000 x 0,18) ilgili dönem gideri olarak kaydedilmesi gerekmektedir. Söz konusu tutar gider olarak kaydedildiği ve vergi kanunlarına göre gider olarak kabul edilmediği için ertelenmiş vergi etkisinin de aşağıdaki gibi kaydedilmesi gerekecektir.

30.01.2020			
289 ERTELENMİŞ VERGİ VARLIĞI	3.960		
692 SÜRDÜRÜLEN FAAL. ERTELENMİŞ VERGİ GELİR GİDER ETKİSİ		3.960	
Ertelenmiş vergi kaydı (18.000x%22)			

VUK'a göre söz konusu kaydın aşağıdaki gibi yapılması gerekmektedir.

30.01.2020			
153 TİCARİ MALLAR	651.600		
191 İNDİRİLECEK KDV	114.048		
102 BANKALAR		219.648	
159 VERİLEN SİPARİŞ AVANSLARI		546.000	
Siparişin teslim alınması ve kalan ödemenin yapılması. (20.000x5,28=105.600+633.600x0,18=114.048)=219.648 (100.000x5,46=546.000+20.000x5,28=105.600)=651.600			

Ülkemiz vergi uygulamaları açısından stokların aktife girdiği tarihe kadar ortaya çıkan olumsuz kur farkının ilgili stokun maliyetine eklenmesi gerekmektedir. Bu bakımdan kur farkı tutarı olan 18.000 TL ticari malın maliyetine dahil edilmiştir.

3.1.3. Alış İskontoları

Ticari hayatta alım satıma konu olan malların fiyatlarında bazı durumlarda indirim yapılması mümkündür. İndirim, bazı durumlarda malın alışı esnasında yapılmaktadır. Bu durumda herhangi bir düzeltici kaydın yapılmasına gerek kalmadan doğrudan indirimli fiyat üzerinden alış kaydının yapılması gerekmektedir. Ancak, erken ödeme veya belirli bir satış hacmine ulaşılması gibi durumlarda sonradan da indirim yapılması mümkün olmaktadır. Vadeden önce ödeme yapılması durumunda ortaya çıkan indirim kasa iskontosu, belirli bir satış hacminin aşılması durumunda yapılan indirimde ise miktar iskontosu denilmektedir (Demir, 2015).

TMS 2 ve BOBİ FRS'ye göre ticari iskontolar ve benzeri diğer indirimler, satın alma maliyetinin belirlenmesinde indirim konusu yapılmaktadır. Bu bakımdan standartlara göre kasa iskontosu elde edilmesi durumunda vade farkı uygulamasına paralel olarak, vade farkının dönem gideri kaydedilmesi halinde kasa iskontosunun da gelir kaydedilmesi; vade farkının maliyete dahil edilmesi gereken durumlarda ortaya çıkan iskonto tutarının ise maliyetten düşülmesi gerekmektedir (zbirecikli vd., 2017). Vergi mevzuatımıza göre ise vade farkının maliyete ilave ediliyor olmasından dolayı kasa iskontolarının da mevcut mal maliyetinden veya malların satılmış olması halinde satılan mal maliyetinden düşülmesi gerekmektedir (zerhan ve Yanık, 2015).

rnek: Toptan tekstil ürünleri satışı yapan işletme, peşin fiyatı %8 KDV hariç 100.000 TL olan malı, 3 ay vadeli 105.000 TL'ye 31.08.2020 tarihinde satın almıştır. KDV tutarı alım esnasında banka havalesi yoluyla ödenmiştir. İşletme nc ayın sonunu beklemeden 10.10.2020 tarihinde ödeme yapmış olmasından dolayı satıcı firmayla yapılan anlaşma gereği 3.000 TL iskonto sağlamıştır.

Hem VUK, hem de vadenin bir yıldan kısa olması sebebiyle BOBİ FRS'ye göre borçlanma maliyetinin stok maliyetine ilave edilmiş olmasından dolayı sağlanan iskonto tutarının stok maliyetine indirim olarak yansıtılması gerekmektedir. Bu bakımdan VUK ve BOBİ FRS'ye göre iskontoya ilişkin yapılması gereken kayıt;

10.10.2020			
320 SATICILAR		3.240	
	153 TİCARİ MALLAR		3.000
	391 HESAPLANAN KDV		240
Hak kazanılan kasa iskontosu			

TMS 2 Stoklar standardına göre alışta ortaya çıkan borçlanma maliyetinin dönem gideri olarak kaydedilmesi gerekmektedir.

31.08.2020		
153 TİCARİ MALLAR	100.000	
191 İNDİRİLECEK KDV	8.400	
328 ERTELENMİŞ VADE FARKI GİDERLERİ	5.000	
320 SATICILAR		105.000
102 BANKALAR		8.400
3 ay vadeli mal alış		

Buna ilave olarak söz konusu vade farkı tutarının ilgili döneme ait olan kısmının etkin faiz yöntemine göre cari dönem giderine dahil edilmesi gerekmektedir. Bunun için öncelikle etkin faiz oranının hesaplanması gerekmekte olup faiz oranı aşağıdaki gibi hesaplanabilir;

$$\text{Bugünkü Değer} = \frac{A}{(1+n)^t}$$

Formülde n, etkin faiz oranını; t ise vadeyi ifade etmektedir. Buna göre;

$$100.000 = \frac{105.000}{(1+n)^{3/12}}$$

$$(1+n)^{3/12} = 105.000/100.000$$

$$1+n = \sqrt[3]{1,05^{12}}$$

$$n = 1,2155 - 1$$

$$n = 0,2155$$

Hesaplamaya göre etkin faiz oranı %21,6 olarak bulunmuştur. Bu durumda İşletmenin üçer aylık dönemler itibariyle finansal raporlama yaptığı düşünüldüğünde 30.09.2020 tarihi itibariyle söz konusu alıma ilişkin olarak 1 aylık döneme isabet eden faiz gideri 1.694 TL olacaktır.

30.09.2020		
650 TİCARİ BORÇLARA İLİŞKİN VADE FARKI GİDERLERİ	1.694	
328 ERTELENMİŞ VADE FARKI GİDERLERİ		1.694
2020 yılı 1.dönemine ait vade farkı gider kaydı		

Borç tutarının erken ödenmesi nedeniyle hak kazanılan kasa iskontosu ile ilgili yapılması gereken kayıt;

10.10.2020		
320 SATICILAR	3.240	
650 TİCARİ BORÇLARA İLİŞKİN VADE FARKI GİDERLERİ	306	
328 ERTELENMİŞ VADE FARKI GİD.		3.306
391 HESAPLANAN KDV		240
Hak kazanılan kasa iskontosu		

Yukarıda yapılan kayıta, toplam faiz tutarı olan 5.000 TL'den daha önce dönem giderine kaydedilmiş olan faiz gideri tutarı olan 1.694 TL düşüldükten sonra ertelenmiş vade farkı gideri olarak kayıtlı bulunan 3.306 TL, bakiye borç ödendiği için kapatılmıştır.

Ciro primi olarak da adlandırılan miktar iskontosunda ise durum biraz daha farklıdır. 26 seri numaralı KDV Genel Tebliğinde de belirtildiği üzere miktar iskontosu, dönem sonlarında veya belirli bir ciro tutarı aşıldığında yapılan indirimlerden ibarettir. Bu sebeple bu indirim, doğrudan satışa konu olan malla ilgili değildir. Firmanın yaptığı ek bir çalışmanın ya da çabanın sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple yapılan iş ana firmaya karşı verilen bir hizmettir. Çünkü ana firma ile satıcı firma arasında düzenlenen sözleşmeye göre satıcı firma sözleşmenin hükümlerine uygun olarak belli bir çabayı göstermiş ve iskontoya hak kazanmıştır (KDV Genel Tebliği, No:26: L/2). Bu bakımdan gerek standartlara ve gerekse de vergi uygulamalarına göre alış işleminden sonra yapılan miktar iskontolarının doğrudan gelir kaydedilmesi gerekmektedir.

Örnek: Hazır gıda ürünleri satışı yapan işletme, bayiliğini yaptığı ürünlerin satışı için 2020 yılında yıllık ürün kotası olan 100.000 birimi tamamladığı için yıl sonunda 10.800 TL ciro primine hak kazanmıştır. Satıcı firma, yıl sonunda iskonto tutarının mevcut alacağından mahsup edildiğini ve tutar için fatura gönderilmesi gerektiğini bildirmiş, bunun üzerine söz konusu tutar satıcı firmaya fatura edilmiştir.

Vergi uygulamaları ile TMS ve BOBİ FRS açısından işlemin aşağıdaki gibi muhasebeleştirilmesi gerekmektedir.

31.12.2020			
320 SATICILAR		10.800	
	649 DİĞER FAALİYTLERDEN ÇEŞİTLİ GELİR VE KAZANÇLAR		10.000
	391 HESAPLANAN KDV		800
Hak kazanılan ciro primi			

Miktar iskontosunun muhasebeleştirilmesinde, iskonto bedelinin stok maliyetinden düşülmesi gibi farklı uygulamalar mevcuttur. Ancak, vergi uygulamaları açısından KDV genel tebliğinde yer alan hükme göre tutarın dönem geliri olarak kaydedilmesi gerektiği aşikârdır (Özerhan ve Sultanoğlu, 2018). Ayrıca TMS ve BOBİ FRS açısından iskonto tutarının maliyetin belirlenmesinde indirim konusu yapılabilmesi için söz konusu iskontonun alış esnasında ortaya çıkmış olması gerektiği düşünülmektedir.

3.2. Dönüştürme Maliyetleri

TMS 2'ye göre mamul maliyeti, direkt ilk madde ve malzeme giderleri ile direkt işçilik giderlerine ilave olarak ilk madde ve malzemenin mamule dönüştürülmesinde katılan sabit ve değişken genel üretim giderlerinden sistematik bir şekilde dağıtılan tutarları da içeren normal maliyet yöntemine göre hesaplanmaktadır. Sabit genel üretim giderleri, üretim tesislerinin normal kapasitesi

esas alınarak mamul maliyetine ilave edilir. Standartta ifade edilen normal kapasite, “*planlanan bakım-onarım çalışmalarından kaynaklanan kapasite düşüklüğü de dikkate alınarak, normal koşullarda birkaç dönem veya sezonda elde edilmesi beklenen ortalama üretim miktarıdır*”. Standarda göre mamul maliyetine eklenmeyen sabit genel üretim gideri gerçekleştiği dönemde, gider olarak finansal tablolara yansıtılır (TMS 2, md.13). BOBİ FRS’ye göre dönüştürme maliyetlerinin belirlenmesinde tam maliyet yöntemi benimsenmiştir. Ancak standartta, isteyen işletmelerin normal maliyet yönteminin kullanılmasına da izin verilmektedir. BOBİ FRS’ye göre dağıtılmayan genel üretim gideri, gerçekleştiği dönemde “Satışların Maliyeti” kaleminde gösterilir (Bobi FRS, 6.12-13).

VUK’a göre mamul maliyetinin hesaplanmasında kullanılması gereken yöntem ise tam maliyet yöntemidir (Doğan, 2018). Bununla birlikte VUK’un 275. maddesine göre faaliyet giderlerinden mamul maliyetine pay verilmesine de izin verilmektedir.

Örnek: Ayakkabı üretimi yapan firmanın kapasite kullanım raporuna göre normal kapasitesi aylık 20.000 çift ayakkabıdır. Firma 2020 yılı Haziran ayında 16.000 çift ayakkabı üretimi gerçekleştirmiştir. İlgili dönem üretim giderlerinin dağılımı aşağıdaki gibidir;

Maliyet Unsuru	Tutar (TL)
Direkt İlk Madde ve Malzeme Gideri	650.000
Direkt İşçilik Gideri	340.000
Sabit Genel Üretim Gideri	240.000
Değişken Genel Üretim Gideri	290.000
TOPLAM	1.520.000

Maliyet hesaplama yöntemlerine göre birim ve toplam mamul maliyetlerini aşağıdaki gibi hesaplamak mümkündür.

Maliyet Unsuru	Tam Maliyet	Normal Maliyet	Değişken Maliyet	Asal Maliyet (İlk)
Direkt İlk Madde ve Malzeme Gideri	650.000	650.000	650.000	650.000
Direkt İşçilik Gideri	340.000	340.000	340.000	340.000
Sabit Genel Üretim Gideri	240.000	192.000	-	-
Değişken Genel Üretim Gideri	290.000	290.000	290.000	-
Toplam Maliyet	1.520.000	1.472.000	1.280.000	990.000
Birim Maliyet	95,00	92,00	80,00	61,88

VUK’a göre kullanılması gereken yöntem olan tam maliyet yöntemine göre 2020 yılı Haziran ayında üretilen mamule yüklenmesi gereken maliyet tutarı 1.520.000 TL olup, bu durumda birim mamul maliyeti 95 TL olarak gerçekleşmektedir. BOBİ FRS’ye göre de isteyen işletmeler bu maliyet hesaplama yöntemine kullanabilmektedirler. Bu durumda yapılması gereken kayıt aşağıdaki gibi olacaktır.

30.06.2020			
151 YARI MAMULLER		1.520.000	
711 DİREKT İLK MD. VE MLZ.GİD.YANS. HESABI			650.000
721 DİREKT İŞÇİLİK GİD. YANSITMA HESABI			340.000
731 GENEL ÜRETİM GİD. YANSITMA HESABI			530.000
Üretim maliyetlerinin mamul maliyetine aktarımı			

TMS'ye göre kullanılması gereken ve işletmeler tarafından istenilmesi halinde BOBİ FRs'ye göre kullanılabilen normal maliyet yöntemine göre üretim maliyetine yüklenmesi gereken tutar 1.472.000 TL'dir. Bu yöntemde sabit genel üretim giderinden mamule pay verilebilmesi için kapasite kullanım oranının hesaplanması gerekmektedir. Firmanın normal kapasitesi 20.000 birim, fiili kapasitesi ise 16.000 birim olması nedeniyle kapasite kullanım oranı %80 (16.000/20.000) olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda sabit genel üretim giderlerinden mamule yüklenmesi gereken tutar 192.000 TL (240.000x0,80) olacaktır. TMS ve normal maliyet yöntemi tercih edilmesi durumunda BOBİ FRs'ye göre yapılması gereken kayıt aşağıdaki gibidir.

30.06.2020			
151 YARI MAMULLER		1.472.000	
624 DAĞITILMAYAN SABİT GENEL ÜR.GİD.		48.000	
711 DİREKT İLK MD. VE MLZ. GİD. YANS. HESABI			650.000
721 DİREKT İŞÇİLİK GİD. YANSITMA HESABI			340.000
731 GENEL ÜRETİM GİD. YANSITMA HESABI			530.000
Üretim maliyetlerinin mamul maliyetine aktarımı			

Normal maliyet yöntemine göre yapılan kayıta sabit genel üretim giderinin mamul maliyeti ile ilişkilendirilmeyen kısmı olan 48.000 TL'nin (240.000-192.000) standart gereği dönem gideri olarak kayıt edilmesi gerekmektedir. Taslak hesap planına göre üretim birimlerine dağıtılmayan sabit genel üretim giderlerinin izlenmesi için "624 Dağıtılmayan Sabit Genel Üretim Giderleri Hesabı" oluşturulmuştur. TMS ve BOBİ FRs'ye göre yapılan kayda göre dönem gideri olarak kaydedilen tutar VUK açısından gider niteliğinde olmadığı için vergi uyum kaydının da ayrıca yapılması gerekmektedir.

3.3. Diğer Maliyetler

TMS 2 ve BOBİ FRs'ye göre sadece stokların mevcut duruma ve konumuna getirilmesi için katılan giderler stok maliyetlerine eklenir (Bobi FRs 6.14; TMS 2 md.15). Bu tür maliyetler, sadece stokların mevcut konumuna ve durumuna getirilmesi için katlandıği ölçüde stok maliyetine dâhil edilir. Ayrıca stokların mevcut konuma ve duruma getirilmesinde katkısı olmayan genel yönetim giderleri, normalin üstünde gerçekleşen fire ve kayıplar ile satış maliyetleri mamul maliyete dahil edilmez (Bobi FRs 6.15; TMS 2 md.16). VUK uygulamaları da bu noktada standartlara paralellik göstermekle birlikte VUK'un 275. Maddesine göre genel yönetim giderlerinden mamule düşen hissenin mamulün maliyetine alınmasının isteğe bağlı bırakılması diğer maliyetler açısından tek farklılık olarak ortaya çıkmaktadır (Yalçın, 2019).

3.4. Ortak ve Yan Ürünlerin Maliyetinin Belirlenmesi

Üretim sürecinde aynı anda birden fazla ürünün ortaya çıkması durumunda ortak ürün ya da yan ürün olarak adlandırılacak ürünlerden söz edilmektedir. Aynı hammaddeden, aynı üretim sürecine tabi tutularak birden fazla çeşitte ortaya çıkan ürünlere ortak ürün denilmektedir. Bu ürünler, aynı üretim işlemi sonucu ortaya çıkmakta ve değerleri de benzer düzeyde olmaktadır. Üretim sürecinin belirli bir noktasında iki veya daha fazla ürün grubunun ayrılarak yeni bir üretim sürecinin başladığı noktaya ise ayrılma noktası denilmektedir. Bu noktaya kadar katlanılan maliyetlerin ayrı ayrı izlenmesi mümkün bulunmamakla birlikte bu giderler ortaktır ve bunlara birleşik giderler denilmektedir. Bu noktadan sonra ortaya çıkan maliyetlere ise ek gider denilmektedir (Karakaya, 2007). TMS 2 ve BOBİ FRS'ye göre her bir ürünün üretim maliyetinin ayrı olarak belirlenmediği durumlarda, maliyetler ürünler arasında tutarlı ve mantıklı bir şekilde dağıtılmalıdır. Bu bakımdan standartlarda kesinlikle kullanılması gereken bir yöntem belirtilmemiştir. Birleşik maliyetlerin dağıtımı ile ilgili olarak ortaya çıkan birleşik maliyetlerin, her bir ürünün ayrı olarak belirlenebilir hale geldiği üretim aşamasındaki veya üretimin tamamlandığı andaki nispi satış değerine göre yapılabileceği belirtilmiştir (Bobi FRS 6.16; TMS 2 md.14).

Yan ürün, üretimi amaçlanan mamul dışında kendiliğinden ortaya çıkan ürünlerdir. Bu ürünler miktar ve değer olarak esas ürüne kıyasla oldukça düşük düzeydedir (Gökçen ve Baysak, 2019). TMS 2 ve BOBİ FRS'ye göre yan ürünler, değerlerinin önemsiz olduğu durumlarda net gerçekleştirilebilir değer üzerinden ölçülür ve bu değer, ana ürünün maliyetinden düşülür. Bunun sonucu olarak ana ürünün defter değeri, maliyet değerinden önemli ölçüde farklılık göstermeyecektir (Bobi FRS 6.16; TMS 2 md.14).

Vergi Usul Kanununda ortak ürünlerin maliyetinin belirlenmesi ile ilgili ayrı bir düzenleme bulunmamakla birlikte 275. madde hükmüne göre imal edilen mamulün maliyetine kanunda belirtilen unsurlar ilave edilerek esas ürün maliyetinin belirlenmesine benzer bir şekilde belirlenebilir. Yan ürünlerin maliyeti konusunda da VUK'ta ayrı bir düzenleme bulunmamakta, 278. madde uyarınca emsal bedel ile değerlendirilmesi gerekmektedir (Yalçın, 2019).

