

ISSN 1302-6739
e-ISSN 1308-6979

DOĞUŞ
ÜNİVERSİTESİ
DERGİSİ
JOURNAL

CİLT / VOLUME : 22

SAYI / NUMBER : 1

2021
OCAK
JANUARY

DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

DOĞUŞ UNIVERSITY JOURNAL

| Altı ayda bir yayımlanır | Published bi-annually | ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979 |

Sahibi / Owner Doğuş Üniversitesi Adına Rektör Turgut ÖZKAN	
Yayın Kurulu Başkan / Editor in Chief Prof. Dr. Bahaddin SİNSOYSAL, Doğuş Üniversitesi	
Editörler / Editors Prof. Dr. Selahattin SARI, Beykent Üniversitesi Prof. Dr. Ali HEPŞEN, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Finans ABD, Türkiye Prof. Dr. Ali Osman GÜRBÜZ, İstanbul Ticaret Üniversitesi Prof. Dr. Erhan ASLANOĞLU, Piri Reis Üniversitesi, İİBF, Ekonomi ve Finans Bölümü, Türkiye Prof. Dr. Levent ÇİNKÖ, Marmara Üniversitesi Doç. Dr. Abdulkadir TUNA, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi İktisat Bölümü, Türkiye Doç. Dr. Muhterem Şebnem ENSARİ, Doğuş Üniversitesi Dergisi, Türkiye Dr. Öğr. Üyesi Ayşe İLGÜN KAMANLI, Doğuş Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü	Yardımcı Editörler / Associate Editors Dr. Öğretim Üyesi Hülya YILMAZ, Doğuş Üniversitesi Dr. Öğretim Üyesi Nurcan GÜCÜYENEN KAYMAK, Doğuş Üniversitesi Dr. Öğr. Üyesi Anıl Zekiye GÖKER, Doğuş Üniversitesi Arş. Gör. Semih EVCİMAN, Doğuş Üniversitesi Arş. Gör. Yağmur RENÇBER, Doğuş Üniversitesi Arş. Gör. Gökhan DÜZÜ, Doğuş Üniversitesi Arş. Gör. Oğuzhan ARI, Doğuş Üniversitesi Arş. Gör. Azade Safiye ERYİĞİT, Doğuş Üniversitesi
Danışma Kurulu / Advisory Board: Prof. Dr. Atiye Filiz SUSAR, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Ramazan AKTAŞ, TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi Prof. Dr. Nuri Gökhan Torlak, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Lütfihak ALPKAN, İstanbul Teknik Üniversitesi Prof. Dr. Richard A. AJAYI, Central Florida University Prof. Dr. Alpay FİLİZTEKİN, Sabancı Üniversitesi Prof. Dr. Jamaluddin HUSAIN, Purdue University Prof. Dr. Calumet Gürhan KÖK, Koç Üniversitesi Prof. Dr. Mesut KUMRU, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Özlem TAŞSEVEN, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Benan Zeki ORBAY, İstanbul Bilgi Üniversitesi Prof. Dr. Selçuk ÖZGEDİZ, Dünya Bankası Prof. Dr. Nüket SARACEL, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Barış ÇOBAN, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Şule ÖNSEL EKİCİ, Doğuş Üniversitesi Prof. Dr. Yonca GÜROL, Yıldız Teknik Üniversitesi Prof. Dr. Reyhan Ayşen WOLFF, Giresun Üniversitesi Prof. Dr. Deniz PARLAK, Doğuş Üniversitesi İİBF, İşletme, Türkiye	
Hakem Kurulu / Referee Board Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ Prof. Dr. Güray KÜÇÜKKOCAOĞLU Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ Prof. Dr. Özlem TAŞSEVEN Prof. Dr. Pınar E. YAYINOĞLU Prof. Dr. Safiye KIRLAR Doç. Dr. Ali ALPER Doç. Dr. Atilla ÇİFTER Doç. Dr. Cumhuri EKİNCİ Doç. Dr. Çiğdem Börke TUNALI Doç. Dr. İbrahim ÇETİN Doç. Dr. İpek KAZANÇOĞLU Doç. Dr. Ömer ALTUNÇ Doç. Dr. Pınar PEHLİVAN Doç. Dr. Salih AVCI Doç. Dr. Selim YILDIRIM Doç. Dr. Şeyma Çalışkan ÇAVDAR Doç. Dr. Müge YILDIZ Dr. Öğr. Üyesi Alper GÜRER Dr. Öğr. Üyesi Ece Kuzulu KANASLAN	

Dr. Öğr. Üyesi Engin ÜNGÜREN
Dr. Öğr. Üyesi Hakan KİRACI
Dr. Öğr. Üyesi Hasan GÜL
Dr. Öğr. Üyesi Murat GÜLER
Dr. Öğr. Üyesi Serkan KÜNÜ
Dr. Öğr. Üyesi Selma Kılıç KIRILMAZ
Dr. Öğr. Üyesi Emine GENÇ
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Özge BARUÖNÜ
Öğr. Gör. Semra BOĞA

İndeks ve Abstrakt Bilgisi

EconLit (Journal of Economic Literature), 2007-
Türkiye Makaleler Bibliyografyası, 2000-2013)
(Directory of Open Access Journals), 2000-
Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı, 2002-
(Sosyal Bilimler İndeksi), 2006-
Open Academic Journals Index (OAJI) 2015-

Listeleyen Diğer Kaynaklar ve Servisler

EBSCOhost Academic Search Complete, 2010-
OpenAIRE, 2000-
BASE, 2000-
Global eJournal Library (J-Gate), 2000-
Doğuş Üniversitesi Makale Veri Tabanı, 2000-
Doğuş Üniversitesi Akademik Arşiv Sistemi, 2000-

Indexing and Abstracting

EconLit (Journal of Economic Literature) 2007-
Bibliography of Articles in Turkish Periodicals, 2000-2013. DOAJ
DOAJ (Directory of Open Access Journals), 2000- ULAKBİM
ULAKBİM Social Sciences and Humanities Database, 2002- ASOS
Akademia Social Sciences Index (ASOS Index), 2006-
Open Academic Journals Index (OAJI)

Other Sources and Services

EBSCOhost Academic Search Complete, 2010-
OpenAIRE, 2000-
BASE, 2000-
Global eJournal Library (J-Gate), 2000-
Doğuş University Article Database, 2000-
Doğuş University Academic Archive System, 2000-

Doğuş Üniversitesi Dergisi (ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979), Doğuş Üniversitesi'nin yayın organıdır. Dergi; iktisat, işletme ve finans konularında özgün Türkçe ve İngilizce bilimsel makaleler yayımlar. Diğer disiplinlerden bu alanlarla ilgili çalışmalar da değerlendirilmeye alınır. *Doğuş Üniversitesi Dergisi* hakemli bir dergidir ve 2000 yılından itibaren yılda iki kez, Ocak ve Temmuz aylarında yayımlanır. Derginin Ocak 2013 (cilt 14, sayı 1) sayısından itibaren basılı (ISSN 1302-6739) sürümü durdurulmuştur. Yayımlanan yazılarda belirtilen düşünce ve görüşlerden yazar(lar)ı sorumludur.

Dogus University Journal (ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979) is published by Doğuş University, which is a referred bi-annual and blind peer-review. It has been published since the year of 2000 (only e-journal as of January 2013). The journal publishes original Turkish or English articles on the subjects of economics, business and finance. The submissions, which are in other disciplines but related to these fields, are also accepted for review. The author(s) is (are) the sole responsible for the opinions and views stated in the articles.

Yönetim Yeri / Head Office: Bahçelievler, Bosna Blv No: 140, 34680 Üsküdar/İstanbul

<http://journal.dogus.edu.tr>

Telefon / Telephone: +90 216 444 79 97

E-Posta / E-mail: journal@dogus.edu.tr, **URL :** <http://journal.dogus.edu.tr>

ISSN 1302-6739
e-ISSN 1308-6979

DOĞUŞ
ÜNİVERSİTESİ
DERGİSİ
JOURNAL

CİLT / VOLUME : 22

SAYI / NUMBER : 1

2021
OCAK
JANUARY

DOĞUŞ ÜNİVERSİTESİ DERGİSİ

DOĞUŞ UNIVERSITY JOURNAL

Yayımlayan / Publisher: Doğuş Üniversitesi

Cilt / Volume: 22

Sayı / Number: 1

Ocak / January 2021

İçindekiler / Contents

- Öz Yeterliliğin Kariyer Uyum Yeteneklerine Etkisinde Proaktif Kişiliğin Aracı Rolü/**
Mediator Role of Proactive Personality in Regarding the Effect of Self-Efficacy on The Career Adaptability
- Günseli Mine GERNİ, Advıye Aslı DENİZLİ 1-19
- On the Causal Relationship Between Deposit Rates in Conventional Banks and Profit-Sharing Rates in Islamic Banks in Turkey/**
Türkiye'de Mevduat Bankası Faizleri ve Katılım Bankası Kâr Payları Arasındaki Nedensellik İlişkisi
- Remzi GÖK 21-37
- İşveren Markası Algısının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Özel Bir Havayolu Şirketinde Bir Uygulama/**
Investigating the Effect of Employer Brand Perception on Organizational Commitment in a Private Airline Company
- İ. Burçak VATANSEVER DURMAZ, Nazlı TEMOÇİN,
Cafer Şafak EYEL 39-55
- Ticari Dışa Açıklık ve Enerji Tüketimi Arasındaki İlişki: Türkiye Ekonomisi İçin Bir Zaman Serisi Analizi /**
The Link Between Trade Openness and Energy Consumption: A Time Series Analysis for Turkish Economy
- Murat ÇETİN, Uğur ÇINAR 57-74
- Investigating the Stationary Properties of Coal, Natural Gas, and Oil Consumption: The Case of Fragile Five Countries/**
Kömür, Doğal Gaz ve Petrol Tüketiminin Durağanlık Özelliklerinin İncelenmesi: Kırılgan Beşli Örneği
- Ebru ÇAĞLAYAN-AKAY, Turgut ÜN,
Hoşeng BÜLBÜL 75-86
- Destekleyici Çalışma Koşulları, Kariyer Tatmini ve Yaşam Doyumunu İlişkisine Yönelik Bir Araştırma: Kooperatif Çalışanları Örneği/**
A Research Intended for The Relationship Between Supporting Working Conditions, Career Satisfaction and Life Satisfaction: The Case of Cooperative Employees
- Funda ER ÜLKER, Gülen ÖZDEMİR 87-101

Türlerine Göre Transfer Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Türkiye İçin Bir Uygulama/ <i>The Effect of Transfer Expenditures Types on Economic Growth: An Analysis for Turkey</i>	
Buket ALTINÖZ, Mehmet ALTUNTAŞ	103-117
Ortaklaşa Tüketim Güdülleri: İki-Taraflı Tüketici Rolünün Düzenleyici Etkisi/ <i>Motives for Participating in Collaborative Consumption: The Moderator Effect of Two-Sided Consumer Role</i>	
Tülay KORKMAZ DEVRANİ	119-131
Sosyal Girişimciliğe İlişkin Bireysel İş Yetkinlik Algısı Ölçek Geliştirme Çalışması/ <i>Individual Work Competency Perception Scale Development Study Regarding Social Entrepreneurship</i>	
Ezgi YILDIRIM SAATÇİ, Ceyda OVACI.....	133-149
İzlenim Yönetimi Taktiklerinin Örgütsel Sinizm Üzerindeki Etkisinde Lider-Üye Etkileşiminin Aracılık Rolü/ <i>The Mediator Effect of Leader- Member Exchange (Lmx) on The Relationship Between Impression Management Tactics and Organizational Cynicism</i>	
Ahmet MUMCU	151-165
Kariyer Planlama; Ülkenin Ekonomik İtibarı ve Kariyer Kaygısı Açısından Bir İnceleme/ <i>Career Planning; A Review of The Country's Economic Reputation and The Role of Career Anxiety</i>	
Hasan Sadık TATLI, Halim KAZAN, Volkan ÖNGEL	167-185
Revenue Surprise and Equity Returns in Borsa İstanbul/ <i>Borsa İstanbul'da Ciro Sürprizi ve Hisse Senedi Getirileri Arasındaki İlişki</i>	
A. Doruk GÜNAYDIN.....	187-198
Örgüt Kültürü Tiplerinin Bireysel Yenilikçilik Üzerine Etkisi/ <i>Effects of Organizational Culture Types on Individual Innovation</i>	
Özlem TUNA.....	199-218
Benlik Kurgusu ve Materyalizmin Gösterişçi Tüketim Eğilimine Etkisi/ <i>The Effect of Self- Construal and Materialism on Conspicuous Consumption Tendency</i>	
Mahmut Selami AKIN.....	219-239
Yazarlara Bilgiler / Information for Authors	241-244

ÖZ YETERLİLİĞİN KARIYER UYUM YETENEKLERİNE ETKİSİNDE PROAKTİF KİŞİLİĞİN ARACI ROLÜ

MEDIATOR ROLE OF PROACTIVE PERSONALITY IN REGARDING THE EFFECT OF SELF-EFFICACY ON THE CAREER ADAPTABILITY

Günseli Mine GERNİ⁽¹⁾, Advıye Aslı DENİZLİ⁽²⁾

Öz: Öz yeterlilik, proaktif kişilik ve kariyer uyum yetenekleri arasındaki ilişkileri ele alan bu araştırma, İstanbul'daki bir devlet üniversitesinde sosyal bilimler alanında öğrenim gören ön lisans öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ele alınan bu değişkenler arasında pozitif yönlü ilişkiler olduğu ve öz yeterliliğin ve proaktif kişiliğin güncel kariyer yaklaşımları açısından oldukça önemli olan kariyer uyum yeteneğine katkı sağladığı belirlenmiştir. Regresyon analizleri ve Sobel testi sonucunda; öz yeterliliğin kariyer uyum yeteneklerine etkisinde proaktif kişiliğin tam aracı rolü üstlendiği bulgulanmıştır. Farklılık analizleri aracılığıyla öğrencilerin öz yeterliliklerinin demografik özelliklerine göre farklılaşmadığı, proaktif kişilik ve kariyer uyum yeteneklerinin ise sadece okudukları bölüme göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Öz Yeterlilik, Proaktif Kişilik, Kariyer Uyum Yetenekleri

Abstract: *This study addresses the relationships between self-efficacy, proactive personality and career adaptability. It was carried out on associate degree students studying social sciences in a public university in İstanbul. It is found that there are positive relationships between these variables and that self-efficacy and proactive personality contribute to career adaptability which is very important in terms of current career approaches. As a result of regression analysis and Sobel test performed, proactive personality is found to be serving as a complete mediator role in the effect of self-efficacy on career adaptability. It is revealed, through discriminant analysis, that self-efficacy of students does not differ according to demographic variables, but their proactive personality and career adaptability differ only pursuant to the departments in which they study.*

Keywords: *Self-efficacy, Proactive Personality, Career Adaptability*

JEL: M19

1. Giriş

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan ilerlemeler ile ekonomik ve teknolojik gelişmelerin yansımaları sonucunda organizasyon yapılarında görülen değişiklikler, kariyer kavramının doğasında da değişimlere neden olmuştur. Dış kaynaklardan yararlanma, küçülme, süreç yenileme ve kademe azaltma gibi uygulamaların organizasyonlarda yaygınlaşması sonucunda, günümüzde organizasyon yapılarının daha basık hale geldiği görülmektedir. Bu durum günümüzde bireylerin aynı organizasyonda dikey kariyer ilerlemelerini sürdürerek yükselmelerinin önüne geçebilmekte, bireyleri dikey kariyer hareketlerinin yanı sıra yatay ve çapraz kariyer hareketlerine yöneltmektedir. Bu nedenlerle bireylerin çalışma yaşamlarının tamamını organizasyondaki hiyerarşik kademeler boyunca doğrusal bir ilerleme

⁽¹⁾ Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü; minegerni@yahoo.com, ORCID: 0000-0002-3431-0977

⁽²⁾ Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü; aslidenizli@gmail.com, ORCID: 0000-0002-5342-8049

göstererek geçirdikleri geleneksel kariyer anlayışından uzaklaşmıştır. Bunun yerine birden çok organizasyonu kapsayan hatta organizasyonlardan bağımsız biçimde şekillenen, çalışanların birden fazla yönde gelişmelerine olanak tanıyan yeni kariyer yaklaşımları ortaya çıkmıştır. Bu gelişmeler doğrultusunda kariyere ilişkin sorumluluk, organizasyonlardan ziyade bireylerin kendilerine kaymıştır. Yeni kariyer yaklaşımlarıyla birlikte istihdam edilebilirlik ve kariyer sermayesi gibi kavramlar ön plana çıkmıştır. Günümüzde organizasyonları kuşatan yoğun rekabet koşulları ve belirsizlik, bireyin kariyer uyum yeteneklerini kullanarak kendi kariyerinin mimarı olmasını zorunlu kılmaktadır.

Çalışanların kariyerlerine ilişkin bilgi, beceri ve ağlarını, esnek, uyumlu ve organizasyonlar arası hareketliliği destekleyecek biçimde yapılandırmaları, güncel kariyer yaklaşımlarının gerekliliklerindedir. Geleneksel kariyer yaklaşımının aynı organizasyonda uzun süreli istihdam ve doğrusal kariyer ilerlemeleri yönündeki vurgusu, ekonomik belirsizlikler ve teknolojik gelişmeler nedeniyle günümüzde zayıflamıştır. Geleneksel kariyer yaklaşımının yerini alan güncel kariyer yaklaşımlarında, organizasyona özgü yetkinliklerin ötesinde bireyin kariyer sermayesini ve istihdam edilebilirliğini geliştirmesi önemli görülmektedir. Bu sayede çalışan kendi kariyerini, amaçları doğrultusunda ve organizasyona bağlı kalmaksızın yönlendirebilmekte, farklı organizasyonlarda istihdam olanağı ve deneyim kazanabilmektedir. Bunun yanı sıra kariyer uyum yetenekleri aracılığıyla istihdam edilebilirliklerini yüksek tutan çalışanlar ekonomik krizler, piyasa dalgalanmaları ve organizasyonların küçülme, kademe azaltma ve dış kaynaklardan yararlanma gibi uygulamaları nedeniyle iş güvencesinde oluşabilecek tehditlere karşı hazırlıklı hale gelmektedirler. Günümüz çalışma dünyasında bireyin kariyerine ilişkin artan sorumluluğu göz önünde bulundurularak bu araştırmada bireylerin öz yeterlilik algıları, proaktif kişilik yönelimleri ve kariyer uyum yetenekleri arasındaki ilişkiler ele alınmıştır. Araştırma aracılığıyla kariyer uyum yetenekleri üzerinde, öz yeterlilik algısı ve proaktif kişiliğin etkilerinin ortaya konulması hedeflenmiştir. Araştırma ön lisans öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Ön lisans mezunlarının ağırlıklı olarak mesleki ve teknik eğitim gören sektör bazda ara eleman ihtiyacını karşılamaya yönelik yetiştirilmeleri, kariyerleri açısından avantajların yanı sıra birtakım zorlukları da beraberinde getirmektedir. İş dünyası tarafından, ön lisans mezunlarının meslek alanlarına özgü değişimlere, yeniliklere ve gelişmelere daha duyarlı olmaları beklenmektedir. Bu nedenle ön lisans öğrencilerinin öz yeterlilik algıları ve proaktif kişilik yönelimleri, kariyer başarısı açısından önemli görülmektedir. Araştırma aracılığıyla elde edilecek sonuçların, ön lisans düzeyinde eğitim görenlere yönelik gerçekleştirilecek kariyer danışmanlığı faaliyetlerine ışık tutması umulmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Öz Yeterlilik

Bandura (1989: 1175) tarafından kavramsallaştırılan öz yeterlilik, “bireylerin, yaşamlarını etkileyen durumların kontrolünü ele alabilme yeteneklerine ilişkin yargıları” olarak tanımlanmaktadır. Öz yeterlilik, bireyin belirli bir durum karşısında ya da belirli bir sonuca ulaşmak üzere gerekenleri başarıp başaramayacağına dair inancını yansıtmaktadır. Bireyin, kendine ve yeteneklerine ilişkin inancı ile yargılarını içeren öz yeterlilik algısı, onun davranışları ve motivasyonu üzerinde belirleyici olmaktadır (Bandura, 1999: 28-29). Öz yeterlilik kaynakları; bireyin doğrudan ve

dolaylı yoldan yaşadığı deneyimleri, bireyin çevresinden bireye dair gerçekleştirilen sözel iknayı ve bireyin yaşadığı psikolojik durumu barındırmaktadır. Bireyin geçmiş performansı esnasında doğrudan yaşadığı deneyimler, çevresindekilerin deneyimleri sonucunda dolaylı olarak yaptığı gözlem ve karşılaştırmalar, bireye ilişkin çevresinden gelen olumlu geri bildirim, teşvik ve öğütler ile bireyin bir eylemi gerçekleştirirken yaşadığı kaygı, stres ve heyecan gibi duygusal durumlar öz yeterlilik inancını şekillendirmektedir (Bandura, 1978: 142-143).

Öz yeterliliğin, bireyin bilişsel süreçleri üzerinde çeşitli etkileri bulunmaktadır. Algılanan öz yeterlilik ne denli güçlü olursa, bireylerin kendileri için belirleyecekleri hedeflerin de o denli yüksek olacağı ve bunlara sıkı sıkıya bağlılık duyacakları savunulmaktadır (Bandura, 1993: 118). Araştırma konumuza bu açıdan yaklaşıldığında, bireylerin öz yeterlilik algılarının yüksek olmasının kariyer uyum yeteneklerine de katkı sağlaması beklenmektedir.

Ekonomik dalgalanmalar, yoğun teknoloji kullanımı, küreselleşme ve artan rekabet baskısının bireylerde kaygı, gelecek korkusu ve stres gibi olumsuz duygulanımları artırdığı günümüz ortamında insan kaynağının güçlü yönlerinin ve psikolojik kapasitesinin, pozitif yönelimle ele alınması ön plana çıkmıştır (Luthans, 2002a: 698; Luthans, 2002b: 59). Bahsi geçen psikolojik kapasite ilgili yazında pozitif psikolojik sermaye olarak tanımlanmaktadır. Bireyin kendisini nasıl hissettiğine (örneğin mutlu ya da mutsuz, güvenli veya güvensiz, iyimser ya da kötümser, stresli veya sakin) ilişkin ruh halini ifade eden pozitif psikolojik sermaye, bireylerin hayata bakış açıları ve olayları değerlendirme biçimleri üzerinde etkili olmaktadır (Gerni, 2013: 67). Pozitif psikolojik sermayenin bileşenleri öz yeterlilik, umut, iyimserlik ve dayanıklılıktan oluşmaktadır. Öz yeterlilik, bireyin belirli sonuçlara ulaşmak üzere kendi yetenek ve yetkinliklerine olan inancını ifade etmektedir. Umut, bireyin hedeflerine ulaşmak için gereken iradeye ve bu yolda çeşitli alternatiflere sahip olması anlamını taşımaktadır. İyimserlik, olayları olumlu biçimde içsel, kalıcı ve yaygın nedenlerle ilişkilendiren bir bakış açısını ifade etmektedir. Dayanıklılık ise güçlükler, bunaltıcı durumlar ve başarısızlıklar karşısında bireyin kendini toparlayabilme gücünü vurgulamaktadır (Luthans, & Youssef, 2004: 152). Öz yeterliliğin, pozitiflik açısından bireyin en önemli ve yaygın psikolojik mekanizması olduğu savunulmaktadır. Bu durumun gerekçesi, öz yeterliliğin bireyi istenen sonuçlara ulaşmak üzere kendine inanç duymasını ifade etmesi ve harekete geçirmesiyle açıklanmaktadır (Luthans, 2002b: 59).

Bireyin davranışları üzerinde pek çok yönde etkiye sahip olan öz yeterlilik algısı, psikolojiye ilişkin birçok disiplinin ilgi alanına girmekte ve bireysel gelişimi ele alan her alanda yer bulmaktadır (Çetin ve Basım, 2010: 259). Bu nedenle kavramın çeşitli araştırmalar aracılığıyla ele alındığı görülmektedir. Capri vd. (2012) gerçekleştirdiği araştırmada öz yeterlilik algısı ile üniversite öğrencilerinin yaşam doyumu ve tükenmişlik düzeyleri arasında anlamlı ilişkiler saptanmıştır. Öz yeterlilik algısının; yenilikçilik, risk alma, özerklik, bireysel ağları genişletme ve proaktiflik ile pozitif yönlü ilişkili olduğuna dair araştırma bulguları bulunmaktadır (Çetin, 2011: 69). Bunun yanı sıra öz yeterlilik algısı ile kariyer bağlılığı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve öz yeterlilik algısı arttıkça kariyer bağlılığının da arttığı belirtilmektedir (Niu, 2010: 743). Öz yeterliliğin, bireylerin kariyer gelişimi ile de yakından ilintili olduğu vurgulanmakta ve öz yeterlilik algıları yüksek olan bireylerin, kariyer

kararsızlığı durumunu daha nadir yaşadıkları ve sağlıklı kariyer tercihleri gerçekleştirdikleri belirtilmektedir (Eryılmaz ve Mutlu, 2017: 238).

Ön lisans düzeyinde öğrenim görenlerin öz yeterlilik algıları ile kariyerlerini konu edinen araştırmaların henüz sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Fidan vd. (2018: 249) tarafından meslek yüksekokulu öğrencileri ve mezunları ile gerçekleştirilen araştırmada, öz yeterlilik ile mesleki sonuç beklentileri arasında olumlu bir ilişki olduğu bunun yanı sıra öz yeterliliğin, kariyer seçimine etki eden faktörler ve kültürel değerlerin mesleki sonuç beklentileri üzerindeki etkisinde aracı rol oynadığı saptanmıştır. Özkan ve Demir'in (2019: 403) sağlık hizmetleri meslek yüksekokulu öğrencileriyle yürüttükleri araştırmada ise öz yeterlilik ile kariyer motivasyonu arasındaki ilişki ele alınmış ve iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olmadığı belirlenmiştir.

İlgili yazındaki konuya ilişkin araştırmalardan elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, öz yeterliliğin bireylerin kariyer gelişimine katkı sağladığını destekleyen bulgular görülmektedir. Ancak konunun aydınlatılması için kavramın kariyere ilişkin farklı değişkenlerle ilişkisinin ele alınmasının alana yararlı bulgular sunacağı düşünülmektedir. Bu nedenle araştırmamızda öz yeterlilik algısının kariyer uyum yetenekleri üzerindeki etkisi irdelenmiştir.

2.2. Proaktif Kişilik

Kişilik, bireyin zihinsel ve bedensel özellikler bakımından diğer bireylerden farklılıkları ve bunların davranış ve düşünceye akseden ölçülebilir kısmı olarak tanımlanmaktadır. İlgili yazında kişiliğin birçok tanımı bulunmakla birlikte bu tanımlarda bireyin kişisel farklılıkları, belirli bir zaman diliminde süreklilik taşıyan özellikleri ve bunların ölçülebilir olması vurgulanmaktadır (Erdoğan, 2007: 336). Proaktif kişilik ise, her bireyde bulunmayan bir kişilik özelliği olarak proaktiviteye yönelik bir eğilimi ifade etmektedir (Bolino vd., 2010: 327). Proaktif kişiliğe sahip olan bireylerin, durumsal değişkenler tarafından nispeten daha az kısıtlanan ve çevresel değişim üzerinde etkide bulunan kişiler oldukları belirtilmektedir. Proaktif bireyler; fırsatları tarayan, inisiyatif gösteren, harekete geçen, çevresel etkileri kendi eline alan, değişimi başlatan ve gerçekleştirene kadar sebat eden kişiler olarak nitelendirilmektedir. Proaktif kişilik yönelimi bulunmayanların ise, göreceli olarak olaylara pasif tepkiler gösteren ve uyum sağlayan hatta katlanan, çevreleri tarafından şekillendirilen bireyler oldukları savunulmaktadır (Bateman ve Crant, 1993: 105).

Güncel kariyer yaklaşımlarının bireyi merkeze alan ve bireyin kariyere ilişkin sorumluluğunu öne çıkaran bakış açısı doğrultusunda, proaktif kişilik ile kariyer gelişimi arasındaki ilişkilerin araştırmalarda ele alındığı görülmektedir. Seibert vd. (2001: 864) tarafından gerçekleştirilen boylamsal araştırma sonucunda proaktif kişilik ile bireylerin kariyer gelişimi ve kariyer tatminleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu saptanmıştır. Proaktif kişilik ile objektif ve sübjektif kariyer başarıları arasındaki ilişki ele alan bir araştırma sonucunda ise bireylerin hem objektif hem de sübjektif kariyer başarılarının proaktif kişilik yönelimleriyle pozitif yönlü bir ilişki gösterdiği belirlenmiştir (Seibert vd., 1999: 416). Yang ve Chau (2016: 467) tarafından Çin'de gerçekleştirilen araştırma sonucunda ise proaktif kişilik ile kariyer başarıları arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve bu ilişkide lider üye etkileşiminin aracı rol oynadığı bunun yanı sıra güç mesafesinin düşük olması durumunda bu

ilişkinin daha güçlü olduğu bulgulanmıştır. İlgili yazındaki araştırma sonuçlarına göre proaktif kişilik yöneliminin, bireylerin kariyer gelişimleri ile kariyer başarılarına katkı sağladığı görülmektedir. Ancak bu katkının doğasının henüz net olarak aydınlatılmadığı, proaktif kişiliğin kariyer gelişimini ve başarısını hangi yolla artırdığına dair daha çok bulguya gereksinim duyulduğu düşünülmektedir. Bu nedenle araştırma aracılığıyla proaktif kişilik yöneliminin kariyer uyum yetenekleriyle ilişkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

2.3. Kariyer Uyum Yetenekleri

En yaygın bilinen tanımıyla kariyer, bireyin tercih ettiği işte daha fazla maddiyat, statü, prestij, sorumluluk ve güç elde etmek adına ilerlemesidir (Ivancevich, 2010: 435). Günümüz iş ve finans çevresinin çalkantılı koşulları doğrultusunda kariyer olgusu da karmaşık, önceden tahmin edilemeyen ve çok yönlü bir hale bürünmüştür. Bireylerin önemli kariyer fırsatlarını yakalayabilmeleri, bahsedilen bu zorlu ve karmaşık ortamdaki değişimlere uyum gösterebilmeleri ölçüsünde olanaklıdır (Zhu vd., 2013: 458). Bu noktada bireylerin kariyer uyum yetenekleri önem kazanmakta, bireyin kariyer gelişimi ve başarısı açısından anahtar rol üstlenmektedir.

Kariyer uyum yeteneği; bireylerin öngörülen görevlerine hazır biçimde iş rollerine katılmalarını, iş koşullarında öngörülemeyen değişimler karşısında da bilgi, beceri ve donanım bakımından hazırlıklı olmaları anlamını taşımaktadır (Savickas, 1997: 254). Bireyin kariyer uyum yetenekleri, onun yeni iş sorumlulukları üstlenmesi durumundaki rahatlık düzeyini, gelecekteki değişikliklerle başa çıkabilme ve bunları fırsata çevirme kapasitesini, bunun yanı sıra öngörülemeyen olaylar sonucunda kariyer planında ortaya çıkan değişiklikleri yönetme gücünü içermektedir (Rottinghaus vd., 2005: 11). Kariyer uyum yeteneğinin, bireyin iş bulma, işler arasında geçiş yapma ve gerektiğinde tekrar iş sahibi olma noktalarındaki özelliklerini vurguladığı belirtilmektedir. (Maggiori vd., 2013: 439). Kariyer uyum yeteneğinin; kaygı, kontrol, merak ve güven boyutları altında ele alındığı görülmekte (Savickas ve Porfeli, 2012: 663):

- Kaygı; bireylerin yeteneklerinin bilincinde olarak mesleki geleceklerine yönelik plan yapmaları ve hazırlanmalarını
- Kontrol; bireylerin mesleki geleceklerine dair şimdiden karar verebilme ve kendilerini bu doğrultuda yönlendirebilmelerini
- Merak; bireyin çevresini kariyerine ilişkin bakış açısıyla araştırma ve analiz etme yönelimini
- Güven; bireylerin kariyer gelişimlerinde karşılaşılabilecekleri sorunları çözebilme ve bunların üstesinden gelebilme konularında kendilerini yeterli görmelerini ifade etmektedir.

Araştırmacılar son yıllarda kariyer uyum yetenekleri konusuna önemle eğilmekte, başta genç bireylerin okul yaşamından iş yaşamına geçişleri ve sonrasındaki kariyer ilerlemelerinin başat unsuru olarak kariyer uyum yeteneklerini işaret etmektedirler (Kanten, 2012: 201). Kariyer uyum yeteneklerinin bireysel öncüllerini ele alan bir araştırmada; umut, dayanıklılık ve iyimserliğin kariyer uyum yetenekleriyle pozitif yönlü bir ilişki gösterdiği belirlenmiştir. Üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda; genç bireylerin kariyer uyum yeteneklerine katkı sağlamak için umut, iyimserlik ve dayanıklılığın teşvik edilmesi önerilmektedir

(Büyükgöze-Kavas, 2016: 114). Teşvik edilmesi önerilen kavramların, pozitif psikolojik sermayenin bileşenleri arasında yer aldıkları görülmektedir. Bu çalışmada ise pozitif psikolojik sermayenin farklı bir bileşeni olan öz yeterliliğin kariyer uyum yeteneklerine etkisi ve bu süreçte proaktif kişiliğin rolü ele alınmıştır.

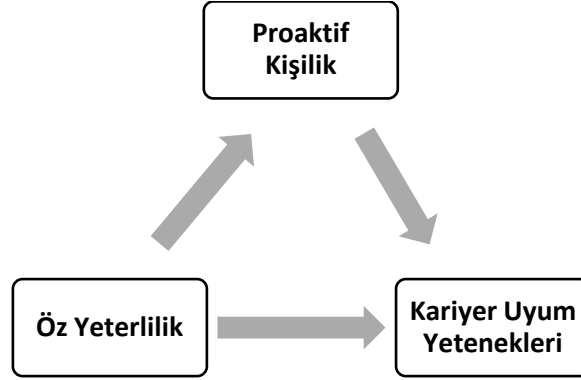
3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın ana amacı; öz yeterlilik algısının, bireylerin kariyer uyum yeteneklerine etkisinde proaktif kişiliğin aracı rolü üstlenip üstlenmediğinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda öncelikle öz yeterlilik algısı, proaktif kişilik ve kariyer uyum yetenekleri arasındaki ilişkilere ışık tutulmaya çalışılmıştır. Bireylerin öz yeterlilik algılarının, proaktif kişilik yönelimleri ve kariyer uyum yetenekleri üzerinde etkiye sahip olup olmadığının, eğer etki söz konusu ise bu süreçte proaktif kişiliğin aracı rol oynayıp oynamadığının ortaya konması hedeflenmiştir. Güncel kariyer yaklaşımları, kariyerin şekillenmesinde bireye önemli sorumluluklar yüklemekte, bireyi donanımını yeterli kılmaya, istihdam edilebilirliğini artırmaya ve kariyer uyum yeteneklerini sürekli olarak geliştirmeye teşvik etmektedir. Araştırma aracılığıyla bireylerin kariyer uyum yeteneklerini biçimlendirme yolunda öz yeterlilik algısı ve proaktif kişiliğin önemine dair bulgular sunulması amaçlanmıştır. Araştırmada ayrıca ele alınan bu değişkenlerin, öğrencilerin cinsiyet, okudukları sınıf ve bölüm gibi bazı demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi de amaçlanmıştır.

Sosyal bilimler alanında ön lisans düzeyinde öğrenim görenler, mesleki olarak hem teorik hem de uygulamaya dönük bir eğitim sürecinden geçerek iş dünyasının nitelikli ara insan gücü ihtiyacını karşılamak üzere yetiştirilmektedirler. Ancak ön lisans mezunlarının, teorik bilgilerine rağmen uygulamaya yönelik yetkinliklerinin işverenlerin beklentilerini karşılamakta yetersiz kalması ya da işe geçiş sürecinde kariyer danışmanlığı faaliyetleriyle yeterince yönlendirilememeleri ve istihdamda üniversitelerle iş dünyası arasında iş birliğinin istenen düzeyde gerçekleşmemesi gibi nedenlerle kariyer sorunları yaşadıkları bilinmektedir. Ulaşılabilen en güncel veri olan 2018 yılı istatistiklerine göre İŞKUR'a kayıtlı bir yıl ve aşkın süredir iş bekleyen ön lisans mezunu sayısı 332.721 iken işe yerleştirilenlerin sayısı ise 106.213 kişidir (İŞKUR, 2018). Dolayısıyla ön lisans mezunlarının istihdam edilebilirliklerini artırılabilmesi için daha çok desteklenmeleri gerektiği görülmektedir. Bu nedenle araştırmamız için ön lisans öğrencileri örneklem grubu olarak seçilmiştir. Araştırmada ön lisans öğrencilerinin öz yeterlilik algıları ve proaktif kişilik yönelimlerinin, kariyer uyum yetenekleriyle ilişkileri ele alınmıştır. Bu yolla kariyer danışmanlığı faaliyetlerinde öğrencilerin kariyer uyum yeteneklerini geliştirmelerine yardımcı olacak bulgular ortaya konması amaçlanmıştır.

4. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmada ele alınan değişkenler arasındaki etkileşimin belirlenmesi amacıyla geliştirilen simgesel araştırma modeli (Karasar, 2014: 76) Şekil 1'de yer almaktadır. Bu modeli test etmek üzere izlenen metodoloji ise başlıklar halinde açıklanmıştır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

4.1. Araştırmanın Ana kütlesi ve Örneklemi

Yükseköğretim Kurulu 2018-2019 verilerine göre Türkiye’de 905’i devlet, 111’i vakıf olmak üzere 1016 meslek yüksekokulu bulunmaktadır. Ön lisans eğitimi veren yükseköğretim programlarında kayıtlı öğrenci sayısı ise 2.829.430’dur. Ön lisans öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen bu araştırmada zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle araştırmanın ana kütlesi İstanbul’daki bir devlet üniversitesinde sosyal bilimler alanında öğrenim görmekte olan ön lisans öğrencileri olarak belirlenmiştir. Araştırma kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak yürütülmüş ve 193 öğrenciden oluşan bir örneklem grubunun katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın verilerinin toplanması işlemi, 2019 yılı Şubat ayında başlamış ve Mart ayında tamamlanmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özellikler açısından dağılımlarına bakıldığında:

- %60,6’sının (117) kız, %39,4’ünün (76) erkek olduğu
- %34,2’sinin (66) birinci sınıf, %65,8’inin (127) ikinci sınıf öğrencisi oldukları
- Yaş ortalamalarının 20,6 olduğu
- %28’inin (54) yönetim ve organizasyon, %29,5’inin (57) muhasebe ve vergi uygulamaları, %17,6’sının (34) turizm ve seyahat hizmetleri, %24,9’unun (48) büro yönetimi ve yönetici asistanlığı bölümünde okudukları görülmüştür.

4.2. Araştırmanın Varsayımları ve Kısıtları

Araştırmada kolayda örnekleme yönteminden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda sadece araştırmacıların ulaşabildiği katılımcılardan toplanan veriler değerlendirilmiştir. Bu durum araştırmanın önemli bir kısıtını oluşturmaktadır. Bu bağlamda elde edilen sonuçlar, örnekleme özgü olup genellenebilmesi söz konusu değildir. Araştırmada öz yeterlilik algısının, kariyer uyum yeteneklerine etkisinde proaktif kişiliğin aracı rolünün incelenmesi amaçlandığından, kariyer uyum yeteneklerine etki edebilecek diğer değişkenlerin araştırma kapsamı dışında bırakılması ise başka bir kısıt oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin, ankette yer alan ifadeleri doğru bir biçimde anladıkları ve gerçeğe uygun olarak içtenlikle yanıtladıkları varsayılmıştır.

4.3. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Araştırmada kullanılan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. Anket formunun ilk bölümünde Schwarzer ve Jarusalam (1995) tarafından geliştirilen, Türkçe uyarlaması ise Yeşilay vd. (t.y.) tarafından yapılan Genel Öz Yeterlilik Ölçeği (General Self Efficacy Scale) bulunmaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde ise Bateman ve Crant (1993) tarafından geliştirilen, sonrasında Claes vd. (2005) tarafından revize edilen, Türkçe uyarlaması Akın vd. (2011) tarafından gerçekleştirilen Kısaltılmış Proaktif Kişilik Ölçeği yer almaktadır. Anket formunun üçüncü bölümünde Savickas ve Profeli (2012) tarafından geliştirilen, Türkçe uyarlaması Kanten (2012) tarafından yapılan Kariyer Uyum Yetenekleri Ölçeği bulunmaktadır. Anket formunun son bölümünde ise örneklem grubunun demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini sınamak üzere temel bileşenler yöntemi kullanılarak varimax eksen döndürme tekniğiyle açıklayıcı faktör analizi uygulanmış ve güvenilirliklerinin belirlenmesi amacıyla Cronbach Alfa katsayıları hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Gerçekleştirilen Faktör ve Güvenilirlik Analizlerinin Sonuçları

Ölçek	Madde Sayısı	Faktör Yük Aralığı	Açıklanan Toplam Varyans (%)	Cronbach Alfa
Öz Yeterlilik	10	,805-.665	55,298	,909
KMO: ,907 Bartlett: 1010,359 df: 45 p:.,000				
Proaktif Kişilik	10	,782-.465	53,015	,844
KMO: ,864 Bartlett: 577,628 df: 45 p:.,000				
Kariyer Uyum Yetenekleri	24	,754-.525	62,399	,943
KMO: ,918 Bartlett: 2800,978 df: 276 p:.,000				

Öz yeterlilik, proaktif kişilik ve kariyer uyum yetenekleri ölçeklerine ilişkin analizler sonucunda hesaplanan KMO değerlerinin tatmin edici düzeyde oldukları görülmektedir. Dolayısıyla örneklemin faktör analizi için yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Ölçeklerin tamamı için Bartlett küresellik testinin sonuçları da ($p=0,000<0,05$) anlamlı olup veri setinin faktör analizine uygun olduğunu işaret etmektedir. Ölçeklerin toplam varyansı açıklama yüzdelerinin, sosyal bilimler alanındaki araştırmalar için yeterli kabul edilen düzey olan %50’nin üzerinde olduğu görülmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014: 291-292). Faktör yükü; orijinal değişken (ifade) ve yer aldığı faktör arasındaki korelasyonu göstermektedir. Faktör yüklerinin istatistiksel anlamlılığı, örneklem büyüklüğüne göre ele alınmaktadır. 150-200 arasındaki örneklemlerde, 0,45’ten büyük faktör yüklerinin anlamlı kabul edilebileceği belirtilmektedir (Hair vd., 2010: 116). Ölçeklerde yer alan ifadelerin faktör yük değerleri aralığına bakıldığında, faktör yüklerinin örneklem büyüklüğümüz açısından anlamlı kabul edilebilecek düzeyde oldukları görülmektedir. Ölçekler için hesaplanan Cronbach Alfa Katsayıları ise, 0,8’in üzerinde olup ölçeklerin güvenilirliklerinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır (Kurtuluş, 2010: 184). Araştırmada

kullanılan ölçeklerin faktör analizine ilişkin detaylı bilgiye, makalenin ekinde Tablo 7, Tablo 8 ve Tablo 9'da yer verilmiştir.

5. Araştırmanın Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı Bulgular ve Korelasyonlar

Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucunda değişkenlere ilişkin ulaşılan ortalama ve standart sapma değerleri ile Pearson korelasyon katsayıları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Araştırmanın Değişkenleri Arasındaki Korelasyonlar

Değişken	Ort.	S.S.	Kariyer Uyum Yetenekleri	Proaktif Kişilik	Öz Yeterlilik
Kariyer Uyum Yetenekleri	4,0743	,63176	1	,828**	,673**
Proaktif Kişilik	3,8389	,62123	,828**	1	,782**
Öz Yeterlilik	3,8093	,72379	,673**	,782**	1

**p<0,01 (Korelasyon 0,01 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır.)

Korelasyon katsayısının yorumlanması, tam sayı değerleri haricinde güç olsa da 0-0,3 arasındaki değerlerin zayıf, 0,3-0,7 arasındaki değerlerin orta, 0,7-1 arasındaki değerlerin ise pozitif yönlü güçlü bir ilişkiyi işaret ettiği kabul edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014: 254). Buna göre kariyer uyum yetenekleri ile öz yeterlilik arasında (0,673), pozitif yönlü ve orta derecede bir ilişki olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle öğrencilerin öz yeterlilikleri arttıkça, kariyer uyum yetenekleri de artmaktadır. Kariyer uyum yetenekleri ile proaktif kişilik arasında (0,828) ise, pozitif yönlü ve güçlü bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumda öğrencilerin proaktif kişilik yönelimlerinin yüksek olmasının, kariyer uyum yeteneklerini de artıracığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, öz yeterlilik ve proaktif kişilik arasında (0,782) da pozitif yönlü ve güçlü bir ilişki olduğu anlaşılmaktadır. Öğrencilerin öz yeterliliği arttıkça, proaktif kişilik yönelimlerinin de artacağı görülmektedir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre araştırmanın değişkenleri arasında belirlenen pozitif yönlü ilişkiler, öğrencilerin kariyer uyum yeteneklerinin artırılması yolunda öz yeterliliklerinin ve proaktif kişilik yönelimlerinin geliştirilmesinin önemine işaret etmektedir.

6. Araştırmanın Hipotezine İlişkin Bulgular

Araştırmanın ana amacı doğrultusunda geliştirilen temel araştırma hipotezi:

H₁: Özyeterlilik algısının kariyer uyum yeteneklerine etkisinde proaktif kişiliğin aracı rolü bulunmaktadır.

Araştırma hipotezinin test edilmesinde Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen 3 adımlı yöntem izlenmiştir. Araştırma hipotezini test etmek üzere gerçekleştirilen tekli ve çoklu regresyon analizi adımlarına ilişkin sonuçlar Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Regresyon Analizlerine İlişkin Sonuçlar

Adım 1			
Bağımlı Değişken: Kariyer Uyum Yetenekleri			
Bağımsız Değişken:	B	T	P
Özyeterlilik	0,587	12,565	0,000
R: 0,673 Düzeltilmiş R²: 0,450 F: 157,868 p: 0,000			
Adım 2			
Bağımlı Değişken: Proaktif Kişilik (Aracı olarak önerilen değişken)			
Bağımsız Değişken:	B	T	P
Özyeterlilik	0,671	17,346	0,000
R: 0,782 Düzeltilmiş R²: 0,610 F: 300,783 p: 0,000			
Adım 3			
Bağımlı Değişken: Kariyer Uyum Yetenekleri			
Bağımsız Değişkenler:	B	T	P
Özyeterlilik	0,057	1,002	0,317
Proaktif Kişilik	0,790	11,917	0,000
R: 0,829 Düzeltilmiş R²: 0,683 F: 208,220 p: 0,000			

Regresyon analizleri gerçekleştirilmeden önce otokorelasyon ve çoklu doğrusal bağlantı problemi test edilmiştir. Otokorelasyon olup olmadığı, Durbin- Watson istatistiği aracılığıyla incelemiştir. Değerlerin 1,584-1,848 aralığında olduğu görüldüğünden otokorelasyona rastlanmamıştır (Orhunbilge, 2002: 218-220). Değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı olup olmadığının teşhisinde ise VIF değerlerine bakılarak değerlerin 10'un altında olduğu görüldüğünden çoklu doğrusal bağlantı problemi olmadığı anlaşılmıştır (Orhunbilge, 2002: 240-242).

Özyeterliliğin kariyer uyum yeteneklerine etkisinde proaktif kişiliğin aracı rolünü sınamak üzere gerçekleştirilen analizlerin ilk adımında; özyeterliliğin kariyer uyum yetenekleri üzerindeki etkisi tekli regresyon analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre özyeterliliğin kariyer uyum yetenekleri üzerindeki etkisinin istatistiki olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir (t:12,565 , p:0,000<0,05). Düzeltilmiş R² değerine bakıldığında özyeterliliğin, kariyer uyum yeteneklerindeki değişimin %45'ini açıklayabildiği görülmektedir. Regresyon katsayısı incelendiğinde ise, özyeterlilik algısındaki bir birimlik değişimin, kariyer uyum yeteneklerinde 0,587 birimlik bir değişim meydana getirdiği anlaşılmaktadır.

Analizlerin ikinci adımında özyeterliliğin, proaktif kişilik üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik tekli regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre özyeterliliğin proaktif kişilik üzerinde istatistiki olarak anlamlı bir etki gösterdiği belirlenmiştir (t:17,346 , p:0,000<0,05). Düzeltilmiş R² değeri, özyeterliliğin proaktif kişilikteki değişimin %61'lik kısmını açıklayabildiğini göstermektedir. Regresyon katsayısına bakıldığında, özyeterlilik algısındaki bir birimlik değişimin proaktif kişilik yöneliminde 0,671 birimlik bir değişim oluşturduğu görülmektedir.

Analizlerin üçüncü adımında ise özyeterlilik ve proaktif kişilik bir arada analize dahil edilerek kariyer uyum yetenekleri üzerindeki etkileri çoklu regresyon analizi aracılığıyla incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre özyeterlilik ve proaktif kişilik birlikte, kariyer uyum yeteneklerindeki değişimin %68,3'ünü açıklayabilmektedir. Değişkenlerin kariyer uyum yetenekleri üzerindeki etkilerine ayrı ayrı bakıldığında ise, proaktif kişiliğin etkisinin istatistiki olarak anlamlı olduğu (t:11,917 , p:0,000) ancak proaktif kişilikle birlikte analize dahil edildiğinde özyeterliliğin anlamlı

etkisinin ortadan kalktığı ($t:1,002$, $p:0,317>0,05$) görülmektedir. Bu durum, özyeterliliğin kariyer uyum yeteneklerine etkisinde proaktif kişiliğin tam aracı rolü üstlendiğini işaret etmektedir. Tablo 3'teki özyeterliliğin kariyer uyum yetenekleri üzerindeki etkisine ilişkin birinci ve üçüncü adımdaki regresyon katsayıları (B) incelendiğinde, katsayılar da bir düşüş gözlenmektedir ($0,587<0,057$). Bu düşüşün istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını sınamak üzere Sobel testi gerçekleştirilmiştir. Sobel Testi; aracı etki durumunda, bağımsız değişken tarafından açıklanan varyanstaki düşüşün anlamlılığını sınanan istatistiksel bir yöntemdir (Sobel, 1982:291-292). Testin sonucu (Sobel_z:13,188 , $p:0,000<0,05$), özyeterliliğin kariyer uyum yeteneklerine etkisinde proaktif kişiliğin tam aracı rolünün anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuca göre, öğrencilerin özyeterlilik algısı proaktif kişilik yönelimini etkilemekte bu durum da kariyer uyum yeteneklerine yansımaktadır.

7. Farklılık Analizleri

Öğrencilerin öz yeterlilik algılarının; cinsiyetleri, okudukları sınıf ve bölüme göre farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin ulaşılan sonuçlar Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Öz Yeterliliğe İlişkin Farklılık Analizi Sonuçları

		N	Ort.	S. S.	p
Cinsiyet	Kız	117	3,7821	,74308	,517
	Erkek	76	3,8513	,69580	
Sınıf	1	66	3,9167	,71265	,138
	2	127	3,7535	,72602	
Bölüm	Yön. ve Org.	54	3,8630	,61837	,067
	Muh. ve Ver.	57	3,8842	,55767	
	Tur. ve Sey.	34	3,9412	,73901	
	Büro Yön.	48	3,5667	,93384	

Öz yeterlilik algısının öğrencilerin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediği, bağımsız iki örneklem t-testi aracılığıyla sınanmıştır. Test sonucunda ulaşılan t değerine karşılık gelen anlamlılık düzeyi ($p=0,517>0,05$), grupların ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Bu durumda öğrencilerin öz yeterlilik algılarının, cinsiyetlerine göre farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Öğrencilerin okudukları sınıfa göre öz yeterlilik algılarında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için bağımsız iki örneklem t-testi gerçekleştirilmiştir. Hesaplanan t değerine karşılık gelen anlamlılık düzeyi ($p=0,138>0,05$), grupların ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle birinci ve ikinci sınıfta okuyan öğrencilerin öz yeterlilik algıları arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Öğrencilerin okudukları bölüme göre öz yeterlilik algılarında anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek üzere tek yönlü varyans analizi gerçekleştirilmiştir. Grup varyanslarının homojenliğini sınanan Levene Testi sonucu 0,002 olup ($p<0,05$), varyansların homojen olmadığını, dolayısıyla analizin temel varsayımının sağlanmadığını göstermektedir. Bu nedenle varyansların homojen olmadığı durumlarda kullanılmak üzere, F testinin uyarlaması olarak önerilen Brown-Forsythe testi gerçekleştirilmiştir (Yiğit ve Gamgam, 2011: 60). Test sonucunda öz yeterliliğin,

öğrencilerin okudukları bölüme göre anlamlı bir farklılık sergilemediği saptanmıştır (Asimptot dağıtılmış F istatistiği=2,433; p=0,067>0,05).

Öğrencilerin proaktif kişilik yönelimlerinin; cinsiyetleri, okudukları sınıf ve bölüme göre farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin ulaşılan sonuçlar Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Proaktif Kişiliğe İlişkin Farklılık Analizi Sonuçları

		N	Ort.	S. S.	P	Dunnett Testi (p)
Cinsiyet	Kız	117	3,8513	,59678	,731	
	Erkek	76	3,8197	,66071		
Sınıf	1	66	3,8848	,65709	,741	
	2	127	3,8150	,60305		
Bölüm	Yön. ve Org.*	54	3,9389	,50709	,015	049*
	Muh.ve Ver.**	57	3,9579	,48179		
	Tur. ve Sey.	34	3,8294	,71160		
	Büro Yön.*/**	48	3,5917	,75056		

*/**Dunnett Testi sonucuna göre farklılığın kaynaklandığı gruplar

Proaktif kişiliğin öğrencilerin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediği, bağımsız iki örneklem t-testi aracılığıyla sınıanmıştır. Hesaplanan t değerine karşılık gelen anlamlılık düzeyi (p=0,731>0,05), grupların ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Kız öğrenciler ile erkek öğrenciler arasında proaktif kişilik bakımından anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir.

Öğrencilerin okudukları sınıfa göre proaktif kişilik yönelimlerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığının belirlenmesi için bağımsız iki örneklem t-testi gerçekleştirilmiştir. Test sonucunda ulaşılan t değerine karşılık gelen anlamlılık düzeyi (p=0,741>0,05), grupların ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle birinci ve ikinci sınıfta okuyan öğrencilerin proaktif kişilik yönelimleri arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Öğrencilerin okudukları bölüme göre proaktif kişilik yönelimlerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek üzere tek yönlü varyans analizi gerçekleştirilmiştir. Levene Testi sonucu 0,018 olup (p<0,05), grup varyanslarının homojen olmadığını, dolayısıyla analizin temel varsayımının sağlanmadığını göstermektedir. Bu nedenle varyansların homojen olmadığı durumlarda kullanılan, Brown-Forsythe testi gerçekleştirilmiştir. Test sonucunda proaktif kişiliğin, öğrencilerin okudukları bölüme göre anlamlı bir farklılık sergilediği (Asimptot dağıtılmış F istatistiği=3,603; p=0,015<0,05) belirlenmiştir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunu saptamak amacıyla, grup varyanslarının homojen olmadığı durumlarda kullanılan testlerden olan Dunnett testinden yararlanılmıştır (Gürbüz ve Şahin, 2014: 231). Test sonucuna göre ; Yönetim ve Organizasyon bölümünde okuyan öğrenciler ile Büro Yönetimi ve Sekreterlik bölümünde okuyan öğrencilerin (p=0,049<0,05), ayrıca Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümünde okuyan öğrencileri ile Büro Yönetimi ve Sekreterlik bölümünde okuyan öğrencilerin (p=0,028<0,05) proaktif kişilik yönelimlerinde anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Bölümlere ilişkin ortalamalara bakıldığında, Büro Yönetimi ve Sekreterlik bölümü öğrencilerinin proaktif kişilik yönelimlerinin diğer bölümlerdekilerden düşük olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin kariyer uyum yeteneklerinin; cinsiyetleri, okudukları sınıf ve bölüme göre farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin ulaşılan sonuçlar Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Kariyer Uyum Yeteneklerine İlişkin Farklılık Analizi Sonuçları

		N	Ort.	S. S.	P	Dunnnett Testi (p)
Cinsiyet	Kız	117	4,0951	,59950	,571	
	Erkek	76	4,0422	,68128		
Sınıf	1	66	4,1149	,65307	,521	
	2	127	4,0531	,62197		
Bölüm	Yön. ve Org.*	54	4,2037	,49464	,001	,010*
	Muh. ve Ver.**	57	4,2354	,35473		
	Tur. ve Sey.	34	4,0478	,72381		,002**
	Büro Yön.*/**	48	3,7561	,82590		

*/**Dunnnett Testi sonucuna göre farklılığın kaynaklandığı gruplar

Öğrencilerin kariyer uyum yeteneklerinin cinsiyetlerine göre farklılık gösterip göstermediği, bağımsız iki örneklem t-testi aracılığıyla sınıanmıştır. Hesaplanan t değerine karşılık gelen anlamlılık düzeyi ($p=0,571>0,05$), grupların ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Dolayısıyla kız öğrenciler ile erkek öğrenciler arasında kariyer uyum yetenekleri bakımından anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir.

Öğrencilerin okudukları sınıfa göre kariyer uyum yeteneklerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için bağımsız iki örneklem t-testi gerçekleştirilmiştir. Test sonucunda ulaşılan t değerine karşılık gelen anlamlılık düzeyi ($p=0,521>0,05$), grupların ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık olmadığını göstermektedir. Diğer bir ifadeyle birinci ve ikinci sınıfta okuyan öğrencilerin kariyer uyum yetenekleri arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Öğrencilerin okudukları bölüme göre kariyer uyum yeteneklerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığını test etmek üzere tek yönlü varyans analizi gerçekleştirilmiştir. Levene Testi sonucu 0,000 olup ($p<0,05$), grup varyanslarının homojen olmadığını, dolayısıyla analizin temel varsayımının sağlanmadığını göstermektedir. Bu nedenle varyansların homojen olmadığı durumlarda kullanılan, Brown-Forsythe testi gerçekleştirilmiştir. Test sonucunda kariyer uyum yeteneklerinin, öğrencilerin okudukları bölüme göre anlamlı bir farklılık sergilediği (Asimptot dağıtılmış F istatistiği=6,012; $p=0,001<0,05$) belirlenmiştir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında oluştuğunu saptamak amacıyla, grup varyanslarının homojen olmadığı durumlarda kullanılan Dunnnett testinden yararlanılmıştır. Test sonucuna göre; Yönetim ve Organizasyon bölümünde okuyan öğrenciler ile Büro Yönetimi ve Sekreterlik bölümünde okuyan öğrencilerin ($p=0,010<0,05$), ayrıca Muhasebe ve Vergi Uygulamaları bölümünde okuyan öğrencileri ile Büro Yönetimi ve Sekreterlik bölümünde okuyan öğrencilerin ($p=0,002<0,05$) kariyer uyum yeteneklerinde anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Bölümlere ilişkin ortalamalara bakıldığında, Büro Yönetimi ve Sekreterlik bölümü öğrencilerinin kariyer uyum yeteneklerinin diğer bölümlerdekilerden düşük olduğu görülmektedir.

8. Sonuç ve Değerlendirmeler

Araştırmada elde edilen bulgular; öz yeterlilik, proaktif kişilik ve kariyer uyum yetenekleri arasında pozitif yönlü ilişkiler olduğunu göstermektedir. Bunun yanı sıra gerçekleştirilen regresyon analizleri; öz yeterlilik algısı ve proaktif kişiliğin, kariyer uyum yetenekleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Ulaşılan bu sonuçların ilgili yazındaki benzer araştırmalardan elde edilen bulguları desteklediği görülmektedir. Örneğin Amerika'daki lisans öğrencilerinin kariyer uyum yetenekleri ve akademik tatminleri arasındaki ilişkide aracı değişken olarak ele alınan kariyer kararı verme öz yeterliliğinin, kariyer uyum yetenekleriyle pozitif yönlü orta şiddette bir ilişki sergilediği belirlenmiştir (Duffy, Douglass ve Autin, 2015: 49). Yetişkin çalışanların proaktif kişilikleri ve kariyer uyum yetenekleri arasındaki ilişkileri irdeleyen bir araştırmada ise proaktif kişiliğin kariyer uyum yeteneklerine katkı sağladığı saptanmıştır (Jiang, 2017: 85). Çin'de lisansüstü öğrenciler üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmada da proaktif kişilik ve kariyer kararı verme öz yeterliliğinin kariyer uyum yetenekleri üzerinde etkili olduğu ve değişkenler arasında pozitif yönlü ilişkiler bulunduğu belirlenmiştir (Hou, Wu ve Liu, 2014: 907).

Araştırmada öz yeterliliğin kariyer uyum yeteneklerine etkisinde proaktif kişiliğin aracı rolü de test edilerek proaktif kişiliğin bu etkileşimde tam aracı rolü üstlendiği belirlenmiştir. Öğrencilerin öz yeterliliklerinin proaktif kişilik yönelimlerine yansıdığı, bu durumun da kariyer uyum yeteneklerine katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle öğrencilere yönelik gerçekleştirilecek kariyer geliştirme ve danışmanlık faaliyetlerinde onların öz yeterliliklerinin ve proaktif kişilik yönelimlerinin teşvik edilmesinin son derece önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Günümüzün çalkantılı, belirsizliklerle dolu ve rekabetçi iş dünyasında kariyer olgusunun karmaşık bir hal aldığı ve bireye önemli sorumluluklar yüklediği düşünüldüğünde, öğrencilerin çalışma yaşamına hazırlanırken kendilerine ve yeteneklerine olan inançları ile proaktifliklerinin güçlendirilmesi, onları kariyer uyum yetenekleri noktasında da güçlü kılacaktır. Öğrencilerin kariyer uyum yeteneklerine katkı sağlamak adına üniversitelerde danışmanlık faaliyetlerine ağırlık verilmesi ve bu yolla güçlü ve zayıf yönlerini tanımlarına yardımcı olunması, öz yeterliliklerini geliştirmeleri yönünde önemli bir adım olacaktır. Üniversitelerde mezunlar ile öğrencileri bir araya getirecek etkinliklere ağırlık verilmesi, mezunların deneyimleri aracılığıyla öğrencilerin bakış açılarını genişleterek proaktif kişilik yönelimlerini destekleyecektir. Bunun yanı sıra sektör temsilcilerinin yer aldığı panellerin düzenlenmesi, öğrencilerin iş dünyasının dinamiklerini ve beklentilerini tanımlarına yardımcı olacaktır. Gönüllü mezunlar ve sektör temsilcileriyle öğrencilere yönelik oluşturulacak mentorluk programları, hem öğrencileri öz yeterlilik ve proaktiflik konusunda geliştirecek hem de kariyer uyum yeteneklerini güçlendirmelerini sağlayacaktır.

Araştırmada ele alınan değişkenler üzerinde farklılık analizleri de gerçekleştirilmiştir. Analizlerden elde edilen bulgulara göre öğrencilerin öz yeterliliklerinin cinsiyetleri, okudukları sınıf ve bölümlerine göre farklılık göstermediği belirlenmiştir. Araştırmaya katılan öğrencilerin proaktif kişilikleri ve kariyer uyum yeteneklerinin ise sadece okudukları bölüme göre farklılık gösterdiği saptanmıştır. Bu durumda üniversitelerde öğrencilere yönelik gerçekleştirilen kişisel ve kariyer gelişim etkinliklerinin, okudukları bölümün ihtiyaçları gözeticilerle tasarlanması ve uygulanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Proaktif kişilik yönelimi ve kariyer uyum yetenekleri diğerlerine göre düşük olan bölümlerde bu durumun nedenlerinin

irdelenmesi, öğrencilerin gelişimi için gerçekleştirilecek uygulamalara yol gösterici olacaktır. Örneğin öğrencilerin bu bölümü tercih etme konusunda istekli olup olmadıklarının, bölümden mezun olduklarında edinecekleri mesleğe yönelik mesleki benlik saygısı düzeylerinin ve kariyer geleceği algılarının araştırılması bu noktada yarar sağlayabilecektir.

Bu araştırma ön lisans düzeyinde öğrenim gören sınırlı bir örneklem grubu üzerinde yürütüldüğünden gelecekteki araştırmaların farklı öğrenim düzeyinden öğrencilerle daha büyük örneklemeler üzerinden ele alınmasının konunun aydınlatılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmalarda pozitif psikolojik sermayenin umut, dayanıklılık ve iyimserlik gibi bileşenleri ile kariyer uyum yetenekleri arasındaki ilişkilerin irdelendiği görülmektedir. Bu çalışmada da pozitif psikolojik sermayenin farklı bir bileşeni olan öz yeterlilik ile kariyer uyum yetenekleri arasındaki ilişkiler ele alınmıştır. İlerideki araştırmalarda ise pozitif psikolojik sermayenin bütüncül bir yapı olarak kariyer uyum yeteneklerine etkisinin ve bu etkileşimde rol oynayabilecek proaktif kişilik, makyavelist eğilim ve yaşam doyumu gibi değişkenlerin incelenmesinin, konuya ışık tutma noktasında yararlı olabileceği düşünülmektedir.

9. Referanslar

- Akın, A., Abacı, R., Kaya, M., ve Arıcı, N. (2011). Kısaltılmış Proaktif Kişilik Ölçeği'nin (KPÖ) Türkçe formunun geçerlik ve güvenirliği. *2011 International Conference on Educational Sciences (ICES11)* içinde (ss. 22-25), Cyprus.
- Bandura, A. (1978). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Advances in Behaviour Research and Therapy*, 1(4), 139-161.
- Bandura, A. (1989). Human agency in social cognitive theory. *American Psychologist*, 44(9), 1175-1184.
- Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist*, 28(2), 117-148.
- Bandura, A. (1999). Social cognitive theory: An agentic perspective. *Asian Journal of Social Psychology*, 2(1), 21-41.
- 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(6), 1173-1182.
- Bateman, T. S., & Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103-118.
- Bolino, M., Valcea, S., & Harvey, J. (2010). Employee, manage theyself: The potentially negative implications of expecting employees to behave proactively. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(2), 325-345.
- Büyüköze-Kavas, A. (2016). Predicting career adaptability from positive psychological traits. *The Career Development Quarterly*, 64(2), 114-125.
- Claes, R., Beheydt, C., & Lemmens, B. (2005). Unidimensionality of abbreviated proactive personality scales across cultures. *Applied Psychology*, 54(4), 476-489.
- Çapri, B., Özkendir, O. M., Özkurt, B., ve Karakuş, F. (2012). General self-efficacy beliefs, life satisfaction and burnout of university students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 47, 968-973.

- Çetin, F. (2011). Örgüt içi girişimcilikte öz yeterlilik algısı ve kontrol odağının rolü. *Business and Economics Research Journal*, 2(3), 69-85.
- Çetin, F., ve Basım, H. (2010). İzlenim yönetimi taktiklerinde öz yeterlilik algısının rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35, 255-269.
- Duffy, R. D., Douglass, R. P., & Autin, K. L. (2015). Career adaptability and academic satisfaction: Examining work volition and self efficacy as mediators. *Journal of Vocational Behavior*, 90, 46-54.
- Erdoğan, İ. (2007). *İşletmelerde davranış (7. bs.)*. İstanbul: MİAD Yayınları.
- Eryılmaz, A., ve Mutlu, T. (2017). Yaşam boyu gelişim yaklaşımı perspektifinden kariyer gelişimi ve ruh sağlığı. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 9(2), 227-249.
- Fidan, T., Fidan, İ. Ö., ve Öztürk, H. (2018). Meslek yüksekokulu öğrenci ve mezunlarının kariyer seçimlerine etki eden faktörler ile kariyer beklentileri: Öz yeterliliğin aracı rolü. *Yükseköğretim Dergisi*, 8(3), 249-263.
- Gerni, M. G. (2013). *İlişkilerin maddi yönü: Sosyal sermaye ve örgütsel boyutu*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Gürbüz, S. ve Şahin F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Felsefe-yöntem-analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (7th ed.)*. Pearson Prentice Hall.
- Hou, C., Wu, L., & Liu, Z. (2014). Effect of proactive personality and decision-making self-efficacy on career adaptability among Chinese graduates. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 42(6), 903-912.
- Ivancevich, J. M. (2010). *Human resource management (11th ed.)*. Boston: McGraw-Hill Irwin.
- Jiang, Z. (2017). Proactive personality and career adaptability: The role of thriving at work. *Journal of Vocational Behavior*, 98, 85-97.
- Kanten, S. (2012). Kariyer Uyum Yetenekleri Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 16(2),191-205.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi: "kavramlar ilkeler teknikler" (26. bs.)*. Ankara: Nobel.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma yöntemleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Luthans, F. (2002a). The need for and meaning of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 23(6), 695-706.
- Luthans, F. (2002b). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Perspectives*, 16(1), 57-72.
- Luthans, F., & Youssef, C. M. (2004). Human, social, and now positive psychological capital management: Investing in people for competitive advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), 143-160.
- Maggiore, C., Johnston, C. S., Krings, F., Massoudi, K., & Rossier, J. (2013). The role of career adaptability and work conditions on general and professional well-being. *Journal of Vocational Behavior*, 83(3), 437-449.
- Niu, H. J. (2010). Investigating the effects of self-efficacy on foodservice industry employees' career commitment. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 743-750.

- Orhunbilge, N. (2002). *Uygulamalı regresyon ve korelasyon analizi* (2. bs.). İstanbul: İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayını.
- Özkan, A. ve Fidan, T. (2019). Öğrencilerin öz yeterlilik ve kariyer motivasyonu ilişkisi: Sağlık hizmetleri meslek yüksekokulunda bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(41), 403-416.
- Rottinghaus, P. J., Day, S. X., & Borgen, F. H. (2005). The Career Futures Inventory: A measure of career-related adaptability and optimism. *Journal of Career Assessment*, 13(1), 3-24.
- Savickas, M. L. (1997). Career adaptability: An integrative construct for life-span, life-space theory. *The Career Development Quarterly*, 45(3), 247-259.
- Savickas, M. L., & Porfeli, E. J. (2012). Career Adapt-Abilities Scale: Construction, reliability, and measurement equivalence across 13 countries. *Journal of Vocational Behavior*, 80(3), 661-673.
- Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1995). Generalized self-efficacy scale. J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston (Ed.), *Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs* içinde (35-37. ss.). Windsor, England: Nelson.
- Seibert, S. E., Crant, J. M., & Kraimer, M. L. (1999). Proactive personality and career success. *Journal of Applied Psychology*, 84(3), 416-427.
- Seibert, S. E., Kraimer, M. L., & Crant, J. M. (2001). What do proactive people do? A longitudinal model linking proactive personality and career success. *Personnel Psychology*, 54(4), 845-874.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. *Sociological Methodology*, 13, 290-312.
- Türkiye İş Kurumu. (2018). 2018 yıllık tabloları. Erişim adresi <https://www.iskur.gov.tr/kurumsal-bilgi/istatistikler/>
- Yang, F., & Chau, R. (2016). Proactive personality and career success. *Journal of Managerial Psychology*, 31(2), 467-482.
- Yeşilay, A., Schwarzer, R. & Jerusalem, M. (t.y.). Turkish Adaptation of the General Perceived Self-Efficacy Scale. Erişim adresi <http://userpage.fu-berlin.de/~health/turk.htm>.
- Yiğit, E., ve Gamgam, H. (2011). Homojen olmayan varyans varsayımı altında ortalamaların eşitliği için bazı test istatistikleri ve karşılaştırmaları. *Anadolu Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi – B*, 1(1), 57-71.
- Yükseköğretim Kurulu. (2019). 2018-2019 Yükseköğretim istatistikleri. Erişim adresi <https://istatistik.yok.gov.tr/>
- Zhu, G., B. Wolff, S., T.(Tim) Hall, D., Las Heras, M., Gutierrez, B., & Kram, K. (2013). Too much or too little? A study of the impact of career complexity on executive adaptability. *Career Development International*, 18(5), 457-483.

EK: Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Faktör Analizi Sonuçları**Tablo 7. Kariyer Uyum Yetenekleri Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları**

İfadeler	Faktör Yükleri			
	F1	F2	F3	F4
Hayatımın bu evresinde verdiğim kararların, geleceğimi belirlediğinin farkındayım.	,742			
Geleceğimin nasıl olacağını sıklıkla düşünüyorum.	,727			
Yeteneklerimi geliştirebilirim.	,691			
Yeni beceriler öğrenebilirim.	,624			
Kariyerim ile ilgili seçim yapmak zorunda olduğumun farkındayım.	,573			
Verdiğim kararların sorumluluğu bana aittir.		,754		
Kararlarımı kendim veririm.		,719		
Kendime güvenirim.		,620		
İnandığım değerleri savunurum.		,603		
Problemlerimi çözebilirim.		,574		
Engellerin üstesinden gelebilirim.		,565		
Geleceğim hakkında iyimserim.		,550		
Kendim için doğru olan şeyi yaparım.		,525		
Bir şeyi yapmanın farklı yollarını da inceliyorum.			,688	
En iyisini yapmak için dikkat ederim.			,662	
Bana verilen görevleri layıkıyla yerine getiririm.			,660	
Bir karar vermeden önce seçenekleri araştırıyorum.			,643	
Gelecekte karşıma çıkacak fırsatları merak ediyorum.			,581	
Zihnimdeki soruları derinlemesine araştırıyorum.			,562	
Kariyerime katkı sağlayacak faaliyetlerle ilgileniyorum.				,737
Kariyerim ile ilgili her şeyi (sektör, işletmeler, işler, gereken beceriler vb.) araştırıyorum.				,674
Kişisel gelişimime katkı sağlayacak fırsatları (staj, kurs, kongre, eğitim vb.) araştırıyorum.				,635
Amaçlarımı nasıl başarabileceğimi planlıyorum.				,609
Geleceğim için hazırlık yapıyorum.				,560
Açıklanan Toplam Varyans: %62,399 KMO: 0,918				
Bartlett Küresellik Testi: Ki-kare: 2800,978 Sd: 276 Anlamlılık: 0,000				

Tablo 8. Proaktif Kişilik Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Faktör Yükleri	
	F1	F2
Hiçbir şey beni kendi düşüncelerimi gerçeğe dönüştürmekten daha çok heyecanlandıramaz.	,782	
Nerede olursam olayım, yapıcı bir değişim için güçlü bir etkiye sahibim.	,718	
Kendi yaşamımı geliştirmek için sürekli yeni yollar araştırırım.	,717	
Eğer hoşlanmadığım bir şey görürsem, onu düzeltirim.	,704	
Diğerlerinin görüşlerine uymasa bile kendi düşüncelerimi savunmayı severim.	,605	
Eğer bir şeye inanırsam, hiçbir şey onu gerçekleştirmemi engelleyemez.		,757
Fırsatları saptamada uzmanım.		,703
Olanakları diğer insanlardan daha iyi tespit ederim.		,678
Her zaman bir şeyin en iyisini yapmanın yollarını ararım.		,570
Ne kadar tuhaf olursa olsun, bir şeye inanırsam onu yaparım.		,465
Açıklanan Toplam Varyans: %53,015 KMO: 0,864		
Bartlett Küresellik Testi: Ki-kare: 577,628 Sd: 45 Anlamlılık: 0,000		

Tablo 9. Özyeterlilik Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

İfadeler	Faktör Yükleri
	F1
Güç sorunların çözümünü, eğer gayret edersem her zaman başarırım.	,805
Ne olursa olsun, üstesinden gelirim.	,783
Yeni bir durumla karşılaştığımda ne yapmam gerektiğini bilirim.	,768
Tasarılarımı gerçekleştirmek ve hedeflerime erişmek bana güç gelmez.	,761
Bir sorunla karşılaştığım zaman onu halledebilmeye yönelik birçok fikrim vardır.	,759
Ani olayların da hakkından geleceğimi sanıyorum.	,745
Güçlükleri soğukkanlılıkla karşılarım, çünkü yeteneklerime her zaman güvenebilirim.	,743
Beklenmedik durumlarda nasıl davranmam gerektiğini her zaman bilirim.	,702
Bana karşı çıkıldığında kendimi kabul ettirecek çare ve yolları bulurum.	,692
Her sorun için bir çözümüm vardır.	,665
Açıklanan Toplam Varyans: %55,298 KMO: 0,907	
Bartlett Küresellik Testi: Ki-kare: 1010,359 Sd: 45 Anlamlılık: 0,000	

ON THE CAUSAL RELATIONSHIP BETWEEN DEPOSIT RATES IN CONVENTIONAL BANKS AND PROFIT-SHARING RATES IN ISLAMIC BANKS IN TURKEY

TÜRKİYE'DE MEVDUAT BANKASI FAİZLERİ VE KATILIM BANKASI KÂR PAYLARI ARASINDAKİ NEDENSELLİK İLİŞKİSİ

Remzi GÖK⁽¹⁾

Abstract: This paper empirically investigates whether profit-sharing rates in Islamic banks follow rates of the conventional banks in Turkey over the sample period March 2001 to June 2019 through employing both standard econometric and wavelet approaches. We identify both unidirectional and bidirectional causality between the monthly observations at different time scales. Moreover, the direction of the relationship considerably varies and displays coefficient sign reversal over wavelet scales. Overall, our findings suggest that the rates of return in both banking sectors are not independent of each other and, therefore, have important implications regarding financial stability and risk management.

Keywords: Wavelets, Islamic Finance, Profit-sharing, Conventional Banks, Causality.

JEL: G21, G23, G29, G32.

Öz: Bu çalışmada, 2001 Mart ve 2019 Haziran dönemine ait verileri kullanarak Türkiye'deki kâr payı oranlarının mevduat faiz oranlarını takip edip etmedikleri, standart ekonometrik ve dalgacıklar analizi aracılığıyla, araştırılmıştır. Aylık gözlemlerin kullanıldığı bu çalışmada, değişkenler arasında farklı zaman ölçeklerinde geçerli hem tek hem de çift yönlü nedensellik ilişkisi bulgusuna rastlanmıştır. Ayrıca, değişkenler arasındaki korelasyon ilişkisi derecesinin ve yönünün dalgacık ölçeklerine göre önemli derecede değiştiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, her iki bankacılık sektörü getiri oranlarının birbirinden bağımsız olmadığını ve dolayısıyla finansal istikrarı ve risk yönetimine yönelik alınacak kararlar açısından dikkate alınması gerektiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Dalgacıklar, İslami Finans, Kâr Payı, Mevduat Bankası, Nedensellik.

1. Introduction

According to recent estimates, the global Islamic finance market, which is growing at a steady rate during the past five decades in terms of both economic size and number of financial institutions, was estimated to be worth US\$2,438 billion in 2017 and expected to reach an asset value of US\$3,809 billion across its main sectors including banking, Sukuk (Islamic bonds), funds, takaful (Islamic insurance), and other segments at the end of 2023. The history of modern Islamic banking started with the establishment of Mit Ghamr Savings Bank by Dr. Ahmad El-Nejjar in Egypt in 1963 and was closed by the government in 1967 (Chong and Liu, 2009). Today, the sector increased by 2.7% at the end of 2017 from US\$1.675 trillion to US\$1.721 trillion. By contributing to over 70% of the global Islamic finance industry, the Islamic banking market is expected to surge to US\$2.441 trillion by

⁽¹⁾ Dicle Üniversitesi, İktisadî ve İdarî Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü; remzigok1984@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9216-5210

Geliş/Received: 04-11-2019; Kabul/Accepted: 28-09-2020

2023 (Thomson Reuters, 2019). Based on total asset value for Islamic banking, Iran leads the list by US\$578 billion among the top 10 Islamic finance markets, whereas S. Arabia and Malaysia follow, respectively, by US\$509 and US\$491 billion. Turkey is, however, ranked ninth with US\$54 billion after Indonesia having US\$82 billion in 2017, in fact, Turkey's ranking had decreased from 8th place to 9th place, overtaken by Indonesia which had an estimated value of US\$21.7 billion in 2014 (Thomson Reuters, 2019).

As of June 2019, the total asset value of the dual banking system with 34 conventional banks, 13 development and investment banks, and six participation (Islamic) banks in Turkey stands at an estimated TRY4.23 trillion, in other words, it has exceeded US\$730 billion in Q2 of 2019. During the same period, conventional banks hold over 87 percent of the total assets (US\$639.17 billion), followed by development and investment banks with 6.80% (US\$49.68 billion) and participation banks with 5.65% (US\$41.23 billion). The sector share of the first five major banks, namely two state-owned banks and three private banks, is approximately 53% (US\$386.7 billion) in terms of economic size. Of these banks, participation banks rank among the top 15, namely the largest participation bank rank 12th with 2.06% (US\$15 billion), while the second and third participation banks, respectively, rank 14th and 15th with 1.20% (US\$8.76 billion) and 1.04% (US\$7.57 billion) in the second quarter of 2019. Besides, the share of state-owned participation banks, which were founded in the past four years and strongly supported by government institutions, are 0.68%, 0.57%, and 0.10% during the same period (TKBB, 2019). Although participation banks operate in the same banking environment with a relatively small fraction of asset value in Turkey, they may expose to similar risks that the remaining banking types face, which can significantly influence their cost and, therefore, profitability. Here, an important question arising is how, why, and to what extent their funding and lending rates differ from each other.

Although both bank types are profit-driven financial institutions, they considerably differ in funding and activity structures, i.e., in terms of the regulatory structure and operating principles. The main difference, as noted by Zarrouk et al. (2016), between conventional and Islamic banks is the prohibition of interest rates (*riba*), in other words, the activity of the latter must be Shariah-compliant. All transactions of Islamic banks must also be free from risk and uncertainty (*gharar*) and all forms of speculation and be backed by real assets. The profit-and-loss sharing (PLS) paradigm, however, is the distinctive feature of Islamic banking, which is mainly derived from the *musyarakah* (joint venture) and *mudharabah* (profit-sharing) contracts (Chong and Liu, 2009). Even though the Islamic banks are Shariah-compliant, namely, they are adhering to the equity participation and risk-sharing principles, and earn income through venture financing-type investments, in theory, many recent empirical works show that they strictly follow conventional banks in creating assets through non-PLS instruments (Cevik and Charap, 2015; Saraç and Zeren, 2015). In practice, Islamic financing products are not interest-free instruments, but very similar to conventional bank deposits (Chong and Liu, 2009), which is explained by the intense competition environments in the dual banking system (Saraç and Zeren, 2015). Besides, Chong and Liu (2009) argue that principal-agent problems and lack of management and control rights in Islamic finance, however, could be cited as a critical factor for the poor adoption of the PLS paradigm in practice. Operating in the same banking system exposes Islamic banks to facing similar risks –market, credit, and operational risk– that conventional banks

faces. Among these risks, interest rate risk –a type of market risk– arising due to maturity mismatch or re-pricing risk is the most influential factor that Islamic banks must deal with it (Zainol and Kassim, 2010), making them highly sensitive to the movement in interest rates given that they are asset-based and asset-driven banks, in contrast, their counterparties are interest-based and debt-driven (Ajmi et al., 2014). As provided by Khediri et al. (2015), they also diverge in terms of insolvency and credit risk, and off-balance sheet activities but behave similarly in terms of liquidity and profitability.

The literature includes an abundant amount of research works investigating the motives of why customers deposit their money in Islamic banks. Many earliest papers, including Gerrard and Cunningham (1997) and Metawa and Almosawi (1998), had shown that religiosity was the primary factor for Muslims in selecting Islamic banks. In a pioneering work, Metawa and Almosawi (1998) prioritized the relative importance of factors that affect the selection of Islamic banks as (i) adherence to the Islamic principles, (ii) the rate of return, (iii) the recommendations of their family and friends, and (iv) the location of a branch bank in Bahrain. In line with these findings, Gerrard and Cunningham (1997) observed that both Muslim and non-Muslim customers had different attitudes towards the Islamic banking movement in Singapore; namely, both religiosity and profit motives were the main reasons for 70 percent of Muslims and 37.9 percent of non-Muslims. Additionally, 66.5 percent of non-Muslim and 62.1 percent of Muslim customers, however, would withdraw their deposits in case of an unsuccessful distribution of sufficient profits. Subsequent empirical works have demonstrated that Islamic savings and investment decisions are also determined by a range of products and services and speed and efficiency of transactions (Okumus, 2005; Dusuki, 2008; Hoq et al., 2010; Marimuthu et al., 2010; and Echchabi and Olaniyi, 2012). In a pioneering paper, Okumus (2005) pointed out that the primary motive behind choosing both conventional and Islamic banks was product-related in Turkey. For example, staff friendliness, efficiency, and speed in completing a transaction, financial counseling, location of the branch, and consumer confidentiality played a chief role in selecting the Islamic banks while some factors such as the higher return on investment, followed by both the religiosity and profit motives and resistance to economic crises did not. Dusuki (2008) concluded that the stakeholders of Islamic banks must also concentrate on promoting Islamic norms such as poverty reduction and improvements in essential aspects of human welfare, which favors improving the reputation of the bank, instead of being only profit-driven banks to achieve their economic goals. The paper of Hoq et al. (2010), on the other hand, revealed that trust, customer satisfaction, and image of the Islamic banks, which are Shariah-compliant, played a crucial role in enhancing Muslim and non-Muslim customers' loyalty in Malaysia. Marimuthu et al. (2010) reported that the factors of ethnic background and religion were no longer prominent reasons in attracting depositors. Conversely, (i) insufficient information about Islamic banks' operations, (ii) wrong perception that Islamic banks were solely for Muslims, (iii) inadequate branch network were the significant factors among reasons why people in Malaysia remained away from these banks. In a recent paper by Echchabi and Olaniyi (2012), it was documented that the quality of their services and products would be enhanced through training and updating their employees on the latest innovations related to Islamic banking services and providing updated facilities in their branches to strengthen their image and reputation.