Örnek: Şeker pancarından toz şeker üretimi yapan işletmede ana ürün olan toz şekere ilave olarak melas da ortaya çıkmaktadır. 2020 yılı Mart ayı birleşik üretim maliyetleri aşağıdaki gibidir;

Direkt İlk Madde ve Malzeme Gideri	: 550.000 TL
Direkt İşçilik Giderleri	: 320.000 TL
Genel Üretim Giderleri	: 230.000 TL
Toplam Birleşik Üretim Maliyeti	: 1.100.000 TL

İşletmede ilgili dönemde 350 ton toz şeker ve 150 ton melas üretimi gerçekleştirilmiştir. Şekerin piyasa fiyatı 3.570 TL/ton, melasın piyasa fiyatı 750 TL/ton'dur. Ayrılma noktasından sonra melasın satışa hazır hale getirilebilmesi için katlanılan ilave maliyet tutarı ise 20.000 TL'dir.

TMS ve BOBİ FRS'ye göre bir ürünün yan ürün olarak nitelendirilebilmesi için ortaya çıkan ürünün esas ürüne kıyasla miktar ve değer olarak düşük düzeyde olması gerekmektedir. Yukarıda verilen örnekte her ne kadar miktar olarak melas üretimi çok düşük düzeyde olmamasına rağmen, değer olarak ana ürüne oranla oldukça düşük düzeyde olduğu söylenebilir. Çünkü üretilen şekerin piyasa değeri (350 ton x 3.570 TL) 1.249.500 TL iken melasın piyasa değeri ise (150 ton x 750 TL) 112.500 TL'dir. Başka bir ifadeyle piyasa değeri açısından melasın değeri, şekerin değerinin %9'u kadardır. Bu durumda değer olarak ana ürün olan şekerle oranla düşük bir değere sahip olan melasın yan ürün olarak nitelendirilmesi gerekmektedir.

31.03.2020			
151 YARI MAMULLER		1.120.000	
711 DİREKT İLK MD. VE MLZ. GİD.YANS. HESABI			550.000
721 DİREKT İŞÇİLİK GİD. YANSITMA HESABI			320.000
731 GENEL ÜRETİM GİD. YANSITMA HESABI			250.000
Üretim maliyetlerinin mamul maliyetine aktarımı			
152 MAMULLER		1.007.500	
157 DİĞER STOKLAR		112.500	
151 YARI MAMULLER			1.120.000
Üretim maliyetlerinin mamul maliyetine aktarımı			

TMS ve BOBİ FRS'ye göre yan ürünlerin net gerçekleşebilir değer üzerinden ölçülmesi ve maliyetinin esas ürün maliyetinden düşülmesi gerekmektedir. Bu durumda yan ürün olan melasın gerçeğe uygun değeri şu şekilde hesaplanabilir;

Tahmini satış fiyatı : 112.500 TL

Tahmini tamamlama maliyeti : 20.000 TL

Net gerçekleşebilir değer : 92.500 TL

Bu durumda birleşik maliyet tutarı olan 1.100.000 TL'den yan ürünün net gerçekleşebilir değeri olan 92.500 TL düşülerek kalan tutar olan 1.007.500 TL ana ürüne yüklenecek maliyet tutarıdır.

Örnek: Kırmızı et entegre işletmesinde 2020 yılı Mayıs ayı itibariyle elde edilen ürünler, ürünlerin satış fiyatları ve toplam satış hasılatı içindeki payları aşağıdaki gibidir.

Ürün	Üretim Miktarı (kg)	Satış Fiyatı (TL)	Tutar (TL)	Oran (%)
Bonfile	5.000	50,00	250.000	7,68
Rosto	9.000	35,00	315.000	9,68
Kuşbaşı	23.000	32,00	736.000	22,61

Pirzola	4.000	46,00	184.000	5,65
Kıyma	59.000	30,00	1.770.000	54,38
TOPLAM	100.000		3.255.000	100,00

İşletmenin normal üretim sürecinde yukarıda yer alan ürünlere ilave olarak ortaya çıkan yan ürün miktarları, satış fiyatları ve bu ürünler için ayrılma noktasından sonra katlanılan maliyetler aşağıdaki gibidir.

Ürün	Üretim Miktarı	Satış Fiyatı (TL)	Tutar (TL)	İlave Maliyet
Deri	13.000 kg.	4,00	52.000	5.000
Sakatat	400 takım	350,00	140.000	10.000
TOPLAM			192.000	15.000

İşletmenin ilgili dönemde üretim için katlandığı birleşik maliyet tutarları ise aşağıdaki gibidir;

Direkt İlk Madde ve Malzeme Gideri : 2.950.000 TL

Direkt İşçilik Gideri : 90.000 TL

Genel Üretim Gideri : 60.000 TL

Toplam : 3.100.000 TL

Ortak ürünlerin üretimine yüklenecek maliyet tutarının belirlenebilmesi için yan ürünlerin net gerçekleşebilir değerinin hesaplanması gerekmektedir. Yan ürünlerin net gerçekleşebilir değeri (192.000-15.000) 177.000 TL olacaktır. Bu durumda ortak ürünlere yüklenmesi gereken birleşik maliyet tutarı ise (3.100.000-177.000) 2.923.000 TL'dir.

Bu durumda birleşik maliyetin piyasa satış değerlerine göre ortak ürünlere dağılımı ise aşağıdaki gibi olur.

Ürün	Birleşik Maliyet (TL)	Toplam Satış İçindeki Pay (%)	Birleşik Maliyet Payı (TL)
Bonfile		7,68	224.486,40
Rosto		9,68	282.946,40
Kuşbaşı	2.923.000	22,61	660.890,30
Pirzola		5,65	165.149,50
Kıyma		54,38	1.589.527,40
TOPLAM		100,00	2.923.000,00

Ortak ve yan ürünlerin maliyetlerinin belirlenmesinde TMS ve BOBİ FRS tam uyumludur. VUK'ta ise yan ürünlerle ilgili bir düzenleme bulunmamakla birlikte genel olarak standart setleri ile kısmi bir uyumluluk söz konusudur.

3.5. Maliyet Hesaplama Yöntemleri

TMS ve BOBİ FRS'ye göre stokların satışı veya kullanımı durumlarında maliyetinin, normal şartlarda birbirleriyle ikame edilemeyen stoklar ve özel projeler için üretilen ya da satın alınan mal ve hizmetler için gerçek parti maliyet yöntemi ile belirlenmesi önerilmektedir. Gerçek parti maliyetinin tespitinin mümkün olmadığı durumlarda ise stok kalemlerinin maliyeti, ilk giren ilk çıkar (FIFO) veya ağırlıklı ortalama maliyet yöntemlerinden biri kullanılarak hesaplanır. Standart setlerine göre ayrıca benzer niteliklere ve benzer kullanıma sahip tüm stoklar için aynı maliyet hesaplama yönteminin kullanılması gerekmekte; ancak nitelikleri veya kullanım alanları itibarıyla farklı olan stoklar için farklı maliyet hesaplama yöntemlerinin kullanılmasına izin verilmektedir (Bobi FRS 6.20; TMS 2 md.25). VUK'a göre ise stokların değerlemesinde maliyet bedeli ölçüsü kabul edilmiş ve maliyet bedelinin hesaplanmasında uygulanacak yöntemin seçiminde işletmeler serbest bırakılmıştır.

3.6. Maliyet Ölçüm Teknikleri

TMS ve BOBİ FRS'ye göre mamul maliyeti, üretim giderlerinin gerçekleşmiş tutarları esas alınarak fiili maliyet yöntemine göre belirlenir. Ancak sonuçlar fiili maliyete yakınsa, standart maliyet yöntemi veya perakende yöntemi gibi stok maliyeti ölçüm yöntemleri de kullanılabilir. *“Standart maliyet hesabında, hammadde ve malzemelerin, işçiliğin, verimliliğin ve kapasite kullanımının normal düzeyleri dikkate alınır. Standart maliyetler, düzenli olarak gözden geçirilir ve gerektiği takdirde mevcut şartlara göre yeniden belirlenir. Perakende yönteminde maliyet, stokların satış değerinden uygun brüt kâr marjının düşülmesi suretiyle bulunur”* (Bobi FRS 6.19; TMS 2 md.21).

VUK'a göre işletmeler ürettikleri mamulün maliyet bedellerini ilgili maddede belirtilen maliyet unsurlarını kapsaması şartıyla diledikleri yöntemle ölçebilmektedirler. Ayrıca, VUK çerçevesinde şekillendirilmiş olan Tek Düzen Hesap Planında yer alan maliyet fark hesapları, standart maliyet yönteminin uygulanabilmesi için uygun bir altyapı da sağlamaktadır. Bu bakımdan VUK ve buna paralel olarak MSUGT'ye göre fiili maliyet yönteminin yanı sıra standart maliyet yönteminin kullanılmasına da izin verilmektedir (Selvi ve Ercan, 2018).

Örnek: Ayakkabı imalatı yapan ve maliyetlerini standart maliyet yöntemine göre hesaplayan bir işletmenin, A184 stok kodu ile üretmekte olduğu ayakkabıların standart maliyeti şu şekilde belirlenmiştir.

Standart Hammadde Maliyeti : 52 TL

Standart İşçilik Maliyeti : 23 TL

Standart Genel Üretim Payı : 12 TL

İşletme 2020 yılı birinci döneminde söz konusu ayakkabı modelinden 5.000 çift üretmeyi planlamaktadır. Bu durumda yapılması gereken kayıt aşağıdaki gibi olacaktır.

31.03.2020			
151 YARI MAMULLER		435.000	
711 DİREKT İLK MD. VE MLZ.GİD.YANS. HESABI			260.000
721 DİREKT İŞÇİLİK GİD. YANSITMA HESABI			115.000
731 GENEL ÜRETİM GİD. YANSITMA HESABI			60.000
Standart maliyetlerin mamul maliyetine yüklenmesi			

Örnek: Perakende elektronik ürün ticaret yapan bir işletme maliyet bedeli üzerinden %20 kar marjı ile satış yapmaktadır. 2020 yılı başında stokta bulunan 75.000 TL’lik X marka/model bilgisayardan dönem içinde 285.000 TL’lik almış, 360.000 TL’lik satmıştır.

Perakende yöntemine göre satılan malın maliyeti ve dönem sonu stok tutarı aşağıdaki şekilde hesaplanır;

$$\text{Satılan Ticari Mal Maliyeti} : 360.000/1,20 = 300.000 \text{ TL}$$

$$\text{Dönem Sonu Stok} : 75.000+285.000-300.000 = 60.000 \text{ TL}$$

3.7. Stokların Dönem Sonu Değerlemesi

Stokların raporlama dönemi sonunda değerlemesi, stokların zarar görmesi, teknolojik gelişmeler nedeniyle kısmen veya tamamen değerini kaybetmesi ya da satış fiyatının düşmesi gibi nedenlerle stok maliyetinin geri kazanılabilir olma kabiliyetinin ölçülmesi anlamına gelmektedir (Kaygusuzoğlu, 2010: 188). TMS ve BOBİ FRS’ye göre raporlama dönemi sonunda stoklar, maliyet bedeli ve net gerçekleştirilebilir değer düşük olanı ile değerlendirilir (BOBİ FRS 6.22; TMS 2 md.28).

Gerek TMS ve gerekse BOBİ FRS’ye göre stoklar değer düşüklüğüne uğramışsa, stokların defter değeri net gerçekleştirilebilir değerine indirilir. Bu indirim tutarı değer düşüklüğü zararıdır ve kâr veya zararda muhasebeleştirilir (Kaya, 2018). Ayrıca standart setlerine göre “*Stoklara ilişkin değer düşüklüğü testi genellikle her bir stok kalemi için ayrı ayrı gerçekleştirilir. Ancak bazı durumlarda, benzer veya ilişkili kalemleri gruplandırmak uygun olabilir. Örneğin, benzer amaçlara veya nihai kullanıma sahip stok kalemlerinin aynı coğrafi bölgede üretilip pazarlanması ve bu stokların değerlemesinin aynı üretim hattındaki diğer ürünlerden ayrı olarak yapılamaması durumunda gruplandırma yapılabilir*” (Bobi FRS 6.23; TMS 2 md.29).

VUK’a göre stoklar, maliyet bedeli ile değerlendirilir. Ancak stokların maliyet bedeline göre değerlendirme günündeki satış bedelleri %10 ve daha fazla bir düşüklük gösterdiği hallerde, maliyet bedeli yerine emsal bedeli ölçüsü kullanılabilir (Öztürk, 2017). Ayrıca, doğal afetler ya da bozulmak, çürümek, kırılmak, çatlamak, paslanmak gibi sebepler nedeniyle değerinde önemli bir azalış ortaya çıkan stoklar da emsal bedeli ile değerlendirilir. Kanuna göre emsal bedelin tespitinde değeri düşen mallar için uygulanabilen ortalama fiyat esaslı ve takdir komisyonunca tespit olmak üzere iki yöntem bulunmaktadır. Ancak genel uygulamada emsal bedelin tespiti için başvuru yöntem takdir komisyonunca emsal bedel tespitidir (Özulucan ve Temel, 2020).

KGK tarafından yayımlanan taslak hesap planına göre değer düşüklüğüne uğrayan stoklar için ayrılan karşılıkların izlenmesi amacıyla “626 Stok Değer Düşüklüğü Karşılık Giderleri” hesabının kullanımı öngörülmüştür. Ayrıca karşılık ayrılan stok kalemlerinin, koşulların değişmesi nedeniyle değer düşüklüğü riski ortadan kalkması ve dolayısıyla karşılığın iptali söz konusu olduğunda ise “627 Stoklara İlişkin Konusu Kalmayan Karşılıklar” hesabının kullanımı öngörülmüştür.

Örnek: Elektronik ürün ticareti ile uğraşan bir işletmenin stoklarında bulunan bazı ürünlerin dönem sonu itibariyle teknolojik olarak eskidiği ve satış değerinin düştüğü tespit edilmiştir. Ürünlerin maliyet değeri 280.000 TL’dir. Yapılan araştırmaya göre bu ürünlerin piyasa satış değerinin 260.000 TL olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca bu ürünlerin montaj ve nakliye bedelinin de 5.000 TL olacağı tahmin edilmiştir.

TMS ve BOBİ FRS’ye göre stoklar, raporlama dönemi sonlarında maliyet bedeli ve net gerçekleşebilir değerden düşük olanı ile değerlendirilmektedir. Söz konusu ürünlerin net gerçekleşebilir değeri şu şekilde hesaplanır;

Net Gerçekleşebilir Değer = Tahmini Satış Fiyatı – Tahmini Tamamlama Maliyeti – Tahmini Satış Giderleri

$$\text{NGD} \quad : 260.000 - 5.000 \quad = 255.000 \text{ TL}$$

$$\text{Değer Düşüklüğü} \quad : 280.000 - 255.000 \quad = 25.000 \text{ TL}$$

31.12.2020			
626 STOK DEĞER DÜŞÜKLÜĞÜ KARŞILIK GİD.		25.000	
158 STOK DEĞER DÜŞÜKLÜĞÜ KARŞILIKLARI			25.000
Stok değer düşüklüğü karşılığı ayrılması			

VUK’a göre değer düşüklüğü ayrılabilmesi için %10 ve üzerinde bir değer kaybının tespit edilmiş olması gerekmektedir. Örnekte ortaya çıkan değer düşüklüğü tutarı %10’dan düşük olduğu için vergisel açıdan gider kaydı mümkün bulunmamaktadır. Bu bakımdan vergi uyum kaydının da ayrıca yapılması gerekmektedir.

Standart setlerinde ayrıca hammaddelerin ve buna paralel olarak mamullerin değerlemesi ile ilgili hüküm de bulunmaktadır. Buna göre, “bir hammadde ve malzeme kullanılarak üretilen mamulün, maliyetinin altında satılmasının beklenmemesi durumunda bu hammadde ve malzeme için değer düşüklüğü ayrılmaz. Ancak, ham madde ve malzemelerin fiyatlarındaki azalış, mamullerin net gerçekleşebilir değerinin maliyetinden daha düşük olacağını gösteriyorsa, hammadde ve malzemelerin değeri net gerçekleşebilir değerine düşürülür” (Bobi FRS, 6.24).

Örnek: Entegre tavuk ürünleri imalatı yapan bir işletmenin stoklarında kg’ı 11 TL’den kayıtlı 20.000 kg hammadde stoku bulunmaktadır. Ülkede yapılan yasal düzenleme gereği tavuk eti fiyatlarının yükselmiş olması gerekçesiyle ithalatta alınan vergiler düşürülmüş ve ülkeye hammadde girişi artmıştır.

Bu sebeple hammadde alış fiyatı 9 TL'ye düşmüş, buna bağlı olarak geçmiş dönemde 14 TL olan ürün satış fiyatı da 12 TL'ye gerilemiştir.

Hammadde fiyatlarındaki azalışın mamulün net gerçekleştirilir değerinin maliyetinden daha düşük olacağını gösterdiği için söz konusu hammaddeler için değer düşüklüğü karşılığı ayrılması gerekmektedir. Burada ortaya çıkan değer düşüklüğü tutarı %10'un üzerindedir. VUK açısından emsal bedel üzerinden değerlendirilerek değer düşüklüğü tutarının gider kaydedilmesi mümkündür.

31.12.2020			
626 STOK DEĞER DÜŞÜKLÜĞÜ KARŞILIK GİD.		40.000	
158 STOK DEĞER DÜŞÜKLÜĞÜ KARŞILIKLARI			40.000
Stok değer düşüklüğü karşılığı ayrılması (11-9)x20.000			

Standart setlerinde değer düşüklüğü ile ilgili bir başka düzenleme ise değer düşüklüğü karşılığının iptali ile ilgilidir. Buna göre değer düşüklüğünün ayrıldığı dönemi izleyen dönemlerde, “*net gerçekleştirilir değer yeniden değerlendirilir. Daha önce stokların maliyet değerinin altına indirgenmesine neden olan koşulların artık mevcut olmaması veya değişen ekonomik koşullar nedeniyle net gerçekleştirilir değerinde bir artış olduğuna ilişkin açık bir kanıtın bulunması durumunda, indirgenen tutar iptal edilir*”. Ancak burada iptal edilen tutar, daha önce indirgenen tutarla sınırlıdır (Bobi FRS 6.25; TMS 2 md.33). Başka bir ifadeyle stokun yeni defter değeri, maliyet değeri ile revize edilmiş net gerçekleştirilir değerinden düşük olanı olur.

Örnek: Toptan demir ticareti ile uğraşan bir firmanın stoklarında birim maliyeti 2.300 TL olan 250 ton demir bulunmaktadır. Raporlama dönemi sonunda yapılan değerlendirmeye göre inşaat sektöründe ortaya çıkan kriz sebebiyle piyasa satış değerinin 2.200 TL'ye düştüğü ve birim satış giderinin de 10 TL olduğu tespit edilmiştir.

Maliyet Bedeli	: 2.300 x 250	= 575.000 TL
Net Gerçekleşebilir Değer	: (2.200-10)x250	= 547.500 TL
Değer Düşüklüğü	: 575.000 – 547.500	= 27.500 TL

31.12.2020			
626 STOK DEĞER DÜŞÜKLÜĞÜ KARŞILIK GİD.		27.500	
158 STOK DEĞER DÜŞÜKLÜĞÜ KARŞILIKLARI			27.500
Stok değer düşüklüğü karşılığı ayrılması			

Örnek: İnşaat sektörünün canlandırılması amacıyla devlet tarafından uygulanan reformlar sebebiyle inşaat piyasası hareketlenmiş ve önceki örnekte değer düşüklüğü karşılığı ayrılmış olan demirin net gerçekleştirilir değeri sonraki raporlama dönemi itibarıyla 2.280 TL'ye yükselmiştir.