Although the interaction between deposit rates and profit-sharing rates has received noteworthy interest among researchers and policy-makers, the debate on whether deposit rates cause profit-sharing rates and vice versa or they move in the same, or the opposite, direction still continues. Among many of others, empirical papers that provide causality from deposit rates to profit-sharing rates include Kaleem and Isa (2003), Erturk and Yuksel (2013), and Cevik and Charap (2015); report causality from profit-sharing rates to deposit rates comprise Zainol and Kassim (2010) and Sukmana and Ibrahim (2017); present causality in both directions consist of Yazdan et al. (2012), Erturk and Yuksel (2013), Ata et al. (2016), Korkut and Ozgur (2017), and Yuksel et al. (2017); and find out causality in neither direction cover Yusof et al. (2015). The reasons behind those theoretically differing results mostly are the frequency of data and model or approach settings, period selected, of which encourage us to reinvestigate this relationship through the wavelets. By employing wavelet analysis as a robust technique, we intended to analyze the strength and the direction of the movement between the underlying variables since it will not only corroborate the finding of the traditional approaches but will also provide more accurate detail about the linkage across time scales and frequencies (see for details Kim and In, 2007; Andrieş et al., 2014; Saiti et al., 2016; Ferrer et al., 2016, and Gök, 2019).

This paper empirically studies the existence and kind of the cointegration and causal relationship between the conventional banks' deposit interest rates and participation banks' rate of return in Turkey over the period March 2001 to June 2019. The sample data set includes 1-, 3-, 6-, and 12-month deposit rates for both the banking industry. Corroborating the findings of many papers in literature, we discover both unidirectional and bidirectional causalities that intensify across different wavelet scales. Also, the direction of the linkage considerably varies and displays coefficient sign reversal over wavelet scales. Thus, we strongly recommend using frequency-based tools since our findings yield several implications for policymakers in constructing monetary policies to strengthen the price and financial stability.

The remainder of the paper is organized as follows. In Section 2, we provide brief literature regarding the deposit rates-profit-sharing rates relationship. The next section 3 describes the empirical methodology and provides the relevant literature for these approaches. In Section 4, we briefly describe our variables. The summary statistics and the empirical findings are presented and discussed in Section 5. In Section 6, we conclude with some crucial remarks for policy-makers.

2. Literature Review

The pioneer empirical work of Kaleem and Isa (2003) reveal evidence of significant linear causality between the rate of Islamic and conventional banks in Malaysia. More clearly, the term deposit returns (TDRs) of conventional banks lead to one-way Granger causality over the TDRs of Islamic banks for 1-, 3-, 6-, 9-, and 12-month maturities under commercial banks and finance companies with an exception for 1-month rates with a bidirectional relationship. In addition, the TDRs of conventional banks triggers one-way Granger causality over the TDRs of Islamic banks for 1-, 3-, and 6-month maturities and two-way causal association between the underlying variables for 9- and 12-month maturities offered under merchant banks at the 1% significance level.

A noteworthy finding of the Yap and Kader (2008) paper is that Islamic bank customers are found to be reacting reasonably to the interest rate movements and withdraw their deposits because of the profit motive and avoiding the adverse effects of interest rate risk.

In a related paper, Ito (2013) captures evidence of a significant cointegration relationship, indicating the effects of interest rates sensitivity on both rates, for all maturities and detects bidirectional causality for these pairs of variables due to the government's commitment and strong support for developing an Islamic financial system in Malaysia.

Based on the findings of the Granger causality test, Ergec and Kaytanci (2014) argue that the changes in deposit rates could be used to predict the movements in profit-sharing rates due to the presence of arbitrage opportunities and the sensitiveness of the profit-sharing rates to the interest rate changes in Turkey.

Ajmi et al. (2014) conclude that the Islamic finance system may not provide a good cushion in case of global financial crises or shocks due to a lack of hedging strategies, leading to an underperform performance during bear market conditions.

Saraç and Zeren (2015) claim the significant correlation between Islamic banks and conventional banks is considered a convergence of the former to the latter and the violation of the operating principles of Islamic finance, i.e., the risk-sharing principle is ignored. Their test findings, on the other hand, show that 3 out of 4 profit-sharing rates of Islamic banks are found to be co-move with the deposit rates of conventional banks. The paper implicitly supports the presence of unidirectional causal relation from the deposit rates to the profit-sharing rates at low-frequency intervals; namely, the causality is permanent, leading to predictable long-run profit-sharing rates in Turkey.

By employing nonlinear methods, Sukmana and Ibrahim (2017) report evidence in favor of cointegration relations between the conventional and Islamic bank rates for all matched maturities due to providing similar depository services and not being completely segmented indeed. In the pricing of their investment products, however, the Islamic banks consider only consumer reactions instead of strictly pegging their rates to the conventional bank rates in Malaysia.

The findings of Yusof et al.'s (2015) paper provide evidence against the long-run relationship between the Islamic bank rates and conventional rates in GCC countries. The null hypothesis of one-way causal relationship over the profit-sharing rates is rejected only for the Saudi Arabia case, indicating a somewhat moderate relationship due to the real rate of return and/or the opportunity cost of capital and they claim that the products of Islamic banks are not actually interest rate free, pointing to the interest rate sensitivity for the Islamic banks in Saudi Arabia.

Meslier et al. (2017) present evidence of market segmentation between the Islamic and conventional banks in 20 countries with dual banking systems. In addition, their results show that these banks significantly differ in terms of pricing behavior. In other words, the conventional banks with having lower market power are forced to provide higher return rates to attract depositors in dominant Muslim societies, pointing to the having difficulty of competing against the Islamic banks and potential adverse effects on financial stability. Inconsistent with the findings of previous papers, they state that the rates of conventional banks are significantly

sensitive to the profit-sharing rates while the reverse not true since the Islamic banks are only affected by their peers.

3. Methodology

In this paper, we use Harvey et al. (2013) unit root test for stationarity of the time series. For the pairs of variables that nonstationary in level, we implement a publicly available GAUSS code for cointegration test with multiple (two) unknown structural breaks proposed by Hatemi-J (2008). Given the results of the test, we are required to studying a causal linkage in the VECM approach. The computation of the LM test statistics, as well as probability values for a causal relationship in variance proposed by Hafner and Herwartz (2006) for the pairs of stationary variables, is obtained by the codes written in E-views econometric software package. In addition to the time-domain analysis, we utilize a novel wavelet technique enabling us to extract the time- and frequency-domain information by decomposing the underlying pairs of the first-differenced variables into different frequency levels. For brevity, however, the technical details of the well-known tests (for wavelets see Gencay et al. (2002), Ramsey (2014), and Kim and In (2007); for the unit root test see Harvey et al. (2013) and for the cointegration test see Hatemi-J (2008)) is left to the reader.

In their paper, Hafner and Herwartz (2006) test the following null hypothesis of a stochastic process with the stationary assumption of $\{\epsilon_t\}$ and $E[\epsilon_t|\mathcal{F}_{t-1}] = 0$ conditions for a given $i, j = 1, \dots, N$, where $i \neq j$

$$H_0: \text{Var}(\epsilon_{it}|\mathcal{F}_{t-1}^{(j)}) = \text{Var}(\epsilon_{it}|\mathcal{F}_{t-1}), \quad \mathcal{F}_t^{(j)} = \mathcal{F}_t \setminus \sigma(\epsilon_{jt}, \tau \leq t) \quad (1)$$

Consider the following model to test the null hypothesis,

$$\epsilon_{it} = \mathcal{H}_{it} \sqrt{\sigma_{it}^2 h_t}, \quad h_t = 1 + m'_{jt} \omega, \quad m_{jt} = (\epsilon_{jt-1}^2, \sigma_{jt-1}^2)' \quad (2)$$

where $\sigma_{it}^2 = \phi_i + a_i \epsilon_{it-1}^2 + b_i \sigma_{it-1}^2$ and \mathcal{H}_{it} refer to the standardized residuals of the GARCH process. In addition, ϵ_{it} , the score of the Gaussian log-likelihood function, is given by $x_{it}(\mathcal{H}_{it-1}^2) * 0.5$ with the conditions of $x_{it} = \sigma_{it}^{-2}(\partial \sigma_{it}^2 / \partial \phi_i)$ and $\phi_i = (\kappa_i, a_i, b_i)'$. If $\omega = 0$ condition holds for equation (1), then the testing of the null hypothesis $H_0: \omega = 0$ against the alternative hypothesis of LM test $H_0: \omega \neq 0$ can be valid. The following test statistic is offered for the test causality in variance

$$\lambda_{LM} = 0.25T \left(\sum_{t=1}^T (\mathcal{H}_{it-1}^2) m'_{jt} \right) \frac{1}{\Omega(\phi_i)} \left(\sum_{t=1}^T (\mathcal{H}_{it-1}^2) m_{jt} \right)^d \rightarrow \chi^2(2) \quad (3)$$

To put it in another way, the LM test statistic can be obtained through auxiliary regression as given

1. In order to obtain standardized residuals, derivatives, and volatility process, estimate first a GARCH(1,1) model for ϵ_{it} and ϵ_{jt} .
2. Regress (\mathcal{H}_{it-1}^2) on derivatives x'_{it} and misspecification indicators in m'_{jt} .
3. Finally, obtain the statistic λ_{LM} as multiplying observation numbers (T) with the degree of explanation coefficient, R^2 , of the latter regression.

Given that the number of misspecification indicators in m_{jt} determines the asymptotic distribution, the LM test statistic, λ_{LM} , will include two degrees of freedom for chi-square distribution.

4. Data

To shed light on the direction and strength of the linkage between the profit share rate of participation banks and interest rates of conventional banks, we use monthly observations in Turkey from March 2001 to June 2019. Our sample data comprises 1-, 3-, 6-, and 12-month rates for both the banking industries and derived from the Participation Banks Association of Turkey and Central Bank of the Republic of Turkey. We depict the time series of the data in the following figure to provide an overview of the rates and it is evident that they exhibited a rather similar pattern during the tested period.

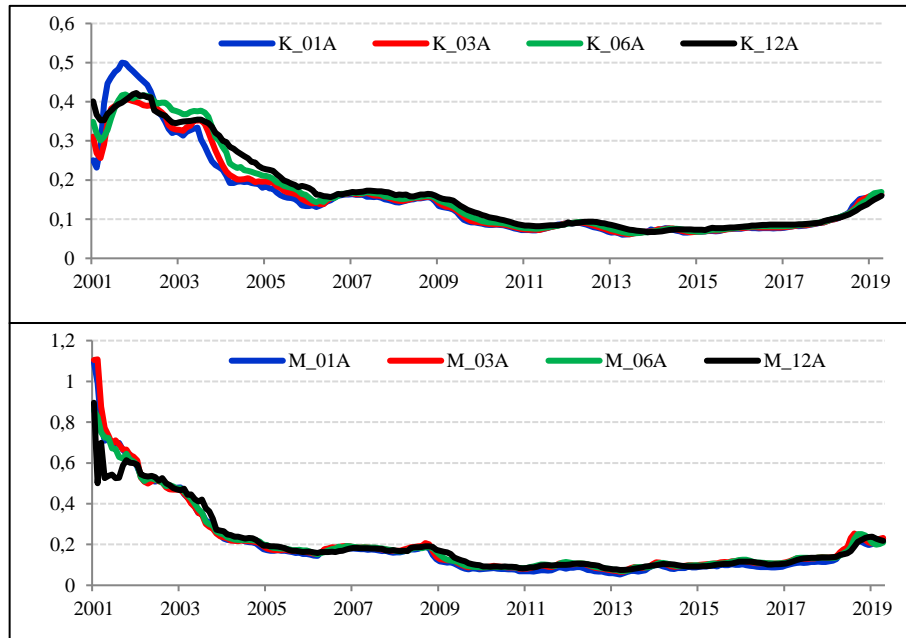


Figure 1 Monthly observations of the profit-sharing (upper) and deposit rates (bottom) in the Turkish Banking Sector

5. Empirical Results and Discussion

In the following empirical analysis, both the raw (P_t) and the first-differenced data ($P_t - P_{t-1}$) are used.

Table 1 Descriptive Statistics

Profit-sharing rates	K_01A	K_03A	K_06A	K_12A
Mean	0.1533	0.1532	0.1612	0.1661
Median	0.1213	0.1229	0.1241	0.1289
Max	0.4999	0.4143	0.4186	0.4223
Min	0.0603	0.0614	0.0643	0.0668
Std Dev	0.1082	0.0984	0.1062	0.1047
Skewness	1.7387	1.3323	1.2682	1.138
Kurtosis	5.2709	3.6489	3.3357	2.9871
JB	158.106***	68.942***	59.997***	47.485***
n	220	220	220	220
Deposit Rates	M_01A	M_03A	M_06A	M_12A
Mean	0.1926	0.2039	0.2013	0.198
Median	0.1242	0.1391	0.1415	0.1549
Max	1.094	1.1079	0.8576	0.8953
Min	0.0529	0.0659	0.0706	0.0753
Std Dev	0.1763	0.1773	0.1612	0.1492
Skewness	2.3517	2.5611	2.0801	1.8917
Kurtosis	8.8172	10.1944	6.6894	6.0454
JB	512.977***	714.952***	283.405***	216.212***
n	220	220	220	220

Note: *, **, or *** indicate rejection of the null hypothesis at 10%, 5%, and 1% significance levels, respectively.

Table 1 provides summary statistics for the sample data. It is evident that the first five statistics of the profit share rate of participation banks have remained below the interest rates of conventional banks regardless of maturities over the period. The average profit shares varied between 6.03% [K_01A] and 49.99% [K_01A] while average deposit rates varied between 5.29% [M_01A] and 110.79% [M_03A]. 1-month share [K_01A] and 3-month deposit rates [M_03A] are highly volatile with high standard deviations within their groups by 10.82% and 17.73%, respectively. In other words, the standard deviation of the 3-month deposit rates displays by far the highest volatility among all rates. Furthermore, all rates exhibit positive skewness, excess kurtosis, except for [K_12A], and deviation from normality, indicating that our data have an asymmetrical distribution with the long right and heavy tails whereas K_12A has short but right thin tails.

Table 2 Harvey et al. (2013) unit root tests with one and two structural breaks

Variable	Level		Differenced	
	MDF ₁	MDF ₂	MDF ₁	MDF ₂
K_01A	-3.458	-5.118***	-7.065***	-7.162***
K_03A	-3.698*	-3.848	-4.468***	-4.721**
K_06A	-3.024	-3.529	-4.593***	-4.673**
K_12A	-2.55	-3.388	-4.04**	-4.03
M_01A	-3.297	-5.164***	-3.482	-3.553
M_03A	-3.288	-5.329***	-5.502***	-6.214***
M_06A	-2.073	-3.82	-5.205***	-5.278***
M_12A	-2.97	-6.381***	-2.746	-3.149

Note: *, **, or *** indicate rejection of the null hypothesis of a unit root where the relevant critical values for MDF₁ test are -3.57, -3.85, and -4.40, and for MDF₂ test are -4.30, -4.58, and -5.10 at 10%, 5%, and 1% significance levels, respectively.

Table 2 reports the results of a preliminary and necessary step before employing cointegration and causality tests for the raw and the first-differenced data. A perusal of the table shows that the null hypothesis of a unit root could be strongly rejected only for K_03A in the one break in trend case (MDF₁) and for K_01A, M_01A, M_03A, and M_12A in the two breaks in trend case (MDF₂) using the Harvey et al. (2013) approach, indicating level-stationarity for these variables. Conversely, K_12A is found to be the first-differenced stationary according to MDF₁, whereas K_06A and M_06A are integrated of the first order according to MDF₁ and MDF₂. Given the outcome of the Harvey et al. (2013) unit root test, we proceed to investigate possible long-run associations by employing the Hatemi-J (2008) cointegration approach which its results are reported in Table 3.

Table 3 Hatemi-J (2008) cointegration test

Model	ADF	BP1	BP2	Phillips Za	BP1	BP2
K_M06 ⇌ M_M06	-6.56***	2006-01	2007-07	-36.506	2003-11	2006-06
M_M06 ⇌ K_M06	-6.715***	2004-04	2010-11	-44.409	2004-01	2011-01

Note: *, **, or *** denote the rejection of the null hypothesis at the 10%, 5%, or 1% significance levels, respectively.

The first line shows the modified ADF and Phillips test statistics and relevant breakpoints when the 6-month participation share return is regressed on the 6-month deposit rates, while the information of the reverse-order regressions is given in the second line. The findings reveal that the null of no cointegration linkage is strongly rejected for both cases, indicating that both variables move in tandem in the long-run. In other words, the profit-sharing rates are strongly integrated with the deposit rates for the six-month investment horizon and it seems that they quickly react to the changes in rates of conventional banks. Our evidence reinforces the conclusion drawn by Ito (2013) for Malaysia; Cevik and Charap (2015) for Turkey and Malaysia; Saraç and Zeren (2015) for Turkey; Adewuyi and Naim (2016) for Bahrain, Indonesia, and Malaysia; and Samad (2018) for Bahrain. We should, therefore, proceed to apply the method of Granger causality test in the VECM model to identify the direction of the causal relationship in the short- or/and long-run.

Table 4 Granger causality test results based on VECM

Model		Lag	χ^2 Statistics	ect_{t-1}
K_M06	\nRightarrow M_M06	6	9.12543	-0.02395
M_M06	\nRightarrow K_M06	7	57.14333***	-0.05577***

Note: *, **, or *** denote the rejection of the null hypothesis at the 10%, 5%, or 1% significance levels, respectively.

Evidently, we fail to reject the null hypothesis of no causation effects running from K_M06 to M_M06, i.e., M_M06 co-moves with, however, is led by K_M06 in neither short-run nor long-run. In other words, the movements in the 6-month profit-sharing rates cannot be used to predict the deposit rate changes in dual banking markets in Turkey. However, the 6-month deposit rates strongly Granger-cause 6-month participation rates, i.e. M_M06 unilaterally Granger-cause K_M06 at the 1% significance level in the short and long run. The adjusted coefficient, ect_{t-1} , is significantly negative and suggests that the potential disequilibrium of the long-run relationship will be restored in the following 17.93 [=1/0.05577] months if the underlying variables deviate from the long-term equilibrium. Consistent with the findings of recent papers by Cetin (2014) for Turkey, Cevik and Charap (2015) for Malaysia and Turkey, and Samad (2018) for Bahrain, our results reveal the significantly the predictive power of deposit rates on the profit-sharing rates in the short- and long-run.

Table 5 Hafner and Herwartz (2006) Causality Test in Variance

		Return	d1 [2-4)	d2 [4-8)	d3 [8-16)	d4 [16-32)	d5 [32-64)	s5 [64 <)	
D_K_M01	⇒	D_M_M01	11.053***	2.803	0.257	18.593***	13.581***	10.506***	36.52***
D_M_M01	⇒	D_K_M01	64.016***	16.193***	18.394***	57.329***	2.055	53.036***	28.923***
D_K_M03	⇒	D_M_M03	3.178	2.561	0.569	2.645	29.522***	68.823***	30.491***
D_M_M03	⇒	D_K_M03	13.387***	28.592***	4.824*	23.078***	52.999***	32.484***	18.696***
D_K_M06	⇒	D_M_M06	3.127	13.368***	0.578	3.842	13.98***	47.96***	3.554
D_M_M06	⇒	D_K_M06	3.245	43.146***	5.458*	15.89***	43.411***	25.734***	3.228
D_K_M12	⇒	D_M_M12	3.587	1.032	1.789	2.285	0.876	8.547**	38.256***
D_M_M12	⇒	D_K_M12	1.920	5.250*	7.275*	1.208	5.580*	82.163***	32.594***

Note: *, **, or *** denote the rejection of the null hypothesis at the 10%, 5%, or 1% significance levels, respectively. The shaded area represents the insignificant causality result in variance.

The empirical test findings pertinent to the causality test in variance using the Hafner and Herwartz (2006) approach are given in Table 5. The findings of our paper show a two-way causality between monthly rates and a one-way causal linkage between the 3-month rates for the differenced raw data. In addition, neither of the remaining maturities is the Granger cause of each other, indicating that the volatility of the deposit rates does not have a significant effect on the volatility of the profit-sharing rates and vice versa. Our findings are entirely similar to the Zainol and Kassim (2010) paper for Malaysia and partially in line with the results of Ergeç and Kaytancı (2014) and Ata et al. (2016) for Turkey and Yusof et al. (2015) for S. Arabia.

On the other hand, Table 5 also provides the linear causality test results for the wavelet decomposed series. By decomposing the differenced rates into five-time scales applying the MODWT MRA with the Daubechies Least Asymmetric [LA(8)] wavelet filter, in which the observations of each level is equal to $219 [=N-1]$, through the R package “waveslim” introduced by Whitcher (2005), we detect both unidirectional and bidirectional causalities in variance. Applying the Hafner and Herwartz (2006) test to the decomposed series, we find evidence against the null hypothesis of no causality between the 6- and 12-month rates. For example, we unravel significant two-way causal relations at the first, fourth, and fifth scale between the 6-month rates and unilateral causality running from the deposit rates to the profit-sharing rates at scales d2 and d3, corresponding to [2-16] month periods. On the other hand, some unidirectional causality associations running from the 12-month deposit rates to the 12-month profit-sharing rates uncovered at scales d1, d2, and d4, namely, from 2 months to 8 months and from 16 months to 32 months. Finally, at the highest scales of d5 and d6, in other words, at the lowest frequency intervals, there seems to appear bidirectional causality in variance, suggesting a feedback mechanism between these rates. In addition to unravel the hidden relations across frequencies, wavelets also enable us to detect which scale contributes to the overall relationship. For example, the profit-sharing rates of the 1-month unilaterally Granger-cause the deposit rates of 1-month beyond the third-level time scale, indicating the contribution of the medium- and long-run causalities to the overall unidirectional causal relationship. A similar result is obtained for the reverse order causality at all wavelet scales except the fourth level of decomposition.

Along with the cointegration and causality relationship, we are also interested in investigating whether the direction of the relationship is stable over the period, and if not, when significant changes in unconditional wavelet correlations take place by considering various investment horizons. The wavelet decomposition on the raw rates into five time-scales applying the MODWT function with reflecting boundary and its significance tests are performed with the “waveslim” and the “Brainwaver” R package developed by Achard (2012), respectively. When using reflection boundary condition on the raw series in level, the number of wavelet and scaling coefficients extend to $2N$ series, which has the same sample mean and variance, since it is assumed that the input data beyond its boundaries is to be a symmetric reflection on itself. Consequently, we are left with 433, 419, 391, 335, and 223 non-boundary wavelet coefficients for scales d1, d2, d3, d4, and d5 while it is the same with the final level, i.e., 223 for non-boundary scaling coefficient, s5. It is evident that the number of boundary coefficients increases [7, 21, 49, 105, 217] with decomposition level.

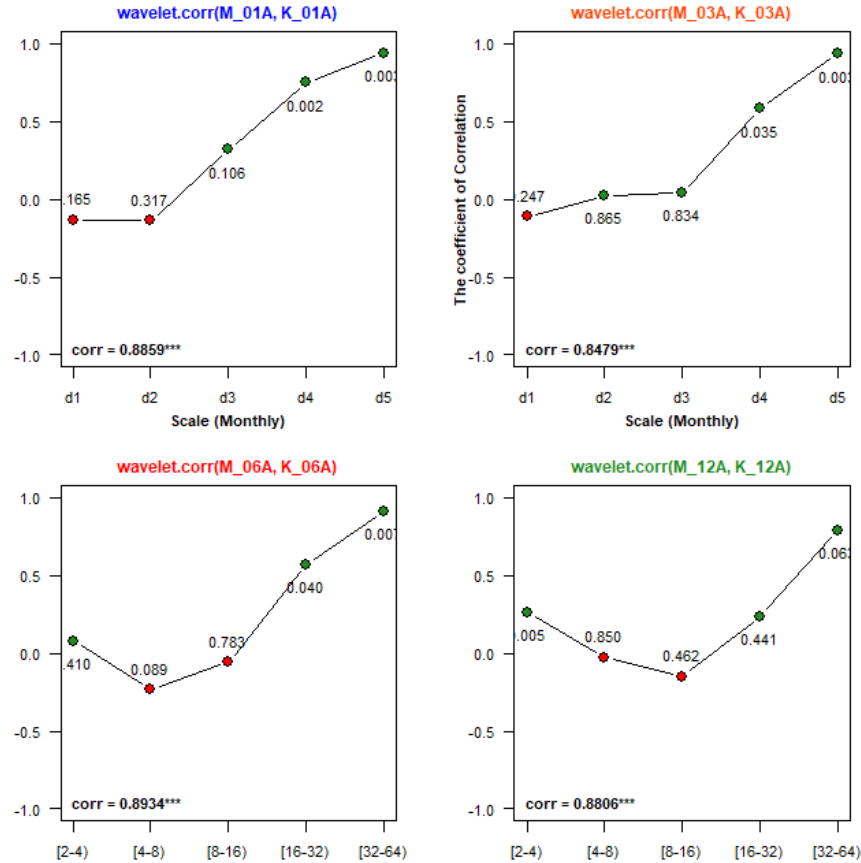


Figure 2: Wavelet-Based Correlations by Decomposition Levels

After decomposing our data, we can proceed to study the wavelet-based unconditional correlation relationship for a robust check of the causality test results, as depicted in Figure 2. First of all, the correlation coefficient is, as expected in theory, strongly and significantly positive between the pairs of variables of raw series, which is provided at the left-bottom of the figure. This is in line with Saraç and Zeren (2015), who claim that a positive correlation could be considered as a convergence of both banking industries and a sign of the violation of the operating principles of Islamic finance in Turkey.

When using this test on the decomposed series, the magnitudes of the wavelet-based correlation commonly close to zero in absolute value at the shortest scales of d1 and d2, and they become significantly positive and stronger ranging from 0.79 to 0.93 at the highest scale, d5, for all cases. For example, we find out that the relationship is significantly positive at scale d1 [0.005] but turns out to be insignificantly negative at scale d2 [0.85] and d3 [0.462], however, it becomes insignificantly positive [0.441] at scale d4 and significantly positive at scale d5, corresponding to [32-64] month periods for the 12-month maturity case. By confirming the validity of the wavelet-based causality relationship in the long-run, the strength and the direction of

wavelet correlations significantly vary as the time scale increases. Our unconditional and wavelet-based results corroborate the findings of Haron and Ahmad (2000) for a negative and the empirical findings of Zainol and Kassim (2010), Tekin et al. (2017), and Samad (2018) for a statistically significant and strong positive connection between deposit and profit-sharing rates. Besides, the result for the positive linkages is partly in line with Ajmi et al. (2014), who state that evidence of co-movement reduces the benefits of portfolio diversification with Sharia-based markets in the short- and long-run.

6. Conclusion

In this paper, we study whether or not profit-sharing rates in Islamic banks follow rates of the conventional banks in Turkey over the sample period March 2001 to June 2019. By employing both the standard econometric approaches and wavelets, we find that the dynamicity and strength of the causal and correlation interconnections strengthen over time, suggesting that the feedback mechanism between the Islamic and conventional banks intensifies as the time-scale increases. The results regarding the fact that the participant banks have significant impacts on conventional banks (i) could be interpreted as a violation of the operating principles of Islamic finance (Saraç and Zeren, 2015) due to operating in the same banking system; (ii) could be attributed to the increasing and intensifying competition in the banking industry (Chong and Liu, 2009); and (iii) could be attributed to the strong commitment and support from the current government to develop an Islamic financial system and make Turkey as a regional hub for Islamic finance.

Our findings have significant implications for risk management strategies and constructing monetary policies. Although conventional and participation banks considerably differ in funding and operating structures, it is observed that they co-move in the long-run and lead each other, which is the unavoidable consequence due to performing in the same banking environment, therefore, expose them to the same risks such as inflation, interest, repricing, and currency risks. In conclusion, identifying whether or not the return rate of Islamic banks are influenced by the changes in deposit rates is crucial in terms of financial stability and economic growth for policy-makers to construct monetary policies and in terms of risk management strategies for managers in these institutions.

7. References

- Achard, S. (2012). R-Package Brainwaver: Basic wavelet analysis of multivariate time series with a visualisation and parametrisation using graph theory. R Package Version, 1.6.
- Adewuyi, A., & Naim, M. (2016). The nexus between rates of return on deposits of Islamic banks and interest rates on deposits of conventional banks in a dual banking system: a cross country study. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(4S).
- Ajmi, A. N., Hammoudeh, S., Nguyen, D. K., & Sarafrazi, S. (2014). How strong are the causal relationships between Islamic stock markets and conventional financial systems? Evidence from linear and nonlinear tests. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 28, 213-227.
- Andrieş, A. M., Ihnatov, I. and Tiwari, A. K. (2014). Analyzing time–frequency relationship between interest rate, stock price and exchange rate through continuous wavelet. *Economic Modelling*, 41, 227-238.

- Ata, H. A., Buğan, M. F., & Çiğdem, Ş. (2016). Kar payı oranları ile mevduat faiz oranları arasındaki nedensellik ilişkisi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(1), 17-28.
- Çetin, H. (2014). Econometric modeling of Turkish participatory banks deposits. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(4), 322.
- Cevik, S., & Charap, J. (2015). The behavior of conventional and Islamic bank deposit returns in Malaysia and Turkey. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(1), 111-124.
- Chong, B. S., & Liu, M. H. (2009). Islamic banking: interest-free or interest-based?. *Pacific-Basin finance journal*, 17(1), 125-144.
- Dusuki, A. W. (2008). Understanding the objectives of Islamic banking: a survey of stakeholders' perspectives. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 1(2), 132.
- Echchabi, A., & Olaniyi, O. N. (2012). Malaysian consumers' preferences for Islamic banking attributes. *International journal of social economics*, 39(11), 859-874.
- Ergec, E.H., & Kaytanci, B.G. (2014). The causality between returns of interest-based banks and Islamic banks: the case of Turkey. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 7(4), 443-456.
- Erturk, M., & Yuksel, S. (2013). Causal link between Islamic and conventional banking: evidence from Turkish banking sector. *Research Department of Borsa Istanbul Working Paper Series*, No, 6, 1-20.
- Ferrer, R., Bolós, V. J., & Benítez, R. (2016). Interest rate changes and stock returns: A European multi-country study with wavelets. *International Review of Economics & Finance*, 44, 1-12.
- Gencay, R., Selçuk, F., & Whitcher, B. J. (2002). *An introduction to wavelets and other filtering methods in finance and economics* (1st ed.). New York: Academic Press.
- Gerrard, P., & Cunningham, J. B. (1997). Islamic banking: a study in Singapore. *International Journal of Bank Marketing*, 15(6), 204-216.
- Gök, R. (2019). Dynamic wavelet-based causal relationship between equity returns and aggregate economic activity in G7 and E7 countries. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 109-136.
- Hafner, C. M., & Herwartz, H. (2006). A Lagrange multiplier test for causality in variance. *Economics letters*, 93(1), 137-141.
- Haron, S., & Ahmad, N. (2000). The effects of conventional interest rates and rate of profit on funds deposited with Islamic banking system in Malaysia. *International Journal of Islamic Financial Services*, 1(4), 1-7.
- Harvey, D. I., Leybourne, S. J., & Taylor, A. R. (2013). Testing for unit roots in the possible presence of multiple trend breaks using minimum Dickey-Fuller statistics. *Journal of Econometrics*, 177(2), 265-284.
- Hatemi-J, A. (2008). Tests for cointegration with two unknown regime shifts with an application to financial market integration. *Empirical Economics*, 35(3), 497-505.
- Hoq, M. Z., Sultana, N., & Amin, M. (2010). The effect of trust, customer satisfaction and image on customers' loyalty in Islamic banking sector. *South Asian Journal of Management*, 17(1), 70.

- Ito, T. (2013). Islamic rates of return and conventional interest rates in the Malaysian deposit market. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 6(4), 290-303.
- Kaleem, A., & Isa, M. M. (2003). Causal relationship between Islamic and conventional banking instruments in Malaysia. *International Journal of Islamic Financial Services*, 4(4), 1-8.
- Khediri, K. B., Charfeddine, L., & Youssef, S. B. (2015). Islamic versus conventional banks in the GCC countries: A comparative study using classification techniques. *Research in International Business and Finance*, 33, 75-98.
- Kim, S., & In, F. (2007). On the relationship between changes in stock prices and bond yields in the G7 countries: Wavelet analysis. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 17(2), 167-179.
- Korkut, C., & Ozgur, Ö. (2017). Is there a link between profit share rate of participation banks and interest rate? the case of Turkey. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 38(2), 135-157.
- Marimuthu, M.J., Chan, W., Gie, L.P., Mun, L.P. & Ping, T.Y. (2010). Islamic banking: selection criteria and implications. *Global Journal of Human Social Science*, 10(4), 52-62.
- Meslier, C., Risfandy, T., & Tarazi, A. (2017). Dual market competition and deposit rate setting in Islamic and conventional banks. *Economic Modelling*, 63, 318-333.
- Metawa, S. A., & Almossawi, M. (1998). Banking behavior of Islamic bank customers: perspectives and implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 299-313.
- Okumus, H. (2005). Interest-free banking in Turkey: a study of customer satisfaction and bank selection criteria. *Journal of Economic Cooperation*, 26(4), 51-86.
- Percival, D. P., & Walden, A. T. (2000). *Wavelet methods for time series analysis* (4th ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- Ramsey, J. B. (2014). Functional representation, approximation, bases and wavelets. M. Gallegati, W. Semmler (Ed.), *Wavelet Applications in Economics and Finance*. New York: Springer International Publishing.
- Saiti, B., Bacha, O. I., & Masih, M. (2016). Testing the conventional and Islamic financial market contagion: evidence from wavelet analysis. *Emerging Markets Finance and Trade*, 52(8), 1832-1849.
- Samad, A. (2018). Is there any causality between Islamic banks' return on depositors and conventional banks' deposit interest: Evidence of causality from Bahrain's financial market. *Business and Economic Horizons*, 14(4), 894-912.
- Saraç, M., & Zeren, F. (2015). The dependency of Islamic bank rates on conventional bank interest rates: further evidence from Turkey. *Applied Economics*, 47(7), 669-679.
- Sukmana, R., & Ibrahim, M. H. (2017). How Islamic are Islamic banks? A non-linear assessment of Islamic rate-conventional rate relations. *Economic Modelling*, 64, 443-448.
- Tekin, H., Atasoy, B., & Ertugrul, H. M. (2017). The relationship between conventional deposit and Islamic profit share rates: An analysis of the

- Turkish banking sector. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 30.
- The Participation Banks Association of Turkey, TKBB. (2019). <http://www.tkbb.org.tr/en>, (accessed 31 November 2019).
- Thomson Reuters. (2019). An Inclusive Ethical Economy, State of Global Islamic Economy, Report 2018/19. Available at <https://www.salaamgateway.com/reports/report-state-of-the-global-islamic-economy-201819>, (accessed 30 November 2019).
- Whitcher, B. J. (2005). Waveslim: Basic wavelet routines for one-, two-and three-dimensional signal processing. R Package Version, 1(3).
- Yap, K. L., & Kader, R. A. (2008). Impact of interest rate changes on performance of Islamic and conventional banks. *Malaysian Journal of Economic Studies*, 45(2), 113.
- Yazdan, G. F., Hossein, M., & Seyed, S. (2012). Analysis of Islamic bank's financing and economic growth: case study Iran and Indonesia. *Journal of Economic Cooperation & Development*, 33(4), 1-24.
- Yuksel, S., Canöz, İ., & Özsarı, M. (2017). Causality relationship between interest rate of deposit banks and profit share rate of Islamic banks in Turkey. *İkonomika*, 2(2), 131-148.
- Yusof, R. M., Bahlous, M., & Tursunov, H. (2015). Are profit sharing rates of mudharabah account linked to interest rates? An investigation on Islamic banks in GCC countries. *Jurnal Ekonomi Malaysia*, 49(2), 77-86.
- Zainol, Z., & Kassim, S. H. (2010). An analysis of Islamic banks' exposure to rate of return risk. *Journal of Economic Cooperation and Development*, 31(1), 59-84.
- Zarrouk, H., Ben Jedidia, K., & Moualhi, M. (2016). Is Islamic bank profitability driven by same forces as conventional banks?. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 9(1), 46-66.

İŞVEREN MARKASI ALGISININ ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: ÖZEL BİR HAVAYOLU ŞİRKETİNDE BİR UYGULAMA^(*)

INVESTIGATING THE EFFECT OF EMPLOYER BRAND PERCEPTION ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN A PRIVATE AIRLINE COMPANY

Nazlı TEMOÇİN⁽¹⁾, İ. Burçak VATANSEVER DURMAZ⁽²⁾, Cafer Şafak EYEL⁽³⁾

Öz: Bu çalışma çerçevesinde, işveren markası algısının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Anket tekniğiyle veri toplanmıştır. İşveren markası algısını ölçmek üzere Terlemez (2012) tarafından geliştirilen, iki boyut ve 12 ifadeden meydana gelen “İşveren Markası Algısı Ölçeği” kullanılmıştır. Örgütsel bağlılığı ölçmek üzere Allen ve Meyer (1990) tarafından geliştirilen, üç boyut ve 18 ifadeden meydana gelen “Örgütsel Bağlılık Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırma, özel bir havayolu şirketinde çalışan 453 kabin memuru üzerinde uygulanmıştır. Yapılan hipotez testleri neticesinde, tüm hipotezler kabul edilmiştir. Buna göre, işveren markası algısının örgütsel bağlılık üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkisi bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka, İşveren Markası, Bağlılık, Örgütsel Bağlılık, Havayolu.

Abstract: Within the scope of this study, the effect of employer brand perception on organizational commitment was investigated. Data was gathered via survey technique. In order to measure employer brand perception, “Employer Brand Perception Scale” with two dimensions and 12 statements developed by Terlemez (2012) was used. To measure organizational commitment, “Organizational Commitment Scale” with three dimensions and 18 statements developed by Allen and Meyer (1990) was used. Research was conducted on 453 flight attendants working at a private airline company. As the result of hypothesis tests, all hypotheses were accepted. In this regard, it was determined that employer brand perception has positive and significant effect on organizational commitment.

Keywords: Brand, Employer Brand, Commitment, Organizational Commitment, Airline.

JEL: L20; C12; M190

1. Giriş

Şirketler tarafından son yıllarda mevcut ve potansiyel çalışanlara verilmekte olan önem artış göstermiştir. Zira sürdürülebilir bir büyümeye sahip olmayı arzulayan ve

^(*) Bu çalışma, Nazlı Temoçin tarafından 2019 yılında Dr. Öğr. Üyesi İ. Burçak VATANSEVER DURMAZ danışmanlığında Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü bünyesinde hazırlanıp sunulmuş olan “Özel Bir Havayolu Şirketinde İşveren Markası Algısının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi” isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

⁽¹⁾ Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, naztmcn@gmail.com; ORCID: 0000-0003-2916-5426

⁽²⁾ Bahçeşehir Üniversitesi, Meslek Yüksek Okulu, Dış Ticaret Programı, burcak.vatansever@gs.bau.edu.tr; ORCID: 0000-0001-8940-0761

⁽³⁾ Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, safakeyel@gmail.com; ORCID: 0000-0002-2391-6316

Geliş/Received: 09-04-2020; Kabul/Accepted: 20-10-2020

toplum nezdinde olumlu bir imaja sahip olmayı isteyen şirketler müşterileri yanında mevcut ve potansiyel çalışanlarıyla olan ilişkilerinde de etkin olmayı amaç edinmişlerdir. Bu doğrultuda şirketler, bir yandan çalışanlarını elde tutmak üzere çaba harcamakta diğer yandan da işgücü piyasasında bulunan en nitelikli çalışan adaylarını cezbederek istihdam etmek üzere birtakım çalışmalarda bulunmaktadır. Şirketler tarafından mevcut çalışanlar ve adayların zihinlerinde şirkete ilişkin pozitif yönlü bir algı yaratılması noktasındaki çalışmalar da işveren markası kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Bir şirkette çalışmakta olan ve/veya çalışmayı arzulayan bireylerin şirkete ilişkin pozitif bir marka imajına sahip olmaları, o örgüte olan bağlılıklarını arttırabilecek olan bir unsur olarak görülmektedir. Nitekim şirketlerin başarılı olmaları, bu başarıyı sürdürebilmeleri ve örgütsel hedeflere ulaşılması hususunda da şirkete karşı bağlılığı bulunan bireylerin örgüt içerisinde çalışıyor olması önemliliğe sahiptir. Zira örgütüne karşı bağlılığı bulunan bireyler işten ayrılma konusunda istekli olmayıp, o örgütte çalışmaya devam etmeyi arzulama eğiliminde olmaktadır. Bu noktada da işveren markası ile örgütsel bağlılık ilişkisi ortaya çıkmaktadır.

Literatürde işveren markası ile örgütsel bağlılık ilişkisine yönelik çeşitli çalışmalar yapılmış durumdadır. Pek çok farklı sektörde bu yönde araştırmalar gerçekleştirilmiş olmakla beraber, havayolu sektöründe ise bu yönde bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu doğrultuda, bu çalışma kapsamında, ülkemizdeki özel bir havayolu şirketinde çalışan kabin memurlarının işveren markası algılarının örgütsel bağlılıkları üzerinde etkisi bulunup bulunmadığının incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma neticesinde ulaşılan bulguların gerek işveren markası gerekse de örgütsel bağlılık literatürüne katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırma kapsamında erişilen sonuçların bu konuda çalışmalarda bulunan araştırmacılar ile havayolu şirketlerinin yöneticilerine yararlı bulunacağı öngörülmektedir. Bu bağlamda araştırma, literatüre katkı sağlaması, havayolu sektöründeki yöneticilere öneriler sunması ve havayolu sektöründe çalışanların işveren markası algıları ile örgütsel bağlılıklarını ölçüyor olmasından ötürü önemliliğe sahiptir.

2. Kavramsal Çerçeve

Bu bölümde çalışmanın kavramsal çerçevesini meydana getirmekte olan işveren markası kavramı, örgütsel bağlılık kavramı ve iki kavram arasında bulunan ilişki hususunda bilgiler verilmektedir.

2.1. İşveren Markası

1990'lı yıllarda ilk defa ortaya çıkmış olan işveren markası kavramı, işveren tarafından sunulmakta olan fonksiyonel, ekonomik ve psikolojik faydalar paketi olarak tanımlanmıştır (Ambler ve Barrow, 1996: 187). Kavram, piyasayla şirketin çalışanlarının zihinlerinde çalışılacak en iyi yer algısının oluşturulması, şirkette çalışan mevcut işgörenlerin elde tutulması, işgören adaylarının şirkete çekilmesi ve tüm bu süreç içerisinde verilmiş olan sözlerin tutulması, objektif ve adil olunmasıyla ilgilidir (Davies, 2008: 670).

Foster ve Cheng (2010: 408) işveren markasını, işveren ile işgören arasındaki psikolojik sözleşme biçiminde betimlemiştir. Mosley ve Schmidt (2017: 8) kavramı, bir şirketi diğerlerinden farklılaştıracak özellikte beğenilir bir çalışma ortamı oluşturma ve işe yönelik hedeflerin gerçekleştirilmesi noktasında örgüt tarafından bilgi ve becerilerine gereksinme duyulmakta olan yeteneklere önyak olma süreci şeklinde ifade etmiştir.

Babcanova vd., (2010: 56) işveren markasının birtakım önemli özellikleri bulunduğundan bahsetmektedir. Buna göre, işveren markasının temeli, insan kaynakları yönetimiyle pazarlama alan yazınına dayalıdır. Ayrıca işveren markalamının hedefi mevcut ve potansiyel işgörenler olup, yeni ve nitelikli potansiyel işgörenlerin etkilenmeleri, mevcut şekilde çalışanlarınsa örgütte sürekliliklerinin sağlanması hedeflenmektedir. Bunun yanında işveren markası çerçevesinde işe alma, işgören seçimi, reklam çalışmaları, içsel ve dışsal iletişimle kıyaslama aktivitelerden faydalanılarak çıktılar elde edilmesi arzu edilmektedir. Bununla birlikte, işveren markasının hedeflenen çıktıları içerisinde, yetenekli bireylerin şirkete kazandırılması, yüksek nitelikte, motivasyon sahibi ve performansı yüksek işgücüne sahip olunması ve rekabet üstünlüğü elde edilmesi bulunmaktadır. Son olarak, işveren markası aktiviteleri içsel ve dışsal yönlüdür.

İşveren markası, bir şirketin sektördeki diğer şirketlere nazaran farklılaşmak suretiyle aralarından sıyrılmasını sağlayan bir kavramdır. Şirketler, işveren markalaşması konusunda pazardaki temel pazarlama yöntemlerinden yararlanmaktadır. Ancak işveren markalaşmasında hedef kitle geleneksel pazarlama faaliyetlerinin aksine tüketiciler değil, mevcut ve potansiyel işgörenler olmaktadır. Kuvvetli bir işveren markasının oluşturulması sürecinde hedef, şirkette başarılı bir şekilde çalışan işgörenlerin elde tutulması ile örgütsel bağlılıklarının artırılmasının yanında, şirket bünyesinde bulunmayan fakat alanlarında uzman konumdaki işgören adaylarında da şirketin çekici kılınmasıdır. Bu bağlamda, güçlü bir işveren markası oluşturulması noktasında şirket tarafınca vaat edilen sembolik ve fonksiyonel faydalar ön plana çıkmaktadır (Baş, 2011: 29-30).

Barrow ve Mosley (2005: 9) işveren markasının çeşitli bileşenlerden meydana geldiğini belirtmekte ve bu bileşenleri vizyon ve liderlik, politikalar ve değerler, adillik ve iş birliği, kurumsal kişilik, dışsal itibar, iletişim, işe alım ve göreve başlama, gelişme, performans yönetimi, çalışma çevresi, ödül sistemi ile istihdam sonrası şeklinde ifade etmektedir.

Alan yazında işveren markasının boyutlarına ilişkin yapılmış olan pek çok çalışma vardır. İşveren markasının boyutlarını Ambler ve Barrow (1996) ekonomik, fonksiyonel ve psikolojik; Berthon vd. (2005) gelişim, başvuru, ekonomik nedenler, sosyal nedenler ve çıkar; Roy (2008) örgüt kültürü ve etik; Hillebrandt ve Ivens (2012) örgüt kültürü ve iletişim, takım ruhu, görevler, uluslararası çevre ve kariyer, yan haklar, saygınlık, iş-aile dengesi, eğitim ve geliştirme, çeşitlilik, müşteri, otonomi ve kurumsal sosyal sorumluluk; Kucherov ve Zavyalova (2012) ekonomik nitelikler, psikolojik nitelikler, fonksiyonel nitelikler ve örgütsel nitelikler; Terlemez (2012) fonksiyonel faydalar ve sembolik faydalar; Zhu vd. (2014) ücret ve yan haklar, iş-aile dengesi, takdir ve ödül, gelişme imkânı ve örgüt imajı şeklinde boyutlar ayırmıştır.

Bu çalışma kapsamında Terlemez (2012) tarafından yapılmış olan boyutlandırmadan faydalanılmış olup, işveren markasının boyutları fonksiyonel faydalar ve sembolik faydalar şeklinde ele alınmıştır. Bu boyutlandırma daha öncesinde Lievens ve Highhouse (2003) ve Lievens vd. (2005) tarafından yapılmıştır. Sembolik faydalar, markanın daha ziyade gözle görülemeyen, sübjektif nitelikleriyle ilintilidir (Schreurs vd., 2009). Sembolik faydalar fertlere, bağlı buldukları örgüt içerisinde kendi kişiliklerini yaşatma veya kendilerini topluma daha iyi yansıtma ihtimali sunmaktadır (Shavitt 1990). Bu sebeple, başarılı ve etkin bir işveren markası meydana getirmeyi arzu eden işletmelerin sembolik faydaları mevcut çalışanları ile işgören adaylarının beklentilerini karşılayabilecek biçimde sunmaları önemlidir. Şirketlerce bu sembolik faydaların sunulmasıyla hedeflenen, etkilemeyi arzu ettikleri fertlerin kişilik özellikleriyle işletmenin örgütsel niteliklerinin özdeşleştirilmesi şeklindedir (Turban and Keon 1993). İnsanlar bir iş seçiminde bulunurken, fiziksel gereksinmelerini karşılamının yanında, bünyesine katılacakları şirketin misyonu ile vizyonu, kendisine sağlayacağı sosyal statü, değerleri ve kaliteye bakışı vb. de oldukça etkili durumdadır (Baş, 2011: 31).

Fonksiyonel faydalar ise, işverenle ilintili olarak açık biçimde görülebilmekte olan ve maddi yönü ile öne çıkan özellikler olup, sembolik faydalara nazaran daha somut olan niteliklerle ilgilidir. İşgören adayları işletmeleri sunmakta oldukları maaş, ödeme şekli, çalışma olanakları vb. somut faydalarla tanımlarken, kendi önceliklerine göre karar vermektedir (Terlemez 2012). Fonksiyonel faydalar temel olarak şirket tarafından işgörenlere sunulan fiziki çalışma koşulları, ücretler, sosyal haklar ve çeşitli yan haklardan meydana gelmektedir. Bu fonksiyonel faydalar, mevcut ve potansiyel işgörenlere vaat edilen somut faydalar bütünü olduğu için, şirketin tercih edilirliliğini artırıcı unsurlardır (Baş, 2011: 30).

2.2. Örgütsel Bağlılık

Günümüzde şirketler küreselleşen iktisadi düzen içerisinde etkili bir rekabet gücüne sahip olabilmek için pek çok problemi yönetmek durumunda kalmaktadır. Bu bağlamda şirketlerin maliyetlerini azaltarak performanslarını artırmaları, iş süreçleriyle ürün ve hizmetlerini geliştirmeleri, kalite ve verimliliklerini yükseltmeleri gerekli olmaktadır. Bu sebeple örgütsel bağlılık konusu da şirketler bakımından büyük bir öneme sahiptir (İnce ve Gül, 2005: 13).

Örgütsel bağlılık, bir örgütte çalışmakta olan bireylerin hem örgüte hem de örgütü oluşturan kişilere sadakat ve saygı duyması anlamına gelmektedir (Balay, 2000: 239). Örgütsel bağlılık, personelin örgüte katılma, sadakat, örgütün değerlerine olan inanç vb. unsurları kapsamakta olan psikolojik bağlılığını belirtmektedir (Güney, 2001: 138).

Becker (1960: 32) örgütsel bağlılığı, personelin bir örgüte katılmaları halinde tutarlı davranışlar sergileyerek bu davranışlarını örgütsel menfaatlerle ilişkilendirmesi şeklinde ifade etmiştir. Gaertner ve Nollen (1989: 975) örgütsel bağlılığı, mali bir kaygı duymadan kişinin örgütte kalma arzusu duyarak kendisini örgütsel hedefler ve değerlerle özdeşleştirilmesi şeklinde belirtmiştir. Allen ve Meyer (1990: 14) örgütsel bağlılığı, personeli örgüte bağlamakta olan psikolojik bir durum şeklinde betimlemiştir.

Örgütsel bağlılığa yönelik en önemli göstergelerden birisi, şirketin değerleri ile amaçlarının işgörenlerce kabullenilme ve benimsenme düzeyi olmaktadır. Bu doğrultuda, örgütsel amaçları ile değerlerin benimsenmediği, personelle örgütün hedeflerinin uyuşmadığı bir ortamda örgütsel bağlılıktan bahsedilemez (Seymen, 2008: 140).

Örgütsel bağlılık düzeyleri yüksek olan işgörenlerin çalışmakta olduğu şirketler daha etkili ve verimli bir performans göstermektedir. Zira bu tip örgütlerde işgörenlerin işten ayrılma, işe geç kalma, devamsızlık vb. olumsuz davranışlarda bulunma eğilimleri düşmektedir. Örgütsel amaçları özümseyerek içselleştiren ve bu amaçların yerine getirilmesine ilişkin çaba harcayan işgörenler, örgütün rekabet gücü elde etmesinde yardımcı olmaktadır. Ayrıca bu tip işgörenler olumlu görüşler bildirdiği için, şirket nitelikli işgörenleri istihdam etme noktasında güçlük çekmemektedir (Cengiz, 2002: 513).

Literatürde örgütsel bağlılığın boyutlarının belirlenmesine ilişkin pek çok çalışma yapılmış durumdadır. Temelde bu çalışmalar davranışsal bağlılık, tutumsal bağlılık ve çoklu bağlılık çalışmaları şeklinde üç kategoride değerlendirilmektedir (İnce ve Gül, 2005: 26). Örgütsel davranışçılar tutumsal bağlılığa yoğunlaşırken, sosyal psikologlarsa daha çok davranışsal bağlılığa yoğunlaşmıştır (Mowday vd., 1982: 24). Davranışsal bağlılık çalışmaları içerisinde Becker (1960) toplumsal beklentiler, bürokratik düzenlemeler, sosyal etkileşimler ve sosyal roller; Salancik (1977) davranışların görünürlüğü, davranışların geri döndürülemezliği, davranış ve kişisel irade boyutlarını örgütsel bağlılık olarak ortaya koymuştur. Tutumsal bağlılık çalışmalarında ise Penley ve Gould (1988) ahlaki bağlılık, çıkarıcı bağlılık ve yabancılaştırıcı bağlılık; O'Reilly ve Chapman (1986) uyum, özdeşleşme ve içselleştirme; Kanter (1968) devam bağlılığı, uyum bağlılığı ve kontrol bağlılığı; Etzioni (1975) yabancılaştırıcı bağlılık, nötr bağlılık ve moral bağlılık; Allen ve Meyer (1990) duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutlarını örgütsel bağlılık boyutları olarak ileri sürmüştür. Çoklu bağlılık yaklaşımını öne sürenler ise, bağlılık düzeyinin bireyden bireye değiştiğini belirtmekte (Balay, 2000: 26; Açıkgoz, 2010: 33) ve örgütsel bağlılığı sadece duygusal, ayrılma maliyeti ya da moral unsurlarla değil, bir bütün şeklinde bunların toplamıyla açıklama çabasında bulunmaktadır (Gül, 2003: 51-52).

Bu çalışma çerçevesinde Allen ve Meyer (1990) tarafından ileri sürülmüş olan ve literatürde pek çok araştırmacı tarafından kabul edilerek bilimsel araştırmalarda kullanılmış olan Örgütsel Bağlılık Ölçeği'nden faydalanılmıştır. Allen ve Meyer (1990: 2-6) örgütsel bağlılığın üç boyutlu bir yapısı bulunduğundan bahsetmekte ve bu boyutları duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık biçiminde tanımlamaktadır. Duygusal bağlılık çerçevesinde işgörenler, çalıştıkları şirketin bir üyesi konumunda bulunmaktan haz almakta olup, örgütlerine karşı duygusal bakımdan bağlanarak, kendilerini örgütleriyle özdeşleştirmektedir. Yüksek duygusal bağlılığa sahip işgörenler, örgüt için çalışmayı sürdürmekte ve örgütte kalmayı arzu etmektedirler. Devam bağlılığı, işgörenlerin yaptıkları yatırımların sayısı, büyüklüğü ve algılanan alternatif iş eksikliğiyle ilintili olup, bu bağlamda işgörenler örgütten ayrılmanın maliyetlerinin farkındadır. Normatif bağlılık, işgörenlerin örgütlerine bir sorumluluk hissetmelerine dayalıdır. İşgörenler örgütsel hedefler ile kendi menfaatlerini karşılayacak biçimde hareket etme maksadıyla, normatif baskıları

tamamen içselleştirerek, örgütte çalışmaya devam etmenin ahlaki açıdan bir gereklilik olduğunu düşünmektedir (Meyer ve Allen, 1991: 66-67).

2.3. İşveren Markası ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi

İşveren markası, işletmelerin bir işveren şeklinde rakiplerinden farklılık arz ettiğini, çeşitli nitelikleri, özellikleri ve karakteristikleri doğrultusunda öne çıkmak suretiyle, insanların çalışmayı arzu ettikleri bir şirket olmasıyla ilintilidir. İşveren markası hem potansiyel personeli etkileyip şirkete katmayı sağlamakta, hem de şirkette mevcut olarak çalışmakta olan personelin örgüte karşı bağlılıklarının oluşması noktasında fayda sağlamaktadır (Güngördü vd., 2014: 3-4). İşveren markası, şirketler bakımından yeni bir kavram olmakla beraber, örgütsel bağlılığın ise daha uzun bir geçmişi vardır. Son yıllarda işveren markasıyla ilintili faaliyetlerin ve uygulamaların önemini keşfetmiş olan şirket yöneticileri, örgütlerinde işveren markasına yönelik aktiviteleri uygulamaya başlamışlardır. Zira işveren markası ile örgütsel bağlılık birbirlerini destekleyici kavramlar niteliğindedir. İşveren markası, personelin örgütün amaçlarını özümsemelerini sağlayarak personelde örgütsel bağlılık durumunun ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Örgütsel bağlılık ise, işveren markasıyla ilgili aktivitelerin başarılı ve etkin olarak gerçekleşmesi noktasında etkili olmaktadır (Nayır ve Fındıklı, 2018: 4).

Günden güne artış gösteren piyasa rekabeti, şirketlerin personelini elde tutmalarını daha zor ve de zorunlu hale getirmiştir. Ancak personelin elde tutulması noktasında en iyi ve tek yol ücretler değildir. Zira konu hakkında yapılan araştırmalara göre işgörenler, işveren markasına önem vererek daha düşük bir ücret karşılığında diğer bir şirketin bünyesinde çalışmayı seçebilmektedir. Bu durumun en önemli nedeni, şirketin ve şirket yöneticilerinin personeli örgüte tamamiyle bağlayamamalarıdır. Bu durumsa, örgütün nitelikli personelini kaybetmesine neden olmaktadır (Özdevecioğlu, 2003: 115). Temel hedef kitlesi mevcut ve potansiyel işgörenler olan işveren markası, modern yönetim tekniklerinden en etkili şekilde faydalanarak, işverenlerin duygularıyla düşüncelerine hitap etmektedir. Bu doğrultuda, işgörenlerle işveren arasındaki güç ortaya çıkmakta ve olumlu bir işletme havası sağlanmaktadır. Bu bağlamda işveren markası, işgörenlerin örgütsel bağlılıklarını artırmak suretiyle, işverenle işgörenler arasında pozitif kazanımlar ortaya çıkarmaktadır (Ören ve Yüksel, 2012: 47-48).

İşveren markasıyla ilintili aktiviteler, şirketin daha hızlıca ve kolayca tanınmasını sağlamaktadır. İşletmenin bilinirliği, örgütsel çekiciliğe ilişkin olarak işgören adaylarının algıları ile ilişkilendirilebilir. Yüksek düzeyde bilinirliğe sahip şirketler, işgören adayları tarafınca daha çekici bulunmaktadır (Lievens vd., 2005: 555). Son yıllarda işgören adaylarının şirketlerin işveren markalarını meydana getirmekte olan fonksiyonel ve sembolik özellikler doğrultusunda örgüte cezboldukları ve tercihlerini bu yönde gerçekleştirdikleri ortaya çıkmıştır (Lievens ve Highhouse, 2003: 80-81). İşveren markalama sürecinde örgütlerin tercih edilmelerindeki önemli nedenlerden biri, şirketin işgörenler bakımından anlam taşıyan niteliklerinin varlığıdır. Bu nitelikler, şirketle ilintili olarak işgörenlerin zihinlerinde bir marka algısı yaratmakta ve zamanla işgörenlerde bu algılar deneyimlere dayanmak suretiyle gelişim göstermektedir. Bu durumsa, örgütsel bağlılığı beraberinde getirmektedir (Baş, 2011: 35).

3. Yöntem

Bu bölümde, çalışmanın yöntemine ilişkin olarak araştırmanın evreni ile örnekleme, modeli ile hipotezleri, veri toplama araçları ile verilerin analizi konuları açıklanmaktadır.

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

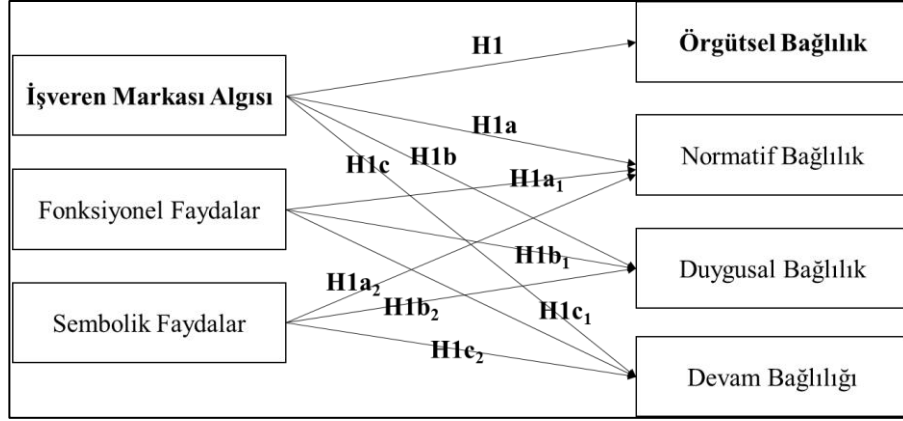
Bu çalışmanın evrenini, ülkemizdeki özel bir havayolu firmasında çalışan kabin memurları meydana getirmekte olup, çalışma evreninde toplamda 1512 kabin memuru yer almaktadır. Buna göre en az 307 kişiye ulaşılabilmektedir. Bu doğrultuda, tesadüfi örnekleme yöntemiyle 10 Ekim 2018 – 10 Kasım 2018 tarihleri arasında 453 kabin memuruna ulaşılarak anket formunun doldurulması sağlanmıştır.

Cinsiyet açısından 291 kişi kadın, 162 kişi erkektir. Medeni durum bakımından 332 kişi bekar, 121 kişi evlidir. Yaş grubu açısından katılımcıların 166'sı 18-25, 208'i 26-34, 72'si 35-44, 7'siyse 45-54 yaş grubundadır. Eğitim düzeyi bakımından 56'sı lise mezunu, 214'ü ön lisans mezunu, 165'i lisans mezunu, 18'i yüksek lisans mezunudur. Aylık gelir düzeyi açısından 276 kişi 2.000 TL ve altında, 75 kişi 2.001 TL – 5.000 TL arasında, 92 kişi 5.001 TL – 7.500 TL arasında, 10 kişi 7.501 TL ve üzerinde aylık gelire sahiptir. Toplam uçuş/iş tecrübesi bakımından 85 kişi 1 yıldan az, 101 kişi 1-3 yıl arasında, 108 kişi 3-5 yıl arasında, 89 kişi 6-10 yıl arasında, 70 kişi 10 yıldan fazla uçuş/iş tecrübesine sahiptir. Mevcut işyerinde çalışma süresi bakımından 109 kişi 1 yıldan az bir süredir, 103 kişi 1-3 yıldır, 122 kişi 3-5 yıldır, 90 kişi 6-10 yıldır, 29 kişi 10 yıldan fazla bir süredir aynı kurumda çalışmaktadır. Toplamda kaç kez iş değiştirilmiş olduğu açısından katılımcıların 147'si henüz hiç iş değiştirmemiş olup, 84'ü 1 kez, 92'si 2 kez, 80'i 3 kez, 50'si 4 ya da daha çok defa iş değiştirmiştir.

3.2. Model ve Hipotezler

Araştırmanın modeli Şekil 1'de yansıtılmıştır. Modele göre, çalışmanın bağımsız değişkenleriyle bağımlı değişkenleri şu şekildedir:

- i. *Bağımsız Değişken*: İşveren Markası Algısı
 - a. Fonksiyonel Faydalar
 - b. Sembolik Faydalar
- ii. *Bağımlı Değişken*: Örgütsel Bağlılık
 - a. Normatif Bağlılık
 - b. Duygusal Bağlılık
 - c. Devam Bağlılığı



Şekil 1. Araştırma Modeli

Şekil 1’de yer almakta olan modele ilişkin olarak, çalışmanın ana ve alt hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

- H1: İşveren markası algısının örgütsel bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
 H1a: İşveren markası algısının normatif bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
 H1a₁: Fonksiyonel faydaların normatif bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
 H1a₂: Sembolik faydaların normatif bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
 H1b: İşveren markası algısının duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
 H1b₁: Fonksiyonel faydaların duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
 H1b₂: Sembolik faydaların duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
 H1c: İşveren markası algısının devam bağlılığı üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
 H1c₁: Fonksiyonel faydaların, devam bağlılığı üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
 H1c₂: Sembolik faydaların, devam bağlılığı üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.

3.3. Veri Toplama Araçları ve Verilerin Analizi

Çalışma çerçevesinde veri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Oluşturulan anket formunda üç bölüm yer almaktadır. Birinci bölüm, katılımcıların demografik bilgilerini saptamak üzere sorulmuş olan 7 sorudan meydana gelen Kişisel Bilgi Formu’dur.

Anket formunun ikinci bölümünde, Terlemez (2012) tarafınca geliştirilen “İşveren Markası Algısı Ölçeği” kullanılmıştır. Orijinal ölçekte 13 madde bulunmaktadır. Uygulamanın gerçekleştirildiği havayolu şirketince 1 madde uygun görülmediğinden, katılımcılar bu bağlamda 12 maddeden meydana gelen ölçek yöneltilmiştir. İşveren

Markası Algısı Ölçeği, 7 maddeden oluşan Fonksiyonel Faydalar Ölçeği ve 5 maddeden oluşan Sembolik Faydalar Ölçeği şeklinde iki alt boyuttan meydana gelmektedir. İşveren Markası Algısı Ölçeği'ndeki bütün maddeler 5'li Likert Sistemi ile ölçülmektedir. Ölçekte yer alan maddelerin ortalaması $X=3,3729$ şeklinde saptanmıştır. Buna göre, katılımcıların işveren markasına ilişkin iyi ve pozitif bir algıya sahip oldukları söylenebilir. Terlemez'in (2012) tarafından yapılan araştırmada fonksiyonel faydalar ile sembolik faydalar için birbirinden ayrı şekilde faktör analizleri yapılmıştır. Ancak bu iki boyut bir bütünü meydana getirdiğinden, bu çalışma kapsamında ölçeğin bütününe yönelik olarak faktör analizi gerçekleştirilmiştir. İşveren Markası Algısı Ölçeği için yapılan faktör analizi neticesinde, KMO değeri 0,935 ve Bartlett Küresellik Testi sonucunda ki-kare değeri 2760,556; serbestlik derecesi 66 ve $p<0,001$ şeklinde tespit edilmiştir. Açıklanan varyans %52,685'tir. Ölçeğin tek faktörlü bir yapıya sahip olduğu görülmüş olup, ölçeğin güvenilirlik düzeyi ise 0,916'dır.

Üçüncü bölümde Allen ve Meyer (1990) tarafınca geliştirilen "Örgütsel Bağlılık Ölçeği"den yararlanılmıştır. Bu ölçeğin toplamda 18 maddesi bulunmaktadır. Ölçekte normatif bağlılık, duygusal bağlılık ve devam bağlılığı olmak üzere üç alt boyut vardır. Her bir alt boyut altışar maddeden meydana gelmektedir. Ölçekte yer alan 3, 4, 6 ve 13. maddeler ters ifadedir ve analiz sürecinde tersten puanlanmaktadır. Örgütsel Bağlılık Ölçeği'ndeki bütün maddeler 5'li Likert Sistemi ile ölçülmektedir. Ölçekte yer alan maddelerin ortalaması $X=3,5623$ 'tür. Buna göre, katılımcıların örgütsel bağlılıklarının yüksek düzeyde olduğu ifade edilebilir. Örgütsel Bağlılık Ölçeği için yapılan faktör analizi neticesinde, KMO değeri 0,917 ve Bartlett Küresellik Testi sonucunda ki-kare değeri 3134,107; serbestlik derecesi 105 ve $p<0,001$ şeklinde saptanmıştır. Açıklanan varyans %61,13'tür. Faktör analizi esnasında faktörü yükü 0,5'in altında kalan 3 ifade¹ analizden çıkarılmıştır. Analiz sonucunda 3 faktörlü yapıya ulaşılmıştır. Normatif Bağlılık faktörünün güvenilirlik seviyesi 0,844; Duygusal Bağlılık faktörünün güvenilirlik seviyesi 0,789; Devam Bağlılığı faktörünün güvenilirlik seviyesi 0,699 olarak bulunmuştur.

Anket formuna verilmiş olan cevapları ölçüp analiz etmek üzere SPSS-22 programından yararlanılmıştır. Analiz sürecinde, ölçeklerin geçerlilikleri için faktör analizi, güvenilirlikleri için güvenilirlik analizi, değişkenlerin ortalama ve standart sapma değerleri ile normallik varsayımını sınamak için betimleyici istatistikler, değişkenler arası ilişkileri saptamak için korelasyon analizi, önceden belirlenmiş olan hipotezleri test etmek üzere doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

4. Bulgular

Araştırma kapsamında hipotez testleri gerçekleştirilmeden önce değişkenlere ilişkin betimleyici istatistikler hesaplanmış ve verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine ilişkin basıklık ve çarpıklık değerlerine bakılmıştır. İlgili değerler Tablo 1'de sunulmuştur. Tabloda görüldüğü üzere, Normatif Bağlılık faktörünün

¹ "DE5: Bu kurumdan ayrılmamın az sayıdaki ciddi sonuçlarından birisi iş bulma alternatiflerimin az olmasıdır."; "DE6: Bu kuruma kendimden bu kadar çok şey adanmış / katmış olmasaydım başka bir yerde çalışmayı düşünebilirdim."; NO2: Kurumumdan ayrılmak avantajlı olsa bile, şu anda ayrılmamın doğru olduğunu düşünmüyorum.

ortalaması $X=3,6679$ ile ortalamanın üzerinde, Duygusal Bağlılık faktörünün ortalaması $X=3,5887$ ile ortalamanın üzerinde, Devam Bağlılığı faktörünün ortalaması $X=3,5929$ ile ortalamanın üzerindedir. Ayrıca değişkenlerin basıklık ve çarpıklık değerlerine bakıldığında, her bir değişkenin basıklık ve çarpıklık değerlerinin (-2) ve (+2) arasında olduğu görülmüştür. Normal dağılımın gerçekleşmesi için, basıklık ve çarpıklık değerlerinin (-2) ile (+2) arasında olması gerektiği kabul edilmektedir (Gravetter ve Wallnau, 2014).

Tablo 1. Değişkenlere İlişkin Betimleyici İstatistikler

Değişken	Sayı	Min.	Maks.	Ort.	SS	Çarpıklık	Çarpıklık SH	Basıklık	Basıklık SH
Normatif Bağlılık	453	1,00	5,00	3,6679	0,77222	-0,738	0,115	1,039	0,229
Duygusal Bağlılık	453	1,00	5,00	3,5887	0,94920	-0,362	0,115	-0,330	0,229
Devam Bağlılığı	453	1,40	5,00	3,5929	0,66061	-0,332	0,115	0,473	0,229
İşveren Markası Algısı	453	1,00	5,00	3,3729	0,74221	-0,476	0,115	0,334	0,229

Tablo 2’de değişkenler arasındaki ilişkileri göstermek üzere yapılmış olan korelasyon analizi bulguları verilmiştir. Korelasyon analizi neticesinde hesaplanan korelasyon katsayısı “r” ile gösterilmektedir. Bu katsayı -1 ile +1 arasında değerler alabilmektedir. Katsayının +1 olması iki değişken arasında pozitif yönlü mükemmel doğrusal bir ilişkinin olduğunu, -1 olması ise negatif yönlü mükemmel doğrusal bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Katsayının 0 olması ise, iki değişken arasında herhangi bir görülebilir ilişkinin bulunmadığı anlamına gelmektedir. “r” değerinin 0,00 ile 0,30 arasında olması değişkenler arasında düşük düzeyli ilişki olduğunu, 0,30 ile 0,70 arasında olması orta düzeyli ilişki olduğunu, 0,70 ile 1,00 arasında olması yüksek düzeyli olduğunu ifade etmektedir (Coşkun vd., 2015: 228). Tablo 2’de görüldüğü üzere, işveren markası algısı ile normatif bağlılık arasında yüksek düzeyli ilişki, diğer tüm değişkenlerin arasında ise orta düzeyli ilişki bulunmaktadır.

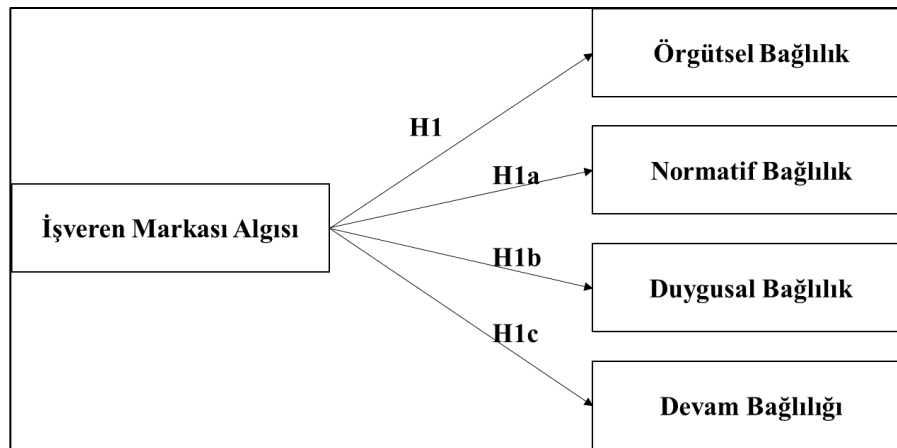
Tablo 2. Değişkenler arası ilişkilere yönelik korelasyon analizi bulguları

Değişken	Korelasyon	Normatif Bağlılık	Duygusal Bağlılık	Devam Bağlılığı	İşveren Markası Algısı
Normatif Bağlılık	r	1			
	Sig. (2-yönlü)				
Duygusal Bağlılık	r	,539**	1		
	Sig. (2-yönlü)	,000			
Devam Bağlılığı	r	,593**	,311**	1	
	Sig. (2-yönlü)	,000	,000		
İşveren Markası Algısı	r	,800**	,525**	,446**	1
	Sig. (2-yönlü)	,000	,000	,000	

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü).

Hipotez testlerini gerçekleştirmeden önce, son olarak araştırmanın modeli revize edilmiş ve faktör ile güvenilirlik analizleri neticesinde elde edilmiş olan bulgular çerçevesinde revize araştırma hipotezleri oluşturulmuştur. Revize araştırma modeli Şekil 2’de yansıtılmış olup, bu doğrultuda oluşturulan revize araştırma hipotezleri ise şu şekildedir:

- H1: İşveren markası algısının örgütsel bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
H1a: İşveren markası algısının normatif bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
H1b: İşveren markası algısının duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.
H1c: İşveren markası algısının devam bağlılığı üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.

**Şekil 2.** Revize Araştırma Modeli

İşveren markası algısının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisine ilişkin hipotezlerin test edilmesi noktasında basit doğrusal regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Burada

ana hipotez; “*H1: İşveren markası algısının örgütsel bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.*” şeklindedir.

İlk olarak işveren markası algısının, normatif bağlılık üzerindeki etkisine yönelik “*H1a: İşveren markası algısının normatif bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.*” hipoteziyle ilgili regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3’te görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere, modelin F-değeri ile sigma değeri anlamlı çıkmıştır (F=804,306; p=0,000). Tablo 3’te görülebileceği üzere, işveren markası algısı normatif bağlılığın %64,1’ini açıklamaktadır. Tabloda yer alan Durbin-Watson istatistiğinin sonucu, hata terimlerinin arasında otokorelasyon olup olmadığını göstermektedir. 2,017 olarak tespit edilmiş olan Durbin-Watson değerinin 1,5 ile 2,5 arasında olması, model kapsamında regresyon analizinin yapılabileceğini belirtmektedir. Ayrıca tabloda yer alan tolerans ve VIF değerleri, bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı sorunu olup olmadığını göstermektedir. Tolerans değerlerinin 0,100’den büyük olması ve VIF değerlerinin 10’dan küçük olması, modeldeki bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı sorunu olmadığını belirtmektedir. Tabloda yansıtıldığı üzere, işveren markası algısının normatif bağlılık üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkisi bulunmaktadır ($\beta=0,833$; p=0,000). Bu doğrultuda, “*H1a: İşveren markası algısının normatif bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.*” hipotezi kabul edilmiştir.

İkinci olarak işveren markası algısının, duygusal bağlılık üzerindeki etkisine yönelik “*H1b: İşveren markası algısının duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.*” hipoteziyle ilgili regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3’te görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere, modelin F-değeri ile sigma değeri anlamlı çıkmıştır (F=171,204; p=0,000). Tablo 3’te görülebileceği üzere, işveren markası algısı duygusal bağlılığın %27,5’ini açıklamaktadır. Tabloda yer alan Durbin-Watson istatistiğinin sonucu, hata terimlerinin arasında otokorelasyon olup olmadığını göstermektedir. 1,951 olarak tespit edilmiş olan Durbin-Watson değerinin 1,5 ile 2,5 arasında olması, model kapsamında regresyon analizinin yapılabileceğini belirtmektedir. Ayrıca tabloda yer alan tolerans ve VIF değerleri, bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı sorunu olup olmadığını göstermektedir. Tolerans değerlerinin 0,100’den büyük olması ve VIF değerlerinin 10’dan küçük olması, modeldeki bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı sorunu olmadığını belirtmektedir. Tabloda yansıtıldığı üzere, işveren markası algısının duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkisi bulunmaktadır ($\beta=0,671$; p=0,000). Bu doğrultuda, “*H1b: İşveren markası algısının duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.*” hipotezi kabul edilmiştir.

Üçüncü olarak işveren markası algısının, devam bağlılığı üzerindeki etkisine yönelik “*H1c: İşveren markası algısının devam bağlılığı üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.*” hipoteziyle ilgili regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3’te görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere, modelin F-değeri ile sigma değeri anlamlı çıkmıştır (F=111,941; p=0,000). Tablo 3’te görülebileceği üzere, işveren markası algısı devam bağlılığının %19,9’ünü açıklamaktadır. Tabloda yer alan Durbin-Watson istatistiğinin sonucu, hata terimlerinin arasında otokorelasyon olup olmadığını göstermektedir. 1,980 olarak tespit edilmiş olan Durbin-Watson değerinin 1,5 ile 2,5 arasında olması, model kapsamında regresyon analizinin yapılabileceğini

belirtmektedir. Ayrıca tabloda yer alan tolerans ve VIF değerleri, bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı sorunu olup olmadığını göstermektedir. Tolerans değerlerinin 0,100'den büyük olması ve VIF değerlerinin 10'dan küçük olması, modeldeki bağımsız değişkenler arasında çoklu bağıntı sorunu olmadığını belirtmektedir. Tabloda yansıtıldığı üzere, işveren markası algısının duygusal bağlılık üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkisi bulunmaktadır ($\beta=0,397$; $p=0,000$). Bu doğrultuda, “*H1c: İşveren markası algısının devam bağlılığı üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.*” hipotezi kabul edilmiştir.

Gerçekleştirilen basit doğrusal regresyon analizleri neticesinde H1a, H1b ve H1c alt hipotezlerinin kabul edilmiş olmasından ötürü, “*H1: İşveren markası algısının örgütsel bağlılık üzerinde pozitif yönlü etkisi vardır.*” ana hipotezi de kabul edilmiştir.

Tablo 3. İşveren Markası Algısının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi Bulguları

Bağımlı Değişken: Normatif Bağlılık	Beta	t-değeri	Sig.	Tolerans	VIF	R2	Durbin-Watson	F-değeri	Model Sig.
İşveren Markası Algısı	0,833	28,360	0,000	1,000	1,000	64,10%	2,017	804,306	0,000
Bağımlı Değişken: Duygusal Bağlılık	Beta	t-değeri	Sig.	Tolerans	VIF	R2	Durbin-Watson	F-değeri	Model Sig.
İşveren Markası Algısı	0,671	13,084	0,000	1,000	1,000	27,50%	1,951	171,204	0,000
Bağımlı Değişken: Devam Bağlılığı	Beta	t-değeri	Sig.	Tolerans	VIF	R2	Durbin-Watson	F-değeri	Model Sig.
İşveren Markası Algısı	0,397	10,580	0,000	1,000	1,000	19,90%	1,980	111,941	0,000

5. Sonuç ve Öneriler

İşveren markası, bir şirkette çalışmakta olan mevcut personelle o şirkette çalışma potansiyeline sahip olan personel adaylarına sağlanmakta olan faydalardan meydana gelmektedir. Bu sebeple, işveren markası kapsamında hedef kitle hem mevcut hem de potansiyel çalışanlardır. Başarılı ve etkin bir işveren markası oluşturmayı arzulayan şirketlerin, örgüt içerisinde çalışmakta olan başarılı personeli elde tutmaları, bunun yanı sıra işgücü pazarında yer alan nitelikli personel adaylarını etkileyerek cezbedebilecek aktivitelerde bulunmaları gereklidir. İşveren markası bağlamında birtakım faydalardan söz edilmektedir. Bu faydaların bir bölümü somut nitelikli fonksiyonel ya da ekonomik faydalardan; diğer bölümü ise soyut nitelikli sembolik, duygusal, psikolojik faydalardan meydana gelmektedir.

Örgütsel bağlılık, bir işletmede çalışmakta olanların kendilerini o işletmenin örgütü ile bağdaştırmalarıdır. Bu doğrultuda, örgüte karşı üç şekilde bağlılık geliştirilebilmektedir. İçinde çalıştığı örgütün bir üyesi olmaktan haz alarak o örgütle özdeşleşen çalışanlarda duygusal bağlılık ortaya çıkmaktadır. Çalışılan örgüte yönelik ahlaki bir sorumluluğun hissedildiği bağlılık türü, normatif bağlılık şeklindedir. Örgütten ayrılma halinde karşılaşılabilecek maliyetlerse, devam bağlılığının ortaya çıkmasını sağlamaktadır.

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen faktör analizleri neticesinde İşveren Markası Algısı Ölçeği'nin tek faktörlü bir yapıdan meydana geldiği saptanmıştır. Örgütsel Bağlılık Ölçeği'nin ise literatürle uyumlu şekilde (Allen ve Meyer, 1990) normatif bağlılık, duygusal bağlılık ve devam bağlılığı biçiminde üç boyuttan meydana geldiği tespit edilmiştir.

Araştırma çerçevesinde, önceden belirlenen hipotezleri test etmek üzere yapılan basit doğrusal regresyon analizleri sonucu, işveren markası algısının normatif bağlılık, duygusal bağlılık ve devam bağlılığı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkilerinin olduğu, dolayısıyla işveren markası algısının örgütsel bağlılığı pozitif yönlü ve anlamlı şekilde etkilemekte olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Elde edilen bu bulgular, literatürde yer alan bilgiler ve bulgularla paraleldir (Lievens and Highhouse 2003; Ünal 2010; Baş 2011; Ören ve Yüksel 2012; Kara 2013; Güngördü, Ekmekçioğlu and Şimşek 2014; Kaya 2015; Aras 2016; Bayrak 2016; Kesoğlu 2017; Nayır ve Fındıklı 2018). Bununla birlikte, işveren markası algısının örgütsel bağlılık faktörlerinden normatif bağlılığın üzerindeki etkisinin daha yüksek olduğu, ardından sırasıyla duygusal bağlılık ve devam bağlılığının geldiği tespit edilmiştir. Normatif ve duygusal bağlılık daha ziyade sembolik, duygusal, psikolojik, manevi unsurlarla ilintiliyken; devam bağlılığı ise daha ziyade ekonomik, fonksiyonel, maddi unsurlarla ilgilidir. Bu durumda, işveren markası algısının normatif ve duygusal bağlılık üzerinde daha yüksek etkiye sahip olması, kabin memurlarının örgütsel bağlılıkları bağlamında sembolik, duygusal, psikolojik ve manevi unsurlara daha yüksek değer veriyor oldukları şeklinde yorumlanabilir.

Sonuç olarak, bu çalışmada hem uygulamaya hem de literatüre katkıda bulunacak çeşitli önemli bulgulara ulaşılmış olduğu söylenebilir. Zira havayolu firmasında çalışanların işveren markasına ilişkin pozitif yönlü bir algılarının olduğu, yüksek seviyede örgütsel bağlılıklarının bulunduğu ve sahip oldukları pozitif işveren markası algısının örgütsel bağlılıklarını da pozitif yönlü olarak etkilediği bulguları elde edilmiştir. Buna göre, bu bulguların literatür bulguları ile benzerlik gösterdiği ve araştırma bulgularının havayolu sektöründe gerek araştırmacılar gerekse de havayolu şirketlerinin yöneticileri için yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmanın birtakım sınırlılıkları vardır. Öncelikle çalışmanın kapsamı işveren markası ve örgütsel bağlılık konularıyla sınırlı durumdadır. Ayrıca araştırma, anket formunda bulunan ölçekler, sorular ve maddelerle sınırlıdır. Çalışmanın zaman sınırlılığı da vardır. Zira uygulama belli bir zaman dilimi içerisinde gerçekleştirilmiştir. Bu sebeple araştırmada elde edilen bulgular, tüm havayolu sektörü için genellenememektedir. Bu sebeple, gelecekte konuya ilişkin çeşitli araştırmalar yapılarak havayolu pazarında faaliyette bulunan şirketlerin kabin

memurları, pilotları ve diğer idari personellerinin işveren markası algıları ve örgütsel bağlılıkları ölçülebilir, şirketler ve sektörler arasında karşılaştırmalar yapılabilir ve böylece bulguların genellenmesi yoluna gidilebilir. Bunun yanında, değişik kentler ya da bölgelerde faaliyet gösteren çeşitli sektörlerden şirketlerin çalışanları üzerinde kültürün işveren markası algısı üzerindeki rolünü saptamaya ve karşılaştırmalarda bulunmaya ilişkin araştırmalar da yapılabilir.

Araştırmacılar yanında havayolu sektörüne ilişkin öneriler de yapılabilir. Özel havayolu firmalarının işveren markası algısını yüksek seviyede tutma maksadıyla çalışanlarına sundukları fonksiyonel ve sembolik faydalara odaklanmaları ve bu faydaları sürekli duruma getirmeleri sürdürülebilir başarıları ve gelişmeleri açısından önemlidir. Nitekim araştırmanın bulguları doğrultusunda, örgütsel bağlılığı oluşturan tüm boyutların üzerinde kabin memurlarının işveren markasına ilişkin algılarının önemli bir etkisinin bulunduğu neticesi elde edilmiştir. Dolayısıyla havayolu firmalarının bu konuya eğilmeleri; işten ayrılma oranlarının, işe devamsızlıkların ve işe geç kalmaların azalmasını sağlayabilecek, ayrıca çalışanların performansları ve iş verimlilikleri üzerinde pozitif bir etki de sağlayabilecektir.

5. Referanslar

- Açıkgöz, F. (2010). *Kamu ve özel diyaliz merkezlerinde çalışan hemşirelerin örgütsel bağlılıklarına ilişkin bir araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Allen, N. J. ve Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Ambler, T. and Barrow, S. (1996). The employer brand. *The Journal of Brand Management*, 4(3), 185-206.
- Aras, M. (2016). *İşveren markasının örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyetine etkisi: Katılım bankacılığı örneği*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Babcanova, D., Babcan, M. and Odlerova, E. (2010). *Employer branding - source of competitiveness of the industrial plants*, Research Papers, Faculty of Materials Science and Technology in Trnava, Slovak University of Technology, No 29, 55-61.
- Balay, R. (2000). *Yönetici ve öğretmenlerde örgütsel bağlılık*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Barrow, S. and Mosley, R. (2005). *The employer brand, bringing the best of brand management to people at work*. London: John Wiley and Sons Ltd.
- Baş, T. (2011). *İşveren markası*. İstanbul: Optimist Yayın Dağıtım.
- Bayrak, M. E. (2016). *İşveren markasına yönelik uygulamaların örgütsel bağlılık üzerine etkisi ve medikal sektöründe bir uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *The American Journal of Sociology*, 66(1), 32-40.
- Berthon, P., Ewing, M. and Hah, L. L. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. *International Journal of Advertising*, 24(2), 151-172.
- Cengiz, A. A. (2002). Örgüt yaşamında işe bağlılığın belirleyicileri ve Eskişehir bölgesinde doktor ve hemşire meslek grupları arasında karşılaştırmalı bir

- çalışma. 10. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı* içinde (805-817 ss.). Antalya: Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.
- Davies, G. (2008). Employer branding and its influence on managers. *European Journal of Marketing*, 42(5/6), 667-681.
- Etzioni, A. (1975). *A comprehensive analysis of complex organizations*. New York: Free Press.
- Foster, P. and Cheng, R. (2010). Exploring the relationship between corporate, internal and employer branding. *Journal of Product & Brand Management*, 19(6), 401-409.
- Gaertner, K.N. and Nollen, S.D. (1989). Career experiences, perceptions of employment practices, and psychological commitment to the organization. *Human Relations*, 42(11), 975-991.
- Gravetter, F. and Wallnau, L. (2014). *Essentials of statistics for the behavioral sciences*, 8th Ed. U.S.A.: Wadsworth.
- Gül, H. (2003). Örgütsel bağlılık yaklaşımlarının mukayesesi ve değerlendirmesi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2(1), 37-56.
- Güney, S. (2001). *Yönetim ve organizasyon*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güngördü, A., Ekmekçioğlu, E. B. and Şimşek, T. (2014). An empirical study on employer branding in the context of internal marketing. *Journal of Management Marketing and Logistics*, 1(1), 1-15.
- Highhouse, S., Lievens, F. and Sinar, E. (2003). Measuring organizational attraction. *Educational and Psychological Measurement*, 63, 986-1001.
- Hillebrant, I. and Ivens, B. S. (2012). How to measure employer brands? The development of a comprehensive measurement scale. *Marketing Theory and Applications*, 23, 52-61.
- İnce, M. ve Gül, H. (2005). *Yönetimde yeni bir paradigma: Örgütsel bağlılık*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Kanter, R. M. (1968). Commitment and social organization: A study of commitment mechanism in utopian communities. *American Sociological Review*, 33(4), 499-517.
- Kara, M. N. (2013). *İşveren markası ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Bilişim sektöründe bir uygulama*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Kaya, M. (2015). *İşveren markası ve işveren markasının örgütsel bağlılık ile ilişkisi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kesoğlu, N. (2017). *İşveren markası ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki ve perakende sektöründe bir araştırma*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kucherov, D. and Zavyalova, E. (2012). HRD practices and talent management in the companies with the employer brand. *European Journal of Training and Development*, 36(1), 86-104.
- Lievens, F. and Highhouse, S. (2003). The relation of instrumental and symbolic attributes to a company's attractiveness as an employer. *Personnel Psychology*, 56(1), 75-102.
- Lievens, F., Hoyer, G. V. and Schreurs, B. (2005). Examining the relationship between employer knowledge dimensions and organizational attractiveness: An

- application in a military context. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(4), 553-572.
- Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1991). A three component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Mosley, R. and Schmidt, L. (2017). *Employer branding for dummies*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Mowday, R. T., Porter, L. W. and Steers, R. M. (1982). *Employee-organization linkage: The psychology of commitment absenteeism, and turnover*. London: Academic Press Inc.
- Nayır, B. ve Fındıklı, M. M. A. (2018). İşveren marka yönetiminin örgütsel bağlılığa etkisi: İstanbul'da hizmet sektöründe bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (17. UİK Özel Sayısı), 1-18.
- O'Reilly, C. and Chapman, J. (1986). Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification and internalization on prosocial behaviour. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 492-499.
- Ören, K. ve Yüksel, H. (2012). Marka işveren veya işveren markası kavramı: Bu kavramın insan kaynakları yönetimi bağlamında ve işçi devir hızı kapsamında değerlendirmesi. *Kamu-İş*, 12(3), 31-52.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 113-130.
- Penley, L. and Gould, S. (1988). Etzioni's model of organizational involvement: A perspective for understanding commitment to organization. *Journal of Organizational Behavior*, 9(1), 43-59.
- Roy, S. K. (2008). Identifying the dimensions of attractiveness of an employer brand in the Indian context. *South Asian Journal of Management*, 15(4), 110-130.
- Salancik, G. R. (1977). Commitment is too easy. *Organizational Dynamics*, 6(1), 64-68.
- Schreurs, B., Druart, C., Proost, K. and Witte, K. D. (2009). Symbolic attributes and organizational attractiveness: The moderating effects of applicant personality. *International Journal of Selection of Assessment*, 17(1), 35-46.
- Seymen, A. O. (2008). *Örgütsel bağlılığı etkileyen örgüt kültürü tipleri üzerine bir araştırma*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Shavitt, S. (1990). The role of attitude objects in attitude functions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 26(2), 124-148.
- Terlemez, A. G. (2012). *İşveren markasının, işe adanmışlık ve işten ayrılma niyeti ile ilişkisinde örgütsel çekiciliğin rolü: Türk Hava Yolları örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Genelkurmay Başkanlığı Harp Akademileri Komutanlığı, İstanbul.
- Turban, D. B. and Keon, T. L. (1993). Organizational attractiveness: An interactionist perspective. *Journal of Applied Psychology*, 78(2), 184-193.
- Ünal, A. N. (2010). *İşveren markası kavramı bağlamında fonksiyonel ve duygusal tercih özelliklerinin örgütsel bağlılık ilişkisi: Hava Harp Okulu örneği*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Genelkurmay Başkanlığı Harp Akademileri Komutanlığı, İstanbul.
- Zhu, F., Wang, Z., Yu, Q., Hu, T., Wen, Y. and Liu, Y. (2014). Reconsidering the dimensionality and measurement of employer brand in the Chinese context. *Social Behavior and Personality*, 42(6), 933-948.

TİCARİ DIŞA AÇIKLIK VE ENERJİ TÜKETİMİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇİN BİR ZAMAN SERİSİ ANALİZİ^(*)

THE LINK BETWEEN TRADE OPENNESS AND ENERGY CONSUMPTION: A TIME SERIES ANALYSIS FOR TURKISH ECONOMY

Murat ÇETİN⁽¹⁾, Uğur ÇINAR⁽²⁾

Öz: Bu çalışmanın temel amacı, Türkiye ekonomisinde ticari dışa açıklık ve enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi ampirik olarak analiz etmektir. Çalışma 1975-2015 dönemine ilişkin zaman serisi verilerini kullanarak ekonomik büyüme, finansal gelişme, sermaye ve endüstrileşmeyi enerji tüketimi fonksiyonlarına dâhil etmektedir. Seriler arasındaki eş bütünleşmeyi araştırabilmek için ARDL sınır testi tercih edilmektedir. Seriler arasındaki nedensellik ilişkilerinin belirlenmesinde Toda-Yamamoto nedensellik testi uygulanmaktadır. Değişkenler arasında bir uzun dönem ilişkisi söz konusudur. Ampirik sonuçlar, her üç modelde ticari dışa açıklık ile enerji tüketimi arasında uzun dönemli pozitif bir ilişkisinin varlığını tespit etmektedir. Ampirik sonuçlar, aynı zamanda ticari dışa açıklığın enerji tüketimine neden olduğunu göstermektedir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar, enerji politikaları ile ilgili önemli öneriler sunabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Ticari Dışa Açıklık, Enerji Tüketimi, Yapısal Kırılma, ARDL Sınır Testi, Nedensellik

Abstract: *The main aim of this study is to empirically analyze the link between trade openness and energy consumption in Turkish economy. The study integrates economic growth, financial development, capital and industrialization into the energy consumption functions by using the time series data from 1975 to 2015. The ARDL bounds test is preferred to investigate the cointegration between the series. The Toda-Yamamoto causality test is applied to determine the causal linkages between the series. There exists a long-run relationship between the variables. The empirical results determine the presence of a long-run positive relationship between trade openness and energy consumption in all three models. The empirical results also determine that trade openness causes energy consumption. The empirical findings will present important suggestions related to energy policies.*

Keywords: Trade Openness, Energy Consumption, Structural Break, ARDL Bounds Test, Causality

Jel: C32, F14, F41, Q43

^(*) Bu çalışma Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı'nda Prof. Dr. Murat Çetin danışmanlığında Uğur Çınar tarafından "Türkiye Ekonomisinde Enerji Tüketiminin Temel Belirleyicileri: Bir Zaman Serisi Analizi" ismiyle tamamlanarak 03.01.2020 tarihinde savunulan yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

⁽¹⁾ Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, İktisadî ve İdarî Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, mcetin@mku.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7886-4162

⁽²⁾ Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, ugurcinar1989@windowslive.com, ORCID: 0000-0001-6978-6919

Geliş/Received: 01-06-2020; Kabul/Accepted: 08-12-2020

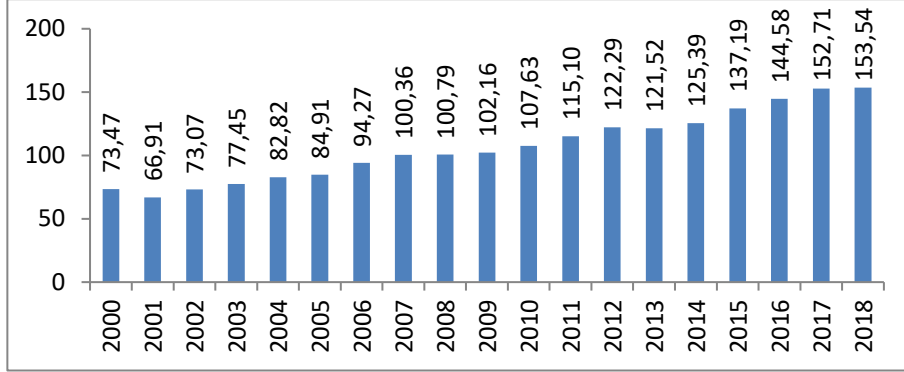
1. Giriş

Ticaret liberalizasyonu gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde mal ve hizmetlerin ticari akışını etkilemektedir. Bu alanda önemli teorilerden olan Heckscher-Ohlin teorisi, serbest ticaret koşullarında gelişmekte olan ülkelerin işgücü ve doğal kaynaklar gibi nispeten bol olan üretim faktörleriyle üretilen malların üretiminde uzmanlaşmaları gerektiğine vurgu yapar. Gelişmiş ülkelerin ise beşeri sermaye ve sermaye-yoğun aktiviteler ile üretilen malların üretiminde uzmanlaşmalarına değinir. Ticari dışa açıklık bir ülkede üretilen ürünlerin tüketim ya da ileri düzeyde bir işlem görmesi için diğer ülkelere olan hareketliliğini sağlar. Hiç kuşkusuz, bu ürünlerin üretimi enerji olmadan mümkün olamaz (Shahbaz vd., 2014).

Literatüre göre ticaret ile enerji tüketimi arasındaki ilişki çeşitli kanallardan gerçekleşebilir. İlk olarak; ticaret enerjide etkin olan gelişmiş teknolojilerin gelişmiş ekonomilerden gelişmekte olan ekonomilere olan yönelimini kolaylaştırır. Bu durum ekonomik faaliyetleri ve enerji tüketimini etkileyebilir. İkinci olarak; ticaret üretim düzeyini artırarak ekonomik faaliyetleri ve sonuçta enerji tüketimini etkileyebilir. Bu etki ihracatın iyileşmesi örneğinde pozitif olabileceği gibi, dayanıklı malların ithalatı örneğinde ise negatif de olabilecektir. Üçüncü olarak; enerji ekonominin farklı sektörlerinde enerji yoğunluğunu etkileyerek enerji tüketimini etkileyebilir. Dördüncüsü; üretimin önemli bir girdisi olarak düşünüldüğünde enerji, üretim düzeyini artırarak ticareti etkileyebilir. Son olarak; yakıt taşımacılığı olarak düşünüldüğünde enerji hammadde ve üretilmiş malların ihracatı ve ithalatı için kullanılabilir (Amri, 2019).

Dünyadaki enerji tüketimi teknolojik gelişmelere, ticaret ve nüfus büyümesine paralel olarak artış eğilimindedir. Enerji projeksiyonları, 2040 yılına kadar dünya enerji talebinin üçte bir oranında artacağını ortaya koymaktadır. Büyüme projeksiyonlarına göre gelişmekte olan ülkelerdeki refah ve nüfus artışı dünya ekonomisinin büyümesinde önemli rol oynayacaktır. Bu durum global enerji talebindeki artışın temel sürükleyicisi olarak görülmektedir (BP, 2019a). BP (2019) enerji raporuna göre en çok enerji tüketimine sahip ülkeler arasında ilk sırada bulunan Çin, 2018 verilerine göre dünya enerji tüketiminin %34'üne sahiptir. Birincil enerji tüketiminde %20 ile ABD ikinci sırada yer almakta, Hindistan, Rusya ve Japonya onu takip etmektedir (BP, 2019b).

Şekil 1'e göre birincil enerji tüketimi Türkiye ekonomisinde sürekli bir artış trendi yakalamıştır. Ülkede en çok tüketilen enerji kaynağı petroldür. 1990'lı yıllarda ikinci olarak en çok kömür enerjisi tüketilse de yaklaşık son 10 yıldır tüketimi gerilemektedir. Bunun yerine doğal gaz tüketimi 2010 yılından itibaren petrolden sonra en çok tüketilen enerji kaynağı hâline gelmiştir. Son 20 yılda enerji tüketiminde meydana gelen bu hızlı artış, enerjiye yönelik politikaların geliştirilmesini ve öncelik kazanmasını gerektirmektedir.



Şekil 1: Türkiye’de Birincil Enerji Tüketimi (Mtoe) (BP, 2019)

Bu değerlendirmeler ışığında çalışmanın temel amacı, Türkiye ekonomisi örneğinde enerji tüketimin temel belirleyicilerini özellikle de enerji tüketiminin bir belirleyicisi olarak ticari dışa açıklığın etkisini zaman serisi analizlerini kullanarak 1975-2015 döneminde araştırmaktır. Çalışmanın pek çok noktadan ticari dışa açıklık-enerji tüketimi ilişkisi literatürüne katkı sunacağı düşünülmektedir. İlk olarak; bu konuda Türkiye ekonomisi ile ilgili çalışmaların yetersiz olması dikkati çekmektedir. İkinci olarak; Alkhatlan ve Javid (2013)’in belirttiği gibi klasik birim kök testlerinin sağlıklı ve sapmalı sonuçlar verebilmesi nedeniyle serilerdeki birim kökün varlığını belirleyebilmek için yapısal kırılmalı birim kök testlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Çalışmada Lee-Strazicich (2004) tek yapısal kırılmalı birim kök testi bu amaçla kullanılmıştır. Seriler arasındaki eş bütünleşmenin varlığı, Pesaran vd. (2001) Autoregressive Distributed Lag (ARDL) sınır testi ile belirlenmektedir. Seriler arasındaki nedenselliğin yönü ise Toda-Yamamoto (1995) nedensellik analizi ile tespit edilmektedir. Üçüncü olarak; çalışmada benzer ampirik çalışmalardan farklı olarak 3 değişik regresyon denklemi kullanılarak söz konusu ilişki analiz edilmektedir. Son olarak; üç regresyon modelinde de enerji tüketimi ile ticari dışa açıklık arasında uzun dönemli pozitif bir ilişki belirlenmiştir. Ayrıca; üç regresyon modelinde ticari dışa açıklığın enerji tüketimine neden olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, enerji tüketimi konusunda ekonomik ve siyasi karar alıcılara yol gösterici olabilecektir.

2. Literatür

Ticari dışa açıklık-enerji tüketimi ilişkisini analiz eden zaman serisi çalışmaları dikkati çekmektedir. Ancak sonuçların karmaşık olduğu ve birbirini tutmadığı görülmektedir. İlk çalışmalardan olan Lean vd. (2010) ekonomik büyüme, elektrik tüketimi, ihracat, işgücü ve sermaye değişkenleri arasındaki ilişkiyi 1971-2006 dönemini baz alarak Malezya için analiz etmiştir. Vector Error Correction Model (VECM) Granger nedensellik analizi ticari dışa açıklığın enerji tüketimine neden olduğunu belirtirken Toda-Yamamoto nedensellik testi ise iki değişken arasında nedensellik ilişkisine rastlamamıştır. Halıcıoğlu (2011) 1968-2008 dönemi için Türkiye ekonomisine yoğunlaşarak ihracat, işgücü, enerji tüketimi ve sermaye değişkenlerinden oluşan büyüme modelini analiz etmiştir. VECM Granger nedensellik yaklaşımı sonuçları enerji tüketiminin ticari dışa açıklığa neden olduğunu belirlemiştir.

Shahbaz vd. (2013a) Endonezya’da ekonomik büyüme, enerji tüketimi, finansal gelişme, ticari dışa açıklık ve karbondioksit emisyonları arasındaki ilişkiyi 1975-2011 döneminde çeyreklik veriler ile incelemiştir. Yapısal kırılmalı ARDL sınır testi ve VECM Granger nedensellik testinin uygulandığı çalışmada ticari dışa açıklık ile enerji tüketiminin birbirinin karşılıklı nedeni olduğu ortaya çıkmaktadır. Benzer bir metodoloji kullanan Shahbaz vd. (2013b) 1971-2011 döneminde Çin için enerji tüketimi, dış ticaret, ekonomik büyüme, finansal gelişme ve sermaye değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Ampirik bulgular uzun dönemde ticari dışa açıklık ile enerji tüketimi arasındaki nedenselliğin karşılıklı olduğunu göstermektedir. Shahbaz vd. (2015) Malezya’da enerji tüketimi ile ticari açıklık, kentleşme ve sermaye arasındaki ilişkiyi 1970-2011 döneminde üçer aylık veriler ile ARDL sınır testi ve VECM Granger nedensellik testini uygulayarak araştırmıştır. Ticari dışa açıklığın enerji tüketimini pozitif olarak etkilediği ve iki değişken arasında çift yönlü bir nedenselliğe dair kanıtlar bulunmuştur.

Kumar vd. (2015) Güney Afrika’da ekonomik büyümenin açıklanmasında enerji tüketimi, ticari dışa açıklık ve finansal gelişimin rolünü 1971-2011 döneminde Shahbaz vd. (2015) tarafından kullanılan yaklaşımları uygulayarak araştırmıştır. Çalışma enerji tüketiminin ekonomik büyümenin nedeni olduğunu kanıtlamaktadır. Kumar vd. (2015)’ne benzer bir metodoloji kullanan Farhani vd. (2014) 1980-2010 döneminde Tunus ekonomisini dikkate alarak ekonomik büyüme, sermaye, ticari dışa açıklık ve enerji tüketimi (gaz tüketimi) arasındaki ilişki üzerinde durmuştur. Sonuçlar, ticari dışa açıklığın enerji tüketimine neden olduğunu tespit etmiştir. Kyophilavang vd. (2015) 1971-2012 döneminde Tayland’da ticari dışa açıklığın enerji tüketimi üzerindeki etkisini incelemiştir. Bayer-Hanck çoklu eş bütünleşme testi değişkenler arasında bir eş bütünleşmeye rastlarken VECM Granger nedensellik testi de iki değişken arasında çift yönlü bir nedenselliği ortaya koymaktadır.

Keho (2016) 12 Sahra-altı Afrika ülkesini 1970-2011 döneminde enerji tüketimi ile gelir, ithalat, doğrudan yabancı yatırım, endüstrileşme, finansal gelişme ve kentleşme arasındaki ilişki bağlamında araştırmıştır. Bulgular Gana, Nijerya ve Kenya’da ticari açıklığın enerji tüketimini artırırken Kamerun, Kongo Cumhuriyeti, Fildişi ve Togo’da ise azaltmakta olduğunu tespit etmiştir. Rafindadi ve Öztürk (2016) finansal gelişme, ekonomik büyüme ve ticari dışa açıklığın enerji tüketimi üzerindeki etkisini Japonya için 1970-2012 döneminde irdelemiştir. Johansen ve ARDL sınır testi sonuçları değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisini belirlerken uzun dönemde ticari dışa açıklığın enerji tüketimini etkilediğini ortaya koymuştur ve VECM Granger nedensellik sonuçları da ticari dışa açıklığın enerji tüketiminin nedeni olduğunu tespit etmiştir. Azam vd. (2016) 1975-2013 periyodunda Yunanistan ekonomisi için enerji tüketimi ile kentleşme, nüfus, altyapı, gelir, ticari dışa açıklık ve doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. VECM Granger nedensellik testi uygulaması neticesinde enerji tüketiminin ticari dışa açıklığa neden olduğuna dair kanıtlar elde edilmiştir.

Kwakwa (2017) Mısır’da 1971-2012 dönemi için enerji tüketimi ile ticari dışa açıklık, sanayileşme, eğitim ve kentleşme gibi değişkenlerin birbiri ile olan ilişkisini incelemiştir. Engle-Granger ve Phillip Ouliaris eş bütünleşme testlerinin kullanıldığı çalışmada değişkenler arasındaki uzun dönem tahminleri FMOLS ve CCR tahmincileri ile yapılmıştır. FMOLS tahmin sonuçları ticari dışa açıklığın enerji

tüketimini artırdığını, CCR tahmin sonuçları ise iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığını ortaya koymuştur. Khaouli (2017) 1995-2015 döneminde Güney Akdeniz Ülkeleri için enerji tüketimi, ticari dışa açıklık, finansal gelişme ve kentleşme gibi değişkenleri büyüme modeline entegre edip bu değişkenler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmada ARDL testi sonuçlarına göre uzun dönemde ticari dışa açıklık enerji tüketimini pozitif olarak etkilerken ilgili değişkenler arasında herhangi bir nedenselliğe rastlanmamıştır. Farhani ve Solarin (2017) ABD ekonomisinde enerji tüketimi ile ticari dışa açıklık, finansal gelişme, doğrudan yabancı yatırımlar, büyüme ve sermaye arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. ARDL sınır testi ve VECM Granger nedensellik yaklaşımları kullanılarak ticari dışa açıklık ve enerji tüketimi arasında uzun dönemli pozitif bir ilişkinin yanı sıra iki değişken arasında çift yönlü bir nedensellik ortaya konmuştur.

Iheanacho (2018) Nijerya için 1971-2013 döneminde kentleşme, nüfus, ekonomik büyüme, finansal gelişme ve ticari dışa açıklığın enerji tüketimi üzerindeki etkisini araştırmaktadır. ARDL sınır testi ve VECM Granger nedensellik yaklaşımlarının kullanıldığı çalışmanın sonuçlarına göre ticari açıklık kısa ve uzun dönemde enerji tüketimini pozitif ve anlamlı olarak etkilemektedir. Sonuçlar, uzun dönemde ticari dışa açıklığın enerji tüketimini artırdığını, iki değişken arasında nedenselliğin karşılıklı olduğunu tespit etmiştir. Kurniawan ve Managi (2018) Endonezya'da kömür tüketimi, kentleşme ve ticari dışa açıklık bağlantısını 1970-2015 döneminde ele almıştır. ARDL sınır testi sonuçları seriler arasında bir eş bütünleşmeyi işaret ederken aynı zamanda ticari dışa açıklığın enerji tüketimini artırdığını tespit etmiştir.

Çütçü (2019) ticari dışa açıklık ve enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi Türkiye için 1970-2015 döneminde ele almıştır. Çalışmada Lee-Strazicich yapısal kırılmalı birim kök testi, yapısal kırılmalı FMOLS tahmincisi ile Hacker ve Hatemi-J bootstrap nedensellik testine yer verilmiştir. Ampirik sonuçlar Türkiye'de ele alınan dönemde ticari dışa açıklık ile enerji tüketimi arasında nedenselliğin bulunmadığını göstermektedir. Örgün ve Pala (2017) 1996-2013 döneminde 28 Avrupa Birliği ülkesi için ekonomik büyümenin belirleyicileri olarak enerji tüketimi ve ticari dışa açıklığın etkisini analiz etmiştir. Panel Westerlund eş bütünleşme testi ile VECM Granger nedensellik testinin uygulandığı çalışma sonuçlarına göre söz konusu iki değişken arasında nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır.

Hdom ve Fuinhas (2020) enerji üretimi ve ticari dışa açıklık arasındaki ilişkiyi ekonomik büyüme ve karbon emisyonu değişkenlerini de modelleyerek araştırmıştır. Toda-Yamamoto nedensellik analizi sonuçlarına göre iki değişken arasında çift yönlü bir nedensellik söz konusudur.

Ghazouani et al. (2020) bootstrap ARDL tekniğiyle Asya-Pasifik ülkelerinde ticari dışa açıklık, yenilenebilir enerji tüketimi ve ekonomik büyüme arasındaki nedensel ilişkileri analiz etmiştir. Sonuçlar; Endonezya ve Tayland'da yenilenebilir enerji tüketiminden ticari dışa açıklığa doğru tek yönlü bir nedensellik ile Malezya ve Pakistan'da değişkenler arasında çift yönlü bir nedenselliğin olduğuna işaret etmektedir.

Bu alanda önemli panel veri çalışmalarına imza atan Sadorsky (2012) 1980-2007 döneminde 7 Güney Amerika ülkesi için ithalat, ihracat, enerji tüketimi ve büyüme arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Panel VECM Granger testi bulguları, ihracat ile enerji tüketimi arasında çift yönlü, enerji tüketiminden ithalata doğru tek yönlü bir

nedenselliği göstermektedir. Al-Mulali ve Lee (2013) Körfez İşbirliği Konseyi'nde bulunan ülkeleri 1980-2009 dönemi panel verilerini kullanarak enerji tüketimi ile ticari dışa açıklık, finansal gelişmişlik, büyüme ve kentleşme arasındaki ilişki çerçevesinde araştırmıştır. Panel DOLS tahminleri ticari dışa açıklığın enerji tüketimini artırdığını, nedensellik analizi ise iki değişken arasında çift yönlü nedenselliği göstermektedir. Shahbaz vd. (2014) 1980-2010 döneminde ticari dışa açıklık ile enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi yüksek, orta ve düşük gelirli 91 ülke için analiz etmiştir. Panel veri analizi sonuçlarına göre ticaret açıklığı ile enerji tüketimi arasında yüksek gelirli ülkelerde U şeklinde, düşük ve orta gelirli ülkelerde ise ters U şeklinde bir ilişki belirlemiştir.

Nasreen ve Anwar (2014) 1980-2011 döneminde enerji tüketimi, büyüme ve ticari dışa açıklık arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. 15 Asya ülkesi için Panel FMOLS ve DOLS tahmin sonuçları ticari dışa açıklığın enerji tüketimini pozitif etkilediğini, panel nedensellik analizi de iki değişken arasında çift yönlü nedenselliği belirlemiştir. Siddique ve Majeed (2015) 5 Güney Asya ülkesinde 1980-2010 dönemi baz alınarak enerji tüketimi, ticari dışa açıklık, finansal gelişme ve büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Panel Granger nedensellik testi ile ticari dışa açıklık ve enerji tüketimi arasında nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır. Le (2016) 1983-2010 döneminde 15 Sahra-altı ülkeyi kendi içinde orta ve düşük gelirli gruplara ayırarak enerji tüketimi, finansal gelişme, ticari açıklık ve sermaye değişkenlerinin bulunduğu büyüme modeli çerçevesinde irdelemiştir. Panel tahminlerine göre uzun dönemde ticari dışa açıklık ile enerji tüketimi arasında herhangi bir nedensellik bulunamamıştır.

Ahmed (2017) 1991-2013 döneminde BRICS ülkeleri için ticari dışa açıklık, finansal gelişmişlik, sermaye ve gelirin enerji tüketimi üzerindeki etkisine değinmiştir. Panel VECM Granger nedensellik testi ticari dışa açıklığın enerji tüketimine neden olduğunu bulmuştur. Koengkan (2018) Güney Amerika ülkelerinde 1971-2014 döneminde ticari dışa açıklık-enerji tüketimi ilişkisini incelemiştir. Panel dinamik GMM tahmincisi sonuçlarına göre ticari dışa açıklığın enerji tüketimi üzerinde pozitif bir etkisi bulunmaktadır. Tiba ve Frikha (2018) gelir, ticari dışa açıklık ve enerji tüketimi arasındaki ilişkiyi 1990-2011 dönemini baz alarak 12 orta gelirli ülke ve 12 yüksek gelirli ülke için araştırmıştır. Panel GMM tahmincisi orta gelirli ülkelerde enerji tüketimi ticari dışa açıklığı etkilerken, yüksek gelirli ülkelerde ise ticari dışa açıklık enerji tüketimini etkilemektedir.

Qamruzzaman and Jianguo (2020) finansal gelişme, ticari dışa açıklık, yabancı sermaye akımları ve yenilenebilir enerji tüketimi arasındaki asimetric ilişkiler üzerinde durmuştur. 1990-2017 döneminde panel ARDL yaklaşımının kullanıldığı çalışmada simetrik panel veri yöntemlerine ilişkin bulgulara da yer verilmiştir. Elde edilen sonuçlar uzun ömürde ticari dışa açıklığı yenilenebilir enerji tüketimini artırdığı ve ticari dışa açıklıktan yenilenebilir enerji tüketimine doğru tek yönlü bir nedenselliğin varlığı ortaya çıkmıştır.

Le (2020) 1990-2014 döneminde enerji-büyüme ilişkisinde finansal gelişme, kurumlar, hükümet harcamaları ve ticari dışa açıklığın rolüne değinmiştir. Panel veri analizlerinin gerçekleştirildiği çalışmada uzun dönemde ticari dışa açıklık ile yenilenebilir enerji tüketimi arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca, iki değişken arasında çift yönlü bir nedensellik belirlenmiştir.

3. Model ve Veri Seti

Enerji tüketimi ile ticari dışa açıklık faktörleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla çalışmada üç farklı regresyon denklemi kullanılmıştır. Söz konusu regresyon denklemlerinin kullanılmasında Farhani ve Solarin (2017), Azam vd. (2016), Shahbaz vd. (2015)'nin çalışmaları temel alınmıştır. Bu bağlamda kurulan logaritmik lineer regresyon denklemleri aşağıda gösterilmektedir:

$$LEN_t = \alpha_0 + \alpha_1 TRADE_t + \alpha_2 LGDP_t + \alpha_3 LIND_t + u_{1t} \quad (1)$$

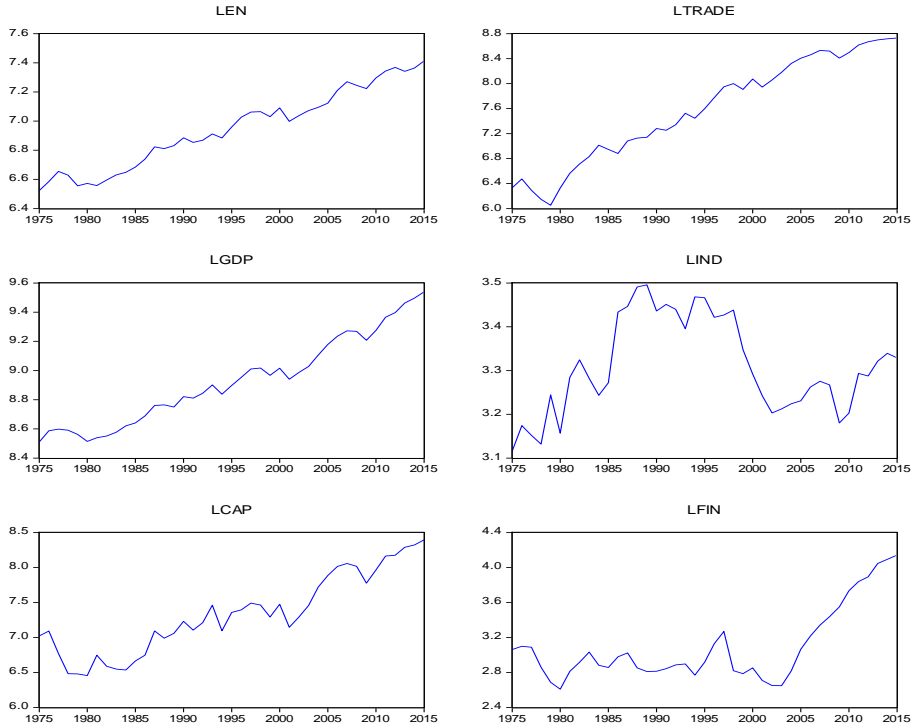
$$LEN_t = \alpha_0 + \alpha_1 TRADE_t + \alpha_2 LIND_t + \alpha_3 LCAP_t + u_{2t} \quad (2)$$

$$LEN_t = \alpha_0 + \alpha_1 TRADE_t + \alpha_2 LGDP_t + \alpha_3 LFIN_t + u_{3t} \quad (3)$$

Yukarıdaki denklemlerde EN, kişi başına enerji tüketimini (petrol eşdeğeri kg), TRADE kişi başına ticari dışa açıklığı (toplam ihracat ve ithalatın toplam nüfusa oranı), GDP ekonomik büyümenin göstergesi olarak kişi başına reel geliri (2010 \$ sabit fiyatlarıyla), IND endüstriyel katma değeri, CAP kişi başına sermayeyi, FİN ise finansal gelişmeyi temsilen bankalar tarafından özel sektöre verilen yurt içi kredilerin GSYİH içindeki payını göstermektedir. Modellerde α_0 sabit terimi, u_t ise hata terimlerini ifade etmektedir. Çalışmada kullanılan EN, GDP, IND ve FİN serileri Dünya Bankası (2018) veri sitesinden; TRADE ve CAP serileri ise Birleşmiş Milletler veri (UN Data, 2018) sitesinden elde edilmiştir. Değişkenlerin logaritmaları alarak ampirik analizler gerçekleştirilmiştir. Denklemlerde α_1 , α_2 , α_3 , α_4 ve α_5 katsayıları sırasıyla ticari dışa açıklık, kişi başına reel gelir, sanayileşme, kişi başına sermaye ve finansal gelişmenin kişi başına enerji tüketimi üzerindeki uzun dönemli etkisini gösterir. Çalışmadaki serilere ilişkin tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon matrisi Tablo 1'de gösterilmektedir. Şekil 1'de ise çalışmada kullanılan her bir değişkenin 1975-2015 döneminde izlediği eğilim görülmektedir.

Tablo 1: Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Matrisi (1975-2015)

İstatistikler	LEN	LTRADE	LGDP	LIND	LCAP	LFIN
Ortalama	6.948400	7.581749	8.929138	3.309817	7.330158	3.091359
Medyan	6.959113	7.598838	8.901548	3.287436	7.292323	2.916845
Maximum	7.412645	8.730886	9.539554	3.495741	8.394719	4.141949
Minimum	6.523881	6.052059	8.510653	3.116029	6.456270	2.609215
Standart Hata	0.270118	0.832557	0.302154	0.109298	0.571886	0.420634
Çarpıklık	0.042804	-0.225256	0.358324	0.129952	0.212132	1.264802
Basıklık	1.818219	1.782240	2.051782	1.870492	2.013334	3.494010
Gözlem	41	41	41	41	41	41
Korelasyon Matrisi						
LEN	1.000000	0.975986	0.989227	0.097812	0.952546	0.697525
LTRADE	0.975986	1.000000	0.960886	0.095383	0.926746	0.609857
LGDP	0.989227	0.960886	1.000000	0.051862	0.969276	0.757702
LIND	0.097812	0.095383	0.051862	1.000000	0.043230	-0.074900
LCAP	0.952546	0.926746	0.969276	0.043230	1.000000	0.763689
LFIN	0.697525	0.609857	0.757702	-0.074900	0.763689	1.000000



Şekil 2: Ekonometrik Analizde Kullanılan Serilerin Zaman İçindeki Seyri (1975-2015)

4. Metodoloji

4.1. Lee-Strazicich Birim Kök Testi

Çalışmada tek yapısal kırılmalı Lee-Strazicich (2004) birim kök testi uygulanmaktadır. Diğer yapısal kırılmalı birim kök testlerinden farklı olarak hem sıfır hipotezinde hem de alternatif hipotezde yapısal kırılmaya izin vermesi dolayısıyla oluşabilecek boyut bozukluklarının ortadan kaldırılacak olması testin en önemli özelliği olarak gösterilmektedir (Yıldırım, 2012: 229). Testin veri üretim süreci 4 numaralı denklemde gösterilmektedir:

$$Y_t = \Delta z_t + e_t \quad e_t = \beta e_{t-1} + \varepsilon_t \quad e_t \sim iid(0, \sigma^2) \quad (4)$$

Denklemde yer alan 'Zt' egzojen değişkenleri içeren vektörü göstermektedir. Sabit terimli ve Trendli olarak belirtilen modelde DTt, $t \geq TB + 1$ iken t-TB, diğer durumlarda 0 değerini alan kukla değişkeni gösterirken "MZt=MSB*MZα" denkleminde Zt yerine [1,t,Dt,DTt] konularak elde edilmektedir. TB ise kırılma zamanını ifade etmektedir (Yılancı, 2009: 330). LM prensibince test istatistiği 5 numaralı denklemdeki regresyon modelinden elde edilmektedir:

$$\Delta Y_t = \delta \Delta z_t + \varphi S_{t-1} + \varepsilon_t \quad (5)$$

Denklemden yer alan $S_t = Y_t - \psi x - Z_t \delta$, $t=2, \dots, T$ ve ψx ise $Y_t - Z_t \delta$ ile elde edilmektedir. Ayrıca δ ; ΔY_t 'nin ΔZ_t 'ye regresyonundan elde edilen katsayıları göstermektedir. ΔZ_t ; sabit terimli ve trendli model için $[1, \beta_t, D_t]$ ile tanımlanmaktadır. B_t : ΔD_t ve D_t : ΔD_t olduğundan dolayı B_t alternatif hipotezde sabit terimli ve trendli kırılmaya, sıfır hipotezinde ise bir dönemli sıçrama ve ortalamada kırılmaya karşılık gelmektedir (Ünlü ve Bozdağ, 2016: 95). Testin birim kök H_0 hipotezi: $\Theta=0$ ile ifade edilmektedir. LM test istatistiğine göre kırılma zamanları τ test istatistiğinin en düşük olduğu noktaya göre belirlenmektedir.

$$\text{Inf} \tilde{\tau}(\tilde{\lambda}) = \inf_{\lambda} \tilde{\tau}(\lambda) \quad (6)$$

6 no'lu denklemde $\lambda = T\beta / T$ olarak belirtilmektedir. Tek yapısal kırılmalı Lee-Strazicich (2004) birim kök testi için belirlenen kritik değerler yazarların çalışmalarında tablolatırılmıştır.

4.2. ARDL Sınır Testi

Diğer eş bütünleşme testlerinden farklı olarak ARDL sınır testi serilerin $I(0)$ ya da $I(1)$ olmasına izin vermektedir. Bunun yanı sıra bu testte yapısal kırılmalı birim kök testlerinden elde edilen kırılma tarihlerine ilişkin kukla değişken belirlenerek eş bütünleşmenin varlığı araştırılabilmektedir. Ayrıca burada serilerin kısa ve uzun dönem katsayıları tahmin edilebilmektedir. Bu prosedür çerçevesinde, seriler arasındaki uzun dönem ilişkisinin varlığı 7 numaralı denklemde, kısa dönem dinamiklerin elde edildiği ARDL katsayılarına dayalı Hata Düzeltme Modeli ise 8 numaralı denklemde gösterilmektedir:

$$\Delta Y_t = \vartheta_0 + \sum_{i=1}^m \vartheta_{1i} \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^m \vartheta_{2i} \Delta \beta_{1t-i} + \sum_{i=0}^m \vartheta_{3i} \Delta \beta_{2t-i} + \sum_{i=0}^m \vartheta_{4i} \Delta \beta_{3t-i} + \varphi_1 Y_{t-1} + \varphi_2 \beta_{1t-1} + \varphi_3 \beta_{2t-1} + \varphi_4 \beta_{3t-1} + \varphi_5 D_{1998} + \varepsilon_t \quad (7)$$

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m \alpha_{1i} \Delta Y_{t-i} + \sum_{i=0}^n \alpha_{2i} \Delta \beta_{1t-i} + \sum_{i=0}^p \alpha_{3i} \Delta \beta_{2t-i} + \sum_{i=0}^r \alpha_{4i} \Delta \beta_{3t-i} + \varphi_1 ECT_{t-1} + \varphi_5 D_{1998} + \varepsilon_t \quad (8)$$

ARDL sınır testinde eş bütünleşmenin belirlenmesinde Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen F-test istatistiği kritik tablo değerleri ile karşılaştırılır. Burada kritik tablo değerleri üst ve alt sınır değerleri olarak iki kısımda değerlendirilir. F-test değerinin üst sınır değeri aşması durumunda eş bütünleşmenin varlığı, alt sınır değerinin altında kalması durumunda eş bütünleşmenin olmadığı, her iki sınır değeri arasında kaldığında ise eş bütünleşme ile ilgili bir yorum yapılamadığına hükmedilir.

Hata Düzeltme Modeli ise kısa dönem dinamiklerini araştırmaya yardımcı olduğu gibi modelde yer alan hata düzeltme terimi (ECT_{-1}) ARDL modelinden elde edilir ve bu terimin istatistiki olarak anlamlı ve negatif bir katsayıya sahip olması da eş bütünleşmenin var olduğuna bir kanıt olarak değerlendirilir.

4.3. Toda-Yamamoto Nedensellik Testi

Makroekonomik faktörlerin birbirleri arasındaki nedenselliğin varlığını ve yönünü tespit etmek amacıyla geliştirilen Toda-Yamamoto (1995) prosedürü, “gözlemlenen serilerin tamamının durağan olması” gibi koşullara ihtiyaç duymaması, bu koşulların bulunmadığı çalışmalarda nedensellik analizinin yapılmasına olanak sağlamaktadır. Toda- Yamamoto nedensellik testi için $[k+(dmax)]$ dereceden VAR modeli tahmin edilmekte ve katsayılar matrisinin k tanesine asimtotik olarak χ^2 dağılımlı geliştirilmiş MWALD testi uygulanmaktadır. Bunun için gerekli VAR modeli 9 ve 10 numaralı denklemlerde gösterilmektedir:

$$Y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^k \phi_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{dmax} \phi_{2j} Y_{t-j} + \sum_{i=1}^k \vartheta_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{dmax} \vartheta_{2j} X_{t-j} + \varepsilon_{1t} \quad (9)$$

$$X_t = \alpha_1 + \sum_{i=1}^k \lambda_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{dmax} \lambda_{2j} X_{t-j} + \sum_{i=1}^k \delta_{1i} Y_{t-i} + \sum_{j=k+1}^{dmax} \delta_{2j} Y_{t-j} + \varepsilon_{2t} \quad (10)$$

Kurulan sıfır ve alternatif hipotezler doğrultusunda değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi sınanmaktadır. Bu durumda her iki eşitlik için kurulan $H_0: \vartheta_1=0$ $H_1: \vartheta_1 \neq 0$ ile $H_0: \delta_1=0$; $H_1: \delta_1 \neq 0$ hipotezlerden sıfır hipotezinin reddedilmesi bağımsız değişkenden bağımlı değişkene doğru nedenselliğin varlığını ispat etmektedir.

5. Bulgular

Tablo 2’de yer alan sonuçlara göre; kurulan modellerde bağımlı değişken olarak yer alan kişi başı enerji tüketimi ve endüstriyel katma değer $I(1)$ iken kişi başı ticari dış açıklık, kişi başı reel gelir, kişi başına sermaye oluşumları ve finansal gelişme serileri $I(0)$ olarak saptanmıştır.

Tablo 2: Birim Kök Test Sonuçları

Değişken	Kritik değer	t- istatistiği	Kırılma tarihi
Panel A: Düzey			
LEN	-4.245 (4)	-4.326	1998
LTRADE	-4.413 (1)	-4.278	1993
LGDP	-5.683 (3)	-4.320	2005
LIND	-3.969 (7)	-4.339	1997
LCAP	-5.154 (11)	-4.115	1991
LFİN	-5.365 (1)	-4.320	2005
Panel B: Birinci fark			
ΔLEN	-6.094 (7)	-4.350	1999
ΔLTRADE	-	-	-
ΔLGDP	-	-	-
ΔLIND	-5.713 (8)	-4.340	1998
ΔLCAP	-	-	-
ΔLFİN	-	-	-

Not: Durağanlık dereceleri %5 önem düzeyine göre belirlenmiştir. Parantez içerisindeki değerler gecikme uzunluklarını verir.

ARDL sınır testi için gerekli olan optimal gecikme uzunlukları Tablo 3'te çalışmada kurulan üç farklı regresyon denklemi özelinde gösterilmektedir. Çalışmadaki ekonometrik analizlerde AIC baz alındığından birinci ve ikinci regresyon modeli için 4, üçüncü regresyon modeli için 2 uygun gecikme uzunluğu olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3: VAR Gecikme Uzunluğu Belirleme Kriterleri

Panel A: Model 1	LR	FPE	AIC	SIC	HQ
0	NA	2.66e-08	-6.089369	-5.915215	-6.027971
1	259.1241	1.94e-11	-13.32213	-12.45137*	-13.01515
2	33.80544*	1.42e-11*	-13.66460	-12.09722	-13.11203*
3	15.49189	1.93e-11	-13.44524	-11.18124	-12.64707
4	22.99393	1.72e-11	-13.73007*	-10.76946	-12.68631
Panel B: Model 2	LR	FPE	AIC	SIC	HQ
0	NA	2.21e-07	-3.972079	-3.797926	-3.910682
1	233.5731	3.58e-10	-10.40637	-9.535606*	-10.09939*
2	29.59690*	3.05e-10	-10.59854	-9.031160	-10.04596
3	21.23160	3.26e-10	-10.61832	-8.354332	-9.820161
4	22.15121	3.04e-10*	-10.86102*	-7.900414	-9.817268
Panel C: Model 3	LR	FPE	AIC	SIC	HQ
0	NA	1.58e-06	-2.003943	-1.829790	-1.942546
1	237.9753	2.23e-09	-8.575806	-7.705039*	-8.268820
2	31.28630*	1.79e-09*	-8.828309*	-7.260929	-8.275734*
3	16.05344	2.37e-09	-8.632337	-6.368344	-7.834174
4	20.93353	2.35e-09	-8.814149	-5.853543	-7.770397

Not: LR: Yarı modifiye LR test istatistiği; FPE: Son tahmin hatası; AIC: Akaike bilgi kriteri; SIC: Schwarz bilgi kriteri; HQ: Hannan-Quinn bilgi kriteri. * ilgili kritere göre optimal gecikme uzunluğunu ifade eder.

Lee-Strazicich yapısal kırılmalı birim kök testinde 1998 yılı olarak belirlenen kırılma tarihine göre ayarlanan kukla değişkenin ARDL sınır testi prosedürüne dâhil edilmesi ile kurulan üç farklı regresyon modelinde yer alan değişkenler arasındaki eş bütünleşme ilişkisinin sonuçları Tablo 4'te gösterilmektedir. Buna göre birinci modelin F-istatistik değeri 6.015, ikinci modelin F-istatistik değeri 5.960 ve üçüncü modelin F-istatistik değeri 9.744 olarak saptanmıştır. Bu durum, ilk iki modelde elde edilen F-istatistik değerinin %5 üst kritik değeri, üçüncü modelde ise %1 üst kritik değeri aştığını göstermesinden dolayı seriler arasında eş bütünleşme ilişkisinin varlığını kanıtlamıştır.

ARDL sınır testi uzun dönem katsayı tahmin sonuçları ise Tablo 5'in 'Panel A' kısmında sunulmuştur. Bu sonuçlara göre çalışmada kurulan üç model de dikkate alındığında; uzun dönemde ticari açıklık, ekonomik büyüme, endüstrileşme, sermaye ve finansal gelişmenin enerji tüketimini pozitif etkilediği gözlenmiştir. Tablo 5'in 'Panel B' kısmında ARDL sınır testi kısa dönem tahmin sonuçları yer almaktadır. Model-1 kapsamında elde edilen sonuçlar kısa dönemde enerji tüketimi ile ticari dışa açıklık, ekonomik büyüme ve endüstrileşme arasında pozitif bir ilişkinin varlığı görülmektedir. Buna göre; ticari dışa açıklık, ekonomik büyüme ve endüstrileşme enerji tüketimini artırmaktadır. Model-2 kapsamında elde edilen sonuçlara göre ticari dışa açıklık ve endüstrileşme enerji tüketimini kısa dönemde artırırken sermaye değişkeni istatistiki olarak anlamsız bulunmuştur. Model-3 kapsamında elde edilen sonuçlar ise kısa dönem için finansal gelişme katsayısının istatistiki olarak anlamsız bulunduğunu, ticari dışa açıklık ve sermayenin enerji tüketimini artırdığını ortaya koymaktadır. Diğer taraftan ECT katsayılarının üç modelde de negatif ve istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Bu durum her üç modelde de değişkenler

arasında bir eş bütünleşmenin varlığını desteklemektedir. Tablo 5'in 'Panel C' kısmında ARDL modelleri için tanısal testler verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre; normal dağılım, model kurulumu, değişen varyans ve otokorelasyon problemleri bağlamında bir sıkıntının olmadığı tespit edilmiştir. Modeller sağlıklı olduğu için sonuçların da rahat bir şekilde kullanılabileceği sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4: ARDL Sınır Testi Sonuçları

Modeller	Model 1		Model 2		Model 3	
ARDL gecikme uzunluğu	[4,4,0,0]		[4,2,0,4]		[1,2,0,0]	
AIC uygun gecikme uzunluğu	4		4		2	
Hesaplanan <i>F</i> istatistiği	6.015**		5.960**		9.744***	
Pesaran vd. (2001) kritik değerleri: Kısıtsız sabit terimli ve kısıtsız trendli model						
Anlamlılık seviyesi	Alt <i>I</i> (0)	Üst <i>I</i> (1)	Alt <i>I</i> (0)	Üst <i>I</i> (1)	Alt <i>I</i> (0)	Üst <i>I</i> (1)
% 1	4.40	5.72	4.40	5.72	6.34	7.52
% 5	3.47	4.57	3.47	4.57	4.87	5.85
% 10	3.03	4.06	3.03	4.06	4.19	5.06
Narayan (2005) kritik değerleri: Kısıtsız sabit terimli ve kısıtsız trendli model						
Anlamlılık seviyesi	Alt <i>I</i> (0)	Üst <i>I</i> (1)	Alt <i>I</i> (0)	Üst <i>I</i> (1)	Alt <i>I</i> (0)	Üst <i>I</i> (1)
% 1	6.23	7.74	6.23	7.74	6.23	7.74
6.23	4.51	5.64	4.51	5.64	4.51	5.64
4.51	3.76	4.79	3.76	4.79	3.76	4.79
3.76						

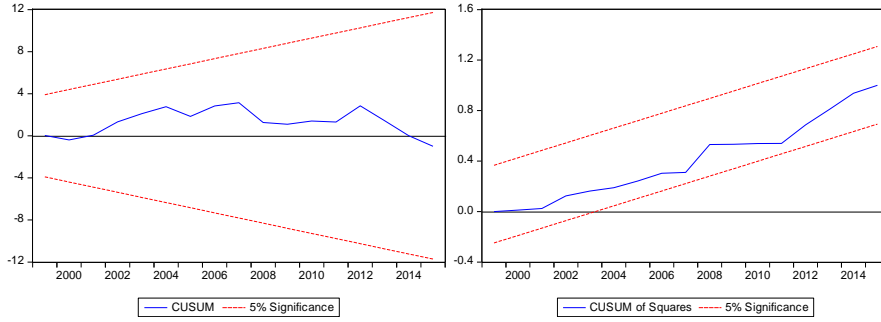
Not: *** %1 düzeyinde anlamlılığı gösterir.

Tablo 5: ARDL Tahmin Sonuçları

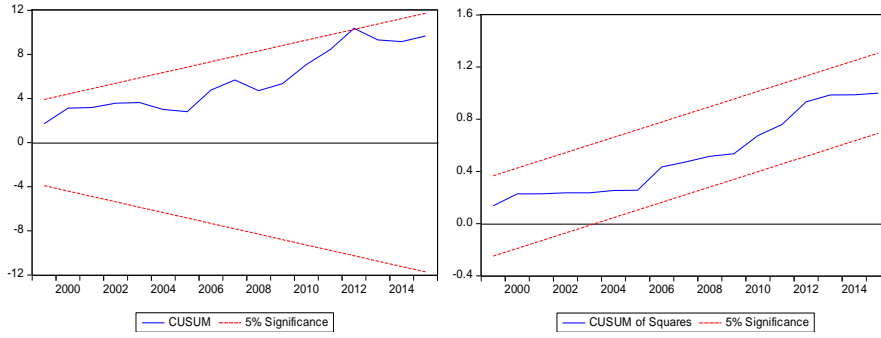
Değişkenler	Model 1	Model 2	Model 3
Panel A: Uzun Dönem			
LTRADE	0.240***	0.073*	0.368***
LGDP	0.778***	-	-
LIND	0.150***	0.228***	-
LCAP	-	0.151***	0.217***
LFİN	-	-	0.080**
Panel B: Kısa Dönem			
C	-2.478***	5.753***	1.473***
LTRADE	0.225***	0.225***	0.185***
LGDP	0.435***	-	-
LIND	0.194***	0.289***	-
LCAP	-	0.050	0.098***
LFİN	-	-	0.033
ECT(-1)	-1.212***	-1.338***	-0.554***
Panel C: Tanısal Testler			
<i>R</i> ²	0.909	0.846	0.717
Adjusted- <i>R</i> ²	0.828	0.736	0.642
<i>F</i> -istatistiği	11.220	7.724	9.544
Breusch-Godfrey LM testi	1.911(0.183)	0.914(0.350)	0.040(0.841)
ARCH LM testi	0.197(0.659)	0.107(0.745)	0.500(0.483)
J-B normality test	1.361(0.506)	0.751(0.686)	0.532(0.766)
Ramsey RESET testi	0.123(0.728)	2.150(0.144)	1.808(0.182)

Not: Optimal gecikme uzunluğu için AIC kriteri kullanılmıştır. Parantez içindeki değerler olasılık değerlerini gösterir. ***, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyesinde anlamlılığı ifade eder.

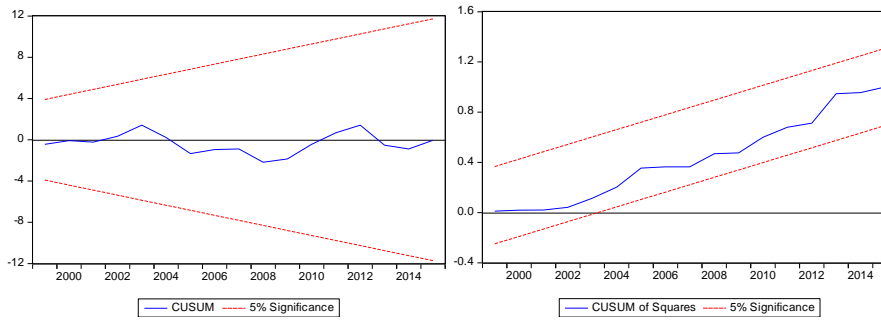
Şekil 2, 3 ve 4 CUSUM ve CUSUM² test sonuçları hakkında bilgi sunar. Bu sonuçlar; her bir değer kritik %5 band aralığı içinde kaldığı için uzun dönem parametrelerinin istikrarlı olduğuna birer kanıttır.



Şekil 3: Cusum ve Cusum² Test Sonuçları (Model 1)



Şekil 4: Cusum ve Cusum² Test Sonuçları (Model 2)



Şekil 5: Cusum ve Cusum² Test Sonuçları (Model 3)

Toda-Yamamoto nedensellik analizinin sonuçları; SUR ve OLS yöntemine göre ayrı ayrı incelenerek Tablo 6'da gösterilmektedir. Buna göre; birinci modelde her iki yöneme göre de ticari dışa açıklıktan enerji tüketimine doğru ve enerji tüketimi ile ticari dışa açıklıktan ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmektedir. İkinci model kapsamında ticari dışa açıklığın enerji tüketiminin

nedeni olduğu görülmektedir. Üçüncü modelde ise her iki yöntem baz alındığında finansal gelişmenin enerji tüketiminin nedeni olduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak üçüncü modelde SUR prosedürü göz önüne alınacak olursa, çalışma için stratejik öneme sahip olan ticari dışa açıklık değişkeninin enerji tüketimine neden olduğu tespit edilmektedir.

Tablo 6: Nedensellik Analizi Sonuçları

Hipotezler	k+d _{max}	SUR		OLS	
		χ^2 -istatistiği	Nedensellik	χ^2 -istatistiği	Nedensellik
Panel A: Model 1					
LTRADE => LEN	4+1	31.766***	VAR	13.235**	VAR
LEN => LTRADE	4+1	6.483	YOK	2.701	YOK
LGDP => LEN	4+1	4.038	YOK	1.682	YOK
LEN => LGDP	4+1	26.878***	VAR	11.199**	VAR
LIND => LEN	4+1	10.433**	VAR	4.349	YOK
LEN => LIND	4+1	38.791***	VAR	16.163***	VAR
LGDP => LTRADE	4+1	3.995	YOK	1.664	YOK
LTRADE => LGDP	4+1	21.503***	VAR	8.959*	VAR
LIND => LTRADE	4+1	5.511	YOK	2.296	YOK
LTRADE => LIND	4+1	10.170**	VAR	4.237	YOK
LIND => LGDP	4+1	10.786**	VAR	4.494	YOK
LGDP => LIND	4+1	26.624***	VAR	11.093**	VAR
Panel B: Model 2					
LTRADE => LEN	4+1	28.329***	VAR	11.804**	VAR
LEN => LTRADE	4+1	7.447	YOK	3.103	YOK
LIND => LEN	4+1	15.857***	VAR	6.607	YOK
LEN => LIND	4+1	18.206***	VAR	7.586	YOK
LCAP => LEN	4+1	2.354	YOK	0.980	YOK
LEN => LCAP	4+1	7.194	YOK	2.997	YOK
LIND => LTRADE	4+1	7.589	YOK	3.162	YOK
LTRADE => LIND	4+1	3.754	YOK	1.564	YOK
LCAP => LTRADE	4+1	2.723	YOK	1.134	YOK
LTRADE => LCAP	4+1	5.534	YOK	2.305	YOK
LCAP => LIND	4+1	13.646***	VAR	5.685	YOK
LIND => LCAP	4+1	2.502	YOK	1.042	YOK
Panel C: Model 3					
LTRADE => LEN	2+1	4.763*	VAR	3.133	YOK
LEN => LTRADE	2+1	0.278	YOK	0.183	YOK
LCAP => LEN	2+1	0.092	YOK	0.060	YOK
LEN => LCAP	2+1	0.114	YOK	0.075	YOK
LFIN => LEN	2+1	9.533***	VAR	6.272**	VAR
LEN => LFIN	2+1	5.792*	VAR	3.811	YOK
LCAP => LTRADE	2+1	3.621	YOK	2.382	YOK
LTRADE => LCAP	2+1	1.608	YOK	1.058	YOK
LFIN => LTRADE	2+1	15.325***	VAR	10.082***	VAR
LTRADE => LFIN	2+1	1.146	YOK	0.754	YOK
LFIN => LCAP	2+1	5.585*	VAR	3.674	YOK
LCAP => LFIN	2+1	7.032**	VAR	4.626*	VAR

Not: ***, ** ve * sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyesinde anlamlılığı ifade eder.

6. Sonuç

Bu çalışmada ticari dışa açıklık ile enerji tüketimi ilişkisi enerji tüketimi modellerine ekonomik büyüme, finansal gelişme, sermaye ve endüstrileşmeyi enerji tüketimi fonksiyonlarına dâhil edilerek Türkiye ekonomisi örneğinde 1975-2015 periyodunda araştırılmıştır. Çalışmada Lee-Strazicich tek yapısal kırılmalı birim kök testi yardımıyla değişkenlerin durağanlık analizleri gerçekleştirilmiştir. Değişkenler arasındaki eş bütünleşmeyi inceleyebilmek için ARDL sınır testinden istifade edilmiştir. Nedensellik analizi için Toda-Yamamoto nedensellik testi uygulanmıştır.

Korelasyon matrisi sonuçları tüm bağımsız değişkenlerin enerji tüketimi ile pozitif korelasyon içinde olduğunu göstermektedir. Birim kök analizi sonuçları, ARDL sınır testi eş bütünleşme yaklaşımının uzun dönem ilişkisinin belirlenmesinde kullanılmasına imkân sunmuştur. Hem sınır testi hem de ECT katsayısının tahmin sonuçları değişkenler arasında bir eş bütünleşmenin varlığına işaret etmektedir. Uzun dönem tahmin sonuçları; ticari dışa açıklık, ekonomik büyüme, endüstrileşme, sermaye ve finansal gelişmenin enerji tüketimi ile pozitif ve istatistiki olarak anlamlı bir ilişki içinde olduğunu ortaya çıkarmıştır. Uzun ve kısa dönem sonuçları her üç modelde de ticari dışa açıklığın enerji tüketimini belirlediği yönündedir. Nedensellik analizi sonuçlarına göre her üç modelde de ticari dışa açıklığın enerji tüketimine neden olduğu belirlenmiştir.

Hem uzun dönemde ticari dışa açıklığın enerji tüketimini pozitif etkilemesi, hem de ticari dışa açıklığın enerji tüketiminin nedeni olduğunun belirlenmiş olması politika yapıcılara bazı öneriler getirilmesine imkân tanımaktadır. Şöyle ki; ticaretin giderek dışa açılması yani ihracat ve ithalattaki gelişmeler ve bu konuda atılacak teşvik edici uygulamalar Türkiye'nin enerji talebi üzerinde giderek daha fazla etki edecek ve daha fazla enerji kullanımını gündeme getirecektir. Ayrıca bu uygulamalar bazı sorunlar da yaratabilecektir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin enerji tüketimlerinin oldukça önemli bir kısmının birincil enerji dediğimiz petrol, kömür ve doğal gazdan oluştuğu ve ekonomilerinin dışa bağımlı olduğu bilinen bir gerçektir. Bu durum cari açığı körükleyen ve ülkenin döviz açığını artıran bir dizi etki yaratabilmektedir. Bu nedenlerden dolayı alternatif enerji kaynakları olan güneş, su, rüzgâr ve biyoenerji kaynaklarından istifade edilmeli ve bu kaynakların üretim ve tüketiminin teşvik edilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede finans sektörü kredileriyle bu tür enerji projeleri ve yatırımları desteklenebilir. TÜBİTAK, Bölgesel Kalkınma Ajansları ve Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı projelerinde alternatif enerji kaynakları ile ilgili olanlara bir pozitif ayrımcılık yapılabilir.

Bu çalışma bundan sonraki çalışmalara da bir öncülük yapabilir. İleriki çalışmalarda enerji birincil ve alternatif enerji kaynakları olarak gruplandırılarak enerji talebinin temel belirleyicileri analiz edilebilir. Ayrıca, Türkiye yanı sıra aynı ekonomik yapıda olan ülkeler de çalışmaya dâhil edilerek karşılaştırmalı zaman serisi analizleri gerçekleştirilebilir ve karşılaştırmalı politika önerileri sunulabilir.

7. Referanslar

- Alkhatlan, K. ve Javid, M. (2013). Energy consumption, carbon emissions and economic growth in Saudi Arabia: An aggregate and disaggregate analysis. *Energy Policy*, 62, 1525-1532.
- Al-Mulali, U. ve Lee, J. (2013). Estimating the impact of the financial development on energy consumption: Evidence from the GCC (Gulf Cooperation Council) Countries. *Energy*, 60, 215-221.
- Amri, F. (2019). Renewable and non-renewable categories of energy consumption and trade: Do the development degree and the industrialization degree matter?. *Energy*, 173, 374-383.
- Azam, M., Khan, A. Q., Zafeiriou, E., Arabatzis, G. (2016). Socio-Economic determinants of energy consumption: An empirical survey for Greece. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 57, 1556-1567.
- British Petroleum (2019, 27 Ekim). Statistical Review of World Energy. Erişim adresi <https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html>.
- British Petroleum (2020, 11 Şubat). BP Energy Outlook. Erişim adresi <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/energy-outlook/bp-energy-outlook-2019.pdf>.
- Çütçü, İ. (2019). Sanayide kullanılan elektrik tüketimi ile dış ticaret dengesi arasındaki ilişki: Yapısal kırılmalı testlerle ekonometrik bir analiz. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 37(1), 17-39.
- Farhani, S., Shahbaz, M., Arouri, M., Teulon, F. (2014). The role of natural gas consumption and trade in Tunisia's output. *Energy Policy*, 66, 677-684.
- Farhani, S. ve Solarin, A.S. (2017). Financial development and energy demand in the United States: new evidence from combined cointegration and asymmetric causality tests. *Energy*, 134, 1029-1037.
- Ghazouani, T., Boukhatem, J., Sam, C.Y. (2020). Causal interactions between trade openness, renewable electricity consumption, and economic growth in Asia-Pacific countries: Fresh evidence from a bootstrap ARDL approach. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 133, 110094.
- Halıcioğlu, F. (2011). A dynamic econometric study of income, energy and exports in Turkey. *Energy*, 36, 3348-3354.
- Hdom, H.A.D. ve Fuinhas, J.A. (2020). Energy production and trade openness: Assessing economic growth, CO₂ emissions and the applicability of the cointegration analysis. *Energy Strategy Reviews*, 30, 1-13.
- Ihenacho, E. (2018). The influence of urbanization, population age groups and trade on energy consumption in Nigeria: An empirical analysis. *International Journal of Economy, Energy and Environment*, 3(5), 38-44.
- Keho, Y. (2016). What drives energy consumption in developing countries? The experience of selected African Countries. *Energy Policy*, 91, 233-246.
- Khalid, A. (2017). Revisiting the role of financial development for energy-growth-trade nexus in BRICS economies. *Energy*, 128, 487-495.

- Khoulil, B. (2017). The short and long run causality relationship among economic growth, energy consumption and financial development: Evidence from South Mediterranean Countries (SMCs). *Energy Economics*, 68, 19-30.
- Koengkan, M. (2018). The positive impact of trade openness on consumption of energy: Fresh evidence from Andean Community Countries. *Energy*, 158, 936-943.
- Kumar, R. R., Stauvermann, P. J., Loganathan, N., Kumar, R. (2015). Exploring the role of energy, trade and financial development in explaining economic growth in South Africa: A revisit. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 52, 1300-1311.
- Kurniawan, R., Managi, S. (2018). Coal consumption, urbanization, and trade openness linkage in Indonesia. *Energy Policy*, 121, 576-583.
- Kyophilavong, P., Shahbaz, M., Anwar, S., Masood, S. (2015). The energy-growth nexus in Thailand: Does trade openness boost up energy consumption?. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 46, 265-274.
- Kwakwa, P. A. (2017). Electricity consumption in Egypt: A long-run analysis of its determinants. *Opec Energy Review*, 41(1), 3-22.
- Le, T. (2016). Dynamics between energy, output, openness and financial development in Sub-Saharan African Countries. *Applied Economics*, 48(10), 914-933.
- Le, H.P. (2020). The energy-growth nexus revisited: the role of financial development, institutions, government expenditure and trade openness. *Heliyon*, 6, 1-11.
- Lee, J. ve Strazicich, M. (2004). Minimum LM unit root test with one structural break. *Appalachian State University Working Papers*, 04-17, 1-15.
- Lean, H. ve Smyth, R. (2010). On the dynamics of aggregate output, electricity consumption and exports in Malaysia: Evidence from multivariate Granger causality tests. *Applied Energy*, 87, 1963-1971.
- Nasreen, S. ve Anwar, S. (2014). Causal relationship between trade openness, economic growth and energy consumption: A panel data analysis of Asian Countries. *Energy Policy*, 69, 82-91.
- Örgün, B. O., ve Pala, A. (2017). Enerji tüketimi, dışa açıklık ve ekonomik büyüme ilişkisi: 28 Avrupa Birliği Ülkesi için panel Granger nedensellik analizi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 54(623), 9-20.
- Pesaran, H., Shin Y., Smith R. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16, 289-326.
- Qamruzzaman, M. ve Jianguo, W. (2020). The asymmetric relationship between financial development, trade openness, foreign capital flows, and renewable energy consumption: Fresh evidence from panel NARDL investigation. *Renewable Energy*, 159, 827-842.
- Rafindadi, A. A. ve Öztürk, İ. (2016). Effects of financial development, economic growth and trade on electricity consumption: Evidence from Post-Fukushima Japan. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 54, 1073-1084.
- Sadorsky, P. (2012). Energy consumption, output and trade in South America. *Energy Economics*, 34, 476-488.

- Shahbaz, M., Khan, S., Tahir, M. I. (2013). The dynamic links between energy consumption, economic growth, financial development and trade in China: Fresh evidence from multivariate framework analysis. *Energy Economics*, 40, 8-21.
- Shahbaz, M. Hye, Q. M. A., Tiwari, A. K., Leitao, N. C. (2013). Economic growth, energy consumption, financial development, international trade and CO₂ emissions in Indonesia. *Renewable And Sustainable Energy Reviews*, 25, 109-121.
- Shahbaz, M., Nasreen, S., Ling, C. H., Sbia, R. (2014). Causality between trade openness and energy consumption: What causes what in high, middle and low income countries. *Energy Policy*, 70, 126-143.
- Shahbaz, M., Loganathan, N., Sbia, R., Afza, T. (2015). The effect of urbanization, affluence and trade openness on energy consumption: A Time series analysis in Malaysia. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 47, 683-693.
- Siddique, H. M. A., Majeed, M. T. (2015). Energy consumption, economic growth, trade and financial development nexus in South Asia. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 9(2), 658-682.
- Tiba, S. ve Frikha, M. (2018). Income, trade openness and energy interactions: evidence from simultaneous equation modeling. *Energy*, 147, 799-811.
- Toda, H. ve Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*, 66, 225-250.
- United Nations (2018, 15 Eylül). Erişim adresi: <https://www.un.org/en/>
- Ünlü, H. ve Bozdağ, H. (2016). Yapısal kırılma durumunda imalat sanayi ihracatı ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye üzerine bir uygulama. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2(1), 92-102.
- Yılancı, V. (2009). Yapısal kırılmalar altında Türkiye için işsizlik histerisinin sınanması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 324-335.
- Yıldırım, S. ve Yıldırım, Z. (2012). Reel efektif döviz kuru üzerinde kırılmalı birim kök testleri ile Türkiye için satın alma gücü paritesi hipotezinin geçerliliğinin sınanması. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(2), 221-238.
- Worldbank (2018, 29 Ekim). Erişim adresi <https://data.worldbank.org>

INVESTIGATING THE STATIONARY PROPERTIES OF COAL, NATURAL GAS, AND OIL CONSUMPTION: THE CASE OF FRAGILE FIVE COUNTRIES

KÖMÜR, DOĞAL GAZ VE PETROL TÜKETİMİNİN DURAĞANLIK ÖZELLİKLERİNİN İNCELENMESİ: KIRILGAN BEŞLİ ÖRNEĞİ

Ebru ÇAĞLAYAN-AKAY⁽¹⁾, Turgut ÜN⁽²⁾, Hoşeng BÜLBÜL⁽³⁾

Abstract: We examine the stationarity properties of primary energy consumption for "Fragile Five" countries and assesses whether shocks on coal, natural gas, and oil consumption are permanent or temporary. The findings suggest that shocks on coal consumption are temporary for Brazil, South Africa, and Turkey, while are permanent for India and Indonesia. Moreover, the effect of shocks on natural gas consumption is temporary for five fragile countries except for South Africa. Finally, it is found that shocks on oil consumption are temporary for only India and Indonesia.

Keywords: Primary Energy Consumption, Fourier Unit Root Test

Jel: C12, C20, Q40

Öz: "Kırılğan Beşli" ülkeleri için birincil enerji tüketiminin birim kök özelliklerini analiz edip ve kömür, doğal gaz ve petrol tüketimi üzerindeki şokların kalıcı veya geçici olup olmadığı incelenmiştir. Bulgular, kömür tüketimi üzerindeki şokların Brezilya, Güney Afrika ve Türkiye için geçici, Hindistan ve Endonezya için kalıcı olduğunu göstermektedir. Ayrıca, şokların doğal gaz tüketimi üzerindeki etkisi Güney Afrika dışındaki beş kırılğan ülke için geçicidir. Son olarak, petrol tüketimindeki şokların sadece Hindistan ve Endonezya için geçici olduğu bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Birincil Enerji Tüketimi, Fourier Birim Kök Testi

1. Introduction

Today, the most basic input in the production process is the energy factor for the realization of social and economic development. Global population growth, urbanization, and industrialization have increased economic activities and increased energy consumption and demand. Therefore, energy consumption is closely related to macroeconomic variables as well as capital productivity and labor (Hsu et al., 2008: 2318). In this context, in recent years, energy consumption has become an interesting topic by researchers and policy-makers.

It can be said that there has been an increase recently in the studies on stationarity analysis of energy consumption variables (Narayan et al., 2010: 1953). The stationarity properties of energy consumption can give very important information because of the various reasons. Firstly, if energy consumption series is not stationary, the shocks are permanent. Also, the effect of the policies to be implemented will be

⁽¹⁾ Marmara Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Ekonometri Bölümü; ecaglayan@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-9998-5334

⁽²⁾ Marmara Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Ekonometri Bölümü; turgutun@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7660-1510

⁽³⁾ Marmara Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Ekonometri Bölümü; hoseng.bulbul@marmara.edu.tr, ORCID: 0000-0002-4541-8916

permanent (Aslan and Kum, 2011: 4256). Secondly, energy variables are directly associated with macroeconomic indicators. The non-stationary structure of any variable containing a unit root can be transferred to other variables. In this case, the stationary features of many macroeconomic variables may change. For example, economic growth, consumption, employment, and inflation rate. Finally, whether the energy consumption variables contain unit root is very important in the prediction and forecasting phase. Also, it is not possible to estimate future energy demand for variables with unit-roots (Hendry and Juselius, 2000: 5, Chen and Lee, 2007: 3526).

Nowadays, a great portion of the energy demand is met from oil, coal, and natural gas, which are called primary energy sources. But fossil fuels are finite resources, and greenhouse gas emissions from these sources are the major cause of climate change (IEA, 2016a: 23). Therefore, primary energy sources should be minimized for sustainable production, environmental protection, and carbon emission reduction. Successful policies to reduce dependence on these sources depend on whether the shocks of energy consumption are permanent or not. In this framework, this study focuses on the consumption of primary energy sources. In previous studies, unit root examination has been done by centering on total energy consumption. However, some energy variables have a unit root, while others may not. (Lean and Smyth, 2009:320). Because of this important reason, the consumption data of decomposed primary energy are used instead of the total energy consumption in the study. In the literature, some studies have analyzed total primary energy consumption (Narayan and Smyth, 2007; Hasanov and Telatar, 2011; Ozcan, 2013; Destek and Sarkodie, 2020, etc.). But some of them have examined only coal consumption (Apergis et al., 2010a, Shahbaz et al., 2014a, Congregado et al., 2012), only natural gas consumption (Apergis et al., 2010b; Aslan, 2011; Golpe et al., 2012; Shahbaz et al., 2014b among others), or only oil consumption (Narayan et al., 2008; Apergis and Payne, 2010; Maslyuk and Smyth, 2009 among others). We analyzed coal, natural gas, and oil consumption data, which are expressed as primary energy sources, separately.

This study investigates the stationary properties of the primary energy consumption for "Fragile Five" by using "linear", "nonlinear", and "Fourier-based" unit root test for the period 1965-2018. These countries are (Brazil, India, Indonesia, South Africa, and Turkey). As far as we know, there is no study directly addressing these countries in the literature. Therefore, it is thought that analyzing the stationary properties of energy consumption of the fragile five countries will make a big contribution to the existing literature. The concept of "Fragile Fives" was first introduced by Morgan Stanley (2013). These countries exhibit a similar structure in terms of economic indicators. They are also more vulnerable to economic shocks. When the relationship of energy factor with many macroeconomic indicators is evaluated, fluctuations that will occur in these variables will also affect the level of energy consumption. Because of this, analyzing the stationary properties of energy consumption variables will give us very important information.

It is thought that the paper will also contribute in terms of econometric methodology. Traditional time series analyzes are based on linearity assumptions. Linear models assume that there is only one structure or regime over time. However, events such as oil crises and price collapses in the energy markets may have changed the linear structure of the series. When the nonlinearity structure of the series disregard, it is effected the unit-root test results. It causes the series to result as if it is not stationary. Failure to not consider structural break also gives similar results when the nonlinear

structure is not taken into account. In addition, nonlinear models are also very successful in achieving a smooth structural transformation. Since the aim is to make better predictions and forecast, more precise predictions can be made by accurately revealing the structure of the data.

2. Literature

To understand the dynamic behavior of energy consumption, many studies have been conducted in this field. Narayan and Smyth (2007) analyzed primary energy consumption using Dickey-Fuller (DF, 1979) test. They also used Im et al. (2003) unit root tests. In univariate unit root tests, findings have been obtained that for two-thirds of countries, the series is not stationary and according to Im et al. (2003) test results, energy consumption does not have unit root. Hasanov and Telatar (2011) examined stochastic behaviors of primary energy consumption with KSS (2003) and Sollis (2004) unit root tests to consider the nonlinear structure of the series and structural break. In the study, contradictory results per capita energy consumption of 178 countries. Ozcan (2013) applied the LM test suggested by Lee and Strazicich (2003 and 2004) and the panel LM test suggested by Im et al. (2005) for 17 Middle Eastern countries of total primary energy consumption per capita and has found that the shocks on energy consumption are transitory. Destek and Sarkodie (2020) examined unit root characteristics of the primary energy sources for 16 OECD countries using Fourier-based unit root tests. It has been found that most shocks are permanent in oil, coal and natural gas consumption. Apart from these studies, studies dealing with primary energy sources separately are also quite high in the literature. Narayan et al. (2008), Apergis and Payne (2010), Solarin and Lean (2016), Maslyuk and Smyth (2009) and Burakov (2019) investigated the stationarity of oil consumption and obtained mixed results. Regarding natural gas consumption, Aslan (2011), Golpe et al. (2012), Shahbaz et al. (2014b), Cai and Magazzino (2019) obtained contradictory findings in their studies, while Apergis et al. (2010b), Abid and Alimi (2019) found that shocks are permanent in natural gas consumption. Moreover, Apergis et al. (2010a) and Shahbaz et al. (2014a) showed that shocks are transitory when Congregado et al. (2012) revealed that the shocks on coal consumption are permanent. The literature is briefly summarized in Table 1.

The findings in the literature appear to be inconsistent. This is due to the analysis of several econometric methods, several sectors and countries, as well as different periods (Akram et al. 2020: 228). In the case of structural breaks and non-linearity in the data generation process, the use of unit root tests that do not take into account these structures cause the studies to be questioned. Therefore, this paper fills the gap in the literature by focusing on these properties of the data generating process for fragile five countries.

3. Data

We used coal, natural gas, and oil consumption data, which are expressed as primary energy sources. The data are derived from the British Petroleum Statistical Review. Data are collected for fragile five countries over the period 1965-2018. These countries are Brazil, India, Indonesia, South Africa, and Turkey. Natural gas consumption data for South Africa is starting from 1971, while the data for Turkey is starting from 1982. Oil consumption is measured in million tones (mtoes), and coal

consumption and natural gas consumption is measured in million tons of oil equivalent. The natural logarithms of the series are used in the study.

Table 1: Literature

Authors	Period and Countries	Methodology	Results
Primary Energy Consumption			
Narayan and Smyth(2007)	1979-2000 and 182 Countries	ADF (1979), Im-Pesaran-Shin(2003)	Mixed Results
Hasanov and Telatar (2011)	1980-2006 and 178 Countries	ADF(1979), KSS(2003), Sollis(2004)	Mixed Results
Ozcan (2013)	1980-2009 and 17 Middle East Countries	Lee and Strazicich (2003; 2004)	Mixed Results
Destek and Sarkodie (2020)	1970-2018 and 16 OECD Countries	Fourier ADF(2012), Fourier KSS(2010)	Mixed Results
Coal Consumption			
Apergis et al. 2010(a)	1982-2007 and 50 US states	Im et al.(2005),Westerlund (2005), Carion-I Silvestre et al. (2006)	Temporary
Shahbaz et al. (2014a)	1965-2010 and 47 Countries	Lee and Strazicich (2003,2004)	Mixed Results
Congregado et al. (2012)	1973Q1-2010Q3 and US	ADF(1979), Ng-Perron(2001), Zivot and Andrews(1992), Non-linear specification of an unobserved components model	Permanent
Natural Gas Consumption			
Apergis et al. (2010b)	1980-2007 and 50 US states	Levin et al. (2002), Im et al. (2003), Maddala and Wu (1999), and Hadri (2000), Carrion-i-Silvestre et al. (2005), Im et al. (2005), and Westerlund (2005)	Permanent
Aslan (2011)	1960-2008 and 50 US States	LM (2003) and Kruse (2011)	Mixed Results
Golpe et al. (2012)	1973Q1-2013Q3 and US	ADF(1979), Ng-Perron(2001), Non-linear specification of an unobserved components model	Permanent
Shahbaz et al. (2014b)	1971-2010 and 48 Countries	Kruse (2011), LM(2003) Unit root test, Maddala and Wu (1999), Choi(2001), Levin, Lin and Chu (2013), Im et al.(2003), Im, Lee and Tieslau (2005) Moon and Perron (2004), Pesaran (2007), Choi (2002)	Mixed Results
Cai and Magazzino (2019)	1965-2016 and G7 Countries	Hadri and Rao (2008), Carrion-i-Silvestre et al. (2005), Bahmani-Oskooee et al. (2014)	Mixed Results
Abid and Alimi (2019)	1973M01-2017M02 and US	ADF (1979), Hylleberg et al. (1990), Lumsdaine and Papell test (1997)	Permanent
Oil Consumption			
Narayan et al. (2008)	1971-2003 and 60 Countries	Levin et al. (2002), Im et al. (2003) Maddala andWu(1999), Hadri (2000), Breitung (2000), Im et al. (2005)	Temporary
Apergis and Payne (2010)	1960-2007 and US	Lee and Strazicich (2003), Narayan and Popp(2010)	Mixed Results
Burakov (2019)	1990-2017 and 15 Countries	Im et al. (2005)	Mixed Results
Maslyuk and Smyth (2009)	1973M01-2007M12 and 17 OPEC and non-OPEC Countries	Caner and Hansen (2001) Unit Root Test	Mixed Results
Solarin and Lean (2016)	1965-2012 and 57 Countries	ADF(1979), PP(1988), DF-GLS(1996) KSS(2003), Kruse(2011) and Lee and Strazicich (2003, 2004)	Mixed Results

4. Methodology: Unit Root Tests

In this paper, the unit root properties of the primary energy consumption are investigated for "Fragile Five" countries using "linear", "nonlinear", and "Fourier-based" unit root tests approaches. DF (1979) and Phillips-Perron (1988), which are traditional unit root tests, do not consider non-linearity and structural breaks in the data generation process. Due to the failure to consider non-linearity and structural breaks, these tests have a low power to reject the null hypothesis (Perron, 1989: 1362). When we consider structural unit root tests, Perron (1989), Zivot and Andrews (1992), Lee and Strazicich (2003, 2004) unit root tests come to the fore. In these tests, the structural form and the number of breaks must be known in advance. Therefore, they are criticized.