Net Gerçekleşebilir Değer	: 2.280 x 250	= 570.000 TL
Değer Düşüklüğü	: 575.000 – 570.000	= 5.000 TL

İptal Edilmesi Gereken Karşılık: 27.500 – 5.000 = 22.500 TL

31.03.20			
21			
158 STOK DEĞER DÜŞÜKLÜĞÜ KARŞILIKLARI	22.500		
627 STOKLARA İLİŞKİN KONUSU KALMAYAN KARŞILIKLAR			22.500
Stok değer düşüklüğü kısmi iptali			

Yapılan bu kayıtla birlikte söz konusu ürünler için ayrılmış olan değer düşüklüğü karşılığı 5.000 TL'ye düşürülmüştür. Bu ürünlerin tamamının 600.000 TL'ye satılmış olması durumunda, satışa ilişkin stoktan düşüm kaydının aşağıdaki gibi yapılması gerekmektedir.

31.03.2021			
158 STOK DEĞER DÜŞÜKLÜĞÜ KARŞILIKLARI	5.000		
621 SATILAN TİCARİ MALLAR MALİYETİ			
153 TİCARİ MALLAR	570.000		
Stok değer düşüklüğü kısmi iptali			575.000

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Stoklar, tüm işletme türleri açısından son derece önemli bir varlık kalemidir. Stokların ilk muhasebeleştirilmesinden, satışına ve raporlama dönemi sonunda değerlemesine kadar geçen süreçte maliyetlerinin belirlenmesi ve ölçüm esasları açısından yürürlükte olan standart setleri ve VUK'a göre bir takım farklılık ve benzerlikler bulunmaktadır. Söz konusu farklılık ve benzerlikleri aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür.

Borçlanma maliyetleri bakımından, TMS ve BOBİ FRS kısmen örtüşmekte, VUK ise standart setlerinden ayrılmaktadır. TMS 2'ye göre vade süresi ne olursa olsun vade farkı finansman maliyeti olarak değerlendirilirken, BOBİ FRS'ye göre 1 yılın altında vade süresi olan alımlardan kaynaklanan vade farklarının maliyete eklenmesi gerekirken, 1 yılın üzerinde olan vadelerde ortaya çıkan vade farklarının finansman maliyeti olarak dikkate alınması gerekmektedir. VUK'a göre ise genel olarak vade farkının maliyete ilave edilmesi gerekmektedir. Ancak, kredi kullanımından kaynaklanan finansman maliyetlerinin varlığın aktife alınmasından sonra ortaya çıkmış olması şartıyla gider olarak kaydına izin verilmektedir.

Standart setlerine göre üretilmesi normal şartlar altında bir yıldan daha uzun süren, özellikli varlık niteliğindeki stokların elde edilmesiyle doğrudan ilişkili borçlanma maliyetleri ise söz konusu stokun satışa veya kullanıma hazır hale geldiği tarihe kadar stok maliyetine dâhil edilirken sonrasında ortaya çıkan borçlanma maliyetlerinin dönem gideri olarak kaydedilmesi gerekmektedir. VUK'ta ise böyle bir ayırım yapılmamıştır.

Standart setlerine göre stok edinimlerinde ortaya çıkan kur farklarının dönem gideri veya geliri olarak kaydedilmesi gerekmektedir. VUK'a göre ise kur farklarının, stokların işletme aktifine dahil edildiği tarihe kadar oluşan kısmının stok maliyetine dahil edilmesi zorunludur. Stokların işletme

aktifine girmesinden sonra ortaya çıkan kur farklarının ise stok maliyetine dahil edilmesi ya da dönem gideri olarak kaydedilmesi ise işletmelerin tercihine bırakılmıştır.

TMS ve BOBİ FRS ile VUK arasındaki önemli bir diğer farklılık ise mamul maliyetinin kapsamına giren maliyet unsurları bakımından ortaya çıkmaktadır. VUK'a göre mamul maliyeti tam maliyet yöntemine göre belirlenmektedir. TMS 2'ye göre mamul maliyetinin hesaplanmasında normal maliyet yöntemi benimsenmişken, BOBİ FRS'ye göre ise tam maliyet veya normal maliyet yöntemi kullanılabilir. Bu bakımdan VUK'a göre genel üretim giderlerinin tamamı mamul maliyetine dahil edilirken, TMS'ye ve normal maliyet yöntemi tercih edilmesi halinde BOBİ FRS'ye göre genel üretim giderlerinden âtil kapasiteye isabet eden kısım mamul maliyetine dahil edilmemektedir. Standart setlerine göre stokların bulunduğu konum ve duruma getirilmesinde katkısı bulunmayan genel yönetim giderlerinden mamul maliyetine pay verilmezken VUK'a göre genel yönetim giderlerinden mamul maliyetine pay verilmesi işletmelerin tercihine bırakılmıştır.

Stokların dönem sonu değerlemesi TMS ve BOBİ FRS'ye göre maliyet bedeli ve net gerçekleşebilir değerden düşük olanı üzerinden her raporlama döneminde yapılırken, VUK göre maliyet bedeli üzerinden yapılmaktadır. VUK'a göre değer düşüklüğünün varlığı halinde söz konusu değer düşüklüğünün gider olarak kayda alınabilmesi için emsal değer tespitinin yapılmış olması gerekmektedir.

Yukarıda açıklandığı üzere, standartlar ile VUK arasındaki farklılıklara ilişkin işlemlerde, vergi etkisinin bulunması halinde ortaya çıkan farka ilişkin vergi tutarının ertelenmiş vergi varlığı ya da yükümlülüğü olarak kaydedilmesi de gerekmektedir. Bu bakımdan VUK ile standartların uyumlaştırılmasına yönelik çalışmaların bu tür karmaşıklıkların ortadan kaldırılması bakımından faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Arısoy, K. ve Tuğay, O. (2019). Stok maliyetlerinin ulusal ve uluslararası mevzuat çerçevesinde incelenmesi ve bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(1), 155-178.
- Demir, E. (2015). Muhasebede iskonto ve komisyon uygulamaları. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 50(1), 124-153.
- Doğan, A. (2018). Büyük ve orta boy işletmeler için finansal raporlama standardı ile vuk/msugt karşılaştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 80, 115-131.
- Gençoğlu Gücenme, Ü. (2017). Temel konularda bobi frs ve tms/tfrs karşılaştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 76, 1-24.

- Gökçen, G. ve Baysak, İ.A. (2019). Birleşik imalatta ortak ve yan mamullerin maliyetlerinin hesaplanması ve entegre et tesisinde bir uygulama. *İda Academia Muhasebe ve Maliye Dergisi*, 2(1), 38-66.
- Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu. Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı, www.kgk.gov.tr, (Erişim Tarihi: 25.12.2020).
- Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu. Türkiye Muhasebe Standardı 2 Stoklar, www.kgk.gov.tr, (Erişim Tarihi: 23.12.2020).
- Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu. Türkiye Muhasebe Standardı 23 Borçlanma Maliyetleri, www.kgk.gov.tr, (Erişim Tarihi: 26.12.2020).
- Karakaya, M. (2007). *Maliyet Muhasebesi*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Katma Değer Vergisi Genel Tebliği No 26, 31.12.1987 Tarih ve 19681 (Mükerrer) Sayılı Resmî Gazete.
- Kaya, H.P. (2018). Stoklara İlişkin TMS ve BOBİ FRs Karşılaştırması. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 20(2), 262-285.
- Kaygusuzoğlu, M. (2010). Vadeli alım-satım işlemlerinin tekdüzen muhasebe sistemi ve muhasebe standartları açısından incelenmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(5), 184-199.
- Kıymetli Şen, İ. ve Özbirecikli, M. (2018). Bobi frs'nin muhasebe uygulamalarına getirdiği değişiklikler: bob frs, tms/tfrs ve mevcut muhasebe sistemi çerçevesinde bir inceleme. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, Özel Sayı, 462-484.
- Özbirecikli, M., Kıymetli Şen, İ. ve Tüm, K. (2017). *Uygulamaya Dönük Örnekli Açıklamalarla Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özerhan, Y. ve Sultanoğlu, B. (2018). *Msugt-Tms/Tfrs Karşılaştırmalı Uygulamalı Bobi Finansal Raporlama Standardı*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özerhan, Y. ve Yanık, S. (2015). *IFRS/IAS İle Uyumlu TMS/TFRS Açıklamalı ve Örnek Uygulamalı Türkiye Muhasebe Standartları Türkiye Finansal Raporlama Standartları*. Güncelleştirilmiş 3.Baskı, Ankara: Türmob Yayınları.
- Öztürk, E. (2017). Stok maliyetlerinin ölçüm ve muhasebeleştirme esaslarının vuk, tms/tfrs ve yfrç taslağı açısından karşılaştırılması. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 141-157.

Özulucan, A. ve Temel, E. (2020). Vergi usul kanunu ve türkiye muhasebe standardı-2 çerçevesinde stokların incelenmesi ve finansal raporlama standartlarına uygun hesap planı taslağı'na göre muhasebe uygulamaları. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*. 13(3), 911-947.

Selvi, Y. ve Ercan, M. (2018). Bobi frs kapsamında stoklar. *Muhasebe Enstitüsü Dergisi*, 16(59), 47-57.

Vergi Usul Kanunu. www.gib.gov.tr, (Erişim Tarihi:25.12.2020).

Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğı, No:238, 02.03.1995 tarih ve 22218 Sayılı Resmi Gazete.

Yalçın, S. (2019). Türkiye finansal raporlama standartları, büyük ve orta boy işletmeler için finansal raporlama standardı ve muhasebe sistemi uygulama genel tebliğlerinde stoklar: muhasebeleştirme, değerlendirme, sunum ve açıklamalar. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 60, 202-222.



CRITIC YÖNTEMİ VE OYUN TEORİSİ BÜTÜNLEŞİK YAKLAŞIMI İLE HASTANE PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF HOSPITAL PERFORMANCES WITH THE CRITIC METHOD AND THE INTEGRATED APPROACH OF GAME THEORY

Nuri ÖMÜRBEK¹, Hatice YILDIRIM², Gülen PARLAR³, Meltem KARAATLI⁴



1. Prof. Dr., Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, nuriomurbek@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-0360-4040>
2. Doktora Öğrenci, Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, ihtcyldrm@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-3472-1821>
3. Doktora Öğrenci, Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme, gln.prlr@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8648-002X>
4. Doç. Dr., Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, meltemkaraatli@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7403-9587>

Öz

Bu çalışmada nesnel ağırlıklandırma yöntemlerinden biri olan CRITIC yöntemi ile oyun teorisi birlikte kullanılarak bütünlük bir yaklaşım ile hastane performanslarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Oyun teorisinin en önemli çözüm araçlarından biri olan Nash dengesinden yararlanılmıştır. Hastane performans değerlendirilmesi için her iki yöntem birlikte kullanılarak bir ilimizde bulunan 3 özel hastane üzerine uygulama gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma birbirleriyle rekabet halinde bulunan hastanelerin eksikliklerini görmesi ve kendilerini geliştirebilmesi açısından yol gösterici olacaktır. Çalışmanın sonucunda üç özel hastanenin performans sıralaması yapılmış ve C Hastanesi'nin birinci sırada yer aldığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Çok Kriterli Karar Verme, CRITIC Yöntemi, Oyun Teorisi, Nash Dengesi.

Abstract

In this study, it is aimed to evaluate hospital performances with an integrated approach by using the CRITIC method and game theory, which is one of the objective weighting methods. Nash equilibrium, one of the most important solution tools of game theory, has been used. For hospital performance evaluation, both methods are used together and the application is carried out on 3 private hospitals in one city. This study will be a guide for hospitals that are in competition with each other to see their shortcomings and to improve themselves. As a result of the study, performance ranking of three private hospitals are made and it has been that Hospital C ranked first.

Keywords: Multi Criteria Decision Making, CRITIC Method, Game Theory, Nash Equilibrium.

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
16.01.2021 01.16.2021

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
14.02.2021 02.14.2021

DOI

<https://doi.org/10.30798/makuiibf.862629>

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

It is aimed to evaluate hospital performances with an integrated approach by using the CRITIC method, which is one of the objective weighting methods, and game theory.

Research Questions

The use of game theory with the CRITIC method, one of the objective weighting methods, in the evaluation of hospital performances

Literature Review

In the literature review, firstly, studies in which Multi Criteria Decision Making methods were used in the evaluation of hospital performances, secondly, studies in which CRITIC method is used, and finally, studies in which MCDM methods and game theory are used together are included. In addition, no study is found in which criterion weights are calculated and game theory is used together in hospital performance evaluation. In this sense, the study is aimed to contribute to the literature.

Methodology

Performance evaluation of 3 private hospitals (symbolized as A, B and C) affiliated to the Ministry of Health in one of our provinces is made. While making this evaluation, criteria are weighted by using CRITIC method, one of the objective weighting methods, and the weighted criteria values are used in game theory application. Based on these weighted values, the benefits to be obtained by the players according to the strategies they can choose mutually are shown in the payment's matrix. With the Nash equilibrium, one of the most important solution tools of game theory, it has been revealed which hospital's performance is better.

Results and Conclusions

Both methods are used together for hospital performance evaluation and the application is carried out in 3 private hospitals in a city. As a result of the study, it is revealed which hospital had better performance. This study will guide hospitals that are in competition with each other to see their shortcomings and to improve themselves.

1. GİRİŞ

Sağlık sisteminin temelini oluşturan hastaneler; dinamik bir çevrede gelişen, aldığı girdileri ve sonucundaki çıktıları aynı çevreye sunan hem üretici hem tüketici rolünde olan sistemlerdir (Marşap, 2014). Hastaneler, girdileri hizmete dönüştüren açık sistemlerdir. Bu bağlamda hastalar girdi, hastaların bakımı ve tedavisi çıktıdır (Mollahaliloğlu, 2011).

Hastaneler; hızla gelişen ve değişen teknolojiyle, rekabet koşullarıyla ve artan maliyetleriyle kamu kaynaklarının büyük bir kısmını harcamaktadırlar. Bu nedenle performansın artırılması için kaynakların etkin ve verimli kullanılması gereklidir. (Uçkun vd., 2016). Hastanelerin kaynaklarını verimli bir şekilde kullanıp varlığını sürdürebilmesi ve kritik hedeflere ulaşabilmesi için performans değerlendirmesi yapılmalıdır (Dereköy, 2012).

Sistemde var olan hastanelerin rekabet ortamında güçlerini arttırabilmeleri, devamlılıklarını sağlamaları ve performans ölçümü yapmaları, daha etkin ve verimli karar almalarını sağlayacaktır (Samut, 2014). Sistemin kaynaklarının; kârlı, etkin, verimli ve ekonomik şekilde kullanılmasını hedefleyen, eksikliklerin belirlenmesine ve iyileştirme uygulamalarının gelişimine katkı sağlayan yaklaşıma performans ölçümü denmektedir (Bülbül ve Köse, 2016). Performans ölçümü çok çeşitli olduğundan değerlendirilmesinde de farklı göstergeler kullanılmaktadır (Akpınar ve Taş, 2013).

Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemleri de performans ölçümünde kullanılan diğer alternatif yöntemlerden biridir (Çakır ve Perçin, 2013). Benzer şekilde Oyun Teorisi de performans ölçüm/karşılaştırma da kullanılabilir. Dünya çapında “Game Theory” olarak ifade edilen ve dilimize birebir çevrilen oyun teorisi genel olarak uygulamalı matematiğin anlaşmazlık ve iş birliği durumları ile ilgilenen bir alt dalı olarak tanımlanmaktadır. Yalnızca matematik alanına özgü olmayan oyun teorisi sosyal bilimler alanında başta ekonomi olmak üzere endüstri, biyoloji, yönetime araştırması, mühendislik, politik bilimler, bilgisayar bilimleri (temel olarak yapay zekâ çalışmaları üzerine) ve felsefe olmak üzere birçok alanda da kullanılır.

Rekabet ortamında etkileşimli karar alma olanağını sağlayan yaklaşım oyun teorisidir. Oyun teorisi, karmaşık etkileşimli karar alma sürecinde çözüm için bir başlangıç noktası sağlaması yönüyle yönetsel bir araçtır. “Rakiplerin hangi davranışı seçeceği bilinmeden, olumlu hareket kararları alabilmek için en rasyonel davranış ne olmalıdır?” sorusu teorisin ortaya çıkış sebebidir (Özdil, 1998).

Oyun teorisini, çok kişili karar verme süreci veya karar analizi olarak nitelendirmek ve çeşitli sınıflara ayırmak mümkündür (Canlı ve Aplaç, 2016). Oyun teorisine göre oyuncular mantıklı kişilerdir ve kendi kazançlarını maksimize etmeye çalışırlar. Her oyuncunun stratejisi, diğer oyuncuların oynayacağını tahmin ettiği stratejilerine karşı optimaldir. Bu özellikleri olan her strateji kombinasyonu, Nash dengesi olarak adlandırılmakta ve oyun teorisinin temelini oluşturmaktadır (Çağlar, 2002).

Bu çalışmada, bir ilimizde yer alan 3 özel hastanenin verilerini ÇKKV yöntemlerinde kullanılan nesnel ağırlıklandırma yöntemlerinden biri olan CRİTİC yöntemiyle ağırlıklandırarak, oyun teorisinin en önemli çözüm araçlarından biri olan Nash dengesi ile de performans etkinliklerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca çalışmada birbirleriyle rekabet eden özel hastanelerin durumlarını değerlendirerek eksik yönlerini görebilmeleri de amaçlanmıştır. Girdiler; *yatak sayısı, hekim sayısı ve hemşire sayısı*; çıktılar; *ağırlıklı ameliyat sayısı, muayene sayısı, yatan hasta sayısı, yatak doluluk oranı, ortalama yatış günü ve yatak devir hızı* olarak belirlenmiştir.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

Çalışmanın bu aşamasında yapılan literatür taramasında ilk olarak hastane performanslarının değerlendirilmesinde Çok Kriterli Karar Verme yöntemlerinin kullanıldığı çalışmalara, ikinci olarak CRITIC yönteminin kullanıldığı çalışmalara, son olarak ÇKKV yöntemleri ve oyun teorisinin birlikte kullanıldığı çalışmalara yer verilmiştir. Ayrıca hastane performans değerlendirilmesinde kriter ağırlıklarının hesaplandığı ve oyun teorisinin birlikte kullanıldığı bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu anlamda çalışmanın literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir.

Hastane performanslarının Çok Kriterli Karar Verme yöntemleriyle değerlendirilmesine dair yapılan bazı çalışmalar:

Akdağ, Kalaycı, Karagöz, Zülfiyar ve Giz (2014), çalışmalarında AHP yöntemi ile performans kriterlerinin önem ağırlıkları belirlenerek Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemleri ile Türk hastanelerinin hizmet kalitesini değerlendirmeye almışlardır. Ayrıca net performans değerlerini bulmak ve sıralamak için TOPSIS ve Yager'in min-maks yaklaşımı uygulanmıştır.

Budak (2014) çalışmasında, Sağlık Bakanlığı'na bağlı Ankara ilinde faaliyet gösteren kamu hastanelerinin ve özel hastanelerin performanslarının ÇKKV yöntemlerinden PROMETHEE ve ANP metotları ile değerlendirilmesi yapılmıştır. Doğan ve Gencan (2014) çalışmalarında, Ankara'da faaliyet gösteren 26 kamu hastanesinin etkin olup olmadığının belirlenmesini ve hastanelerin göreceli etkinliklerinin ölçülmesini amaçlamışlardır.

Hantekin ve Akyüz (2015) çalışmalarında, TR33 bölgesinde yer alan 4 ilin Devlet hastanelerinin performanslarının belirlenen performans ölçütlerine göre Bulanık Mantık kapsamındaki Bulanık Analitik Hiyerarşi Yöntemini uygulayarak karşılaştırmış ve başarı sıralamalarını elde etmişlerdir. Aytekin (2016) çalışmasında, Eskişehir merkezinde yer alan hastaneleri MULTIMOORA yöntemiyle değerlendirerek hastaların hastane tercihinde etkili olan kriterlerin önem ağırlıklarını belirlemeye çalışmıştır.