It is essential to consider that time series are generated by nonlinear properties. Kapetanios et al. (KSS, 2003) and Kruse (2011) developed tests against specific nonlinear alternatives. They examine the nonlinear stationarity against the existence of the unit root. They use ESTAR model. ESTAR assumes that the switching between regimes is smooth, and it is more suitable for economic conditions. Another test applied in the study is called the Fourier KPSS test that captures smooth and sharp breaks. It is suggested a new test that has a Fourier function by Becker et al. (2006). This test accommodates nonlinear breaks, under both the null and the alternative hypothesis. Guris (2019) propose Fourier Kruse test which considers nonlinearity and structural breaks. This test has more statistical power and size than KSS and Kruse (2011) tests. The properties of these tests are summarized in Table 2.

Table 2. The Properties of Unit Root Tests

ADF Model:	$\Delta y_t = \alpha_0 + \beta T + \delta y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \delta_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t$
PP Model:	$\Delta y_t = \alpha_0 + \beta T + \delta y_{t-1} + \varepsilon_t$
KSS Model:	$\Delta y_t = \theta y_{t-1}^3 + \sum_{i=1}^k \delta_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t$
Kruse Model:	$\Delta y_t = \theta_1 y_{t-1}^3 + \theta_2 y_{t-1}^2 + \sum_{i=1}^k \delta_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t$
Fourier KPSS Model:	$y_t = \alpha_0 + \beta T + \alpha_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \alpha_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + r_t + \varepsilon_t$
Fourier Kruse Model 1:	$y_t = \alpha_0 + \alpha_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \alpha_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + v_t$
Fourier Kruse Model 2:	$\Delta v_t = \theta_1 y_{t-1}^3 + \theta_2 y_{t-1}^2 + \sum_{i=1}^k \delta_i \Delta v_{t-i} + \varepsilon_t$

5. Empirical Findings

It is obtained inconsistent results because of no use of appropriate unit root tests in the energy literature. In this respect, to determine suitable unit root tests relevant to the data generation process, linearity needs to be tested. We apply the linearity test suggested by Harvey et al. (2008) because this test is not affected by whether the series is stationary or not. In addition, this test has more statistical power than the other linearity tests. The results of the linearity test are given in Table 3.

Table 3. Linearity Test Results

Country	Coal Consumption	Natural Gas Consumption	Oil Consumption
Brazil	25.71***	6.34**	3.33
India	0.78	30.54***	12.45***
Indonesia	2.54	13.7***	7.24**
South Africa	6.01**	1.79	1.65
Turkey	4.88*	59.90***	2.23

Notes:

(i) χ^2_2 values are used for Harvey et al. (2008)

(ii) ***, ** and * the null hypothesis that the series is linear is rejected for 1%, 5%, and 10%, respectively.

According to the results for coal consumption, linearity is not accepted for Brazil, South Africa, and Turkey. The findings show that natural gas series is linear only for South Africa, while the linearity of oil consumption is rejected for India and Indonesia.

After determining whether the series is linear or not, we applied ADF, PP, Kapetanios et al. (KSS, 2003) and Kruse (2011) tests. The findings of linear and nonlinear unit root tests for coal consumption, natural gas consumption, and oil consumption are given in Table 4. Moreover, the suggestion of Schwert (1989) for the maximum lag length is followed in the study.

According to the findings of the ADF and PP tests, the null hypothesis of the unit root for coal consumption and natural gas consumption is not rejected for all countries. The oil consumption of Turkey is stationary for the ADF and the PP test. The oil consumption of Brazil is stationary at the 10% level of significance. And, the null hypothesis for oil consumption is not rejected for India, Indonesia, South Africa. The KSS test results of coal consumption show that the null hypothesis is not rejected for Indonesia. Moreover, the KSS unit root test results null hypothesis is not rejected for natural gas consumption at the 10% level of significance for South Africa in raw data. According to KSS unit root test results, the oil consumption of only Turkey is stationary in detrend data. In the Kruse test, the results obtained from raw data and detrend data are different.

As in coal consumption findings, the Kruse test results obtained from raw data and detrend data are different for the natural gas consumption. The results of the Kruse test display that oil consumption series has a unit root for India, Indonesia, and South Africa in raw data, and the null hypothesis is not rejected for Turkey in detrend data.

Table 4. ADF, PP, KSS and Kruse Test Results

Coal Consumption		ADF		PP		KSS		Kruse	
Country	Level	First Dif.	Level	First Dif.	Raw Data	Detrend	Raw Data	Detrend	
Brazil	-0.931(0)	-6.722(0)***	-0.909(1)	-6.765(3)***	1.295(0)	-1.489(0)	26.073(0)***	14.589(9)**	
India	-3.028(0)	-6.960(0)***	-3.030(1)	-6.966(2)***	0.984(10)	-2.932(5)	103.47(0)***	12.177(7)*	
Indonesia	-1.893(0)	-5.840(0)***	-2.073(2)	-5.843(1)***	0.227(2)	-4.308(10)***	2.841(2)	22.866(10)***	
South Africa	-0.478(0)	-6.411(0)***	-0.428(3)	-6.410(1)***	2.685(0)	-0.569(0)	24.119(0)***	0.949(0)	
Turkey	-2.091(0)	-8.408(0)***	-2.016(1)	-8.375(1)***	1.589(2)	-1.797(2)	12.431(2)**	5.133(2)	

Natural Gas Consumption		ADF		PP		KSS		Kruse	
Country	Level	First Dif.	Level	First Dif.	Raw Data	Detrend	Raw Data	Detrend	
Brazil	-0.704(0)	-3.465(1)***	-0.810(3)	-6.568(4)***	-0.507(9)	-0.826(9)	3.296(9)	2.997(9)	
India	-0.742(0)	-7.621(0)***	-0.575(1)	-7.609(3)***	0.409(3)	-0.645(0)	17.583(0)***	0.505(0)	
Indonesia	-0.240(5)	-1.008(7)	-0.941(2)	-6.888(3)***	-0.593(10)	-0.589(10)	0.719(10)	6.893(10)	
South Africa	-2.868(0)	-6.782(0)***	-3.046(2)	-7.578(9)***	-1.929(0)*	-2.103(0)	4.200(0)	22.576(1)***	
Turkey	-1.695(0)	-4.843(0)***	-1.678(2)	-5.040(4)***	-0.456(10)	-0.294(10)	25.649(9)***	7.856(7)	

Oil Consumption		ADF		PP		KSS		Kruse	
Country	Level	First Dif.	Level	First Dif.	Raw Data	Detrend	Raw Data	Detrend	
Brazil	-3.272(3)*	-4.247(0)***	-2.844(3)	-4.267(3)***	1.783(8)	-1.406(8)	6.732(8)	1.995(8)	
India	-2.839(0)	-6.801(0)***	-2.891(1)	-6.806(3)***	0.312(10)	-0.702(6)	19.90(6)***	0.509(6)	
Indonesia	-0.120(0)	-5.758(0)***	-0.319(2)	-5.808(3)***	0.218(8)	-1.893(2)	19.38(2)***	4.405(2)	
South Africa	-2.313(0)	-5.199(0)***	-2.311(4)	-5.284(4)***	0.321(3)	-0.415(3)	46.58(0)***	7.796(3)	
Turkey	-4.170(0)***	-5.718(0)***	-4.186(2)***	-5.703(2)***	1.216(10)	-3.933(10)***	2.147(10)	15.039(10)***	

Notes:

(i) Table critical values are obtained from MacKinnon (1991) for ADF and PP tests. Table critical values are obtained from KSS (2003) and Kruse (2011).

(ii) ***, ** and * imply rejection of the unit root at the 1%, 5%, 10% level, respectively

These four tests used do not consider the structural breaks in the series. Since shocks such as oil crises, price collapses in energy markets may have caused structural breaks in the series, we applied the Fourier KPSS test, which is successful in capturing sharp breaks and smooth breaks. The results of the Fourier KPSS test are given in Table 5. The null hypothesis of the unit root for the series of primary energy consumption is rejected for all countries. These findings are not surprising, because the effects of the energy crises experienced as of the period under consideration may have caused breaks in the structure of the series.

According to linearity findings in Table 3, some series are linear while others are not. Also, it is required to consider the structural breaks in the series. Therefore, we also apply the Fourier Kruse test which captures the structural breaks and nonlinearity. The results of the Fourier Kruse (2019) test are shown in Table 5.

Table 5. Fourier KPSS and Fourier Kruse Test Results

Country	Coal Consumption		Natural Gas Consumption		Oil Consumption	
	FKPSS		FKPSS		FKPSS	
Brazil	0.1315***		0.1306***		0.1247***	
India	0.1319***		0.1332***		0.1343***	
Indonesia	0.1290***		0.1314***		0.1305***	
South Africa	0.1301***		0.1091***		0.4269***	
Turkey	0.1316***		0.1081***		0.1280***	

Country	Coal Consumption		Natural Gas Consumption		Oil Consumption	
	FKruse	F-Ist	FKruse	F-Ist	FKruse	F-Ist
Brazil	16.703(9)*	226.13	8.054(9)	57.397***	10.019	35.915***
India	9.115(0)	32.682***	12.801(0)	146.73***	5.524(6)	19.162***
Indonesia	24.040(8)**	47.528	3.297(10)	159.52***	3.922(2)	139.30***
South Africa	6.454(0)	109.09***	52.634(1)***	16.850	9.383(3)	25.185***
Turkey	6.223(2)	23.689***	9.763(5)	45.745***	15.620(5)	85.998***

Notes:

(i) k indicates the optimal frequency. The optimal frequency value for the Fourier KPSS test is 1 for all variables. Moreover, the optimal frequency value for the Fourier Kruse test is 2 for coal consumption of India, and is 3 for natural gas consumption of South Africa.

(ii) For the Fourier KPSS test ***, **, * present the null hypothesis that the series is stationary is rejected for 1%, 5%, and 10%, respectively,

(iii) For the Fourier Kruse test ***, **, * present the unit root null hypothesis is rejected for 1%, 5% and 10% respectively.

According to the consequences of Fourier Kruse that coal consumption of Brazil and Indonesia and natural gas consumption of South Africa are found stationary.

As a result, we applied Harvey et al. (2008) test to specify whether the series is linear or not first. The series of coal consumption of Brazil, South Africa, and Turkey are nonlinear and for natural gas, the series is nonlinear for Brazil, India, Indonesia, and Turkey. Also, the linearity of oil consumption is rejected for only India and Indonesia. Secondly, ADF and PP are applied. The results of coal consumption and natural gas consumption show that series are non-stationary in level for all countries. The oil consumptions of India, Indonesia, South Africa are non-stationary, but the oil consumption of Brazil is stationary at the 10% level of significance. At this stage, KSS (2003) and Kruse (2011) non-linear unit root tests are also applied. According to the KSS test results, the null of the unit root for natural gas consumption is not rejected at the 10% level of significance for only South Africa in raw data. Indonesia for coal consumption and Turkey for oil consumption is stationary in detrend data. In the Kruse test, the results obtained from raw data and detrend data are different. As in coal consumption results, the Kruse test results obtained from raw data and detrend data are different for natural gas consumption. The results of the Kruse test reveal that the null hypothesis of the unit root for oil consumption is not rejected for India,

Indonesia, and South Africa in raw data, and the null hypothesis is not rejected for Turkey in detrend data. Thirdly, the Fourier KPSS test is applied. These findings show that series are not stationary for all countries. Finally, we applied the Fourier Kruse (2019) test. According to the consequences that coal consumption of Brazil and Indonesia and natural gas consumption of South Africa is found stationary.

Overall, the findings support that the shocks on coal consumption are temporary for Brazil, South Africa, and Turkey, while are permanent for India and Indonesia. The findings imply that coal consumption reverts to its own balance within the short-term for Brazil, South Africa, and Turkey. Moreover, the effect of the shocks on natural gas consumption is temporary for five fragile countries except for South Africa. From an energy policy point of view, South African policymakers will not achieve their goals in the long-term. Finally, it is shown that the shocks in oil consumption are temporary for India and Indonesia, while they are permanent for Brazil, South Africa, and Turkey. Thus, Brazil, South Africa, and Turkey can define new energy policies on oil consumption.

6. Conclusion

The study focuses on the stationarity properties of primary energy consumption. These properties are investigated using several unit root tests for fragile five countries for the period of 1965–2018. These countries are Brazil, India, Indonesia, South Africa, and Turkey.

Although the fragile five countries display a similar structure economically, the unit root characteristics of their primary energy consumption series differ. Primary energy sources are a finite resource, and greenhouse gas emissions from these sources are the major cause of climate change. The success of the policies to be applied to decrease the dependence on these sources depends on whether the consumption series is stationary or not. If the energy consumption series is stationary, shocks to energy consumption are temporary.

The findings of the study show that the effect of the shocks will occur in coal consumption is temporary for Brazil, South Africa, and Turkey, while it is permanent for India and Indonesia. And, the shocks on the natural gas consumption is found permanent for only South Africa. Moreover, the effect of the shocks that will occur in oil consumption is temporary for India and Indonesia, while it is permanent for other countries. The findings of the study are mixed and it is similar to the results of Narayan and Smyth (2007), Hasanov and Telatar (2011), Ozcan (2013), Destek and Sarkodie (2020).

According to the consequences of the paper, in the case of implementation of sustainable development goals for fragile five countries, show that the policies to be implemented may have different impacts on each country. Therefore, it can be stated that short-term policies in some countries and long-term policies in some countries will be effective. The policies to be applied may not always have the same effect. Therefore, policies should be implemented very carefully. In addition, in countries where shocks are temporary, future values of primary energy sources can be forecast by using past values.

Unit root tests used in this paper are determined in accordance with the structure of the series. As can be seen, considering different structures of the series caused different results. The findings of these tests lead to more often the null hypothesis rejection. Because they do not consider structural breaks and/or nonlinearity. This shows that both economists and policymakers should be careful and consider the nonlinearity and structural breaks that would be possible in the analysis of properties of stationarity.

7. References

- Abadir, K. M. and Distaso, W. (2007). Testing joint hypotheses when one of the alternatives is one-sided. *Journal of Econometrics*, 140(2), 695-718.
- Abid, M., & Alimi, M. (2019). Stochastic convergence in US disaggregated gas consumption at the sector level. *Journal of Natural Gas Science and Engineering*, 61, 357-368.
- Akram, V., Rath, B. N. and Sahoo, P. K. (2020). Stochastic conditional convergence in per capita energy consumption in India. *Economic Analysis and Policy*, 65(2020), 224-240.
- Apergis, N., Loomis, D. and Payne, J.E. (2010a). Are fluctuations in coal consumption transitory or permanent? Evidence from a panel of US states. *Apply Energy*, 87(7), 2424–2426.
- Apergis, N. Loomis, D. and Payne, J.E. (2010b). Are shocks to natural gas consumption temporary or permanent? evidence from a panel of US states. *Energy Policy*, 38(8), 4734–4736.
- Apergis, N. and Payne, J.E. (2010). Structural breaks and petroleum consumption in US states: are shock transitory or permanent? *Energy Policy*, 38(10), 6375–6378.
- Aslan, A. (2011). Does natural gas consumption follow a nonlinear path over time? evidence from 50 US states. *Renewable & Sustainable Energy Reviews*, 15(9), 4466–4469.
- Aslan, A. and Kum, H. (2011). The stationary of energy consumption for Turkish disaggregate data by employing linear and nonlinear unit root tests. *Energy*, 36(7), 4256–4258.
- Becker, R., Enders, W. and Lee, J. (2006). A stationarity test in the presence of an unknown number of breaks. *Journal of Time Series Analysis*, 27(3), 381-409.
- Brock, W., Dechert, W. D. and Scheinkman, J. (1987). A test for independence based on the correlation dimension. *Economics Working Paper*, University of Wisconsin at Madison, University of Houston, and University of Chicago.
- Burakov, D. (2019). Are oil shocks permanent or temporary? Panel data evidence from crude oil production in 15 countries. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 9(2), 295.
- Cai, Y. and Magazzino, C. (2019). Are shocks to natural gas consumption transitory or permanent? a more powerful panel unit root test on the G7 countries. *In Natural Resources Forum*, Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd., 43(2), 111–120.
- Chen, P. F. and Lee, C. C. (2007). Is energy consumption per capita broken stationary? new evidence from regional-based panels. *Energy Policy*, 35(6), 3526-3540.
- Christopoulos, D. K. and Leon-Ledesma, M. A. (2010). Smooth breaks and non-linear mean reversion: post-bretton woods real exchange rates. *Journal of International Money and Finance*, 29(6), 1076–1093.

- Congregado, E., Golpe, A. A. and Carmona, M. (2012). Looking for hysteresis in coal consumption in the US. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 16(5), 3339-3343.
- Destek, M. A. and Sarkodie, S. A. (2020). Are fluctuations in coal, oil and natural gas consumption permanent or transitory? evidence from OECD countries. *Heliyon*, 6(2), e03391.
- Dickey, D.A. and Fuller, W.A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Association*, 74(366), 427-431.
- Golpe, A.A., Carmona, M. and Congregado, E. (2012). Persistence in natural gas consumption in the US: an unobserved component model. *Energy Policy*, 46, 594-600.
- Guris, B. (2019). A new nonlinear unit root test with Fourier function. *Communications in Statistics-Simulation and Computation*, 48(10), 3056-3062.
- Harvey, D.I., Leybourne, S.J. and Xiao, B. (2008). A powerful test for linearity when the order of integration is unknown. *Studies in Nonlinear Dynamics & Econometrics*, 12(3), 1-24
- Hasanov, M. and Telatar, E. (2011). A re-examination of stationarity of energy consumption: evidence from new unit root tests. *Energy Policy*, 39(12), 7726-7738.
- Hendry, D. F. and Juselius, K. (2000). Explaining cointegration analysis: part 1. *The Energy Journal*, 21(1), 1-42
- Hsu, Y. C., Lee, C. C. and Lee, C. C. (2008). Revisited: Are shocks to energy consumption permanent or temporary? new evidence from a panel SURADF approach. *Energy Economics*, 30(5), 2314-2330.
- Im, K.S., Lee J. and Tieslau, M. (2005). Panel LM unit root tests with level shifts. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 67(3) 393-419.
- Im, K.S., Pesaran, H. and Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 115(1), 53-74.
- International Energy Agency [IEA]. (2016a). World Energy Outlook Special Report. Erişim adresi <http://pure.iiasa.ac.at/id/eprint/13467/1/WorldEnergyOutlookSpecialReport2016EnergyandAirPollution.pdf>
- Kapetanios, G., Shin, Y. and Snell, A. (2003). Testing for a unit root in the nonlinear STAR framework. *Journal of Econometrics*, 112(2), 359-79.
- Keenan, D. M. (1985). A Tukey nonadditivity-type test for time series nonlinearity. *Biometrika*, 72(1), 39-44.
- Kruse, R. (2011). A new unit root test against ESTAR based on a class of modified statistics. *Statistical Papers*, 52(1), 71-85.
- Kwiatkowski, D., Phillips, P. C., Schmidt, P. and Shin, Y. (1992). Testing the null hypothesis of stationarity against the alternative of a unit root. *Journal of Econometrics*, 54(1-3), 159-178.
- Lean, H. H. and Smyth, R. (2009). Long memory in US disaggregated petroleum consumption: evidence from univariate and multivariate LM tests for fractional integration. *Energy Policy*, 37(8), 3205-3211.
- Lee, J. and Strazicich, M.C. (2003). Minimum LM unit root test with two structural breaks. *Review of Economics and Statistics*, 85(4), 1082-1089.

- Lee, J. and Strazicich, M.C. (2004). Minimum LM unit root test with one structural break. *Working Paper* 04(17), Department of Economics, Appalachian State University.
- Maslyuk, S. and Smyth, R. (2009). Non-linear unit root properties of crude oil production. *Energy Economics*, 31(1), 109–118.
- McLeod, A. I. and Li, W. K. (1983) ‘Diagnostic checking ARMA time series models using squared residual autocorrelations’, *Journal of Time Series Analysis*, 4(4), 269-273
- Narayan, P. K., and Smyth, R. (2007). Are shocks to energy consumption permanent or temporary? evidence from 182 countries. *Energy Policy*, 35(1), 333-341.
- Narayan, P.K., Narayan, S. and Smyth, R. (2008). Are oil shocks permanent or temporary? panel data evidence from crude oil and NGL production in 60 countries. *Energy Economics*, 30(3), 919–936.
- Narayan, P. K., Narayan, S. and Popp, S. (2010). Energy consumption at the state level: the unit root null hypothesis from Australia. *Applied Energy*, 87(6), 1953-1962.
- Ozcan, B. (2013). Are shocks to energy consumption permanent or temporary? the case of 17 middle east countries. *Energy Exploration & Exploitation*, 31(4), 589-606.
- Perron, P. (1989). The great crash, the oil price shock and the unit root hypothesis. *Econometrica*, 57(6),1361–1401.
- Phillips, P.C.B. and Perron, P. (1988). Testing for unit roots in time series regression. *Biometrika*, 75(2), 335–346.
- Schwert, G.W. (1989). Tests for unit-roots: A Monte Carlo investigation. *Journal of Business & Economic Statistics*,7(2), 147–59.
- Shahbaz, M., Tiwari, A. K., Jam, F. A., and Ozturk, I. (2014a). Are fluctuations in coal consumption per capita temporary? evidence from developed and developing economies. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 33, 96-101.
- Shahbaz, M., Khraief, N., Mahalik, M. K., and Zaman, K. U. (2014b). Are fluctuations in natural gas consumption per capita transitory? Evidence from time series and panel unit root tests. *Energy*, 78, 183-195.
- Solarin, S. A. and Lean, H. H. (2016). Are fluctuations in oil consumption permanent or transitory? evidence from linear and nonlinear unit root tests. *Energy Policy*, 88, 262-270.
- Sollis, R. (2004). Asymmetric adjustment and smooth transitions: a combination of some unit root tests. *Journal of Time Series Analysis*, 25(3), 409–417.
- Stanley, M. (2013). Currencies FX Pulse. *Morgan Stanley Research*, 1.
- Tsay, R. S. (1986). Nonlinearity Tests for Time Series. *Biometrika*, 73(2), 461-466.
- Zivot, E. and Andrews, D. (1992). Further evidence on the great crash, the oil price shock, and the unit root hypothesis. *Journal of Business & Economic Statistics*, 10(3), 251-270.

DESTEKLEYİCİ ÇALIŞMA KOŞULLARI, KARIYER TATMİNİ VE YAŞAM DOYUMU İLİŞKİSİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: KOOPERATİF ÇALIŞANLARI ÖRNEĞİ^(*)

A RESEARCH INTENDED FOR THE RELATIONSHIP BETWEEN SUPPORTING WORKING CONDITIONS, CAREER SATISFACTION AND LIFE SATISFACTION: THE CASE OF COOPERATIVE EMPLOYEES

Funda ER ÜLKER⁽¹⁾, Gülen ÖZDEMİR⁽²⁾

Öz: Bu araştırmada, destekleyici çalışma koşulları, kariyer tatmini ve yaşam doyumu arasındaki ilişkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Tarım Kredi Kooperatifleri Tekirdağ Bölge Birliği ve bu birliğe bağlı Tekirdağ ili sınırları içerisinde faaliyette bulunan birim kooperatiflerdeki 120 çalışan, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Çalışanlardan anket yöntemi ile elde edilen veriler, faktör, korelasyon ve regresyon analizleri vasıtasıyla değerlendirilmiştir. Bulgular, destekleyici çalışma koşullarının çalışanların kariyer tatmini ve yaşam doyumu düzeylerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Değişkenlerin ortalamaları, çalışanların destekleyici koşullara ilişkin algıları ile kariyer tatmini düzeylerinin artırılması yönünde çalışılmasının önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar kelimeler: Destekleyici Çalışma Koşulları, Kariyer Tatmini, Yaşam Doyumu, Kooperatif Çalışanları

Abstract: *The aim of this study is to determine the relationship between supportive working conditions, career satisfaction and life satisfaction. The sample of the study consisted of 120 employees of Agricultural Credit Cooperatives in Tekirdağ. The data obtained through the questionnaire form were evaluated by factor, correlation and regression analysis. The findings show that supportive working conditions positively affect career satisfaction and life satisfaction.. The averages of the variables reveal that it is important to work towards improving employees' perceptions of supporting conditions and career satisfaction levels.*

Keywords: *Supportive Working Conditions, Career Satisfaction, Life Satisfaction, Cooperative Employees*

JEL: M10, Q13

1. Giriş

İnsan kaynağı, örgütlerin başarısında ve rakiplerine karşı fark yaratmasında kilit rol oynayan, örgütün gelişimine ve değişimine açık en önemli öğesidir. Bu nedenle günümüz yönetim anlayışının temel çalışma konuları, örgütlerdeki insan kaynağının verimliliğini etkileyen faktörleri anlamak ve bunları yönetmektir. Özellikle 1930'lu yıllardan sonra çalışanların örgüt içindeki önemleri daha net anlaşılmış ve çalışan motivasyonu, iş tatmini gibi kavramlar gündeme gelmiştir. Çalışanların memnuniyeti,

**Doktora tezinden üretilmiştir.*

⁽¹⁾ Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Hayrabolu Meslek Yüksekokulu, Büro Yönetimi ve Yönetici Asistanlığı;

ferulker@nku.edu.tr; ORCID: 0000-0001-9625-650X

⁽²⁾ Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi;

gozdemir@nku.edu.tr; ORCID: 0000-0003-3107-972X

Geliş/Received: 24-04-2019; Kabul/Accepted: 01-10-2020

memnuniyetin çalışan performansına etkisi gibi konular araştırmacıların ilgi alanı olmuş ve bu konular üzerine birçok çalışma gerçekleştirilmiştir (Erdil, Keskin, İmamoğlu ve Erat, 2004: 18).

Yapılan araştırmalar, destekleyici örgüt yapılarının çalışanların iş-yaşam dengelerini kurmalarına olanak sağlarken, yaşam doyum düzeylerini arttırdığını göstermektedir. Yaşam doyumunu bireylerin genel olarak yaşamlarından duydukları memnuniyet derecesini ifade eden bir kavramdır. Diğer taraftan bireylerin işleri ve çalışma yaşamları, hayatlarında büyük bir yer almaktadır. Bu doğrultuda yaşam doyumunu iş hayatından ayrı düşünmek mümkün değildir. Literatürde konuya ilişkin yapılan çalışmalarda, iş hayatından elde edilen tatmin ile yaşam doyumunu arasında bir ilişki olduğu ortaya konulmaktadır.

Bu bağlamda örneklemini kooperatif çalışanlarının oluşturduğu bu araştırmada, destekleyici çalışma koşulları, kariyer tatmini ve yaşam doyumunu arasındaki ilişkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Kooperatifçilik gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerde, önemli bir sosyal ve ekonomik hareket olarak görülmektedir. Ayrıca ekonomik ve toplumsal kalkınmanın araçlarından birisi olarak kabul edilmektedir. (Özdemir, 2016: 5). Kooperatif türü örgütlenme, ortak hareket etme, bir araya gelme veya kendi kendine yardım etme gibi anlamlara gelmekte olup neredeyse tüm ülkelerde ve tüm alanlarda görülmektedir (Everest ve Yercan, 2016: 67). Ancak kooperatif işletmeler üzerine yapılan çalışmalara bakıldığında, çalışmalar çoğunlukla ortaklar üzerinden ele alınarak gerçekleştirilmektedir. Bu doğrultuda, örneklemini kooperatif çalışanlarının oluşturduğu bu araştırmanın, literatüre katkı sağlaması umulmaktadır.

2. Kariyer Tatmini

Kariyer, gündelik yaşamda sıklıkla karşımıza çıkan ve çoğu zaman iş veya meslek olarak ifade edilen bir kavramdır. Ancak literatürde kavramın içeriğinin çok daha geniş bir çerçevede ele alındığı görülmektedir (Öztürk, 2017: 156). Dilimize Fransızca'dan giren ve *carrière* kelimesinin karşılığı olan kavram, çalışma sonucunda elde edilen bir kademe, uzmanlık ve başarı olarak tanımlanmaktadır (Demirel, 2017: 68). Başka bir ifadeyle kariyer, bireylerin yaptıkları işle ilgili, yaşamları boyunca devam eden bir gelişim sürecini belirtmektedir. Bu nedenle kariyer gelişim süreci, bilgi edinme ve mesleki beceri ile meslek seçimi ve sonunda meslekten çekilmeyi de içerisinde barındıran bir kavramdır (Li, You, Lin ve Chan, 2013: 1195). Yeni yaklaşımlara göre kariyer, yukarı doğru olmayan, yatay kariyer hareketlerini de içermektedir (Okurame ve Fabunmi, 2014: 73). Daha açık bir ifadeyle, bulunduğu konumdan memnun olmakla birlikte aynı kademedeki farklı işlere yönelmek isteyen ve bu amaçla bilgi, beceri ve yeteneğini geliştirerek ilerleme gösteren bireyleri de içine almaktadır (Türkay ve Eryılmaz, 2010: 180). Kariyer, bireylerin maddi güçlerinin artmasına yardımcı olmakla birlikte toplum içindeki statülerinin oluşmasında, kişilik gelişimlerinde ve iş tatmininin sağlanmasında önem arz etmektedir (Taşlıyan, Arı ve Duzman, 2011: 234). Bu bağlamda, kişilere tatmin edici bir iş içerisinde bulunma fırsatını sunmakta ve hayatlarındaki diğer amaçlarına ulaşma olanağını sağlamaktadır (Çetin ve Karalar, 2016: 164). Elde edilen gelir, mesleki itibar, yaşanılan başarı ve tatmin duygusu ile bireysel kariyer hedefine ulaşma kariyer

başarısı işaretlerinden görülmektedir (Wang, Horng, Cheng ve Killman, 2011: 998). Literatürde kariyer başarısı, dışsal (objektif) ve içsel (sübjektif) olmak üzere iki boyutta ele alınmaktadır. Objektif kariyer başarısı, özellikle tarafsız bir üçüncü şahıs tarafından doğrudan gözlemlenebilen, ölçülebilen ve doğrulanabilen bir olgu olarak tanımlanmakta ve bu sebeple statü, terfi, ücret gibi unsurlar objektif kariyer başarısı ölçütleri olarak kabul edilmektedir (Heslin, 2005: 114). Sübjektif kariyer başarısı ise bireylerin meslek yaşamlarında buldukları yerden tatmin olmaları ile ilgilidir (Kern, Friedman, Martin, Reynolds ve Luong, 2009: 155). Bu bağlamda kariyer tatmini sübjektif kariyer başarısının en yaygın ölçüm endekslerinden birisidir ve bireyin kariyeri ile ilgili kendine özgü değerlendirmesi olarak tanımlanmaktadır (Spurk, Abele ve Volmer, 2015: 193). Başka bir tanımla kariyer tatmini öznel kariyer başarısı derecesi olup, çalışanların çalışma yaşamlarının kaliteleri ve psikolojik iyilikleri konusunda çıkarımlar yapmalarıdır (Kang, Gatling ve Kim, 2015: 72). Bireylerin kariyer tatminlerinde, mesleki başarı, gelire ilişkin hedefler, genel mesleki hedefler, mesleki ilerleme ile yeni beceriler kazanma gibi beş ana hedefe ulaşmak belirleyicidir (Sakal ve Yıldız, 2015: 6613). Günümüzde iş hayatı karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu nedenle çalışanların işlerini ve iş ortamlarını sevmelerini sağlamak, iş ve kariyer tatminlerini sağlayarak örgütün verimliliğini artırmak örgütlerde önem gösterilen konulardandır. Çünkü kariyerinden memnuniyet duyan çalışanların işten ayrılma niyetleri azalırken örgütsel bağlılıkları ve örgütün başarısına olan katkıları artmaktadır (Joo ve Park, 2010: 488).

3. Yaşam Doyumu

Günümüzde mutluluk, öznel ve psikolojik iyi oluş, yaşam kalitesi, yaşam doyumu gibi kavramlar araştırmacıların ilgisini çekmekte ve birçok araştırmanın konusunu oluşturmaktadır (Hırlak, Taşlıyan ve Sezer, 2017: 98). Yaşam doyumu ilk defa, bireyin beklentileri ile sahip olduklarının karşılaştırılması sonucunda Neugarten tarafından ortaya konulmuş bir kavramdır. Bireyin yaşamını nasıl değerlendirdiğiyle, yaşam doyumu arasında bir paralellik bulunmaktadır (Akhunlar, 2010: 2409). Yaşam doyumu, bireylerin yaşamlarının kalitesini kendi ölçütlerine göre değerlendirdikleri bir yargılama sürecidir (Santilli, Nota, Ginevra ve Soresi, 2014: 69) ve öznel iyilik halinin ölçütü olarak ifade edilmektedir (Voicu ve Pop, 2011: 137). Öznel iyi olma hali, olumlu ve olumsuz duygulardan meydana gelen duygusal unsur ile yaşam doyumu olarak ifade edilen bilişsel unsurdan oluşmaktadır (Kuzulu, Kurtuldu ve Vural, 2013: 98). Bilişsel unsura göre yaşam doyumu, bireyin ihtiyaçlarının ve yaşamdan beklentilerinin karşılanma düzeyini yansıtmakta (Lindfors, Meretoja, Töyry, Luukkonen, Elovainio ve Leino, 2007: 816) ve beklentilerin karşılanma düzeyinin yüksek olması yaşam doyumunu arttırmaktadır (Onyishi ve Okongwu, 2013: 5). Duygusal unsura göre ise, bireyin hayatında olumlu duyguları daha fazla hissediyor olması yaşam doyumunun daha fazla olduğunu göstergesidir. Literatürde bilişsel unsur daha fazla kabul gören bir yaklaşımdır (Doğan ve Şahin, 2015: 133-134).

Literatürde yaşam doyumunu belirleyen bazı ölçütlerden bahsedilmektedir. Buna göre yaşam doyumu yüksek bireylerden; günlük yaşamdaki etkinliklerden zevk almaları, yaşamlarıyla ilgili bir amaçlarının olması, geçmiş yaşamlarının sorumluluğunu kabullenmeleri, hedefledikleri amaçlarına ulaştıklarına inanmaları, genel olarak

hayata dair iyimser bir tutum sergilemeleri ve kendilerini değerli birer varlık olarak kabul etmeleri beklenmektedir (Güllüoğlu Işık ve Koçak, 2014: 283).

Sonuç olarak yaşam doyumu, aile, eş, gelir düzeyi, sağlık, sosyal çevre, iş hayatı gibi yaşamın önemli bileşenlerinin birey tarafından olumlu bir değerlendirilmesi sonucunda meydana gelmektedir (Kanten ve Kanten, 2015: 48). Diğer taraftan birey eğitim, evlilik, refah, sağlık gibi hayatının neredeyse bütün alanlarından mutlu olmasına karşın, diğer alanlara göre çok daha fazla önemseydiği bir alandan memnuniyet duymuyorsa, bu onun yaşam doyumu hakkındaki genel düşüncesini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Dubey ve Agarwal, 2007: 161).

4. Destekleyici Çalışma Koşulları

Rol teorisine göre, bireyler yaşamlarında çoklu rollere sahiptirler. Bu rollerin yerine getirilmesi için gerekli olan zaman ise kısıtlıdır. Dolayısıyla, bireyin bir rolünü yerine getirebilmek için harcadığı sürenin artması, diğer rollere ayrılan zamanın azalması anlamına gelmektedir. Bu durum beraberinde, roller arası çatışmayı getirmektedir (Adkins ve Premeaux, 2012: 381). Örgütler, bireylerin yaşadıkları bu roller arası çatışmaların olumsuz sonuçlarını azaltmak ve çalışanların iş ve aile hayatlarındaki dengelerini sağlayabilmeleri amacıyla bazı uygulamalar ortaya koymaktadırlar. Bu uygulamalara, esnek ya da yarı zamanlı çalışma, yerinde çocuk bakımı, evden çalışma, iş paylaşımı, ücretli izin (Fiksenbaum, 2014: 653), yaşlı bakımı destekleri, iş-aile stres yönetimi, sağlık desteği (Kanten, 2013: 45) örnek verilebilir. Literatürde çalışanlarının iş ve aile yaşamlarındaki sorumluluklarını aynı oranda yerine getirmelerine olanak sağlayan bu uygulamalara “Aile Dostu Politikalar” adı verilmektedir (Moon ve Roh, 2010: 117). Bu politikalar destekleyici bir örgüt ikliminin yaratılmasında önem arz etmektedir. Çalışanların refahının önemseyildiği, sorunlarına örgütleri tarafından çözümler üretilmeye çalışıldığı, görevlerini yerine getirirken iş arkadaşları ve üstleri tarafından yardım edildiği, çaba ve katkılarının dikkate alındığı iş ortamları, destekleyici bir ortamı ifade etmektedir (Doğru, 2019: 2699). Bu nedenle günümüzde örgütler, farklı özellikteki aile dostu politika uygulamalarına önem vermektedirler. Bazı örgütler, esnek veya yarı zamanlı çalışma, iş bölüşümü, evden çalışma gibi “esnek çalışma düzenlemelerini” ağırlıklı olarak uygularken, bazıları ise annelik izni, babalık izni, ebeveyn izni, hastalık ya da beklenmedik, acil durumlarda verilen izinler gibi “izin düzenlemelerine” ağırlık vermektedirler (Kanten, 2013: 44). Tüm bunlara ek olarak, çalışanlara sosyal destek sağlamak amacıyla tasarlanmış “destekleyici politikalar” da bulunmaktadır. Bunlar, örgüt içi veya dışı çocuk bakımı, çocuk bakımı için para yardımları (Haslett, Smith ve Curry, 2008: 23), yaşlı ve engelli bakımı yardımları, özel sağlık sigortası gibi sağlık destekleri, yakacak ve gıda yardımları, uzun süreli bakım sigortaları (Kanten, 2013: 45), çalışanların ailevi problemlerini çözmelerine destek olmak amacıyla düzenlenen ebeveynlik ya da kişisel gelişim seminerleri, zaman yönetimi eğitimleri veya aile danışmanlıkları (Çarıkcı, 2001: 132) olarak sıralanabilir.

5. Destekleyici Çalışma Koşulları, Kariyer Tatmini ve Yaşam Doyumu İlişkisi

Çalışanlar kendilerine yapılan olumlu veya olumsuz bir muameleyi, örgütleri tarafından kendilerine gösterilen itibar ya da itibarsızlığın göstergesi olarak algılayabilmektedirler. Literatürde yönetici desteği ve çalışma koşulları örgütün çalışanlarına gösterdiği olumlu muamelenin göstergelerinden kabul edilmektedir (Rhoedes ve Eisenberger, 2002: 699). Çalışanlar her zaman örgütlerinin kendilerini sahiplenme düzeyi ve destekleriyle ilgilidirler (Büyüköze ve Kavak, 2017: 3). Bu nedenle çalışanlarını birer sosyal varlık olarak benimseyip değer veren, takdir eden ve karşılaştıkları sorunlarda onlara yardım elini uzatan örgütler, çalışanlarının gözünde destekleyici örgütlerdir (Özdevecioğlu, 2003: 116-117).

Yapılan araştırmalarda örgütlerdeki destekleyici insan kaynakları uygulamalarının, çalışanlar tarafından algılanan destek düzeyinin güçlü bir belirleyicisi olduğu görülmektedir. (Cao, Hirschi ve Deller, 2014: 2015). Araştırmalar, daha destekleyici iş ortamlarında çalışan bireylerin iş tatmini ve örgütsel bağlılık düzeylerinin daha yüksek olduğunu, örgütlerinin başarısı için daha istekle çalıştıklarını, bireysel başarılarının arttığını ve işte kalma niyetlerinin güçlendiğini göstermektedir (Circ 2013: 3). Wickramasinghe ve Jayaweera (2010), Schooreel, Shockley ve Verbruggen (2017) yaptıkları araştırmalarında desteğin kariyer tatminini pozitif yönde etkilediğini bulmuşlardır. Aysan ve Bozkurt (2004)'un yaptıkları bir araştırmada ise, çalışma ortamından memnun olduğunu belirten bireylerin yaşam doyum düzeyleri, memnun olmadığını belirtenlerden daha yüksek bulunmuştur. Mohamad ve Mohamed (2012) çalışmalarında iş yerinde algılanan iş yaşam kalitesi ile çalışanların yaşam doyumları arasında pozitif yönlü bir ilişki belirlemişlerdir.

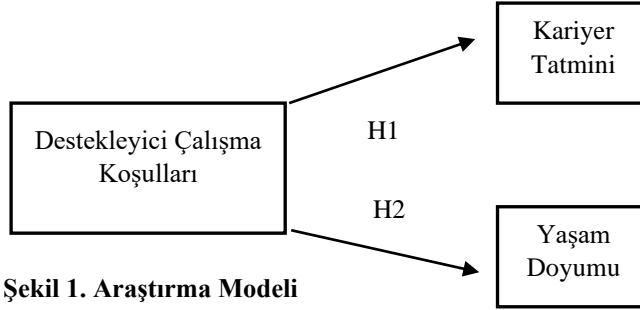
6. Araştırmanın Amacı ve Metodu

Tarım Kredi Kooperatifleri Tekirdağ Bölge Birliği ile bu birliğe bağlı Tekirdağ ili sınırları içerisinde faaliyette bulunan birim kooperatiflerdeki çalışanlar üzerine yapılan bu araştırmada, destekleyici çalışma koşulları, kariyer tatmini ve yaşam doyumunu arasındaki ilişkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırma yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket formunun hazırlanmasında üç ölçekten yararlanılmıştır. Kariyer tatmini ölçeğinde Spurk, Abele ve Volmer (2011)'in, yaşam doyumunu ölçeğinde ise, Pavot ve Diener (1993)'in çalışmalarından yararlanılmıştır. Ölçeklerde tek boyut ve 5 soru bulunmaktadır. Destekleyici koşullara ilişkin sorular Kanten (2013)'nin çalışmasında kullandığı Aile Dostu Politikalar Ölçeğinden alınmıştır. Ölçekte destekleyici koşullar, izin düzenlemeleri ve esnek çalışma koşulları olarak adlandırılan 3 boyut ve 25 ifade bulunmaktadır. Bu çalışmada destekleyici koşullar boyutuna ait 8 ifadeye yer verilmiştir. Araştırmanın yapıldığı dönemde, Tarım Kredi Kooperatifleri Tekirdağ Bölge Birliğine bağlı Tekirdağ ili sınırları içerisinde bulunan 43 birim kooperatifte toplam 114, bölge birliğinde 30 olmak üzere toplamda 144 kişi çalışmaktadır. Anket formu çalışanlara elden iletilmiştir. Bölge birliğinden 23, birim kooperatiflerden ise 97 adet anket geri dönmüş ve toplam 120 anket formu (%83) geçerli kabul edilerek araştırma kapsamına alınmıştır. Ölçeklerde yer alan ifadelerin yanıtları için beş aralıklı likert tipi metrik ifade ("1=hiç katılmıyorum", "2=katılmıyorum", "3=ne katılıyor, ne de katılmıyorum", "4=katılıyorum", "5=tamamen katılıyorum") kullanılmıştır. Ayrıca

anket formuna çalışanların demografik niteliklerini belirlemek amacıyla 7 soru eklenmiştir. Elde edilen veriler SPSS 20 istatistik programı kullanılarak değerlendirilmiştir. Araştırma modelinde belirtilen değişkenler arasındaki ilişkiler faktör, güvenilirlik, korelasyon ve regresyon analizleri ile test edilmiştir.

7. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma amacı doğrultusunda destekleyici çalışma koşulları, kariyer tatmini ve yaşam doyumu arasındaki ilişkilerin test edilmesi için geliştirilen araştırma modeli ve hipotezler aşağıdaki gibidir:



Şekil 1. Araştırma Modeli

H1: Destekleyici çalışma koşulları kariyer tatminini pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

H2: Destekleyici çalışma koşulları yaşam doyumunu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir.

8. Araştırma Bulguları

8.1. Demografik Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerini gösteren tablo aşağıda verilmektedir. Tablo 1'e göre, katılımcıların %69,2'si erkek, %30,8'i kadındır. %79,2'si evli, %20,8'i bekar olup %39,2'si 38-47, %38,3'ü ise 28-37 yaş aralığındadır. Katılımcıların %50'si lisans düzeyinde eğitime sahiptir. %34,2'si 6-10 yıl süredir, %38,3'ü ise 21 yıl ve üstü süredir bu kurumda çalışmaktadır. Katılımcıların %35,8'i kurumlarında orta kademe düzeyde görev alırken, %34,2'si ise memur olarak görev yapmaktadır. Ayrıca katılımcıların %50'si 3001-5000 TL, %40'ı ise 1000-3000 TL gelir düzeyine sahiptir.

Tablo1. Demografik Bulgular

Cinsiyet	Kadın	37 (%30,8)
	Erkek	83 (%69,2)
Medeni Durum	Evli	95 (%79,2)
	Bekar	25 (%20,8)
Yaş	18-27	2 (%1,7)
	28-37	46 (%38,3)
	38-47	47 (%39,2)
	48 ve üstü	25 (%20,8)
Eğitim Düzeyi	Ortaöğretim/Lise	28 (%23,3)
	Önlisans	18 (%15,0)
	Lisans	60 (%50,0)
	Yüksek Lisans/Doktora	14 (%11,7)
Görev	Üst Kademe	2 (%1,7)
	Orta Kademe	43 (%35,8)
	Alt Kademe	3 (%2,5)
	Teknik Eleman	25 (%9,3)
	Memur	41 (%34,2)
	Diğer	6 (%5,0)
Çalışma Süresi	1 yıldan az	1 (%0,8)
	1-5 yıl	18 (%15,0)
	6-10 yıl	41 (%34,2)
	11-15 yıl	6 (%5,0)
	16-20 yıl	8 (%6,7)
	21 yıl ve üstü	46 (%38,3)
Aylık Toplam Gelir	1000-3000	48 (%40,0)
	3001-5000	60 (%50,0)
	5001 ve üstü	12 (%10,0)

8.2. Normallik Testi

Literatürde normallik varsayımı için, Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilks testleri ile çarpıklık ve basıklık değerleri gibi üç farklı kaynak kullanılmaktadır (Şentürk ve Bayraktar, 2018: 31). Bu çalışmada ise çarpıklık ve basıklık değerleri kullanılmıştır. Çarpıklık katsayısının 3'ten küçük, basıklık katsayısının 10'dan küçük olması veri setinin normallik varsayımına uygun olduğunu göstermektedir (Song ve Qu, 2017: 70). Bu doğrultuda, destekleyici çalışma koşulları, kariyer tatmini ve yaşam doyumu ölçeklerindeki maddelerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2 ile +2 aralığında olduğu tespit edilmiş ve veri setinin normallik varsayımına uyduğu kabul edilmiştir.

8.3. Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Destekleyici çalışma koşulları, kariyer tatmini ve yaşam doyumu değişkenlerine ait veriler, ölçeklerin yapısal geçerliliğinin test edilmesi amacıyla faktör analizine sokulmuş ve varimax döndürme yöntemi uygulanmıştır. Destekleyici çalışma koşullarına ait verilere uygulanan temel bileşenler analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu (KMO değeri ,662) göstermiştir. KMO değerinin ,50 ve üzerinde bulunması veri setinin

faktör analizi yapmak için uygun olduğunu göstermektedir (Kalaycı, 2010: 322). Bartlett testi sonucu (93,067; $p < 0,001$) anlamlıdır. Destekleyici çalışma koşullarına ait verilerin faktör analizine sokulması sonucunda özdeğeri 1'den büyük tek faktör çözümü elde edilmiştir. Oluşan faktör, toplam varyansın %52,823'ünü açıklamaktadır. Faktör analizi sonucunda faktör yükünün ,50'nin altında olduğu görülen dört madde ölçek kapsamından çıkarılmıştır. Çünkü faktör analizi neticesinde mümkün olduğunca ,50 ve üzeri faktör yüküne sahip maddelerin seçilmesi önemlidir. Ayrıca literatürde bir faktörde ya da boyutta en az üç madde bulunması, ilgili boyuta yönelik yeterli ölçüde güvenilirlik sağlamak için uygun kabul edilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2018: 321). Destekleyici çalışma koşulları ölçeğinin hesaplanan iç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alpha değeri) ,699 olarak bulunmuştur. Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçeğin ,60 $\leq \alpha < ,80$ değerleri arasında bulunması ölçeğin güvenilir olduğunun göstergesidir (Lorcu, 2015: 208). Bu doğrultuda ölçeğin sosyal bilimler alanında yeterli düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Tablo 2, oluşan faktör ile yüklerini ve hesaplanan iç tutarlılık katsayısını göstermektedir.

Tablo 2. Destekleyici Çalışma Koşulları Ölçeği Faktör Yükleri

Faktör1: Destekleyici Çalışma Koşulları (açıklanan varyans=%52,823; Cronbach's Alpha=,699)	
1.Bu işletmede çalışanların sağlık ve sıhhatleri ön planda tutulmaktadır.	,817
2.Bu işletmede çalışanlara ailevi problemlerini çözmeleri için destek olunmaktadır.	,716
3.Bu işletme çalışanların özel yaşamlarında yerine getirmeleri gereken sorumlulukları olduğunun farkındadır.	,689
4.Bu işletmede çalışanlar birbirlerine yardımcı olmaktadır.	,676

Kariyer tatminine ait verilere uygulanan temel bileşenler analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu (KMO değeri ,861) göstermiştir. Bartlett testi sonucu (383,347; $p < 0,001$) anlamlıdır. Kariyer tatminine ait verilerin faktör analizine sokulması sonucunda özdeğeri 1'den büyük tek faktör çözümü elde edilmiştir. Oluşan faktör, toplam varyansın %72,375'ini açıklamaktadır. Kariyer tatmini ölçeğinin hesaplanan iç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alpha değeri) ,903'dür. Ölçeğin sosyal bilimler alanında yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Tablo 3, oluşan faktörü, yüklerini ve hesaplanan iç tutarlılık katsayısını göstermektedir.

Tablo 3. Kariyer Tatmini Ölçeği Faktör Yükleri

Faktör1: Kariyer Tatmini (açıklanan varyans=%72,375; Cronbach's Alpha=,903)	
1.Genel kariyer hedefime ulaşmada gerçekleştirdiğim gelişmeden memnunum.	,914
2.Kariyer amaçlı hedeflerimde gerçekleştirdiğim ilerlemeden memnunum.	,894
3.Kariyerimde edindiğim başarılardan memnunum.	,851
4.Kariyerime yönelik yeni beceriler edinme amacı taşıyan hedeflerimde gerçekleştirdiğim ilerlemeden memnunum.	,802
5.Gelir amacı taşıyan hedeflerimde gerçekleştirdiğim ilerlemeden memnunum.	,784

Yaşam doyumuna ait verilere uygulanan temel bileşenler analizinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu (KMO değeri ,752) göstermiştir. Bartlett testi sonucu (201,393; $p < 0,001$) anlamlıdır. Yaşam doyumuna ait verilerin faktör analizine sokulması sonucunda özdeğeri 1'den büyük tek faktör çözümü elde edilmiştir. Oluşan faktör, toplam varyansın %56,349'unu açıklamaktadır. Yaşam doyumunu ölçeğinin hesaplanan iç tutarlılık katsayısı (Cronbach Alpha değeri) 0,798'dir. Ölçeğin sosyal bilimler alanında yeterli düzeyde güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir. Tablo 4, oluşan faktörü, yüklerini ve hesaplanan iç tutarlılık katsayısını göstermektedir.

Tablo 4. Yaşam Doyumu Ölçeği Faktör Yükleri

Faktör1: Yaşam Doyumu (açıklanan varyans=%56,349; Cronbach's Alpha=,798)	
1.Birçok açıdan hayatım idealime yakındır.	,789
2.Hayatımdan memnunum.	,773
3.Hayat koşullarım mükemmeldir.	,740
4.Şimdiye dek hayatımda istediğim önemli şeylere sahip oldum.	,727
5.Tekrar dünyaya gelsem hemen hemen hayatımdaki hiçbir şeyi değiştirmezdim.	,722

8.4. Araştırma Hipotezlerine İlişkin Bulgular

Araştırma hipotezlerinde ortaya konulan değişkenler arası ilişkileri belirlemek amacıyla, pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 5 değişkenlerin ortalamalarını ve standart sapmalarını göstermektedir. Değişkenlerin ortalamalarına bakıldığında en düşük ortalamanın yaşam doyumuna ait olduğu görülmektedir. Genel olarak üç değişken açısından da ortalamaların çok da yüksek olmadığı tespit edilmiştir. Tablo 5'te görüldüğü üzere destekleyici koşullara ilişkin ortalama 3,616 ile en yüksek değeri almaktadır. Bu değere göre katılımcıların işyerlerindeki çalışma koşullarını destekleyici bulma noktasına yakın oldukları söylenebilir. Kariyer tatmini ise 3,576'lık bir ortalamaya sahiptir. Buna göre, araştırmaya katılan çalışanların kariyerlerinden nispeten mutluluk duydukları ifade edilebilir. Yaşam doyumunun ortalaması ise 3,323'tür. Bu ortalamaya göre çalışanların yaşamlarını tam anlamıyla ideallerine uygun görmedikleri, buna karşın yaşamlarındaki isteklerinin bir kısmına ulaşabildiklerini düşündükleri sonucuna ulaşılabilir.

Tablo 5. Destekleyici Çalışma Koşulları, Kariyer Tatmini ve Yaşam Doyumu Düzey Ortalamaları

	Ortalama	Standart Sapma
Destekleyici Çalışma Koşulları	3,616	,69204
Kariyer Tatmini	3,576	,80677
Yaşam Doyumu	3,323	,67273

Yapılan korelasyon analizi neticesinde destekleyici çalışma koşullarının hem kariyer tatminini hem de yaşam doyumunu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Tablo 6'da korelasyon analizi sonuçları verilmektedir.

Tablo 6. Korelasyon Matrisi Özet Tablosu

Değişkenler	Destekleyici Koşullar	Kariyer Tatmini	Yaşam Doyumu
Destekleyici Koşullar	1		
Kariyer Tatmini	,478	1	
Yaşam Doyumu	,328		1

**p<0,01

Destekleyici çalışma koşulları ile kariyer tatmini arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonucuna göre, destekleyici koşullar ile kariyer tatmini arasında pozitif yönde ve zayıf düzeyde bir ilişki ($r=,478$, $p<0,01$) belirlenmiştir. Çalışanların destekleyici bir iş ortamına sahip olduklarına ilişkin olumlu görüşleri kariyer tatmin düzeylerini olumlu yönde etkileyecektir. Destekleyici koşullar ile yaşam doyumu arasındaki ilişkiye bakıldığında ise, destekleyici koşullar ile yaşam doyumu arasında pozitif yönde zayıf bir ilişki ($r=,328$, $p<0,01$) tespit edilmiştir.

Korelasyon analizi sonucunda belirlenen ilişkilerin niteliğinin açıklanması amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Destekleyici çalışma koşullarının çalışanların kariyer tatminlerine etkisine ait regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 7’de sunulmaktadır.

Tablo 7. Destekleyici Çalışma Koşullarının Kariyer Tatminine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Bulguları

Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit Sayı	1,560	,347		4,496	,000
Destekleyici Koşullar	,558	,094	,478	5,916	,000

$R^2= ,229$; Düzeltilmiş $R^2= ,222$; $F= 34,998$; $p= ,000$

Bağımlı Değişken: Kariyer Tatmini

Araştırmada destekleyici çalışma koşullarının kariyer tatmini üzerindeki etkisini belirlemek üzere “H1: Destekleyici çalışma koşulları kariyer tatminini pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir” hipotezi kurulmuştur. Tablo 7’de görüldüğü üzere, araştırmanın bağımsız değişkeni olan destekleyici çalışma koşullarının araştırmanın bağımlı değişkeni olan kariyer tatmini düzeyini olumlu yönde etkilediği ($\beta= ,478$) ve iki değişken arasında anlamlı bir ilişki ($F= 34,998$; $p<0,01$) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen R^2 değerine göre, destekleyici çalışma koşulları kariyer tatmin düzeyinin %22,9’unu açıklamaktadır. Daha açık bir ifadeyle, çalışanların kariyer tatmin düzeylerindeki değişkenliğin %22,9’u destekleyici çalışma koşulları tarafından açıklanmaktadır. Bu sonuçlar H1 hipotezini desteklemektedir.

Destekleyici çalışma koşullarının çalışanların yaşam doyum düzeylerindeki etkisini araştırmak üzere “H2: Destekleyici çalışma koşulları yaşam doyumunu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilemektedir” hipotezi kurulmuştur. Hipotezi test etmek amacıyla yapılan regresyon analizi bulguları Tablo 8’de verilmektedir.

Tablo 8. Destekleyici Çalışma Koşullarının Yaşam Doyumuna Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Bulguları

Bağımsız Değişken	B	Standart Hata	β	t	p
Sabit Sayı	2,170	,311		6,972	,000
Destekleyici Koşullar	,319	,085	,328	3,772	,000

$R^2= ,108$; Düzeltilmiş $R^2= ,100$; $F= 14,229$; $p= ,000$

Bağımlı Değişken: Yaşam Doyumu

Tablo 8’de verilen bulgulara göre araştırmanın bağımsız değişkeni olan destekleyici çalışma koşullarının araştırmanın bağımlı değişkeni olan yaşam doyumu düzeyini olumlu yönde etkilediği ($\beta= ,328$) ve iki değişken arasında anlamlı bir ilişki ($F= 14,229$; $p<0,01$) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Destekleyici çalışma koşulları yaşam doyumu düzeyinin %10,8’ini açıklamaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın H2 hipotezi kabul edilmiştir.

9. Sonuç

Tarım Kredi Kooperatifleri Tekirdağ Bölge Birliği ile buraya bağlı Tekirdağ ili sınırları içerisinde faaliyette bulunan birim kooperatiflerdeki çalışanlar ($n=120$) üzerine yapılan bu çalışmada destekleyici çalışma koşulları, kariyer tatmini ve yaşam doyumu arasındaki ilişkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmanın özgünlüğü, kooperatif işletmeler üzerine yapılan çalışmalarda insan faktörünün genellikle ortaklar üzerinden değerlendirilmesi ve çalışanların genellikle dikkate alınmamasından kaynaklanmaktadır. Araştırmada elde edilen sonuçlar aşağıda verilmektedir.

Araştırmada, destekleyici çalışma koşullarının kariyer tatminini ve yaşam doyumunu pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilediği ortaya konulmuştur. Başka bir ifadeyle iş ortamındaki destekleyici koşulların, çalışanların kariyer tatmini ve yaşam doyumu düzeylerini arttırdığı belirlenmiştir. Yapılan regresyon analizi sonuçlarındaki regresyon yükü (B) değerlerinden hareketle, iş ortamında sağlanan destekleyici koşullardaki bir birimlik artışın, çalışanların kariyer tatmin düzeylerinde ,558’lik; yaşam doyumu düzeylerinde ise ,319’luk olumlu bir artışa neden olacağı tespit edilmiştir. Wickramasinghe ve Jayaweera (2010), Mohamad ve Mohamed (2012), Schooreel ve diğerleri (2017)’nin yaptıkları çalışmalarında, örgütlerinden daha fazla destek gördüğünü düşünen ve çalışma ortamlarından mutluluk duyan çalışanların kariyer tatmini ve yaşam doyumu düzeylerinin daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Araştırma sınırlı sayıda çalışan üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın daha büyük örneklerde ve hatta farklı sektörlerde uygulanması, daha kapsamlı ve genellenebilir sonuçlara ulaşılmasını sağlayabilir.

Araştırma sonuçlarından hareketle getirilebilecek öneriler şunlardır:

Araştırmanın yapıldığı örgütlerde destekleyici bir iş ortamının yaratılması hususunda daha da çalışılmasının ve görülen aksaklıkların giderilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu hususta üst yönetimin çalışanların istek ve ihtiyaçlarını

anlaması, onların fikirlerine başvurması, çalışan motivasyonu ve mutluluğunu önemli oranda arttırabilecektir. Bu nedenle, çalışanların bireysel hedefleri göz ardı edilmemeli, bu hedefler işletme hedefleriyle uyumlu hale getirilmeye çalışılmalıdır. Bu bağlamda üst yönetim, çalışanların kariyerlerine ilişkin isteklerini ve hedeflerini anlamaya çalışmalı, bu doğrultuda bir kariyer planlaması faaliyeti ortaya koymalıdır. Bu durum çalışanların motivasyonlarına, verimliliklerine ve örgüte olan bağlılıklarına katkı sağlayabilecektir.

Çalışanların işteki sorumlulukları kadar, özel yaşamlarında da yerine getirmeleri gereken sorumlulukları olduğunun üst yönetim tarafından kabul edildiğinin çalışanlara hissettirilmesi önem arz etmektedir. Çalışanlara kişisel gelişim, zaman yönetimi, ebeveynlik gibi eğitimlerin verilmesi, bağımlı bakımı yardımcıların alanının genişletilmesi, çalışanların iş-aile çatışmalarını azaltmaya destek olurken, onlarda aile hayatına saygı duyan, bu konuda gerekli destekleri sağlayan bir örgütte çalıştıkları algısını da geliştirebilir.

Çalışanların iş ortamlarındaki destekleyici koşullara yönelik algıları düzeyinde üst yönetimin ve hat yöneticilerinin rolünün incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir

Tarım Kredi Kooperatifleri'nin diğer bölge birliklerindeki çalışanlarını da içine alan, daha geniş bir örnekleme konu ele alınabileceği gibi, başka tür kooperatif işletmelerde de konu ele alınarak karşılaştırma yapılabilir.

Destekleyici çalışma koşullarının yaşam doyumu üzerindeki etkisinde, kariyer tatmininin aracılık etkisinin ele alındığı bir çalışma yapılabilir.

Günümüz rekabetçi piyasa koşullarında, tüm işletmelerde olduğu gibi kooperatif işletmelerde de en önemli üretim faktörü emektir. Dolayısıyla işinden ve iş koşullarından memnun, kariyer tatmini ve yaşam doyumu yüksek bir kooperatif çalışanı kooperatif işletmenin başarısına katkı sağlayabilir ve stratejik bir rekabet aracı olabilir. Ayrıca kooperatifçilik ilkelerinden “toplumsal sorumluluk” ilkesi gereği, insan ön planda tutulması gereken en önemli unsurdur.

10. Referanslar

- Adkins, C. L. ve Premeaux, S. F. (2012). Spending time: The impact of hours worked on work-family conflict. *Journal of Vocational Behavior*, 80, 380-389.
- Akhunlar, M. N. (2010). An investigation about the relationship between life satisfaction and loneliness of nursing students in Uşak University. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 5, 2409–2415.
- Aysan, F. ve Bozkurt, N. (2004, Temmuz). *Okul psikolojik danışmanlarının yaşam doyumu, stresle başa çıkma stratejileri ile olumsuz otomatik düşünceleri: İzmir ili örnekleme*. XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı. <https://www.pegem.net/dosyalar/dokuman/411.pdf>
- Büyükgöze, H. ve Kavak, Y. (2017). Algılanan örgütsel destek ve pozitif psikolojik sermaye ilişkisi: Lise öğretmenleri örnekleminde bir inceleme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 23 (1), 1-32.
- Cao, L., Hirschi, A., Deller, J. (2014). Perceived organizational support and intention to stay in host countries among self-initiated expatriates: The role of career

- satisfaction and networks. *The International Journal of Human Resource Management*, 25 (14), 2013-2032.
- Ciric, N. (2013). *Family-friendly work environment? An investigation of women's job stress and satisfaction*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). University of Texas-Pan American, Edinburg.
- Çarıkçı, İ. H. (2001). Örgütlerin aile yaklaşımları çerçevesinde aile dostu örgüt yapıları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 6 (1), 127-138.
- Çetin, C. ve Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14 (28), 157-197.
- Demirel, E. T. (2017). Çift kariyerli eşler (aileler) sorunu. B. Akdemir (Ed.), *İnsan kaynakları yönetiminde güncel yaklaşımlar içinde* (67-89. ss.). Beta Yayınları, İstanbul.
- Doğan, S. ve Şahin, F. (2015). Kendi kendine liderlik stratejilerinin yaşam doyumu üzerine etkileri. S. Doğan (Ed.), *Yaşam doyumu seçme konular içinde* (131-145. ss.). Nobel Yayınları, Ankara.
- Doğru, Ç. (2019). Destekleyici örgüt iklimi, işe bağlılık ve bireysel uyum performansı arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8 (3), 2696-2713.
- Dubey, A. ve Agarwal, A. (2007). Coping strategies and life satisfaction: chronically III patients' perspectives. *Journal of The Indian Academy of Applied Psychology*, 33 (2), 161-168.
- Erdil, O., Keskin, H., İmamoğlu, S. Z., Erat, S. (2004). Yönetim tarzı ve çalışma koşulları, arkadaşlık ortamı ve takdir edilme duygusu ile iş tatmini arasındaki ilişkiler: Tekstil sektöründe bir uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5 (1), 17-26.
- Everest, B. ve Yercan, M. (2016). Kooperatif ortaklarının kooperatifçilik ilkelerini algılamaları üzerine bir araştırma: Tarım kredi kooperatifleri örneği. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 53 (1), 67-73.
- Fiksenbaum, L. M. (2014). Supportive work-family environments: Implications for work-family conflict and wellbeing. *The International Journal of Human Resource Management*, 25 (5), 653-672.
- Güllüoğlu Işık, Ö. ve Koçak, Ö. F. (2014). İletişim fakültesi öğrencilerinin yaşam doyumlarının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 8 (3), 281-300.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri. Felsefe-yöntem-analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Haslett, A., Smith, C. ve Curry, V. (2008). Family friendly work practices at The University of Otago: It's alright here!. *Otago Management Graduate Review*, 6, 21-35.
- Heslin, P. A. (2005). Conceptualizing and evaluating career success. *Journal of Organizational Behavior*, 26, 113-136.
- Hırlak, B., Taşlıyan, M., Sezer, B. (2017). İyimserlik ve yaşam doyumu arasındaki ilişki, demografik özellikler bağlamında algı farklılıkları: Bir alan araştırması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7 (1), 95-116.
- Joo, B. K. ve Park, S. (2010). Career satisfaction, organizational commitment, and turnover intention the effects of goal orientation, organizational learning culture and developmental feedback. *Leadership & Organization Development Journal*, 31 (6), 482-500.

- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kanten, P. (2013). *Family friendly policies in organizations and their effects on work-life balance, work alienation and life satisfaction*. 2nd Annual International Conference on Business, Technology and Innovation, Albania, 30 November-01 December 2013.
- Kanten, P. ve Kanten, S. (2015). İş yaşamının kalitesinin yaşam doyumu üzerindeki etkisinde iş doyumunun aracılık rolü. S. Doğan (Ed.), *Yaşam doyumu seçme konular içinde* (39-72. ss.). Nobel Yayınları, Ankara.
- Kern, M. L., Friedman, H. S., Martin, L. R., Reynolds, C. A., Luong, G. (2009). Conscientiousness, Career Success, and Longevity: A Lifespan Analysis. *Ann. Beh. Med.*, 37, 154-163.
- Kuzulu, E., Kurtuldu, S., Vural, G. Ö. (2013). İş yaşam dengesi ile yaşam doyumu ilişkisi üzerine bir araştırma. *Sakarya İktisat Dergisi*, 2 (5), 88-127.
- Li, Z., You, L., Lin, H., Chan, S. W. (2013). The career success scale in nursing: Psychometric evidence to support the chinese version. *Journal of Advanced Nursing*, 70 (5), 1194-1203.
- Lindfors, P. M., Meretoja, O. A., Töyry, S. M., Luukkonen, R. A., Elovainio, M. J., Leino, T. J. (2007). Job satisfaction, work ability and life satisfaction among finnish anaesthesiologists. *Acta Anaesthesiol Scand*, 51, 815-822.
- Lorcu, F. (2015). *Örneklerle veri analizi SPSS uygulamalı*. Ankara. Detay Yayıncılık.
- Mohamad, M. ve Mohamed, W. N. (2012). A model of quality of work life, life satisfaction and service quality. *Asian Journal of Business Research*, 2 (2), 38-51.
- Moon, S. Y. ve Roh, J. (2010). Balancing work and family in South Korea's public organizations: Focusing on family-friendly policies in elementary school organizations. *Public Personnel Management*, 39 (2), 117-131.
- Okurame, D. E. ve Fabunmi, R. (2014).). Protean and boundaryless careers exploring the role of mentoring and gender in the context of a major african country. *Career Development International*, 19 (1), 73-100.
- Onyishi, I. E. ve Okongwu, O. E. (2013). Personality and social support as predictors of life satisfaction of Nigerian prisons officers. *The Social Sciences*, 8 (1), 5-12.
- Özdemir, G. (2016). *Kooperatifçilik*. Ankara: Nobel akademik yayıncılık.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *DEÜİİBF Dergisi*, 18 (2), 113-130.
- Öztürk, U. C. (2017). Kariyerde kuşak vs. toprak: Kariyer algısında doğulan coğrafi konum ve kuşağın etkisi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5 (5), 155-165.
- Pavot, W. ve Diener, E. (1993). Review of the satisfaction with life scale. *Psychological Assessment*, 5 (2), 164-172.
- Rhoades, L. ve Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87 (4), 698-714.
- Sakal, Ö. ve Yıldız, S. (2015). Bireycilik ve toplulukçuluk değerleri, kariyer çapaları ve kariyer tatmini ilişkisi. *Journal of Yasar University*, 10 (40), 6612-6623.

- Santilli, S., Nota, L., Ginevra, M. C., Soresi, S. (2014). Career adaptability, hope and life satisfaction in workers with intellectual disability. *Journal of Vocational Behavior*, 85, 67–74.
- Schooreel, T., Shockley, K. M., Verbruggen, M. (2017). What if people's private life constrained their career decisions? Examining the relationship between home-to-career interference and career satisfaction. *Career Development International*, 22 (2), 124-141.
- Spurk, D., Abele, A. E., Volmer, J. (2011). The career satisfaction scale: Longitudinal measurement invariance and latent growth analysis. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 84, 315-326.
- Spurk, D., Abele, A. E., Volmer, J. (2015). The career satisfaction scale in context: A test for measurement invariance across four occupational groups. *Journal of Career Assessment*, 23 (2), 191-209.
- Şentürk, F. K. ve Bayraktar, E. (2018). İş-aile çatışmasının çalışanların iş ve yaşam tatminleri üzerindeki etkisi. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 9 (1), 24-41.
- Taşhyan, M., Arı, N. Ü., Duzman, B. (2011). İnsan kaynakları yönetiminde kariyer planlama ve kariyer yönetimi: İİBF öğrencileri üzerine bir alan araştırması. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 231-241.
- Türkay, O. ve Eryılmaz, B. (2010). Kariyer değerleri ve kariyer yolu tercihleri ilişkisi: Türk turizm sektöründen örnekler. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, 24, 179-199.
- Voicu, B. ve Pop, C. (2011). Measurement Models of Life Satisfaction: A Structural Equation Modeling Approach. *Calitatea Vietii*, XXII (2), 137-154.
- Wang, Y., Horng, J., Cheng, S., Killman, L. (2011). Factors influencing food and beverage employees' career success: A contextual perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 30: 997– 1007.
- Wickramasinghe, V. ve Jayaweera, M. (2010). Impact of career plateau and supervisory support on career satisfaction a study in offshore outsourced IT firms in Sri Lanka. *Career Development Intern*

TÜRLERİNE GÖRE TRANSFER HARCAMALARININ EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TÜRKİYE İÇİN BİR UYGULAMA

THE EFFECT OF TRANSFER EXPENDITURES TYPES ON ECONOMIC GROWTH: AN ANALYSIS FOR TURKEY

Buket ALTINÖZ⁽¹⁾, Mehmet ALTUNTAŞ⁽²⁾

Öz: Çalışmanın amacı Türkiye’de 1991-2016 dönemindeki transfer harcamalarının ekonomik büyümeye etkisinin araştırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda transfer harcamaları sosyal güvenlik harcamaları, iç ve dış borç faiz ödemeleri ve diğer transferler olarak sınıflandırılarak yıllık GSYH artış oranı üzerine etkileri ARDL sınır testi ile analiz edilmiştir. Elde edilen sonuçlar hem kısa hem de uzun dönemde ekonomik büyüme üzerinde sosyal güvenlik harcamalarının pozitif bir etkisi olduğunu göstermiştir. Diğer taraftan kısa dönemde iç borç faiz ödemelerinin ekonomik büyümeyi azalttığı tespit edilmiştir. İç borç faiz ödemelerinin kısa dönemde ortaya çıkardığı bu etki sosyal güvenlik harcamalarının gerek kısa gerekse uzun vadeli pozitif etkisinden daha büyüktür.

Anahtar Kavramlar: Transfer Harcamaları, Ekonomik Büyüme, ARDL, Türkiye.

Abstract: The aim of this study is to investigate the effect of transfer spending on economic growth in Turkey period from 1991 to 2016. For this purpose, transfer expenditures are classified as social security expenditures, internal and external debt interest payments, other transfers and the effects on the annual GDP growth rate is analyzed by the ARDL bound analysis. The results illustrate that social security expenditures have a positive effect on economic growth both short and long run. On the other hand, domestic debt interest payments negatively affect economic growth in the short run. The effect of domestic debt interest payments in the short run is greater than the positive effect of both and long run social security expenditures.

Keywords: Transfer Expenditures, Economic Growth, ARDL, Turkey.

JEL: Q11; H53; C22.

1. Giriş

Dünya üzerinde geçmişten günümüze birçok ülkenin başlıca iktisadi hedefleri arasında yer alan sürekli ve kalıcı bir ekonomik büyümenin sağlanması konusu ve ekonomik büyümeye etkisi olabilecek faktörlerin belirlenmesi bu alanda oldukça geniş bir literatür ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda devletin ekonomideki yeri ve kullandığı araçlar ile ekonomiye müdahalesinin büyümeye olan etkileri pek çok çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

Hükümetin önemli bir müdahale aracı olan kamu harcamalarının bileşiminde yer alan transfer harcamaları, genel olarak devletin karşılığında herhangi bir mal veya

⁽¹⁾ Nişantaşı Üniversitesi, Nişantaşı Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları;

buket.altinoz@nisantasi.edu.tr; ORCID: 0000-0002-4276-4821

⁽²⁾ Nişantaşı Üniversitesi, Nişantaşı Meslek Yüksekokulu, Lojistik; mehmet.altuntas@nisantasi.edu.tr; ORCID: 0000-0003-2040-3168

Geliş/Received: 03-12-2019; Kabul/Accepted: 07-10-2020

hizmet satın almadığı harcamalar olarak tanımlanabilir. Sosyal yardımlar, sosyal güvenlik ödemeleri, iktisadi ve mali transferler ile borç faiz ödemeleri önemli transfer harcaması türlerindedir. Türkiye’de 2004 yılında Analitik Bütçe Sınıflandırma sistemine geçilmesi ve harcamaların kurumsal, fonksiyonel, ekonomik ve finansman tipi sınıflandırma şeklinde ayrıma tabi tutulmasına imkân verirken, ekonomik sınıflandırmadaki harcamalar 1973-2004 yılları arasında geçerli olan Program Bütçe Sistemindeki gibi cari, yatırım ve transfer harcamaları şeklinde gruplandırılmamaktadır. Dolayısıyla transfer harcamalarını diğer kamu harcamalarından kesin bir şekilde ayırt etmenin güçlüğü bu harcama grubunun ekonomik büyüme üzerindeki etkisini tespit etmeye yönelik Türkiye için yapılan çalışma sayısını sınırlamıştır. Bu nedenle çalışmanın hipotezi literatürde yer alan çeşitli ülke örneklemeleri için yapılmış çalışmalardan yola çıkılarak oluşturulmuştur. Bu doğrultuda yapılan çalışmalarda yaygın olarak hükümet transferlerinin sosyal koruma ile ekonomik verimlilik arasında bir pazarlık niteliğinde olması nedeniyle ekonomik büyümeyi olumsuz yönde etkileyeceği görüşüne rastlanmaktadır (Churchill ve Yew, 2017:270). Böylece transfer harcamaları ile ekonomik büyüme arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu hipotezi doğrultusunda çalışmanın amacı, transfer harcamalarının ekonomik büyümeye nasıl bir etkide bulunacağını araştırılmasıdır. Çalışmada bu konuda Türkiye için yapılmış olan araştırmaların sınırlı olması nedeniyle söz konusu literatüre katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Ayrıca transfer harcamalarının sosyal güvenlik harcamaları, iç ve dış borç faiz ödemeleri ve diğer transferler şeklinde gruplandırılarak her bir transfer harcaması türünün etkisinin tespit edilmesi ile de literatüre katkı sağlanacaktır.

Transfer harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini Türkiye açısından ele alan bu çalışma esas olarak dört bölümden oluşmaktadır. Öncelikle konunun önemi ve çalışmanın amacının belirtildiği giriş kısmı yer almaktadır. İkinci kısımda devlet transferlerinin ekonomik büyümeye yönelik etki kanalları teorik çerçevede ele alınmıştır. Üçüncü kısımda konu ile ilgili mevcut literatür incelenmiş ve söz konusu ilişkinin sınırdığı çalışmalar hakkında detaylı bilgi verilmiştir. İzleyen bölümde çalışmada kullanılan veri seti ve analiz yöntemi belirtilmiş, söz konusu ilişki Türkiye için 1991-2016 verileri kullanılarak test edilmiş, ardından analiz sonucunda elde edilen bulgular anlatılmıştır. Son olarak çalışmanın sonuç kısmında elde edilen bulgulara yönelik genel yorumlar ve genel politika çıkarımlarına yer verilmiştir.

2. Transfer Harcamalarından Ekonomik Büyümeye Doğru Potansiyel Etki Kanalları

Hükümet transferlerinin ekonomik büyümeye etkisi farklı etkileşim mekanizmaları ile ortaya çıkabilmektedir. İktisat yazınında emeklilik dönemindeki tüketim için aktif çalışma yıllarında yapılacak tasarrufların önemi kabul edilmektedir. Sosyal güvenlik ödemeleri çalışılmayan dönem tüketimlerini karşılayacak bir gelir olması niteliği ile söz konusu tasarrufların azalmasına yol açmaktadır. Tasarruflardaki bu azalış ise sermaye birikiminin oluşumunu zedeleyerek büyümeyi olumsuz yönde etkilemektedir (Feldstein, 1974:906). Sosyal güvenlik sisteminin büyümeye olumlu etkisi yönündeki karşıt bir yaklaşım sosyal güvenliğin çocuk başına beşeri sermaye yatırımını artırarak ekonomik büyümeyi hızlandıracağı şeklindedir (Zhang, 1995:210). Dolayısıyla devletin sosyal güvenlik harcamaları geleceğe yönelik bir

garanti niteliğinde olması ile hane halkının tasarruf eğilimini azaltırken, bir beşeri sermaye yatırımı olması yönü ile olumlu etkiler ortaya çıkarmaktadır.

Bir başka transfer harcaması türü kamu emeklilik fonlarıdır. Yaşam döngüsü modelinden yola çıkarak yapılan bazı çalışmalarda (Kuhn ve Davies, 1987; Philipson ve Becker, 1998) sosyal güvencenin daha uzun yaşam süresi ve yaşam boyu harcamaların gerçekleştirilebilmesi için yapılacak olan sağlık harcamalarını teşvik ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla uzun vadede ekonomik performans üzerinde olumlu bir etki söz konusu olacaktır. Öte yandan emeklilik ve sağlık sübvansiyonlarının yaşam beklentisini artırırken, tasarrufları ve gelecekteki üretimleri olumsuz yönde etkileyeceği görüşü de literatürde yer almaktadır (Zhang vd., 2006:87). Sonuçta kamu emeklilik fonları gibi sosyal güvenceler insanların yaşam ömrünü uzatmanın ötesinde tasarruflar aracılığıyla ekonomiye farklı şekillerde etki edebilecek bir transfer türüdür.

Hükümet transferlerinin bir başka işlevi gelir eşitsizliğini azaltmaktır. Bu tür transferler yüksek gelirli ve düşük gelirli kesim arasındaki kaynak dağılımını değiştirerek eşitsizliği azaltır. Ancak böyle bir transferi finanse etmek için başvuru vergiler işgücü arzını ve tasarrufları azaltmaktadır. Bu şekilde çalışmayı ve yatırımlara teşviki azaltan vergiler kaçınılmaz olarak büyümeye olumsuz yönde etki etmektedir (Churchill ve Yew, 2017:271). Buna karşılık daha düşük bir yeniden dağıtım oranının beşeri veya fiziksel sermayeye yapılan yatırımlarla ilgili servet kısıtlamaları nedeniyle gelecek gelir eşitsizliğini artırması olasıdır (Benabou, 2000:119). Dolayısıyla sosyal transfer mekanizmaları genel gelir dağılımı adaletsizlikleri ve gruplar arasındaki gelir dinamiklerindeki artışın önlenmesinde önemli bir rol oynarken, sosyal istikrarı sağlayıp politik karışıklıkları azaltma aracılığıyla bir sonraki dönemde güçlü bir büyüme performansı ile sonuçlanacaktır (Keane ve Prasad, 2000:25).

Türk bütçe sisteminde sosyal ve mali transferlerden farklı olarak borç faiz ödemeleri transfer harcaması olarak değerlendirilmektedir. Faiz ödemelerinin ekonomiye olan yansımaları oldukça çeşitli ve karmaşıktır. Transfer harcamaları içerisinde borç faiz ödemelerinin ağırlığının fazla olması ekonomik büyümeyi olumsuz yönde etkilerken (Yılmaz ve Kaya, 2005:268), devlete borç veren ekonomik birime göre sonuçlar farklılık gösterebilmektedir.

3. Literatür İncelemesi

Bir önceki bölümde yapılan açıklamalar transfer harcamaları ile ekonomik büyüme arasında farklı etkileşim kanalları olabileceğini ve bu harcama türünün ekonomik büyümeye etkisinin pozitif, negatif veya nötr olabileceğini ima etmektedir.

Öncelikle uluslararası literatür araştırması yapılarak konuya ilişkin yapılmış ve yapılacak olan analizlerin temeli niteliğindeki erken dönem çalışmalar incelenmiştir. Korpi (1985) 18 OECD ülkesine ait 1950-1973 dönemi verileri ile bir panel regresyon analizi yapmış ve refah devleti harcamalarının ekonomik büyümeyi olumsuz yönde etkileyeceğine dair bir sonuca ulaşılmamıştır. Landau (1985) 16 gelişmiş ülke için 1952-1976 verilerini kullanarak yaptığı analiz sonucunda transfer harcamalarının büyümeye olumsuz etkisinin diğer harcamalara göre daha az olduğu ifade edilmiştir. Landau (1986) 1960-1980 dönemi verilerini kullanarak 65 az

gelişmiş ülke için yaptığı çalışma sonucunda ise transfer harcamalarının ekonomik büyümeyi etkilediğine dair anlamlı kanıtlar elde edilememiştir.

Barro (1989) 98 ülkeye ait 1960-1985 dönemi verilerini kullanarak bir analiz yapmıştır. Yapılan panel veri regresyon analizi sonucunda hükümet transferlerinin büyümeye olumlu etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sala-i Martin (1995) gelişmiş ve gelişmekte olan 75 ülke için 1970-1985 dönemi verileri ile yaptığı analizde benzer sonuçlara ulaşmıştır. Miller ve Russek (1993) gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere ait 1975-1984 dönemi verileri ile bir panel veri analizi yapmış ve negatif yönlü bir ilişki tespit etmişlerdir. Persson ve Tabellini (1994) OECD ülkeleri için En Küçük Kareler yöntemini kullanarak yaptıkları analizde transferlerin büyüme üzerinde anlamlı bir etkisi olduğuna yönelik bulgulara rastlamamışlardır. Hansson ve Henrekson (1994) 1970-1987 dönemine ait az gelişmiş ülke verilerinden hareketle bir panel regresyon uygulamışlardır. Analiz sonucunda transfer harcamalarından ekonomik büyümeye doğru istatistiksel olarak anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varmışlardır.

Cashin (1995) 23 gelişmiş ülke için 1971-1988 dönemi verileri ile yaptığı analiz sonucunda transfer harcamalarının ekonomi büyümeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Singh ve Weber (1997) gelişmiş bir ülke grubunu ele alarak 1950-1994 yılları arasındaki verilerle yaptığı analiz sonucunda iki değişken arasında pozitif yönlü fakat istatistiksel olarak anlamsız bir ilişki tespit etmişlerdir. Benzer sonuçlara Diamond (1998) bir az gelişmiş ülke grubuna ait 1980-1985 dönemi verileri ile ve Enrich ve Zhong (1998) gelişmiş ve gelişmekte olan 49 ülkenin 1960-1989 verilerini kullanarak ulaşmışlardır. Kneller vd. (1999) ise 1970-1995 dönemi için 22 OECD ülkesine yönelik yaptıkları regresyon analizi sonucunda transfer harcamalarının büyümeyi olumsuz olarak etkileyeceğini ifade etmişlerdir.

Belletini ve Ceroni (2000) sosyal güvenlik harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi 61 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke grubu ve 20 sanayileşmiş ülke için araştırmışlardır. 1960-1990 dönemi için yapılan analizde iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Auteri ve Constantini (2004) 20 İtalyan bölgesinin 1970 ile 1995 yılları arasındaki verilerini kullanarak yaptıkları analizde kamu transferlerinin ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği konusunda anlamlı sonuçlar elde edememişlerdir. Gupta vd. (2005) 39 düşük gelirli ülkenin 1990-2000 dönemi verileri ile yaptıkları analizde istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşamamışlardır. Afonso ve Furceri (2010) OECD ve Avrupa Birliği ülkelerinden oluşan 28 ülkenin 1974-2004 verileri ile bir analiz yapmışlardır. Buna göre transferler yalnızca Avrupa Birliği ülkelerinde büyüme üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Afonso ve Jalles (2013) seçilmiş gelişmiş ve gelişmekte olan ülke grubunun 1970-2008 verilerini kullanarak yaptıkları analizde ise istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşamamışlardır.

Türkiye için yapılmış çalışmalar da uluslararası literatürle benzer şekilde iki değişken arasındaki ilişkiye yönelik farklı sonuçlara sahiptir. Kar ve Taban (2003) Türkiye'ye ait 1971-2000 yılları arasındaki verilerden hareketle kamu harcamalarının dağılımının ekonomik büyümeye etkisini bir eş bütünlüşme analizi ile araştırmışlardır. Yapılan analiz sonucunda sosyal güvenlik harcamalarının ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Yılmaz ve Kaya (2005) 1975-2003 dönemi Türkiye verileri ile yaptıkları analizde büyük

çoğunluğu borç faiz ödemelerinden oluşan transfer harcamaları ile ekonomik büyüme arasında negatif ve istatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşmışlardır. Arısoy (2005) 1950-2003 dönemine ait verilerle bir Engle-Granger ve Johansen eş bütünleşme testleri uygulamışlardır. Uzun dönemde ekonomik büyümeden cari, yatırım, transfer ve transfer dışı harcamalara doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Ayrıca harcamaların yatırım, cari ve transfer olarak ekonomik tasnife göre ele alındığı bu çalışmada transfer harcamalarının ekonomik büyümede önemli bir rol oynamadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Altay ve Altın (2008) yaptıkları çalışmada 1985-2005 dönemini kapsayan yıllık veriler kullanmışlardır. Elde edilen sonuçlarda transfer harcamalarındaki artışın ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkileyeceği görülmüştür. Başar vd. (2009) 1975 ile 2005 yılları arasındaki dönem ele alınmıştır. ARDL sınır testi yaklaşımının uygulandığı analiz sonuçlarına göre cari, yatırım ve transfer harcamaları ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Aytaç ve Güran (2010) 1987-2005 dönemi verilerini kullanarak bir VAR analizi uygulamışlardır. Analiz sonucunda ekonomik büyüme ile transfer harcamaları arasında bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır. Arısoy vd. (2010) 1960-2005 dönemi için sosyal harcama bileşenlerini ekonomik büyüme ile olan etkileşimlerini analiz etmişlerdir. Johansen-Juselius eş bütünleşme testinin uygulandığı çalışmada transfer harcaması niteliğinde olan sosyal koruma harcamalarının ekonomik büyümeye olumlu etkide bulunduğu yönünde sonuçlar elde edilmiştir.

Yüksel ve Songur (2011) 1980-2010 dönemi için eş bütünleşme ve nedensellik analizleri uygulamışlardır. Söz konusu çalışmada kamu harcamaları cari, yatırım, borç faiz ödemeleri ve diğer transfer harcamaları şeklinde ayrıma tabi tutulmuştur. Analizden elde edilen sonuçlara göre ekonomik büyüme faiz ödemeleri hariç diğer tüm seriler ile eş bütünleşik iken, diğer transfer harcamaları ile ekonomik büyüme arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır. Gül ve Yavuz (2011) 1963-2008 verileri ile söz konusu ilişkiyi tespit etmek amacıyla birim kök testi, eş bütünleşme testi ve Granger nedensellik testi uygulamışlar ve transfer harcamalarından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisine ulaşmışlardır. Kanca (2011) 1980-2008 dönemine ait verilerle uyguladığı Engle-Granger eş bütünleşme ve Granger nedensellik testi sonuçlarına göre kısa dönemde cari, yatırım ve transfer harcamalarından oluşan kamu harcamaları GSMH'yı artırmaktadır.

Mızırak ve Üçler (2012) Türkiye'de kamu harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisini 1970-2009 dönemi verilerini kullanarak ARDL sınır testi yöntemi ile analiz etmişlerdir. Analiz sonucunda transfer harcamalarının büyüme üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Yilgör vd. (2012) 1980-2010 dönemi verileri ile VAR analizi uygulamışlardır. Analiz sonucunda cari, transfer ve toplam harcamalardan ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik olduğunu sonucuna varmışlardır. Korkmaz (2013) Türkiye'ye ait üç aylık verilerden hareketle 1998:01-2011:04 dönemi için kamu harcamaları ile ekonomik büyüme ilişkisini incelemiştir. Granger nedensellik analizinin uygulandığı çalışma sonuçlarına göre kamu harcamaları ekonomik büyüme üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiye sahiptir. Olumsuz etki iç borçlanma kanalı ile ortaya çıkmaktadır. Buna göre özel sektör fon arzındaki daralma ve faiz oranlarındaki artış özel sektör yatırımlarının azalmasına neden olabilir. Kolçak vd. (2015) 1984-2014 yılları

arasındaki verilerden hareketle VAR analizi uygulamışlardır. Analiz sonucunda transfer harcamalarının GSYH'ı çok fazla etkilemediği sonucuna ulaşmışlardır.

Dişbudak (2017) 2002-2014 dönemi verilerinden hareketle en küçük kareler yöntemi uygulamıştır. Çalışma sonucunda sosyal harcamalar ve ücret artışlarının gelir dağılımı ve böylece refahı olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir. Tulumce ve Yayla (2017) söz konusu ilişkiyi 1988-2010 dönemi için VAR ve Granger nedensellik analizleri ile test etmişlerdir. Analizden elde edilen bulgular transfer harcamalarının yüzde 40'ının büyüme ile, büyümenin yüzde 12'sinin ise transfer harcamaları ile açıklandığı yönündedir. Sosyal güvenlik harcamalarının büyümeye etkisi ise negatiftir. Tulumce ve Zeren (2017) Türkiye'nin 1974-2014 yılları arasındaki verilerini kullanarak bir asimetrik nedensellik testi uygulamışlardır. Analiz sonucunda transfer harcamalarından büyümeye doğru bir nedensellik tespit edilememiştir. Yavuz ve Ergen (2017) 1975-2014 verileri ile uyguladıkları VAR analizi ile transfer harcamalarındaki yüzde 1 'lik bir artışın ekonomik büyümede yüzde 1.28 oranında bir azalışa yol açtığını gözlemlemişlerdir.

Tablo 1. Ampirik Literatür Özeti

Çalışma	Ülke	Dönem	Yöntem	Bulgular
Korpi (1985)	18 OECD ülkesi	1950-1973	Panel regresyon	Refah devleti harcamaları ekonomik büyümeyi negatif yönde etkiler.
Landau (1985)	16 gelişmiş ülke	1952-1976	Panel regresyon	Transfer harcamaları büyümeyi olumsuz yönde etkiler.
Landau (1986)	65 az gelişmiş ülke	1960-1980	EKK	İstatistiksel olarak anlamlı sonuçlara ulaşamamıştır.
Barro (1989)	98 ülke	1960-1985	Panel regresyon	Transfer harcamaları büyümeyi olumlu yönde etkiler.
Sala-i Martin (1995)	75 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke	1970-1985	EKK	Transfer harcamaları büyümeyi olumlu yönde etkiler.
Miller ve Russek (1993)	44 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke	1975-1984	Panel regresyon	Transfer harcamaları ile büyüme arasında negatif yönlü bir ilişki vardır.
Persson ve Tabellini (1994)	OECD ülkeleri	1830-1850 ve 1970-1985	EKK	Anlamlı sonuçlara ulaşamamışlardır.
Hansson ve Henrekson (1994)	14 OECD ülkesi	1970-1987	Panel regresyon	Transfer harcamaları ekonomik büyümeyi negatif yönde etkiler.
Cashin (1995)	23 gelişmiş ülke	1971-1988	Panel regresyon	Transfer harcamaları ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkiler.
Singh ve Weber (1997)	Gelişmiş ülke grubu	1950-1994	EKK	İki değişken arasındaki pozitif, fakat istatistiksel olarak anlamsız bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.
Diamond (1998)	Az gelişmiş ülke grubu	1980-1985	EKK	İki değişken arasındaki pozitif, fakat istatistiksel olarak anlamsız bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır.
Enrlich ve Zhong (1998)	49 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke	1960-1989	Panel regresyon	İki değişken arasındaki pozitif, fakat istatistiksel olarak anlamsız bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır.
Kneller vd. (1999)	22 OECD ülkesi	1970-1995	Panel regresyon	Transfer harcamaları büyümeyi negatif yönde etkiler.
Belletini ve Ceroni (2000)	61 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ve 20 sanayileşmiş ülke	1960-1990	Panel veri, EKK, İki Aşamalı EKK, Genelleştirilmiş EKK	İki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki vardır.

Auteri ve Constantini (2004)	20 İtalyan bölgesi	1970-1995	Panel veri, EKK	Anlamli sonuçlar elde edememişlerdir.
Gupta vd. (2005)	39 düşük gelirli ülke	1990-2000	Panel regresyon	Anlamli sonuçlar elde edememişlerdir.
Afonso ve Furceri (2010)	28 OECD ve AB ülkesi	1974-2004	Panel regresyon	Transferler sadece AB ülkelerinde büyümeyi olumlu yönde etkiler.
Afonso ve Jalles (2013)	Gelişmiş ve gelişmekte olan ülke grubu	1970-2008	Panel veri, Granger nedensellik analizi	Anlamli sonuçlar elde edememişlerdir.
Kar ve Taban (2003)	Türkiye	1971-2000	Engle-Granger eş bütünleşme analizi	Sosyal güvenlik harcamaları ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkiler.
Yılmaz ve Kaya (2005)	Türkiye	1975-2003	Regresyon analizi	Transfer harcamaları ile ekonomik büyüme arasında negatif yönlü ilişki vardır.
Arısoy (2005)	Türkiye	1950-2003	Engle-Granger ve Johansen eş bütünleşme analizleri	Transfer harcamaları ekonomik büyümede önemli rol oynamamaktadır.
Altay ve Altın (2008)	Türkiye	1985-2005	İki sektörlü üretim fonksiyonu	Transfer harcamaları ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkiler.
Başar vd. (2009)	Türkiye	1975-2005	ARDL	Cari, yatırım ve transfer harcamaları ile büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki yoktur.
Aytaç ve Güran (2010)	Türkiye	1987-2005	VAR analizi	Büyüme ile transfer harcamaları arasında bir nedensellik ilişkisine rastlanmamıştır.
Arısoy vd. (2010)	Türkiye	1960-2005	Johansen-Juselius eş bütünleşme analizi	Sosyal koruma harcamaları ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkiler.
Yüksel ve Songur (2011)	Türkiye	1980-2010	Engle-Granger eş bütünleşme testi, Granger nedensellik testi	Transfer harcamaları ile ekonomik büyüme arasında bir nedensellik ilişkisi bulunmamaktadır.
Gül ve Yavuz (2011)	Türkiye	1963-2008	Johansen eş bütünleşme analizi, Granger nedensellik analizi	Transfer harcamalarından ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi vardır.
Kanca (2011)	Türkiye	1980-2008	Engle-Granger eşbütünleşme, Granger nedensellik testi	Kısa dönemde pozitif yönlü bir ilişki vardır.
Mızırak ve Üçler (2012)	Türkiye	1970-2009	ARDL	Transfer harcamalarının büyüme üzerinde negatif yönlü etkisi vardır.
Yilgör vd. (2012)	Türkiye	1980-2010	VAR analizi	Cari, transfer ve toplam harcamalardan ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi vardır.
Korkmaz (2013)	Türkiye	1980:01-2011:04	Granger nedensellik analizi	İç borçlanma arttıkça yatırımlar azalır ve böylece büyümeye olumsuz bir etki ortaya çıkar.
Kolçak vd. (2015)	Türkiye	1984-2014	VAR analizi	Transfer harcamalarının GSYH üzerinde çok fazla etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.
Dişbudak (2017)	Türkiye	2002-2004	EKK	Sosyal harcamalar refahı olumlu yönde etkiler.
Tülümce ve Yayla (2017)	Türkiye	1988-2010	VAR ve Granger nedensellik analizi	Büyümenin % 12'si transfer harcamaları ile açıklanmaktadır.
Tülümce ve Zeren (2017)	Türkiye	1974-2014	Asimetrik nedensellik testi	Transfer harcamalarından büyümeye doğru bir nedensellik tespit edilememiştir.
Yavuz ve Ergen (2017)	Türkiye	1975-2014	VAR	Transfer harcamalarındaki % 1'lik artış büyümeyi % 1.28 oranında azaltır.

4. Veri Seti, Model ve Ekonometrik Metodoloji

Çalışmada transfer harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi Türkiye’ye ait 1991-2016 dönemi için yıllık veriler kullanılarak test edilmiştir. GSYH’ye etkisi bakımından analize dâhil edilen temel açıklayıcı değişken niteliğindeki transfer harcamalarına ait veriler Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü “Bütçe Gerçekleşmeleri ve Bütçe Büyüklükleri” istatistiklerinden, bağımlı değişken olarak kullanılan yıllık GSYH artış oranları ise Dünya Bankası veri tabanından temin edilmiştir. 2004 yılında analitik bütçe sınıflandırmasına geçilmiş olması nedeniyle veriler 1991-2003 dönemi transfer harcamaları ve 2004-2016 dönemi transfer harcamaları olarak iki ayrı dönem için elde edilmiş ve sosyal güvenlik ödemeleri, iç ve dış borç faiz ödemeleri ve diğer transferler şeklinde bir gruplandırma yapılmıştır. Söz konusu transfer harcaması türleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemek için temel model şu şekilde oluşturulmaktadır:

$$\log_gsyh_t = \alpha_i + \beta_1 \log_sgh_gsyh_t + \beta_2 \log_ibf_gsyh_t + \beta_3 \log_dbf_gsyh_t + \beta_4 \log_dt_gsyh_t + \mu_t \quad (1)$$

Tüm değişkenler modele logaritmik olarak dâhil edilmiştir. Bağımlı değişken (\log_gsyh_t) yıllık GSYH artış oranını ifade etmektedir. Transfer harcamasını temsil eden tüm bağımsız değişkenlerin GSYH içindeki payı hesaplanmış olup, sırasıyla sosyal güvenlik harcamaları ($\log_sgh_gsyh_t$), iç borç faiz ödemeleri ($\log_ibf_gsyh_t$), dış borç faiz ödemeleri ($\log_dbf_gsyh_t$) ve diğer transfer harcamalarıdır ($\log_dt_gsyh_t$). Diğer transfer harcamaları 2004 öncesi dönem için BUMKO istatistiklerinden elde edilmiş, 2004 yılı sonrası için ise sosyal güvenlik ödemeleri ve borç faiz ödemelerinin dışındaki transfer harcaması kalemleri olan cari transferler ve sermaye transferlerinin toplanması ile hesaplanmıştır.

Söz konusu ilişkiyi analiz etmek için çalışmada ARDL sınır testi yaklaşımı uygulanmıştır. Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen bu yaklaşım kısa ve uzun dönem ilişkileri analiz etmeyi sağlamaktadır. Ayrıca yöntemi diğer eş bütünleşme testlerinden ayıran önemli bir özelliği serilerin farklı derecelerde durağan olmaları durumunda ve serilere önceden birim kök testi yapılmaması durumunda da uygulanabilir olmasıdır. Bu avantajlar doğrultusunda ARDL modeli şu şekilde oluşturulmaktadır:

$$\Delta \log_gsyh_t = \alpha + \sum_{i=1}^z \beta_{1i} \Delta(\log_sgh_gsyh)_{t-i} + \sum_{i=0}^z \beta_{2i} \Delta(\log_ibf_gsyh)_{t-i} + \sum_{i=0}^z \beta_{3i} \Delta(\log_dbf_gsyh)_{t-i} + \sum_{i=0}^z \beta_{4i} \Delta(\log_dt_gsyh)_{t-i} + \beta_5(\log_gsyh)_{t-1} + \beta_6(\log_sgh_gsyh)_{t-1} + \beta_7(\log_ibf_gsyh)_{t-1} + \beta_8(\log_dbf_gsyh)_{t-1} + \beta_9(\log_dt_gsyh)_{t-1} + \varepsilon_t \quad (2)$$

Denklemden Δ bağımlı ve bağımsız değişkenlerin gecikmeleri arasındaki farkı ifade eder. Bağımlı ve bağımsız değişkenlerdeki her bir gecikme arasındaki fark kısa dönem dinamikleri ve bu dinamikler bağımlı değişkende ortaya çıkabilecek değişimleri gösterir. Uzun dönem dinamikler ise her bir gecikme değeri katsayısının, bağımlı değişkenin katsayısına oranlanması ile bulunur.

ARDL model temel hipotezleri şu şekilde kurulur:

$$H_0 = \beta_5 = \beta_6 = \beta_7 = \beta_8 = \beta_9 = 0 \quad (\text{Eş bütünleşme yoktur})$$

$$H_1 = \beta_i \text{'lerden en az biri sıfırdan farklıdır} \quad (\text{Eş bütünleşme vardır})$$

Bu hipotezleri test etmek için F istatistiği ya da Wald test istatistikleri kullanılabilir. Fakat F istatistikleri standart değerler değildir. Bu nedenle Pesaran vd. (2001) kritik değerler hesaplamışlar ve bu kritik değerler iki kısımdan oluşmaktadır. Birincisinde tüm değişkenlerin I(1) olduğu, ikincisinde ise tüm değişkenlerin I(0) olduğu varsayılır. Sonuçta bu değerler arasında bir bant oluşur ve hesaplanan F istatistik değeri üst sınır değerinden yüksekse H_0 hipotezi reddedilerek eş bütünleşmenin olduğu sonucuna ulaşılır. Hesaplanan F istatistik değeri alt sınırın altındaysa H_0 kabul edilir. H_0 'ın reddedildiği durumda bir sonraki aşamaya geçilerek Hata Düzeltme Modeli uygulanır. Bu aşamada hata düzeltme terimi kısa dönem dinamikleri elde etmek üzere şu şekilde tanımlanmaktadır:

$$\Delta \log_gsyh_t = \alpha + \sum_{i=1}^z \beta_{1i} \Delta(\log_sgh_gsyh)_{t-i} + \sum_{i=0}^z \beta_{2i} \Delta(\log_ibf_gsyh)_{t-i} + \sum_{i=0}^z \beta_{3i} \Delta(\log_dbf_gsyh)_{t-i} + \sum_{i=0}^z \beta_{4i} \Delta(\log_dt_gsyh)_{t-i} + \beta_{6i} \quad (3)$$

ECT_{t-1} katsayısının negatif ve anlamlı olması kısa dönemde var olan dengesizliklerin uzun dönemde dengeye geleceği anlamına gelir.

5. Bulgular

Bu çalışmada altı zaman serisi için durağanlık analizi yapılmıştır. Bunun için Augmented Dickey-Fuller birim kök testinden faydalanılmıştır. Söz konusu test sonuçları aşağıda Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. ADF Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	ADF t- istatistiği ve olasılık değerleri			
	Düzye		Birinci Fark	
	Sabit	Sabit ve Trend	Sabit	Sabit ve Trend
LOG_DBF_GSYH	-0.724(0.822)	-1.746(0.697)	-4.378(0.002)*	-4.641(0.005)*
LOG_DT_GSYH	-1.940(0.308)	-2.488(0.329)	-9.511(0.000)*	-11.115(0.000)
LOG_GSYH	-0.607(0.843)	-5.633(0.000)*	-6.183(0.000)*	-4.066(0.024)
LOG_IBF_GSYH	-1.991(0.288)	-3.064(0.136)	-4.267(0.003)*	- 4.362(0.011)**
LOG_SGH_GSYH	-2.690(0.089)***	-2.540(0.307)	-3.992(0.005)*	- 4.173(0.016)**

* , ** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 istatistiksel anlamlılık düzeylerini ifade eder.

ADF birim kök testi hem trendli hem de trendsiz olarak uygulanmıştır. Çıkan sonuçlar sabitli modelde LOG_SGH_GSYH dışındaki tüm değişkenlerin birinci farkı alındığında durağan hale geldiğini göstermektedir. Sabitli ve trendli modelde ise LOG_GSYH 'nin düzeyde durağan olduğu tespit edilirken, diğer tüm değişkenlerin I(1) olduğu anlaşılmıştır.

Birim kök testinden sonra seriler arasında eş bütünleşme olup olmadığının anlaşılması için çalışmada ARDL sınır testi kullanılmıştır. Analiz sonucunda F istatistik değeri 9.695 olarak bulunmuş ve Pesaran vd. (2001)'nin belirlediği kritik değerlerin üzerinde olduğu anlaşılmıştır. Tablo 3'te sunulan bu sonuç eş bütünleşmenin varlığını ifade etmektedir.

Tablo 3. Sınır Testi Eş Bütünleşme Sonuçları

k	F İstatistiği	Alt Sınır Değeri – I(0)	Üst Sınır Değeri - I(1)
4	9.695	3.29 (%1)	4.37 (%1)

Değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin olduğu anlaşıldıktan sonra uzun dönem katsayılarına bakılabilmektedir. ARDL (1,1,2,2,2) modeli uygulanan analizin modele dâhil edilen değişkenlere ait uzun dönem katsayıları ve istatistiksel anlamlılıkları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 4. ARDL (1,1,2,2,2) Modeli Uzun Dönem Tahmin Sonuçları (Bağımlı Değişken: LOG_GSYH)

Değişken	Katsayı	T İstatistiği ve Olasılık Değeri
C	1.652	5.509(0.000)*
LOG_IBF_GSYH	-1.251	-3.089(0.652)
LOG_DT_GSYH	-0.217	-0.463(0.652)
LOG_DBF_GSYH	0.026	0.037(0.970)
LOG_SGH_GSYH	0.865	2.365(0.037)**

* ve ** sırasıyla %1 ve %5 istatistiksel anlamlılık düzeylerini ifade eder.

Tablo 4 incelendiğinde uzun dönemde açıklayıcı değişkenlerden LOG_SGH_GSYH'nin gayrisafi yurtiçi hasıla oranı üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip oldu söylenebilir [benzer bir sonuç için bkz. Kar ve Taban (2003); Arısoy vd. (2010)]. Dolayısıyla uzun dönemde sosyal güvenlik harcamalarının gayrisafi yurtiçi hasıla içindeki payında ortaya çıkan bir birimlik artışın gayrisafi yurtiçi hasıla artış oranını yaklaşık yüzde 0.86 artırdığı söylenebilir. Tablo 5'te ise kısa dönem katsayıları ve hata düzeltme modeli sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5. Kısa Dönem ve Hata Düzeltme Modeli Sonuçları

Değişken	Katsayı	T İstatistiği ve Olasılık Değeri
C	2.881	4.686(0.000)*
LOG_GSYH(-1)	-1.743	-7.458(0.000)*
LOG_IBF_GSYH(-1)	-2.182	-2.901(0.014)**
LOG_DT_GSYH(-1)	-0.378	-0.465(0.650)
LOG_DBF_GSYH(-1)	0.046	0.037(0.970)
LOG_SGH_GSYH(-1)	1.508	2.308(0.041)**
D(LOG_IBF_GSYH)	-0.678	-1.885(0.086)***
D(LOG_DT_GSYH)	0.811	0.891(0.319)
D(LOG_DT_GSYH(-1))	1.212	1.397(0.189)
D(LOG_DBF_GSYH)	-2.760	-2.647(0.022)**
D(LOG_DBF_GSYH(-1))	-4.651	-3.510(0.004)*
D(LOG_SGH_GSYH)	0.602	1.043(0.319)
D(LOG_SGH_GSYH(-1))	1.578	3.627(0.004)*
ECM(-1)	-1.743	-9.198(0.000)

*, ** ve *** sırasıyla %1, %5 ve %10 istatistiksel anlamlılık düzeylerini ifade eder.

Sonuçlar incelendiğinde uzun dönemin aksine kısa dönemde iç borç faiz ödemelerinin büyümeye olan etkisi istatistiksel olarak anlamlı ve negatif olduğu söylenebilir. Buna göre kısa dönemde iç borç faiz ödemelerinde ortaya çıkan bir birimlik artış ekonomik büyümeyi yüzde 2.18 azaltmaktadır. Bunun yanı sıra sosyal güvenlik harcamaları ekonomik büyümeye etkisi uzun dönem sonuçları ile benzer şekilde pozitif iken, etkinin büyüklüğü daha fazladır. Hem kısa hem de uzun dönem sonuçlar karşılaştırıldığında dış borç faiz ödemeleri ve diğer transferler her iki durumda da istatistiksel olarak anlamsız olmakla beraber, dış borç faiz ödemeleri katsayısı negatif iken, diğer transferlere ilişkin değişkene ait katsayı pozitifdir. Son olarak hata düzeltme katsayısının negatif ve istatistiksel olarak anlamlı olması ele alınan dönemde gerçekleşen herhangi bir dengesizliğin bir sonraki dönemde hızla düzeldiğini göstermektedir.

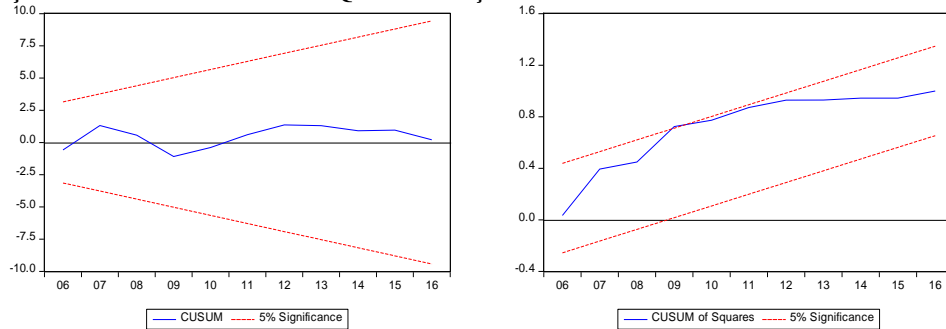
Çalışmada modelin ekonometrik açıdan uygunluğu normallik, otokorelasyon, değişen varyans ve istikrar testleri ile analiz edilmiştir. Yapılan Jarque-Bera normallik testi sonucunda normal dağılım, Breusch-Godfrey Seri Korelasyon LM testi sonucunda otokorelasyon, Heteroskedasticity testi sonucunda değişen varyans sorunu olmadığı tespit edilmiştir. Her bir tanısal test sonucu Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Diagnostik Test Sonuçları

Test	İstatistik	Olasılık
Jarque-Bera Normallik Testi	0.673	0.714
Breusch-Godfrey Seri Korelasyon LM Testi	0.910	0.436
Heteroskedasticity Test	1.265	0.351

Modelin istikrarlı olup olmadığı CUSUM ve CUSUMQ testleri ile sınınmıştır. Test sonuçları Şekil 1'de sunulmuştur. Elde edilen sonuçlar analize konu olan dönemde herhangi bir yapısal kırılmanın olmadığını ve modelin istikrarlığı olduğunu göstermektedir.

Şekil 1. CUSUM ve CUSUMQ Test Sonuçları



6. Sonuç

Transfer harcamaları içerik itibariyle gelişmişlik düzeyine bağlı olarak ülkeden ülkeye değişen bir kamu harcaması türüdür. Gelişmiş ülkelerde daha çok yaşam kalitesini artırmaya yönelik harcamalardan oluşurken, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde borç faiz ödemeleri transfer harcamaları içerisinde ağırlıklı olarak yer almaktadır. Bu bakımdan transfer harcamalarının ekonomiye yansımaları araştırılırken içeriğini oluşturan harcama kalemlerinin ayrıştırılarak analizlere dâhil edilmesi önem kazanmaktadır. Nitekim Türkiye’de sosyal nitelikli transferlerin bütçede çok küçük bir paya sahip olmasına karşın borç faiz ödemeleri yüksek oranlarda seyretmektedir.

Çalışmada Türkiye’nin 1991-2016 verileri kullanılarak transfer harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Transfer harcamaları kendi içerisinde sosyal güvenlik harcamaları, iç borç faiz ödemeleri, dış borç faiz ödemeleri ve diğer transferler (cari transferler ve sermaye transferleri) olmak üzere gruplandırılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ele alınan dönemde sosyal güvenlik harcamalarının ekonomik büyümeyi hem kısa hem de uzun dönemde olumlu etkilediği, iç borç faiz ödemelerinin ise kısa dönemde negatif yönde bir etki ortaya çıkardığı gözlemlenmiştir. Sosyal güvenlik harcamaları açısından elde edilen bulgu bu harcama türünün bugünkü tasarrufları azaltıcı etkisinden ziyade bir beşerî sermaye harcaması olma özelliğini desteklemektedir.

Ulaşılan sonuç etrafında iç borçların olumsuz etkisinin azaltılması öncelikle etkin bir borç yönetimini gerekli kılmaktadır. Türkiye’de kısa vadeli ve faiz oranı yüksek bir borçlanma yapısı borçlanma maliyetini yükseltmektedir. Bu durum borçların yeni borçlarla kapatılması ile sonuçlanmaktadır. Sonuçta alınan borçlar uzun vadede verimli alanlarda kullanılmayarak ekonomik büyümede negatif bir etki ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada öncelikli olarak yapılması gereken devlet iç borçlanmasının azaltılması ve uzun vadeli-düşük faizli bir dış borçlanmaya başvurulmalıdır. Ayrıca sıkı bir maliye politikası ile faiz dışı fazlanın artırılması alınabilecek bir başka önlemdir. Ancak faiz dışı fazlanın sağlanması amacıyla kamu gelirlerini artırmak adına vergilerin artırılması tek başına yeterli olmayacaktır. Zira böylesi bir uygulama bir takım politik ve ekonomik kaygılar nedeniyle dolaylı vergilerde bir artışla sonuçlanacaktır. Bu durum düşük gelirli kesimin refah kaybına sebebiyet vermesi başta olmak üzere çeşitli olumsuzluklar ortaya çıkaracaktır. Bütün bu nedenlerden dolayı uzun vadede kalıcı bir mali disiplin sağlanması bakımından cari harcamaların kısılması daha etkin bir uygulama olacaktır.

Sonuçta transfer harcamaları içerisinde borç faizlerinin ağırlıklı olması bu harcama türünün büyümeye negatif bir etkisi olduğunu gösterir. Buna karşın sosyal nitelikli transferlerin artırılması özellikle uzun vadede olumlu etkiler ortaya çıkarabilecektir. Ancak sosyal transferlere ağırlık verilirken bütçede ağır bir yük ortaya çıkarmamasına özen göstermek öncelikli hedefi kalıcı bir ekonomik büyüme sağlamak olan özellikle gelişmekte olan ülkeler için üzerinde durulması gereken bir konudur.

7. Referanslar

- Afonso ve Furceri (2010). Government Size, Composition, Volatility and Economic Growth. *European Journal of Political Economy*, 26, 517-532.
- Afonso, A. ve Jalles, J. T. (2013). Fiscal Composition and Long-Term Growth, *ECB Working Paper No.* 1518.
- Aghion, P. ve Bolton, P. (1997). A Theory of Trickle-Down Growth and Development. *The Review of Economic Studies*, 64(2), 151-172.
- Akbulut, H. ve Güran, M. C. (2015). Kamu Transfer Harcamaları ve Büyüme İlişkisi: Dinamik Panel Veri Yöntemi ile Uzun Dönem Analizi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(1), 1-18.
- Altay, N. O. ve Altın, O. (2008). Türkiye’de Kamu Harcamalarının Ekonomik Büyüme ve Yatırımlar Üzerine Etkilerinin Analizi (1980–2005). *Ege Akademik Bakış*, 8(1), 267-285.
- Arısoy, İ. (2005). Wagner ve Keynes Hipotezleri Çerçevesinde Türkiye’de Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 63-80.
- Arısoy, İ., Ünlükaptan, İ. ve Ergen, Z. (2010). Sosyal Harcamalar ve İktisadi Büyüme İlişkisi: Türkiye Ekonomisinde 1960–2005 Dönemine Yönelik Bir Dinamik Analiz. *Maliye Dergisi*, 158, 398-421.
- Auteri, M. ve Constantini, M. (2004). Fiscal Policy and Economic Growth: The Case of The Italian Regions. *The Review of Regional Studies*, 34(1), 72-94.
- Aytaç, D. ve Güran, M. (2010). Kamu Harcamalarının Bileşimi Ekonomik Büyüme Etkileri Mi? Türkiye Ekonomisi İçin Bir Analiz. *Sosyoekonomi*, 2, 130-152.
- Barro, R. J. (1974). Are Government Bonds Net Wealth. *Journal of Political Economy*, 82(6), 1095-1117.
- Barro, R. J. (1989). Economic Growth in a Cross-Section of Countries. *NBER Working Paper No.* 3120.
- Başar, S., Aksu, H., Temurlenk, M. S. ve Polat, Ö. (2009). Türkiye’de Kamu Harcamaları ve Büyüme İlişkisi: Sınır Testi Yaklaşımı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 301-314.
- Başlevent, C. (2014). Social Transfers and Income Inequality in Turkey: How Informative Is the Survey of Income and Living Conditions?. *Ekonomi-tek*, 3(3), 23-42.
- Bellettini, G. ve Ceroni, C. B. (2000). Social Security Expenditure and Economic Growth: An Empirical Assessment. *Research in Economics*, 54, 249-275.
- Benabou, R. (2000). Unequal Societies: Income Distribution and the Social Contract. *The American Economic Review*, 90(1), 96-129.
- Cashin, P. (1995). Government Spending, Taxes, and Economic Growth. *IMF Staff Papers*, 42(2), 237-269.
- Diamond, J. (1998). Fiscal Indicators for Economic Growth: The Government Own Saving Concept Re-Examined. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 9(4), 627-651.
- Dişbudak, C. (2017). Kamu Harcamaları Bileşiminin Gelir Dağılımı ve Refah Etkileri: Türkiye Örneği. V. Anadolu International Conference in Economics, May 11-13, Eskişehir, Türkiye.

- Enrlich, I. ve Zhong, J. G. (1998). Social Security and the Real Economy: An Inquiry into Some Neglected Issue. *The American Economic Review*, 88(2), 151-157.
- Felstein, M. (1974). Social, Induced Retirement, and Aggregate Capital Accumulation. *The Journal of Political Economy*, 82(5), 905-926.
- Floden, M. (2001). The Effectiveness of Government Debt and Transfers as Insurance. *Journal of Monetary Economics*, 48, 81-108.
- Gupta, S., Clements, B., Baldacci, E. ve Mulas-Granados, C. (2005). Fiscal Policy, Expenditure Composition and Growth in Low-Income Countries. *Journal of International Money and Finance*, 24, 441-463.
- Gül, E. ve Yavuz, H. (2011). Türkiye’de Kamu Harcamaları ile Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi:1963-2008 Dönemi. *Maliye Dergisi*, 160, 72-85.
- Hansson, P. ve Henrekson, M. (1994). A New Framework for Testing The Effect of Government Spending on Growth and Productivity. *Public Choice*, 81, 381-401.
- Kanca, O. C. (2011). Kamu Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerine Etkisi 1980-2008 (Ampirik Bir Çalışma). *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(1), 75-92.
- Kar, M. ve Taban, S. (2003). Kamu Harcama Çeşitlerinin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 58(3), 145-169.
- Keane, M., & Prasad, E. (2002). Inequality, Transfers, and Growth: New Evidence from the Economic Transition in Poland. *The Review of Economics and Statistics*, 84(2), 324-341. Retrieved December 19, 2020, from <http://www.jstor.org/stable/3211781>
- Kneller, R., Bleaney, M. F. ve Gemmel, N. (1999). Fiscal Policy and Growth: Evidence from OECD Countries. *Journal of Public Economics*, 74, 171-190.
- Kolçak, M., Kalabak, A. Y. ve Boran, H. (2015). Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki Üzerine Ampirik Bir Analiz: 1984-2014 Türkiye Örneği. *EconWorld2015*, 18-20 Ağustos, IRES, Torino, Italy.
- Korkmaz, S. (2013). Evaluating The Relationship Between Public Expenditures and Economic Growth for Turkey. *Actual Problems of Economics*, 11(149), 382-391.
- Korpi, W. (1985). Economic Growth and the Welfare State: Leaky Bucket or Irrigation System?. *European Sociological Review*, 1(2), 97-118.
- Davies, J. B. ve Kuhn, P. (1992). Social Security, Longevity, and Moral Hazard. *Journal of Public Economics*, 49(1), 91-106.
- Landau, D. L. (1985). Government Expenditure and Economic Growth in the Developed Countries: 1952-76. *Public Choice*, 47(3), 459-477.
- Landau, D. L. (1986). Government and Economic Growth in the Less Developed Countries: An Empirical Study for 1960-1980. *Economic Development and Cultural Change*, 35(1), 35-75.
- Mızırak, Z. ve Üçler, G. (2012). Türkiye’de Kamu Harcamalarının İktisadi Büyüme Üzerindeki Etkisi (1970-2009). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(42), 178-202.
- Miller, S. M. ve Russek, F. S. (1993). Fiscal Structures and Economic Growth: International Evidence. *Econ. Inquiry*, 35(3), 603-613.
- Persson, T. ve Tabellini, G. (1994). Is Inequality Harmful for Growth?. *The American Economic Review*, 84(3), 600-621.

- Pesaran M. H. ve Y. Shin (1997). An Autoregressive Distributed Lag Modelling Approach to Cointegration Analysis. Web: <https://pdfs.semanticscholar.org/743d/c1e8cf7eea4a2ac9bc58907f2ce08a1f5d90.pdf>, Erişim Tarihi: 09.10.2020
- Pesaran, M. H., Shin, Y. ve Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Long Run Relationship. Web: <https://www.repository.cam.ac.uk/bitstream/handle/1810/418/pss1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, Erişim Tarihi: 09.10.2020
- Philipson, T. ve Becker, G. S. (1998). Old-Age Longevity and Mortality-Contingent Claims. *Journal of Political Economy*, 106(3), 551-573.
- Sala-i-Martin, X. (1995). Transfers, Social Safety Nets and Economic Growth. *Economics Working Paper 139*.
- Singh, R. ve Weber, R. (1997). The Composition of Public Expenditure and Economic Growth: Can Anything be Learned from Swiss Data?. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 133(3), 617-634.
- Tülümce, S. Y. ve Yayla, N. (2017). Türkiye’de Kamu Harcamalarının Bileşenleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Wagner ya da Keynes?. *Social Sciences*, 12(4), 132-184.
- Tülümce, S. Y. ve Zeren, F. (2017). Türkiye’de Kamu Harcamaları ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin Asimetrik Nedensellik Testi ile Analizi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(2), 299-310.
- Yavuz, E. ve Ergen, E. (2017). Impact of Public Expenditures and Economic Classification on Growth: Turkey Analysis. *Maliye Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 49-61.
- Yılmaz, Ö. ve Kaya, V. (2005). Kamu Harcama Çeşitleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 257-271.
- Yilgör, M., Ertuğrul, C. ve Celepcioğlu, M. E. (2012). The Effect of Public Expenditure on Economic Growth: Turkey Example. *Investment Management and Financial Innovations*, 9(2), 192-202.
- Yüksel, C. ve Songur, M. (2011). Kamu Harcamalarının Bileşenleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Ampirik Bir Analiz (1980-2010). *Maliye Dergisi*, 161, 365-380.
- Zhang, J. (1995). Social Security and Endogenous Growth. *Journal of Public Economics*, 58, 185-213.
- Zhang, J., Zhang, J. ve Leung, M. C. M. (2006). Health Investment, Saving, and Public Policy. *The Canadian Journal of Economics*, 39(1), 68-93.

ORTAKLAŞA TÜKETİM GÜDÜLERİ: İKİ-TARAFLLI TÜKETİCİ ROLÜNÜN DÜZENLEYİCİ ETKİSİ

MOTIVES FOR COLLABORATIVE CONSUMPTION: THE MODERATOR EFFECT of TWO-SIDED CONSUMER ROLE

Tülay KORKMAZ DEVRANİ⁽¹⁾

Öz: Bu çalışma ekonomik, sosyal ve çevresel güdüler ile ortaklaşa tüketime karşı tutum ve ortaklaşa tüketime katılma niyeti arasındaki ilişkiyi incelemek ve tüketicilerin kullanıcı ve sağlayıcı olma isteğinin bu ilişkideki düzenleyici rolünü belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre ekonomik, sosyal ve çevresel güdülerin ortaklaşa tüketime karşı tutum üzerinde ve tutumun da sisteme katılım niyeti üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır. Kullanıcı olma isteğinin güdülerle tutum arasındaki ilişkide düzenleyici bir rolü bulunmamaktadır. Ancak sağlayıcı olma isteği sosyal güdülerle ortaklaşa tüketime karşı tutum arasında düzenleyici role sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Ortaklaşa Tüketim, Güdüler, Tutum

Abstract: The purpose of this study is to examine the relationships among social, economic, and environmental motives, attitude towards collaborative consumption, (CC) and intention to participate in CC. The study also investigates the moderating effect of a two-sided consumer role on the motivation-attitude link. According to the study results, economic, social, and environmental motives have a significant effect on attitude towards CC. Also, findings indicate that attitude towards CC has a positive effect on the intention to participate in CC. The willingness to share products as an user does not moderate the relationship between motives and attitude towards CC. However, willingness to share products as a provider moderates the relationship between social motives and attitude toward CC.

Keywords: Collaborative Consumption, Motives, Attitude Towards Collaborative Consumption

JEL: M20, M31

1. Giriş

Son yıllarda küresel düzeyde görülen ekonomik daralma ve tüketim düzeyindeki artış hızı mevcut sistemlere alternatif bir yaklaşım arayışını beraberinde getirmiş ve paylaşım ekonomisi kavramının daha güncel ve popüler hale gelmesine neden olmuştur. Bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak dijital platformlardan alınan destek ile satın almak yerine kiralamak, değiştirmek ya da paylaşmak gibi faaliyetleri içeren “ortaklaşa tüketim” alternatif bir ekonomik model olarak sistemde yerini almıştır.

Tüketicileri ortaklaşa tüketim davranışına yönlendiren faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi araştırmacıların önemle üzerinde durdukları konulardan biridir (Bardi ve Eckhardt, 2012; Bellotti, Ambard, Turner, Gossmann, Demkova ve Carroll, 2015; Çabuk, Südaş ve Ceren, 2015; Hamari, Sjöklint, ve Ukkonen, 2016; Kiracı, 2017;

⁽¹⁾ Başkent Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü,
tkorkmaz@baskent.edu.tr; ORCID: 0000-0001-9323-8189
Geliş/Received: 29-01-2020; Kabul/Accepted: 01-10-2020

Sung, Kim ve Lee, 2018). Ancak bu çalışmalarda güdüler farklı başlıklar altında ele alınmış ve ampirik olarak birbirinden farklı sonuçlar bulunmuştur. Bu durum ortaklaşa tüketime etki eden motivasyon faktörlerinin belirlenmesi için daha fazla çalışma yapılmasını gerekli kılmaktadır. Ortaklaşa tüketimin devamlılığının sağlanması tüketicilerin hangi nedenlerle ortaklaşa tüketime katıldıklarının belirlenmesiyle yakından ilişkilidir. Bu noktada geleneksel tüketim teorilerinden yola çıkılarak gözlenen ekonomik faydanın yanında, tüketicilerin gelecekle ilgili beklentilerini etkileyen sosyal ve çevresel faktörlerin de incelenmesi yerinde olacaktır.

Ortaklaşa tüketim çalışmaları incelendiğinde en fazla göz ardı edilen konulardan birinin tüketicilerin iki-terafı rolü olduğu görülmektedir. Tüketiciler, ortaklaşa tüketim platformlarına kullanıcı (ürünü kullanan/tüketen kişiler) olarak katılabilecekleri gibi, sağlayıcı (ürünü üreten/sağlayan kişiler) olarak da katılabilirler. Ortaklaşa tüketim, katılımcıların sağlayıcı ve kullanıcı kavramlarını birleştirerek iki terafı bir tüketici rolü üstlenmelerini de mümkün kılar (Ertz, Durif ve Arcand, 2016b). Bu durum literatürde “türetici” (prosumer) kavramıyla ifade edilmektedir. Türetici hem kullanıcı hem de sağlayıcı rolüne sahip tüketicileri bir başka deyişle, üreten tüketicileri ifade etmektedir (Barness ve Mattsson, 2016). Türeticiler, bir ürünün mülkiyetine sahip olmadan da ortaklaşa tüketerek, paylaşarak ve üretim yaparak kimlik oluşturabilirler (Belk, 2013). Ortaklaşa kullanım sistemlerinin sürdürülebilir olması da sisteme katılan tüketicilerin iki terafı rolü üstlenmelerine bağlıdır. Sadece kendisine sunulan ürünleri tüketmek için sisteme katılımın olması uzun vadede sistemin devamlılığı konusunda sorun yaratabilir. Özellikle tüketiciden tüketiciye paylaşım platformlarının sürdürülebilir olması sisteme kullanıcı olarak katılımın yanı sıra sağlayıcı olarak da katılımın sağlanmasıyla mümkün olmaktadır. Bu nedenle sisteme kullanıcı ya da sağlayıcı olarak katılma isteğinin tüketicilerin ortaklaşa tüketime dâhil olma nedenlerinin tutum üzerindeki etkisini farklılaştırıp farklılaştırdığını belirlemek önemlidir. Ancak geçmiş çalışmalar incelendiğinde araştırmacıların ortaklaşa tüketim güdülerini incelerken çoğunlukla kullanıcı ya da sağlayıcı rollerinden birine odaklandığı görülmektedir. Paylaşım ekonomisinin yapısı gereği bu odak genellikle “kullanıcı” bakış açısı olmuştur (Bellotti ve diğerleri, 2015).

Katılımcıların kullanıcı ve sağlayıcı rollerini inceleyen sınırlı sayıda çalışmada ise farklı güdülerin tutumu etkilediği ve paylaşım ekonomisinin daha iyi anlaşılabilmesi için sağlayıcı ve kullanıcı modellerinin ayrı ayrı yapılandırılması gerektiği belirtilmiştir (Sung ve diğerleri, 2018). Böcker ve Meelen (2017) kullanıcıların sağlayıcılardan farklı güdülerini belirterek, farklı ürün grupları için hangi güdülerin daha önemli olduğunu belirlemeye çalışmışlardır. Ancak sağlayıcı ya da kullanıcı olarak paylaşım katılma isteğinin güdüler ile tutum arasındaki ilişkide nasıl bir rol oynayacağını belirlemeye yönelik yeni çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı sosyal, çevresel ve ekonomik güdülerin ortaklaşa tüketime karşı tutum üzerindeki etkisini ve tutumun da ortaklaşa tüketime katılım niyeti üzerindeki etkisini belirlemektir. Çalışmada ayrıca sağlayıcı ve kullanıcı olma isteğinin güdülerle tutum arasındaki ilişkideki düzenleyici rolü tartışılacaktır.

2. Literatür Taraması

Ortaklaşa tüketim topluluk tabanlı çevrimiçi hizmetler aracılığıyla koordine edilen ve mal ve hizmetleri elde etmeyi ve paylaşmayı sağlayan bir faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Hamari ve diğerleri, 2016). Ortaklaşa tüketim, erişimin

mülkiyetten daha önemli olduğu bir tüketim şekli olarak (Botsman ve Rogers, 2010) tüketicilerin hem değerli kaynakları hem de hizmetleri edinmelerini ve sunmalarını sağlayan çevrimiçi platformlardaki karşılıklı işlemleri ifade eder (Ertz, Durif ve Arcand, 2016a).

Ortaklaşa tüketime neden olan güdüleme faktörlerinin tutum ve satın alma eğilimi üzerindeki etkisini inceleyen çalışma sayısının azlığını belirten Hamari ve diğerleri (2016) insanları ortaklaşa tüketime yönlendiren güdüleme öğelerini dört gruba ayırmıştır. İçsel güdüleri “eğlence” ve “sürdürülebilirlik”, dışsal güdüleri ise “ün” ve “ekonomik fayda” başlıkları altında toplamışlardır. Araştırma sonuçlarına göre eğlence ve ekonomik faydanın ortaklaşa tüketim için davranışsal niyet yarattığını, sürdürülebilirliğin ise ortaklaşa tüketime karşı tutumu etkilediğini bulmuşlardır. Owyang (2013) bireyleri ortaklaşa tüketime yönlendiren üç güdüden söz etmektedir: Toplumsal güdüler (sürdürülebilirliğin sağlanması), teknolojik güdüler (mobil cihazlar ve ödeme sistemleri) ve ekonomik güdüler (finansal esnekliği artırma). Tussyadiah (2015) ise tüketiciden tüketiciye konaklama paylaşımını etkileyen nedenleri sürdürülebilirlik, topluluk (anlamalı sosyal bağlantılar geliştirmek) ve ekonomik fayda başlıkları altında incelemiştir.

Literatürde son yıllarda yapılan araştırmalar genellikle sağlayıcı ya da kullanıcı rollerinden birine odaklanmış ve ortaklaşa tüketime etki eden güdüleri bu doğrultuda belirlemeye çalışmıştır (Guttentag, Smith, Potwarka, Havitz, 2017; Hamari ve diğerleri, 2016; Mao ve Lyu, 2017). Böcker ve Meelen (2017) ise hem kullanıcı hem de sağlayıcı bakış açısıyla yürüttükleri çalışmada sosyal, çevresel ve ekonomik değişkenlerin paylaşım ekonomisi üzerindeki etkisini incelemiştir. Ortaklaşa tüketimde kullanıcılar ile sağlayıcıların farklı nedenlerle sisteme katılması söz konusu olabilmektedir (Benoit, Baker, Bolton, Gruber, ve Kandampully, 2017). Kullanıcı rolündeki tüketiciler ekonomik, çevresel ve sosyal nedenlerle ve risk ve sorumlulukları azaltmak için ortaklaşa tüketime katılırken, sağlayıcı tarafında olanlar ekonomik ve sosyal güdülerin etkisiyle ve girişimcilik özgürlüğü elde ettikleri için sistemin parçası haline gelmektedirler. İki-taraflı bakış açısıyla Airbnb kullanıcıları ile yürütülen bir çalışmada ise ekonomik fayda, sosyal ilişkiler ve sürdürülebilirliğin ortaklaşa tüketime karşı tutum üzerinde etkisi olmadığı ancak aynı faktörlerin tüketici tatminini etkilediği belirlenmiştir (Sung ve diğerleri, 2018).

2.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Mal ve hizmetleri satın almak yerine paylaşmak, kiralamak ya da değiştirmek ekonomik fayda yaratan bir eylemdir (Belk, 2010; Lamberton ve Rose, 2012). Barnes ve Mattsson (2016)'a göre ekonomik güdüler müşterilerin ortaklaşa tüketime katılmalarında önemli bir role sahiptir. Lamberton ve Rose (2012) paylaşımın yarattığı maliyet avantajının paylaşım ekonomisine katılmanın en önemli belirleyicisi olduğunu bulmuşlardır. Bardhi ve Eckhardt (2012) ise ekonomik faydanın otomobil paylaşım platformlarına katılım için diğer nedenlerden daha etkili olduğunu belirtmişlerdir. Hamari ve diğerleri (2016) ekonomik faydanın hem ortaklaşa tüketime karşı tutum hem de davranışsal niyet üzerinde etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Ortaklaşa tüketime kullanıcı olarak katılım harcama miktarını azaltarak maliyet avantajı yaratırken, sağlayıcı olarak katılım da fazladan gelir elde etmenin bir yolu olabilmektedir. Bu bağlamda ekonomik fayda tüketiciler için ortaklaşa tüketime karşı olumlu tutuma neden olacaktır.

H1: Ekonomik güdüler ortaklaşa kullanıma karşı tutumu etkiler.

Sosyal güdüler ortaklaşa tüketime katılımı sağlayan güdüleme faktörlerinden biridir (Habibi, Kim ve Lorache, 2016; Ozanne ve Ozanne, 2011). Sosyal güdülerin temelinde hem kullanıcı hem de sağlayıcılar için yeni insanlarla tanışmak, daha farklı deneyimler paylaşmak gibi ortak istekler söz konusudur (Benoit ve diğerleri, 2017). Pripora ve diğerleri (2017) sosyal etkileşimin konaklama iş modeli için önemli olduğunu belirtmiş ve paylaşım ekonomisinin en büyük konaklama platformu olan Airbnb üzerine yaptıkları çalışmada sosyal güdülerin hem müşteri deneyimini hem de müşteri tatminini etkilediğini bulmuşlardır. Benzer olarak konaklama hizmeti için ortaklaşa tüketimi seçenlerin yerel halkla sosyal ilişkiler kurmak ve geliştirmek amacını taşıdıkları belirtilmektedir (Tussyadiah 2015; Tussyadiah ve Pesonen, 2016).

H2: Sosyal güdüler ortaklaşa kullanıma karşı tutumu etkiler.

Çevresel güdüler ve sürdürülebilirlik ile paylaşım ekonomisi sitemlerine katılım arasındaki ilişki net bir şekilde tanımlanamamaktadır. Literatürde yapılan ampirik çalışmaların bulguları da birbiriyle uyumlu değildir. Tussyadiah'a göre (2015) ekonomik faydanın yanında tüketiciden tüketiciye konaklama paylaşımını etkileyen nedenlerden biri sürdürülebilirliktir. Ancak, konaklama paylaşımı ile ilgili yapılan bazı çalışmalarda çevresel güdülerin hizmeti yeniden satın alma üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır (Tussyadiah, 2016; Möhlman, 2015). Benzer olarak bazı çalışmalarda çevresel güdülerin ortaklaşa tüketim için güçlü bir belirleyici olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Habibi ve diğerleri, 2016; Moeller ve Wittkowaki, 2010). Bu sonuçlardan farklı olarak Hamari ve diğerleri (2016) algılanan sürdürülebilirliğin tutum üzerinde etkisi olduğunu ancak davranışsal eğilimleri etkilemediğini bulmuşlardır.

Diğer taraftan toplumda çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması için kaynakların daha etkin ve verimli bir şekilde kullanılması gerekliliği tüketiciler üzerinde giderek artan bir baskı oluşturmaktadır. Bu durum tüketicilerin ortaklaşa tüketim gibi paylaşım odaklı yönelimleri denemesini ve bunun bir parçası olmasını sağlayabilir. Paylaşım ekonomisi bir bütün olarak sürdürülebilirliğe katkı sağlayan yeni bir ekonomik sistem olarak ele alınmaktadır (Heinrichs, 2013). Ortaklaşa tüketimin hammadde tüketimini azaltarak çevre üzerindeki olumsuz etkileri de azaltması beklenmektedir (Botsman ve Rogers, 2010). Ortaklaşa tüketim platformları müşterilere, yenilikçi ve yaratıcı yöntemler kullanarak atıl kaynaklara hem ulaşmayı hem de başkalarına sunmayı sağlar (Cohen ve Kietzman, 2014). Kaynakların daha etkili kullanma ve aşırı tüketimin çevreye verdiği zararı azaltmak isteği, tüketicilerin olumlu tutum geliştirmesine neden olabilir.

H3: Çevresel güdüler ortaklaşa kullanıma karşı tutumu etkiler.

Tüketicilerin ortaklaşa tüketim güdüleri kullanıcı ya da sağlayıcı olmalarına göre farklılık gösterebilir (Böcker ve Meelen, 2017). Yazarlar sosyal ve çevresel güdülerin kullanıcı veya sağlayıcı olma durumuna göre farklılaşmadığını ancak ekonomik güdülerin kullanıcılar için daha belirleyici olduğunu belirtmişlerdir. Ortaklaşa tüketim sistemine kullanıcı ya da sağlayıcı olarak katılım isteği güdüler üzerinde doğrudan etki yaratmasa bile, sisteme katılma nedenleri ile ortaklaşa tüketime karşı tutum arasındaki ilişkinin güçlenmesini ya da azalmasını sağlayabilir. Özellikle kullanıcı

olarak katılım isteği ekonomik ve sosyal güdülerin etkisini güçlendirirken, sağlayıcı olarak katılım isteği çevresel güdülerin tutum üzerindeki etkisini artırabilir.

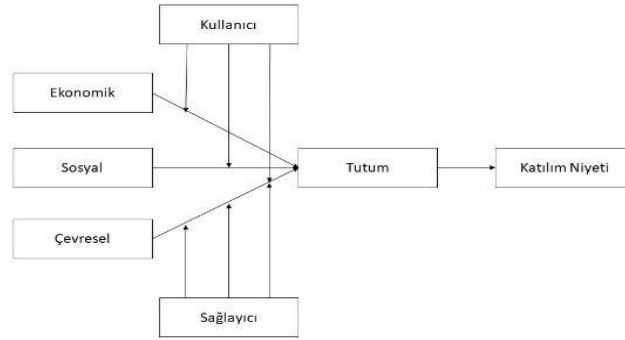
H4: Kullanıcı olma isteği güdülerle tutum arasındaki ilişkide düzenleyici role sahiptir.

H4: Sağlayıcı olma isteği güdülerle tutum arasındaki ilişkide düzenleyici role sahiptir.

Ortaklaşa tüketim literatüründe tutumlar ve davranışsal niyet arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Bardhi ve Eckhardt, 2012; Böcker ve Meelen, 2017; Hamari ve diğerleri, 2016). Tutumlar davranışın en önemli belirleyicisidir (Ajzen, 1991). Konaklama sektöründe faaliyet gösteren Airbnb platformu için yapılan çalışmada tutumun platformu kullanma niyetini olumlu yönde etkilediği bulunmuştur (Sung ve diğerleri, 2018). Sahiplik yerine ortak kullanıma karşı olumlu tutum geliştiren tüketicilerin bu tür etkinlikleri gerçekleştirebilecekleri platformlara katılma niyetinin de olumlu yönde değişebileceği beklenebilir.

H5: Ortaklaşa tüketime karşı tutum ortaklaşa tüketime katılım niyetini etkiler.

Geliştirilen hipotezler doğrultusunda araştırmanın modeli aşağıda verilmiştir



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

3. Yöntem

Çalışmanın evrenini 18-35 yaş arasındaki tüketiciler oluşturmaktadır. Prenskey (2001) tarafından “dijital yerli” olarak isimlendirilen bu grup 1980 sonrasında doğan ve milenyum kuşağı da denilen “Y” kuşağını kapsamaktadır. Dijital yerliler teknolojinin içine doğmuş olan, dijital araçları hayatının merkezine yerleştiren ve interneti iletişim, sosyalleşme ve bilgi paylaşım aracı olarak sıklıkla kullanan tüketici grubudur (Penskey, 2001). Kendinden önce doğan ve dijital göçmenler olarak adlandırılan “X” kuşağından, teknolojiye uyum ve dijital araçlar kullanımı konusunda farklı düşünme tarzına ve davranışına sahip oldukları için çalışmanın hedef kitlesini bu grup oluşturmuştur. Çalışmada kolayda örneklem yolu ile yüz yüze dağıtılan 330 adet soru kâğıdından geçersiz olanlar elendikten sonra, analizler geçerli 272 anket üzerinden yapılmıştır.

3.1. Ölçekler

Ortaklaşa tüketim sistemine kullanıcı ve sağlayıcı olarak katılma isteği ölçülürken ürün gruplarını belirlemek için Böcker ve Meelen (2017) çalışmasından yararlanılmıştır. Yazarların seçtiği otomobil (kiralama/paylaşma), konaklama (ev), araç-gereç (mangal) ve yiyecek ürün grupları tek tek değerlendirilmiştir. Literatürde paylaşım ekonomisi ile ilgili yapılan ampirik çalışmaların birçoğunda (Bardhi ve Eckhardt, 2012; Lamberton ve Rose, 2012; Mont, 2004) otomobil (şehir içi/şehir dışı) ve ev incelendiği göz önüne alınarak ürünler çalışmada kullanılmıştır. Ev eşyası kategorisi için seçilmiş olan “mangal” Türk kültürüne de uygun bir ürün olarak çalışmaya dahil edilmiştir. Yiyeceğin yanı sıra, bireylerin zor paylaştıkları bir ürün olarak “ayakkabı” (Hellweg, Morhart, Girardin ve Hauser, 2015) çalışmaya kişisel ürün olarak eklenmiştir.

Katılımcılara aynı ürünler için önce kullanıcı olma, sonra sağlayıcı olma isteği sorulmuştur. Katılımcılar sorulara “0” Kesinlikle istemem ile “4” Kesinlikle isterim arasında cevap vermişlerdir. Ortaklaşa tüketim güdülerini ve tutum soruları Hamari ve diğerleri (2016), Sung ve diğerleri (2018) ve Tussyadiah (2016) çalışmalarından uyarlanmıştır. Katılımcılar sorulara “1” Kesinlikle katılmıyorum ile “7” Kesinlikle katılıyorum arasında 7’li Li-kert ölçeği ile cevap vermişlerdir.

3.2. Bulgular

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri Tablo 1’de verilmiştir. Katılımcıların yaş aralığı 18 ile 35 arasında değişmekte olup yaş ortalaması 25.35 bulunmuştur. Kadın katılımcılar örneklemin %50.4’ünü erkek katılımcılar örneklemin %49.6’sını oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların %76.5’i üniversite mezunudur. Gelir düzeyi dağılımına bakıldığında %27.6’sının 1001-2000 arasında bir gelire sahip olduğu, bu oranı %17.6 ile 1000 TL’den az ve % 17.3 ile 5001 TL’den fazla olan grubun takip ettiği görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	n	%	Kişisel Gelir	n	%
Kadın	135	49.6	1000TL’den az	48	17.6
Erkek	137	50.4	1001-2000	75	27.6
Eğitim	n	%	2001-3000	40	14.7
Lise	3	1.1	3001-4000	42	15.4
Üniversite	208	76.5	4001-5000	18	6.6
Yüksek	49	18.0	5001TL’den fazla	47	17.3
Lisans					
Doktora	12	4.4	Boş	2	0.7

3.3. Analizler ve Sonuçlar

Değişkenlerin faktör yapısını belirlemek üzere Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. Tüm değişkenler için örneklem yeterliliği değerlendirildiğinde Kaiser-Meyer- Olkin (KMO) değerleri sınır değer kabul edilen 0.50’nin üzerindedir (Tablo 2). Değişkenler arasında yeterli ilişki bulunup bulunmadığını gösteren Bartlett küresellik testi sonuçlarına göre de değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli

düzeyde bir ilişki bulunduğu ($p < .05$) görülmüştür. Ortaklaşa tüketim güduları faktör analizi sonucunda üç alt gruba ayrılmıştır. Sosyal güdüler değişkenliğinin %25.84'ünü, ekonomik güdüler %23.75'ini ve çevresel güdüler ise %22.75'ini açıklamaktadır. Üç faktör toplamda değişkenliğinin %72.34'ünü açıklamaktadır. Ortaklaşa tüketime karşı tutum ve katılım niyetinin tek boyutluluğunu göstermek amacıyla yapılan AFA sonuçları da Tablo 2'de verilmiştir. Elde edilen faktör yapılarının iç tutarlılıklarının belirlenmesi amacıyla yapılan analiz sonucunda tüm boyutların Cronbach's Alpha değeri referans değer kabul edilen 0.70'in üzerinde bulunmuştur.

Tablo 2. Araştırmanın Modelinde Yer Alan Tüm Değişkenler için Açıklayıcı Faktör Analizi

Güdüler	Sosyal Güdüler	Ekonomik Güdüler	Çevresel Güdüler	Cronbach's Alpha (α)
Ortaklaşa tüketim karşılıklı bağ kurmama yardımcı olur.	.832			.870
Ortaklaşa tüketim başkalarıyla tanışmamı sağlar.	.520			
Ortaklaşa tüketim sosyal ilişkiler kurmamı sağlar.	.876			
Ortaklaşa tüketim insanlarla bağlantılı hissettirir.	.833			
Ortaklaşa tüketim sosyal ilişkilerimi güçlendirir.	.834			
Ortaklaşa tüketime katılırsam para biriktirebilirim.		.824		.873
Ortaklaşa tüketime katılmak ekonomik durumumu geliştirebilir.		.883		
Ortaklaşa tüketime katılmak maddi olarak fayda sağlar.		.877		
Ortaklaşa tüketime katılmak zaman tasarrufu sağlar.		.671		
Ortaklaşa tüketim doğal kaynakların korunmasına yardımcı olur.			.837	.904
Ortaklaşa tüketim ekolojiktir.			.870	
Ortaklaşa tüketim enerji kullanımı açısından verimlidir.			.843	
Ortaklaşa tüketim çevre dostudur.			.813	
KMO	.869			
Bartlett küresellik testi sonuçları				
Ki-kare (χ^2)	2260.242			
Serbestlik derecesi	78			
Anlamlılık düzeyi	.000			
Ortaklaşa Tüketime Karşı Tutum				
Ortaklaşa tüketim olumlu bir şeydir.	.898			.894
Ortaklaşa tüketime katılmak iyi bir şeydir.	.922			
Mal ve hizmetlerin bir topluluk içinde paylaşılması mantıklıdır.	.878			

Ortaklaşa tüketim bireysel olarak bir ürünü satın almaktan daha iyi bir tüketim şeklidir.	.788
KMO	.796
Bartlett küresellik testi sonuçları	
Ki-kare (χ^2)	722.210
Serbestlik derecesi	6
Anlamlılık düzeyi	.000
Katılım Niyeti	
Gelecekte kendimi ortaklaşa tüketimin bir üyesi olarak görebiliyorum	.940
Gelecekte ortaklaşa tüketime daha sık katılmayı düşünüyorum	.951
Uygun olursa ortaklaşa tüketim faaliyetlerimi arttırmak isterim.	.922
KMO	.755
Bartlett küresellik testi sonuçları	
Ki-kare (χ^2)	677.633
Serbestlik derecesi	3
Anlamlılık düzeyi	.000

Ölçüm modelini test etmek amacıyla Amos kullanılarak yapılan Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) sonucunda ölçüm modeli anlamlı bulunmuştur ($\chi^2=386.639$, $df=159$; NFI=.912, TLI=.936, CFI=.946, IFI=.947 ve RMSEA=.073). Modelin uyum indeksleri istenilen referans değerler arasındadır.

Yapı güvenilirliği değerleri (CR) .89 ile .96 arasında değişmektedir (Tablo 3). Değerlerin .50'nin üzerinde olması ölçüm modelinin güvenilirliğini gösteren bir başka bulgudur. Ortalama Açıklanan Varyans (AVE) değerleri .64 ile .88 arasında değişmektedir. AVE değerlerinin .50'den büyük olduğunun gözlenmesi yakınsama geçerliliğinin (Bagozzi ve Yi, 1988), korelasyon katsayılarının karesinden büyük olması da ayırım geçerliliğinin (Fornell ve Larcker, 1981) olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

	Yapı Güvenilirliği CR	1	2	3	4	5
Sosyal Güdüler (1)	.91	.64				
Ekonomik Güdüler(2)	.89	.40(.16)	.67			
Çevresel Güdüler(3)	.91	.41(.17)	.45(.20)	.71		
Tutum(4)	.93	.66(.43)	.50(.25)	.55(.31)	.81	
Katılım Niyeti(5)	.96	.64(.41)	.47(.22)	.41(.17)	.75(.56)	.88

Diyagonal sütunda yer alan değerler değişkenlerin Ortalama Açıklanan Varyans (AVE) değerleridir. Parantez içindeki değerler ise korelasyonların karesi alınarak hesaplanan paylaşılan varyans değerleridir.

Geçerlilik ve güvenilirlik analizleri tamamlandıktan sonra yapısal eşitlik modeli ile hipotezlerin ve modelin anlamlılığı test edilmiştir. Tüm güdülerin ortaklaşa tüketime karşı tutum üzerindeki etkisi ve tutumun da ortaklaşa tüketim sistemine katılım niyeti üzerindeki etkisi anlamlı bulunmuştur (Tablo 4). Bulgulara göre ekonomik güdülerin ortaklaşa tüketime karşı tutum üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır ($\beta=.194$, $t=4.051$, $p<.001$). H_1 desteklenmiştir. Sosyal güdülerin ($\beta=.505$, $t=10.008$, $p<.001$) ve çevresel güdülerin ($\beta=.273$, $t=5.924$, $p<.001$) de tutum üzerindeki etkisi anlamlı bulunmuştur. H_2 ve H_3 desteklenmiştir. Son olarak ortaklaşa tüketime karşı olumlu tutumun ortaklaşa tüketime katılma niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu gözlenmiştir ($\beta=.828$, $t=18.406$, $p<.001$). H_6 desteklenmiştir.

Tablo 4. Hipotez Testi Sonuçları

Hipotezler	β	t	p
H1: Ekonomik →Tutum	0.194	4.051	***
H2: Sosyal →Tutum	0.505	10.008	***
H3: Çevresel →Tutum	0.273	5.924	***
H6: Tutum→ Niyet	0.828	18.406	***

***0.001 için anlamlı

Kullanıcı olma isteği ve sağlayıcı olma isteğinin düzenleyici rolünü test etmek için Çoklu Grup Düzenleyici Etki Analizi yapılmıştır. Testin yapılabilmesi için sürekli değişkenler olan kullanıcı olma isteği ve sağlayıcı olma isteğinin gruplandırılması gerekmektedir. Kullanıcı olma isteği medyan değeri 15 bulunduğu için 15'ten küçük olan değere sahip katılımcılar kullanıcı olma isteği düşük, 15 ve üstünde değere sahip olan katılımcılar ise kullanıcı olma isteği yüksek olarak gruplandırılmıştır. Sağlayıcı olma isteği medyan değeri ise 10 bulunduğu için 10'dan düşük değere sahip katılımcılar sağlayıcı olma isteği düşük, 10 ve üstünde değere sahip katılımcılar ise sağlayıcı olma isteği yüksek olarak gruplandırılmıştır.

Kullanıcı ve sağlayıcı olma isteğinin yüksek ve düşük olmasına göre modelin farklılaşp farklılaşmadığını test etmek için Ki-kare fark analizi yapılmıştır. Kullanıcı olma isteği için yapılan analizde yapılandırılmamış model ile ($\chi^2 = 31.703$, $df=6$) yapılandırılmış modelin ($\chi^2 = 37.583$, $df=10$) ki-kare değerleri arasındaki fark anlamlı bulunmamıştır ($\Delta\chi^2 = 5.88$, $df=4$, $p=.208$). Gruplar arasındaki fark model için anlamlı değildir. Sosyal, ekonomik ve çevresel güdülerin tutum üzerindeki etkisi kullanıcı olma isteğinin düşük ya da yüksek olmasına göre değişkenlik göstermemektedir.

Sağlayıcı olma isteği için yapılan analizde yapılandırılmamış model ile ($\chi^2 = 24.395$, $df=6$) yapılandırılmış modelin ($\chi^2 = 33.319$, $df=10$) ki-kare değerleri arasındaki fark anlamlı bulunmuştur ($\Delta\chi^2 = 8.924$, $df=4$, $p=.060$). Gruplar arasındaki fark model için anlamlıdır. Model genelinde sağlayıcı olma isteğinin düşük ya da yüksek olması fark yaratmaktadır. Hangi ikili ilişkilerde fark olduğunun belirlenmesi için her bir ilişki için hesaplanan ki-kare değeri farklı güven düzeylerinde model için hesaplanan ki-kare değerleri ile kıyaslanmıştır (Tablo 5). %90 güven düzeyinde sosyal güdülerin tutum üzerindeki etkisi ve tutumun sisteme katılım niyeti üzerindeki etkisi sağlayıcı olma isteği düşük ve yüksek olan tüketicilerde farklılık göstermektedir. Diğer ilişkilerde anlamlı bir farklılık gözlenmemiştir.

Tablo 5. Kullanıcı ve Sağlayıcı Olma İsteğinin Düzenleyici Etkisi

	χ^2 değerleri	Referans değerler		
		%90	%95	%99
Ekonomik→Tutum	26.331			
Sosyal →Tutum	27.598	**		
Çevresel →Tutum	25.651			
Tutum→Katılım niyeti	27.786	**		

Sosyal güdülerin tutum üzerindeki etkisi sağlayıcı olma isteği yüksek olanlarla düşük olanlar arasında farklılık göstermektedir ($t=1.801$, $p=.0703$). Ortaklaşa tüketime karşı tutumun sisteme katılma niyeti üzerindeki etkisi de benzer şekilde sağlayıcı olma isteği yüksek olanlarla düşük olanlar arasında anlamlı farklılık göstermektedir ($t=1.82$, $p=.07$).

4. Tartışma ve Öneriler

Çalışmada ortaklaşa tüketim güdülerinin ortaklaşa tüketime karşı tutum ve tutumun da ortaklaşa kullanım sistemlerine katılma niyeti üzerindeki etkisini incelenmiştir. Ayrıca ortaklaşa tüketime sağlayıcı ya da kullanıcı olarak katılma isteğinin güdüler ve tutum arasındaki düzenleyici rolü de araştırılmıştır. Literatürde farklı güdülerin paylaşım sistemine katılma niyeti üzerindeki etkisi teorik olarak sıklıkla tartışılmakta ancak ampirik araştırmalarda farklı sonuçlara ulaşılmaktadır. Bu çalışmada ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlerin ortaklaşa tutum üzerindeki etkisinin ve tutumun da sisteme katılma niyeti üzerindeki etkisinin hem teorik hem de ampirik olarak tartışılması önem taşımaktadır. Paylaşım sistemleri genellikle yapısı gereği sadece tüketici bakış açısıyla ele alınmaktadır. Bu makale, özellikle tüketiciden tüketiciye değişimin esas alındığı paylaşım platformlarında, sistemde kullanıcı olarak bulunma isteğinin yanı sıra ürün sağlayıcı olma isteğinin de yaratabileceği etkiyi tartışan çalışmalardan biridir.

Çalışmanın sonuçlarına göre ortaklaşa tüketimin ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda fayda yarattığını düşünen tüketiciler ortaklaşa tüketime karşı olumlu tutum geliştirmektedir. Katılımcının ortaklaşa tüketimi alternatif yöntemlere göre daha az maliyetli algılaması ve bu platformlara üyeliğin finansal durumuna olumlu katkı yapacağını düşünmesi sisteme karşı olumlu tutum geliştirmesine neden olmaktadır. Bu sonuç literatürde yer alan bazı çalışma bulgularıyla uyumludur (Bardhi ve Eckhardt, 2012; Hamari vd., 2016; Tussyadiah, 2015; 2016).

Paylaşım ortak bir eylem olduğu için, birey ile “diğerleri” arasında bağlantı kurulmasını ve güçlü bir toplumsal dayanışma ruhunun oluşmasını sağlamaktadır (Belk, 2010; 2014). Tüketiciden tüketiciye paylaşım sistemlerinde bireyler hiç tanımadıkları insanlarla tanışma, bir araya gelme, hatta birlikte güzel vakit geçirme gibi farklı sosyal faydalar elde edebilirler. Özellikle dijital yerliler de denilen Y kuşağı tüketicileri için hazcı tüketimin önemli olduğu bilinmektedir. Çalışma sonuçlarına göre ortaklaşa kullanım sayesinde diğer katılımcılarla kurulan bağlantılarla oluşan sosyal fayda ortaklaşa tüketim sistemlerine karşı olumlu tutumu ve tutum sayesinde de sisteme katılma niyetini etkilemektedir.

Benzer olarak paylaşım sistemlerinin çevresel fayda yarattığını ve sürdürülebilirliğe katkı sağladığını düşünen tüketiciler sisteme karşı olumlu tutum geliştirmektedir. Bu bulgular sürdürülebilirliğe katkı faydasının paylaşım sistemini tercih etme üzerinde etkisi olduğunu bulan çalışmalarla (Çabuk ve diğerleri, 2015) uyumludur. Heinrichs (2013) paylaşım ekonomisini sürdürülebilirlik söylemine bağlamayı sağlayan pek çok bireysel ve toplumsal nedenden bahsederek, paylaşım ekonomisini sürdürülebilirliğe önemli katkı sağlayan yeni bir sistem olarak değerlendirmiştir.

Bu sonuçlar bağlamında ortaklaşa tüketim platformlarının hem bireysel hem de aile bütçesi üzerindeki ekonomik faydasının, sosyal iletişimi arttırmadaki etkisinin ve çevresel anlamda yarattığı katma değerinin geniş kitlelere duyurulması önem kazanmaktadır. Sosyal fayda beklentisi en fazla olumlu tutum yaratan boyuttur. Tüketiciden tüketiciye paylaşım aracılığı etmek isteyen işletmelerin tüketicilerin sosyal güdülerine hitap etmek amacıyla platformları kişiler arası etkileşimi ve iletişimi güçlendirecek şekilde tasarımları başarı şansını artırabilir. Ayrıca, sistemin bireylerde yaratacağı ekonomik faydayı vurgulamak ve bunun tüketiciler tarafından net anlaşılmasını sağlamak katılımcıların olumlu düşünce geliştirmesine katkı sağlayabilir. Çevre konularında duyarlılığı yüksek olan ve ortaklaşa tüketimi sürdürülebilirliğin önemli bir parçası olarak değerlendiren tüketicilere ulaşmak için, hem sistemde aktif rol alan katılımcıların hem de kişiler arası paylaşımı artıracak iş modeli geliştiren işletmelerin çevresel fayda konusunda toplumsal farkındalık yaratmaya yönelik faaliyetlerde bulunması gerekir.

Sisteme kullanıcı olarak katılma isteği ekonomik, sosyal ve çevresel güdülerin tutum üzerindeki etkisini farklılaştırmamıştır. Sisteme kullanıcı olarak katılma isteği sağlayıcı olma isteğinden daha yüksektir. Bir başka deyişle, tüketicilerin başkaları tarafından sunulan ürünleri paylaşmak, kiralamak ve satın almak eğilimi kendi ürünlerini başkasının kullanımına sunma eğiliminden daha fazladır. Sağlayıcı olma isteği ise sadece sosyal güdülerle tutum arasındaki ilişkiyi etkilemektedir. Sağlayıcı olarak sisteme ürün sunabileceğini belirten tüketicilerde sosyal güdülerin tutum üzerindeki etkisi daha belirleyicidir. Kendine ait ürünleri paylaşma isteği yüksek olan tüketicilerde sosyal ilişkileri geliştirme, başkalarıyla iletişim kurma beklentisi sistemin daha kolay benimsenmesini sağlamaktadır. Ortaklaşa tüketim platformlarının özellikle sosyal açıdan yarattığı olumlu sonuçların ağızdan ağıza iletişim yöntemiyle sistemin aktörleri tarafından diğer tüketicilerle paylaşılması, sisteme sağlayıcı olarak katılımı artırabilir. Ortaklaşa tüketime karşı olumlu tutum geliştiren bireyler ilerleyen zaman diliminde sisteme katılma niyeti geliştirmektedirler. Sistemi ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda faydalı bulan bireylerde gelişen olumlu tutum sisteme katılma niyetine dönüşmektedir. Satın almak yerine paylaşmak ya da kiralamak gibi eylemlere olumlu tutum geliştirmek ilerde sistemin bir parçası olmayı kolaylaştırmaktadır.

Araştırmada tüketicilere farklı ürünleri ortaklaşa kullanım platformlarında kullanmayı ya da sağlamayı isteyip istemedikleri sorulmuştur. Daha sonra yapılacak çalışmalar, ortaklaşa tüketim platformlarının gerçek katılımcılarıyla yürütülebilirse sağlayıcı ya da kullanıcı rolünü gerçekte benimsemiş tüketicilerin güdülerinin nasıl farklılaştığı belirlenebilir. Bir platformda gerçek üye olarak kullanıcı ve sağlayıcı rolündeki katılımcıların katılım nedenlerinin ne olduğu ve nasıl farklılaştığı belirlenerek davranışsal niyetler üzerindeki etkilerin araştırılması, ortaklaşa tüketim sistemin varlığını sürdürmesi açısından önemli katkı sağlayacaktır.

5. Referanslar

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Bagozzi, R. P. ve Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94
- 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. (2016). Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 200-211.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715–734.
- Belk, R. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595-1600.
- Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossmann, C., Demkova, K. ve Carroll, J. M. (2015). A muddle of models of motivation for using peer-to-peer economicsystems. In: *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, ACM, April, 1085–1094.
- Benoit, S., Baker, T. L., Bolton, R. N., Gruber, T. and Kandampully, J. (2017). A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities, and resources & capabilities of actors, *Journal of Business Research*, 79, October, 219-227.
- Botsman, R. ve Rogers, R. (2010). *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*. New York, NY: Harper Business.
- Böcker, L. ve Meelen T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation, *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39.
- Cohen, B., ve Kietzman, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279–296.
- Çabuk, S., Südaş, H. ve Zeren, D. (2015). Sahip olmak yerine paylaşmak: Tüketicilerin paylaşma davranışlarının unsurlarını belirlemeye yönelik bir çalışma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 151-168
- Ertz, M., Durif, F. ve Arcand, M. (2016a). Collaborative consumption: Conceptual snapshot at a buzzword. *Journal of Entrepreneurship Education*, 19(2), 1-23.
- Ertz, M., Durif, F. ve Arcand M. (2016b). Collaborative consumption or the rise of the two-sided consumer. *The International Journal of Business and Management*, 4(6), 195-209.
- Fornell, C. ve Larcker, D.F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382–388
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L ve Havitz, M. (2017). Why tourists choose airbnb: A motivation-based segmentation study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342–359

- Habibi, M. R., Kim, A. ve Laroche, M. (2016). From sharing to exchange: an extended framework of dual modes of collaborative nonownership consumption. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(2), 277-294
- 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.
- Heinrichs, H. (2013). Sharing economy: a potential new pathway to sustainability. *GAIA-Ecological Perspectives for Science and Society*, 22(4), 228–231.
- Hellweg, K., Morhart, F., Girardin, F. ve Hauser, M. (2015). Exploring different types of sharing: A proposed segmentation of the market for sharing businesses. *Psychology & Marketing*, 32 (9), 891-906.
- Kıracı, H. (2017). Ortak tüketim ekseninde paylaşılan/paylaşılamayan varlıklar ve bireylerin paylaşım davranışlarını etkileyen faktörler üzerine bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 51-70.
- Mao, Z. ve Lyu, J. (2017). Why travelers use Airbnb again?: An integrative approach to understanding travelers' repurchase intention. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(9), 2464-2482.
- Mont, O. (2004). Institutionalisation of sustainable consumption patterns based on shared use, *Ecological Economics*, 50(1-2), 135-153.
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behavior*. 14(3), 193–207.
- Moeller, S. ve Wittkowski, K. (2010). The burdens of ownership: reasons for preferring renting. *Managing Service Quality*. 20(2), 176–191.
- Lamberton, C. P. ve Rose, R. L. (2012). When ours is better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of Marketing*, 76(4), 109-125.
- Owyang, J. (2013). The collaborative economy: products, services and market relationships have changed as sharing startups impact business models. to avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain (A Market Definition Report). *Altimeter*
- Ozanne, L. K., ve Ozanne, J. L. (2011). A child's right to play: the social construction of civic virtues in toy libraries. *Journal of Public Policy and Marketing*, 30(2), 264–278.
- Pensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants, A new way to look at ourselves and our kids. *From On the Horizon (NCB University Press*, 9(5). <http://www.marcpensky.com/>.
- Sung, E., Kim, H. ve Lee, D. (2018). Why do people consume and provide sharing economy accommodation? A sustainability perspective. *Sustainability*, 10, 1-17.
- Tussyadiah, I. P. (2015). An exploratory on drivers and deterrents of collaborative consumption in travel. In Tussyadiah, I.P. ve Inversini, A. (Eds.), *Information & Communication Technologies in Tourism*, Switzerland: Springer International Publishing.
- Tussyadiah, I. P. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation, *International Journal of Hospitality Management*, 55, 70-80.
- Tussyadiah, I. P ve Pesonen, J. (2016). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*, 55, 1022–1040.

SOSYAL GİRİŞİMCİLİĞE İLİŞKİN BİREYSEL İŞ YETKİNLİK ALGISI ÖLÇEK GELİŞTİRME ÇALIŞMASI

INDIVIDUAL WORK COMPETENCY PERCEPTION SCALE DEVELOPMENT STUDY REGARDING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Ezgi YILDIRIM SAATÇİ⁽¹⁾, Ceyda OVACI⁽²⁾

Öz: Değişen rekabet koşulları ve sosyal dinamikler ışığında günden güne daha fazla ilgi çeken sosyal girişimcilik kavramına ilişkin yapılan anlamında ivme kazanmıştır. Bu araştırma kapsamında da sosyal girişimi olan veya olma niyeti olan bireylerin iş yetkinlikleri anlamında kendilerini ne kadar yetkin algıladıklarına ilişkin ölçek geliştirme çalışması yer almaktadır. 378 kişilik bir örneklem grubu ile yapılan çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliği sunulmuş ve iş yetkinlikleri beş faktör Çevre analizi, Stratejik analiz, Pazar analizi, Müşteri Analizi ve Finansal Analiz olarak değerlendirilmiştir. Ölçek maddelerine ilişkin Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı ,95 olup, yapılan faktör analizleri sonrası 25 maddeli, 5 faktörlü ölçek elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, İş Yetkinliği, Stratejik Analiz, Pazarlama Analizi, Ölçek Geliştirme

Abstract: The concept of social entrepreneurship, which attracts more and more attention day by day in the light of changing competitive conditions and social Dynamics. Within the scope of this research, scale development study on how competent individuals with social initiative or intention to have one perceive themselves in terms of business mindset was presented. The validity and reliability of the study conducted on a sample of 378 was illustrated and business competencies were evaluated within five factors; Environmental analysis, Strategic analysis, Market analysis, Customer Analysis and Financial Analysis. The Cronbach Alpha internal consistency coefficient for the scale items is.95. After factor analysis, a 25-item, 5-factor scale was obtained.

Keywords: Social Entrepreneurship, Business Competencies, Strategic Analysis, Marketing Analysis, Scale Development.