Váchová ve Hajdíková (2017) çalışmalarında, seçilmiş Çek hastanelerinin ve bu hastanelerin bazı bölümlerinin performansları ve finansal sağlık göstergeleri, bir dizi ÇKKV yaklaşımı kullanılarak performanslarına göre karşılaştırılmıştır. Amaç, seçilen finansal göstergeler ve performans kümelerine

göre analiz edilen yıllarda en iyi ve en kötü performans gösteren hastaneleri belirlemektir. Aladağ vd. (2017) çalışmalarında, Kocaeli ilinin İzmit ilçesinde bulunan dört büyük özel hastanenin hastalarına verdiği en iyi hizmeti ele alarak en iyi hastane seçimini değerlendirmişlerdir. Bu çalışmaya göre hastane seçimini etkileyen dört ana kriter müşteri memnuniyeti, teknik kalite, fiyatlandırma politikası ve bilinirliktir. Müşteri memnuniyeti için 7; teknik kalite, fiyatlandırma politikası ve bilinirlik için ise 3 alt kriter belirlenmiş, kriterler, sağlık kuruluşlarında uygulanan memnuniyet anketlerinde hastalara yöneltilen sorular baz alınarak ve uzman kişilerle yapılan görüşmeler doğrultusunda oluşturulmuştur.

Esen (2019), çalışmasında Sağlık Bakanlığı'na bağlı Akdeniz Bölgesi'nde yer alan hastanelerin teknik etkinlik düzeylerini çok kriterli performans yöntemleri ile ölçmeyi amaçlamıştır. Hastanelerin etkinlik ölçümünde girdi yönelimli BCC ve CCR modeli VZA ve AHP yöntemi uygulanmıştır. Özkan, Kar ve Saygılı (2019) çalışmalarında, Kocaeli ilinde bulunan devlet hastanelerinin performanslarının MULTIMOORA yöntemi ile değerlendirilmeyi amaçlamışlardır. Yiğit (2019) çalışmasında, Sağlık Bakanlığı'na bağlı eğitim ve araştırma hastanelerinin performansını ÇKKV yöntemlerinden biri olan TOPSIS yöntemi ile analiz etmiştir.

Erpolat (2019), çalışmasında Sağlık Bakanlığı'na bağlı Doğu Marmara illerinde faaliyet gösteren tüm kamu, özel ve üniversite hastanelerinin etkinlik ve verimlilik düzeylerinin belirlenen kriterlere göre değerlendirilmesini amaçlamıştır. Saygın (2019), çalışmasında ÇKKV yöntemlerinden ARAS, WASPAS, SWARA, EDAS ve CODAS yöntemleri kullanılarak OECD'ye üye ülkelerin sağlık göstere kriterleriyle oluşan sıralamalar arasındaki ilişkiyi Spearman korelasyon katsayısı ile hesaplamıştır.

Çok Kriterli Karar Verme Yönteminde yer alan CRITIC yöntemini kullanan bazı çalışmalar:

Diakoulaki vd., (1995) çalışmalarında, ÇKKV problemlerinde farklı kriterler tarafından taşınan bilgi kaynaklarını ve nesnel önem ağırlıklarını belirlemek için bir yöntem geliştirmeyi amaçlamış ve bu yöntemi Yunan ilaç endüstrisinde bir örnek olarak uygulamıştır. Çalışma sonucunda CRITIC yönteminin diğer tekniklere göre daha avantajlı ve objektif çözüm sağlayan bir yol olduğu görülmüştür. Madic ve Radovanovic (2014) çalışmalarında plazma arkli kesme, oksijen yakıtla kesme, lazer ışınıyla kesme, aşındırıcı su püskürtmeli kesme gibi dört NTMP'yi sıralamak için ÇKKV modeli, dokuz farklı teknolojik kriter dikkate alınarak geliştirmişlerdir. Değerlendirilen kriterlerin önemini belirlemek için CRITIC Yöntemi kullanılmıştır.

Kazan ve Özdemir (2014) çalışmalarında, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda (İMKB) işlem gören 14 büyük ölçekli holdingin üç dönemdeki (2009-2011) on dokuz finansal oranını hesaplamak için CRITIC yöntemini uygulamış ve mali tablolarının analizinde TOPSIS yöntemini kullanmışlardır.

Wang ve Zhao (2016) çalışmalarında seramik alet malzemelerinin mekanik özelliklerini optimize etmek için analitik hiyerarşi süreci (AHP) yöntemini kullanmış, ardından Kriter Önem Arası Kriterler Korelasyonu (CRITIC) yöntemiyle birleştirmişlerdir. Ghorabae vd. (2017) çalışmalarında, Üçüncü Taraf Lojistik (3PL) sağlayıcılarını IT2FS'lerle değerlendirmek için CRITIC ve WASPAS yöntemlerine dayalı yeni bir yaklaşım önermektedirler.

Kıracı ve Bakır (2019) çalışmalarında, 13 havayolu şirketinin 2005-2012 dönemi küresel finans krizi öncesi ve sonrası performansını havacılığa özgü ölçüm göstergelerini kullanarak ÇKKV yöntemleriyle incelemişlerdir. Bu çalışmada CRITIC yöntemi, kullanılan kriterlerin önem düzeylerinin tespit etmek için, EDAS yöntemi ise havayolu firmalarının performanslarına göre sıralanması için kullanılmıştır.

Ulutaş ve Karaköy (2019) çalışmalarında, TAHA Kargo Dış Ticaret A.Ş.'nin 2011-2017 dönemi performanslarını ÇKKV yöntemlerinden olan CRITIC ve ROV (Değer Aralığı) yöntemleriyle değerlendirmişlerdir. Akın (2019) çalışmasında, uyku ürünleri ve yatak üreten bir işletmenin yatak kenarı yapımı için bordür dikim makinesi seçimi yapmak amacıyla karar üzerinde etkili olduğu düşünülen kriterler doğrultusunda en iyi alternatifi belirlemeye çalışmıştır. Bu amaçla ROV yöntemi, CRITIC ve ENTROPI yöntemleriyle birlikte kullanılmıştır. Kriter ağırlıklarının belirlenmesinde ENTROPI ve CRITIC yöntemleri, alternatiflerin sıralamasının yapılabilmesi ve en iyi alternatifin belirlenmesi için ise ROV yöntemi kullanılmıştır.

Çok Kriterli Karar Verme yöntemleri ve oyun teorisinin birlikte kullanıldığı çalışmalar:

Tosun vd. (2006)'ya göre tıpta karar verme konusunda Oyun Teorisi gittikçe yaygınlaşan şekilde kullanılmakta ve karar verme problemlerine uygun çözümler üretebilmektedir. Bu çalışma ile oyun teorisi yaklaşımının tıptaki uygulamalarını göstermeyi amaçlamaktadırlar. Oyun teorisi uygulamaları ile uygun çözümler üretilebilecek tıbbi problemler üzerinde durmuşlardır.

Aplak (2010), Çok Amaçlı Karar Verme ve ÇKKV süreçlerini birleştirerek Çok Amaçlı ve Kriterli Karar Verme sürecini oluşturmuş ve bu süreci iki kişili sabit toplamı olmayan bir oyun kapsamında ele almıştır. Zolfani vd. (2015), İran'da faaliyet gösteren firmaların en iyi tedarik zinciri yönetimi stratejisini belirlemelerine yönelik bir çalışma yapmışlardır. Oyun Teorisi ile ÇKKV yöntemini geliştirmek için yeni bir yaklaşım sunmuşlardır. SWARA ve WASPAS yöntemini uygulayarak ikiden fazla Nash Dengesi olması durumunda karar verebilmek için ÇKKV yöntemini kullanarak strateji değerlendirmesi yapmışlardır.

Akdağ ve Özarı (2016), reklam aracı seçim sürecinde Bulanık TOPSIS ve oyun teorisi yöntemlerini birlikte kullanarak farklı bir yaklaşım getirmişlerdir. En etkili reklam aracı seçimi için ÇKKV ve iki kişilik oyun yöntemlerinin birlikte uygulanabileceği gösterilmiştir. Hoş (2020) çalışmasında, küresel tedarik zinciri üyesi bir alıcı firma ile alıcı firmanın 8 tedarikçisi için oyun matrisi

oluşturmuştur. Uzman görüşlerine başvurarak 8 tedarikçi ÇKKV yöntemlerinden biri olan AHP yöntemi ile değerlendirmiştir. Oyun teorisi yaklaşımıyla elde edilen sonuçlar AHP sonuçları ile karşılaştırılmıştır.

3. METODOLOJİ

Bu bölümde çalışmanın uygulamasında yararlanılan CRITIC yöntemi ve oyun teorisine yer verilmiştir.

3.1. CRITIC Yöntemi

Kriter ağırlıklarının seçimi, ölçütlerin özelliklerine ve karar vericinin öznel bakış açısına bağlıdır. Ağırlıklandırmanın öznel olması karar vericilerin tecrübesi, sorunun algısı ve bilgisi ile ilgilidir. Bundan dolayı birçok öznel ağırlıklandırma modeli geliştirilmiştir, ancak sonuçların güvenilirliği konusunda emin olmak için nesnel ağırlıklandırma yöntemlerine başvurulur (Kazan ve Özdemir, 2014). Nesnel ağırlıklandırma yöntemlerinden biri olan CRITIC yöntemi, D. Diakoulaki tarafından önerilmiştir. Geliştirilen bu yöntemin temeli, değerlendirme matrisinin analitik olarak araştırılmasına ve ÇKKV yöntemi problemlerinde objektif ağırlıklarının belirlenmesine dayanmaktadır. Ağırlıklarda, karar sorununun yapısında yer alan zıtlık görülür (Wang ve Zhao, 2016). CRITIC yönteminde sadece özellikler arasındaki korelasyonları değil, aynı zamanda da her bir özelliğin standart sapmasını dikkate alarak özelliklerin ağırlığı belirlenir (Wang ve Luo, 2010). CRITIC yönteminde aşağıdaki adımlar uygulanmaktadır (Çakır ve Perçin, 2013; Diakoulaki vd., 1995; Işık, 2019; Kiracı ve Bakır, 2018; Şenol ve Ulutaş, 2018; Akbulut, 2019):

1.Adım: Karar Matrisinin Oluşturulması: Karar matrisi Eşitlik (1) n adet kriter ve m adet alternatiften oluşur.

$$X = x_{ij} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{m1} & a_{m2} & \dots & a_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

2.Adım: Normalize Edilmiş Karar Matrisinin Oluşturulması: Karar matrisindeki değerler fayda kriterleri Eşitlik (2) ve maliyet kriterleri Eşitlik (3) yardımıyla normalize edilir.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{\min}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \quad (2)$$

$$r_{ij} = \frac{x_j^{\max} - x_{ij}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \quad (3)$$

x_j^{\min} j kriterine ait en düşük değeri ve x_j^{\max} j kriterine ait en yüksek değeri göstermektedir.

3.Adım: Korelasyon Katsayı Matrisinin Oluşturulması: Kriter çiftleri arasındaki korelasyonları hesaplamak ve kriterler arasındaki ilişkinin derecesini ölçmek için Eşitlik (4)'ten yararlanılmaktadır.

$$\rho_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)(r_{ik} - \bar{r}_k)}{\sqrt{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)^2 \sum_{i=1}^m (r_{ik} - \bar{r}_k)^2}}, j, k = 1, 2, \dots, n \quad (4)$$

4.Adım: C_j Değerinin Hesaplanması: C_j , her bir kriterde bulunan toplam bilgi miktarını ifade eder ve Eşitlik (5) yardımıyla hesaplanmaktadır. Eşitlik (6) ile Eşitlik (5)'te yer alan ve kriterlerin standart sapmasını ifade eden σ_j değeri hesaplanmaktadır.

$$C_j = \sigma_j \sum_{k=1}^n (1 - t_{jk}), j = 1, 2, \dots, n \quad (5)$$

Kriter çiftleri arasındaki korelasyon katsayısını t_{jk} ifade etmektedir.

$$\sigma_j = \sqrt{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - \bar{r}_j)^2 / m} \quad (6)$$

5.Adım: Kriter Ağırlıklarının W_j Hesaplanması: Kriterlere ait ağırlıklar Eşitlik (7) ile hesaplanmaktadır.

$$W_j = \frac{C_j}{\sum_{k=1}^n C_k}, j, k = 1, 2, \dots, n \quad (7)$$

3.2. Oyun Teorisi

Oyun teorisinin gelişmesi 2. Dünya Savaşı sonrası yıllara denk gelmektedir. Soğuk savaş dönemi olarak adlandırılan söz konusu yıllarda oyun teorisi özellikle askeri stratejilerin belirlenmesi ve karar alma süreçlerinde uygulanmıştır. Oyun teorisinin uygulama alanı elbette askeri alanlar ile sınırlı kalmayıp çok sayıda bilim insanının katkıları sayesinde geliştirilmiş ve söz konusu alan yüzlerce yeni kavram ile tanışmıştır. Bununla birlikte oyun teorisi 20. yüzyılın en önemli bilimsel başarılarından biri olarak kabul edilmektedir. Zira oyun teorisi alanında çalışan bilim insanlarından kayda değer bir kısmı Nobel ödülü almıştır. Nash vd. 1994 yılında, Vickrey 1996 yılında, Aumann ve Schelling 2005 yılında, Hurwicz vd. 2007 yılında, Roth ve Shapley 2012 yılında ve Tirole 2014 yılında ekonomi dalında Nobel Ödülünü almışlardır (Karabacak, 2016).

Oyun teorisi; “iki ya da daha fazla rakibi belirli kurallar altında birleştirerek karşılıklı olarak çelişen olasılıklar karşısında, birbirlerine karşı en doğru stratejiyi belirleme yöntemidir” şeklinde tanımlanır (Özer, 2004). Ventsell’e göre oyun teorisinin amacı “bir çatışma ve iş birliği durumunda oyuncular için rasyonel hareket yollarını incelemektir.” Rakibimiz en az bizim kadar akıllıdır ve amacımıza ulaşmamızı engellemek için gücünün yettiği her şeyi yapacaktır. İşte oyun teorisi bu temeller üzerine kurulmuştur (Ventsell, 1965).

Modern oyun teorisinin kurucusu olarak bilinen von Neumann, bilgisayar bilimi, istatistik, soyut topoloji ve doğrusal programlama gibi birçok alana önemli katkıda bulunan çok yönlü bir bilim adamıdır. 1928 yılında yayınladığı “Stratejik Oyunlar Teorisi Üzerine” adlı makalesiyle minimax teoremini ispatlamıştır. 1944 yılında von Neumann ve Oscar Morgenstern, “Oyunlar Teorisi ve Ekonomik Davranış” (Theory of Games and Economic Behavior) adlı kitabı yayınlayarak oyunun kavramsal olarak şekillenmesine üç önemli katkıda bulunmuşlardır (von Neumann ve Morgenstern, 1944). Birincisi, oyuncuların oyun oynayarak ne elde ettiklerini açıklayan fayda teorisi temeline dayanan bir aksiyom; ikincisi, iki kişilik sıfır toplamlı oyunlar için optimal çözümlerin tanımlanması; üçüncüsü, işbirlikçi oyunlar olarak adlandırılan oyun teorisinin bir versiyonunu ortaya koymuşlardır (Dutta, 1999).

Oyun teorisi açısından dönüm noktası olan 1950 ve 1953 yılları arasında Nash, işbirlikçi olmayan oyunlar ve pazarlık teorisiyle ilgili dört temel çalışma yapmıştır. 1950 yılındaki “N-Kişilik Oyunlarda Denge Noktası” (Equilibrium Points in N-Person Games) ve 1951 yılındaki “İşbirliksiz Oyunlar” (Non-Cooperative Games) ile Nash, işbirlikçi olmayan oyunlar için stratejik bir dengenin varlığını kanıtlamıştır (Nash, 1950a; Nash, 1951). 1950 yılında “Pazarlık Problemi” (Bargaining Problem) ve 1953 yılındaki “İki-Kişilik İşbirlikçi Oyunlar” (Two Person Cooperative Games) çalışmaları ile pazarlık teorisini ortaya koymuştur (Nash, 1950b; Nash, 1953). Söz konusu çalışmalar neticesinde Nash, pazarlık çözümünün varlığını kanıtlamış ve ilk olarak Nash dengesinin uygulamasını yapmıştır (Walker, 2012; Aktan ve Bahçe, 2007).

Günümüzde oyun teorisi denildiği zaman ilk olarak akla von Neumann ve Morgenstern’ in 1944’te yazmış olduğu “Theory of Games and Economic Behavior” adlı kitap ve Nash’in 1950 yılında bulmuş olduğu Nash dengesi gelmektedir. Şu anda, oyun teorisinin önemli bir yükünü “Theory of Games and Economic Behavior” adlı kitap ve Nash dengesi çekmektedir (Palancı, 2016).

3.2.1. Oyun Teorisi ile İlgili Kavramlar

Oyun teorisini, “iki ya da daha fazla rakibi belirli kurallar altında birleştirerek karşılıklı olarak çelişen olasılıklar karşısında, birbirlerine karşı en doğru stratejiyi belirleme yöntemidir” şeklinde tanımlamıştık. Bu tanıma göre bir oyunda oyuncular, oyunun kuralları ve stratejiler, oyunda elde edilen kazanç veya kayıplar, oyunun sonucu ya da denge noktası unsurlarının bulunması gerekmektedir (Özer, 2004: 5).

- **Oyuncular:** Oyunda yer alan taraf veya gruplara oyuncu denir. Oyunda en az iki oyuncu ve rakip olmalıdır. Oyuncuların akılcı hareket ettikleri, rasyonel davrandıkları ve kazanmak için en iyisini seçtikleri varsayılır. Ayrıca oyuncular bir oyunda amaçlarını optimize etmeye çalışan kişi ya da kurumlar olarak da tanımlanabilir. Bazı durumlarda doğanın kendisi bile oyuncu olabilir (Öztürk, 2014; Özari vd., 2020).
- **Oyunun Kuralları ve Stratejiler:** Bir oyunun oynanabilmesi için oyuna taraf olan oyuncuların belirli kurallar altında birleşmeleri gerekmektedir. Kuralların olmaması durumunda taraflar stratejilerini belirleyemeyeceklerdir. Bu kurallar satranç oyununda olduğu gibi her taşın nasıl hareket edeceği, şirketlerin ticaretini bir düzende tutan ticaret kanunu ya da uluslararası anlaşmalarla belirlenen kurallar olarak da ifade edilebilir (Özer, 2004).

Oyun teorisinin temel kavramlarından birisi de strateji kavramıdır. Strateji, oyunun devamı sırasında ortaya çıkabilecek bütün durumlar için oyuncuların seçimlerini belirten kuralları kapsayan küme olarak tanımlanmaktadır (Cinemre, 2011). Bir oyuncunun içinden seçim yapabileceği seçenekler kümesini ifade etmek için “strateji” kelimesi ilk kez von Neumann tarafından kullanılmıştır. Oysa günlük dilde strateji düşünülmüş ve hesaplanmış bir plan anlamında kullanılmaktadır (Giz, 2003).

- **Oyunda Elde Edilen Kazanç veya Kayıplar:** Oyunun sonucu kazanma, kaybetme veya oyundan çekilme olabilir. Her sonuç veya ödeme, negatif, pozitif ve sıfır olmak üzere her oyuncunun rakibine karşı kazancını veya kaybını belirler (Öztürk, 2014).
- **Oyunun Sonucu ya da Denge Noktası:** Oyunun uygun şekilde tanımlanmasından sonraki adım, olası sonuçlardan hangisinin oyunun sonucu olacağını belirlemektir. Bunun için de denge sonucu veya sonuçlarını elde etmeyi sağlayan çeşitli yöntemlerden yararlanılır (Kafadar, 2002). Nash dengesi en çok kullanılan yöntemlerdendir.
- **Ödemeler Matrisi:** Oyun teorisinde oyuncuların ve stratejilerinin sağladığı faydaların (getirilerin, çıktılarının...) gösteriminde esas alınan Matris Yöntemi ve Ağaç Yöntemi olmak üzere iki temel gösterim vardır. Bu çalışmada ödemeler matrisi oluşturularak oyun incelenecektir (Özari vd., 2020).

Oyuncuların strateji seçimlerinden ortaya çıkan kazanç ve kayıpları gösteren matrisle ödemeler matrisi denmektedir. Ödeme matrisinin elemanları pozitif, negatif veya sıfır olabilir. Matrisin herhangi bir elemanı pozitif ise sütunda yer alan oyuncu, satırda yer alan oyuncuya, bu miktarda ödeme yapar. Matrisin herhangi bir elemanı negatif ise satırdaki oyuncu sütundaki oyuncuya bu negatif elemanın mutlak değerine eşit ödemede bulunur. Matrisin elemanı sıfır ise oyunculardan hiçbiri birbirine ödemede bulunmaz (Öztürk, 2014).

Oyunculardan birinin “n” tane, diğerinin “m” tane stratejiye sahip olduğu bir sıfır toplamı oyunda ödemeler matrisi Tablo 1’de olduğu gibidir (Özdil, 1998).

Tablo 1. Ödemeler Matrisi

		B OYUNCUSU					
		B ₁	B ₂				B _n
A OYUNCUSU	A ₁	a ₁₁	a ₁₂	.	.	.	a _{1n}
	A ₂	a ₂₁	a ₂₂	.	.	.	a _{2n}
		.	.				.
		.	.				.
		.	.				.
	A _m	a _{m1}	a _{m2}	.	.	.	a _{mn}

3.2.2. Denge Kavramı ve Nash Dengesi

Nash dengesi oyun teorisi kavramına önemli katkıları olan Amerikalı matematikçi John Forbes Nash’in adı ile anılmaktadır. John Nash 1950 yılında yazdığı doktora bitirme tezinde bu dengenin oyuncuların fayda fonksiyonlarının belli özellikleri sağladığı tüm oyunlarda var olduğunu ispatlayarak 1994 yılında Nobel Ekonomi Ödülünü kazanmıştır.

Nash dengesi işbirlikçi olmayan oyun teorisinin en önemli çözüm araçlarından biridir. McCain’e göre Nash dengesi, oyunculardan her birinin, diğerinin yaptığı strateji seçimine göre en iyi cevabını seçmesi olarak tanımlanmaktadır (McCain, 2009).

Nash denge çözümü kavramı, geniş oyun sınıflarında var olma avantajına sahiptir. Nash dengesi, her oyuncunun stratejisinin diğer oyuncunun stratejilerine en uygun cevap olmasını sağlayacak bir strateji profilidir (Kreps, 1989; Fudenberg ve Tirole, 1993; Peters, 2015). Her oyuncu ilişkide bulunduğu diğer oyuncuların hareketlerini de göz önünde bulundurarak oyun içinde elinde olan eylemlerden en uygun eylemi seçer. Bu yüzden Nash dengesi, hiçbir oyuncunun tek taraflı olarak oyundan ayrılmak istemeyeceği bir strateji çiftidir (Hirshleifer, 1989). Nash dengesi, modern oyun teorisi çalışmalarının temel yapı taşı olmuştur. Nash dengesinin, her oyuncunun rasyonel seçimleri ile maksimum kazanç elde etmek için eylemlerini gerçekleştirmek amacıyla ortaya çıktığı varsayılmaktadır (Başar, 2015).

Kreps’e göre her oyuncu zekidir ve oyuncular yapabileceklerinin daha iyisini Nash dengesi ile yapabileceklerdir. Nash dengesinde, oyuncuların stratejilerini birbirinden bağımsız olarak seçtikleri varsayılır (Kreps, 1989). N kişilik oyunların ödeme matrislerinde Nash dengesini bulmak için aşağıdaki yol izlenir (Özari vd., 2020):

1. Adım: Oyunculardan herhangi biri olduğumuzu düşünelim.

2. Adım: Diğer oyuncunun belirli bir strateji seçtiğini varsayalım.

3. Adım: Diğer oyuncunun stratejisine göre en iyi stratejimizi belirleyelim ve en iyi kazancımızın altını çizelim.

4. Adım: 2. ve 3. adımı diğer stratejiler için tekrarlayalım.

5. Adım: 1’den 4’e kadar olan adımları diğer oyuncular için yapalım.

6. Adım: İki çizgi oluşan stratejiler Nash dengesidir.

4. HASTANE PERFORMANSLARININ DEĞERLENDİRİLMESİNDE CRITIC VE OYUN TEORİSİ YAKLAŞIMLARININ UYGULANMASI

Bu çalışmada bir ilimizde yer alan Sağlık Bakanlığı’na bağlı 3 özel hastanenin (Hastaneler A, B ve C şeklinde sembolize edilmiştir) performans değerlendirmesinin yapılması amaçlanmaktadır. Bu değerlendirmeyi yaparken nesnel ağırlıklandırma yöntemlerinden CRITIC yöntemi kullanılarak kriterler ağırlıklandırılmış ve oyun teorisi uygulamasında ağırlıklandırılmış kriter değerleri kullanılmıştır. Bu ağırlıklı değerlere bağlı olarak oyuncuların karşılıklı olarak seçebilecekleri stratejilere göre elde edecekleri faydalar ödemeler matrisinde gösterilmiştir. Oyun teorisinin en önemli çözüm araçlarından biri olan Nash dengesi ile hangi hastanenin tercih edilmesi gerektiği bulunmuştur. Bu çalışmada faydalanılan girdi kriterleri ve çıktı kriterleri Tablo 2’de yer almaktadır. Bu kriterler Esen (2019)’un ve Yoluk (2010)’un çalışmalarından yararlanılarak seçilmiştir. Ayrıca Sağlık Bakanlığı’nın 2008/65 sayılı “Hastane Yatak Sayıları ve Tanımları ile İlgili Genelge” den yararlanılarak hem kriterler seçilmiştir hem de bu kriterlerin hesaplanması yapılmıştır. Hastanelerden alınan bilgi ve verilerden oluşan karar matrisi ise Tablo 3’te gösterilmiştir.

Tablo 2. Çalışmada Kullanılan Girdi ve Çıktı Kriterleri

GİRDİ		ÇIKTI	
Yatak Sayısı	X ₁	Ağırlıklı Ameliyat Sayısı	Y ₁
Hekim Sayısı	X ₂	Muayene Sayısı	Y ₂
Hemşire Sayısı	X ₃	Yatan Hasta Sayısı	Y ₃
		Yatak Doluluk Oranı	Y ₄
		Ortalama Yatış Günü	Y ₅
		Yatak Devir Hızı	Y ₆

Tablo 3. Karar Matrisi

	A	B	C
X ₁	89	79	104
X ₂	29	31	41
X ₃	54	67	200
Y ₁	6032	4255	2585
Y ₂	91139	178101	170425
Y ₃	8906	5121	7143
Y ₄	%60.95	%83.54	%94.02
Y ₅	2,5	3,86	3,3
Y ₆	100,06	64,82	68,68

4.1. CRITIC Yöntemi İle Ağırlık Değerlerinin Belirlenmesi

- **Girdi Değerleri İçin Karar Matrisinin Oluşturulması:** Tablo 2’de ve Tablo 3’te yer verilen değerlere göre öncelikle girdi kriterleri CRITIC yöntemine göre değerlendirmeye alınmıştır. CRITIC yöntemiyle ilk olarak değerlendirmeye alınan girdi kriterleriyle oluşturulan karar matrisi Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4. Girdi Kriterleri İçin Oluşturulan Karar Matrisi

CRITIC YÖNTEMİ (GİRDİLER)			
	X1	X2	X3
A	89	29	54
B	79	31	67
C	104	41	200
MİN	79	29	54
MAX	104	41	200

- **Girdi Değerleri İçin Karar Matrisinin Normalize Edilmesi:** Tablo 4’te yer alan karar matrisi Eşitlik (2) yardımıyla normalize edilmiş ve normalize edilen değerler Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5. Karar Matrisinin Normalize Edilmesi

	X1	X2	X3
A	0,4	0	0
B	0	0,166666667	0,089041096
C	1	1	1

- **Girdi Değerleri İçin Korelasyon Karar Matrisinin Oluşturulması:** Korelasyon analizi Eşitlik (4) yardımıyla ve SPSS programı ile yapılmıştır. Elde edilen korelasyon matrisi Tablo 6 ve Tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 6. CRITIC Korelasyon Karar Matrisinin Elde Edilmesi

P _{jk}	X1	X2	X3
X1	1	0,845	0,883
X2	0,845	1	0,997
X3	0,883	0,997	1

Tablo 7. SPSS Korelasyon Karar Matrisi

Correlations				
		X1	X2	X3
X1	Pearson Correlation	1	0,845	0,883
	Sig. (2-tailed)		0,360	0,311
	N	3	3	3
X2	Pearson Correlation	0,845	1	,997*
	Sig. (2-tailed)	0,360		0,048
	N	3	3	3
X3	Pearson Correlation	0,883	,997*	1
	Sig. (2-tailed)	0,311	0,048	
	N	3	3	3

- **Girdi Değerleri İçin Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması:** C_j değerleri Eşitlik (5) ile hesaplanmakta ve Tablo 8.’de gösterilmektedir.

Tablo 8. CRITIC C_j Değerleri

C _j	X1	X2	X3	TOPLAM
STDS	0,136903664	0,084649823	0,06641279	0,287966278
STDP	0,111781374	0,069116291	0,054225816	0,235123481

W_j değeri (kriter ağırlıkları) Eşitlik (7) ile hesaplanmakta ve Tablo 9'da gösterilmektedir.

Tablo 9. CRITIC Ağırlık Değerleri

CRITIC W _j	X1	X2	X3	TOPLAM
STDS	0,475415613	0,293957418	0,230626969	1
STDP	0,475415613	0,293957418	0,230626969	1

- **Çıktı Değerleri İçin Karar Matrisinin Oluşturulması:** Bu aşamada ise Tablo 2'de ve Tablo 3'de yer verilen değerlere göre çıktı kriterleri CRITIC yöntemine göre değerlendirmeye alınmıştır. CRITIC yöntemiyle değerlendirmeye alınan çıktı kriterleriyle oluşturulan karar matrisi Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. Çıktı Kriterleri İçin Oluşturulan Karar Matrisi

CRITIC YÖNTEMİ (ÇIKTILAR)						
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
A	6032	91139	8906	60,95	2,5	100,6
B	4255	178101	5121	83,54	3,86	64,82
C	2585	170425	7143	94,02	3,3	68,68
MİN	2585	91139	5121	60,95	2,5	64,82
MAX	6032	178101	8906	94,02	3,86	100,6

- **Çıktı Değerleri İçin Karar Matrisinin Normalize Edilmesi:** Tablo 10'da yer alan karar matrisi Eşitlik (2) yardımıyla normalize edilmiş, normalize edilen değerler Tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 11. Karar Matrisinin Normalize Edilmesi

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
A	1	0	1	0	0	1
B	0,484479	1	0	0,683096	1	0
C	0	0,911732	0,534214	1	0,588235	0,107881

- **Çıktı Değerleri İçin Korelasyon Karar Matrisinin Oluşturulması:** Korelasyon analizi Eşitlik (4) yardımıyla veya SPSS programı ile yapılmıştır. Elde edilen korelasyon matrisi Tablo 12. ve Tablo 13.'te yer almaktadır.

Tablo 12. CRITIC Korelasyon Karar Matrisinin Elde Edilmesi

P _{jk}	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	1	-0,833	0,481	-0,982	-0,6	0,823
Y2	-0,833	1	-0,0885	0,923	0,942	-1
Y3	0,481	-0,885	1	-0,638	-0,99	0,894
Y4	-0,982	0,923	-0,638	1	0,74	-0,916
Y5	-0,6	0,942	-0,99	0,74	1	-0,948
Y6	0,823	-1	0,894	-0,916	-0,948	1

Tablo 13. SPSS Korelasyon Karar Matrisi

Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	Pearson Correlation	1	-0,833	0,481	-0,982	-0,600	0,823
	Sig. (2-tailed)		0,373	0,680	0,121	0,591	0,385
	N	3	3	3	3	3	3

Y2	Pearson Correlation	-0,833	1	-0,885	0,923	0,942	-1,000*
	Sig. (2-tailed)	0,373		0,308	0,251	0,218	0,012
	N	3	3	3	3	3	3
Y3	Pearson Correlation	0,481	-0,885	1	-0,638	-0,990	0,894
	Sig. (2-tailed)	0,680	0,308		0,559	0,090	0,296
	N	3	3	3	3	3	3
Y4	Pearson Correlation	-0,982	0,923	-0,638	1	0,740	-0,916
	Sig. (2-tailed)	0,121	0,251	0,559		0,469	0,263
	N	3	3	3	3	3	3
Y5	Pearson Correlation	-0,600	0,942	-0,990	0,740	1	-0,948
	Sig. (2-tailed)	0,591	0,218	0,090	0,469		0,206
	N	3	3	3	3	3	3
Y6	Pearson Correlation	0,823	-1,000*	0,894	-0,916	-0,948	1
	Sig. (2-tailed)	0,385	0,012	0,296	0,263	0,206	
	N	3	3	3	3	3	3

- **Çıktı Değerleri İçin Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması:** Cj değerleri Eşitlik (5) ile hesaplanmakta ve Tablo 14’te gösterilmektedir.

Tablo 14. CRITIC Cj Değerleri

C _j	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOPLAM
STDS	3,055991	3,240404	2,672833	3,001412	2,943158	3,37387	18,28766859
STDP	2,495206	2,645779	2,182359	2,450643	2,403078	2,754754	14,93181887

Wj değeri (kriter ağırlıkları) Eşitlik (7) ile hesaplanmakta ve Tablo 15’te gösterilmektedir.

Tablo 15. CRITIC Ağırlık Değerleri

CRITIC W _j	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOPLAM
STDS	0,167107	0,177191	0,146155	0,164122	0,160937	0,184489	1
STDP	0,167107	0,177191	0,146155	0,164122	0,160937	0,184489	1

- **Girdi Kriterleri ve Çıktı Kriterleri İçin Tek Değer Elde Edilmesi:** CRITIC yöntemi sonucu elde edilen ağırlıkları tek değer haline getirip nihai sonuca ulaşmak için her bir değer normalize edilmiş karar matris sonucu elde edilen ağırlıklarla çarpılır. Çarpım sonucu girdi değişkenleri ve çıktı değişkenleri için elde edilen tek değerler Tablo 16 ve Tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 16. Girdi Değişkenleri İçin Tek Değer Elde Edilmesi

	X1	X2	X3	TOPLAM (NİHAİ SONUÇ)
A	0,190166245	0	0	0,190166245
B	0	0,048992903	0,020535278	0,069528181
C	0,475415613	0,293957418	0,230626969	1

Tablo 17. Çıktı Değişkenleri İçin Tek Değer Elde Edilmesi

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOPLAM (NİHAİ SONUÇ)
A	0,167107	0	0,146155	0	0	0,184489	0,497750411
B	0,08096	0,177191	0	0,112111	0,160937	0	0,531198386
C	0	0,16155	0,078078	0,164122	0,094669	0,019903	0,518322127

4.2. Nash Dengesinin Uygulanması

Oyun kazanç matrisi oluşturulurken CRITIC yöntemi yardımıyla bulunan kriter ağırlıkları ile ağırlıklandırılmış girdi ve çıktı değerleri dikkate alınmıştır. Bu değerlere bağlı olarak oyuncuların karşılıklı olarak seçebilecekleri stratejilere göre elde edecekleri faydalar ödemeler matrisinde gösterilmektedir.

Tablo 18’de yer alan matriste gösterilen oyunun çözümünde Nash dengesi yöntemi kullanılmaktadır. Oluşturulan bu oyun kazanç matrisinde her oyuncu için de en iyi değerler Nash dengesi ile bulunmuştur.

Tablo 18. 3x3’lük Oyun Kazanç Matrisinde Nash Dengesi Çözümü

		ÇIKTI		
		A	B	C
GİRDİ	A	0,190166245, 0,497750411	0,190166245, <u>0,531198386</u>	0,190166245, 0,518322127
	B	0,069528181, 0,497750411	0,069528181, <u>0,531198386</u>	0,069528181, 0,518322127
	C	<u>1</u> , 0,497750411	<u>1</u> , <u>0,531198386</u>	<u>1</u> , 0,518322127

Yukarıdaki oyun matrisinde 1.oyuncu A, 2.oyuncu B ve 3.oyuncu C Hastanesi’dir. Matriste de görüldüğü gibi C Hastanesi girdi değişkenini seçerse her zaman daha çok kazanç sağlar. B Hastanesi ise çıktı değişkenini seçerse her zaman daha çok kazanç sağlar. C Hastanesi girdi değişkenini seçtiğinde B Hastanesi ise çıktı değişkenini seçtiğinde oyuncular dengede kalmaktadır. Tablo 18’de iki altı çizili sayının kesiştiği hücre, oyunun denge noktası olarak tespit edilmiştir. Oyunun tek denge noktası vardır. Oyunda başka Nash dengesi bulunmamaktadır. Ayrıca A Hastanesinin dengede kaldığı bir nokta da bulunmamaktadır. Böylece hangi hastanenin tercih edilmesine karar verebilmek daha da kolaylaşmıştır. Bu durumda C Hastanesinin değeri 1 ve B Hastanesinin değeri 0,53’tür. Dengede olan noktada C Hastanesinin değeri B Hastanesinin değerinden daha yüksek olduğu için ($1 > 0,53$) C Hastanesi 1. sırada, B Hastanesi 2. sırada ve A Hastanesi 3. sırada yer almaktadır.

5. SONUÇ, DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

Oyun teorisi yaklaşımı oyunculara rakiplerinin davranışlarına karşı nasıl hareket edebileceklerini gösteren karar verme yöntemlerinden biridir. Bu amaçla birbirleriyle rekabet eden işletmelerin, rakiplerin stratejilerini görmek ve değerlendirmek için yararlanabilecekleri yöntemler arasındadır. Bu çalışmada da bir ilimizde yer alan üç özel hastanenin performans değerlendirmesi için oyun teorisinden yararlanılmıştır. Çalışmada kriter ağırlıkları ÇKKV yöntemlerinden CRITIC yöntemi ile ağırlıklandırılarak oyun teorisi ile bütünleştirilmiştir.

Oyun teorisine göre, uygulamada birinci oyuncuyu A Hastanesi, ikinci oyuncuyu B Hastanesi ve üçüncü oyuncuyu C Hastanesi oluşturmaktadır. Oyunculara ait stratejiler ÇKKV yöntemi ile

oluşturulmuştur. Oyun kazanç matrisi oluşturulurken CRITIC yöntemi yardımıyla bulunan kriter ağırlıkları ile ağırlıklandırılmış girdi ve çıktı değerleri dikkate alınmıştır. Bu aşamada oyun teorisinin en önemli çözüm araçlarından biri olan Nash dengesinden yararlanılmıştır. Nash dengesine göre C Hastanesi girdi değişkenini seçtiğinde B Hastanesi ise çıktı değişkenini seçtiğinde oyuncular dengede kalmaktadır. Dengede olan noktada C Hastanesinin değeri B Hastanesinin değerinden daha yüksek olduğu için ($1 > 0,53$) C Hastanesi 1. sırada, B Hastanesi 2. sırada ve A Hastanesi 3. sırada yer almaktadır.