JEL: M1, M10, M19

1. Giriş

Günümüz dünyasında yetkinlik kavramı her alanda olduğu gibi sosyal girişimcilik anlamında da değerlendirilen faktörler arasında yer almaktadır. Boyatzis ve Boyatzis (2008) e göre yetkinlik, “bir yetenek veya yapabilme kapasitesi olarak tanımlanır. Bu, “niyet” olarak adlandırdığımız, temeldeki bir yapı etrafında örgütlenmiş, ilgili fakat farklı bir davranış kümesidir... Hem eylem gerektiren bir dizi alternatif davranış, hem de niyet gerektiren bu yetkinliklerin oluşturulması hem davranışın varlığının hem de niyetin çıkarımının değerlendirilmesine izin veren ölçüm yöntemlerini gerekli kılar.” (Boyatzis, 2008: 10) Bu bağlamda, algısal olarak bireylerin kendilerinin yetkinliklerini değerlendirdikleri uygulamalar hem niyet

⁽¹⁾ İstanbul Okan Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme Bölümü;

ezgi.saatci@okan.edu.tr ORCID: 0000-0002-3767-2842

⁽²⁾ İstanbul Okan Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme Bölümü;

ceyda.ovaci@okan.edu.tr ORCID: 0000-0001-6905-9578

Geliş/Received: 14-02-2020; Kabul/Accepted: 20-10-2020

olarak durulan noktayı hem de ilerlemek için gerekli olan eylem planına ilişkin yol haritasını verme kapasitesini sunabilir.

Sosyal problemlerin yaygınlaştığı ve tek taraflı aktörlerin çözüm konusunda yetersiz kaldıkları bir ortamda, sosyal sorunlarla ilgili mücadelenin piyasa eli ile yapılmasını önemli görenler, piyasa koşullarını tartan ve şekillendiren iş yapma yetkinliklerine de övgülerde bulunmaktadır (Yunus, 2010: 8). Bu kapsamda sosyal girişimciler, sosyal sorumluluk bilincindeki şirketler veya kâr amacı gütmeyen örgütlerde olduğu gibi sosyal misyon ile hareket edip, kâr amacı güden kuruluşlardaki gibi stratejik ve fonksiyonel yeterliliklere sahip olması gereken kişiler olarak da değerlendirilebilir.

Bu çalışmanın amacı, sosyal girişimci olan veya olma niyetinde olduğunu belirten bireylerin, sosyal misyonlarının yanı sıra kendilerini iş yetkinlikleri konusunda yeterli bulma algısını değerlendiren ölçek geliştirme literatüre eklenmesidir. Bunun için kuramsal olarak girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirmede ihtiyaç duyulan iş yetkinliklerinin neler olduğunun belirlenmesi ile ölçek geliştirme sürecine başlanmıştır. Sürecin ilerleyen adımlarında ölçme aracının geçerlilik ve güvenilirlik analizleri test etmek amaçlanmıştır.

2. Sosyal Girişimcilik ve Bireysel Yetkinlikler

Araştırmalar, rekabetçi ortam hızlı bir değişim geçirirken ve kar ile kâr amacı gütmeyen sektörler arasındaki geleneksel sınırlar değiştiğinde sosyal girişimciliğin daha fazla ilgi görmesinin tesadüf olmadığını belirlemektedir (Cook ve Mitchell, 2003: 59).

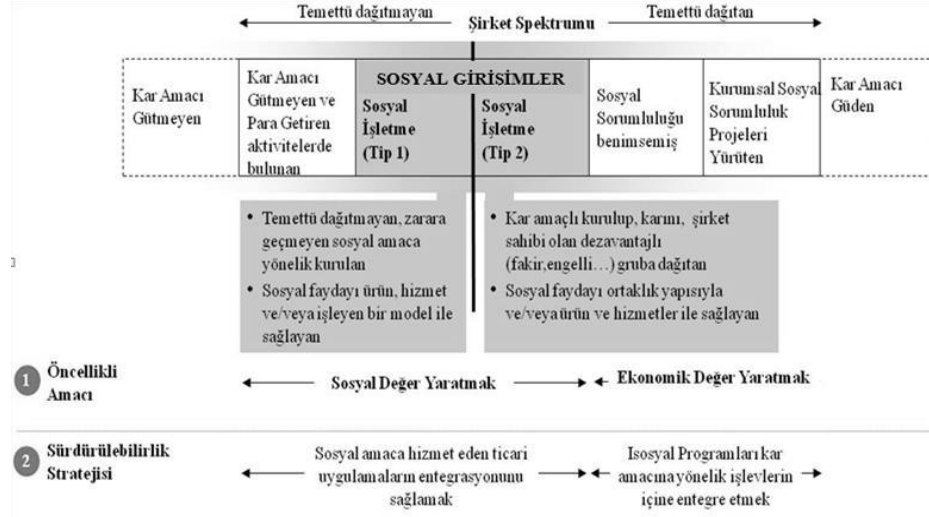
Sosyal girişimcilik, girişimcilik kavramına paralel olarak işletme yazınına 2000'lerde hızlı bir giriş yapmakla beraber kavramsal olarak sürdürülebilirlik ilkesi uygulanan sorumluluk sahibi şirketlerin dönüşümü olarak değerlendirilebilir (Kury, 2012: 65).

Toplumsal bağlamda sosyal girişimcilik, dezavantajlı grupların yaşam koşullarının yukarı kaldırılmasında ve toplum gelişiminin kolaylaştırılmasında rol oynadığı belirlenmiştir (Cornwall, 1998: 738; Wallace, 1999: 153). Bir sosyal eylem olarak sosyal girişimcilik, sosyal kaygı alanlarında değişim amacıyla sağlanan katalitik liderlik olarak değerlendirilmiş hem sosyal kaygı alanı hem de o sosyal kaygı alanı ile ilgili kamu politikası açısından ele alınmıştır (Weerawardena ve Mort, 2006: 23).

Ekonomik çerçeve açısından da sosyal girişimcilik müşterisi için üstün değer yaratmak hedefinde olan bir kâr amaçlı firmaya benzer şekilde, müşterileri için üstün sosyal değer yaratmaya çalışır. Rekabetçi bir pazarda kaynakları (sermaye, işgücü, ekipman vb.) çekebilme yeteneğinin, girişimin bu kaynakların rekabet ettiği alternatiften daha verimli bir kullanımı ile sürdürülebilir kılmayı ilke edinen ve girişimlerinin toplumsal değer yaratmak üzere kaynaklara erişebilmesini sağlamak için, yenilikçi yollar arayan oluşumlar kurma süreci olarak karşımıza çıkmaktadır (Dees, Emerson ve Economy, 2002: 186).

Sosyal girişimcilik Muhammed Yunus tarafından Sosyal işletmecilik tip 1 ve 2 olarak iki kategoride ele alınmış ve bu kapsamda *“birinci türde bir sosyal sorunu çözmek isteyen kar amacı gütmeyen şirkette yatırımcı bir süre sonra sadece başlangıç*

sermayesini geri alır, ancak kardan pay almaz ve şirketin elde ettiği tüm kar için geliştirilmesi ve genişletilmesi için yatırılırken ikinci türde kar amaçlı şirketin sahipleri dezavantajlı gruplardır ve bu grupların istihdamı sosyal sorunun çözümüne katkı sağlar” olarak tanımlanmaktadır. (Yunus 2010: 17) Farklı spektrumlar halindeki şirketler ve sosyal girişimcilik bağlantısı Şekil 1’de özetlenmektedir.



Şekil 1. Şirket Spektrumu

Kaynak: Yıldırım Saatçi, E., Tekait Çal B. (2015).

Sosyal girişimcilik konusunda, kâr amacı gütmeyen kuruluşlardaki statü ve misyondan farklı olarak; disiplini, performansı ve organizasyonel kapasiteyi ödüllendiren bir pazar ışığında her şeye rağmen toplumsal değişim yaratan, risk alan bireyin rolüne odaklanma ihtiyacı öne çıkmaktadır (Praszkier ve Zablocka-Bursa, 2009: 52). Bireysel seviyede sosyal girişimcilik hedefi ile yola çıkan girişimciler ve girişimci adaylarının kişisel güvenilirlik, dürüstlük ve sosyal değerler açısından takipçilerinin bağlılığını artırma üzerinde etkiye sahip olabilecek önemli liderlik özelliklerine sahip olduğu iddia edilmektedir (Smith ve Watts, 2014: 203).

Sosyal girişimciler değer yaratma sürecini; sosyal, çevresel ve ekonomik olarak entegre etme ve sinerji yaratma yoluyla, pazar koşullarında rekabet, risk ve fırsat döngüsünde ele almaktadırlar (Kurucz, Colbert ve Wheeler, 2008: 216). Sosyal girişimcilerin pek çok özelliği araştırmalara konu olmuştur. Yazında en çok atıfta bulunulan sosyal özellikler yenilikçilik, başarı merkezlilik, bağımsızlık, kader duygusu, düşük riskten kaçınma, belirsizlik ve toplumsal değer için hoşgörü olarak karşımıza çıkmaktadır (Brooks, 2009: 17). Başarı hikâyeleri ile birlikte ele alınan olgusal gelişim, bir dizi yüksek profilli başarı öyküsü olmasına rağmen, başarısız sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyon örneklerinin ortaya çıkması ile yerini bu uygulamaların uzun vadeli uygulanabilirliği hakkındaki iş modellerini kurgulamak için doğru yetkinliklere sahip sosyal girişimciler ile mümkün olabileceğini algısına bırakmaktadır (Tracey ve Jarvis, 2006: 68; Dacin ve Matear, 2010: 52).

Sosyal girişimcilerin ticari girişimcilerle paylaştıkları bir dizi davranışsal özelliği, “iş yetkinlikleri” anlamında önemli bulunan (Bacq ve Janssen, 2011: 379) ve araştırmacılar tarafından ele alınan özellikler Tablo 1. de verilmektedir.

Tablo 1. Sosyal Girişimcilik İş Yetkinlikleri

<i>Odak</i>	<i>Özellik</i>	<i>Araştırmacılar</i>
Çevresel Analiz	Fırsatları Algılama, ekosistemi takip etme	Catford 1998; Dees 1998; Thompson vd., 2000; Dees vd., 2002; Gainer ve Padanyi, 2002; Johnson, 2003; Mottner ve Ford, 2005; Nicholls, 2006; Tracey ve Jarvis, 2011
Stratejik Analiz	Sürdürülebilirliğe katkı sağlayacak doğrultuda fikir, misyon ve vizyon gibi stratejik araçları geliştirme	Dees, 1998; Mair ve Martı, 2004; Roberts ve Woods, 2005; Austin vd., 2006; Macedo ve Pinho, 2006; Peredo ve McLean, 2006; Morgan vd., 2009; Zahra vd., 2009 Weerawardena ve Mort, 2012
Pazar Analizi	Hedef pazarı ve Pazar ağına ilişkin unsurları belirleme	Balabanis, Stables ve Philips, 1997; Hitt vd., 1999; Prabhu, 1999; Sullivan Mort vd., 2003; Weerawardena ve Sullivan Mort, 2006; Morris, Coombes, Schindehutte ve Allen, 2007; Webb, Hitt, Kistruck ve Tihanyi, 2011.
Müşteri Analizi	Pazarlama Karmaşı Uygunluğu, Müşteri Odaklılık	Weerawardena ve Sullivan-Mort, 2001; Gainer ve Padanyi, 2002; Stokes, 2002, Bornstein, 2007; Chell, 2007; Trexler, 2008, Shaw, 2014; Palacios-Marqués vd., 2019
Finansal Analiz	Yatırım ve Operasyonel-Finansal Sürdürülebilirlik	Anthes, 2004; Austin vd., 2006; Covin vd., 2006; Trexler, 2008; Hynes, 2009; Joy vd., 2011; Pache ve Chowdhury, 2012; Freiling ve Laudien, 2013; Lan, Zhu, Ness, Xing ve Schneider, 2014; Yunus 2017

Çevresel analiz yetkinliği, politik, ekonomik sosyo-kültürel, ekolojik ve yasal çevrede olan değişimlerin fırsat ve tehditler şeklinde algılanması olarak değerlendirilebilir (Wheelen ve Hunger, 2010: 89). Aynı noktada sosyal girişimciler için iç ve dış çevrede yaşanan değişimler paralelinde sosyal iş fikrini geliştirmek ve bu iş fikri etrafındaki kurguyu yapmak da bu yetkinlik düzeyindeki ustalık kalemleri arasında sayılabilmektedir. Dees v.d (2002: 186)’in vurguladığı sosyal sorunlara duyarlı bireylerin, Yunus (2010: 45-48)’un değindiği sosyal olanakları yaratan iş fikirlerine dönüştürebilme yetkinliği çevresel analiz yetkinliğinin sadece çıktısı olarak kalmayıp, sosyal girişimin sürdürülebilir olması için gerekli olan ön koşul olarak da ele alınmalıdır.

Stratejik analiz, uzun vadeli hayatta kalabilme ve sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde rekabetçi koşullarda kendi kıyaslarına göre üstün performans ve/veya değer algısı için gerekli kurumsal yapıyı yaratmaya odaklanmaktadır. Keza konunun stratejik olması uzun vadeli, yön gösteren, etkilerinin hissedilebileceği ve günlük rutinin dışındaki konuları kapsamaması sebebi ile kuruluş prosedürleri, örgütsel yapısı ve organizasyonel

işlevlerini de içermektedir (Ülgen ve Mirze, 2007: 66). Diğer bir deyişle sosyal girişimci olmak isteyen bireylerin fikir geliştirme, iş planı hazırlama, organizasyonun misyon ve vizyonunu belirleme aşamalarında stratejik bir bakış açısıyla sürdürülebilirliği sağlayacak şekilde kurgulama yapması beklenmelidir. Bunun içinde sosyal girişimcilerin kavramlar arasındaki farklılıkları analiz etme yetkinliğine sahip olması gerekmektedir. Sosyal girişimim sürdürülebilirliğini sağlayan sosyal misyon ve değer yaratma kabiliyetinin önemine ilişkin birçok çalışmaya rastlamak mümkündür (Macedo ve Pinho, 2006: 537; Mair ve Martı, 2004: 38; Morgan, Vorhies ve Mason, 2009: 910; Weerawardena ve Mort, 2012: 93; Zahra, Gedajlovic, Neubaum ve Shulma, 2009: 520).

Pazar analizi, pazarın sınırlarının belirlenmesi, pazar yaşam döngüsünün ve pazar yapısının detaylandırılması sonucunda ortaya çıkan çerçevede rakiplerin, tedarikçilerin, müşterilerin, mevcut firmaların ve ikame ürünlerinin rekabet prensipleri doğrultusunda ele alınmasını ön görmektedir (Porter, 1989: 237). Bütüncül bir şekilde pazarı şekillendiren aktörlerin ele alınması pazara yönelik geliştirilecek, piyasa koşullarına uyumlu hamlelerin doğru bir şekilde sosyal girişimin önünü açacaktır (Hitt, Nixon, Hoskisson ve Kochbar, 1999: 146).

Müşteri analiz yetkinliği, yaratılan sosyal değerın müşteriye aktarımını sağlamak üzere doğru araçların seçilmesini kapsayan bir yetkinlik olarak değerlendirilebilir. Müşteri analiz yetkinliği, değerın hangi kanallardan müşteriye aktarımını sağlayabileceğine yönelik segmentlerinin oluşturulması, -müşterimiz kimdir? Nasıl tanırız? Nasıl memnun eder ve hayat boyu müşteri kavramını nasıl geliştirebiliriz? üzerine yapılan sorgulamaların biçimselleşmesi olarak görülebilir (Lemon ve Verhoef, 2016: 82). Bu konu özellikle üçüncü sektör geleneğinden gelen bağışlar ve hibeler yoluyla elde edilen ilişkilerin tekrardan sorgulandığı sosyal girişimcilik kavramında, müşteriler finansı sağlayan yerine verilen hizmet ve/veya ürün karşılığında elde edilen karşılığın finansal sürdürülebilirliğe katkısı olan gruplar olarak ele alınması bakımından oldukça önemlidir (Bornstein, 2007: 212; Chell, 2007: 22; Gainer ve Padanyi, 2002: 189; Palacios-Marqués, García, Sánchez ve Mari, 2019: 430; Shaw, 2014: 204; Trexler, 2008: 79).

Yatırım analizi yetkinliği, sosyal girişimlerin başlangıçlarından olgunlaştıkları süreye kadar gerekli olan yatırım döngüsünü ve aynı zamanda sürdürülebilir ve yönetilebilir nakit akışı çerçevesinde, aktif ve pasiflerin yönetildiği ve pozitif kar tablosuna ulaşılması yönündeki gelir-gider ve yatırımların dengelendiği bir vizyonun ön koşullarındandır (Yunus, 2017: 57). Borçlanma ve öz sermaye dengesi, fırsat maliyeti, nakit akışı, karlılık, kaldıraç, hisse kazancına yönelik rasyolar her girişimci için olduğu kadar sosyal girişimci için de kritik önem taşımaktadır. Bu yetkinlik sadece planlama ile sınırlı olmayıp, sürdürülebilirlik anlamında bir kontrol listesi olarak da hizmet etmektedir (Austin, Stevenson ve Wei-Skillern, 2006: 8; Covin, Green ve Slevin, 2006: 61; Hynes, 2009: 117; Freiling ve Laudien 2013: 5; Joy, De Las Casas ve Rickey, 2011:18).

3. Yöntem

Sosyal girişimciliğe ilişkin bireysel yetkinlik algısını ölçmeyi amaçlayan aracın geliştirilmesi için literatür taraması, test edilecek yetkinliklerin kavramsallaştırılması, madde havuzunun oluşturulması, keşif araştırması yapılması, uzman paneli

gerçekleştirilmesi ve maddelerin tekrar düzenlenmesi, pilot uygulama, nihai uygulamanın yapılarak geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmesi adımları izlenmiştir (Clark ve Watson, 1995: 309).

3.1. Ölçme Aracının Oluşturulması

Ölçeğin geliştirilmesi aşamasında sosyal girişimcilik ile ilgili detaylı literatür taraması yapılmış ve sosyal girişimcilik için gerekli bireysel yetkinliklerin kavramsallaştırılması tamamlanmıştır. Literatür taraması esnasında madde havuzu oluşturulabilmesi için girişimcilik alanına ilişkin diğer tüm ölçeklerde taranmış ve sosyal girişimcilik çerçevesinde ele alınabilecek olanlar madde havuzunda toplanmıştır. Ardından yeni maddelerin oluşturulabilmesi için keşif araştırması yapılmıştır. Bu çalışmada 47 katılımcıya sosyal girişimcilik için gerekli yetkinliklerin neler olabileceğine ilişkin açık uçlu sorular yönlendirilmiştir. Elde edilen veriler analiz edilerek sosyal girişimcilik yetkinlik algılarını belirlemeye yönelik maddeler halinde dönüştürülmüştür.

Her iki çalışma sonucu 41 maddeden oluşan bir madde havuzu oluşturulmuştur. Maddelerin özgünlüğü, açıklığı ve gerekliliğine ilişkin çıkarımlar yapmak ve kapsam geçerliliğinin sağlanması için uzman paneli yapılmıştır (Karakoç ve Dönmez, 2014: 40). Uzman panelinde 3 madde geliştirilmek istenen ölçme aracı kapsamında değerlendirilemeyeceği kanaatine varılıp madde havuzundan çıkarılmıştır. Oluşturulan taslak ölçek ile pilot uygulama (60 kişi üzerinde) gerçekleştirilerek maddeler arası korelasyon Bartlett'in küresellik testi ile test edilmiş ve faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda anlamlı sonuç vermeyen 3 ifade çıkarılmıştır. 5'li Likert tipi ölçekleme kullanılarak hazırlanan ölçek uygulamaya hazırlanmıştır.

3.2. Çalışma Grubu

Araştırma, İstanbul Okan Üniversitesi Sosyal Girişimcilik Merkezi, stratejik ortakları ve sosyal girişimcilik ekosistemi oyuncularının birlikte düzenlediği aktivitelere katılanların oluşturduğu veri tabanında yer alan, sosyal girişimciliğe ilişkin bilgi ve farkındalık sahibi 378 kişi üzerinde gerçekleştirilmiştir. İlgili örneklem grubuna katılım daveti online veri toplama platformları ve e-mail aracılığı ile iletilmiştir.

3.3. Verilerin Analizi

Geliştirilen ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve sonrasında da kuramsal dayanaklar ile oluşturulan ölçme aracının yapıları doğrulama durumunu test etmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 275). Faktörlerin daha anlamlı yapılara dönüştürülebilmesi sağlamak amacı ile AFA'da varimax faktör rotasyon yöntemi kullanılmıştır (Hair, Black, Babin ve Anderson, 2010: 113). Yapıların doğruluğunu teyit etmek amacıyla yapılan DFA'da model geçerliliğine ilişkin uyum iyiliği indekslerinin kabul edilebilir sınır değerlere göre değerlendirilmiştir. Ayrıca madde toplam korelasyon sayıları değerlendirilerek ölçekte yer alacak maddeler ilişkin bulgulara erişilmiştir.

Faktör analizi öncesinde örneklemin uygunluğu Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity testi ile değerlendirilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2007: 481). Ölçek güvenirliğinin tespiti için Cronbach Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Verilerin analizinde SPSS ve Lisrel programlarından yararlanılmıştır.

4. Bulgular

4.1. Ölçeğin Geçerliliğine İlişkin Bulgular

Ölçeğin yapı geçerliliğine ilişkin çıkarımlarda bulunabilmek için faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizi öncesi veri yapısının analiz için uygunluğu için KMO değeri .95 olarak hesaplanmış, Bartlett Testi ise anlamlı ($p < 0.001$) sonuç vermiştir.

Faktör analizi sonuçları değerlendirilirken faktör yüklerinin .30 değerinin üzerinde olması ve tek bir faktör altında yüksek yük değerine sahip olması durumu incelenmiştir. Faktör yük değerleri .30'dan düşük olan bir maddeye rastlanmamış ve ölçeğin 5 faktörden oluştuğu tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına ilişkin bulgular Tablo 2. de gösterilmiştir.

Tablo 2. Açımlayıcı Faktör Analizi

FAKTÖRLER					
FinansalanalizM10	,815				
FinansalanalizM5	,793				
FinansalanalizM9	,785				
FinansalanalizM11	,774				
FinansalanalizM12	,768				
FinansalanalizM4	,760				
FinansalanalizM8	,757				
FinansalanalizM7	,750				
FinansalanalizM6	,748				
FinansalanalizM1	,738				
FinansalanalizM3	,737				
FinansalanalizM2	,711				
FinansalanalizM13	,666				
MüşterianalizM5		,733			
MüşterianalizM4		,713			
MüşterianalizM3		,695			
MüşterianalizM6		,673			
MüşterianalizM2		,672			
MüşterianalizM1		,617			
MüşterianalizM7		,555			
StratejikanalizM4			,737		
StratejikanalizM6			,723		
StratejikanalizM5			,695		
StratejikanalizM2			,680		
StratejikanalizM1			,651		
StratejikanalizM3			,571		
PazaranaliziM2				,802	
PazaranaliziM1				,750	

PazaranaliziM4				,748	
PazaranaliziM3				,727	
PazaranaliziM5					
ÇevreanaliziM3					,680
ÇevreanaliziM1					,673
ÇevreanaliziM2					,637
ÇevreanaliziM4					,554
Açıklanan Varyans	49,644	9,869	4,201,	3,830	2,899
Özdeğer (Eigen Value)	17,375	3,454	1,470	1,340	1,014

Ölçekte yer alan 35 maddeden öz değeri 1'in üzerinde olanların toplam 5 faktör altında toplandıkları görülmektedir. Toplam varyansın %70'i bu faktörler tarafından açıklanmaktadır. Birinci faktörde 13 madde, ikinci faktörde 7 madde, üçüncü faktörde 6 madde, dördüncü faktörde 5 madde ve beşinci faktörde ise 4 madde yer almaktadır. Faktör yükleri incelendiğinde ,554 ile ,815 değerleri arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu da kabul edilebilir değer olan .30'un üzerinde olduğunu göstermektedir. Tüm bu bulgular ışığında faktörlerin kapsadığı madde içerikleri incelenerek literatüre dayalı isimlendirme yapılmıştır. Birinci faktör iş yetkinliklerinden “finansal analiz yetkinliği”, ikinci faktör “müşteri analiz yetkinliği”, üçüncü faktör “stratejik analiz yetkinliği”, dördüncü faktör “pazar analiz yetkinliği” ve beşinci faktör “çevre analiz yetkinliği” olarak adlandırılmıştır.

Açımlayıcı faktör analizi sonrası verilerin yapı geçerliliğini teyit etmek amacı ile toplanan veriler ile kuramsal dayanağın ne denli örtüştüğüne ilişkin bilgi veren doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Parametre değerlerinin uygulununun kontrol edilmesi için gözlenen değişkenlerin hata varyanslarının anlamlı sonuçlar verip vermediği, faktör yükleri, standardize edilmiş yol katsayılarının 1'den küçük olup olmadığı ve iyi uyum istatistikleri değerlendirilmiştir (Hair vd., 2010: 661-664). İlk analiz sonrası modifikasyon önerileri incelenmiş arasında ilişki olduğu saptanan stratejikanalizM1, startejikanalizM2 ve pazaranaliziM1, pazaranaliziM2 madde çiftleri arasında modifikasyon yapılmıştır. Maddeler göz önünde bulundurularak analiz tekrarlanmıştır. İkinci analizde 6 madde modelden çıkartılmıştır. Elde edilen yeni modele ilişkin uyum iyiliği indeksleri değerleri Tablo 3. de verilmiştir.

Tablo 3. Sosyal Girişimcilik Bireysel İş Yetkinlikleri Ölçeği

Uyum İyiliği İndeksi	DFA sonucu elde Edilen Değer	Kabul Edilebilir Sınır Değerler
χ^2	650.39	$p > 0.05$
df	263	
RMSEA	0.063	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$
GFI	0.90	$0.90 < GFI < 0.95$
AGFI	0.85	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$
CFI	0.99	$0.97 \leq CFI \leq 1.00$
NFI	0.98	$0.90 \leq NFI \leq 0.95$
NNFI	0.98	$0.95 \leq NNFI \leq 0.97$
PGFI	0.71	0= Uyum Yok 1= Mükemmel Uyum

Kaynak: Schermelleh-Engel-Moosbrugger (2003)'den uyarlanmıştır.

Ölçeğe ilişkin uyum istatistiklerine göre ki karenin serbestlik derecesine oranı ($\chi^2/df=2,47$ $\chi^2= 650.39$ $df=263$) olarak hesaplanmıştır. Bu değer ölçüm modelinin verilere orta düzeyde uyum sağladığını işaret etmek ile birlikte diğer istatistiklerinde değerlendirilmesi gerekmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 272). Modelin kök ortalama kare yaklaşım hatası (RMSEA) değeri 0.063, CFI (karşılaştırmalı uyum indeksi) değeri 0,99 olarak belirlenmiştir. NFI (ölçeklendirilmiş uyum indeksi) değeri 0,98 olarak hesaplanmıştır. GFI (uyum indeksi) değeri 0.88 ve AGFI (düzeltilmiş uyum iyiliği indeksi) değeri 0,85 olarak hesaplanan modelin RMR (kök artık kareler ortalaması) değeri 0,05 olarak belirlenmiştir. 5 boyutlu ölçeğe ait maddelerin faktör yükleri 0.64 ile 0.89 aralığında olduğu tespit edilmiştir. T değerleri ise 0,1 düzeyinde 2.56'yı aşan değerlere ile anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgulara göre ölçeğin faktör yapısını doğrular nitelikte kabul edilebilir değerlere sahip olduğu ve model (EK 2) ile verilerin uyum sağladığı söylenebilir.

4.2. Ölçeğin Güvenirliliğine İlişkin Bulgular

Ölçeğin iç tutarlılığı Cronbach Alpha korelasyon katsayısı ile hesaplanmıştır. Finansalanaliz faktörü .94, müşteri analizi .91, stratejikanaliz .84, pazaranalizi .91, çevreanalizi .82 olarak hesaplanmıştır. Her bir faktör için hesaplanan düzeltilmiş madde- toplam korelasyonları ise .59 ve .75 arasında değişmektedir.

Tablo 4. Sosyal Girişimcilik Bireysel İş Yetkinlikleri Ölçeği Güvenirlilik Katsayıları İç Tutarlılık Katsayıları

	$\alpha=,957$
FinansalAnaliz	,943
MüşteriAnalizi	,912
StatejikAnaliz	,840
PazarAnalizi	,917
ÇevreAnalizi	,823

Tablo 5. Sosyal Girişimcilik Bireysel İş Yetkinlikleri Ölçeği Madde Analizi

	Düzeltilmiş Madde Toplam Korelasyonları
FinansalAnalizM6	,677
FinansalAnalizM7	,650
FinansalAnalizM8	,705
FinansalAnalizM9	,716
FinansalAnalizM10	,720
FinansalAnalizM11	,729
FinansalAnalizM12	,750
FinansalAnalizM13	,721
MüşteriAnaliziM1	,653
MüşteriAnaliziM2	,673
MüşteriAnaliziM3	,717
MüşteriAnaliziM4	,713
MüşteriAnaliziM5	,692
StratejikAnalizM1	,595

StratejikAnalizM2	,665
StratejikAnalizM3	,633
StratejikAnalizM4	,538
PazarAnaliziM1	,640
PazarAnaliziM2	,671
PazarAnaliziM3	,668
PazarAnaliziM4	,699
PazarAnaliziM5	,602
ÇevreAnaliziM1	,644
ÇevreAnaliziM2	,641
ÇevreAnaliziM3	,673

Madde toplam korelasyon katsayıları 0,20'den yüksek olması ölçeğin temsil gücünün yeterli olduğu anlamına gelmektedir (Büyüköztürk, 2007).

5. Sonuç

Bu çalışmada sosyal girişimciliğe ilişkin bireysel iş yetkinlik algısını belirleme amacıyla bir ölçek geliştirme çalışması yürütülmüştür. Oluşturulan madde havuzu sonrası oluşturulan taslak ölçek formu ile uzman paneli ve pilot uygulama gerçekleştirilmiştir. Uzman paneli ve pilot uygulama sonrası toplam 6 madde ölçekten çıkartılmıştır. Ölçeğe ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması sosyal girişimciliğe ilişkin düzenlenen etkinliklere katılmış, farkındalık kazanmış ve sosyal girişimci niyeti olduğunu beyan eden 378 kişi ile test edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik değerlerinin kabul edilebilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Geçerlilik çalışması sürecinde taslak ölçme aracı açımlayıcı faktör analizine tabi tutulmuştur. AFA sonuçlarına göre maddelerin faktör yük değerleri .30 'un altında olmadığı tespit edilmiş ve madde çıkarımı yapılmamıştır. Ölçeğin 5 faktörden oluştuğu yapılan analiz sonucu tespit edilmiştir. Ölçeğe ait 5 faktörün toplam varyansın %70'ini açıkladığı görülmüştür. 5 faktör finansal analiz, müşteri analizi, stratejik analiz, pazar analizi ve çevre analizi iş yetkinliği olarak isimlendirilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliği doğrulayıcı faktör analizi ile teyit edilmek istenmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre ölçeğin uyum iyiliği değerleri iyi uyum aralığını temsil eden kabul edilebilir değerlere yakın olduğu görülmüştür. Geliştirilen modifikasyon önerileri incelenmiş ve uyum iyiliği indekslerinde gerçekleştireceği iyileştirmeler ve teorik kapsam göz önünde bulundurularak modifikasyonlar gerçekleştirilmiştir. Ek 1'de ölçek maddelerine yer verilmiştir.

Sonuç olarak ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliğine ilişkin bulgular incelendiğinde bireylerin sosyal girişimciliğe ilişkin iş yetkinlik algısını ölçmek üzere geliştirilen bu ölçeğin konu ile ilgili yapılacak araştırmalarda kullanılabileceği söylenebilir. Elde edilen bulguların araştırma katılımcıları ile sınırlı olması nedeniyle ölçeğin genellenebilirliğinin artırılması için farklı örneklem gruplarında denemesi ihtiyacı bulunmaktadır. Ölçek kapsamının genişletilmesi ve farklı iş yetkinlikleri faktörlerinin eklenmesi ile daha iyi değerlere erişebileceği ve literatüre katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Sosyal girişimcilik kavramında ön plana çıkan sosyal değer yaratma olgusunun, sosyal girişimcilik niyetine sahip bireylerin yetkinlikleri ile desteklendiğinde nasıl yol aldıklarına ilişkin araştırmalara daha fazla ihtiyaç

bulunmaktadır. Farklı örneklem ve farklı yetkinlikler içerisinde iş yetkinliklerinin katkısı sosyal girişimcilik yol haritalarındaki eğitim ve gelişim alanlarını destekleyeceği düşünülmektedir.

6. Referanslar

- Altun, S. A. ve Büyüköztürk, Ş. (2011). Değişim eğilimleri ölçeğinin geliştirilmesi. *Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 1(11), 73-90.
- Anthes, W. (2004). Financial literacy in America: A perfect storm, a perfect opportunity. *Journal of Financial Service Professionals*, 8(6), 49-56.
- Austin, J., Gutierrez, R., Ogliastrri, E. ve Reficco, R. (eds) (2006). *Effective Management of Social Enterprises*. Cambridge, MA: David Rockefeller Center Series on Latin American Studies, Harvard University.
- Austin, J., Stevenson, H., ve Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1-22.
- Bacq, S. ve Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5-6), 373-403.
- Bagozzi, R. P., Yi ve L. W. Phillips (1991). Assessing construct validity in organizational research. *Administrative Science Quarterly* 36(3), 421-458.
- Balabanis, G., Stables, R.E., ve Phillips, H.C. (1997). Market orientation in the top 200 British charity organizations and its impact on their performance. *European Journal of Marketing*, 31(8), 583-603.
- Bornstein, D. (2007). *How to change the world: Social entrepreneurs and the power of new ideas*. New York: Oxford University Press.
- Boyatzis, R., ve Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of management development*, 27(1), 5-12.
- Brooks, A. C. (2009), *Social entrepreneurship: A modern approach to social venture creation.*, New Jersey: Person International Edition.
- Catford, J. (1998). Social entrepreneurs are vital for health promotion—But they need supportive environments too. *Health Promotion International*, 13(2), 95-98.
- Chell, E. (2007). Social enterprise and entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 25(1), 5-26.
- Clark, L.A. ve Watson, D. (1995). Constructing validity: basic issues in objective scale development. *Psychological Assessment*, 7(3), 309-319.
- Cook, B., Dodds, C., ve Mitchell, W. (2003). Social entrepreneurship—False premises and dangerous forebodings. *Australian Journal of Social Issues*, 38(1), 57-72.
- Cornwall, J. R. (1998). The entrepreneur as a building block for community. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 3(2), 734-745.

- Covin, J.G., Green, K.M., ve Slevin, D.P. (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation– sales growth rate relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 57-81.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve Lisrel uygulamaları* (2. Bs.). Ankara: Pegem Akademi.
- Dacin, P. A., Dacin, M. T., ve Matear, M. (2010). Social entrepreneurship: Why we don't need a New theory and how we move forward from here. *Academy of Management Perspectives*, 24(3), 37-57.
- Dees, J. G., Emerson, J., ve Economy, P. (2002). *Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs* (Vol. 186). John Wiley & Sons.
- Freiling, J., ve Laudien, S. M. (2013). Explaining New venture failure: A competence–based approach. *AIMS 2013 Conference*.
- Gainer, B. ve Padanyi, P. (2002). Applying the marketing concept to cultural organisations: An empirical study of the relationship between market orientation and performance. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7(2), 182-193.
- Gainer, B. ve Padanyi, P. (2005). The relationship between market-oriented activities and market-oriented culture: Implications for the development of market orientation in nonprofit service organizations. *Journal of Business Research*, 58(6), 854-862.
- Grand, S., Von Krogh, G., Leonard, D., ve Swap, W. (2004). Resource allocation beyond firm boundaries: A multi-level model for open source innovation. *Long Range Planning*, 37(6), 591-610.
- Hair, J. F. J., Black W. C., Babin, B. J., ve Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th Ed.). Prentice Hall.
- Hitt, M.A., Nixon, R.D., Hoskisson, R.E., ve Kochhar, R. (1999). Corporate entrepreneurship and crossfunctional fertilization: Activation, process and disintegration of a new product design team. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3). 145-168.
- Hynes, B. (2009). Growing the social enterprise – issues and challenges. *Social Enterprise Journal*, 5(2), 114-125.
- Johnson, S. (2003) Young social entrepreneurs in Canada. *New Academy Review*, 2(4).
- Joy, I., De Las Casas, L. ve Rickey, B. (2011). *Understanding the demand for and supply of social finance: research to inform the Big Society Bank*. New Philanthropy Capital in association with the National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA), London.
- Karakoç, F.Y. ve Dönmez, L. (2014). Ölçek geliştirme çalışmalarında temel ilkeler. *Tıp Eğitimi Dünyası*, 40, 39-49.
- Kurucz, E. C., B. A. Colbert ve D. C. Wheeler: (2008). The Business Case for Corporate Social Responsibility, in A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J.

- Moon and D. Seigel (eds.), *The Oxford Handbook on Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press.
- Kury, K. W. (2012). Sustainability meets social entrepreneurship: A Path to social change through institutional entrepreneurship. *International Journal of Business Insights & Transformation*, 64-71.
- Lan, H., Zhu, Y., Ness, D., Xing, K., ve Schneider, K. (2014). The role and characteristics of social entrepreneurs in contemporary rural cooperative development in China: case studies of rural social entrepreneurship. *Asia Pacific Business Review*, 20(3), 379-400.
- Lemon, K. N. ve Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96.
- Macedo, I.M. ve Pinho, J.C. (2006). The relationship between resource dependence and market orientation: The specific case of non-profit organisations. *European Journal of Marketing*, 40(6), 533-553.
- Mair, J., ve Marti', I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44.
- Morgan, N.A., Vorhies, D.W., ve Mason, C.H. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. *Strategic Management Journal*, 30(8), 909-920.
- Morris, M.H., Coombes, S., Schindehutte, M., ve Allen, J. (2007). Antecedents and outcomes of entrepreneurial and market orientations in a non-profit context: Theoretical and empirical insights. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 12-39.
- Mottner, S. ve Ford, J.B. (2005). Measuring nonprofit marketing strategy performance. *Journal of Business Research*, 58(6), 829-840
- Nicholls, A. (2006). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Pache, A. C., ve Chowdhury, I. (2012). Social entrepreneurs as institutionally embedded entrepreneurs: Toward a new model of social entrepreneurship education. *Academy of Management Learning & Education*, 11(3), 494-510.
- Palacios-Marqués, D., García, M. G., Sánchez, M. M., ve Mari, M. P. A. (2019). Social entrepreneurship and organizational performance: A study of the mediating role of distinctive competencies in marketing. *Journal of Business Research*, 101, 426-432.
- Peredo, A. M., ve McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65.
- Porter, M. E. (1989). From competitive advantage to corporate strategy. In *Readings in Strategic Management* (pp. 234-255). London: Palgrave.
- Praszkier, R., Nowak, A., ve Zablocka-Bursa, A. (2009). Social capital built by social entrepreneurs and the specific personality traits that facilitate the process. *Social Psychology [Psychologia Społeczna]*, 4(10-12), 42-54.

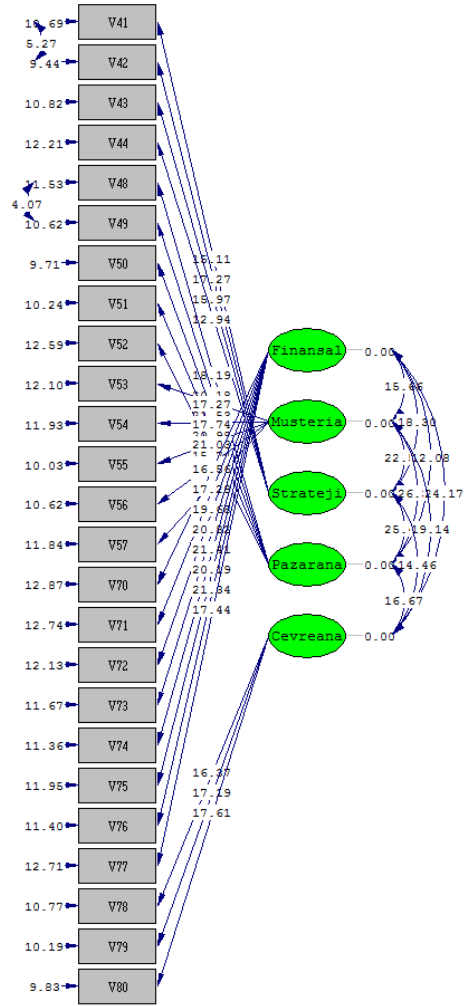
- Roberts, D., ve Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45-51.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., ve Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive Goodness-Of-Fit Measures Of *Psychological Research Online*, (8), 23-74.
- Shaw, E. (2004), Marketing in the social enterprise context: is it entrepreneurial? *Qualitative Market Research*, 7(3), 194-205.
- Smith, R., Bell, R., ve Watts, H. (2014). Personality trait differences between traditional and social entrepreneurs. *Social Enterprise Journal*, 200-221.
- Stokes, D. (2002), Entrepreneurial marketing in the public sector: the lessons of head teachers as entrepreneurs. *Journal of Marketing Management*, 18 (3-4), 397-414.
- Tabachnick, B.G. ve Fidell, L.S. (2007). *Using Multivariate Statistics* (5th ed.). Allyn and Bacon: Pearson Education, Inc.
- Thompson, J. L., Alvy, G., ve Lees, A. (2000). Social entrepreneurship: A new look at the people and the potential. *Management Decision*, 38(5), 328-338.
- Tracey, P., ve Jarvis, O. (2006). An enterprising failure. *Stanford Social Innovation Review*, 4, 66-70.
- Tracey, P., Phillips, N., ve Jarvis, O. (2011). Bridging institutional entrepreneurship and the creation of new organizational forms: A multilevel model. *Organization Science*, 22(1), 60-80.
- Trexler, J. (2008). Social entrepreneurship as algorithm: Is social enterprise sustainable?. *E: Co Issue*, 10(3), 65-85.
- Ülgen, H., ve Mirze, S. K. (2007). *İşletmelerde stratejik yönetim*. İstanbul: Arıkan Yayınları.
- Wallace, S. L. (1999). Social entrepreneurship: The role of social purpose enterprises in facilitating community economic development. *Journal of developmental entrepreneurship*, 4(2), 153.
- Webb, J.W., Ireland, R.D., Hitt, M.A., Kistruck, G.M., &veTihanyi, L. (2011). Where is the opportunity without the customer? An integration of marketing activities, the entrepreneurship process, and institutional theory. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(4), 1-18.
- Weerawardena, J. ve Sullivan-Mort, G. (2001). Learning, innovation and competitive advantage in not-forprofit aged care marketing: A conceptual model and research propositions. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 9(3), 53-73.
- Weerawardena, J., ve Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*, 41(1), 21-35.
- Weerawardena, J. ve Mort, G. (2012). Competitive strategy in socially entrepreneurial nonprofit organizations: Innovation and differentiation. *Journal of Public Policy & Marketing*, 31(1), 91-101.

- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., ve Bamford, C. E. (2010). *Strategic management and business policy*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Yıldırım Saatçi, E. ve Tekaüt Çal B. (2015). *Başarılı Bir Sosyal İşletme Modeli: Grameen Danone Yogurt*. 13. Ulusal İşletmecilik Kongresi, 1(1), 1197-1200.
- Yunus M. (2010). *Building Social Business*. New York: Perseus
- Yunus, M. (2017). *Social business entrepreneurs are the solution*. In *The Future Makers*. Routledge
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., ve Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519-532.

EK 1. Sosyal Girişimciliğe İlişkin Bireysel İş Yetkinlik Algısı Ölçeği

Çevre Analizi İş Yetkinliği	Teknoloji kullanımı ile ilgili bilgi sahibiyim (altyapı, internet, e-ticaret, programla vb.).
	Sosyal girişimcilik ekosistem ile ilgili bilgi sahibiyim.
	Uluslararası-Ulusal teşvik ve hibeler konusunda bilgi sahibiyim.
Stratejik Analiz İş Yetkinliği	Fikir ve iş fikri arasındaki farkı bilirim.
	İş fikrini iş planına dönüştürmeyi bilirim.
	İş planı ve fizibilite arasındaki farkı bilirim.
	Misyon ve vizyon nedir, nasıl yazılır bilirim.
Pazar Analiz İş yetkinliği	İş yapmak istediğim/sosyal fayda yaratmak istediğim pazarı tanımlayabilirim.
	İş yapmak istediğim/sosyal fayda yaratmak istediğim pazarın büyüklüğünü bilirim.
	İş yapmak istediğim/sosyal fayda yaratmak istediğim hedef kitleyi tanımlayabilirim.
	İş yapmak istediğim/sosyal fayda yaratmak istediğim pazardaki rakip analizini yapabilirim.
	Ürün/Hizmet tanımını yapabilirim.
Müşteri Analizi İş Yetkinliği	Ürün/Hizmet fiyatının nasıl oluşturulduğunu bilirim.
	Yer seçimi kriterlerini değerlendirebilirim.
	Müşteriye ulaşım kanallarını belirleyebilirim.
	Ürün/Hizmet tanıtım planını bilirim/oluşturabilirim.
	Ürün/Hizmet sunum sürecinin aşamalarını bilirim.
Finansal Analiz İş Yetkinliği	Borçlanma/kredi hesaplarını bilirim.
	Melek yatırımcılık konusunda bilgi sahibiyim.
	Risk sermayedarları konusunda bilgi sahibiyim.
	Başabaş Noktasını hesaplayabilirim.
	Karlılık hesapları ve rasyoları bilirim.
	Bilanço ve Gelir-Gider tablosunu bilirim.
	Nakit projeksiyonlarını yapabilirim.
Risk ve Fırsat Analizi yapabilirim.	

EK 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi



Chi-Square=650.39, df=263, P-value=0.00000, RMSEA=0.063

İZLENİM YÖNETİMİ TAKTİKLERİNİN ÖRGÜTSEL SINIZM ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE LİDER-ÜYE ETKİLEŞİMİNİN ARACILIK ROLÜ(*)

THE MEDIATOR EFFECT OF LEADER- MEMBER EXCHANGE (LMX) ON THE RELATIONSHIP BETWEEN IMPRESSION MANAGEMENT TACTICS AND ORGANIZATIONAL CYNICISM

Ahmet MUMCU⁽¹⁾

Öz: Bu çalışmanın amacı izlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sinizm üzerindeki etkisinde lider-üye etkileşiminin aracılık rolünü araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırma 319 banka personeli üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre izlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sinizmin tüm boyutları üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkilere sahip olduğu tespit edilmiştir. Aracı role sahip değişkenin modele dahil edilmesi ile izlenim yönetimi taktiklerinin lider-üye etkileşimi üzerinde etkisi olmadığı, buna karşın lider-üye etkileşiminin örgütsel sinizm boyutları üzerinde negatif yönlü anlamlı etkileri olduğu belirlenmiştir. Araştırma bulgularına göre lider-üye etkileşiminin aracılık rolü olmadığı tespit edilmiştir. Araştırma sonuçları neticesinde, uygulayıcı ve araştırmacılara yönelik çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İzlenim Yönetimi Taktikleri, Lider-Üye Etkileşimi, Örgütsel Sinizm

Abstract: *The purpose of this study is to investigate the mediating role of leader-member exchange on the effects of impression management tactics on organizational cynicism dimensions. According to the analysis results, impression management tactics have positive affect on organizational cynicism sub-dimensions. After that the mediator variable lmx included to research model, it was found that impression management tactics has not effect on lmx whereas lmx affected all organizational cynicism sub-dimensions negatively. By the results, it was found that leader-member exchange hasn't mediatory roles in the research model. As result of the research, various proposals for practitioners and researchers were presented.*

Keywords: *Impression Management Tactics, Leader-Member Exchange, Organizational Cynicism*

JEL: M00, M10

1. Giriş

Genel olarak izlenim yönetimi taktikleri, bireyin diğer bireyler üzerinde belirli bir etki ya da izlenim oluşturmak için gösterdiği davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Basım ve Tatar, 2006: 226). İzlenim yönetimi çalışmaları, iş hayatında faaliyet gösteren örgütlerde özellikle ast- üst ilişkisi bağlamında önemli bir yere sahiptir. Bu ilişkide astın yapısal bağlılığı, olumlu bir izlenim yaratmak için doğal bir arzuyu doğurmaktadır. İzlenim yönetimi davranışı, işte bireysel başarı ve tanınma fırsatları konusunda önemli bir etkiye sahip olabilir. Bu noktada çalışanların sergilediği izlenim yönetimi taktikleri ile yöneticinin izlenim yönetimini nasıl algıladığı ve uyguladığını

(*) “Örgüt İkliminin Örgütsel Sinizm Üzerindeki Etkisinde İzlenim Yönetimi Taktikleri ve Lider-Üye Etkileşiminin Aracılık Rolü” başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

⁽¹⁾ Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Acil Yardım ve Afet Yönetimi Bölümü;

ahmet.mumcu@gop.edu.tr; ORCID: 0000-0001-6610-5073

Geliş/Received: 24-02-2020; Kabul/Accepted: 01-11-2020

belirlemek önemli bir araştırma konusu olabilmektedir (Zaidman ve Drory, 2001: 671-672). İzlenim yönetimi davranışı bireyin şahsi amaçları ile doğru orantılıdır. Birey algıladığı iş ortamı ve kişilik özelliklerine göre kendi izlenim yönetimi taktiklerini farklılaştırabilmektedir. Bu duruma örnek olarak; birey bazı durumlarda niteliklerini tanıtmaya ve başarılı bir çalışan gibi görünme davranışları sergilerken, bazı durumlarda ise sevilmeye odaklanarak karşısındakini yüceltme davranışı sergileyebilmektedir (Çetin ve Basım, 2010: 257). Bu tespit izlenim yönetiminin tesadüfi ya da rastlantısal olmadığını aksine amaçsal, stratejik ve dinamik bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir (Basım ve Tatar, 2006: 226). İfade edilen yapıya sahip bu taktiklerin çoğunluğu itibari ile çalışanların örgütsel hayatta yönetici ve meslektaşlarının algılama ve davranışlarını etkilemeye yönelik girişimlerinden oluştuğu söylenebilir. Çalışanlar niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışmak, kendini örnek bir çalışan gibi göstermeye çalışmak, kendi önemini örgütte zorla fark ettirmeye çalışmak, karşısındakini yücelterek kendini sevdirmeye çalışmak gibi izlenim yönetimi taktiklerini kullanarak örgütlerdeki yöneticilerin kendisi hakkındaki izlenimlerini yönlendirebilmektedir. Bu izlenimler çalışanın lider ile olan etkileşimin kalitesini artırabilmekte ve günümüz örgütlerinde çalışanlar için lidere yakın olmanın beraberinde getirdiği önemli örgütsel sonuçlara ulaşmasına imkân sağlayabilmektedir. Lider- üye etkileşim teorisinin doğal bir sonucu olarak oluşan iç dış grup ayrımı örgüt çalışanları içinde belirli farklılaşmaları oluşturmada ve lidere yakın olan iç grup üyeleri elde ettikleri konum itibari ile belirli pozitif örgütsel ve bireysel çıktılar elde edebilmektedir. Bu noktada öngörülen bu dolaylı ilişkinin çalışanın sinizm algısını negatif yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Bu tespitler temelinde çalışmada izlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sinizm üzerindeki etkisinde lider-üye etkileşiminin aracı bir rol üstlenebileceği ön görülerek araştırma modeli kurgulanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. İzlenim Yönetimi Taktikleri

İzlenim yönetimi öz sunum, kendini tanıtmaya olarak da adlandırılmaktadır. Kavram bireylerin diğerlerinden aldığı izlenimleri kontrol etme girişiminde bulunduğu süreci ifade eder. Çünkü insanların başkaları üzerinde oluşturdukları izlenimler, başkalarının onları nasıl algıladığı, değerlendirdiği ve muamelede bulunduğu üzerinde etkilidir. Bu açıdan kendileri ile ilgili görüşlerin birey üzerinde etkilere sahip olduğunu bildiğinden insanlar, bazen başkalarının gözünde belirli izlenimler yaratacak şekillerde davranırlar (Leary ve Kowalski, 1990: 34).

Farklı araştırmacılar (Bozeman ve Kacmar, 1997; Tedeschi ve Melburg, 1984; Wayne ve Ferris, 1990) birçok farklı izlenim yönetimi taktikleri sınıflandırması yapmıştır. Fakat Jones ve Pittman (1982) tarafından yapılan sınıflandırma literatürde en sık kullanılan çalışmadır. Jones ve Pittman (1982) bireyler tarafından kullanılan izlenim yönetimi taktiklerini 5 farklı bölümde sınıflandırmıştır (Crane ve Crane, 2002: 27). Bu sınıflandırmaya göre:

- Kendini sevdirmeye çalışmak: Yağcılık ya da iyilik yaparak hoşça giden biri gibi görünmeye çalışmak.
- Kendini tanıtmaya: Niteliklerini tanıtmayı kullanarak ya da övünerek kendini örgüt için önemli bir unsur olarak göstermeye çalışmak.
- Örnek personel davranışı sergileme: Adanmış görünmek için görev çağrısının üstünde ve ötesine geçmeye uğraşmak.

- Kendini acındırmaya çalışmak: Muhtaç görünmek için eksikliklerini göstermeye çalışmak.
- Tehdit etmek: Gözdağı ve korkutmayı kullanarak diğer çalışanların gözünde tehlikeli biri olarak görünmeye çalışmak olarak tanımlanmaktadır.

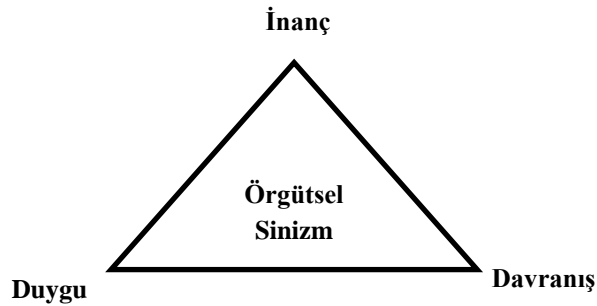
2.2. Örgütsel Sinizm

Örgütsel sinizm, kişinin istihdam edildiği örgütle ilgili tutumlarına işaret eder. Bu tutumlar olumsuz inanç, duygu ve davranışlarla karakterize edilir. Bu duruma ek olarak, örgütsel sinizm çevresel etkilerle değişime duyarlı kişisel veya sosyal deneyimler sonucunda oluşan kişinin yaşamışlıklarına bir tepki olarak doğmaktadır (James, 2005:7). Naus (2007) örgütsel sinizmi çalışanın kötü iş koşullarına yönelik olarak geliştirdiği bir savunma mekanizması olarak ifade etmektedir. Globalleşen iş dünyasının beraberinde getirdiği verimlilik, üretkenlik ve yüksek çıktı mantığına sahip rekabetçi yapı ve özelleştirme faaliyetlerine karşın iş görenlerde sinizm davranışının meydana geldiğini belirtmektedir. Sinikler örgütlerde çalışanların düşük seviyeli eleştirel düşünme yeteneklerine sahip olduğunu, güven ya da bağlılık gibi değerlere layık olmadıklarını düşünmektedirler. Örgütsel sinizm örgütün dürüstlüğüne kaybettiğine dair inançtır. Bu inanca güçlü bir negatif duygusal tepki eşlik ettiğinde sinizm, aşağılayıcı ve eleştirel bir davranışa neden olur (Abraham, 2000: 269).

Dean vd. (1998) tarafından yapılan tanımlama temelinde örgütsel sinizm üç boyutlu bir kavram olarak kabul edilmiştir. Bu tanıma göre örgütsel sinizm üç boyutlu bir kavram olup kişinin çalıştığı örgüte karşı sahip olduğu olumsuz üç tutumu ifade etmektedir.

Bu boyutlar (Dean vd., 1998: 345):

- Örgütün dürüstlükten yoksun olduğuna dair bir inanç
- Örgüte yönelik olumsuz duygu
- Bu inanç ve duygularla tutarlı biçimde örgüte karşı küçümseme eğilimine ve eleştirel davranışlara sahip olmak olarak belirlenmiştir.



Şekil 1: Örgütsel Sinizm Boyutları

2.3. Lider-Üye Etkileşimi

Lider-üye etkileşim teorisi liderin tüm astlarına aynı tarzda davranmadığını ve her alt grupla farklı türlerde ilişki ve etkileşim geliştirdiğini öne sürmektedir (Liden ve

Maslyn, 1998: 43). Bu durum liderlik alanında yapılan çalışmalarda, lider ile izleyicisi arasında meydana gelen dikey ilişkileri merkeze alan yeni araştırma konularını meydana getirmiştir (Özutku, 2007: 80). Densereau vd. (1975) tarafından ortaya konan Dikey İkili Bağlantı modeli, örgütte meydana gelen etkileşimleri dikey iş ilişkilerini kapsamında ele almış, geliştirmiş ve “Leader- Member Exchanges Theory” olarak adlandırmıştır. Türkçe yazında kavram genel olarak “Lider-Üye Etkileşim Teorisi” olarak kabul görmektedir. (Özutku, 2007: 79). Liderin kişisel özelliklerine, durumun özelliklerine ya da ikisi arasındaki etkileşimin bir fonksiyonu olarak liderliği açıklamak isteyen geleneksel teorilerin aksine, lider-üye etkileşim teorisi diyalektik ilişkiyi analiz seviyesi olarak kabul ettiği için geleneksel liderlik teorilerinden ayrılmaktadır. Teori, ilk ortaya konulduğu günden bugüne çeşitli değişikliklere uğramış ve genişletilmiştir. Ancak bu temel analiz birimi olan “etkileşim” teoride kesinlikle değişmemiştir (Gerstner ve Day, 1997:827).

Lider-üye etkileşimi kavramının gelişim sürecine bakıldığında kavrama ilişkin erken dönem çalışmalarında lider ve üye arasındaki etkileşimin genel niteliği tek boyutta ele alınmıştır. Fakat kavrama ilişkin yapılan araştırmalar derinleştikçe araştırmacılar (Dienesch ve Liden 1986; Liden vd., 1997; Liden ve Maslyn, 1998) lider-üye etkileşiminin tek boyutta ele alınmasını sağlayacak argümanların net ve açık olmadığını öne sürmüşlerdir. Bu durum araştırmacıları, lider- üye etkileşimin niteliğini daha iyi belirlemek ve çeşitli örgütsel değişkenlerle olan ilişkilerini daha iyi açıklayabilmek adına, kavramın çok boyutlu olarak ele alınması noktasında bir araya getirmiştir (Yıldız vd., 2008: 98). Lider-üye etkileşiminin Dienesch ve Liden (1986) çalışmasında lider-üye etkileşiminin çok boyutlu olduğunu ve oluşan bu 3 boyutun “katkı”, “sadakat” ve “etki” olarak tanımlandığını belirtmişlerdir. Çok boyutlu ölçümü temelinde kavram, araştırmacılar tarafından iki teoriye dayandırılmaktadır. Bu teoriler rol teorisi ve sosyal değişim teorisidir. Yapılan bu çalışmanın öncülüğünde birçok araştırmacı lider-üye etkileşiminin çoklu boyutsallığı üzerine kendi araştırmalarını gerçekleştirmiş ve yeni ölçekler meydana getirmişlerdir (Graen ve Uhl-Bien, 1995:236). Bu araştırmacıardan biri olan Liden ve Maslyn (1998), Dienesch ve Liden (1986) tarafından geliştirilen lider-üye etkileşimi boyutlandırmasına “profesyonel saygı” boyutunu ekleyerek kavramı 4 boyutlu bir yapıya kavuşturmuştur.

2.4. Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkilere Ait Literatür Taraması

İzlenim yönetimi taktiklerinin lider-üye etkileşimi arasındaki ilişkilere baktığımızda Sıgır ve Oğuzhan (2012) M.E.B. öğretmenler üzerine yaptıkları çalışma sonucunda lider-üye etkileşimi kalitesinin izlenim yönetimi taktiklerinden sadece niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışma boyutunu etkilediğini belirtmektedirler. Tayvan bankacılık sektörü üzerinde gerçekleştirilen çalışmada izlenim yönetimi taktiklerinin lider üye etkileşimin önemli bir belirleyicisi olduğu görülmektedir. Sağlanan bu ilişkide grup dayanışmasının düzenleyici bir rolü olduğu da belirtilmiştir (Weng ve Chang, 2015:7). Oğuzhan (2015) tarafından yapılan bir diğer çalışmada niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışmak izlenim yönetimi taktiklerinin lider-üye etkileşiminin etki boyutu ve profesyonel saygı boyutu üzerinde, kendini örnek bir çalışan gibi göstermeye çalışmak izlenim yönetimi taktiklerinin lider-üye etkileşiminin bağlılık boyutu üzerinde etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

İzlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sonuçlar üzerinde etkisini belirlemeye yönelik yapılan çalışmalara bakıldığında Demiral (2013:136) izlenim yönetimi taktikleri,

örgütsel adalet, örgütsel sinizm üzerinde etkisi araştırılmıştır. Bu sonuçlar ışığında araştırmacı beyaz yakalı çalışanlarda izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımının arttıkça, memnuniyetsizlik algısının azalacağını dolayısıyla çalışanların sinizm ve adaletsizlik algılarının da azalacağını belirtmiştir. Eğer izlenim yönetimi taktikleri kullanımı düşük seviyede ise bu durumun tam tersi meydana gelerek sinizm ve adaletsizlik algılarının artacağını belirtmiştir. Örgütte yer alan diğer bireylerden daha yüksek performansa sahip olmasına rağmen izlenim yönetimi taktikleri sergilememesi nedeniyle hak ettiği performans karşılığını alamamasının çalışanın örgütsel sinizm yaşayabileceğini ifade etmiştir. Bir başka araştırmada ise Demiral (2013) ortaya koyduğu sonuçlardan farklı olarak Dennehy (2012) çalışanın izlenim yönetimi taktiklerini müracaat etmesinin örgütte sinizm yaşamasına neden olabileceği, bireyin kendi içinde yaşadığı tutarsızlığın çalışanın sinizm algısını artıracağını ifade etmişlerdir. Aynı zamanda örgütsel sinizm algısı yüksek olan bireylerin yaşadıkları tepkisel ve eleştirel durumu gizlemek için izlenim yönetimi taktiklerine müracaat edebildiğini de belirtmişlerdir.

Lider-üye etkileşimi ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkilere bakıldığında Davis ve Gardner (2004) doğruluk, dürüstlük, adalet ve samimiyet gibi temel ilkelere uzaklaşan davranışların sergilendiği örgütlerde lider-üye etkileşiminin düşük seviyelerde gerçekleştiğini ve bu durumda örgütsel sinizmin gerçekleşmesine neden olduğunu belirtmişlerdir. Gültekin (2014) psikolojik sözleşme ihlali yaşadıklarını değerlendiren çalışanların örgüte karşı sinik davranma eğiliminde olmaları yöneticileri ile ilişkilerinin kalitesine ilişkin algılarına dayanmaktadır. Bu deneyimi yaşayan çalışanlar yöneticileriyle beledikleri kalitede bir etkileşim içinde olmadıklarını düşünmekte bu düşünce ile örgüte yönelik tutumları daha olumsuz hale dönüşmektedir. Kanbur ve Kanbur (2015:211) tarafından yapılan araştırmada lider-üye etkileşiminin örgütsel sinizmi, bilişsel duygusal ve davranışsal olmak üzere her üç örgütsel sinizm boyutunda negatif yönde etkilediğini ve bu ilişkide içsellik statüsünün aracılık etkisine sahip olduğunu belirtmişlerdir. Çetin ve Kaptangil (2016) tarafından yapılan araştırmada lider-üye etkileşiminin örgütsel sinizm ile her üç boyutta da negatif yönlü ilişki içinde oldukları tespit edilmiştir. Lider-üye etkileşiminin bilişsel ve duygusal sinizm üzerinde anlamlı negatif yönlü etkileri tespit edilmişken, davranışsal sinizm üzerinde kısmi düzeyde bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

3. Yöntem

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, izlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sinizm algısı üzerindeki etkisini belirlemek ve lider-üye etkileşim düzeyinin bu ilişkideki rolünü ortaya koymaktır.

3.2. Evrem ve Örneklem

Araştırmanın evreni Tokat ili bankacılık sektöründe yer alan personellerden oluşmaktadır. Tokat ili bankacılık sektöründe toplam 645 personel çalışmaktadır (TBB, 2017). Verilerin toplanması işlemi anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme yoluyla belirlenen merkez ilçe ve 4 büyük ilçesindeki tüm bankalarda çalışan 420 personele anket uygulaması yapılmıştır. Dağıtılmış olan 420 anketin 364'ünden geri dönüş sağlanmıştır. Elde edilen anketlerde veri eksikleri bulunan 65 anket analizden çıkarılmış ve 319 anket ile araştırmanın analizleri

gerçekleştirilmiştir. Araştırma örnekleminin demografik özelliklerine ait bulgular Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Banka Personelinin Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

		Frekans	%			Frekans	%
Cinsiyet	Erkek	176	55,2	Medeni Durum	Evli	213	66,7
	Kadın	143	44,8		Bekar	106	33,3
Yaş	20-25	27	8,5	Sektör	Kamu	110	34,5
	26-30	124	38,9		Özel	209	65,5
	31-35	90	28,2	Eğitim	Lise	24	7,5
	36-40	44	13,8		Ön Lisans	43	13,5
41 ve üzeri	34	10,7	Lisans ve Lisans üstü		252	79	
Çalışma Süresi	0-5 yıl	156	48,9	Kurumdaki Pozisyonu	Gişe Pozisyonu	126	39,5
	6-10 yıl	97	30,4		Yetkili ve Yetkili Yardımcısı	107	33,5
	11 yıldan fazla	66	20,7		Yönetici	86	27

Araştırmaya katılan banka personelinin demografik özelliklerine ilişkin bulgulara bakıldığında kadın-erkek dağılımında sektör personelinin neredeyse homojen bir dağılım gösterdiği görülmektedir. Kadın çalışanların %44,8 oranı ile önemli bir yüzdeye sahip olduğu görülmektedir. TÜİK (2016)’a ait verilere bakıldığında 15 yaş ve üzeri kadınların iş gücüne katılım oranının %31,5 olduğu görülmektedir. Araştırma örnekleminde elde edilen bulgularda da görüldüğü üzere sektördeki kadın çalışma oranının Türkiye’deki kadın çalışanların işgücüne katılım oranından daha yüksek düzeylerde yer aldığı görülmektedir. Çalışanların yaş aralığına bakıldığında ise personelin %75,6’sının 35 yaş ve altında yer aldığı anlaşılmaktadır. Bu durum sektörün genç ve dinamik bir personel profiline sahip olduğunu göstermektedir. Demografik özelliklere ilişkin bir diğer önemli husus personelin %79’unun lisans ve lisansüstü eğitim düzeyine sahip olmasıdır. Çalışma süresi itibarıyla personelin %48,9’unun 0-5 yıl aralığında bir deneyime sahip olduğu diğer bir ifadeyle mesleğinin ilk yıllarında olduğu söylenebilir. Türkiye Bankalar Birliğinin (2017) banka şubelerinde çalışan personele ilişkin açıkladığı istatistiksel veriler personelin %78’inin bir yükseköğretim kurumundan mezun olduğunu, kadın çalışan oranının %51 olduğunu ve çalışanların %29’unun kamu sermayeli bankalarda çalıştığını göstermektedir. Araştırmaya katılan personelin demografik özelliklerinden elde edilen verilerin Türkiye geneli istatistiksel oranları ile benzerlik gösterdiği görülmektedir. Bu açıdan verilerin belirli ölçüde örneklemin ana kütle özelliklerini doğru biçimde yansıttığını söylemek mümkündür.

Bu çalışmada araştırma evreni olarak bankacılık sektörü seçilmiştir. Sektörün araştırma evreni olarak seçilmesinin nedenlerine bakıldığında sektör personeli genellikle gişe personeli ya da servis görevlisi olarak başladıkları meslek hayatlarına

çeşitli kademelerden geçerek şube müdürü olma yolunda ilerlemektedirler. Bu bağlamda çalışanın kendini kurum içerisinde yöneticisine ve çalışma arkadaşlarına diğer tarafta ise müşterilerine kabul ettirebilmesinin önemi karşımıza çıkmaktadır. Personel tarafından sergilenebilecek izlenim yönetimi taktikleri ve lider ile sağlanan yakın etkileşim bu noktada karşımıza çıkabilecektir. Diğer yönden ise kurum içindeki terfilerde ve performans puanlamalarında karar verici konumunda yer alan şube müdürü önemli bir yere sahiptir. Şube müdürü elinde bulundurduğu performans değerlendirme, terfi görüşü vb. yetkilerle şubelerde önemli yetkilere sahip bir yönetici pozisyonunda yer almaktadır. Bu açıdan banka personeli ile müdür arasında kurulan olumlu ve yakın etkileşim çalışanın kritik pozitif örgütsel çıktılar (terfi, performans puanlaması vb.) elde etmesini sağlayabilecektir. Ayrıca yüksek karlılık ve performans satışıyla çalışan sektördeki bankalarda yaşanan rekabete bağlı olarak gelişen agresif satış hedefleri sektörün iş yükünü artırmakta ve personel üzerinde ciddi düzeyde baskı oluşturmaktadır. Bu ve benzeri hususların tümünün çalışanın örgütüne karşı bilişsel, davranışsal ve duygusal boyutta sinik davranışlar geliştirmesine sebep olabileceği düşünülmektedir. Bu ve benzeri nedenlerden dolayı araştırma değişkenleri ve kurulacak araştırma modelinin sektör personeli açısından anlamlı bir karşılığının olacağı öngörülmektedir.

3.3. Veri Toplama Araçları

İzlenim Yönetimi Taktikleri Ölçeği: Araştırmada Bolino ve Turnley (1999) tarafından geliştirilen izlenim yönetimi taktikleri ölçeği kullanılmıştır. Araştırmacılar ölçeği Jones ve Pittman (1982)'deki izlenim yönetimi taksonomisi temelinde oluşturmuştur. Ölçek 5 boyut ve toplam 22 ifadeden oluşmaktadır. Basım vd. (2006) tarafından ölçeğin Türkçe'ye uyarlaması tamamlanmıştır. Ayrıca çalışmada ölçeğe ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Araştırma sonucunda ölçeğin orijinal faktör dağılımına benzer bir faktör yapısı dağılımı gösterdiği belirlenmiştir. Ortaya çıkan boyutlar; niteliklerini tanıtarak kendini sevdirmeye çalışmak, kendini örnek personel gibi göstermeye çalışmak, kendi önemi zorla fark ettirmeye çalışmak, kendini acındırmaya çalışmak ve işine sahip çıkmaya çalışmak olarak adlandırılmıştır. Ayrıca araştırma sonuçlarında Bolino ve Turnley (1999)'a ait izlenim yönetimi taktikleri ölçeğine ait uyarlamanın, Türkiye'de yapılacak olan görgül araştırmalar için kullanılabilir geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu belirtilmiştir. Araştırmada izlenim yönetimi taktikleri ölçeğinin yapı geçerliliği test etmek amacıyla yapısal eşitlik modeli kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Yapılan ikincil düzey çoklu doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin 5 faktörlü yapısından farklı 4 faktörlü bir dağılım gösterdiği belirlenmiştir. Ölçekte "kendini örnek personel gibi göstermeye çalışmak" alt boyutuna ait ifadeler ve kendi önemini zorla fark ettirmeye çalışmak boyutuna ait 3 ifade çıkarılmıştır. Yapılan analiz sonucunda "kendini örnek personel gibi göstermeye çalışmak" alt boyutuna ait ifadelerin cevaplayıcılar tarafından anlaşılmadığı ve buna bağlı olarak ifadelere ait faktör yüklerinin yeterli düzeye ulaşmadığı tespit edilmiştir. Ölçekte bu boyuta ait ifadelere bakıldığında (mesai sonrası iş yerinde kalarak çok çalışkan olduğumu gösteririm), (kendimi işe adanmış göstermek için mesaiye zamanından önce giderim), (kendimi işe adanmış göstermek için gece/hafta sonları iş yerine giderim) gibi ifadelerin yer aldığı görülmektedir. Ölçeğe ait bu ifadeler bankacılık sektöründe çalışan bir personel için geçerli bir durum değildir. Banka şubeleri kurumsal yapısı itibari ile güvenlik eşliğinde açılmakta ve kapanmaktadır. Personel mesai sonrası bireysel inisiyatif kullanarak iş yerinde kalamaz öncesinde işe gelemeyen veyahut hafta sonu ya da geceleri iş yerini açarak çalışma yapamaz. Bu durumun boyuta ait ifadelerin faktör

yüklerini etkilediği ve düşük uyum iyiliğine neden olduğu düşünülmektedir. Ölçeğin yapısal geçerliliğini bozan ve çıkartılan diğer 3 madde ölçeğin orijinal faktör yapısında “kendi önemini zorla fark ettirmeye çalışmak” olarak yer alan boyuta aittir. Bu ifadelerin çıkarılması sonucunda kalan (vazifemi yapmamı engellediklerinde meslektaşlarımla güçlü bir şekilde mücadele ederim/ İşimde beni engelleyen iş arkadaşlarımla şiddetli ve saldırgan bir şekilde mücadele ederim) ifadelerinin ‘İşine Sahip Çıkmaya Çalışmak’ adı ile boyutlandırılmıştır. Bu durum Türk örnekleme üzerine yapılan araştırmalarda izlenim yönetimi taktikleri ölçeğine yönelik yapılan geçerlilik analizi sonuçlarında ortaya çıkan benzer bir sonuçtur (Basım vd., 2006). Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen verilere bakıldığında ölçeğin dört faktörlü yapısına ait istatistiksel verilerin $p < 0,01$ anlamlılık düzeyinde χ^2/df : 2.905, RMSEA: 0,077, NFI:0,920, CFI:0,950, GFI:0,900 kabul edilebilir uyum iyiliği indeks değerlerine sahip olduğu görülmektedir. Ölçeğe ait alt boyutlara ilişkin “Cronbach Alfa” iç tutarlık katsayısı analizi sonuçları NTKSÇ:0,877, KYKSÇ: 0,792, İSÇÇ: 0,715, KAÇ: 0,946 olarak tespit edilmiştir.

Örgütsel Sinizm Ölçeği: Araştırmada örgütsel sinizmi ölçmek amacıyla Brandes, Dharwadker ve Dean (1999) tarafından geliştirilen “Örgütsel Sinizm Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçek Brandes (1997) tarafından geliştirilmiş 14 ifadeli örgütsel sinizm ölçeğinin revize edilmiş halidir. Ölçek sinizm araştırmaları konusunda sıklıkla müracaat edilen bir ölçme aracı olarak kabul görmektedir. Karacaoğlu ve İnce (2012) yaptıkları geçerleme çalışması sonucunda ölçeğin Türk örneklem yapısında da güçlü ve yeterli bir ölçüm aracı olduğuna işaret eder nitelikte bulgulara ulaşmıştır. Ölçeğin Türk örnekleminde ve farklı sektörlerde 3 boyutlu orijinal yapısına uyum gösterdiği görülmüştür. Bu çalışma kapsamında örgütsel sinizm ölçeğinin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. İkincil düzey çok faktörlü model ölçümü esas alınarak yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin orijinal yapısında var olan üç faktörlü yapısına uygun bir şekilde dağıldığı tespit edilmiştir. Yapılan doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği indeks değerleri $p < 0,01$ anlamlılık düzeyinde χ^2/df : 2.065, RMSEA: 0,058, NFI: 0,960, CFI: 0,979, GFI: 0,946 olarak tespit edilmiştir. Ölçek boyutlarına ait “Cronbach Alfa” katsayıları Bilişsel Sinizm: 0,896, Duygusal Sinizm: 0,961, Davranışsal Sinizm: 0,876 olarak tespit edilmiştir.

Lider-Üye Etkileşimi Ölçeği: Araştırmada lider-üye etkileşiminin ölçümü için Liden ve Maslyn (1998) tarafından geliştirilen LMX-MDM (Multidimensionality of Leader-Member Exchange) adlı ölçek kullanılmıştır. Liden ve Maslyn (1998) lider-üye etkileşim teorisi kapsamında Dienesch ve Liden (1986)’a ait (etki, sadakat, katkı) 3’lü boyutlandırmaya profesyonel saygı boyutunu kazandırarak 4 boyutlu bir ölçek oluşturmuştur. Çalışmasında her bir boyutu ölçmeye yönelik 3 sorudan oluşan toplamda 12 ifadeli bir ölçek meydana gelmiştir. Baş, Keskin ve Mert (2010) tarafından yapılan çalışmada Liden ve Maslyn (1998) tarafından geliştirilen ölçeğin Türkçedeki geçerliliği ve güvenilirliği incelenmiş ve yapılan analizler sonucunda çok boyutlu lider-üye etkileşim ölçeğinin yüksek düzeyde geçerlilik ve güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir. Lider-üye etkileşimine ilişkin yapılan ikincil düzey çoklu doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin 4 faktörlü orijinal yapısına uygun bir dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen uyum iyiliği indeks değerlerine ait istatistiksel veriler $p < 0,01$ anlamlılık düzeyinde χ^2/df : 2.104, RMSEA: 0,059, NFI: 0,951, CFI: 0,974, GFI: 0, 951 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin alt boyutlarına ilişkin “Cronbach Alfa” iç tutarlık katsayıları

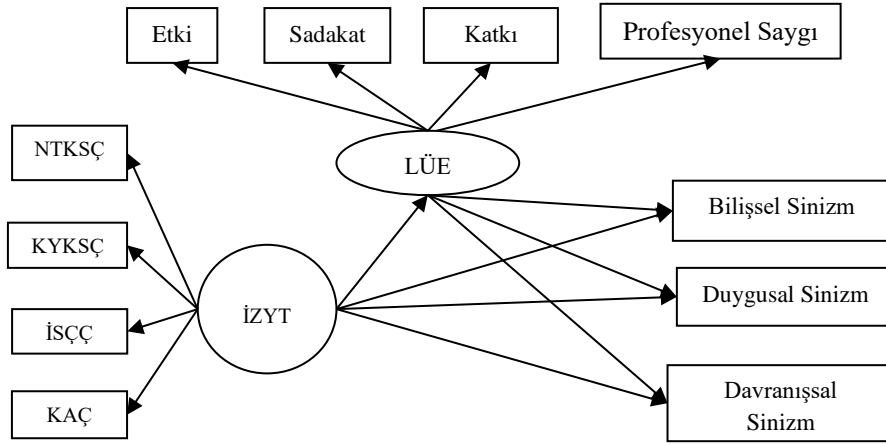
Etki: 0,872, Sadakat: 0,693, Katkı: 0,800, Profesyonel Saygı: 0,906 olarak belirlenmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde IBM SPSS 22.0 ve AMOS 20.0 paket programları kullanılmıştır. Araştırmada verileri analiz etmek amacıyla SPSS paket programı kullanılarak tanımlayıcı istatistikler, güvenilirlik analizleri, korelasyon analizi, t testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır. Yapısal eşitlik modeli vasıtasıyla doğrulayıcı faktör analizi, yapısal regresyon (yol analizi) ve aracılık analizleri gerçekleştirilmiştir.

3.5. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Araştırma modeli Şekil 2’de gösterilmektedir. İzlenim yönetimi taktikleri ve aracı değişken konumunda yer alan lider-üye etkileşimi doğrulayıcı faktör analizi sonucunda geçerlilikleri tespit edildikten sonra ikincil seviye faktörler vasıtasıyla genel boyut düzeyinde ve gizil değişkenler olarak araştırma modelinde yer almıştır. Bu durum araştırma modelinde oluşacak karışıklığı en aza indirgeyerek test edilebilecek sade, anlaşılabilir bir modelin ortaya çıkmasını sağlayabilecektir. Örgütsel sinizm boyutları olan bilişsel sinizm, duygusal sinizm ve davranışsal sinizm gözlemlenen değişkenler olarak modelde kurgulanmıştır. Araştırmanın bağımlı değişkeni konumunda yer alan örgütsel sinizmin boyut düzeyinde ele alınmasının sonuçları itibari ile araştırmaya derinlik kazandıracığı düşünülmektedir.



Şekil 2: Araştırma Modeli

Araştırma Hipotezleri

H1: İzlenim yönetim taktiklerinin lider-üye etkileşimi üzerinde etkisi vardır.

H2: İzlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sinizm boyutları (bilişsel, duygusal ve davranışsal) üzerinde etkisi vardır

H3: Lider-üye etkileşiminin örgütsel sinizm boyutları (bilişsel, duygusal ve davranışsal) üzerinde etkisi vardır.

H4: İzlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sinizm boyutları üzerindeki etkisinde lider üye etkileşiminin aracılık rolü vardır.

4. Bulgular

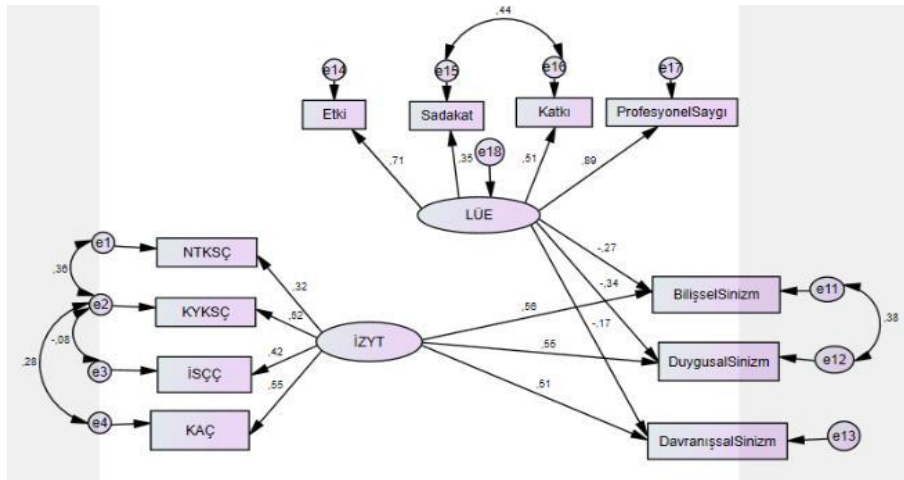
Araştırmada Baron ve Kenny (1986)'in aracılık analizi için ortaya koyduğu koşullar temelinde ilk olarak bağımsız değişkenin (izlenim yönetimi taktikleri) bağımlı değişken (örgütsel sinizm alt boyutları) üzerindeki etkisi yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Gözlenen ve gizil değişkenler aracılığıyla oluşturulan yapısal eşitlik modelini $p < 0.001$ anlamlılık düzeyinde χ^2/df : 2.80; RMSEA: 0.075; NFI: 0.958; CFI: 0.975; GFI: 0.975 iyi uyum değerlerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Yapısal eşitlik modelinden elde edilen yollara ait standardize edilmiş regresyon ağırlıkları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Yapısal Eşitlik Modeli (Bağımlı-Bağımsız Değişken)

Yol		Ağırlık Katsayıları	(p)
Bilişsel Sinizm	← İzlenim Yönetimi Taktikleri	,784	***
Duygusal Sinizm	← İzlenim Yönetimi Taktikleri	,801	***
Davranışsal Sinizm	← İzlenim Yönetimi Taktikleri	,556	***

*** $p < 0,001$

Bu adımdan sonra aracı değişken konumunda yer alan lider-üye etkileşimi araştırma modeline dahil edilmiştir. Belirlenen araştırma modeli yapısal eşitlik modeli (yol analizi) ile test edilmiştir. İlk olarak, model üzerinde gerekli ve teorik olarak anlamlı olan değişiklikler (modifikasyonlar) yapılmıştır. Bu işlemde sonra modelin uyum iyiliği değerleri χ^2/df : 3.517; RMSEA: 0,079; NFI: ,912; CFI: ,957; GFI: ,939 olarak belirlenmiştir. Yapılan analiz neticesinde izlenim yönetimi taktiklerinin lider-üye etkileşimi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik olarak çizilen yol anlamsız bulunmuş ve araştırma modelinden çıkarılmıştır. Modelde yer alan anlamlı yolları gösteren araştırma modeli (son model) Şekil 3'te gösterilmektedir.



Şekil 3: Yapısal Eşitlik Modeli (Son Model)

Araştırma modelinde yer alan yollara ait standardize edilmiş regresyon ağırlıkları Tablo 3’ de gösterilmektedir.