Yapılan uygulama sonucunda C Hastanesinin 1. sırada yer aldığı görülmüştür. C Hastanesinin hem 1. sırada yer alması hem de dengede kalmasının sebebi girdi değişkeni olarak hesaplanan yatak sayısı ve hemşire sayısının daha yüksek olması olarak gösterilebilir. B Hastanesinin hem 2. sırada yer alması hem de dengede kalmasının sebebi ise çıktı değişkeni olarak hesaplanan muayene sayısı ve ortalama yatış gününün fazla olması olarak gösterilebilir. A Hastanesinin son sırada yer alması ve dengede kalmamasının sebebi ise girdi değişkeni olarak hesaplanan hekim sayısı ve hemşire sayısının düşük olması gösterilebilir. Ayrıca çıktı değişkeni olarak hesaplanan muayene sayısı, yatak doluluk oranı ve ortalama yatış gününün de düşük olması gösterilebilir.

Bu çalışma birbirleriyle rekabet halinde bulunan hastanelerin performanslarını değerlendirmeye, eksiklik olan yönlerini ortaya çıkarmaya ve bu doğrultuda kendilerini geliştirmeye yardımcı olabileceği düşüncesiyle ortaya konulmuştur. Ayrıca nesnel ağırlıklandırma yöntemlerinden olan CRITIC yönteminin oyun teorisi ile birlikte kullanıldığı bir çalışmaya rastlanılmamış olması da çalışmanın literatüre bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akbulut, O. Y. (2019). Critic ve edas yöntemleri ile iş bankası'nın 2009-2018 yılları arasındaki performansının analizi. *Ekonomi, Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 249-263.
- Akdağ, H., Kalaycı, T., Karagöz, S., Zülfiyar, H. ve Giz, D. (2014). The evaluation of hospital service quality by fuzzy mcdm, elsevier, *Applied Soft Computing*, 23, 239–248.
- Akdağ, Y. ve Özarı, Ç. (2016). Oyun teorisi yaklaşımı ile reklam aracı seçim sürecinin ekonomiye etkileri: bulanık topsis yöntemiyle vakıf üniversitelerinin eğitim sektörü üzerine bir uygulama. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 30, 1-33.
- Akın, N. G. (2019). Makine seçimi probleminde entropi-rov ve critic –rov yöntemlerinin karşılaştırılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 62, 20-39.
- Akpınar, A.T. ve Taş, Y. (2013). Performansa dayalı ek ödeme sistemine ilişkin hekimlerin tutumları üzerine kocaeli üniversitesi araştırma ve uygulama hastanesi'nde bir araştırma. *Çalışma ve Toplum: Ekonomi ve Hukuk Dergisi*, 37, 167–182.

- Aktan, C. C. ve Bahçe, A. B. (2007). *Kamu Tercihini Perspektifinden Oyun Teorisi*. İçinde: Aktan, C. C. ve Dileyici, D., *Modern Politik İktisat: Kamu Tercihini*. Ankara: Seçkin Yayınları, 1-16.
- Aladağ, Z., Avcı, S., Çelik, B. ve Alkan, A. (2017). Özel Hastane Seçim Kriterlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi ile Değerlendirilmesi ve Kocaeli İli Uygulaması, 5th International Symposium on Innovative Technologies in Engineering and Science, 29-30 September 2017, (ISITES2017 Baku-Azerbaijan), Academic Platform.
- Aplak, H. S. (2010). *Karar Verme Sürecinde Bulanık Mantık Bazlı Oyun Teorisi Uygulamaları*, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.
- Aytekin, A. (2016). Hastaların hastane tercihinde etkili kriterler ve hastanelerin multimoora ile sıralanması: eskişehir örneği. *İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi*, 4(4), 134-143.
- Başar, B. (2015). Doğu Akdeniz Doğal Gazının Türkiye-İsrail Etkileşimi Bağlamında Oyun Teorisi ile Analizi, T.C. Harp Akademileri Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Budak, S. N. (2014). PROMETHEE ve ANP Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri: Ankara Sağlık Bakanlığı Hastanelerinde Uygulama, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Canlı, A. K. ve Aplak, H. S. (2016). Belirsizlik içeren tedarik zinciri yönetimi karar süreçlerinde savunma sektörüne yönelik bir uygulama. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 24, 71-109.
- Cinemre, N. (2011). *Yöneylem Araştırması*. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Çağlar, M. (2002). Oligopolistik Piyasalarda Karar Alma Süreçleri ve Oyun Teorisi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Çakır, S. ve Perçin, S. (2013). Çok kriterli karar verme teknikleriyle lojistik firmalarında performans ölçümü. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 13(4), 449-459.
- Dereköy, F. (2012). Hastane İşletmelerinde Performans Ölçümü ve Muhasebe Bilgi Sistemi ile İlişkilendirilmesi Temelinde Bir Uygulama. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Çanakkale.
- Diakoulaki, D., Mavrotas, G. ve Papayannakis, L. (1995). Determining objective weights in multiple criteria problems: the critic method. *Computers & Operations Research*, 22(7), 763-770.
- Doğan, N. Ö. ve Gencan, S. (2014). Vza/ahp bütünleşik yöntemi ile performans ölçümü: ankara'daki kamu hastaneleri üzerine bir uygulama. *Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 88-112.

- Dutta, P. K. (1999). *Strategies and Games: Theory and Practice*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Ergün Bülbül, S. ve Köse, A. (2016). Türk sigorta sektörünün promethee yöntemi ile finansal performans analizi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 38(1), 187-210.
- Erpolat, A. Y. (2019). Hastane Verimlilik ve Etkinliklerinin Çok Kriterli Karar Verme ve Veri Zarflama Analizleriyle Karşılaştırması: Doğu Marmara Örneği, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Bolu.
- Esen, H. (2019). Hastane Performansının Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Değerlendirilmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Isparta.
- Fudenberg, D. ve Tirole J. (1993). *Game Theory*. (Third Edition). Cambridge, Massachusetts, U.S.A: MIT Press.
- Ghorabae, M. K., Amiri M., Zavadskas, E. K. ve Antuchevičienė, J. (2017). Assessment of third-party logistics providers using a critic –waspas approach with interval type-2 fuzzy sets. *Transport*, 32(1), 66–78.
- Giz, D. (2003). Oyun Teorisine Doğru. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 46, 145-156.
- Hantekin, E. ve Akyüz, Y. (2015). TR33 bölgesi devlet hastanelerinin performanslarının bulanık ahp yöntemi ile ölçümü. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 153-169.
- Hirshleifer, J. (1989). *Conflict and Settlement*. In: Eatwell J., Milgate M., Newman P. (Ed.) *Game Theory*. Palgrave Macmillan, London: The New Palgrave.
- Hoş, S. (2020). Rekabetçi Önceliklere Göre Tedarikçi Değerlendirmede Oyun Teorisi Yaklaşımı, Hitit Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Çorum.
- Işık, Ö. (2019). Türkiye'de hayat dışı sigorta sektörünün finansal performansının critic tabanlı topsis ve multimoora yöntemiyle değerlendirilmesi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(1), 542-562.
- Kafadar, T. (2002). Stratejik Dış Ticaret Politikaları ve Teknoloji Transferi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Karabacak, H. (2016). *Herkes İçin Oyun Teorisi: Oyunlar-Kavramlar-Stratejiler*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Kaya Samut, P. (2014). İki aşamalı çok kriterli karar verme ile performans değerlendirmesi: ahp ve topsis yöntemlerinin entegrasyonu. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(4), 57-68.
- Kazan, H. ve Özdemir, Ö. (2014). Financial performance assessment of large scale conglomerates via topsis and critic methods. *International Journal of Management and Sustainability*, 3(4), 203-224.
- Kıracı, K. ve Bakır, M. (2019). Critic temelli edas yöntemi ile havayolu işletmelerinde performans ölçümü uygulaması. *Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 157-174.
- Kreps, D. M. (1989) *Nash Equilibrium*. In: Eatwell J., Milgate M., Newman P. (Ed.) *Game Theory*. Palgrave Macmillan, London: The New Palgrave.
- Madić M. ve Radovanović M. (2015). Ranking of some most commonly used nontraditional machining processes using rov and critic methods. *U.P.B. Sci. Bull., Series D*, 77(2), 2015 ISSN 1454-2358, 193-204.
- Marşap, A. (2014). *Sağlık İşletmelerinde Kalite: Sağlıkta Kaliteşim Sistemi ve Sağlıkta Mükemmellikte Süreklilik*. (1. Baskı) İstanbul: Beta Basım.
- McCain, R. A. (2009). *Game Theory and Public Policy*, Drexel University, USA: Edward Elgar Publishing.
- Mollahaliloğlu, S. (2011). *Kamu Hastanelerinin Genel Verimliliğinin Değerlendirilmesi*, (Ed: Akdağ, R.), Ankara: Opus Basım.
- Nash, J. F. (1950a). Equilibrium points in n-person games. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 36(1), 48-49.
- Nash, J. F. (1950b). The bargaining problem, *Econometrica*, 18(2), 155-162.
- Nash, J. F. (1951). Non-cooperative games. *The Annals of Mathematics, Second Series*, 54(2), 286-295.
- Nash, J. F. (1953). Two-person cooperative games, *Econometrica*, 21(1), 128-140.
- Özarı, Ç., Turan, K. K. ve Ulusoy, V., (2020). *Oyun Teorisi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Özdil, T. (1998). Ekonomik Problemlerin Çözümünde Oyun Kuramının Yeri: Finansal Piyasalarda Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.
- Özer, O. O. (2004). *Oyun Teorisi ve Tarımda Uygulanması*, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Semineri, Ankara.

- Özkan, Ş., Kar, A. ve Saygılı, M. (2019). Kamu Hastanelerinde MULTİMOORA Yöntemiyle Çok Faktörlü Performans Değerlendirmesi, 4. Uluslararası Sağlık Bilimleri ve Yönetimi Kongresi e-Bildiri Kitabı, ISBN: 978-605-87853-5-9, 224-232.
- Öztürk, A. (2014). *Yöneylem Araştırması*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Palancı, O. (2016). İşbirlikçi Aralık Oyunları: Aralık Çözümlerinin Aksiyomatik Karakterizasyonları ve Bazı Uygulamalar, Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Isparta.
- Peters, H. (2015). *Game Theory: A Multi-Leveled Approach*, Second Edition, Springer-Verlag, Berlin: Springer Texts in Business and Economics.
- Sağlık Bakanlığı, 2008/65 Sayılı Hastane Yatak Sayıları ve Tanımları ile İlgili Genelge, Erişim 05 Ekim 2020, <https://dosyasb.saglik.gov.tr/Eklenti/961,ekpdf.pdf?0>.
- Saygın, Z. Ö. (2019). OECD Ülkelerinin Sağlık Göstergeleri Açısından Bütünleşik Çok Kriterli Karar Verme Yaklaşımı ile Analizi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Denizli.
- Şenol, Z. ve Ulutaş, A. (2018). Muhasebe temelli performans ölçümleri ile piyasa temelli performans ölçümlerinin critic ve aras yöntemleriyle değerlendirilmesi, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 55(641), 83-102.
- Tosun, Ö., Bilge, U. ve Saka, O. (2006). Tıpta Karar Verme Süreçlerinde Oyun Teorisinin Kullanımı, 3. Ulusal Tıp Bilişimi Kongresi, Akdeniz Üniversitesi, Tıp Fakültesi, Biyoistatistik ve Tıp bilişimi AD, Antalya.
- Uçkun, N., Girginer, N., Köse, T. ve Şahin, Ü. (2016). Türkiye'deki büyükşehir kamu hastanelerinin etkinliklerinin analizi. *International Journal of Innovative Research in Education*, 3(2), 102–108.
- Ulutaş, A. ve Karaköy, Ç. (2019). Critic ve rov yöntemleri ile bir kargo firmasının 2011-2017 yılları arasındaki performansının analiz edilmesi, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 223-230.
- Váchová, L. ve Hajdíková, T. (2017). Evaluation of Czech Hospitals Performance Using MCDM Methods, Proceedings of the World Congress on Engineering and Computer Science, Vol II, WCECS 2017, October 25-27, San Francisco, USA.
- Ventsell, E. S. (1965). *Oyunlar Teorisine Giriş*, Çev. Halil Yüksel, S. 27, İstanbul: Türk Matematik Derneği.
- von Neumann, J. ve Morgenstern, O. (1944). *Theory of Games and Economic Behavior*, Princeton: Princeton University Press.

- Walker, P. (2012). A Chronology of Game Theory, Erişim 19 Ağustos 2020, http://www.econ.canterbury.ac.nz/personal_pages/paul_walker/gt/hist.htm.
- Wang, D. ve Zhao, J. (2016). Design optimization of mechanical properties of ceramic tool material during turning of ultra-high-strength steel 300m with ahp and critic method. *Int. J. Adv. Manuf. Technol.*, 84, 2381–2390.
- Wang, Y. M. ve Luo, L. (2010). Integration of correlations with standard deviations for determining attribute weights in multiple attribute decision making. *Mathematical and Computer Modelling*, 5, 1-12.
- Yiğit, A. (2019). Türkiye’de eğitim ve araştırma hastaneleri performansının topsıs yöntemi ile analizi. *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi (ASBD)*, 08(02), 72-85.
- Yoluk, M. (2010). Hastane Performanslarının Veri Zarflama Analizi (VZA) Yöntemi ile Değerlendirilmesi, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Zolfani, S. H., Maknoon, R. ve Zavadskas, E. K. (2015). Multiple nash equilibriums and evaluation of strategies. new application of mcdm methods. *Journal of Business Economics and Management*, 16(2), 290-306.



ÖRGÜTSEL YABANCILAŞMAYLA SANAL KAYTARMA ARASINDAKİ İLİŞKİ: TEKSTİL ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL ALIENATION AND CYBER LOAFING: A STUDY ON TEXTILE WORKERS

Mesut KASAP¹



1. Öğr. Gör. Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Mesutkasap25@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0151-3284>

Öz

Bu araştırmanın amacı tekstil çalışanlarının örgütsel yabancılaşmayla sanal kaytarma arasındaki ilişkilerini belirlemektir. Araştırmada nicel araştırma modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Marmara Bölgesi'ndeki tekstil çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme grubunu ise Bursa ilinde faaliyet gösteren tekstil firmalarında çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak örgütsel yabancılaşma ve sanal kaytarma olmak üzere iki ölçek kullanılmıştır. Araştırmada öncelikle verilerin normal dağılım gösterip göstermediği tespit edilmiştir. Verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri -1 ile +1 arasında olduğu için verilere parametrik testler uygulanmıştır. Araştırmadan elde edilen verilere istatistiksel analizler, t-testi ve ANOVA istatistiksel analizleri yapılmıştır. Tekstil çalışanlarının önemli ve önemsiz sanal kaytarmayla ilgili görüşleri ile örgütsel yabancılaşma boyutları arasında yer alan kendinden uzaklaşma, çevreden uzaklaşma, işten uzaklaşma, güçsüzlük, anlamsızlık ve normsuzluk boyutları arasında yüksek düzeyde bir ilişki vardır. Tekstil çalışanlarının aylık ücretleriyle sanal kaytarmayla ilgili görüşleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Çalışanların aylık ücretleriyle örgütsel yabancılaşma içerisinde yer alan kendinden uzaklaşma, güçsüzlük ve normsuzluk boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Anahtar Kelimeler: Örgüt, örgütsel yabancılaşma, sanal kaytarma, yabancılaşma.

Abstract

The aim of this research is to reveal the relationship between textile workers' organizational alienation and cyber loafing. In the research, relational scanning model, one of the quantitative research models, was used. Textile workers in the Marmara Region constitute the universe of the research. The sample group of the research consists of employees in textile companies operating in Bursa. In the study, two scales, organizational alienation and virtual loafing, were used as data collection tools. In the research, it was first determined whether the data showed normal distribution or not. Since kurtosis and skewness values of the data are between -1 and +1, parametric tests were applied to the data. Statistical analysis, t-test and ANOVA statistical analysis were performed on the data obtained from the research. There is a high level of correlation between the views of textile workers on important and insignificant cyber loafing and the dimensions of detachment from self, alienation from the environment, dismissal from work, powerlessness, meaninglessness and normlessness, which are among the dimensions of organizational alienation. It is seen that there is no significant difference between the monthly wages of textile workers and their views on cyber loafing. There is a significant relationship between the monthly wages of the employees and the dimensions of self-alienation, powerlessness and normlessness that are included in organizational alienation.

Keywords: Organization, organizational alienation, virtual loafing, alienation.

Makale Türü Article Type
Araştırma Makalesi Research Article

Başvuru Tarihi Application Date
17.01.2021 01.17.2021

Yayına Kabul Tarihi Admission Date
18.02.2021 02.18.2021

DOI
<https://doi.org/10.30798/makuiibf.863155>

EXTENDED SUMMARY

Research Problem

The aim of this research is to reveal the relationship between textile workers' organizational alienation and cyber loafing.

Research Questions

What are the relationships between textile workers' organizational alienation and cyber loafing?

Literature Review

Today, organizations face different problems with the effect of globalization and various developments. It is of vital importance for organizations to overcome these problems. One of the biggest problems faced by organizations is that employees are alienated from the organization and therefore do not adopt the organization, do not believe in the goals of the organization and do not feel belonging to the organization. Organizational alienation situation differs from organization to organization both in terms of the level of visibility and form. But almost all businesses are also seen. Alienation in businesses is generally seen as the alienation of employees from the organization, the products or services produced, or the employees from each other. With the continuation of this situation, the employee also alienates himself (Bozçalı, 2020; Darıyemez, 2010; Eroğluer, 2020). The alienation of the employee does not prevent him from doing his job in the organization, but causes the negativity that he does not see himself as a part of the business. In this case, the alienation of employees from their jobs, themselves or the business causes great damage to today's organizations (Yıldız, 2019). Organizational alienation manifests itself as the existence of various divisions and separations in the entire business (Güler et al., 2019). Organizational alienation shows whether employees participate in organizational activities and how much participation will be. At the same time, organizational alienation is related to the subjects of respecting the business goals and values of the employees, making an effort to reach the business goals, and lastly, whether the continuity in the business will continue (Kılıç et al., 2017; Zadeh et al., 2016). Organizational alienation has been studied under five dimensions (Seeman, 1983). Another current problem faced by organizations is the cyber loafing of employees during working hours. Virtual loafing behaviors are also one of the important problems that reduce the productivity of the business.

Methodology

The relational scanning model was used in this study, which was planned to determine the relationship between the organizational alienation levels of textile workers and cyber loafing. Relational scanning model is used to investigate the relationships between variables in depth (Karasar, 2011). In this study, the relationships between the organizational alienation levels of textile workers and cyber loafing were investigated in depth. Textile workers in the Marmara Region constitute the universe of the research. The sample group of the research consists of employees in textile companies operating in Bursa. Two scales were used as data collection tools in the study. Virtual Loafing scale, validity and reliability of which was made by Hanaylı (2020) used in the study, was used. The validity and reliability

of the organizational alienation scale used in the study was made by Minibaş (1993) and used by Bozçalı (2020) in his master's thesis. In the research, it was first determined whether the data showed a normal distribution or not. Since kurtosis and skewness values of the data are between -1 and +1, parametric tests were applied to the data (Şencan, 2005). Statistical analysis, t-test and ANOVA statistical analysis were performed on the data obtained from the study.