Tablo 3: Standardize Edilmiş Regresyon Ağırlıkları

Yollar	Ağırlık Katsayıları	(p)
Bilişsel Sinizm ← İzlenim Yönetimi Taktikleri	,732	,002
Duygusal Sinizm ← İzlenim Yönetimi Taktikleri	,725	,002
Davranışsal Sinizm ← İzlenim Yönetimi Taktikleri	,531	,003
Bilişsel Sinizm ← Lider-Üye Etkileşimi	-,269	***
Duygusal Sinizm ← Lider-Üye Etkileşimi	-,333	***
Davranışsal Sinizm ← Lider-Üye Etkileşimi	-,159	,007

*** $p < 0,001$

Tablo 3’ den elde edilen bulgulara bakıldığında izlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sinizm boyutları (bilişsel sinizm, duygusal sinizm, davranışsal sinizm) üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkilere sahip olduğu görülmektedir. Buna ek lider-üye etkileşiminin örgütsel sinizm boyutları (bilişsel sinizm, duygusal sinizm, davranış sinizmi) negatif yönlü anlamlı etkilere sahip olduğu görülmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Araştırmanın verilerinden elde edilen bulgulara bakıldığında çalışan tarafından sergilenen izlenim yönetimi taktiklerinin lider-üye etkileşimi üzerindeki anlamlı etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. H1 desteklenmemektedir. Bankacılık sektörü performansa dayalı çalışma usul ve esaslarına bağlı olarak faaliyet göstermektedir. Bu doğrultuda personele ulaşması gereken hedefler sürekli olarak bildirilmektedir. Belirlenen bu satış hedefleri (sattığı kredi miktarı, kredi kartı satışı vb.) doğrultusunda personelin ortaya koyduğu performans günlük hatta anlık bir şekilde hem kurum hem de şube müdürü tarafından kolaylıkla takip edilebilmektedir. Dolayısıyla sektör personelinin iş performansını gösteren belirli parametreler, hangi personelin nitelikli, hangi personelin örnek personel olduğunu net bir şekilde ortaya koyabilmektedir. Bu bağlamda çalışanın lider-üye etkileşimini sağlamak amacı ile sergileyeceği izlenim yönetimi taktikleri bir noktada etkisiz kalabilmektedir. Elde edilen bu sonuçlar bankacılık sektörü özelinde kalmakla birlikte eğer örgüt, objektif olarak belirlenmiş başarı kriterleri ve hedef takip sistemi ile çalışanın performansını adil ve etkin bir şekilde ölçen bir sisteme sahipse çalışanın izlenim yönetimi taktikleri sergilemesi bir noktada anlamsız hale gelebileceğine işaret olarak yorumlanabilir. Belirtilen bu duruma ilave olarak çalışanın izlenim yönetimi taktikleri sergilemesinin beraberinde ortaya koyduğu iş performansı ile bir anlam kazanabileceği düşünülmektedir. Diğer bir ifadeyle çalışanın sağlamak istediği izlenim ile ortaya koyduğu performans öncelikle tutarlı olmalıdır. Ancak bu aşamadan sonra izlenim yönetimi taktiklerinin çalışana pozitif katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. İzlenim yönetimi taktikleri ve lider-üye etkileşimi arasındaki ilişkileri konu alan araştırmaların genellikle kamu

sektörü üzerine yapıldığı görülmektedir (Akdoğan ve Aykan, 2008; Basım ve Tatar, 2006; Oğuzhan ve Sığı, 2014). Araştırma performans dayalı çalışma sistemine sahip bankacılık sektörü üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu durumun araştırma sonuçlarını etkilediği ve literatür sonuçlarından farklılaştırdığı düşünülmektedir.

Araştırmada izlenim yönetimi taktiklerinin tüm örgütsel sinizm boyutları (bilişsel, duygusal, davranışsal) üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. H2 desteklenmektedir. Araştırma sonuçlarımız tespit edilen bu ilişkide Demiral (2013) farklılaşmakla birlikte Dennehy (2012) ifadelerini desteklemektedir. Literatürdeki az sayıdaki çalışma sonucunda çalışan tarafından sergilenen izlenim yönetimi taktikleri sayesinde çalışanın elde ettiği pozitif çıktılar ile örgütsel sinizmi daha az algılayacağını ortaya koymuştur. Çalışmada elde edilen sonuçlara göre bu durumun tam tersi yaşanmaktadır. Sektör personelinin izlenim yönetimi taktiklerine müracaat etmesinin örgütsel sinizm algısı üzerinde pozitif yönlü etkisi tespit edilmiştir. Niteliklerini tanıtarak ve karşısındakini yücelterek kendini sevdirmeye çalışan, işine sahip çıkan bir personel imajı oluşturmaya çalışan ya da kendini acındırmaya çalışan banka personeli sergilediği bu izlenim yönetimi taktikleri neticesinde liderle etkileşim sağlayamamanın yanı sıra örgütsel sinizmi her üç boyutta da (bilişsel, duygusal ve davranışsal) daha fazla hissetmektedir. Sektörün hedef takip sistemi ve objektif performans değerlendirme kriterlerinin varlığına rağmen izlenim yönetimi taktiklerine müracaat eden personelin yaşadığı tutarsız durum nedeniyle örgütüne karşı daha sinik davranışlar sergileyebileceği düşünülmektedir. Bu durumu Dennehy (2012) ifade ettiği hususlarla örtüşmektedir. Ayrıca izlenim yönetimi kavramları ve örgütsel sinizme ait açıklamalara bakıldığında hem sinizmin hem de izlenim yönetimi taktikleri sergilemenin bireyin sahip olduğu kişilik özelliklerinden etkilendiği açıkça ifade edilmiştir. Değişkenler arası ortaya konan bu anlamlı etkinin kişilik temelinde oluştuğu öngörülmektedir.

Çalışmada tespit edilen bir diğer sonuç lider-üye etkileşiminin tüm sinizm boyutları üzerindeki negatif yönlü etkisidir. H3 desteklenmektedir. Elde edilen bu sonuçlara göre çalışanın lideri ile kurduğu etkileşimin ve bunun sağladığı pozitif çıktılar sayesinde inanç, duygu ve davranış yönüyle sinizm algısı negatif yönde etkilenmekte ve azalmaktadır. Araştırma bulgularına göre izlenim yönetimi taktiklerinin lider-üye etkileşimi üzerinde anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir. Bu sonuca bağlı olarak izlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sinizm üzerindeki etkisinde lider-üye etkileşiminin aracılık rolü yoktur. H4 desteklenmemektedir.

Araştırma bulgularına dayanarak çalışmada alan araştırmacılarına ve uygulayıcılara yönelik çeşitli öneriler sunulmuştur. Şube yöneticisi konumunda olan banka şube müdürlerinin yer alan hiçbir personeli dışlamadan tümüyle yakın etkileşimde bulunması dış grup kavramını minimize ederek çalışanlarda oluşacak sinizmin negatif yönde etkilenmesini sağlayabilecektir. Araştırma sonuçlarından elde ettiğimiz bulgulara göre gelişen izlenim yönetimi davranışı örgütsel sinizmi tetiklemektedir. Bu bağlamda ortaya koyduğu performans ile sergilediği davranış arasında tutarsızlık olan personel örgüt tarafından dikkate alınmalıdır. Bu davranışın neticesinde çalışanın eleştirel ve negatif bir davranış kalıbı içinde hareket edebileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Araştırmada izlenim yönetimi taktiklerinin sinizm algısı üzerinde pozitif yönlü anlamlı etkisi tespit edilmiştir. Bu etkinin hem sinizm algısı hem de izlenim yönetimi taktiklerinin belirli düzeyde kişilik özelliklerinden kaynaklandığı değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmenin ayrı bir araştırma konusu yapılarak incelenmesinin ilgili literatüre destek sağlayacağı düşünülmektedir. Bu araştırma; araştırmanın kısıtları bölümünde değinildiği üzere sadece bankacılık

sektörü üzerinde uygulanmıştır. Bu araştırmadan sonra yapılacak araştırmalar farklı sektörlerde faaliyet gösteren çalışanlar üzerine uygulanabilir. Elde edilen veriler neticesinde örgütlerin karşılaştırılması yoluna giderek, çeşitli meslek gruplarında ortaya çıkan sonuçların değerlendirilmesi yapılabilir.

6. Referanslar

- Abraham, R. (2000). Organizational cynicism: bases and consequences. *Genetic, social, and general psychology monographs*. 126(3):269-292.
- Basım, N. & Tatar, İ. (2006). Kamuda izlenim yönetimi: karşılaştırmalı bir çalışma. *Amme İdaresi Dergisi*. 39(4): 225-244.
- Basım, N, Tatar, İ. & Şahin, N. (2006). Çalışma yaşamında izlenim yönetimi: bir ölçek uyarlama çalışması. *Türk Psikoloji Yazıları* 9(18):1-17.
- Baş, T., Keskin, N. & Mert, İ, S. (2010). Lider-üye etkileşim modeli ve ölçme aracının türkçe'de geçerlilik ve güvenilirlik analizi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*. 10(3): 1013-1039.
- Bolino, M. C. & Turnley, W. (1999). Measuring impression management in organizations: a scale development based on the jones and pittman taxonomy. *Organizational Research Methods*. 2(2): 187-206.
- Bozeman, D. P. & Kacmar, K. M. (1997). A cybernetic model of impression management processes in organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 69(1): 9–30.
- Brandes, P. M. (1997). Organizational cynicism: its nature, antecedents, and consequences. (Unpublished Doctoral Thesis) University of Cincinnati.
- Brandes, P. M., Dharwadkar, R. & Dean, J. W. (1999). Does organizational cynicism matter? Employee and supervisor perspectives on work outcomes. *Eastern Academy of Management Proceedings* (pp 150-153).
- Çetin, F. & Basım, N. (2010). İzlenim yönetimi taktiklerinde öz yeterlilik algısının rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. (35): 255-269.
- Çetin, H. & Kaptangil, K. (2016). The effect of leader-member exchange (lmx) on organizational cynicism: a case study of hotel enterprises in turkey. *The Journal of International Social Research* 9(43): 1776-1785.
- Crane, E. & Crane, F. G. (2002). Usage and Effectiveness of Impression Management Strategies in Organizational Settings. *Journal of Group Psychotherapy Psychodrama & Sociometry*. 55(1):25-34.
- Davis, W. D. & Gardner, W. L. (2004). Perceptions of politics and organizational cynicism: an attributional and leader-member exchange perspective. *The Leadership Quarterly*. 15(4):439-465.
- Dean, J. W., Brandes, P. & Dharwadkar, R. (1998). Organizational cynicism. *Academy of Management Review*. 23(2): 341-352.
- Demiral, A. (2013). İzlenim yönetimi taktiklerinin örgütsel sonuçlara etkisi üzerine bir araştırma. (Yayınlanmamış doktora tezi). Adana: Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Dienesch, R. M. & Liden, R. C. (1986). Leader-member exchange model of leadership: a critique and further development. *Academy of Management Review*. 11(3):618-634.
- Gerstner, C. R. & Day, D. V. (1997). Meta-analytic review of leader-member exchange theory: correlates and construct issues *Journal of Applied Psychology*. 82(6): 827-844.

- Gültekin, S. (2014). Psikolojik sözleşme ihlali ile örgüte karşı sinik tutum arasındaki ilişkide lider-üye etkileşiminin aracılık etkisi. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- James, M. S. (2005). Antecedents and consequences of cynicism in organizations: an examination of the potential positive and negative effects on school systems. (Unpublished dissertations of Master) The Florida State University College of Business.
- Jones, E. E. & Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. *Psychological Perspectives of the Self*. 1: 231-261.
- Kanbur, A. & Kanbur, E. (2016). Lider-Üye Etkileşiminin Örgütsel Sinizm Etkisi: Algılanan İçsellik Statüsünün Aracılık Rolü. *Journal of World of Turks*. 7(2): 193-216.
- Karacaoğlu, K. & İnce, F. (2012). Brandes, dharwadkar ve dean'ın (1999) örgütsel sinizm ölçeği türkçe formunun geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: kayseri organize sanayi bölgesi örneği. *Business and Economics Research Journal*. 3(3):77-92.
- Leary, M. R. & Kowalski, R. M. (1990). *Psychological Bulletin*. 107(1):34-47.
- Liden, R. C., Sparrowe R. T. & Wayne, S. J. (1997). Leader-member exchange theory: the past and potential for the future. *Research in Personnel and Human Resources Management*. 15: 47-119.
- Liden, R.C. & Maslyn, J. M. (1998). Multidimensionality of leader-member exchange: an empirical assessment through scale development. *Journal of Management* 24(1):43-72.
- Naus, A. J. A. M. (2007). Organizational cynicism on the nature, antecedents and consequences of employee cynicism toward the employing organization. (Unpublished Doctoral Dissertation). Maastricht: Maastricht University.
- Oğuzhan, T. & Sığı, Ü. (2014). Eğitim örgütlerinde izlenim yönetimi taktiklerinin kullanımına etik iklim tipinin etkisinde lider üye etkileşiminin aracılık rolü *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 5(1): 355-379
- Özutku, H. (2007). Yönetici-ast etkileşimi ile iş tatmini arasındaki ilişki. *Amme İdaresi Dergisi*. 40(2):79-98.
- Sığı, Ü. & Oğuzhan, T. (2012). İzlenim yönetimi taktiklerini oluşturmada lider-üye etkileşimi, kendilik kavramı ve etiksel iklimin etkisi. 11. Ulusal İşletmecilik kongre kitabı (ss: 380-388). Düzenleyen Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. 10-12 Mayıs 2010.
- Tedeschi, J.T. & Melburg, V. (1984), Impression management and influence in the organization in bacharach, S.B. and Lawler, E.J. (Eds), *Research in the Sociology of Organizations*, Vol. 3, JAI Press, Greenwich, CT, pp. 31-58
- Turner, J. H. & Valentine, S. R. (2001). Cynicism As A Fundamental Dimension Of Moral Decision Making: A Scale Development. *Journal of Business Ethics*. 34 (2):123-136.
- Türkiye Bankalar Birliği, TTB (2017). (www.ttb.org.tr).
- Türkiye İstatistik Kurumu, TÜİK (2016). İstatistiklerle Kadın, (www.tuik.gov.tr).
- Wayne, S.J. & Ferris, G.R. (1990). Influence tactics, affect and exchange quality in supervisor-subordinate interactions: a laboratory experiment and field study. *Journal of Applied Psychology*. 75:487-499.
- Weng, L. C. & Chang, W. C. (2015). Does impression management really help? A multilevel testing of the mediation role of impression management between personality traits and leader- member exchange. *Asia Pacific Management Review*. 20: 2- 10

- Yıldız, G., Özutku, H. & Cevrioglu, E. (2008). Lider-üye etkileşimine çok boyutlu yaklaşım: liden ve maslyn'in dört boyutlu lider-üye etkileşim ölçeğinin psikometrik özelliklerine yönelik görgül bir araştırma. *Akademik İncelemeler Dergisi* Cilt:3(1): 95-123.

KARİYER PLANLAMA; ÜLKENİN EKONOMİK İTİBARI VE KARİYER KAYGISI AÇISINDAN BİR İNCELEME

CAREER PLANNING; A REVIEW OF THE COUNTRY'S ECONOMIC REPUTATION AND THE ROLE OF CAREER ANXIETY

Hasan Sadık TATLI⁽¹⁾, Halim KAZAN⁽²⁾, Volkan ÖNGEL⁽³⁾

Öz: Araştırmanın amacı, iktisadi idari bilimler fakültesindeki son sınıf öğrencilerinin kariyer planlamasında ülkenin ekonomik itibarının ve kariyer kaygısının etkisinin belirlenmesidir. Araştırmanın örnekleme, bir devlet üniversitesinin kamu yönetimi, işletme ve iktisat programlarındaki 129 son sınıf öğrencisidir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu, verilerin analizi için ise SPSS 21 paket programı kullanılmıştır. Verilere faktör analizi, güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler, korelasyon analizi ve regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırmada öğrencilerin düşük düzeyde kariyer kaygısı yaşadıkları, ülkenin ekonomik itibarını olumsuz olarak algıladıkları ve bir örgütte sabit kariyer yapma planlarının olmadığı görülmüştür. Ülkenin ekonomik itibarının ve kariyer kaygısının öğrencilerin kariyer planları üzerinde düşük düzeyde etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler; Kariyer, Kariyer Kaygısı, Ülkenin Ekonomik İtibarı, Sabit Kariyer, Sınırsız Kariyer.

Abstract: The aim of the research is to determine the impact of the country's economic reputation and career anxiety in the career planning of senior students in the faculty of economics and administrative sciences. The sample of the research is 129 senior students in a public university's public administration, business, and economics programs. The questionnaire was used to collect data, and SPSS 21 package program was used to analyze data. Factor analysis, reliability analysis, descriptive statistics, correlation analysis, and regression analysis were used to analyze the data. The research concluded that the students have a low level of career anxiety, perceive the country's economic reputation as negative, and do not have any hard career plans in an organization. It was determined that the country's economic reputation and career anxiety have a low impact on students' career plans.

Keywords; Career, Career Anxiety, Economic Reputation of the Country, Protean Career, Boundaryless Career.

JEL: B30, M12

1. Giriş

Kariyer seçimi, bireylerin erken ergenlik dönemlerinde başlayan ve yaşam refahını doğrudan etkileyen bir süreçtir. Son yıllarda aileler de aktif şekilde kariyer seçiminde rol almaya başlamıştır. Whiston ve Keller (2004) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, bireylerin yaşamlarının (çocukluk, ergenlik, genç yetişkinlik, üniversite öğrenciliği ve yetişkinlik dönemlerinde) ailelerinden etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca ailenin mesleki yapısı, aile ile olan ilişkilerin yapısı (sıcak, destekleyici, özgürlükçü, ilgili) bireyin kariyer kararı üzerinde etkilidir. Bireyin kariyer belirlemede yalnızca aile etkili olmamaktadır. Alanyazında yer alan kariyer seçimi ve planlamasını etkileyen faktörler şu şekildedir; yaratıcı özyeterlilik (Storme

⁽¹⁾Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Programı; hasantatli@beykent.edu.tr; ORCID: 0000-0003-1918-3188

⁽²⁾İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme Programı; halim.kazan@istanbul.edu.tr; ORCID: 0000-0002-9234-6214

⁽³⁾Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Programı; volkanongel@beykent.edu.tr; ORCID: 0000-0001-8881-2465

ve Çelik, 2017); bireyin fizyolojik ve psikolojik durumu (Boysan ve Kağan, 2016), mesleki adanmışlık, kariyer-yetenek uyumu, kariyer geçişi (Ghosh ve Fouad, 2016), özsaygı, etkin karar verme, büyük seçimlerde öz-uyum, kariyer belirsizliği (Lin vd., 2016), kariyer uyumu Stauffer vd., 2019) umut, iyimserlik, yaşam doyumu (Santilli vd., 2017) umut, (Yoon vd., 2019) çok yönlü kariyer, sınırsız kariyer (Paksoy vd., 2017), kariyer kaygısı (Pisarik, vd., 2017; Nalbantoğlu Yılmaz ve Çetin Gündüz, 2018; Tsai vd., 2017; Takıl ve Sarı, 2019; Hu vd. 2018), mesleki bilgi (Pesch vd., 2018), kişilik özellikleri (Overacker vd., 2018), kariyer kararsızlığı (Downing ve Nauta, 2010; Tokar vd. 2003 Nalbantoğlu Yılmaz ve Çetin Gündüz, 2018) özyeterlilik (Chiesa, vd., 2016).

Klehe vd. (2012), ekonomik dalgalanmaların olduğu dönemlerde, bireylerin kariyerlerini yeniden planlayarak değişikliklere adapte olabildiklerini ve bireylerin aslında kariyer planlamada proaktif olduklarını ifade etmektedirler. Kanfer vd. (2001) ise ekonominin olumsuz algılandığı dönemlerde bireylerin yeni bir kariyer arayışında olabildiklerini özellikle gençlerin yeni girişimler peşinde olabileceklerini ifade etmektedirler. Alanyazın incelemesi sonucunda araştırmamızın sorusu şu şekilde oluşturulmuştur; sosyal bilimler alanında eğitim alan son sınıf öğrencilerinin ülke ekonomisi hakkındaki algılamaları ve kariyer ile ilgili kaygıları (meslek kaynaklı ve aile kaynaklı), öğrencilerin gelecekte olmayı planladıkları kurum/kuruluşta sabit kalma ya da farklı seçeneklere yönelme niyetini ne düzeyde etkilemektedir? Araştırmamızın amacı ise; iktisadi idari bilimler fakültesindeki son sınıf öğrencilerinin kariyer planlamasında ülkenin ekonomik itibarının ve kariyer kaygısının etkisinin belirlenmesidir.

2. Çalışmanın Kavramsal Çerçevesi

Kariyer kavramı, Super (1980) tarafından bireyin hayatı boyunca oynadığı rollerin birleşimi ve rollerin sıralaması olarak tanımlanmaktadır. **Kaygı**, Barlow (2002) tarafından, bireylerin olumsuz duyguları, endişe veya korkularıyla ilişkili olarak ortaya çıkan, kan basıncında değişme, terleme, titreme, gerginlik, olarak tanımlanmaktadır. **Kariyer kaygısı** Mallet (2002) tarafından bireyin planladığı toplumsal statüyü devam ettiremeye tehlikesine bağlı olarak yaşadığı sosyal kaygılar şeklinde ifade edilmektedir. Bireylerin yaşadıkları ülkenin ekonomik yapısı ve işleyişi hakkındaki görüşleri **ülkenin ekonomik itibarını** oluşturmaktadır. **Sabit kariyer niyeti**, sınırsız kariyer kavramının bir boyutunu oluşturmaktadır. Sınırsız kariyer, bireyin tek bir örgütle sınırlı kalmayarak geleneksel kariyer yapılarının dışına çıkmasını ve örgütler arasında rahatça geçiş yapabilmesini ifade etmektedir (Defillippi ve Arthur, 1994). Araştırmada kullanılan şekli ile sabit kariyer niyeti Paksoy vd., (2017) tarafından kişinin bulunduğu örgütte kalarak kariyerine devam etme isteği olarak tanımlanmaktadır.

Alanyazında yapılan çalışmalar sonucunda kariyer kaygısı, ekonomik algılar ve kariyer planlaması arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir. Akoğlan Kozak ve Dalkıran (2013) tarafından yapılan araştırmada ekonomik algının kariyer planlama üzerinde etkili olduğu, bireylerin geleneksel yapı ile kariyer planlaması yaptıkları, ekonomik konjonktürün kariyer plandan daha önemli olarak algılandığı sonucuna ulaşılmıştır. Solmaz vd. (2012) tarafından yapılan araştırmada bireylerin otonom kişilik yapıda olmasının kariyerlerini bağımsız şekilde planlamalarını sağladığı, sosyotropik olan bireylerin ise çevrenin etkisi ile kariyer belirleme çabasında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine benzer konuda Akşit Aşık (2017) tarafından yapılan araştırmada sosyotropik kişilik özellikleri ve otonom kişilik özelliklerinin örgütü

benimseme üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrılık kaygısı yaşayan özgürlükçü bireylerin örgütte sabit kalma eğiliminde olmayacakları sonucuna ulaşılmıştır. Kart (2011) tarafından yapılan çalışmada, ekonomik sistemlerin bireyin geleceğinde belirsizlik, risk ve güvencesizlik meydana getirdiği, bu nedenle çalışanların buldukları örgütlere zorunlu şekilde bağlılık gösterdikleri ifade edilmiştir. Ulaş ve Özdemir (2018) tarafından, öğrencilerin kariyer engeli olarak algıladıkları faktörleri tespit etmek amacıyla yapılan çalışmada, kariyer kararı vermede özyeterlilik ve sürekli kaygı durumunun öğrenciler tarafından kariyer engeli olarak algılandığı, bunun yanında ailenin bir engel olarak görülmediği sonucuna ulaşılmıştır. Vignoli (2015) tarafından yapılan çalışmada ise öğrencilerin kariyer kaygılarının kariyer kararsızlığına neden olduğu ve kariyer kaygısının sürekli kaygı ile önemli derecede ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yetgin vd. (2018) tarafından ekonomik krizlerin öğrencilerin kariyer planlamasına etkisini tespit etmek amacıyla yapılan çalışmada kriz ortamından etkilenmesi muhtemel mesleklerde görev almak için eğitim alan öğrenciler, kriz olsa bile eğitim aldıkları alanda kariyer planladıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ekonomik krizin kariyer planı üzerinde net bir etkisi olmadığı görüşüne yer verilmiştir. Gerçek (2018) tarafından yapılan çalışmada, öğrencilerin gelecekte kariyerleri ile ilgili problem yaşama ihtimalleri ve beklenmedik değişimlere uyum sağlayabilme ile ilgili korkularının kariyer kaygısı ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Campagne ve Curtis (2007) tarafından yapılan çalışmada anlık ve sürekli kaygı durumunun bireyin kariyer kararında etkili bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Şanlı Kula ve Saraç (2016) tarafından yapılan çalışmada ise son sınıf üniversite öğrencilerin ebeveyn tutumu, ailenin ekonomik yapısının öğrencilerin gelecek kaygıları açısından önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Akoto (2014) tarafından ekonomik dalgaların çalışanların işle olan ilişkilerine etkisini değerlendirmek amacıyla yapılan çalışmada, makro-ekonomik değişimlerin bireylerin işle olan ilişkileri üzerinde düzenleyici bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Alanyazındaki araştırma sonuçları ülkelerin ekonomik yapılarının ve makroekonomik değişkenlerin bireysel kariyer planlamasında etkili bir unsur olduğunu göstermektedir. Ailenin destekleyici veya baskıcı yapıda olması, bireylerin kariyer seçimine etkide bulunabilmektedir. Ayrıca bireylerin gelecekte hakkında karar vermede yaşadıkları zorluklar kariyer kaygısını oluşturmaktadır. Bunun sonucunda kariyer kaygısı, ülkenin ekonomik itibarı ve aileden kaynaklı kaygıların bireylerin kariyerlerini bir örgütte sabit kalma veya fırsatlara göre farklı örgütlere geçiş yapabilecek şekilde planlama yapmasında etkili olabilecektir.

3. Araştırmanın Metodu ve Bulguları

3.1. Araştırmanın Hipotezleri

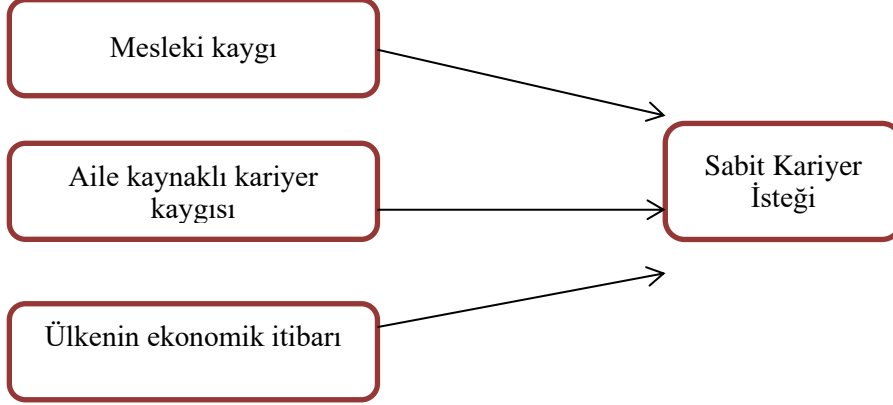
Bireysel ekonomik durumlar bireylerin aldıkları kararlarda etkilidir. Ancak, karar alma süreçlerinde ülkenin genel ekonomik durumu da bireylerin ekonomik şartları kadar etkili olmaktadır (Gabel ve Whitten, 1997; Marcus, 1988). Dohmen vd. (2006) tarafından yapılan çalışmada makroekonomik hareketliliğin bireylerin kararlarında önemli derecede etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireyler makroekonomik anlamda meydana gelen değişimlerden etkilenerek günlük davranışlarına ve gelecek planlarına hızlı bir şekilde yön vermektedirler. Imahara vd. (2009) tarafından Amerika'da yapılan bir çalışmada, ekonominin olumsuz olarak algılandığı dönemlerde bireylerin kariyer hedefi olarak koydukları kurum ve kuruluşlara özgü kıstaslarının değiştiği görülmüştür. Bireylerin direkt olarak iş bulmaya yönelik eğitimleri tercih ettikleri ve ekonominin problemlili olduğu dönemlerde eğitim

seviyesini geliştirmeye yönelik algılarının yüksek olduğu görülmüştür. Kanai ve Wakabayashi (2004) tarafından yapılan araştırma makroekonomik değişimlerin bireylerin işe yaklaşımları üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda rutin olan işlerin ekonomik değişimlere göre yoğunlaşma veya yavaşlama eğiliminde olacağı, teknik bilgiye dayalı işlerle ilgili çalışan ihtiyacının artacağı, buna bağlı olarak teknik alanda çalışacak kişilerin ekonominin olumsuz dönemlerinde değerli bir personel olarak algılanacağı bulgusuna ulaşılmıştır. Ekonomik problemlerin ilişkilendirildiği konuların büyük bölümü, iş güvencesizliği, işsizlik, işkoliklik gibi olumsuz nitelikli durumları kapsamaktadır. Klehe vd. (2012) alanyazından farklı olarak ekonomik algıların bireylerin kariyer belirleme sürecinde, ekonomik yapıya uyum gösterme eğiliminde olacağı ve adaptasyon sağlayacağını savunmaktadırlar. Araştırma sonucunda da bireylerin ekonomik şartlara karşı proaktif bir davranış gösterdikleri ve karşı koyma eğiliminde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çalışma sonucunda ekonomik algıların bireylere yeni kariyer yolları açabileceği sonucuna da ulaşılmıştır. Bireylerin eğitim, meslek ve gelir elde etme ile ilgili kararları ekonomi ile ilişkilidir (Zhong vd., 2009). Ekonomik algıların bireylerin kararlarını nasıl etkilediği ile ilgili çalışmalar incelendiğinde kişilik özellikleri, kültürel özellikler, biyolojik özellikler vb. açısından farklı sonuçların ortaya çıktığı görülmektedir (Sapienza vd., 2009; White vd., 2006; Dabbs, 1992). Kanfer vd. (2001) yaşlıların, gençlere göre ekonomik değişimlere daha yüksek düzeyde duyarlı olduğu ve ekonomik değişimler meydana geldiğinde yaşlıların buldukları yerlerde sabit kalma eğilimindeyken genç olanların yeni iş arama eğiliminde olduklarını belirtmektedirler. Alanyazında yer alan çalışmalar direkt olarak öğrencilerin sabit ya da çoklu kariyer planlaması yapmada ülkenin ekonomik itibarı, aile kaynaklı kariyer kaygısı ve mesleki kaygısının etkisini araştırmamaktadır. Bu çalışma söz konusu faktörlerin her birinin aynı anda modellenmesi ile oluşturulmaktadır. Her bir değişkenin modele dahil edilmesinin değişkenler arası ilişkilerin derecesi ve ilişkinin yönünü etkileyen unsur olması (Hair vd. 2014) araştırmanın kavramsal ve model açısından diğer çalışmalardan ayrılmasını ve çalışmanın yapıma gerekçesini ortaya koymaktadır. Araştırmanın sorusu şu şekilde oluşturulmuştur; sosyal bilimler alanında eğitim alan son sınıf öğrencilerinin ülke ekonomisi hakkındaki algılamaları ve kariyer ile ilgili kaygıları (meslek kaynaklı ve aile kaynaklı) öğrencilerin gelecekte olmayı planladıkları kurum/kuruluşta sabit kalma ya da farklı seçeneklere yönelme niyetini ne düzeyde etkilemektedir?

Alanyazında yer alan çalışmalar sonucunda ulaşılan kavramsal ilişkilerden hareketle oluşturulan araştırmanın hipotezleri şu şekildedir;

- H_1 : *Mesleki kaygı, sabit kariyer isteği üzerinde pozitif yönlü etkiye sahiptir.*
- H_2 : *Aile kaynaklı kariyer kaygısı, sabit kariyer isteği üzerinde pozitif yönlü etkiye sahiptir.*
- H_3 : *Ülkenin ekonomik itibarı, sabit kariyer isteği üzerinde pozitif yönlü etkiye sahiptir.*
- H_4 : *Mesleki kaygı, aile kaynaklı kariyer kaygısı ve ülkenin ekonomik itibarı sabit kariyer isteği üzerinde pozitif yönlü etkiye sahiptir.*

Araştırmada, alanyazından elde edilen hipotezlerden yola çıkılarak oluşturulan kavramsal model ise aşağıda yer almaktadır.



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Araştırmanın hipotezlerinden yola çıkılarak oluşturulan kavramsal model yukarıda yer almaktadır. Modelde yer alan mesleki kaygı, aile kaynaklı kariyer kaygısı ve ülkenin ekonomik itibarı bağımsız değişkenleri temsil ederken, sabit kariyer niyeti ise bağımlı değişkeni temsil etmektedir.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Ekonomik değişimlerin bireylerin kariyer planlaması üzerindeki etkisini açıklamaya çalışan az sayıda çalışma bulunmaktadır. Klehe vd. (2012) tarafından yapılan araştırmada, insanların kariyer belirlemede proaktif olduğu, ekonomik yapıya uyum göstererek kariyerlerine yön verme eğiliminde oldukları ve ekonomik yapı olumsuz algılandığında bireylerin yeni kariyer yollarını denemeye çalıştıkları sonucuna ulaşılmıştır. Kanfer vd. (2001) ekonominin olumsuz performans gösterdiği dönemlerde gençlerin orta ve yaşlı sayılabilecek yaş gruplarına göre daha yüksek derecede kariyer-iş değiştirme eğiliminde oldukları sonucuna ulaşımlardır. Savickas (2005) kariyer adaptasyonu ile ilgili olarak bireylerde gelecek endişesi, mesleki gelecek hakkında kişisel kontrol, gelecekte olabilecek senaryolar ile ilgili olarak keşif merakı ve yeteneklerine güvenin olması gerektiğini ifade etmektedir. Klehe vd. (2012), Savickas (2005) ve Kanfer vd. (2001) tarafından elde edilen sonuçlar birleştirildiğinde gençler kariyer beklentilerini ülkenin ekonomik performansına göre planlayabilecek – proaktif bir yaklaşım- ve ekonomik performansı yetersiz gördüklerinde yeni bir kariyer arayışında olacaklardır. Bu açıdan ülkenin ekonomik itibarı, ailenin bireylere kariyer açısından baskıları ve bireyin hissetmekte olduğu kariyer kaygısının kariyer planlamasını etkileyeceğini düşünmek mümkündür. Söz konusu görüşlerden yola çıkarak araştırmanın amacı; iktisadi idari bilimler fakültesindeki son sınıf öğrencilerinin kariyer planlamasında ülkenin ekonomik itibarı, aileden kaynaklı kariyer kaygısı ve mesleki kaygının etkisinin belirlenmesidir. Elde edilen sonuçlar, ülkenin ekonomik itibarının arttığı ya da azaldığı dönemlerde, ailelerin baskılarının yüksek ya da düşük olduğunda ve bireyin kariyer kaygısına sahip olduğunda öğrencilerin kariyerlerini nasıl planladıklarını anlamak açısından önemlidir.

3.3. Araştırmanın Örnekleme

Örnekleme seçiminde tesadüfi olmayan örnekleme türlerinden kolayda örnekleme tekniği kullanılmıştır. Kolayda örnekleme, örnekleme ulaşmada hızlı olması ve maliyetinin düşük olması açısından avantajlıdır. Bunun yanında örneklemin genellenebilirliği açısından kısıtlıdır (Kurtuluş, 2011). Araştırma söz konusu kısıtlar altında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye'deki yükseköğretim kurumları, özel evrenini ise devlet üniversiteleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme İstanbul'da bir devlet üniversitesinde sosyal bilimler alanında eğitim veren üç fakülte'deki (kamu yönetimi, işletme ve iktisat) 4. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Söz konusu devlet üniversitesinin seçiminde izin alma işleminin kolaylığı önemli bir yer tutmaktadır. Son sınıf öğrencilerin seçmeli ya da zorunlu olarak ekonomi ve yönetim temelinde dersler almış olmaları, birçoğunun kariyerleri hakkında karar verme aşamasında olmaları ve kariyer planlama konusunda daha alt sınıflara göre daha yüksek düzeyde olgunluğa ulaştıklarının varsayılması söz konusu programlardaki öğrencilerin araştırmanın örnekleme olarak seçilmesinde önemli bir faktör olmuştur.

Araştırmada örnekleme sayısını belirlemede Hair vd. (2014) tarafından belirtilen ölçeklerde yer alan madde sayısının 5 katı ve en az 100 örnekleme sayısı kısıtı temel alınmıştır. Örnekleme sayısının artışına bağlı olarak maddeler arası korelasyonlarda artış olması, istatistiki olarak anlamlı olmayan ilişkilerin anlamlı hale gelebilmesi durumuna karşılık madde sayısının 5 katı ve en az 100 örnekleme sayısının kısıtının kullanılması uygun görülmüştür. Araştırma kapsamında yer alan 25 madde için 132 kişilik örnekleme ulaşılmıştır. Kamu yönetimi, işletme ve iktisat programlarında kayıtlı olan 288 öğrenciden 200 tanesine anket formu dağıtılmıştır. Anket formu dağıtılan 200 kişiden 132'si gönüllü olarak ankete katılım sağlamıştır. Anketlerden üç tanesi katılımcılar tarafından uygun şekilde doldurulmadığı için geriye kalan 129 anket ile araştırmanın analizleri gerçekleştirilmiştir.

3.4. Araştırmanın Yöntemi ve Kullanılan Ölçekler

Veri toplama işleminde anket formu kullanılmıştır. Anket formunun oluşturulmasında Gündüz ve Nalbantoğlu (2016) tarafından oluşturulan ve 13 maddeden oluşan kariyer kaygısı ölçeği kullanılmıştır. Ülkenin ekonomik itibarının ölçülmesinde kullanılan ölçek ise Walsh ve Sharon (2007) ile Fombrun vd., (2000) tarafından oluşturulmuştur. Ölçek, 7 maddeden oluşurken içerik olarak ülkenin ekonomik itibarını ifade edecek şekilde düzenlenmiştir. Sabit kariyer niyetini temsil eden ölçek ise Briscoe vd. (2006) tarafından oluşturulmuş ve Paksoy vd (2017) tarafından Türkçe'ye uyarlanmıştır. Ölçekte yer alan ve bir örgütte sabit kalma niyetini ölçen 5 ifade bulunmaktadır. Veri toplama aşamasında 7'li likert tipi ölçek (1=kesinlikle katılmıyorum, 4= kararsızım, 7= kesinlikle katılıyorum) şeklinde kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen veriler nicel tekniklerle analiz edilmiştir. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 21 paket programı kullanılırken, kavramsal modelin ve hipotezlerin test edilebilmesi amacıyla sırasıyla faktör analizi, güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler, korelasyon analizi ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Korelasyon ve regresyon analizleri verilerin normal dağılımı varsayımı ile gerçekleştirilmiştir. Regresyon analizinde, mesleki kaygı, aile kaynaklı kariyer kaygısı ve ülkenin ekonomik itibarı bağımsız değişkeni temsil ederken sabit kariyer niyeti ise bağımlı değişkeni temsil etmektedir. Verilerin analizinde normallik varsayımı Kolmogrow-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleri ile kontrol edilmiştir. Çarpıklık ve Basıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında olmasına dayanarak (Tabachnick ve Fidell, 2013; George ve Mallery, 2010) verilerin

dağılımında normallik varsayımı gerektiren Pearson Korelasyon ve Doğrusal Regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

3.5. Araştırmanın Bulguları

Faktör Analizi Sonuçları

Araştırmanın örnekleminin ve ölçüm araçlarının uygunluğunun tespit edilmesi amacıyla yapılan faktör analizinde KMO (0,700 ve üzeri), Bartlett's Testi (0,000) ve Açıklanan Toplam Varyans (%60) kritik değerleri Hair vd. (2014)'nin belirtmiş olduğu sınır değerleri göz önüne alınarak değerlendirilmiştir.

Tablo 1. Sabit Kariyer Niyeti Ölçeğinin Faktör Değerleri

KMO ve Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği ölçüsü		,733
Bartlett's küresellik testi	Ki-kare	233,617
	Df	6
	Anlamlılık	,000
Açıklanan toplam varyans		69,381

Araştırma kapsamında kullanılan sabit kariyer ölçeğinin KMO değeri 0,733 olarak tespit edilmiştir. Bartlett's küresellik testi sonuçları ise 0,000 düzeyinde anlamlı olarak tespit edilmiştir. KMO ve Bartlett's küresellik testi sonuçları ölçeğin araştırmada kullanılmak için uygun olduğunu göstermektedir. Söz konusu değerler Hair (2014) tarafından öngörülen 0,70 değerinin üzerindedir. Ölçekte yer alan tüm ifadelerin faktör yüklemeye katsayı değerleri 0,664 ile 0,728 arasında yer almaktadır. Ayrıca açıklanan toplam varyansı %69,381 olarak tespit edilmiştir. Açıklanan toplam varyans değeri ölçeğin sabit kariyer tutumunu ölçmede yeterli bir düzeyde olduğunu göstermektedir. Araştırmada kullanılan ölçekte yer alan "*planladığım kariyer seçeneğine sahip olamazsam kendimi boşlukta hissederim*" ifadesi faktör dağılımında farklı bir boyut oluşturması ve çift yükleme değerine sahip olmasından dolayı araştırmanın kapsamından çıkarılmıştır.

Tablo 2. Kariyer Kaygısı Ölçeğinin Faktör Yükleri

KMO ve Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği ölçüsü		,865
Bartlett's küresellik testi	Ki-kare	1220,722
	Sd	78
	Anlamlılık	,000
Açıklanan toplam varyans		69,329

Araştırmada kullanılan kariyer kaygısı ölçeği, mesleki kaygı ve aile kaynaklı kariyer kaygısı olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin KMO değeri 0,865 olarak tespit edilirken, Bartlett's küresellik testi sonucu ise 0,000 düzeyinde anlamlı olarak tespit edilmiştir. Ölçekte yer alan maddelerin yükleme katsayıları ise 0,504 ile 0,847 arasındadır. Kariyer kaygısı ölçeğinin açıklanan toplam varyansı ise %69,32 olarak tespit edilmiştir. Araştırmada kullanılan kariyer kaygısı ölçeğindeki maddeler ilk aşamada orijinal ölçekte olduğu gibi dağılım göstermemiştir. Bu nedenle ölçeğin maddeler düzeyinde faktör dağılımlarını sağlayabilmek için Varimax Metodu kullanılarak faktör döndürme işlemi yapılmıştır. Hair vd. (2014) Varimax faktör döndürmesini; "Varimax metodunda daha az değişkenle faktör varyanslarının maksimum olması sağlanacak şekilde döndürme yapılıır" şeklinde tanımlamaktadır. Bu nedenle faktör döndürme sürecinde Varimax Metodu kullanılmıştır. Faktör döndürme sonucunda tüm maddeler orijinal ölçekte de olduğu gibi dağılım göstermiştir.

Tablo 3. Ülke Ekonomisi Algısı Ölçeğinin Faktör Yükleri

KMO ve Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin örnekleme yeterliliği ölçüsü		,927
Bartlett's küresellik testi	Ki-kare	803,021
	Sd	21
	Anlamlılık	,000
Açıklanan toplam varyans		75,440

Faktör analizi sonucunda, ülke ekonomisi algısı ölçeğinin KMO değeri 0,927 olarak tespit edilmiştir. Ayrıca Bartlett's küresellik testi sonucu 0,000 düzeyinde anlamlıdır. Ölçeğin orijinal yapısında olduğu gibi tek boyutta toplandığı ve açıklanan toplam varyansının %75,44 olduğu görülmüştür. Ölçekte yer alan ifadelerin katsayıları ise 0,598 ile 0,839 arasındadır. Ayrıca ölçeğin birleşim değerleri (Component Matrix tablosu değerleri) de 0,916 ile 0,773 arasında değişmektedir. Elde edilen değerler doğrultusunda ölçeğin açıklama gücünün yüksek olduğunu ifade etmek mümkündür.

Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Araştırmada kullanılan ölçüm araçlarının güvenilirlik değerlerinin tespit edilebilmesi için SPSS 21 Paket Programı kullanılmıştır. Güvenilirlik analizi sonucunda elde edilen Cronbach's Alpha değerinin değerlendirilmesinde Hair vd. (2014)'nin öngördüğü 0,70 sınırına göre hareket edilmiştir.

Tablo 4. Sabit Kariyer Niyeti Ölçeği Güvenilirlik Değerleri

Güvenilirlik istatistiği				
Cronbach's Alpha			Madde sayısı	
,852			4	
Madde-toplam istatistikleri				
	Madde Silindiğinde Ölçek Ortalaması	Madde Silindiğinde Ölçek Varyansı	Düzeltilmiş Madde-Toplam Korelasyon	Madde Silindiğinde Cronbach's Alpha
1. Çalışacağım şirket yaşam boyu istihdam sağlarsa, başka şirketlerde iş aramak aklımdan geçmez.	10,8217	23,007	,672	,821
2. İdealim, kariyerim süresince tek bir şirkette çalışmaktır.	11,5659	23,404	,686	,814
3. Yeni bir iş aramaktansa, alışık olduğum bir şirkette kalmayı tercih ederim.	10,4884	23,502	,719	,801
4. Sürekli olarak aynı şirket için çalışmanın sağladığı belirlilik ortamını seviyorum.	10,2403	24,278	,695	,811

Sabit kariyer isteği ölçeğinin güvenilirlik değerleri Cronbach's Alpha katsayısı ile incelenmiştir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucuna "*planladığım bir kariyer seçeneğine sahip olamazsam kendimi boşlukta hissederim*" ifadesi faktör analizinde uygun değerleri elde edemediği için güvenilirlik analizine dahil edilmemiştir. 4 ifade ile yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,852 düzeyinde çok yüksek seviyede güvenilir olarak tespit edilmiştir.

Tablo 5. Kariyer Kaygısı Ölçeğinin Güvenilirlik Değerleri

Güvenilirlik istatistiği				
Cronbach's Alpha				Madde sayısı
,910				13
Madde-toplam istatistikleri				
	Madde silindiğinde ölçek ortalaması	Madde silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde-toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alpha
1. Seçeceğim mesleğin bana uygun olup olmayacağı düşüncesi beni tedirgin ediyor.	40,2720	275,377	,704	,900
2. Meslekte mutlu olup olamayacağımı düşündüğümde kendimi gergin hissediyorum.	39,9280	284,309	,636	,903
3. Mesleki geleceğimi düşündüğümde huzursuzlanıyorum.	40,4800	279,042	,662	,902
4. Meslek seçimi yapma düşüncesi çok fazla gerilmeme neden oluyor.	40,7360	278,680	,702	,900
5. Meslek seçiminde göz önünde bulundurmam gereken çok fazla etken olması beni tedirgin ediyor.	40,4880	285,962	,649	,903
6. Mesleki ideallerime ulaşma sürecinde önüme çıkabilecek engelleri düşününce içim sıkılıyor.	40,3120	283,152	,671	,902
7. Gelecekte istediğim mesleği yapamayacağımdan kaygılanıyorum.	40,6320	277,315	,706	,900
8. Seçeceğim meslekte hayal kırıklığına uğrama düşüncesi beni rahatsız ediyor.	40,3680	278,960	,705	,900
9. Aldığım eğitimin, mesleki planlarım için yetersiz olduğunu düşünüyorum.	41,7680	293,696	,551	,907
10. Ailemin mesleki planlarımı anlamayacağı konusunda endişe duyuyorum.	42,4800	298,623	,538	,907
11. Seçmek istediğim meslek konusunda ailemin engel olacağından endişeleniyorum.	42,3120	296,636	,547	,907
12. Mesleki hayallerimle ilgili kendimi aileme yeterince anlatamamaktan kaygılanıyorum.	42,4400	298,861	,522	,908

13. Aileme meslek ile ilgili planlarımdan bahsetme fikri içimde sıkıntıya yol açıyor.	42,5040	295,365	,573	,906
---	---------	---------	------	------

Kariyer kaygısı ölçeğinin güvenilirlik değerleri Cronbach's Alpha katsayısı ile ölçülmüştür. Ölçek mesleki kaygı ve aile temelli kaygı olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin Cronbach's Alpha değeri (0,914) çok yüksek derecede güvenilir olarak tespit edilmiştir. Ölçekte yer alan tüm ifadeler güvenilirlik analizini başarılı şekilde geçmiştir.

Tablo 6. Ülkenin Ekonomik İtibarı Ölçeğinin Güvenilirlik Değerleri

Güvenilirlik istatistiği				
Cronbach's Alpha	Madde sayısı			
,944	7			
Madde-toplam istatistikleri				
	Madde silindiğinde ölçek ortalaması	Madde silindiğinde ölçek varyansı	Düzeltilmiş madde-toplam korelasyon	Madde silindiğinde Cronbach's Alpha
1. Türkiye kendi seviyesindeki ülkelerle kıyaslandığında ekonomik olarak daha iyi durumdadır.	15,4186	92,886	,704	,945
2. Türkiye yakın gelecekte ekonomik olarak büyüme vaat ediyor.	15,4729	90,048	,790	,938
3. Türkiye'de yaşamak gelecek için iyi bir yatırımdır.	15,4729	88,782	,809	,936
4. Türkiye ekonomik açıdan iyi yönetilmektedir.	16,0233	94,257	,832	,935
5. Türkiye ekonomik olarak gelişen bir ülkedir.	15,3876	88,067	,856	,932
6. Türkiye gelecek hakkında iyi bir vizyona sahiptir.	15,4961	87,143	,876	,930
7. Türkiye fırsatlar yaratan bir ülkedir.	15,4729	89,079	,848	,932

Ülke ekonomisinin algılanmasında kullanılan ekonomik algı ölçeğinin güvenilirlik değerleri Cronbach's Alpha katsayısı ile ölçülmüştür. Ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0,944 olarak tespit edilmiştir. Söz konusu değer ölçeğin çok yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçekte yer alan tüm ifadeler güvenilirlik şartlarını sağlamıştır.

Tablo 7. Ölçeklerin Tanımlayıcı İstatistikleri

	N	Ort.	Std. Sapma
Sabit kariyer niyeti	129	3,5930	1,57900
Mesleki kaygı	124	4,0484	1,67230
Aile kaynaklı kariyer kaygısı	127	2,2535	1,54415
Ülkenin ekonomik itibarı	129	2,5891	1,57417

Araştırma kapsamında yer alan öğrencilerin görüşleri 7'li Likert ile ölçülmüştür. Ölçekler bazında öğrencilerin sabit kariyer yapma isteklerinin ve mesleki kaygı düzeylerinin orta düzeye yakın olduğu, ancak aile kaynaklı kaygılarının düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Ülkenin ekonomik itibarını ise düşük olarak algıladıkları görülmektedir.

Tablo 8. Korelasyon Analizi Sonuçları

		1	2	3	4
Sabit kariyer niyeti	Pearson Korelasyon	1			
	Anlamlılık (çift kuyruk)				
	N	129			
Mesleki kaygı	Pearson Korelasyon	,224*	1		
	Anlamlılık (çift kuyruk)	,012			
	N	124	124		
Aile kaynaklı kariyer kaygısı	Pearson Korelasyon	,201*	,415**	1	
	Anlamlılık (çift kuyruk)	,024	,000		
	N	127	123	127	
Ülkenin ekonomik itibarı	Pearson Korelasyon	,311**	-,022	,160	1
	Anlamlılık (çift kuyruk)	,000	,807	,072	
	N	129	124	127	129
*. İlişki 0.05 düzeyinde anlamlıdır (çift kuyruk).					
**. İlişki 0.01 düzeyinde anlamlıdır (çift kuyruk).					

Araştırmadaki değişkenlerin arasındaki ilişkilerin düzeyi ve anlamlılığını tespit etmek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonucunda, mesleki kaygı ile sabit kariyer niyeti arasında düşük düzeyde pozitif yönlü ilişki, aile kaynaklı kariyer kaygısı ile sabit kariyer arasında düşük düzeyde pozitif yönlü, yine aile kaynaklı kariyer kaygısı ile mesleki kaygı arasında orta düzeye yakın pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Ülkenin ekonomik itibarı ile sabit kariyer arasında ise düşük düzeyde pozitif yönlü ilişki tespit edilirken, ülkenin ekonomik itibarı ile aile kaynaklı kariyer kaygısı ve mesleki kaygı arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 9. Regresyon Analizi Sonuçları

Model Özeti					ANOVA ^a					
Model	R	R ²	Düzenlenmiş R ²	Tahminlerin std. hatası	Model	Toplamların karesi	sd	Ortalama kare	F	Anlamlılık
1	,433 ^a	,187	,167	1,42701	Regresyon	55,840	3	18,613	9,140	,000 ^b
					Artıklar	242,326	119	2,036		
					Toplam	298,166	122			
a. Bağımlı değişken: Sabit kariyer niyeti										
b. Tahmin değişken: (Sabit), Aile kaynaklı kariyer kaygısı, Ülkenin ekonomik itibarı, Mesleki kaygı										

Ülkenin ekonomik itibarının ve kariyer kaygısının öğrencilerin örgütler arasında hareketlilik isteğine etkisinin tespit edilebilmesi amacıyla regresyona analizi yapılmıştır. Regresyon analizi sonucunda; ülkenin ekonomik itibarının algılanışının, aileden kaynaklı kariyer kaygısının ve mesleki kaygının öğrencilerin kurum/kuruluşta sabit olarak kariyerlerine devam etme niyetleri üzerinde %18,7 etkili olduğu tespit edilmiştir. Modelde yer alan ilişki ($r=0,433$) orta düzeyde, bağımsız değişkenlerin (ülkenin ekonomik itibarının, mesleki kaygı ve aileden kaynaklı kaygı) bağımlı değişkeni (sabit kariyer niyeti) açıklama düzeyi ($R^2=0,187$) %18,7 ve düzenlenmiş etki düzeyi (düzenlenmiş $R^2=0,167$) %16,7 olarak tespit edilmiştir. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama düzeyi düşük, pozitif yönlü ve istatistiki olarak anlamlıdır (Anlamlılık = ,000^b).

Tablo 10. Regresyon Analizi Katsayı Değerleri

Model	Standardize olmayan katsayılar		Standardize katsayılar	t	Anlamlılık	
	B	Std. hata	Beta			
1	(sabit)	1,774	,406		4,369	,000
	Mesleki kaygı	,206	,086	,219	2,397	,018
	Aile kaynaklı kariyer kaygısı	,032	,095	,031	,339	,735
	Ülkenin ekonomik itibarı	,362	,084	,364	4,306	,000
a. Bağımlı değişken: sabit kariyer niyeti						

Ülkenin ekonomik itibarı, aile kaynaklı kariyer kaygısı ve mesleki kaygının bireyin sabit kariyer niyetine etkisi %18,7 olarak tespit edilmiştir. Regresyon katsayılarının olduğu Tablo 11 incelendiğinde sabit değer (Constant) 1,774, mesleki kaygının Beta değeri ,219, aile kaynaklı kariyer kaygısının Beta değeri 0,31 ve ülkenin ekonomik itibarının Beta değeri ise ,364 olarak tespit edilmiştir. Modelde yer alan aile kaynaklı kariyer kaygısının modele olan katkısı ($p \leq 0,05$) istatistiki olarak anlamsızdır. Modelin denkleminin oluşturulmasında aile kaynaklı kariyer kaygısı yer almayacaktır. Katsayılar tablosunda elde edilen değerler $y_i = \beta_0 + \beta_1 x_{i1} + \beta_2 x_{i2} + \varepsilon_i$ formülüne yerleştirildiğinde, örgütler arası hareketlilik isteğinde meydana gelen bir birimlik değişimin ülkenin ekonomik performansı ve mesleki kaygı bağımsız değişkenleri tarafından açıklanma düzeyi; $y_{\text{sabit kariyer niyeti}} = 1,774 + 0,219 \times \text{mesleki kaygı} + 0,364 \times \text{ülkenin ekonomik itibarı} + 0,406$ ile açıklanabilir. Araştırmada oluşturulan H_1 , H_3 ve H_4 hipotezleri doğrulanırken, H_2 hipotezi reddedilmiştir.

4. Sonuç

Yerli ve yabancı alanyazında bireylerin kariyer planlaması, bireysel (kişilik tipleri, psikolojik özellikler, demografi vs.), toplumsal (kültür, sosyal sınıf, aile baskısı, vs.) ve makro (ekonomik, coğrafik, kurumsal) yapılar açısından incelenmiştir. Söz konusu araştırma sonuçlarında ekonomik yapının gençlerin kariyer planlamasında etkili olduğu, ekonomik yapının olumsuz algılanmasının kariyer kaygısına yol açtığı, kariyer kaygısının ise kariyerin çeşitlendirilmesinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak doğrudan tek bir çalışma bazında ülkenin ekonomik itibarı ve kariyer kaygısının öğrencilerin sabit ya da çoklu kariyer planı kurmalarında ne düzeyde etkili olduğu hakkında bir çalışmaya rastlanmamıştır. Alanyazında yer alan eksiklik, çalışmanın genel kapsamının oluşması açısından önemli olmuştur.

Araştırmada kullanılan sabit kariyer niyeti ölçeği, kariyer kaygısı ölçeği ve ülkenin ekonomik itibarı ölçeğinin faktör analizi ve güvenilirlik analizi sonuçları, ölçeklerin araştırmada kullanılmasına problem teşkil etmeyecek düzeydir. Öğrencilerin ülke ekonomisini olumsuz olarak algıladıkları, kariyer kaygılarının çok yüksek olmadığı ve tam olarak sabit bir kariyer niyetinden olmadıkları görülmüştür. Araştırmanın sorunsalının test edilmesinde kullanılmış olan regresyon analizinin

gerçekleştirilmesinde ön koşul olan korelasyon analizinde ise değişkenler arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir. Korelasyon ve regresyon analizleri esnasında kariyer kaygısı ölçeği, mesleki kaygı ve aile kaynaklı kaygı olmak üzere iki boyut üzerinden incelenmiştir. Regresyon analizinde sabit kariyer niyeti bağımlı değişken olarak belirlenirken mesleki kaygı, aile kaynaklı kaygı ve ülkenin ekonomik itibarı ise bağımsız değişken olarak belirlenmiştir. Regresyon analizinde bağımsız değişken ile bağımlı değişkenler arasındaki ilişki %43,3 olarak tespit edilirken bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama düzeyi ise %18,7 olarak tespit edilmiştir. Aile kaynaklı kariyer kaygısının sabit kalma niyeti üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Ülkenin ekonomik itibarının ve mesleki kaygının sabit kariyer niyeti üzerindeki açıklama düzeyi anlamlıdır. Öğrencilerin ülkenin ekonomik itibarı hakkındaki görüşlerinin olumlu olması ve mesleki kaygıları düzeylerinin yüksek olması, öğrencilerin bir kurum ya da kuruluşta uzun süre kalma niyetlerini olumlu yönde etkilemektedir. Aile kaynaklı kariyer kaygısının bireyin kariyer seçiminde anlamlı bir sonuç yaratmaması Özdemir (2018)'in çalışması sonuçları ile benzerlik gösterirken, ekonomik algıların ve mesleki kaygıların kariyer planlama üzerindeki etkisi ise Akoto (2014), Klehe vd. (2012), Kanai ve Wakabayashi (2004) ve Zhong vd. (2009)'un bulguları ile benzerdir. Elde edilen bulgular bir bütün olarak düşünüldüğünde, ülkenin ekonomik itibarının öğrencilerin kariyer seçiminde önemli bir faktör olduğunu ifade etmek mümkündür. Öğrenciler, ülke ekonomisinin büyüme vaat ediyor olduğu, ekonomik açıdan iyi yönetildiği, ülkenin gelecek adına uygun bir vizyon belirlediği ve gelecek adına fırsatlar yarattığı yönünde bir algıya sahip olduklarında tek bir örgütte kariyerini devam ettirme niyetleri artmaktadır. Ülkenin ekonomik olarak problemsiz olduğu durumda öğrencilerin farklı iş ve kurum seçeneklerine yönelmemesine neden olduğunu ifade etmek mümkündür. Öğrencilerin gelecekte mesleği yapamama, aldıkları eğitimin mesleki olarak yetersiz kalması, karar değişkenlerinin çok fazla olması ve meslek özellikleri ile bireysel uyumun düşük olması, öğrencilerin tek bir örgütte sabit kalma niyetlerinin artmasına neden olmaktadır. Öğrenciler aldıkları eğitimin yetersiz olduğunu, bireysel olarak mesleki yeterliliği sağlayamadıklarını ve karar vermede problem yaşayacaklarını düşündüklerinde alışık oldukları, belirlilik ortamına sunan ve ömür boyu istihdam sağlayacak bir örgütte sabit kalmayı tercih edebilecektir.

Bunun yanında ülke ekonomisinin olumsuz imaja sahip olduğu ve öğrencilerin kariyer kaygısını düşük düzeyde yaşadıkları durumlarda öğrencilerin çoklu kariyer seçeneğini tercih edileceğini ifade etmek mümkündür. Örgütlerin bu durumda nitelikli ve gelecek vadeden adayları örgüte çekmede ve örgüt içinde tutmada problem yaşaması muhtemeldir. Özellikle ekonomik olarak problem yaşanan dönemlerde örgütlerin uygun adayları örgüte çekmek için aday havuzu politikaları belirlemesi gerekir. Bu varsayımdan hareketle, gelecekte konuyla ilgili yapılacak benzer çalışmalarda öğrencilerin kuşak özelliklerinin, kişilik özelliklerinin, girişimcilik eğilimlerinin ve mesleki güdülenme düzeylerinin incelenmesi önerilebilir. Söz konusu faktörler öğrencilerin bir örgütte sabit kalma ya da farklı örgütlerde kariyer seçeneklerini değerlendirmelerinde etkili olabilir.

5. Referanslar

- Adnett, N. ve Slack, K. (2007). Are there economic incentives for non-traditional students to enter he? The labour market as a barrier to widening participation, *Higher Education Quarterly*, 61(1), 23-36.
- Akoğlan Kozak M. ve Dalkıran T. (2013). Mezun öğrencilerin kariyer algılamaları: Anadolu Üniversitesi örneği, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 41-52.
- Akoto, E. O. (2014). Contexts of the commitment–citizenship link: A test of economic volatility in a dual organization setting. *Journal of Vocational Behavior*, 84(3), 332-344.
- Akşit Aşık N. (2017). Otel çalışanlarının sosyotropik ve otonomik kişilik özelliklerinin örgütsel özdeşleşme düzeylerine etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 288-302.
- Barlow, D. H. (2002). *Anxiety and its disorders: The nature and treatment of anxiety and panic*. New York, NY: Guilford Press.
- Boysan, M. ve Kağan, M. (2016). Associations between career decision-making difficulties, maladaptive limitedness schemas, sleep quality, and circadian preferences among Turkish college students, *Sleep and Hypnosis*, 18(4), 97-110.
- Braunstein-Bercovitz, H., Benjamin, B. A., Asor, S. ve Lev, M. (2012). Insecure attachment and career indecision: Mediating effects of anxiety and pessimism. *Journal of Vocational Behavior*, 81(2), 236–244.
- Briscoe, J. P., Hall, D. T. ve DeMuth, L. F. (2006). Protean and boundaryless careers: An empirical exploration. *Journal of Vocational Behavior*, 69(1), 30-47.
- Campagna, C. G., ve Curtis, G. J. (2007). So worried I don't know what to be: Anxiety is associated with increased career indecision and reduced career certainty. *Australian Journal of Guidance and Counseling*, 17, 91-96.
- Chiesa, R. Massei, F. ve Guglielmi, D. (2016). Career decision-making self-efficacy change in Italian high school students. *Journal of Counseling and Development*, 16(94), 210-224.
- Çetin Gündüz, H. ve Y. Nalbantoğlu, F. (2016). Lise öğrencilerinin kariyer kaygılarını belirlemeye yönelik ölçek geliştirme çalışması. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(3), 1008-1022.
- Dabbs, J. M. (1992). Testosterone and occupational achievement. *Social Forces*, 70, 813– 824.
- Defillippi, R. J. ve Arthur, M. B. (1994). The boundaryless career: A competency-based perspective. *Journal Organizastion Behaviour*, 15, 307-324.
- Dohmen, T. Huffman, D. ve Sunde U. (2006). *Seemingly irrelevant events affect economic perceptions and expectations: The FIFA World Cup 2006 as a Natural Experiment*, IZA Discussion Paper No. 2275. SSRN: <https://ssrn.com/abstract=928830>.
- Downing, H. M., ve Nauta, M. M. (2010). Separation–individuation, exploration, and identity diffusion as mediators of the relationship between attachment and career indecision. *Journal of Career Development*, 36, 207–227.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A. ve Sever, J. M. (2000). The reputation quotient: A multi-stakeholdermeasure of corporate reputation. *The Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255.
- Gabel, M., ve Whitten, G. (1997). Economic conditions, economic perceptions, and public support for European Integration. *Political Behavior*, 19(1), 81-96.

- Gerçek M., (2018). Mesleki kaygı ve kariyer uyumluluğu arasındaki ilişkiler: Öğretmen adayları açısından bir inceleme. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 297-312.
- Ghosh A. ve Fouad, N. A. (2016). Career transitions of student veterans. *Journal of Career Assessment*, 24(1), 99-111.
- Greenbank, P. ve Hepworth, S. (2008). Improving the career decision-making behaviour of working class students: Do economic barriers stand in the way?. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 492-509.
- Hair J. F. Jr., Anderson R. E., Tatham R. L. ve Black W.C. (2014). *Multivariate Data Analysis*, New York, Macmillan.
- Hu, S., Hood, M., ve Creed, P. A. (2018). Career goal importance as a moderator in the relationship between career feedback and career-related stress. *Journal of Career Development*, 45(1), 3-18.
- Imahara, S. D. Scott, J. R. ve Nligan, P. C. (2009). Career plans of graduating plastic surgery trainees in 2009: The impact of an uncertain economic climate, *Plast Reconstr Surg.*, 124(6), 2173-2178.
- Kanai, A. ve Wakabayashi, M. (2004). Effects of economic environmental changes on job demands and workaholism in Japan. *Journal of Organizational Change Management*, 17(5), 537-548.
- Kanfer, R., Wanberg, C. R., ve Kantrowitz, T. M. (2001). Job search and employment: A personality – motivational analysis and meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86, 837-855.
- Kart, E. (2011). Küresel ekonomik rasyonalitede çalışanın zorunlu sadakati. *Felsefe ve Toplumsal Bilimlerde Diyaloglar*, 4(1), 1-18.
- Klehe, U. C., Zikic, J., van Vianen, A. E. M., Koen, J. ve Buyken, M. (2012). Coping proactively with economic stress: Career adaptability in the face of job insecurity, job loss, unemployment, and underemployment. *The Role Of The Economic Crisis On Occupational Stress And Well Being*. 10, 131-176.
- Lin, S. H., Wu, C. H. ve Chen, L. H. (2015). Unpacking the role of self-esteem in career uncertainty: A self-determination perspective. *The Journal of Positive Psychology*, 10(3), 231-239.
- Mallet, P. (2002). Anxiety aroused by thoughts on future academic and professional careers during adolescence: The development of a major form of social anxiety. *Carriérologie*, 8, 599-618.
- Markus, G. B. (1988). The impact of personal and national economic conditions on the presidential vote: A pooled cross-sectional analysis. *Midwest Political Science Association*, 32(1), 137-154.
- Nalbantoglu Yilmaz, F. ve Çetin Gunduz, H. (2018). Career indecision and career anxiety in high school students: An investigation through structural equation modelling. *Eurasian Journal of Educational Research*, 78, 23-42.
- Overacker, S. R., Kalis, C. E. ve Coppola, F. (2018). College students' personality traits in relation to career readiness. *Student Publications*. 600. 1-21.
- Özdemir, S., (2010). Önlisans muhasebe öğrencilerinin kariyer planlamasını etkileyen unsurlar: Ege Bölgesinde bir araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 2, 103-121.
- Paksoy, M., Hırlak, B. ve Balıkçı, O. (2017). Sınırsız ve çok yönlü kariyer tutumlarının bazı demografik özellikler açısından incelenmesi: Adana örneği. *Javstudies*, 3(12), 277-292.

- Pesch, K. M., Larson, L. M. ve Seipel, M. T. (2018). Career certainty and major satisfaction: The roles of information-seeking and occupational knowledge, *Journal of Career Assessment* 26(4) 583-598.
- Pisarik, C. T., Rowell, P. C. ve Thompson, L. K. (2017). A phenomenological study of career anxiety among college students, *The Career Development Quarterly*, 17(65), 339-352.
- Santilli, S., Marcionetti, J., Rochat, S. Rossier, J. ve Nota, J. (2017). Career adaptability, hope, optimism, and life satisfaction in Italian and swiss adolescents, *Journal of Career Development*, 44(1), 62-76.
- Sapienza, P., Zingales, L., Maestriperi, D. (2009). Gender differences in financial risk aversion and career choices are affected by testosterone, *PNAS*, 106 (36), 15268-15273.
- Savickas, M. L. (2005). The theory and practice of career construction. In S. D. Brown ve R. W. Lent (Eds.), *Career development and counseling: Putting theory and research to work* (42–70. ss.). Hoboken, NJ: John Wiley and Sons.
- Solmaz, S. A., Erdoğan, Ç., Türkyay O. ve Korkutata, A. (2012). Sosyotropi ve otonomi kişilik özelliklerinin turizmde kariyer yapma isteği üzerindeki etkileri. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3, 47-70.
- Stauffer, S. D., Abessolo, M., Zecca, G. ve Rossier, J. (2019). French-Language translation and validation of the protean and boundaryless career attitudes scales: Relationships to proactive personality, career adaptability, and career satisfaction, *Journal of Career Assessment*, 27(2), 337-357.
- Storme, M., ve Celik, P. (2017). Career exploration and career decision-making difficulties: The moderating role of creative self-efficacy. *Journal of Career Assessment*, 26, 445–456. doi: 10.1177/1069072717714540.
- Super, D. E. (1980). A life-span, life-space approach to career development. *Journal of Vocational Behavior*, 16(3), 282–298.
- Şanlı Kula, K. ve Saraç, T. 2016. Üniversite öğrencilerinin gelecek kaygısı. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(33), 227-242.
- Takil, N. B. ve Sari, B. A. (2019). Trait anxiety vs career anxiety in relation to attentional control, *Curr Psychol*. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-0169-8>.
- Tokar, D. M., Withrow, J. R., Hall, R. J., ve Moradi, B. (2003). Psychological separation, attachment security, vocational self-concept crystallization, and Career indecision: A structural equation analysis. *Journal of Counseling Psychology*, 50, 3–19.
- Tsai, C. Hsu H. ve Hsu, Y. C. (2017) Tourism and hospitality college students' career anxiety: scale development and validation, *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 29(4), 158-165, DOI: 10.1080/10963758.2017.1382365
- Ulaş, Ö., ve Özdemir, S. (2018). Üniversite son sınıf öğrencilerinde algılanan kariyer engellerinin yordayıcıları. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(3), 672-688. doi: 10.16986/HUJE.2017033806
- Vignoli, E. (2015). Career indecision and career exploration among older French adolescents: The specific role of general trait anxiety and future school and career anxiety. *Journal of Vocational Behavior*, 89, 182-191.
- Walsh, G. ve Beatty, E. S. (2007). Customer-based corporate reputation of a service firm: Scale development and validation, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 35(1), 127-143.
- Whiston, S. C., ve Keller, B. K. (2004). The influences of the family of origin on career development: A review and analysis. *The Counseling Psychologist*, 32, 493–568.

- White R. E., Thornhill, S., Hampson, E. (2006). Entrepreneurs and evolutionary biology: The relationship between testosterone and new venture creation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 100, 21–34.
- Yetgin, D., Yılmaz A. ve Çiftçi, G. (2018). Krizlerin turist rehberliği öğrencilerinin kariyer planlamasındaki etkisi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 195-214, DOI: 10.21325/jotags.2018.278
- Yoon H. J., Bailey, N. Amundson N. ve Niles S. (2019). The effect of a career development programme based on the Hope-Action Theory: Hope to Work for refugees in British Columbia, *British Journal of Guidance and Counselling*, 47(19), 6-19.
- Zhong, S., Chew, S. H., Set, E., Zhang, J., Xue, H., Sham, P. C., Ebstein, R. P., ve Israel, S. (2009). The heritability of attitude toward economic risk. *Twin Research And Human Genetics*, 12(1), 103-107.

REVENUE SURPRISE AND EQUITY RETURNS IN BORSA İSTANBUL

BORSA İSTANBUL'DA CİRO SÜRPRİZİ VE HİSSE SENEDİ GETİRİLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

A. Doruk GÜNAYDIN⁽¹⁾

Abstract: This paper examines the importance of revenue surprise in the cross-section of stock returns in Borsa Istanbul. Portfolio-level analyses and multivariate cross-sectional regressions document a statistically and economically significant positive relation between revenue surprise and expected returns. Average excess and abnormal return spreads between equities in the highest and lowest revenue surprise deciles are more than 1% per month. The findings of the paper are robust when well-known firm-specific attributes including earnings surprise are controlled for.

Keywords: Revenue Surprise, Equity Returns, Emerging Markets, Borsa Istanbul

Öz: Bu çalışma, Borsa İstanbul'da işlem gören pay senetleri getirileri ile ciro sürprizleri arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Portföy düzeyindeki analizler ve çok değişkenli kesitsel regresyon analizi, ciro sürprizi ile pay senedi getirileri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu belgelemektedir. Portföy analizi, yüksek ciro sürprizi portföyündeki pay senetlerinin, düşük ciro sürprizi portföyündeki pay senetlerine oranla aylık %1'den daha fazla getiri sağladığını göstermektedir. Sonuçlar; kar sürprizi dahil hisse senetlerine ait diğer değişkenlere göre kontrol edildiğinde de güçlü kalmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Ciro Sürprizi, Pay Senedi Getirileri, Gelişen Piyasalar, Borsa İstanbul*

JEL: *G10; G11; G12.*

1. Introduction

Prior literature has examined the relation between earnings surprise and equity returns extensively. This strand of finance research documents a significant positive link between earnings surprise and equity returns. Ball and Brown (1968) made the first attempts to understand this relation. They document that earnings which is measured by net income, predict future equity returns. Sloan (1996) and DeFond and Park (2001) analyze the relation between total accruals and equity returns and find a negative relation between them. More recently, Jegadeesh and Livnat (2006) investigate the market's reaction to the information revealed by revenue. A significant link between revenue surprise and future returns is found in U.S. equities after controlling for earnings surprises. Ozkan and Kayali (2015) investigate the relation between stock returns and cash flow from operations in Borsa Istanbul. Using net income, gross profits, accruals and operating profitability as a proxy for the earnings, Azimli and Mandaci (2017) study the link between earnings and stock returns in Turkey. Although the link between earnings surprise and expected stock

⁽¹⁾ Sabancı Üniversitesi, Yönetim Bilimleri Fakültesi, Finans Bölümü;
dorukgunaydin@sabanciuniv.edu; ORCID: 0000-0001-5235-6664
Geliş/Received: 02-04-2020; Kabul/Accepted: 28-10-2020

returns is well-documented both in U.S. and Turkey, relatively little is known about the relationship between revenue surprise and future stock returns. This study aims to fill this gap by examining this relation between revenue surprise in Borsa Istanbul.

The revenue surprise measure is taken as changes in revenue per share from its value four quarters ago scaled by the standard deviation of this difference in quarterly earnings per share over the last eight quarters. First, I construct decile portfolios based on their revenue surprise and investigate whether equities in the highest revenue surprise decile portfolio earn significant returns than equities in the lowest revenue surprise decile portfolio. In addition to univariate portfolio sorts, I implement bivariate portfolio analysis and multivariate cross-sectional regressions to analyze if well-known firm-specific attributes can explain this relation between revenue surprise and expected equity returns.

The results can be outlined as follows. The univariate equal- and value-weighted portfolio analysis that group equities into deciles based on revenue surprise reveals that revenue surprise is positively associated with expected equity returns in Borsa Istanbul. Furthermore, the portfolio analysis provides evidence that equities in the highest revenue surprise decile portfolio earn 15.24% higher annual future return than equities in the lowest revenue surprise decile portfolio. The results show that these return differences are robust after prevalent asset pricing factors are controlled for. To eliminate some biases associated with univariate sorts, I implement bivariate portfolio analysis. The results reveal that even after numerous stock-specific variables are controlled for in the analyses, the link between revenue surprise and expected returns remains significant. To further eliminate the biases associated with univariate sorts, I also estimate univariate and multivariate regressions of future equity return on revenue surprise after controlling for various stock-specific attributes that are documented to predict future stock returns. I find that revenue surprise cannot be explained by other firm-specific attributes, and the relation between revenue surprise and expected stock returns remains significant.

The remainder of the article is structured as follows. Section 2 explains the data. Section 3 details the variables and empirical methodology. Section 4 reports the results from portfolio and regression analyses. Section 5 is the conclusion.

2. Data

I obtain the equity return data from Datastream. The total return index is downloaded on a daily basis for each stock, and it is adjusted for distribution events. I use this return index to calculate daily stock returns. I calculate monthly returns by compounding daily returns. I use returns denominated in U.S. dollars to minimize the inflation rate risk on the Turkish Lira, which fluctuates immensely during the sample. The sample period is between January 2002 and December 2018.

Prior literature on international financial economics (see Bekaert, Harvey and Lundblad (2007), Karolyi, Lee and van Dijk (2012) and Lee (2011)) that obtains equity return from Datastream report data errors. These studies suggest methods to screen the data and minimize such errors in Datastream. Following these suggestions, I only retain common equities in the sample by excluding preferred stocks, depository receipts and real estate

investment trusts from the sample. In order to eliminate survivorship bias, I preserve all delisted equities in the sample. I also eliminate the non-trading days from the sample. Non-trading days are classified as days if more than 90% of equities have zero returns on those days, as in Lee (2011). To perform this filtering, daily returns are computed using the Turkish Lira denominated daily return indices for each stock since returns denominated in US dollars fluctuate daily as exchange rates alter daily. After these screens, 101,734 firm-months have left in the sample.

3. Variables and Methodology

3.1 Variables

This study aims to examine the link between future returns and revenue surprise of Jegadeesh and Livnat (2006), which calculates the stock-specific revenue surprise. Revenue surprise (RS) is measured as revenue per share in quarter q minus revenue per share in quarter $q-4$, divided by the standard deviation of the quarterly difference in revenue per share over the last eight quarters. To estimate revenue surprise, I restrict that at least six quarterly revenue observations must exist for each stock in the past eight quarters.

In bivariate and multivariate analysis to be carried out starting from Section 4.4, I use various stock-specific attributes as control variables. First, I focus on several attributes that are frequently used as control variables both in international and U.S. studies. Market beta ($Beta$) is estimated as the slope coefficient of the regression of the daily excess stock return on daily excess market return during the previous 250 days. As the market portfolio, I use the Datastream country index which is constructed for Turkey. I require that at least 200 valid return observations must exist over the last year for each equity to estimate beta. The one-month U.S T-bill rate is taken as the risk-free asset, which is taken from the Federal Reserve database. Excess equity and market returns are computed using the risk-free rate.

Fama and French (1992) show that firm size and the ratio of the book value of equity to the market value of equity are able to predict future stock returns. To ensure that these effects do not drive the results, I calculate $Size$ as the logarithm of the market value of equity and book-to-market ratio (BM) as the book value of equity scaled by the market value of equity. The momentum (MOM) return effect is measured as the cumulated stock return during the past 11 months following Jegadeesh and Titman (1993). I skip one month before I construct portfolios since equity returns in the U.S. display return momentum in a 6-12-month horizon; nonetheless, they show short term reversal (STR) as documented by Jegadeesh (1990). Hence, I include the one-month lagged return in the firm-specific variables. I also control for stock liquidity by calculating a monthly illiquidity proxy ($Illiq$) as the absolute dollar return scaled by the daily dollar trading volume in each month. Harvey and Siddique (2000) argue that co-skewness has a negative relationship with stock returns, and I use Co-skewness ($Coskew$) as an additional control variable to understand the impact of asymmetric return distribution on future equity returns. Co-skewness is taken as the regression coefficient of squared market excess return from a regression of equity's excess return on the market's excess return and the squared market's excess return

during the past 250 days with a restriction that at least 200 valid daily return observations must exist over the previous 250 days.

Prior literature showed a significant positive link between downside beta and future stock returns. To eliminate the possibility that the link between downside beta and future stock returns affect the relation between revenue surprise and future returns, I follow Bawa and Lindenberg (1977) and Ang et al. (2006) to estimate downside beta ($BetaD$) as the regression coefficient of market excess return from a regression of equity's excess return on the market's excess return with the condition that the market's excess return is less than the average market excess return over the previous year. To estimate downside beta, I again restrict that at least 200 valid daily return observations must exist during the prior year.

Ang, Hodrick, Xing and Zhang (2006) report a significantly negative relation between idiosyncratic volatility and expected equity returns. To control for this effect, idiosyncratic volatility ($IVOL$) is calculated as the standard deviation of the residuals from a regression of excess equity return on the excess market return for each month. This regression is estimated using daily return data for each month. Bali, Cakici and Whitelaw (2011) show that investors have a higher preference for lottery-like equities. They use extreme positive return observations to measure for lottery demand and document a significant negative relation between lottery demand and future stock returns in the U.S. Alkan and Guner (2018) also find evidence for this negative relation in Turkey. Lottery demand (MAX) is proxied as the maximum daily stock return in each month. To calculate idiosyncratic volatility and lottery demand variables, I also restrict that at least 15 daily valid return observations must exist each month.

Prior literature examines the relation between earnings surprise and its effect on stock prices. Following Foster, Olsen and Shevlin (1984), standardized unexpected earnings (SUE) is measured as earnings per share in quarter q minus earnings per share in quarter $q-4$, divided by the standard deviation of the quarterly difference in earnings per share over the last eight quarters. To estimate earnings surprise, I again restrict that at least six quarterly earnings observations must exist for each stock in the past eight quarters.

3.1 Methodology

The primary goal of this study is to examine whether revenue surprise can predict the cross-section of expected equity returns in Borsa Istanbul. To investigate this relation, I conduct univariate portfolio analysis to examine the relation between revenue surprise and expected stock returns. Specifically, stocks are first sorted into deciles based on revenue surprise. Next, the one-month-ahead future returns are analyzed for portfolios that include equities with the highest revenue surprise and the lowest revenue surprise. The decile portfolios are constructed each month from January 2002 to December 2018. Both equal- and value-weighted one-month-ahead average returns are computed for each decile. Return spread between the extreme decile portfolios is examined to check whether this difference is statistically significant. I also test whether this return spread between extreme

deciles can be unraveled by Carhart's (1997) four factors of market, value, size and momentum. Following Fama and French (2017), I generate these four factors specifically for Turkey. Empirically, I run regressions using the monthly return differences between extreme revenue surprise deciles as the predicted variable and the self-constructed asset pricing factors as the explanatory variables and observe whether the intercept terms are statistically significant. Furthermore, to examine further into the impact of other firm-specific attributes on the relation between revenue surprise and expected return, I run sequential ten-by-ten bivariate portfolio sorts based on first one control variable and then on revenue surprise at a time. Specifically, I group all equities into decile portfolios based on increasing sort of one control variable. Then, within each first-step control variable decile, I again sort equities into additional decile portfolios based on revenue surprise. As a consequence, I have 100 conditionally double-sorted portfolios. If revenue surprise influences stock return independently than other control variables, then future return spread between the extreme revenue surprise decile portfolios within each control variable decile should be statistically significant.

One drawback of the univariate portfolio sorts is that grouping equities into portfolios based on revenue surprise grants the researcher to control for only one firm-specific return predictor at each time. Moreover, comparing the return differences between extreme deciles ignores the return patterns in the intermediate portfolios. Therefore, I augment univariate portfolio analyses with Fama and MacBeth (1973) cross-sectional regressions. Specifically, for each month, the following monthly cross-sectional regression is estimated, where the one-month-ahead stock return is the predicted variable, and revenue surprise and various firm-specific variables are the explanatory variables as:

$$R_{i,t+1} = \alpha_{i,t} + \beta_{i,t} \cdot RS_{i,t} + \theta_{i,t} \cdot CONTROLS_{i,t} + \varepsilon_{i,t+1} \quad (1)$$

where $R_{i,t+1}$ is the one-month-ahead excess return for stock i , $RS_{i,t}$ is the revenue surprise for stock i in month t , and $CONTROLS_{i,t}$ is the collection of firm-specific attributes that are documented to predict future equity returns. If revenue surprise predicts the future stock returns, then I expect $\beta_{i,t}$ to be statistically significant in the regression analyses. As a result, I obtain a time-series of slope coefficient on the above-discussed firm-specific control variables. These monthly slope coefficients are averaged, and statistical significance tests are implemented using Newey-West (1987) correction with six lags. Asparouhova, Bessembinder, and Kalcheva (2010) propose a methodological correction to eliminate the bias caused by microstructure noise in stock prices. This problem is expected to be more prevalent in emerging countries like Turkey due to less liquidity. Thus, I follow their suggestion and augment the OLS estimations by running the same cross-sectional regressions utilizing weighted-least squares (WLS) methodology where each control variable is weighted by prior gross return on the equity.

4. Empirical Results

4.1 Summary Statistics

Summary statistics and correlations for each variable utilized in this study are presented in Table 1. Panel A reports the time-series means of the monthly cross-sectional statistics for each variable. The average monthly return is 1.6% with a standard deviation of 1.49%. The median monthly return is -0.5% with a large kurtosis statistic. The mean (median) revenue surprise in the sample is 13.6% (28.4%) with a maximum of 288%. The average standard market beta is less than one. I find that the average (median) size for the sample company is 4.162 (4.019). One should be aware that the mean is larger compared to median due to high positive skewness and leptokurtosis associated with this variable. The momentum return shows a leptokurtic distribution with an average and median of 19.9% and 7%. I find that the average firm shows negative co-skewness. Note that average downside beta is higher than average market beta implying that equity returns are more susceptible to downward market fluctuations. The average monthly idiosyncratic volatility is 2.3% with a median of 1.9%. The average firm has a maximum daily return of 6.9% with a maximum of 41.5%. The average earnings surprise in the sample is 11.3%.

Panel B presents the correlation matrix for all variables that are used in this study. Revenue surprise is not highly correlated with any other control variable. The market beta and downside beta have a correlation of 0.74. Larger firms tend to have higher betas, liquidity and co-skewness whereas they have lower book-to-market ratios, idiosyncratic volatilities and maximum daily returns. Downside beta exhibits a moderate negative correlation with co-skewness. Revenue surprise does not have a higher correlation with any of the control variables including *SUE*. Lastly, monthly equity returns are not correlated with any of the control variables except *MAX* and *IVOL*.