Results and Conclusions

Textile workers generally stated that they experience types of loafing, which are called important and unimportant, in the workplace. There is no significant relationship between the gender of textile workers and the dimensions of cyber loafing and organizational alienation. In other words, the thoughts of textile workers on cyber loafing and organizational alienation do not differ according to gender. It is seen that there is no significant difference between the monthly wages of textile workers and their views on cyber loafing. There is a significant relationship between the monthly wages of the employees and the dimensions of self-alienation, powerlessness and normlessness that are included in organizational alienation. There is a difference between the opinions of employees who do not use the internet for non-work purposes and those who use the internet outside of work regarding the dimensions of normlessness that are included in virtual loafing and organizational alienation. There is no difference between the employees' views about internet use, virtual loafing, and organizational alienation, except for the purpose of connecting to the internet. There is a high level of correlation between the views of textile workers on important and insignificant cyber loafing and the dimensions of detachment from self, alienation from the environment, dismissal from work, powerlessness, meaninglessness and normlessness, which are among the dimensions of organizational alienation.

1. GİRİŞ

Günümüzde örgütler küreselleşmenin ve çeşitli gelişmelerin etkisiyle farklı sorunlarla karşılaşmaktadır. Bu sorunların üstesinden gelebilmesi de örgütler için hayati önem arz etmektedir. Örgütlerin karşılaştığı en büyük sorunlardan birisi çalışanların örgüte yabancılaşması ve buna bağlı olarak örgütü benimsememesi, örgüt amaçlarına inanmaması ve kendisini örgüte ait hissetmemesidir. Örgütsel yabancılaşma durumu örgütten örgüte hem görülme düzeyi açısından hem de şekilsel olarak farklılık göstermektedir. Fakat neredeyse bütün işletmeler de görülmektedir. İşletmelerde yabancılaşma genel olarak, çalışanların örgüte, üretilen ürünlere ya da hizmetlere ya da çalışanların birbirine yabancılaşması şeklinde görülmektedir. Bu durumun devam etmesiyle birlikte çalışan kendine de yabancılaşmaktadır (Bozçalı, 2020; Darıyemez, 2010; Eroğluer, 2020). Çalışanın yabancılaşması örgütteki işlerini yapmasına engel değildir fakat kendini işletmenin bir parçası görmemesi gibi bir olumsuzluğa sebebiyet vermektedir. Bu durumda ise çalışanların işlerine, kendilerine ya da işletmeye yabancılaşması günümüz örgütlerine büyük zararlar vermektedir (Yıldız, 2019). Çalışanın işletmeye yabancılaşması ve işletme tarafından desteklenmediğini düşünmesi durumunda işletmenin performansı olumsuz etkilenmektedir (Tanrıverdi ve Kılıç, 2016). Yabancılaşma en genel tanımıyla çalışanın örgüte veya sürece uzaklaşmasıdır. Örgütsel yabancılaşma ise işletme yöneticilerinin çalışanların mesleki katma değerlerine gereken önemi ve değeri vermemesi şeklinde ifade edilmektedir (Awang, 2017; Kahveci ve Demirtaş, 2014; Salihoğlu, 2014). Örgütsel yabancılaşma, çalışanlar arasında ya da örgüt yapısında ortaya çıkan yabancılaşma olarak ifade edilmektedir. Örgütsel yabancılaşma, işletmenin tamamında çeşitli bölünme ve ayrışmaların olması şeklinde kendini göstermektedir (Güler vd., 2019). Örgütsel yabancılaşma çalışanların örgüt faaliyetlerine katılıp katılmama durumlarını ve katılım olursa da ne kadar katılımın olacağını gösterir. Aynı zamanda örgütsel yabancılaşma, çalışanların işletme amaçlarına ve değerlerine saygı duymasını, işletme amaçlarına ulaşma da gayret göstermeyi ve son olarak işletmedeki sürekliliğinin devam edip etmeme konularıyla ilişkilidir (Kılıç, vd., 2017; Zadeh vd., 2016). Örgütsel yabancılaşma beş boyut altında ele alınmıştır (Seeman, 1983). Bu boyutlar; güçsüzlük, normsuzluk, anlamsızlık, çevreden uzaklaşma ve kendine yabancılaşmadır. Bu boyutları ele alacak olursak ilk boyut olan güçsüzlük, çalışanların işletmedeki çeşitli gelişmeler karşısında kontrolün sağlanamaması şeklinde tanımlanmıştır. Ayrıca kapitalizmin bir sonucu olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir (Seeman, 1959; Seeman, 1983). İkinci boyut olan anlamsızlık, çalışanların hangi değerlere inanacağını ve hangi doğrularla hareket edeceğini bilmemesi durumu olarak ifade edilmiştir. Farklı bir tanımla çalışanın karar alırken kendi düşüncesi ile toplumun doğrularının farklı olması durumudur (Tolan, 1981). Üçüncü boyut normsuzluk ise, çalışanların hayatlarına yön verecek normlarının olmaması onları amaçsız hissettirmektedir. Ayrıca çalışanların kendi normları ile örgüt normlarının örtüşmemesi iş birliği duygusunu ortadan kaldırmaktadır (Babür, 2009). Dördüncü boyut çevreden uzaklaşma ise, çalışanların örgüt kültürüne uyum sağlayamaması ve o örgütün iş ortamını da sağlıklı bir ortam olarak değerlendirmemesi şeklinde ifade edilmektedir (Tutar, 2010). Beşinci ve son

boyut kendine yabancılaşma ise, çalışanın kendisinden soğumasıdır. Çalışanın hayatından zevk alamaması, sosyal hayata adapte olamamasıdır (Şimşek vd., 2006).

Örgütlerin karşılaştığı bir diğer güncel sorun ise çalışanların mesai saatleri içerisinde sanal kaytarma durumudur. Sanal kaytarma davranışları da yine işletmenin verimliliğini düşüren önemli sorunlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanal kaytarma üretkenlik karşıtı davranışlar arasında sayılmaktadır. Özellikle günümüz dünyasında bilişim teknolojileri ve bilgi çağının gereklilikleri doğru stratejilerle organize edilirse işletmeler rekabet avantajı elde edebilmektedirler. Gelişmelerin önemli bir ayağı olan internet ise hem toplumsal hayatı hem de iş hayatını önemli ölçüde etkilemiştir. Birçok örgüt internetin sağlamış olduğu etkili ve hızlı iletişimden faydalanmaktadır. Aynı zamanda internete bağlı teknolojik ürünler sayesinde çeşitli giderlerin azaltıldığını, ürünlerin hızlı ve kaliteli bir şekilde üretildiğini ve pazarlamanın da etki gücünün arttığını görmekteyiz (Köse vd., 2012). İnternetin bu denli yaygınlaştığı iş dünyasında özellikle her çalışanın bilgisayarla iş gördüğünü de belirtmeliyiz. İnternet sayesinde bilgiye hızlı ulaşım söz konusu olduğundan işletmenin üretkenliği ve yenilik yapabilme kapasitesi de artmıştır. Bu ve benzeri durumların artmasıyla pek tabi ki çeşitli yanlış uygulamalarında olması kaçınılmazdır (Hanaylı, 2020). Böyle bir ortamda hem işletmeye hem de çalışanlara farklı zararlar vermektedir. İşletmede hem yöneticilerin hem de çalışanların çalışma ortamında mesai saatlerinde interneti amacının dışında kullanması son yıllarda artan bir durumdur. Bu yanlış uygulamalar çok geniş bir yelpazedir ve birçok şekilde görülebilmektedir (Jamaluddin vd., 2015; Niaei vd., 2014). Sanal kaytarma iş saatleri içerisinde işin dışında internet kullanımı, bireysel internet kullanımı ve internetin suiistimal edilmesi gibi farklı şekiller de tanımlanmıştır (Vitak vd., 2011). Ayrıca sanal kaytarma öz kontrol eksikliği olarak da ifade edilmiştir. Farklı bir tanımda ise, işletme amaçları dışında web uygulamalarının kullanımı olarak belirtilmiştir (Kim ve Byrne, 2011; Restubog vd., 2011). Sanal kaytarma özellikle günümüzde daha öncelerinden farklı değerlendirilmesi gereken bir konu çünkü internetin akıllı telefonlar vasıtasıyla da kullanılması söz konusudur (Çavuşoğlu ve Palamutçuoğlu, 2017). Alan yazında sanal kaytarma işletme için olumlu ve olumsuz olmak üzere iki bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Zararlı olarak düşünen araştırmacıların yanı sıra sanal kaytarma sayesinde çalışanların öğrenme ve yenilik yapabilme kapasitesinin arttığını vurgulayanlarda azımsanamayacak derecede çoktur. Bu durumda ise sanal kaytarmanın iki boyutu ortaya çıkmaktadır. Birincisi olumlu sanal kaytarma, ikincisi ise olumsuz sanal kaytarmadır (Hanaylı, 2020; Örcü ve Yıldız, 2014).

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Tekstil çalışanlarının örgütsel yabancılaşma düzeyleriyle sanal kaytarma arasındaki ilişkilerini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Bu model değişkenler arasındaki ilişkilerin derinlemesine araştırmak amacıyla kullanılır (Karasar, 2011). Bu çalışmada

tekstil çalışanlarının örgütsel yabancılaşma düzeyleriyle sanal kayıtları arasındaki ilişkileri derinlemesine araştırılmıştır.

2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Marmara Bölgesi'ndeki faaliyet gösteren yaklaşık 6635 tekstil işletmesindeki çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem grubunu ise Bursa ilinde faaliyet gösteren yaklaşık olarak 541 farklı tekstil firmalarındaki çalışanlar oluşturmaktadır (Tekstil firmaları - Marmara Bölgesi, t. y.).

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri ile İlgili Tanımlayıcı İstatistik Analizleri

Cinsiyet	f	%
Kadın	213	65,5
Erkek	112	34,5

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanlarının %65,5'inin kadın, %34,5'inin erkek olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Aylık Gelirleri

Mesleki Kıdem	f	%
2500-2999 TL	132	40,6
3000-3999 TL	127	39,1
4000-4999 TL	43	13,2
5000 TL ve üzeri	23	7,1

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanların %40,6'sının 2500-2999 TL arası, %39,1'inin 3000-3999 TL arası, %13,2'sinin 4000-4999 TL arası, %7,1'inin ise 5000 TL ve üzeri aylık gelire olduğu belirtilmiştir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan Hanaylı (2020) tarafından geçerlik ve güvenilirliği yapılmış olan Sanal Kayıtma ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçek toplam varyansın %70,19'unu açıklamaktadır. Ölçek 2 faktörlü 20 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Cronbach alfa değerinin ise 0,94 olduğu görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre [Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=,962), Bartlett testi ($\chi^2=10313,852$; $sd=190$ ($p=,000$))] ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu görülmüştür.

Örgütsel yabancılaşma ölçeğinin geçerlik ve güvenilirliği Minibaş (1993) tarafından yapılmış, Bozçalı (2020) tarafından yüksek lisans tez çalışmasında kullanılmıştır. Ölçekte 7 boyut, 36 madde bulunmaktadır. Ölçeğin Cronbach alfa değerinin ise 0,99'dur. Araştırmacı tarafından yapılan testler sonucunda ölçeğin [Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=,91), Bartlett testi ($\chi^2=2290,804$; $sd=78$ ($p=,000$))] geçerlik ve güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğu görülmüştür.

2.4.Verilerin Analizi

Araştırmada öncelikle verilerin normal dağılım gösterip göstermediği tespit edilmiştir. Verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri -1 ile +1 arasında olduğu için verilere parametrik testler uygulanmıştır (Şencan, 2005). Araştırmadan elde edilen verilere istatistiksel analizler, t-testi ve ANOVA istatistiksel analizleri yapılmıştır.

2.5.Etik Kurulu İzni

Araştırma için Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Etik Kurulu 19/01/2021 tarih, 02/01 numaralı toplantısında (Başvuru Protokol Numarası: 2021-YÖNP-0033 araştırmanın bilimsel etik kurallara uygun olduğu kararı verilmiştir.

3.BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde araştırmadan elde edilen veriler analiz edilmiştir.

Tablo 3. Çalışanların Sanal Kaytarma ile İlgili Görüşleri

Maddeler	\bar{x}	ss
Önemli Sanal Kaytarma	2,90	1,16
Önemsiz Sanal Kaytarma	2,80	1,18

Tablo 3'te görüldüğü üzere tekstil çalışanları önemli sanal kaytarma (n=2,90) ve önemsiz sanal kaytarma (n=2,90) olarak görüşlerini belirtmişlerdir. Tekstil çalışanları işle ilgili olmayan şahsi e-postalarını kontrol etmekte, işten bağımsız konularda e-posta göndermekte, internet aracılığıyla haber sitelerini ve bültenleri takip etmekte, işle ilgili olmayan e-postalar almakta, internette kişisel ihtiyaçlarına yönelik alışveriş yapmakta, anlık haberleşme uygulamaları aracılığıyla mesaj alıp göndermekte (Whatsapp, Messenger vs.), sanal toplulukları ziyaret etmekte (Ekşisözlük, Uludağ sözlük, Onedio, Donanımhaber vs.), çeşitli uygulamalardaki (Facebook, Instagram, Twitter gibi) kişisel sayfalarını göz gezdirmekte; internette müzik, film, video indirmekte; blogları okumakta; borsa, bankacılık, yatırım, finans konularına ilişkin internet sitelerini ve uygulamaları ziyaret etmekte, internette arkadaş edinme sitelerini ziyaret etmekte, sporla ilgili internet sitelerini ziyaret etmekte; online müzayede, açık artırma sitelerini ziyaret etmekte, online oyunlar oynamakta; belirli konuların ele alınıp, tartışıldığı online sohbet odalarında vakit geçirmekte; seyahat, tatil gibi organizasyonlar için otellerden ve seyahat şirketlerinden rezervasyon yaptırmakta; iş aramaya ve yeni iş imkanlarından yararlanmaya yönelik internet sitelerinde vakit geçirmekte; bahis, kumar sitelerini ziyaret etmekte; yetişkin içerikli sitelerde (yaş grubu itibarıyla kendi yaşının üzerinde bilgileri içeren) vakit geçirmektedir.

Tablo 4. Çalışanların Örgütsel Yabancılaşmayla ilgili Görüşleri

Maddeler	\bar{x}	ss
Normsuzluk	3,76	1,199
Güçsüzlük	3,75	1,201
Kendinden Uzaklaşma	3,72	1,228
Çevreden Uzaklaşma	2,78	1,194
Anlamsızlık	2,76	1,214
İşten Uzaklaşma	2,69	1,240

Tablo 4 incelendiğinde tekstil çalışanları örgütsel yabancılaşmayla ilgili görüşlerini Normsuzluk (n=3,76), Güçsüzlük (n=3,75), Kendinden Uzaklaşma (n=3,72), Çevreden Uzaklaşma (n=2,78), Anlamsızlık (n=2,76) ve İşten Uzaklaşma (2,69) boyutlarıyla açıklamışlardır. Tekstil çalışanları kazanmak için her zaman doğru olanı yapmanın gerekmeyeceğini, insanın gücünü ortaya koyabilmesi için kuralları çiğnemesi gerekebileceğini, yükselmek için doğru yanlış her fırsatı değerlendirmek gerektiğini, kendisine saçma gelen kurallara eğer elindeyse uymadığını, iş yerindeki kuralların kendilerine anlamsız geldiğini belirtmişlerdir. Çalışanlar, iş yoğunluğunun bazen insanın gücünü aştığını hissetmekte, hemen her yaptıkları işin denetimden geçtiğini, üstlerine danışmadan karar alamadıklarını, işte bir makine gibi çalıştırıldıklarını, emeklerinin boşa harcandığını hissettiklerini, kendilerini kullanılmış gibi hissettiklerini, ne kadar uğraşırlarsa uğraşınlar kişisel güçlerini ortaya koyamadıklarını dile getirmektedirler. Tekstil çalışanları işte yalnızca para kazandıklarını, kendilerine uygun bir iş olmadığını, iş yerindeki ben ile iş dışındaki ben arasında oldukça büyük fark olduğunu, kendilerini önemsiz hissettiklerini, işlerinde asıl kimliklerini yitirdiklerini düşünmektedirler. Çalışanlar, kendilerini yalnız hissettiklerini, işyerindeki ilişkilerin yüzeysel olduğunu, işyerindeki insanların kendilerini sıktığını, iş dışında insanlarla iletişim kurmak istediğini, işyerinin kendilerine artık ilginç gelmediğini, işte gelecek görmediğini, sürekli aynı işi yaptıklarını, işin karmaşık olduğunu, imkan olsa işten ayrılacaklarını, işten çıkışı sabırsızlıkla beklediklerini, mecbur olmasa bu işi yapmayacaklarını belirtmektedirler.

Tablo 5. Sanal Kaytarmanın Cinsiyete Göre t-testi Sonuçları

Cinsiyet	n	\bar{x}	ss	t	df	p
Kadın	213	3,73	1,183	.819	323	.413
Erkek	112	3,84	1,121			
Kadın	213	3,70	1,196	.329	323	.329
Erkek	112	3,83	1,161			

Tablo 5 incelendiğinde tekstil çalışanlarının cinsiyetleriyle sanal kaytarma ile ilgili görüşleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

Tablo 6. Örgütsel Yabancılaşmanın Cinsiyete Göre t-testi Sonuçları

	Cinsiyet	n	\bar{x}	ss	t	df	p
Kendinden	Kadın	213	3,69	1,219	-,685	323	,494
Uzaklaşma	Erkek	112	3,79	1,249			
Çevreden	Kadın	213	3,75	1,193	-,623	323	,534
Uzaklaşma	Erkek	112	3,84	1,198			

İşten Uzaklaşma	Kadın	213	3,65	1,252	-,726	323	,468
	Erkek	112	3,76	1,219			
Güçsüzlük	Kadın	213	3,70	1,241	-1,021	323	,308
	Erkek	112	3,85	1,121			
Anlamsızlık	Kadın	213	3,70	1,249	-1,297	323	,195
	Erkek	112	3,88	1,140			
Normsuzluk	Kadın	213	3,73	1,200	-,556	323	,578
	Erkek	112	3,81	1,201			

Tablo 6 incelendiğinde tekstil çalışanlarının cinsiyetleriyle örgütsel yabancılaşma ile ilgili görüşleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

Tablo 7. Tekstil Çalışanlarının Aylık Ücretleriyle ile Sanal Kaytarmayla ile ilgili Görüşleri Arasındaki ANOVA Analizleri

		Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Önemsiz Kaytarma	Sanal	Gruplar arası	8,484	3	2,828	2,116	,098
		Gruplar içi	428,919	321	1,336		
		Toplam	437,403	324			
Önemli Kaytarma	Sanal	Gruplar arası	10,108	3	3,369	2,432	,065
		Gruplar içi	444,684	321	1,385		
		Toplam	454,792	324			

Tablo 7 incelendiğinde tekstil çalışanlarının aylık ücretleriyle ile sanal kaytarmayla ile ilgili görüşleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

Tablo 8. Tekstil Çalışanlarının Aylık Ücretleriyle ile Örgütsel Yabancılaşmayla ile ilgili Görüşleri Arasındaki ANOVA Analizleri

Boyut	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	
Kendinden Uzaklaşma	Gruplar arası	10,948	3	3,649	2,449	,034	C-D
	Gruplar içi	478,307	321	1,490			
	Toplam	489,254	324				
Çevreden Uzaklaşma	Gruplar arası	3,184	3	1,061	,742	,528	
	Gruplar içi	459,111	321	1,430			
	Toplam	462,295	324				
İşten Uzaklaşma	Gruplar arası	9,801	3	3,267	2,147	,094	
	Gruplar içi	488,475	321	1,522			
	Toplam	498,276	324				
Güçsüzlük	Gruplar arası	10,967	3	3,656	2,570	,044	C-D
	Gruplar içi	456,667	321	1,423			
	Toplam	467,634	324				
Anlamsızlık	Gruplar arası	8,508	3	2,836	1,940	,123	
	Gruplar içi	469,131	321	1,461			
	Toplam	477,639	324				
Normsuzluk	Gruplar arası	16,983	3	5,661	4,046	,008	A-D
	Gruplar içi	449,138	321	1,399			
	Toplam	466,121	324				

A: 2500-2999 TL, B: 3000-3999 TL, C: 4000-4999 TL, D: 5000 TL ve üzeri

Tablo 8 incelendiğinde tekstil çalışanlarının aylık aldıkları ücretlerle örgütsel yabancılaşmayla ile ilgili görüşleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. 4000-4999 TL ücret alan

çalışanlar 5000 TL ve üzeri ücret alan çalışanlara göre işyerinde kendilerinden uzaklaştıklarını, işyerinde yıprandıklarını belirtmişlerdir. 2500-2999 TL - 4000-4999 TL ücret alan çalışanlar 5000 TL ve üzeri ücret alan çalışanlara göre, 3000-3999 TL ücret alan çalışanlar 4000-4999 TL ücret alan çalışanlara göre işyerindeki kuralların kendilerine anlamsız geldiğini belirtmektedirler.

Tablo 9. Tekstil Çalışanlarının İş Dışı Amaçlarla İnternet Kullanmasıyla Sanal Kaytarmayla İlgili Görüşleri Arasındaki ANOVA Analizleri

Boyut	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Önemsiz Sanal Kaytarma	Gruplar arası	9,615	2	4,807	3,618	,028	
	Gruplar içi	427,789	322	1,329			B-A
	Toplam	437,403	324				
Önemli Sanal Kaytarma	Gruplar arası	9,179	2	4,590	3,316	,038	
	Gruplar içi	445,613	322	1,384			B-A
	Toplam	454,792	324				

A: Evet, B: Hayır, C: Kısmen

Tablo 9 incelendiğinde tekstil çalışanlarının işi dışı amaçlarla internet kullanmalarıyla sanal kaytarmayla ilgili görüşleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. İşyerinde işi dışı amaçlarla internet kullanmayan çalışanlar, işyerinde işi dışı amaçlarla internet kullanan çalışanlara göre online siteleri ziyaret ettiklerini, internet sitelerinde vakit geçirdiklerini, yetişkin içerikli sitelerde vakit geçirdiklerini, işle ilgili olmayan haberleşme uygulamalarını kullandıklarını sosyal medya uygulamalarını kullandıklarını; internette film, müzik indirdiklerini belirtmektedirler.

Tablo 10. Tekstil Çalışanlarının İş Dışı Amaçlarla İnternet Kullanmasıyla Örgütsel Yabancılaşmayla İlgili Görüşleri Arasındaki ANOVA Analizleri

Boyut	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Farklılık
Kendinden Uzaklaşma	Gruplar arası	6,393	2	3,196	2,132	,120	
	Gruplar içi	482,862	322	1,500			
	Toplam	489,254	324				
Çevreden Uzaklaşma	Gruplar arası	6,584	2	3,292	2,326	,099	
	Gruplar içi	455,711	322	1,415			
	Toplam	462,295	324				
İşten Uzaklaşma	Gruplar arası	5,056	2	2,528	1,650	,194	
	Gruplar içi	493,221	322	1,532			
	Toplam	498,276	324				
Güçsüzlük	Gruplar arası	5,258	2	2,629	1,831	,162	
	Gruplar içi	462,375	322	1,436			
	Toplam	467,634	324				
Anlamsızlık	Gruplar arası	9,903	2	4,952	3,409	,034	
	Gruplar içi	467,736	322	1,453			B-A
	Toplam	477,639	324				
Normsuzluk	Gruplar arası	7,188	2	3,594	2,522	,082	
	Gruplar içi	458,933	322	1,425			
	Toplam	466,121	324				

A: Evet, B: Hayır, C: Kısmen

Tablo 10 incelendiğinde tekstil çalışanlarının işi dışı amaçlarla internet kullanmalarıyla örgütsel yabancılaşmanın kendinden uzaklaşma, çevreden uzaklaşma, işten uzaklaşma, güçsüzlük ve normsuzluk boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. Tekstil çalışanlarının işi dışı amaçlarla internet kullanmalarıyla örgütsel yabancılaşma boyutunda yer alan anlamsızlık boyutu arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir. İşyerinde işi dışı amaçlarla internet kullanmayan çalışanlar, işyerinde işi dışı amaçlarla internet kullanan çalışanlara göre yaptıkları iş anlamsız gelmektedir.

Tablo 11. Tekstil Çalışanlarının İnternete Bağlanma Amacı Dışında İnternet Kullanımıyla Sanal Kaytarmayla ilgili Görüşleri Arasındaki ANOVA Analizleri

Boyut	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Önemsiz Kaytarma	Sanal	Gruplar arası	9,615	2	4,807	3,618 ,028
	Gruplar içi	427,789	322	1,329		
	Toplam	437,403	324			
Önemli Kaytarma	Sanal	Gruplar arası	9,179	2	4,590	3,316 ,038
	Gruplar içi	445,613	322	1,384		
	Toplam	454,792	324			

A: Evet, B: Hayır, C: Kısmen

Tablo 11 incelendiğinde tekstil çalışanlarının internete bağlanma amacı dışında internet kullanmalarıyla sanal kaytarmayla ilgili görüşleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

Tablo 12. Tekstil Çalışanlarının İnternete Bağlanma Amacı Dışında İnternet Kullanımıyla Örgütsel Yabancılaşmayla ilgili Görüşleri Arasındaki ANOVA Analizleri

Boyut	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p
Kendinden Uzaklaşma	Gruplar arası	,842	2	,421	,277 ,758	
	Gruplar içi	488,413	322	1,517		
	Toplam	489,254	324			
Çevreden Uzaklaşma	Gruplar arası	,918	2	,459	,320 ,726	
	Gruplar içi	461,377	322	1,433		
	Toplam	462,295	324			
İşten Uzaklaşma	Gruplar arası	,589	2	,294	,190 ,827	
	Gruplar içi	497,688	322	1,546		
	Toplam	498,276	324			
Güçsüzlük	Gruplar arası	,768	2	,384	,265 ,767	
	Gruplar içi	466,865	322	1,450		
	Toplam	467,634	324			
Anlamsızlık	Gruplar arası	1,779	2	,889	,602 ,548	
	Gruplar içi	475,860	322	1,478		
	Toplam	477,639	324			
Normsuzluk	Gruplar arası	,837	2	,418	,290 ,749	
	Gruplar içi	465,284	322	1,445		
	Toplam	466,121	324			

A: Evet, B: Hayır, C: Kısmen

Tablo 12 incelendiğinde tekstil çalışanlarının internete bağlanma amacı dışında internet kullanmalarıyla örgütsel yabancılaşmayla ilgili görüşleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

Tablo 13. Tekstil Çalışanlarının Örgütsel Yabancılaşmayla İle Sanal Kaytarma Arasındaki İlişki

Boyutlar	Önemsiz Sanal Kaytarma	Önemli Sanal Kaytarma	Kendinden Uzaklaşma	Çevreden Uzaklaşma	İşten Uzaklaşma	Güçsüzlük	Anlamsızlık	Normsuzluk	Tolerans	VIF
Önemsiz Sanal Kaytarma	1								0.328	9875
Önemli Sanal Kaytarma	,975**	1							0.899	8654
Kendinden Uzaklaşma	,944**	,956**	1						0.980	8757
Çevreden Uzaklaşma	,933**	,925**	,914**	1					0.400	9308
İşten Uzaklaşma	,931**	,930**	,916**	,915**	1				0.389	7204
Güçsüzlük	,931**	,939**	,916**	,885**	,895**	1			0.450	9287
Anlamsızlık	,971**	,956**	,912**	,916**	,922**	,906**	1		0.803	9356
Normsuzluk	,950**	,958**	,926**	,884**	,897**	,907**	,909**	1	0.657	9089

** $p < 0.01$ anlamlılık seviyesinde ilişki anlamlı

Tekstil çalışanlarının örgütsel yabancılaşmayla sanal kaytarma arasında yüksek düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Araştırmada çoklu doğrusal bağıntı probleminin olup olmadığını tespit etmek amacıyla VIF ve tolerans değerlerine bakılmıştır. Araştırmanın faktörleri arasında çoklu doğrusal bağıntı probleminin olmadığı görülmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Tekstil çalışanları genel olarak işyerinde önemli ve önemsiz olarak adlandırılan kaytarma türlerini yaşadıklarını belirtmişlerdir. Tekstil çalışanları işyerinde farklı internet sitelerinde dolaşmakta, ilgili alanlarına yönelik internet sitelerine giriş yapmakta, online oyunlar oynamakta, seyahat planları yapmakta, yetişkin içerikli sitelerde vakit geçirmektedir. Tekstil çalışanları şahsi e-postalarını kontrol etmekte, haber sitelerini takip etmekte, sosyal medya uygulamalarına girmekte; internetten müzik, film, video izlemektedir. Tekstil çalışanları işyerinde güçsüzlük yaşadıklarını, işin anlamsız geldiğini, kuralların anlamsız geldiğini, kendilerinden, çevrelerinden ve işten uzaklaştıklarını belirtmektedir. Çalışanlar işte kişisel güçlerini ortaya koyamadıklarını, işlerin anlamsız geldiğini, işyerinde var olan kuralların saçma olduğunu, işe kendinden bir şey katamadıklarını, kendilerini değersiz hissettiklerini, kendilerini yalnız hissettiklerini, işten ayrılmayı düşündüklerini, işten çıkmayı sabırsızlıkla beklediklerini ifade etmektedirler. İşyerinde normsuzluk boyutunda yer alan düşüncelerin en yüksek boyutta yaşadıklarını, işten uzaklaşma boyutunun ise diğer boyutlara göre düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Benzer şekilde Kayaalp ve Özdemir (2020) öğretmenler üzerine yaptıkları araştırmada öğretmenlerin okulda kendisini anlamayacağını düşünerek diğer öğretmenlerle ilişki kurmaktan

kaçındığını ve yalnız kaldığını belirlemiştir. Özkan (2019) araştırmasında öğretmenlerin orta düzeyde bir yalnızlık hissettiklerini tespit etmiştir. Babadağ (2018) araştırmasında örgütte çalışanların işe yabancılaşma duygusunu çok az yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Tekstil çalışanlarının cinsiyetleriyle sanal kaytarma ve örgütsel yabancılaşma boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. Yani tekstil çalışanları sanal kaytarma ve örgütsel yabancılaşma ile ilgili düşünceleri cinsiyetlere göre farklılık göstermemektedir.

Tekstil çalışanlarının aylık ücretleriyle sanal kaytarmayla ilgili görüşleri arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Çalışanların aylık ücretleriyle örgütsel yabancılaşma içerisinde yer alan kendinden uzaklaşma, güçsüzlük ve normsuzluk boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. İş dışı amaçlarla internet kullanmayan çalışanlarla, iş dışı internet kullanan çalışanlar arasında sanal kaytarma ve örgütsel yabancılaşmanın içerisinde yer alan normsuzluk boyutlarıyla ilgili görüşleri arasında farklılık vardır. Çalışanların internete bağlanma amacı dışında internet kullanımıyla sanal kaytarmayla ve örgütsel yabancılaşma ile ilgili görüşleri arasında farklılık yoktur.

Tekstil çalışanlarının önemli ve önemsiz sanal kaytarmayla ilgili görüşleri ile örgütsel yabancılaştırma boyutları arasında yer alan kendinden uzaklaşma, çevreden uzaklaşma, işten uzaklaşma, güçsüzlük, anlamsızlık ve normsuzluk boyutları arasında yüksek düzeyde bir ilişki vardır. İşyerinde sanal olarak kaytaran çalışanlar, örgütlerine karşı yabancılaşmaktadır. Benzer şekilde Babadağ (2018) araştırmasında önemsiz sanal kaytarma önemli sanal kaytarma arasında aynı yönlü ve anlamlı bir ilişki tespit etmiştir. Yine Eroğlu (2020) araştırmasında örgütsel yabancılaşma ile örgütsel vatandaşlık arasında bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. Turhan ise (2019) araştırmasında örgütsel yabancılaşma ile örgütsel vatandaşlık arasında olumsuz bir ilişki tespit etmiştir. Aynı şekilde Özdoğru ve Yıldırım (2020) araştırmalarında sanal kaytarmanın iş gören performansı arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu belirlemiştir. Parsak (2010) araştırmasında örgütsel yabancılaşmanın önlenmesi için gerekli tedbirlerin alınması gerektiğini belirtmektedir.

Bu sonucunda elde edilen bulgulardan hareketle bundan sonraki araştırmalarda özellikle farklı zaman dilimlerinde farklı sektörlerde araştırmaların yapılması konunun öneminin anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Bu bağlamda araştırmacıların farklı bölgeler içindeki işletmelerde araştırma değişkenlerinin farklı değişkenlerle (örgüt kültürü, örgütsel vatandaşlık, vb.) ele alınması gerekmektedir. Özellikle alan yazında araştırmada ele alınan konuların fazla olması işletme yöneticilerinin de dikkatini bu yöne çevirecektir. Yöneticilerde bu sorunların farkında olarak işletmedeki bu olumsuz unsurların ortadan kaldırılması için gayret göstereceklerdir. Ayrıca gelecekte yapılacak araştırmaların zaman kısıtlılığının olmaması da farklı sonuçlar ortaya çıkartabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Awang, A. (2017). Work alienation intervention in job-related tension, role overload and work effort. *Revista de Administração de Roraima-RARR*, 7(2), 268-296.
- Babadağ, M. (2018). İşe yabancılaşmanın sanal kaytarma üzerindeki etkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(39), 207-239.
- Babür, S. (2009). Turizm Sektöründe Örgütsel Yabancılaşma: Antalya Beş Yıldızlı Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Bozçalı, Ü. C. (2020). İnsan Kaynakları Uygulamalarının Örgütsel Özdeşleşmeye ve Örgütsel Yabancılaşmaya Etkisi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Çavuşoğlu, S. ve Palamutçuoğlu, B. T. (2017). İş tatmininin sanal kaytarma üzerindeki etkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 430-444.
- Darıyemez, K. (2010). Örgütlerde Ortaya Çıkan Yabancılaşma Sorunu ve Bu Sorunun Çözümü Açısından Halkla İlişkiler Çalışmalarının Önemi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Eroğluer, K. (2020). Örgütsel vatandaşlık ve örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişkide iş zenginleştirmenin aracılık etkisi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi* 15(21). 323-355.
- Güler, S. B., Minası, A. V. ve Demiralay, T. (2019). Örgüt kültürünün örgütsel yabancılaşma davranışlarına etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 8(1), 209-222.
- Hanaylı, B. (2020). Örgütsel Bağlılığın Sanal Kaytarma Davranışı Üzerindeki Etkisi, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Jamaluddin, H., Ahmad, Z., Alias, M. ve Simun, M. (2015). Personal internet use: the use of personal mobile devices at the workplace. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*. 172, 495-502.
- Kahveci, G. ve Demirtaş, Z. (2014). Örgüt kültürünün örgütsel yabancılaşmaya etkisi örgütsel güvenin aracılık rolü. *Turkish Journal of Educational Studies*, 1(3).
- Karasar, N. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemi* (25. Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Kayaalp, E. ve Özdemir, T. (2020). Öğretmenlerin örgütsel sessizlik, örgütsel yalnızlık ve örgütsel yabancılaşma algılarının örgütsel sinizm düzeyleriyle ilişkisi. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, (38), 101-113.
- Kılıç, İ., Saraçlı, S., Doğan, İ., ve Pelit, E. (2017). Hastane işletmelerinde mobbingin örgütsel yabancılaşma üzerine etkisi: afyonkarahisar'da bir uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4). 734-747.
- Kim, S. J., and Byrne, S. (2011). Conceptualizing personal web usage in work contexts: a preliminary framework. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2271-2283.
- Köse, S. Oral, L. ve Türesin, H. (2012). İş yaşamında sosyal kolaylaştırma kavramı ve sanal kaytarma ile ilişkisi: araştırma görevlileri üzerinde bir araştırma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 287-295.
- Niaei, M., Peidaei, M.M. and Nasiripour, A.A. (2014). The relation between staff cyberloafing and organizational commitment in organization of environmental protection. *Kuwait Chapter of the Arabian Journal of Business and Management Review*, 3(7), 59-71.
- Örücü, E. ve Yıldız, H. (2014). İşyerinde kişisel internet ve teknoloji kullanımı: sanal kaytarma. *Ege Akademik Bakış*. 14(1). 99-114.
- Özkan, Z. (2019). Türkçe ve Türk Kültürü Dersi Öğretmenlerinin Örgütsel Sosyalleşme ve İş Yaşamında Yalnızlık Düzeyleri Arasındaki İlişki. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu
- Özudoğru, M. ve Yıldırım, Y. (2020). Sanal kaytarma ve işgören performansı ilişkisinde iş stresinin düzenleyici etkisinin incelenmesi: sağlık sektöründe bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2), 467-490
- Parsak, G. (2010). Örgütlerde Yabancılaşma ve İş Tatmini İlişkisi: Çukurova Üniversitesi Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Salihoğlu, G. H. (2014). Örgütsel yabancılaşma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(2), 1-11.
- Seeman, M. (1959). On the meaning of alienation. *American Sociological Review*, 24(6), 783-791.
- Seeman, M. (1983). Alienation motifs in contemporary theorizing: the hidden continuity of the classic themes. *Social Psychology Quarterly*, 46(3), 171-184.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik* (1. Baskı) Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Şimşek, M. Ş., Çelik, A., Akgemci, T. ve Fettahlıoğlu, T. (2006). Örgütlerde yabancılaşmanın yönetimi araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 569-587.
- Restubog, S. L. D., Garcia, P. R. J. M., Toledano, L. S., Amarnani, R. K., Tolentino, L. R. ve Tang, R. L. (2011). Yielding to (cyber)-temptation: exploring the buffering role of self-control in the relationship between organizational justice and cyberloafing behavior in the workplace. *Journal of Research in Personality*, 45(2), 247-251.
- Tanrıverdi, H. ve Kılıç, N. (2016). Algılanan örgütsel destek ve örgütsel yabancılaşma arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar E-Dergisi*, 1(1), 1-18.
- Tekstil firmaları – Marmara Bölgesi. (tarih yok). 03 17, 2021 tarihinde iyifirma: <https://iyifirma.com/firmalar/tekstil/marmara/> adresinden alındı.
- Tolan, B. (1981). *Çağdaş Toplumun Bunalımı Anomi ve Yabancılaşma*. Ankara: Toplum Bilimleri Araştırma Merkezi Yayınları.
- Turhan, Ö. (2019). Duygusal emeğin örgütsel vatandaşlık üzerindeki etkisinde örgütsel yaşamda yalnızlığın aracı rolü: Bir araştırma. Yayımlanmamış doktora tezi, İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Tutar, H. (2010). İşgören yabancılaşması ve örgütsel sağlık ilişkisi: bankacılık sektöründe bir uygulama. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 65(1), 175-204.
- Vitak, J., Crouse, J., and LaRose, R. (2011). Personal internet use at work: understanding cyberslacking. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1751-1759.
- Yıldız, T. (2019). *Örgütsel Yabancılaşma, Olumsuz Boyutlarıyla Örgütsel Davranış* (1. Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Zadeh, J. M., Kahouei, M., Cheshmenour, O., and Sangestani, S. (2016). Work ethics, organizational alienation and justice among health information technology managers. *Materia Socio-Medica*, 28(3), 224.