4.2. Univariate portfolio analysis

To study the relationship between revenue surprise and future equity returns, I conduct univariate portfolio analysis, where deciles are formed each month by grouping equities into deciles according to their revenue surprise and observe the future returns of the highest revenue surprise portfolios and the lowest revenue surprise portfolios. Put differently, after stocks are grouped into deciles, decile 10 holds equities with the highest revenue surprise and decile 1 holds equities with the lowest revenue surprise. Next, I compute the one-month-ahead equal- and value-weighted return for each decile portfolio to examine whether the arbitrage portfolio that buys equities with the higher revenue surprise and sells equities with the lower revenue surprise earns significant return. I also test whether the local four-factor asset pricing model is able to elucidate the return spread of this arbitrage portfolio.

Table 2 presents the univariate portfolio results. Equal-weighted portfolio returns are reported in Panel A, whereas Panel B presents value-weighted portfolio returns. Panel A of Table 2 exhibits that equities in the lowest revenue surprise portfolio generate a monthly excess return of 0.79%; however, this is not statistically significant. The excess returns rise almost monotonically, starting with portfolio 2. Stocks in the highest revenue surprise

portfolio earn an excess return of 2.06%. The monthly return spread between the extreme revenue surprise decile portfolios is 1.27% and statistically significant. This result shows that equities with higher revenue surprise earn higher future returns than those with lower revenue surprise. Next, I test whether the Carhart's (1997) local factors can explain the return difference between the extreme revenue surprise deciles. Portfolio 1 has an abnormal monthly return of -0.44%, whereas portfolio 10 has an abnormal monthly return of 0.94%. The abnormal monthly return spread between the extreme portfolios is 1.37% and it is statistically and economically significant with a t-statistic of 4.59. These results show that commonly used factors do not explain the abnormal return difference between the extreme decile portfolios.

To eliminate the possibility that some of the previous results may be due to small and illiquid stocks, I replicate the earlier univariate portfolio analysis using value-weighted returns. These results are presented in Panel B. The excess monthly return spread between the extreme revenue surprise deciles is 2% with a t-statistic of 2.83. The corresponding abnormal return is 2.02% and is statistically significant with a t-statistic of 2.91. The underperformance of equities with the lowest revenue surprise and overperformance of equities with the highest revenue surprise are robust in value-weighted portfolios as well.

The predictive power of revenue surprise is also tested in the long-term by calculating the cumulative return of each decile portfolio up to twelve months after portfolios are formed. Table A of Table 3 reports results for equal-weighted longer-term portfolio returns, and Panel B of Table 3 reports results for value-weighted longer-term portfolio returns. Panel A indicates that two months after the portfolios are formed, the portfolio that includes equities with the highest (lowest) revenue surprise has a cumulative equal-weighted return of 2.26% (0.53%). The spread is equal to 1.73% and significant with a t-statistic of 4.59. Three months after the portfolio formation, the zero-cost strategy has a cumulative return of 1.5% with a t-statistic of 4.47. The predictive power of revenue surprise becomes insignificant ten months after the portfolio formation. These results indicate that the persistent relation between revenue surprise and expected returns remains significant for nine months after the portfolio formation. Next, I repeat the previous longer-term analysis for value-weighted returns to eliminate the possibility that small stocks may drive earlier longer-term results. These results are presented in Panel B, and I find similar findings. Two months after portfolios are formed, the portfolio that includes equities with the highest (lowest) revenue surprise has a cumulative value-weighted return of 1.88% (0.10%). The spread is equal to 1.78% and it is statistically and economically significant with a t-statistic of 3.1. Three months after portfolio formation, the same strategy has a cumulative return of 1.46% with a t-statistic of 3.33. Analogous to the result in Panel A, the predictive power of revenue surprise on future returns persists into the future and becomes insignificant after the fifth month.

4.3. Average portfolio characteristics

In this section, I examine which control variables can interpret the significant positive relationship between revenue surprise and expected equity returns. To do this, each month, I group stocks into decile portfolios based on their revenue surprise metrics and compute

the time-series means of cross-sectional averages for firm-specific attributes for each portfolio. Table 4 presents these results.

First, by construction, the revenue surprise variable increases from the first portfolio to the last portfolio. The average revenue surprise for portfolio 1 is -2.3243 whereas the mean revenue surprise for portfolio 10 is 2.2462. I find that the portfolio 1 (portfolio 10) has an average beta of 0.80 (0.81). Companies with higher revenue surprise are generally bigger whereas the relation between revenue surprise and book-to-market equity ratio is flat. Equities with higher revenue surprise have larger momentum returns. Lowest (highest) revenue surprise decile has a mean momentum return of 15% (26%), whereas the lowest (highest) revenue surprise decile has an average one-month lagged return of 1% (2%). For both momentum and one-month lagged return, the differences between the extreme decile portfolios are statistically significant. Equities with higher revenue surprise generally have less negative co-skewness, have significantly lower idiosyncratic volatilities, and show weaker lottery demand characteristics. Liquidity and downside beta do not appear to be linked to revenue surprise. As one would expect, the average earnings surprise measure for stocks in portfolio 10 is significantly larger than that of equities in portfolio 1.

4.4. Bivariate portfolio analysis

The significant positive relationship presented in Table 2 between revenue surprise and future stock returns is found possible since a control variable that is correlated with revenue surprise affects expected equity returns. To investigate this possibility, I use two-stage 10x10 dependent sorts based on a set of control variables and revenue surprise. Specifically, each month I group equities into decile portfolios based on an increasing order of one control variable. Then, I group equities into additional decile portfolios based on an increasing ordering of revenue surprise metrics in each control variable decile. This double sorting gives 100 portfolios. Portfolio 1 includes all equities with the lowest revenue surprise in each control variable decile, whereas portfolio 10 includes all equities with the highest revenue surprise in each control variable decile. Panel A of Table 5 presents results for the equal-weighted excess and abnormal returns from the bivariate portfolio analysis. For all control variables, I find that the excess returns show an increasing pattern moving from decile 1 to decile 10. For example, when I use the beta as the first sorting variable, decile 1 has an excess return of 0.95%, whereas decile 10 has an excess return of 2.15%. The excess return spread between extreme deciles is 1.2%, with a t-statistic of 3.87. The corresponding alpha spread between the extreme revenue surprise deciles is 1.33% with a t-statistic of 4.38. I find similar results when I use other control variables. The excess return difference between the extreme revenue surprise portfolios changes between 0.63% with a t-statistic of 2.26 (for earnings surprise) and 1.5% with a t-statistic of 4.06 (for illiquidity). The corresponding abnormal return spread between the extreme revenue surprise portfolios change between 0.74% with a t-statistic of 2.74 (for earnings surprise) and 1.64% with a t-statistic of 4.64 (for illiquidity). Panel B of Table 5 tabulates results for the value-weighted excess and abnormal returns from the bivariate portfolio analysis. The excess return spread between the revenue surprise portfolios changes between 0.82% with a t-statistic of 2.19 (for earnings surprise) and 1.50% with a t-statistic of 3.83 (for short term reversal). The risk-adjusted return spread between the

extreme revenue surprise deciles changes between 0.9% with a t-statistic of 2.37 (for earnings surprise) and 1.64% with a t-statistic of 3.96 (for short term reversal). These findings indicate that the strong positive link between revenue surprise and expected returns remains significant even after other variables are controlled for in bivariate portfolio analyses.

4.5. Regression Analysis

The monthly firm-level cross-sectional regressions are estimated, where the one-month-ahead excess stock return is taken as the dependent variables and lagged revenue surprise and various control variables are taken as independent variables. These monthly regressions are first estimated each month using both ordinary least squares (OLS). Next, these regressions are re-estimated using weighted least squares (WLS) methodology. In the latter approach, each variable is weighted by the gross return on each equity. Panel A of Table 6 presents the results from the OLS estimations, and Panel B of Table 6 presents results from the WLS estimations.

The first column of Panel A reveals that revenue surprise has a significant positive slope coefficient of 0.0034 with a t-statistic of 5.62. The economic magnitude of this finding is akin to the univariate portfolio results documented in Table 2. As documented in Table 2, the return difference between portfolio 10 and 1 is $4.5705 = (2.2462 - (-2.3243))$ and multiplying this difference by the mean slope coefficient of 0.0034 gives a monthly return premium of 1.55%.

I expand the univariate regression by appending an extra control variable one at a time. These results are presented from columns 2 to 11 of Panel A. I find that revenue surprise has slope coefficients in the range of 0.0030 and 0.0035 in the regression specifications which are all positive and statistically significant. The t-statistics vary between 4.60 and 5.78. Even if all variables are controlled for in the regression specification (column 12), the slope coefficient of revenue surprise is significantly positive with a value of 0.0019 and a significant t-statistic of 3.09. These findings prove that revenue surprise has unique and valuable information which is orthogonal to other firm-specific attributes and it remains to be a powerful predictor of future stock returns.

In Panel B of Table 6 for the WLS regressions, similar findings are documented. In the univariate specification, revenue surprise has a significantly positive slope of 0.0033 with a t-statistic of 4.05. The positive link between revenue surprise and future stock returns continue to be significant when other control variables are added in the regression specification. I document that revenue surprise has slope coefficients in the range of 0.002 and 0.0036 and they are all positive and statically significant. The t-statistics vary between 2.69 to 5.06. These results exhibit that the positive association between revenue surprise and expected equity returns remains to be strong after other variables are controlled for in the regression specification.

Several points merit discussing about the control variables. First, one can observe a positive link between the book-to-market ratio and future equity returns. In the last column, the book-to-market ratio has a slope coefficient of 0.0089 and it is statically

significant. Second, market beta, firm size, momentum return, short-term reversal effect, illiquidity, co-skewness and downside beta are not associated with the cross-section of equity returns when I control for other variables in the regression specification. Third, similar to U.S. studies, I document a significantly negative relationship between idiosyncratic volatility and future equity returns. Fourth, the strong and positive link between earnings surprise and future equity returns is evident when other variables are controlled for in the regression specification. The slope coefficient of SUE is 0.0038 and it is statically significant. These findings also hold for the WLS estimates.

5. Conclusion

There exists a vast literature that investigates the relation between accruals and the cross-section of equity returns. This line of research finds a significant positive link between revenue surprise and future stock returns in the U.S. setting. Using Turkish data, Ozkan and Kayali (2015) examine the relation between cash flow from operations and equity returns. Using a different variable, Azimli and Mandaci (2017) document a significant link between earnings and future stock returns. Although the predictive power of cash flow and earnings is examined in Turkish markets, the relation between revenue surprise and future stock returns is still incomplete in this market. This paper examines the relation between revenue surprise and the cross-section of expected equity returns in Borsa Istanbul. I provide evidence that revenue surprise indeed predicts expected stock returns. Specifically, the univariate portfolio-level analyses using both equal- and value-weighted portfolio returns reveal a significant positive relation between revenue surprise and future stock returns. I show that stocks in the highest revenue surprise decile have higher future returns than stocks in the lowest revenue surprise decile. In other words, the hedge portfolio that has buys stocks with the highest revenue surprise and sells stocks with the lowest revenue surprise earns significant returns. This strategy delivers a risk-adjusted return of 1.37-2.02% per month depending on the weighting scheme. I also show that this strong relation between revenue surprise and equity returns remains significant for nine months after the portfolio formation for equal-weighted returns and for four months after the portfolio formation for value-weighted returns. Additionally, the bivariate portfolio analyses reveal that this strong relation cannot be explained by other firm-specific attributes. Univariate and multivariate regression analyses using both OLS and WLS methodology strengthen this finding. I also document that this robust relation between revenue surprise and future stock return cannot be explained by earnings surprise. These findings indicate that revenue surprise is a strong predictor of equity returns in Borsa Istanbul.

6. References

- Alkan, U., & Guner, B. (2018). Preferences for lottery stocks at Borsa Istanbul. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 55, 211-223.
- Amihud, Y. (2002). Illiquidity and stock returns: cross-section and time-series effects. *Journal of Financial Markets*, 5(1), 31-56.
- Ang, A., Chen, J., & Xing, Y. (2006). Downside risk. *The Review of Financial Studies*, 19(4), 1191-1239.
- Ang, A., Hodrick, R. J., Xing, Y., & Zhang, X. (2006). The cross-section of volatility and expected returns. *The Journal of Finance*, 61(1), 259-299.
- Asparouhova, E., Bessembinder, H., & Kalcheva, I. (2013). Noisy prices and inference regarding returns. *The Journal of Finance*, 68(2), 665-714.
- Azimli, A., & Mandaci, P. E. (2017). Examining the relationship between the stock returns and earnings measures—evidence from Borsa Istanbul. In *New Challenges in Banking and Finance* (pp. 65-76). Cham: Springer.
- Bali, T. G., Cakici, N., & Whitelaw, R. F. (2011). Maxing out: Stocks as lotteries and the cross-section of expected returns. *Journal of Financial Economics*, 99(2), 427-446.
- Ball, R., & Brown, P. (1968). An empirical evaluation of accounting income numbers. *Journal of Accounting Research*, 6(2), 159-178.
- Bawa, V. S., & Lindenberg, E. B. (1977). Capital market equilibrium in a mean-lower partial moment framework. *Journal of Financial Economics*, 5(2), 189-200.
- Bekaert, G., Harvey, C. R., & Lundblad, C. (2007). Liquidity and expected returns: Lessons from emerging markets. *The Review of Financial Studies*, 20(6), 1783-1831.
- Carhart, M. M. (1997). On persistence in mutual fund performance. *The Journal of Finance*, 52(1), 57-82.
- DeFond, M. L., & Park, C. W. (2001). The reversal of abnormal accruals and the market valuation of earnings surprises. *The Accounting Review*, 76(3), 375-404.
- Fama, E. F., & French, K. R. (1992). The cross-section of expected stock returns. *The Journal of Finance*, 47(2), 427-465.
- Fama, E. F., & French, K. R. (2017). International tests of a five-factor asset pricing model. *Journal of Financial Economics*, 123(3), 441-463.
- Fama, E. F., & MacBeth, J. D. (1973). Risk, return, and equilibrium: Empirical tests. *Journal of Political Economy*, 81(3), 607-636.
- Foster, G., Olsen, C., & Shevlin, T. (1984). Earnings releases, anomalies, and the behavior of security returns. *Accounting Review*, 59, 574-603.
- Harvey, C. R., & Siddique, A. (2000). Conditional skewness in asset pricing tests. *The Journal of Finance*, 55(3), 1263-1295.
- Jegadeesh, N. (1990). Evidence of predictable behavior of security returns. *The Journal of Finance*, 45(3), 881-898.
- Jegadeesh, N., & Titman, S. (1993). Returns to buying winners and selling losers: Implications for stock market efficiency. *The Journal of Finance*, 48(1), 65-91.
- Jegadeesh, N., & Livnat, J. (2006). Revenue surprises and stock returns. *Journal of Accounting and Economics*, 41(1-2), 147-171.
- Karolyi, G. A., Lee, K. H., & Van Dijk, M. A. (2012). Understanding commonality in liquidity around the world. *Journal of Financial Economics*, 105(1), 82-112.

-
- Lee, K. H. (2011). The world price of liquidity risk. *Journal of Financial Economics*, 99(1), 136-161.
- Newey, W. K., & West, K. D. (1987). A Simple, Positive Semi-Definite, Heteroskedasticity and Autocorrelation. *Econometrica*, 55(3), 703-708.
- Ozkan, N., & Kayali, M. M. (2015). The accrual anomaly: Evidence from Borsa Istanbul. *Borsa Istanbul Review*, 15(2), 115-125.
- Sloan, R. G. (1996). Do stock prices fully reflect information in accruals and cash flows about future earnings?. *The Accounting Review*, 71(3), 289-315.

ÖRGÜT KÜLTÜRÜ TIPLERİNİN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK ÜZERİNE ETKİSİ*

EFFECTS OF ORGANIZATIONAL CULTURE TYPES ON INDIVIDUAL INNOVATION

Özlem TUNA⁽¹⁾

Öz: Örgüt kültürü çalışanların tutumlarını, duygularını, davranışlarını, işe yönelik performanslarını ve motivasyonlarını etkilemektedir. Bu çalışmada çalışanlar üzerinde bu denli öneme sahip örgüt kültürünün, bireysel yenilikçiliğe etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda uluslararası bir çimento şirketinin Afyonkarahisar’da faaliyet gösteren işletmesinde toplam 102 beyaz ve mavi yakalı çalışandan anket yöntemi ile veri toplanmış, örgüt kültürü tipi ve bireysel yenilikçiliğe ilişkin çalışan algılarının çeşitli demografik değişkenlere göre fark gösterip göstermediği t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile çözümlenmiştir. Ayrıca örgüt kültürü tipi ve bireysel yenilikçilik ilişkisinin belirlenebilmesi için korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. İstatistiksel analizler sonucunda baskın örgüt kültürü tipinin hiyerarşi kültürü olduğu tespit edilmiş, örgüt kültürü ve bireysel yenilikçilik arasında pozitif ve orta düzeyde bir korelasyon bulunmuştur. Aynı zamanda katılımcıların bireysel yenilikçilik düzeylerinin, yönetsel görevin olma durumu, meslek, eğitim ve gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık gösterdiği görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Örgüt Kültürü, Örgüt Kültürü Tipleri, Bireysel Yenilikçilik, Bireysel Yenilikçiliğin Boyutları.

Abstract: Organizational culture affects employees' attitudes, feelings, behaviors, performance, and motivation. The aim of this study is to determine the effect of organizational culture on individual innovation. For the purpose of the study, a survey was conducted with a total of 102 white and blue-collar employees in a company operating in Afyonkarahisar, a national cement company. T-test and one-way analysis of variance (ANOVA) were used to determine whether employee perceptions of organizational culture and individual innovation differed according to various demographic variables. Correlation and regression analyze were applied to determine the relationship between organizational culture and individual innovation. As a result of statistical analyzes, it was found that the dominant organizational culture type was a hierarchical culture, and a positive and moderate correlation was found between organizational culture and individual innovation. At the same time, it was found that the individual innovation levels of the participants showed a significant difference according to the status of being a managerial task, occupation, education and income level.

Keywords: Organizational Culture, Types of Organizational Culture, Individual Innovation, Dimensions of Individual Innovation.

JEL: M14, M19, O30

* Bu çalışma III. Congress of International Applied Social Sciences- C-iasos 2019, Turkey, 04-06 Nisan 2019’da özet bildiri olarak sunulmuştur.

(1) Afyon Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü; oztuna@hotmail.com; ORCID: 0000-0002-5842-7889
Geliş/Received: 12-07-2019; Kabul/Accepted: 04-12-2020

1. Giriş

Geniş çapta inançları, değerleri ve varsayımları yansıtan örgüt kültürü, kısaca “örgütlerin derin yapısı”dır. Örgüt kültürü çalışanların örgütsel değerleri nasıl anladıkları ile ilgilidir. Bu değerler, çalışanların işletmeden beklentilerini oluşturmaktadır. Genellikle örgütsel düzeyde bir yeniliğin çalışanlar tarafından kabul edilip edilmemesi bireysel takdirdir ve çoğunlukla örgütün neye değer verdiği ile şekillenmektedir. Örgüt kültürü kişilerarası etkileşimi destekleyerek bireysel kabulü etkileyebilir. Araştırmalar, örgüt kültürünün çalışanların etkileşime girme sıklığını etkilediğini ortaya koymaktadır. Fikir alışverişine ve geri bildirimine dayanan çalışan etkileşimleri, yenilik ile ilgili olası sorunlarla baş etme ve yeniliği öğrenmeyi destekleyebilmektedir (Heinze ve Heinze, 2018).

1970’lerin başlarına kadar uzanan birey ve yenilik arasındaki ilişkiye yönelik yaygın inanış kişilerin tutumları ve değerleri ile yenilikçi davranış arasında bir ilişkinin olduğu yönündedir. Nitekim Rothwell, başarılı inovasyon sürecinin tam merkezine inovasyona tam olarak bağlanan *bireyi* yerleştirmiştir (Rothwell, 1994). Hurt, Joseph ve Cook’da (1977) bireysel yenilikçiliği kişilik temelli olarak görmüş ve kavramı, değişime genel bir isteklilik olarak açıklamışlardır. Bir başka çalışmada bireysel yenilikçilik, bir grupta ya da toplumda bir bireyin görece yeni fikirleri benimsemesinin diğer bireylere göre daha erken olmasıdır (Rogers, 2003) denmiştir. Midgley ve Dowling (1978: 236) ise ‘bir bireyin yeni fikirlere ne derece açık olduğu ve başkalarının deneyimlerinden ne denli bağımsız yenilikçilik kararları aldığıdır’ şeklinde tanımlamışlardır.

Konuya yönelik çalışmalar incelendiğinde bireysel yenilikçiliği ve örgüt kültürünü inceleme konusu yapan pek çok çalışma bulunmaktadır. Bunlardan Heinze ve Heinze (2018) örgüt kültürü ve inovasyon ilişkisini, çalışanların teknolojiyi kullanmaya yatkınlığına bağlı olarak incelerken; Ali Taha, Sirková ve Ferencová (2014) fiziksel ve psikolojik iş yeri ortamı ile ilgili değişkenlerin bireyin yenilikçilik ve yaratıcılığına etkisini ele almışlardır. Duygulu ve Özen (2009) liderlik stilleri ve örgüt kültürünün işletme yenilikçiliği üzerindeki etkilerine odaklanmış; Eskiler vd. (2016) örgüt kültürü ve yenilikçi iş davranışları arasındaki ilişkiyi belirlemeye çalışmışlardır. Lukoto ve Chan (2016) ise iş çevresinde yenilikçi davranışın pozitif etkisi olarak yenilikçi örgüt kültürünün çalışanlar tarafından nasıl algılandığını araştırmışlardır. Szczepańska-Woszczyzna (2014) yenilikçiliği uygulayan şirketlerde örgüt kültürü unsurlarını tanımlamış ve bir model sunmaya çalışmıştır. Başka bir çalışmada Olori ve Mark (2013) kurumsal inovasyonun, örgüt kültürü ile ilişkisini belirlemek amacıyla mevcut literatürün eleştirel bir incelemesini yapmışlardır. Akar (2017) ise kişilik profili ve örgüt kültürü alt boyutlarının, bireysel yenilikçiliğe etkisini araştırmıştır.

Örgüt kültürü 80’li yıllardan itibaren ilgi çeken konulardan biri olmuştur ve yukarıda da bahsedildiği üzere son yıllarda inovasyon ile ilişkisini ele alan pek çok çalışma yapılmıştır. Çalışmaların çoğu örgüt kültürü ve işletme yenilikçiliğini konu almış diğerleri örgüt kültürü alt boyutlarıyla bireysel yenilikçilik ilişkisini ortaya koymuş bazıları ise örgüt kültürü ve inovasyonu kişilik, işletme bağlılığı ve iş tatmini gibi konuların etkisini gözeterik incelemişlerdir. Ayrıca bireysel yenilikçiliği konu alan çalışmaların büyük çoğunluğunun öğretmenler (bilgisayar ve öğretim teknolojileri, biyoloji vb.) ve diğer

kamu sektörü çalışanlarını temel alması ve bu çalışmaların örgüt kültürü/tipleri ile yenilikçilik arasında bir ilişki kurmaması konun önemini artırmaktadır. Kısaca bu çalışmada, literatürdeki çalışmalardan farklı olarak örgüt kültürü tiplerinin, bireysel yenilikçilik üzerindeki etkisi bir özel sektör işletmesinde ortaya konmaya çalışılmıştır.

Dünyanın devlet destekli ilk ve en kapsamlı marka geliştirme programı Turquality®'e kabul edilen ve İSO ilk 500'de yer alan Çimsa'nın yenilikçilikte diğer işletmelerden önde olması beklenmektedir. Bu nedenle çalışmanın gerek çimento gerekse diğer sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler için örnek olması olasıdır. Kısaca yenilikçiliği şirket politikası haline getirmiş Türk sanayinin gelişimini tetikleyen özel sektör işletmelerinde çalışanlar, inovasyon kaynaklarıdır. Çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin teşvik edilmesi ve örgüt kültürü ile ilişkisi örgütsel süreçlerin etkinliği, işletmelerin başarısı ve tüketicilerin memnuniyeti için önemli bir konudur. Bu nedenle çalışmayla özel sektör işletmelerinde örgüt kültürünün bireysel yenilikçiliğe etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. Teorik Alt Yapı

2.1. Örgüt Kültürü

Strateji, pazar payı, inovasyon ve teknoloji işletmeler için önemli olsa da benzersiz bir örgüt kültürü işletmelere rakiplerinden farklı bir dizi avantaj sağlamaktadır. Örgüt kültürü, çalışanlar için olayları yorumlamada ortak bir sistem yaratmak (kolektif belirsizlikleri azaltmak), düzen oluşturmak (çalışanlarda beklenileni netleştirmek), süreklilik yaratmak (anahtar değerleri ve normları sürdürmek) (Cameron ve Quinn, 2006) ve bireysel yenilikçiliğin gelişmesine katkıda bulunmak gibi güçlü bir kabiliyete sahiptir. Güçlü bir örgüt kültürüne sahip olma, sahip olunan kültüre uyum gösterebilecek kişilerle beraber çalışmayı gerekli kılmaktadır. Kültür, bir kurumun yazılı olmayan sosyal düzenidir, geniş kapsamlı ve güçlü bir biçimde davranışları ve tavırları şekillendirmektedir. Aynı zamanda, normlar sayesinde işletme içerisinde neyin teşvik edildiği, neyin edilmediği, neyin kabullenildiği veya neyin reddedildiğini de tanımlamaktadır (Groysberg, vd., 2018). Kısaca örgüt kültürünü "bir işletmenin iş yapma şeklini tanımlayan karmaşık değerler, inançlar, varsayımlar ve semboller kümesi" (Büschgens, Bauschand ve Balkin, 2013:766) olarak tanımlamak mümkündür.

Örgüt kültürü ile ilgili gerek kavramsal gerekse kapsadığı alanın sınırlarını belirleme açısından çok farklı görüşler bulunmaktadır. İlgili literatür incelendiğinde 20'nin üzerinde örgüt kültürü modeli ile karşılaşılmaktadır. Bunlar arasında Cameron ve Quinn (2006), Deal ve Kennedy (2000), Denison ve Mishra (1995), Harrison ve Handy (1986) ile Miles ve Snow'un (1978) modellerini saymak mümkündür. Bu çalışmada Cameron ve Quinn tarafından geliştirilen ve dört farklı kültür tipinden (Klan, Adhokrasi, Pazar ve Hiyerarşi) oluşan model konu edilmiştir. *Klan kültürü*, uyum, bağlılık, katılım, takım çalışması, çalışanların birçok şey paylaştığı ve kendilerinden çok şey kattığı arkadaşça bir çalışma ortamını ifade etmektedir. Bu kültür tipinde çalışanların örgüte katılımı ile sağlanan bağlılık, uyum ve personel tatmini, finansal ve pazar payı hedeflerine kıyasla daha önemlidir (Çavuşoğlu, 2014; Aydınant ve Göksel, 2012). Biz duygusunun baskın olduğu bu kültürde aile tipine benzer bir anlayış hâkimdir. Ayrıca personel güçlendirmeye önem verildiği, ortak değer ve hedeflerin paylaşıldığı bir ortam söz konusudur (Çavuşoğlu,

2014). *Adhokrasi kültürü* çevreye uyum sağlayabilen işletmelerin kültürüdür ve bir kurumun dış ortamdan mümkün olduğunca çok fayda sağlamasına odaklanmaktadır. Bu kültür, bireyin işletmenin amacı ile tutarlı olması şartıyla kendine özgü yolu seçmesi ve geliştirmesine olanak sağlamaktadır. Çalışan yeni fikirler ve yeni inovasyonlar yaratıp geliştirebilirse başarılı olarak kabul edilmektedir (Khurohani, 2013). Bu kültür tipi daha çok girişimcilik, yaratıcılık ve çevreye uyum gerektiren sektörlerde etkindir. Bu nedenle havacılık, yazılım geliştirme, düşünce kuruluşu danışmanlığı ve film yapım endüstrisi bu kültür tipinin en yaygın olduğu sektörlerdir (Gaál et.al., 2010). Rekabet avantajı ve pazar üstünlüğüne vurgu yapmasıyla karakterize edilen *pazar kültürü*, faaliyetlerden en iyi işletme performansı elde edilmesine odaklanmaktadır (Deshpande, Farleyand ve Webster, 1993). Bu kültürü benimseyen işletmeler sonuç odaklıdır ve en büyük endişe işi sonuçlandırmaktır. Çalışanlar kişisel çıkarlarının peşinde koşarken, rekabetçi ve kişisel olarak ürettiklerine göre değerlendirilip, başarı odaklı olmaya yönlendirilirler (Cameron ve Quinn, 2006). *Hiyerarşi kültürünü* ise, tipik bir ABD fast-food restoranından (McDonald's gibi), büyük holdinglere (Ford Motor Company gibi) veya devlet kurumlarına (Adalet Bakanlığı gibi) kadar değişik organizasyonlarda görmek mümkündür. Bu kurumlar genellikle çok sayıda standart prosedür, kural güçlendirmesi ve birden fazla hiyerarşik seviyeye (Ford'da on yedi yönetim seviyesi bulunmaktadır) (Cameron ve Quinn, 2006) sahiptir.

2.2. Bireysel Yenilikçilik

Bireyler ve yenilik arasındaki ilişkinin temelinde bireylerin yeniliklerle karşılaştığında verdikleri tepki yatmaktadır. Bazı bireyler risk almaya ve yeniliği kabul etmeye daha istekli olurken; bazıları riskten kaçınma ve yeniliğe daha şüpheci yaklaşma eğilimindedir (Walley, 2017). Yine bazı bireyler değişime direnç göstermezken; bazıları fikir önderi olmaktan kaçınmaktadır. Literatürde (Kılıçer ve Odabaşı, 2010, Andrews, 2007; Entsminger, 1995; Rogers, 2003) bireylerin bu yaklaşımları değişime direnç, fikir önderliği, deneyime açıklık ve risk alma olmak üzere bireysel yenilikçiliğin boyutları şeklinde sıralanmıştır. *Değişime direnç* bireylerin değişime ve yeniliğe karşı kaygılarından kaynaklanmaktadır. Genel olarak değişime direncin nedenleri alışkanlıklar, değişime tolerans gösterebilme veya hoşgörü eksikliği, gelir üzerindeki olumsuz etkiden korkma, görünmeyen ve bilinmeyen gelecekte korkma, değerli bir şeyi kaybetme korkusu ve bireylerin kişisel özellikleri olmak üzere altı başlıkta sıralanmaktadır (MSG, 2019). *Fikir Önderliği* bir bireyin gayri resmi olarak diğer bireylerin tutumlarını veya davranışlarını göreceli sıklıkta istenen şekilde etkileyebilme derecesidir. Fikir önderliği bireyin sistemdeki resmi pozisyonunun veya statüsünün bir fonksiyonundan ziyade bir tür gayri resmi liderliktir. Fikir önderliği, bireyin teknik yeterliliği, sosyal erişilebilirliği ve sistemin normlarına uyma ile kazanılmakta ve korunmaktadır ve bu kişiler, içinde bulunduğu sosyal sistemin görüşlerinin değişmesinde de etkili olabilmektedirler (Roger, 2003). *Deneyime açık* bireyin, hayal gücü ve merak seviyesi diğerlerine göre daha yüksektir. Bu kişiler meraklı, yenilik peşinde koşan, estetik duygusu gelişmiş, bağımsız fikirlere sahip, entelektüel ve yaratıcı özelliklere sahiptir. Aynı zamanda bunlar geniş ilgi alanlarına sahip, karmaşıklığın çekiciliğine kapılan, bağımsız karar verebilen ve kendine has yaratıcılık duygusuna sahip kişilerdir. Araştırmalar deneyime açıklık ve yenilik arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır (Ali, 2019; Abdullah, Omar ve

Panatik, 2016). *Risk Alma*, bireyin belirsizliklere karşı toleransı olarak tanımlanmaktadır (Gürkan, 2017). Ayrıca risk alma eğiliminin, herkes de değil de belirli kişilerde var olması bireysel yenilikçiliği sembolize etmektedir (Lu, Yao ve Yu, 2005).

2.3. Örgüt Kültürü ve Bireysel Yenilikçilik

Örgüt kültürü, çalışanların ve yöneticilerin sorunları nasıl karşıladığını, tüketicilere nasıl hizmet verdiklerini, tedarikçilerle nasıl başa çıktıklarını, rakiplere nasıl tepki verdiklerini, mevcut ve gelecekteki faaliyetleri nasıl yürüteceklerini belirlemektedir. Kısaca, kültür örgütün gerçeğidir. İşletmede devam eden her şeyi şekillendirir ve işletme içinde yapılan hemen hemen her şeyde tüm unsurları birbirine bağlayan yazılı olmayan (gayri resmi) normları temsil eder ve örgütsel felsefeye, kurallara, iklime ve sembollere yansır (Martins, Abreu ve Calado, 2019). Örgüt kültürü, tüm bu özellikleriyle yenilikçi bireyler için 'güvenli bir bölge' oluşturma ve 'hataları' yenilikçiliğin gerekli bir parçası olarak görme gücünü desteklemelidir (Loewe ve Dominiqini, 2006). Mevcut araştırmalar yaratıcı bilişsel bireylere 'baskı yapılmadığında, güvende olduklarında ve nispeten olumlu bir etki yaşadıklarında' daha yenilikçi olduklarını ortaya koymuştur. Aynı zamanda geleceğe dair iş güvenliğine ilişkin olumsuz algılar, katı yönetim yapıları yenilikçilik üzerinde önemli olumsuz etkiye sahip olabilirken, bilgi yaratma ve bilginin aktarılmasını destekleyen bir yapı da olumlu etkiye sahip olabilmektedir (Morton ve Burns, 2007).

Cameron ve Quinn (2006) çalışanların yeni fikirler ve yeni inovasyonlar yaratıp geliştirebileceği örgüt kültürü tipini, adhokrasi olarak belirlemiştir. Adhokrasi daha çok girişimcilik, yaratıcılık ve çevreye uyum gerektiren teknik start-up'lar ve teknoloji güdümlü endüstrilerde (iletişim, havacılık) etkin bir kültürdür (Down, 2019).

Yukarıda verilen teorik çerçeve doğrultusunda örgüt kültürü tiplerinin bireysel yenilikçilik ile ilişkisini belirlemek ve örgüt kültürünün bireysel yenilikçiliği nasıl etkilediğini görmek amacıyla aşağıdaki hipotezler sınanmıştır:

H1: Örgüt kültürü tipleri ile bireysel yenilikçilik arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Örgüt kültürünün bireysel yenilikçilik düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

3. Araştırmanın amacı

Bu çalışma Afyon Çimento San. T.A.Ş.'nin, Cameron ve Quinn tarafından geliştirilen dört farklı kültür tipinden (Klan, Adhokrasi, Pazar ve Hiyerarşi) hangisine yakın olduğunu belirlemeyi ve örgüt kültürü tiplerinin bireysel yenilikçiliğe etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Araştırma yapılan işletmede baskın olan örgüt kültürü tipi hangisidir?
- Bireysel yenilikçiliği etkileyen örgüt kültürü tipi hangisidir?

Ayrıca çalışmada yukarıda verilen temel amaca ek olarak beyaz ve mavi yakalı çalışanların bireysel yenilikçilik ve örgüt kültürüne bakışındaki farklılıklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Örgüt kültürü çalışanlar arasındaki ilişkiler, yönetimin yenilik ve gelişmelere karşı tutumu, yaratıcılık ve risk almaya teşvik, çalışanların tutumları, duyguları, davranışları, işe yönelik performansları ve motivasyonları gibi birçok faktör tarafından şekillenmektedir. Bu nedenle çalışmaya, işletmenin mevcut gerçekliğini yansıtabilmesi

için beyaz ve mavi yakalı çalışanların tamamı dahil edilmiştir. Çimsa'nın genel insan kaynakları politikası, yüksek performans kültürü oluşturmak, misyonu ise organizasyonel değişim ve gelişimi sağlamaktır. Bu nedenle şirkette beyaz ve mavi yakalı ayrımı yapılmadan, bireysel iş ve yetkinlikler desteklenmekte ve yine ayrımın yapılmadığı bir ödül performans sistemi kullanılmaktadır. Bu sistem çalışanları şirketin rekabet gücünü artıracak ve değişen ihtiyaçlara cevap vermesine yardımcı olacak yenilikçilik uygulamalarına yönlendirmektedir. Yenilikçilik ve diğer örgütsel uygulamalarda fark gözetmeyen Çimsa'da beyaz ve mavi yakalı çalışanların bireysel yenilikçilik ve örgüt kültürüne bakışında farklılık olup olmadığının belirlenmesi amacıyla aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Bireysel yenilikçilik, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösteriyor mu?
- Örgüt kültürü tipleri katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılık gösteriyor mu?

4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada örgüt kültürü tiplerini belirlemek için Cameron ve Quinn tarafından 1999 yılında geliştirilen “Örgüt Kültürü Değerlendirme Ölçeği” kullanılmıştır. 5’li Likert tipine göre hazırlanan ölçekte toplam 24 madde bulunmaktadır. Pek çok uluslararası çalışmada kullanılan ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği kanıtlanmıştır. Bu çalışmada Çavuşoğlu'nun (2014) çalışmasında da kullandığı ölçekten yararlanılmıştır. Örgüt kültürü tiplerini belirlemeye yönelik sorular Klan, Adhokrasi, Pazar ve Hiyerarşi olmak üzere dört boyutta ve her biri altı ifadeden oluşmaktadır. Bireysel yenilikçilik ölçeği ise Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından Türkçe uyarlaması yapılan “Bireysel Yenilikçilik Ölçeği”dir. Bu ölçek 20 madde ve dört alt boyuttan oluşmaktadır. Değişime direnç boyutu 8 madde; fikir önderliği ve deneyime açıklık 5’er madde ve risk alma boyutu ise 2 maddedir. Ayrıca ankette katılımcılara ait bazı özelliklerin belirlenmesine yönelik sorulara da yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçekler 5’li Likert tipi derecelendirmeye tabi tutulmuş olup, her bir maddeye ilişkin katılım düzeyleri Kesinlikle katılmıyorum=1, kısmen katılmıyorum=2, ne katılmıyorum ne katılmıyorum=3, Kısmen katılmıyorum=4 ve kesinlikle katılmıyorum=5 şeklinde puanlandırılmıştır.

Çalışma, Türk sanayisinin önde gelen kuruluşları arasında yer alan Çimsa'nın Afyonkarahisar'daki fabrikasında yapılmıştır. 1972 yılında kurulan Çimsa, Türkiye Çimento sanayisinin önde gelen kuruluşları arasında yer almaktadır. Şirket ülkemizde 5 entegre fabrika ile 3 öğütme ve paketleme tesisi olmak üzere toplam 8 fabrikada faaliyetlerini sürdürmektedir. Şirket aynı zamanda 6 farklı ülkede bulunan terminalleriyle uluslararası bir çimento üreticisidir. Afyon Çimento Sanayi T.A.Ş. 1954 yılında kurulmuş, 2012 yılında Çimsa tarafından satın alınmıştır. Örneklem olarak Afyon Çimento Sanayi T.A.Ş.'nin seçiminde birden fazla faktörün etkisi vardır. İlki yaklaşık 65 yıldır faaliyet gösteren bir kurum olması ve 2012 yılı sonrasında uluslararası kurumsal bir şirketin bünyesine katılarak faaliyetlerini sürdürmesidir. Bu durum güçlü bir örgüt kültürünün göstergesi olarak kabul edilebilir. Diğer etken ise literatürde bireysel yenilikçiliğe ilişkin çalışma alanının çoğunlukla teknoloji ve bilişim odaklı olmasıdır. Farklı bir faaliyet alanında konunun araştırılması literatüre katkı açısından yararlı olabilecektir. Çimsa gerek

performans sistemi gerek ödül yönetimi gerekse eğitim ve gelişim uygulamaları ile çalışanına büyük değer veren ve çalışan seçiminde de kişisel gelişimine önem veren adayları tercih eden bir işletmedir. Bu nedenle bireysel yenilikçilik eğilimiyle ilgili daha net ve anlamlı bilgiye ulaşılabileceği düşünülmüştür. Küçük bir örneklem olarak görülse de Afyonkarahisar Çimento Sanayi yukarıda da bahsi geçtiği üzere uluslararası bir şirketler grubunun üyesidir ve sürdürülebilirlikten, insan kaynaklarına, teknolojiden inovasyona kadar grup stratejileri doğrultusunda hareket etmektedir. Bu nedenle Afyonkarahisar Çimento Sanayi'ni bir şirketler grubunun temsili olarak görmek yanlış olmayacaktır. Son olarak şirketin gri çimentonun yanı sıra ürettiği beyaz çimento ve kalsiyum alüminat çimentosu gibi özel ürünlerle de inovasyon konusunda sektörüne öncülük etmesi tercih nedeni olmuştur.

Örgüt kültürü tiplerinin bireysel yenilikçiliğe etkisini incelemeyi amaçlayan bu araştırmanın çalışma evrenini Afyon Çimento Sanayi T.A.Ş.'nin tüm çalışanları oluşturmaktadır. İşletmede 40 beyaz yakalı, 90 mavi yakalı olmak üzere toplamda 130 çalışan istihdam edilmektedir. İş yoğunluğu, vardiyalı çalışma vb. gibi nedenlerle anketler 102 çalışan ile yüz yüze görüşme yoluyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, anket ile edilen veriler SPSS for Windows Paket Programıyla analiz edilmiştir. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde, aritmetik ortalama, standart sapma, korelasyon analizi ile basit doğrusal regresyon analizi gibi istatistiksel teknikler kullanılmıştır. Ayrıca, çalışmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizi için Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmıştır.

5. Bulgular

Afyon Çimento San. T.A.Ş.'de *örgüt kültürünün, bireysel yenilikçiliğe etkisinin belirlenmesini* amaçlayan bu çalışmaya ilişkin bulgular aşağıda verilmiştir. İlk bölümde katılımcılara ilişkin tanımlayıcı istatistikler ile örgüt kültürü tipleri ve bireysel yenilikçilik ölçeklerine ilişkin bazı tanıtıcı istatistiklere yer verilmiştir. Sonraki bölümde örgüt kültürü tipi ve bireysel yenilikçiliğe ilişkin çalışan algılarının çeşitli demografik değişkenlere göre fark gösterip göstermediği t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile çözümlenmiştir. Son olarak, örgüt kültürü tipi ve bireysel yenilikçiliğe ilişkin korelasyon ve regresyon analizlerine ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

5.1. Demografik Özelliklere ve Kullanılan Ölçeklere İlişkin Bulgular

Araştırmaya konu olan işletmede çalışanların demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde dağılımı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Özellikleriyle ilgili Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcıların Özellikleri		f	%
Cinsiyet	Kadın	9	8,8
	Erkek	93	91,2
Yaş	21-25	15	14,7
	26-30	29	28,4
	31-35	22	21,6
	36-40	22	21,6
	51 ve üzeri	14	13,7
Medeni durum	Evli	75	73,5
	Bekar	27	26,5
Eğitim düzeyi	Lise	62	60,8
	Önlisans	18	17,6
	Lisans	22	21,5
Yönetimsel göreve sahip olma	Evet	30	29,4
	Hayır	72	70,6
Meslek	İdari personel (beyaz yakalı)	27	26,4
	İşçi (mavi yakalı)	75	73,5
Yönetici ile çalışma süresi	1 yıldan az	26	25,5
	1-3 yıl	42	41,2
	4-6 yıl	15	14,7
	7-9 yıl	5	4,9
	10 yıl ve üzeri	14	13,7
Gelir düzeyi	1500-2000 TL	38	37,3
	2001-2500 TL	25	24,5
	2501 - 3000 TL	12	11,8
	3001 ve üzeri	27	26,5

Tablo 1'e göre ankete katılan çalışanların yaklaşık %9'u kadın %91,2'sierkektir. Çalışanların %28,4'ünün 26-30 yaş arasında, 31-35 ve 36-40 yaş arasında olanların ise %21,6 oranında olduğu belirlenmiştir. %60,8'inin lise mezunu ve büyük çoğunluğunun (%73,5) mavi yakalılarından oluştuğu görülmektedir. Çalışanların %41,2'si en az 1-3 yıl arasında aynı yönetici ile çalıştığını belirtmiş; %37,3 ise gelir düzeyinin 1.500-2.000 TL. yani asgari ücret seviyesinde olduğunu beyan etmiştir.

Tablo 2. Örgüt Kültürü Tipleri ve Bireysel Yenilikçilik Ölçeklerine İlişkin Bazı Tanıtıcı İstatistikler

Faktör	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha	\bar{X}	S.S
Klan Kültürü	6	0.882	3.71	1.01
Adhocrasi Kültürü	6	0.824	3.60	0.93
Pazar Kültürü	6	0.875	3.69	0.99
Hiyerarşi Kültürü	6	0.878	3.74	1.01
Örgüt Kültürü Tipleri	24	0.963	3.68	0.94
Değişime Direnç	8	0.899	3.48	1.05
Fikir Önderliği	5	0.875	3.90	1.00
Deneyime Açıklık	5	0.880	4.13	0.92
Risk Alma	2	0.681	3.78	0.99
Bireysel Yenilikçilik	20	0.937	3.77	0.85

Tablo 2'deki veriler incelendiğinde 24 soruluk örgüt kültürü tiplerine ilişkin ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0.963; 20 soruluk bireysel yenilikçilik ölçeğinin Cronbach Alpha değeri ise 0.937 bulunmuştur. Genel olarak ölçeklerin ve ölçeklere ilişkin faktörlerin Cronbach Alpha değerlerinin $0,80 \leq \alpha < 1.00$ aralığında yani yüksek derecede güvenilir (Özdamar, 2004: 56) olduğunu söylemek mümkündür.

Ölçeklerin alt boyutlarına ilişkin ortalama değerlere bakıldığında, araştırma yapılan işletmede Cameron ve Quinn'in örgüt kültürü tiplerinden hiyerarşi kültürünün (3.74) diğer kültür tiplerine oranla daha baskın olduğu görülmektedir. Hiyerarşi kültürünün ardından 3.71 ortalama ile klan kültürünün baskınlığı göze çarpmaktadır.

Bireysel yenilikçilik ölçeğinin alt boyutlarına ilişkin sonuçlar incelendiğinde çalışanların, kendilerini deneyime açık (4.13) olarak nitelendirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Değişime direnç boyutuna ilişkin ortalama değer (3.48) diğer boyutların içinde en düşük değere sahip olması da deneyime açıklığa ait ortalama değeri destekler niteliktedir.

5.2. Demografik Özelliklerin Örgüt Kültür Tipi ve Bireysel Yenilikçilik Açısından Karşılaştırılması

Demografik özelliklerin karşılaştırılması için T testi ve Anova testleri yapılmıştır. Örgüt kültürü ile demografik özelliklerin karşılaştırılmasında herhangi bir farklılık görülmezken; bireysel yenilikçiliğin yönetsel görevin varlığı, meslek grupları, eğitim düzeyi ve gelir durumu gibi bazı demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Aşağıda hipotezler ve testlere yönelik analizler, Tablo 3, 4, 5 ve 6'da verilmiştir.

H3: Katılımcıların yönetsel görevlerinin olma durumuna göre bireysel yenilikçilik düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

H4: Katılımcıların meslek gruplarına göre bireysel yenilikçilik düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

H5: Katılımcıların eğitim düzeyine göre bireysel yenilikçilik düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

H6: Katılımcıların gelir durumuna göre bireysel yenilikçilik düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 3. Bireysel Yenilikçilik Düzeyine Yönelik Değerlendirmelerin Yönetsel Görevin Varlığına göre Karşılaştırılması

Ölçek	Yönetsel görev	\bar{X}	SS	t	P
Bireysel Yenilikçilik	Evet	3.453	0.940	2.574	0.012
	Hayır	3.915	0.774		

Çalışanların bireysel yenilikçilik seviyeleri yönetsel görevin olma değişkenine göre farklılık göstermektedir ($P=0.012<0.05$). Yönetsel göreve sahip olan çalışanların algıları (ort: 3.453) ile yönetsel göreve sahip olmayan çalışanların algıları (ort: 3.915) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu durumda araştırmamızın; “H3: Katılımcıların yönetsel görevlerinin olma durumuna göre bireysel yenilikçilik düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. Bireysel Yenilikçilik Düzeyine Yönelik Değerlendirmelerin Meslek Gruplarına göre Karşılaştırılması

Meslek grupları	\bar{X}	SS	t	P
İdari personel (beyaz yakalı)	3.475	0.921	2.209	0.029
İşçi (mavi yakalı)	3.888	0.799		

Çalışanların bireysel yenilikçilik seviyeleri meslek grupları değişkenine göre farklılık göstermektedir ($P=0.029<0.05$). Mavi yakalı çalışanlarla (ort: 3.888) beyaz yakalı çalışanlar (ort: 3.475) arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak “H4: Katılımcıların meslek gruplarına göre bireysel yenilikçilik düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır” hipotezinin kabul edildiğini söylemek mümkündür.

Tablo 5. Bireysel Yenilikçilik Düzeyine Yönelik Değerlendirmelerin Eğitim Düzeyine göre Karşılaştırılması

Eğitim düzeyleri	\bar{X}	SS	F	P
Lise	3.971	0.765	7.635	0.001
Ön Lisans	3.825	0.765		
Lisans	3.200	0.907		

Katılımcıların bireysel yenilikçilik seviyeleri eğitim düzeyine göre farklılık göstermektedir ($P=0.001<0.05$). Lise düzeyinde eğitim gören katılımcıların (ort: 3.971), ön lisans (ort: 3.825) ve Lisans (ort: 3.200) düzeylerinde eğitim gören katılımcılarla karşılaştırıldığında daha yenilikçi bir profile sahip oldukları görülmüştür. Kısaca “H5: Katılımcıların eğitim düzeyine göre bireysel yenilikçilik düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 6. Bireysel Yenilikçilik Düzeyine Yönelik Değerlendirmelerin Gelir Durumuna göre Karşılaştırılması

Gelir Durumu	\bar{X}	SS	F	P
1500-2000 TL	3.965	0.938	3.067	0.032
2001-2500 TL	3.924	0.664		
2501-3000 TL	3.795	0.624		
3001 ve üzeri	3.375	0.854		

Çalışanların bireysel yenilikçilik kapasiteleri gelir durumuna göre farklılık göstermektedir ($P=0.032<0.05$). Katılımcıların gelir seviyesi yükseldikçe yenilikçi profilin düştüğü gözlenmektedir. Bu durumda “H6: Katılımcıların gelir durumuna göre bireysel yenilikçilik düzeyinde anlamlı bir farklılık vardır” hipotezi desteklenmektedir.

5.3. Örgüt Kültürü Tipleri ve Bireysel Yenilikçiliğe İlişkin Korelasyon ve Basit Doğrusal Regresyon Analizleri

Öncelikle bireysel yenilikçilik ile örgüt kültürü tipleri ayrı ayrı değerlendirildiğinde etkileşimleri arasında bir fark olup olmadığını gözlemlemek ve örgüt kültürü tiplerinin bireysel yenilikçilik ile ilişkisini görmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Böylece bireysel yenilikçilik ve boyutları ile örgüt kültürü tipleri arasındaki ilişkinin yönü ve gücü korelasyon analizi ile test edilmiş olacaktır. Elde edilen sonuçlar tablo 7’de verilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyi, korelasyon katsayısının 0 – 0.29 arasında olması durumunda zayıf veya düşük, 0.30-0.64 arasında olması durumunda orta, 0.65-0.84 arasında olması durumunda kuvvetli/yüksek ve 0.85-1 arasında olması durumunda ise çok kuvvetli/çok yüksek şeklinde yorumlanabilmektedir (Ural ve Kılıç, 2006: 248). Korelasyon analiziyle elde edilen veriler, bu bilgiler doğrultusunda değerlendirilmiştir.

Tablo 7. Örgüt Kültürü Tipleri ve Bireysel Yenilikçilik Arasındaki Korelasyon Analizi

		Değişim e Direnç	Fikir Önderliği	Deneyim e Açıklık	Risk Alma	Bireysel Yenilikçilik
Klan Kültürü	PearsonCorrelation	0.391	0.604	0.538	0.338	0.559
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Adhocrasi Kültürü	PearsonCorrelation	0.439	0.570	0.459	0.295	0.547
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.003	0.000
Pazar Kültürü	PearsonCorrelation	0.467	0.536	0.504	0.330	0.567
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001
Hiyerarşi Kültürü	PearsonCorrelation	0.431	0.581	0.500	0.361	0.565
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

*p<0,01

Tablo 7’de yer alan tüm değişkenlerin ilişkilerinde $p < 0.01 = \alpha$ test sonucu çıkmıştır. Bu nedenle tabloda yer alan tüm pearson korelasyon katsayıları önemlidir ve tüm ilişkiler pozitif yönlü olarak tespit edilmiştir. Tablo genel olarak değerlendirildiğinde kültür tiplerinin tümü ile bireysel yenilikçilik arasındaki ilişkilerin 0.30-0.64 arasında orta düzeyde olduğu görülmektedir.

Aynı zamanda Tablo 7’deki veriler ışığında değişime direnç ve klan kültürü arasında istatistiksel olarak orta düzeyde anlamlı bir ilişki görülmüştür ($r=0.391$). Fikir önderliği ile klan kültürü arasında kuvvetli yüksek ($r=0.604$) düzeyde; deneyime açıklık ile klan kültürü arasında orta ($r= 0.538$) düzeyde ilişki görülürken; risk alma ve klan kültürü arasındaki ilişki ise yine orta ($r=0.338$) düzeyde tespit edilmiştir.

Adhocrasi kültürü ve değişime direnç arasında orta düzeyde anlamlı ($r=0.439$); fikir önderliği ile orta düzeyde ($r=0.570$); deneyime açıklık ile orta düzeyde ($r=0.459$) ve risk alma ile zayıf ($r=0.295$) bir ilişki tespit edilmiştir.

Pazar kültürü ile değişime direnç arasında orta düzeyde anlamlı ($r=467$); fikir önderliği ile orta düzeyde ($r=0.536$); deneyime açıklık ile orta düzeyde anlamlı ($r=0.504$) ve risk alma ile zayıf ve pozitif yönlü ($r=0.330$) bir ilişki bulunmuştur.

Son olarak hiyerarşi kültürü ile bireysel yenilikçiliğin boyutları arasındaki ilişkiye baktığımızda, değişime dirençle hiyerarşi kültürü arasında orta düzeyde ($r=0.431$); fikir

önderliği ile orta düzeyde ($r=0.581$); deneyime açıklık ile orta düzeyde ($r=0.500$) ve risk alma ile zayıf yönlü ($r=0.361$) bir ilişki gözlenmiştir.

Çalışmada örgüt kültürü ile bireysel yenilikçilik arasında bir model oluşturmak ve örgüt kültürünün bireysel yenilikçiliği nasıl etkilediğini görmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Modelin anlamlılığı üzerine yapılan test sonuçları Tablo 8 yer almaktadır. Model kurulurken bireysel yenilikçilik (BY) bağımlı – etkilenen değişken olarak alınmış; örgüt kültürü (ÖK) ise bağımsız-etkileyen değişken olarak modele dâhil edilmiştir.

Tablo 8. Örgüt Kültürü ve Bireysel Yenilikçilik İlişisine Yönelik Basit Doğrusal Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	β eta	Std. Hata	t	P	R^2	ANOVA
Sabit	1.797	0.275	6,525	0.000*	0.355	F=55,121
Örgüt Kültürü	0.538	0.072	7,424	0.000*		P=0.000*

* Bağımlı Değişken: Bireysel yenilikçilik

Basit doğrusal regresyon analizi sonucunda modelin genel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Ancak burada önemli olan diğer bir husus modelde yer alan katsayıların anlamlılığının test edilerek hangi değişkenin modelde yer alması gerektiğine karar vermektedir. Regresyon modelindeki katsayıların anlamlılık testi sonuçları Tablo 8'deki gibidir. Test istatistikleri ve anlamlılık düzeyleri bakımından değerlendirme yapıldığında modelde hem sabit hem de örgüt kültürü değişkenine ait katsayıların anlamlı olduğu görülmektedir. Analiz sonuçlarına göre basit doğrusal regresyon modeli aşağıdaki gibidir:

$$BY = 1.797 + 0.538 * \text{ÖK}$$

Elde edilen modelden hareketle işletmede örgüt kültüründeki 1 birimlik değişimin çalışanların bireysel yenilikçilik düzeylerini 0.538 artıracakını söylemek mümkündür. Bu bulgu örgüt kültürünün bireysel yenilikçiliği anlamlı bir şekilde etkilediğini göstermektedir. Korelasyon analizi sonuçları pazar kültürünün bireysel yenilikçiliği en fazla destekleyen tip olduğunu göstermektedir. Bu durumda bahsi geçen işletmenin pazar kültürünün geliştirilmesi yönünde atacağı her adımın bireysel yenilikçiliği olumlu yönde etkileyebileceğidir.

6. Sonuç ve Tartışma

Örgüt kültürü, çalışanları birbirine kenetleyen, birbirlerini anlamalarını kolaylaştıran, dış çevreye aynı tür tepkiler gösterilmesini sağlayan düşünce ve inançlar bütünüdür. Çalışanları yönlendirme gücüne sahip olan örgüt kültürünün, bireysel yenilikçiliği destekler nitelikte olması işletmeleri başarıya taşıyacak önemli bir adım olacaktır. Bu gerçeklikten hareketle tasarlanan, bu araştırmaya yönelik bulgular değerlendirildiğinde; katılımcıların tamamına yakınının erkek olduğu görülmektedir. İşletmenin ağır ve

tehlikeli bir iş kolunda ve haftanın 7 gün 24 saati üretim yapıyor olması çalışanların çoğunun erkek olmasında önemli etkenlerdir. Çalışanların çoğunun 26-30 yaş arasında olduğu; yarıdan fazlasının lise mezunu ve büyük çoğunluğunun mavi yakalılardan oluştuğu görülmektedir. Çalışanların neredeyse yarısı aynı yönetici ile 1-3 yıl arasında çalışmış ve gelir düzeyleri de asgari ücret seviyesindedir.

Katılımcıların bireysel yenilikçilik alt boyutlarından en çok deneyime açıklık alt boyutunda yeterli oldukları, sonra sırayla fikir önderliği, risk alma ve değişime direnç alt boyutlarında yeterli oldukları görülmektedir. Genel olarak tüm boyutların ortalama değer olan 3'ün üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu, Çimsa çalışanlarının bireysel yenilikçiliğin tüm boyutlarında yeterli oldukları şeklinde yorumlanabilir. Boyutlar genel olarak değerlendirildiğinde, katılımcıların en güçlü yanlarının deneyime açıklık olduğu görülmekte bu durum çalışanların, bağımsız karar verebilen, yenilik peşinde koşan, bağımsız fikirlere sahip ve fikir önderliği yapabildiklerini göstermektedir. Belirsizliklere karşı tolerans olarak tanımlanabilen risk alma ve yeniliklere karşı direncin daha az güçlü boyutlar olduğu görülmektedir. Literatürde benzer çalışmalar incelendiğinde örneğin Kılıçer (2011) bilgisayar ve öğretim teknolojileri bölümünde okuyan son sınıf 782 öğretmen adayı üzerinde gerçekleştirdiği araştırmasında; Çuhadar, Bülbül ve Ilgaz (2013) Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nin 10 farklı öğretmen yetiştirme programının son sınıflarında öğrenim gören 389 öğretmen adayına yönelik yaptıkları çalışmalarında ve Özgür'ün (2013)Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören 165 bilişim teknolojileri öğretmen adayı ile yaptığı çalışmasında aynı sonuçlara ulaşılmıştır. Karadağ'ın (2018) Türkiye'deki Spor Federasyonları çalışanlarının yenilikçilik düzeyi araştırmasında da yukarıdaki çalışmalarla benzer şekilde deneyime açıklık ve fikir önderliğinin en güçlü boyutlar olduğu görülmüştür. Ayrıca, Pelenk (2017) İstanbul'da faaliyet gösteren bir teknoloji şirketinde 101 çalışan ile gerçekleştirdiği çalışmasında bireysel yenilikçiliğin üç boyutunu değerlendirmiştir. Bu çalışmada fikir önderliği ve risk alma davranışları oldukça yüksek düzeyde tespit edilirken iken; değişime direnç davranışı oldukça düşük düzeyde bulunmuştur.

Araştırma yapılan işletmede örgüt kültürü tiplerinden hiyerarşi kültürü ve klan kültürünün diğer kültür tiplerine göre daha baskın olduğu görülmüştür. Şirketin ulusal ve uluslararası pazarda faaliyet gösteren sekiz fabrikasından biri olan Çimsa'da hiyerarşi kültürünün baskın kültürlerden biri olması şaşırtıcı değildir. Bu kültür tipi genellikle çok sayıda standart prosedür ve kuralın olduğu büyük ölçekli şirketlerde görülmektedir. Aynı zamanda bu kültürde durağanlığın, öngörülebilirliğin ve uzun vadeli amaçların öne çıktığı görülmektedir. Çok hızlı değişimlerin yaşanmadığı çimento sektörünün özellikleri bu duruma uygun düşmektedir. Klan tipi kültür ise uyum, bağlılık, katılım, takım çalışması, çalışanların birçok şey paylaştığı ve kendilerinden çok şey kattığı arkadaşça bir çalışma ortamını ifade etmektedir. Ayrıca bu kültürde aile tipine benzer bir anlayış hâkimdir. Büyük bir şirketin üyesi olsa da Çimsa çalışan sayısının ve çalışan sirkülasyonunun çok fazla olmadığı bir şirkettir. Bu nedenle diğer baskın kültürün klan tip olması normal karşılanmalıdır. Literatürdeki çalışmalar incelendiğinde Öney-Yazıcı ve diğerlerinin (2007) 134 firma üzerinde yaptığı çalışmada klan ve hiyerarşi kültürünün; Çakır ve Örcü'nün 1999'da yaptıkları çalışmalarında adhokrasi ve pazar kültürünün; 647

akademisyenle yapılan bir başka çalışmada da adhokrasi, pazar ve hiyerarşi kültür tiplerinin baskın olduğu tespit edilmiştir (Köse, 2017).

Demografik özelliklerin örgüt kültür tipi ve bireysel yenilikçilik açısından karşılaştırılması için T testi ve Anova testleri yapılmıştır. Testlerin sonuçlarına göre örgüt kültürü ile demografik özelliklerin karşılaştırılmasında herhangi bir farklılık görülmezken; bireysel yenilikçiliğin 'yönetmel görevin varlığı, meslek grupları, eğitim düzeyi ve gelir durumu' gibi bazı demografik özelliklere göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Yönetmel görevine sahip olmayan çalışanların bireysel yenilikçilik düzeyinin, yönetmel görevine sahip olanlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguyu çalışanların yöneticilere göre görece daha az baskı altında olmaları ile ilişkilendirmek olasıdır. Araştırmalar, çalışanlara baskı yapılmadığında, kendilerini güvende hissettiklerinde ve geleceğe dair iş güvenliğine ilişkin kaygı duymadıklarında daha yenilikçi olduklarını göstermektedir (Morton& Burns, 2007). Mavi yakalı çalışanın, beyaz yakalı çalışana göre yenilikçilik düzeyinin yüksek olmasını da çalışma sırasında kalman stres düzeyi ile ilişkilendirmek mümkündür. Ayrıca, işletmede uygulanan kalite yönetim felsefesi ve kalite çemberleri gibi çalışan gelişimine önemli destekler veren uygulamalar mavi yakalı çalışanın duyarlılık düzeyinde etken olabilir. Eğitim düzeylerine göre karşılaştırmada lise ve önlisans mezunlarının, lisans mezunlarına göre daha yenilikçi olduğu tespit edilmiştir. Mavi yakalı çalışanların lise ve önlisans mezunu olması beyaz yakalı çalışanların lisans mezunlarından oluşması yukarıdaki açıklamaları destekler niteliktedir. Karadağ'ın (2018) çalışmasında ise lisans ve lisansüstü eğitim görmüş çalışanın yenilikçilik düzeyi, orta öğretim düzeyi eğitime sahip çalışana göre anlamlı düzeyde yüksek çıkmıştır. Çalışanların gelir durumuna göre yenilikçiliği benimseme düzeyleri incelendiğinde gelir düzeyi düşük olan çalışanın, yüksek olan çalışana göre daha yenilikçi olduğu tespit edilmiştir. Bireysel yenilikçiliğin tetiklenmesinde veya yavaşlamasında sosyo-ekonomik, kişisel değişkenler ve iletişimin önemli etkisi vardır. Düşük sosyo-ekonomik düzeyde olan bireylerin yeniliklerin getirdiği belirsizliklere karşı daha zor risk aldığı, daha yerel sosyal iletişim kurduğu ve kitle iletişim araçlarından daha az yararlandığı için yenilikler hakkında geç ve yetersiz bilgi almakta, dolayısıyla değişimi ve yeniliği daha yavaş ve geç benimsemektedirler (Rogers, 2003). Ancak araştırmaya konu olan işletmede eğitim düzeyi, gelir durumu ve meslek grubu değişkenleri göz önüne alındığında yukarıda bahsedilen durumdan tamamen farklı sonuçlar elde edilmiştir. Bu durumu çalışanların özellikle, kalite çemberlerinin bir üyesi olarak katıldıkları işletme içi eğitimlerle niteliklerinin artması, içlerindeki yaratıcılık yeteneklerinin ortaya çıkması ve bu yeteneklerin işletme yönetimi tarafından uygulamaya dökülmesine olanak sağlaması ile ilişkilendirmek mümkündür.

Örgüt kültürü tipleri ve bireysel yenilikçiliğe ilişkin korelasyon analizi sonucunda kültür tiplerinin tümü ile bireysel yenilikçilik arasındaki ilişkilerin orta düzeyde olduğu görülmüştür. Özellikle kültür tiplerinden pazar kültürünün incelenen işletmede bireysel yenilikçiliği en fazla destekleyen tip olduğu belirlenmiştir. Bu durumda işletmede pazar kültürünün gelişimi yönündeki çalışmaların, bireysel yenilikçiliğin gelişimini destekleyeceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Pazar kültüründe üretkenlik ve etkinlik temel değerdir. Çalışanların bireysel olarak iyi işler başarmalarını teşvik edici bir ortam yaratan bu kültürdeki işletmelerde çalışanlar birbirleriyle sürekli bir rekabet

içerisindedirler (Yücel & Koçak, 2014). Aynı zamanda çalışanlar iyi eğitilmiş ve iyi bilgilendirilmiş olup, her şeyden önce, bağlı ekipler olarak çalışmaktadır. Performansları sürekli olarak müşteri memnuniyeti ölçütlerine göre ölçülmekte, yakın rakiplerle karşılaştırılmakta ve hem bireyler hem de ekipler ödüllendirilmektedir (Benstead, 2019). Uygulamaya konu olan işletmede de performans sistemi, ödül yönetimi, eğitim ve gelişim uygulamaları, çalışanlara yönelik eğitimler ve takım çalışmaları vb. gibi uygulamalar ile çalışan gelişimi desteklenmektedir. Cameron ve Quinn (2006) çalışanların yeni fikirler ve yeni inovasyonlar yaratıp geliştirebileceği örgüt kültürü tipini, adhokrasi olarak belirlemiştir. Ancak çalışma yapılan işletmede bireysel yenilikçiliği destekleyen kültür tipi pazar kültürü olarak tespit edilmiştir. Adhokrasi kültürü daha çok girişimcilik, yaratıcılık ve çevreye uyum gerektiren teknik start-up'lar ve teknoloji güdümlü endüstrilerde (iletişim, havacılık) etkindir (Down, 2019). Çimento sektörü ise yenilikçiliğin görece daha az olduğu bir yapıdadır. Aynı zamanda adhokrasi kültürü esnek çalışma saatlerine sahip, merkezi güç ya da otorite ilişkilerinden yoksun bir örgüt yapısını desteklemektedir. Yönetim faaliyeti, işin yapısına uygun olarak kişiden kişiye ya da iş takımından iş takımına geçebilmektedir. Çimsa ülkemizde 8 fabrikada ve 6 farklı ülkede faaliyetlerini sürdüren bir kurumdur. Bu büyük ölçekli niteliği çok sayıda standart prosedür ve kuralı gerekli kılmaktadır. Aynı zamanda, sektör çok hızlı değişimlerin yaşanmadığı öngörülebilirliğin ve uzun vadeli amaçların gerçekleştirilebildiği bir yapıdadır. Bu özellikleri işletmede neden adhokrasi kültürünün baskın olmadığını kanıtı olabilir.

Ayrıca örgüt kültürü tipleri ile bireysel yenilikçiliğin boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde en dikkat çekici bulgu, fikir önderliği ile klan kültürü arasında kuvvetli, yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki görülmesidir. Fikir önderliği, bireyin teknik yeterliliği, sosyal erişilebilirliği ve sistemin normlarına uyum ile kazanılmakta ve korunmaktadır. Fikir önderleri içinde bulunduğu sosyal sistemin görüşlerinin değişmesinde de etkili olabilmektedirler. Çalışanların bu özelliğinin gelişmesi personel güçlendirmeye önem verilen, ortak değer ve hedeflerin paylaşıldığı bir ortamda söz konusu olacaktır. Bu nedenle klan tipi örgüt kültürünün fikir önderlerinin yetişmesinde etkili olabileceğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Çalışmada örgüt kültürü ile bireysel yenilikçilik arasında bir model oluşturmak ve örgüt kültürünün bireysel yenilikçiliği nasıl etkilediğini görmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analiz pazar kültürünün bireysel yenilikçiliği en fazla destekleyen tip olduğunu göstermektedir. Bu durumda bahsi geçen işletmenin pazar kültürünün geliştirilmesi yönünde atacağı her adımın bireysel yenilikçiliği olumlu yönde etkileyebileceğidir. Sonuç olarak örgüt kültürünün bireysel yenilikçilik düzeyini etkilediğini söyleyebiliriz.

7. Referanslar

- Abdullah, I., Omar, R. ve Panatik, S.A. (2016). A literature review on personality, creativity and innovative behavior. *International Review of Management and Marketing*, 6(1), 177-182.
- Akar, N. (2017). *Kişilik profiline ve örgüt kültürünün bireysel yenilikçilik üzerine etkisi: KOBİ'ler üzerinde bir alan araştırması*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Girişimcilik Anabilim Dalı, Edirne.
- Ali Taha, V., Sirková, M. ve Ferencová, M. (2014). The impact of organizational culture on creativity and innovation. *Polish Journal of Management Studies*, 14(1), 7-17.
- Ali, I. (2019). Personality traits, individual innovativeness and satisfaction with life. *Journal of Innovation & Knowledge*, 4, 38-46.
- Andrews, P. (2007). Barriers to innovation. *Leadership Excellence*, 24(10), 19.
- Aydıntan, B. ve Göksel, A. (2012). Cameron-Freeman-Quinn örgüt kültürü tipolojileri ekseninde örgüt kültürü farklılaşma dinamikleri. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 53-62.
- Benstead, S. (2019). Market culture: what are the pros and cons? Erişim adresi: <https://www.breathehr.com/blog/market-culture-what-are-the-pros-and-cons>.
- Büschgens, T., Bausch, A. ve Balkin, D. B. (2013). Organizational culture and innovation: A meta-analytic review. *Product Development & Management Association*, 30(4), 763-781.
- Cameron, K. S. ve Quinn, R. E. (2006). *Diagnosing and changing organizational culture* (Revised Edition). The Jossey-Bass Business & Management Series.
- Çakır, M. ve Örucü, E. (1999), Üretim işletmelerinde örgüt kültürünün tespitine yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi. İ.İ.B.F. Dergisi*, 13 (1), 19-40.
- Çavuşoğlu, S. (2014). *Örgüt kültürü örgütsel sessizlik ilişkisi: Manisa ve İzmir' deki devlet ve vakıf üniversitelerinde bir araştırma*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Çuhadar, C., Bülbül, C., ve Ilgaz, G. (2013). Öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik özellikleri ile tekno-pedagojik eğitim yeterlikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *İlköğretim Online [Elementary Education Online]*, 12(3), 797-807.
- Deshpande, R., J. U. Farley ve F. E. Webster (1993). Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: A quadrat analysis. *Journal of Marketing*, 57, 23-37.
- Down, R. (2019). Adhocracy culture: pros and cons. Erişim adresi: <https://www.breathehr.com/blog/adhocracy-culture-pros-and-cons>.
- Duygulu, E., ve Özeren, E. (2009). The effects of leadership styles and organizational culture on firm's innovativeness. *African Journal of Business Management*, 3(9), 475.

- Entsminger, V. (1995). *Teachers' perceptions of a pedagogic innovation: barriers and mechanisms for successful implementation*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Saint Louis University, Saint Louis.
- Eskiler, E., Ekici, S., Soyer, F. ve Sari, I. (2016). Work behavior for sports services in tourism enterprises. *Physical Culture and Sport, Studies Sport, Studies and Research*, LXIX, 53-64.
- Gaál, Z., Obermayer-Kovács, N., Csepregi, A., Antonova, A. ve Jenei, E. (2010). Clan, adhocracy, market or hierarchy? investigating organizational culture types and knowledge sharing in Bulgaria, Hungary and Serbia. *5th International Knowledge Management in Organizations Conference*, 18th-19th May, Veszprém, Hungary, 52-61.
- Groysberg, B., Lee, J, Price, J ve Cheng, J.Y. (2018). Liderler için kurum kültürü rehberi. Erişim adresi: <https://hbrturkiye.com/dergi/liderler-icin-kurum-kulturu-rehberi> (Erişim tarihi: 03.02.2019).
- Gürkan, G.Ç. ve Demiralay, T. (2017). Bireysel yenilikçiliğin çalışanın yenilikçi davranışı üzerindeki etkisinde içsel motivasyonun aracılık rolü: Türkiye’de cerrahlar örneği. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6 (1), 65-90.
- Heinze, K. L. ve Heinze, J. E. (2018). Individual innovation adoption and the role of organizational culture. *Review of Managerial Science*, Springer.
- Hurt, H., K. Joseph ve C. Cook (1977). Scale for the measurement of innovativeness, *Human Communication Research*, 4, 58-65.
- Juneja, P. (t.y.) Individual and organizational sources of resistance to change. Erişim adresi: <https://www.managementstudyguide.com/individual-and-organizational-sources-of-resistance-to-change.htm> (Erişim tarihi: 29.01.2019).
- Karadağ, T. F. (2018). *Türkiye'deki spor federasyonları çalışanlarının örgütsel öğrenme ve bireysel yenilikçilik profillerinin incelenmesi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı, Ankara.
- Khurosani, A. (2013). Adhocracy culture support and leader's working creativity, *International Journal of Social Science and Humanity*, 3(4), 4111-415.
- Kılıçer, E. (2011). *Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik profilleri*, (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel yenilikçilik ölçeği (BYÖ): Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164.
- Köse, M. F. (2017). *Üniversitelerde örgüt kültürü ile akademik performans arasındaki ilişkiler*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Loewe, P. ve Dominiquini, J. (2006). Overcoming the barriers to effective innovation. *Strategy and Leadership*, 34(1), 24-31.
- Lu, J., Yao, J.E. ve Yu C.S. (2005). Personal innovativeness, social influences and adoption of wireless internet services via mobile technology. *Journal of Strategic Information Systems*, 14, 245–268
- Lukoto, K. & Chan, K.Y. (2016). The perception of innovative organizational culture and its influence on employee innovative work behavior. *Proceedings of PICMET '16: Technology Management for Social Innovation*, Conference Paper, September, 972-977.
- Martins, J.M., Abreu, A. ve Calado, J. (2018). The need to develop a corporate culture of innovation in a globalization context. *IntechOpen*. November 5, DOI: 10.5772/intechopen.81266.
- Midgely, D. F. ve Dowling, G. R. (1978). Innovativeness: The Concept and its Measurement. *Journal of Consumer Research*, 4, 229-242.
- Morton, S.C. ve Burns, N. D. (2007). Beyond lean: Overcoming resistance to innovation to improve productivity. *POMS 18th Annual Conference*, Dallas, Texas, U.S.A. May 4 – May 7.
- MSG (2019). Individual and organizational sources of resistance to change. Erişim adresi: <https://www.managementstudyguide.com/individual-and-organizational-sources-of-resistance-to-change.htm>. (Erişim tarihi: 29.01.2019).
- Olori, W.O. ve Mark, J. (2013). Organizational culture and corporate innovation an international. *Multidisciplinary Journal*, 7 (4),49-65.
- Öney- Yazıcı, E., Giritli, H., Oraz, G. T. ve Acar, E. (2007). Organizational culture: The case of Turkish construction industry engineering. *Construction and Architectural Management*, 14(6), 519–531.
- Özdamar, K. (2004). *Paket programlar ile istatistiksel veri analizi* (Genişletilmiş 5.Baskı). Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Özgür, H. (2013). Bilişim teknolojileri öğretmen adaylarının eleştirel düşünme eğilimleri ile bireysel yenilikçilik özellikleri arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 409-420.
- Pelenk, S.E. (2017). Bireysel yenilikçi davranışların bireysel iş performansı üzerindeki etkisi: Teknoloji çalışanları üzerinde bir araştırma. *JOEEP, Journal of Emerging Economies and Policy*, 2(2), 2-14.
- Rogers, E.M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th Edition). New York: The Free Press.
- Rothwell, R. (1994). Towards the fifth-generation innovation process. *International Marketing Review*, 11(1), 7-31.
- Szczepańska-Woszczyzna, K. (2014). The importance of organizational culture for innovation in the company. *Forum Scientiae Oeconomia*, 2(3), 27-39.

- Terblawghe, F. ve Marsiws, E.C. (2003). Building organizational culture that stimulates creativity and innovation. *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64-74.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi* (2.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Walley, K. (2017). Key dimensions of personal innovativeness, key dimensions of personal innovativeness. *International Journal of Business and Innovation*, 12(2), 1-21.
- Yücel, İ. ve Koçak, D. (2014). Örgüt kültürü ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiye yönelik bir araştırma, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, VII – II, 45-64.

BENLİK KURGUSU VE MATERYALİZMİN GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM EĞİLİMİNE ETKİSİ^(*)

THE EFFECT OF SELF-CONSTRUAL AND MATERIALISM ON CONSPICUOUS CONSUMPTION TENDENCY

Mahmut Selami AKIN⁽¹⁾

Öz: Çalışmanın amacı, gösterişçi tüketim eğilimi üzerinde materyalizm ve benlik kurgusunun rolünü ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında İstanbul’da yaşayan 18 yaş üstü tüketicilere çevrimiçi anket formu ile ulaşılmıştır. Geçerli 2.157 anketten elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur. Araştırma modeli, geçerlilik ve güvenilirlik kriterleri sağlandıktan sonra basamaklı regresyon analizi aracılığıyla test edilmiştir. Analiz sonucunda materyalizm, mutluluğa erişme, sahip olma ve başarı göstergesi olmak üzere tüm boyutlarıyla, benlik kurgusu ise yalnızca ilişkisel benlik boyutuyla gösterişçi tüketim eğilimini olumlu yönde etkilemiştir. Özerk benlik kurgusunun ise anlamlı etkisi saptanmamıştır. Araştırma bulguları teorik ve pratik açıdan tartışılmış, gelecek çalışmalar için öneriler getirilmiştir. Çalışmanın, benlik kurgusunu Türk pazarlama yazınında inceleyen ilk araştırmalardan biri olması yönüyle literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Tüketici Davranışı, Gösterişçi Tüketim, Materyalizm, Benlik, Benlik Kurgusu.

Abstract: The study aims to investigate the role of materialism and self-construal on conspicuous consumption tendency. Consumers living in Istanbul and above 18 were reached through online survey with convenience sampling. 2.157 valid data obtained from questionnaire are operationalized. For testing the research model, stepwise regression was conducted after assessed the validity and reliability. Consequently, materialism influenced conspicuous consumption tendency positively in each dimensions happiness, centrality and success. However, interdependent self-construal effected conspicuous consumption positively, independent self did not. Findings are discussed both theoretically and practically, suggestions for future research were made. It’s predicted that research may contribute to field as it is one of the initial attempt to examining self-construal in Turkish marketing literature.

Keywords: Consumer Behavior, Conspicuous Consumption, Materialism, Self, Self-construal.

JEL: M31, M30.

^(*) Bu çalışma, 24. Ulusal Pazarlama Kongresinde yazar tarafından sunulan “Benlik Kurgusu ve Gösterişçi Tüketim Eğilimine Etkisi: Bir Vakıf Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Araştırma” başlıklı bildirinin genişletilmiş ve revize edilmiş versiyonudur.

⁽¹⁾ İstanbul Medipol Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, İşletme Yönetimi, selamiakin@medipol.edu.tr, ORCID: 0000-0002-8175-4618.

1. Giriş

20. yy'dan itibaren ekonomik, teknolojik ve toplumsal faktörlerde yaşanan hızlı değişim işletmeleri doğrudan, tüketicilerin satın alma öncesi ve sonrası davranışlarını ise dolaylı yoldan etkilenmiştir. Çevresel faktörlerin tüketici davranışlarına etkisini açıklayabilmek adına farklı disiplinlerden yararlanmak pazarlama alanında sıkça başvurulan yöntemlerden biri haline gelmiştir. Tüketicilerin aynı zamanda birey olmaları, psikolojik ve sosyolojik etkenlerin rolünü en az diğer faktörler kadar önemli hale getirmiştir.

Tüketicilerin gösteriş amaçlı tüketim davranışları sergilemelerinde psikolojik bileşenlerin rolü önemlidir. Bunlar arasında benlik kavramını dikkate alarak yürütülecek teorik ve uygulamalı araştırmalar alan yazına değerli katkılar sağlayacaktır. Benlik kavramının açıklanmasına yönelik atılacak adımlar tüketici karar verme süreçleri ve davranışlarının anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır (Sirgy, 1982). Ayrıca sosyal, yönetsel ve politik alanlardaki bireysel ve toplumsal çıktıları kavramak için de benlik olgusu kilit yapıyı oluşturmaktadır (Sirgy, 2018).

Benlik kavramıyla birlikte, gösterişçi tüketimi tetikleyen önemli unsurlardan biri materyalizmdir. Materyalizmin temelinde maddi varlıklar edinme ve bunu bir başarı göstergesi olarak algılama yer almaktadır. Materyalist değerlere sahip bireyin yaşamdan duyacağı mutluluğu maddi varlıklar, elde edeceği başarıyı ise bunların niceliği belirlemektedir (Richins ve Fournier, 1991).

Literatürde materyalist değerlerin tüketici davranışlarına etkisi ele alınmasına rağmen, benlik kurgusunun rolü henüz incelenmemiştir. Çalışma, benlik algılaması ile gösterişçi tüketim arasındaki ilişkiyi açıklamada literatüre katkı sunmaktadır. Bununla birlikte, Türk pazarlama yazınında şimdiye kadar kullanılan benlik kurgusu ölçeğinin (Singelis, 1994) Türk tüketiciler üzerinde uygulanabilirliğini, güvenilirlik ve geçerliliğini doğrulaması öngörülmektedir.

Çalışmanın amacı, gösterişçi tüketim eğiliminde benlik kurgusu ve materyalizmin nasıl bir rolü olduğunu ortaya koymaktır. Bu doğrultuda öncelikle teorik çerçeve oluşturularak gösterişçi tüketim, materyalizm ve benlik kurgusu açıklanacak, ardından araştırma hipotezleri oluşturulacaktır. Araştırma metodolojisi kapsamında model, örneklem, veri toplama araçları ve analiz bulgularına yer verilecektir. Son olarak sonuç kısmında araştırma bulgularının teorik ve pratik alana katkıları değerlendirilecek, gelecekte yürütülebilecek çalışmalar için önerilerde bulunulacaktır.

2. Teorik Çerçeve

2.1. Gösterişçi Tüketim

Tüketim davranışı çeşitli perspektiflerle ele alınarak farklı türlere ayrılmaktadır. Çevreci tüketim davranışı (García-de-Frutos vd., 2018), etnosentrik tüketim (Akın ve diğerleri, 2017), lüks tüketim (Roux vd., 2017), ironik tüketim (Warren ve Mohr, 2019) bunlara örnek teşkil etmektedir. Özellikle ekonominin gelişme gösterdiği ve refah seviyesinin yükselişe geçtiği toplumlarda lüks tüketim, statü tüketimi, gösterişçi tüketim gibi olgular ortaya çıkmaktadır. Söz konusu kavramların ekonomik ve

toplumsal alanda benzerlik gösterdiği görülse de pazarlama alanında farklı açılardan birbirlerinden ayrılmaktadır. Çalışma gösterişçi tüketim çerçevesinde ele alındığından öncelikle gösterişçi tüketim kavramının gelişimine yer verilecektir.

Veblen (1899), “aylak sınıfı teorisi” ile tüketim kalıplarının belirli bir kitle tarafından farklı bir biçime dönüştüğünü ileri sürmüştür. Ancak “aylak” terimini “miskinlik, uyuşukluk” anlamıyla değil, üretken işleri değersiz olarak algılayan ve zamanını üretken olmayan biçimde tüketen sınıf şeklinde tanımlamıştır. Diğer bir tanımda da asgari geçinmenin üstündeki her tüketimin “aylak sınıf”la ilgili olduğunu belirtmiştir. “Aylak sınıfı”nın, tükettikleri malların niteliği konusunda uzmanlaşmış, tüketim eyleminde özgür hareket eden, diğer yandan saygınlık kazanmak için yenilikleri benimseme çabasına giren bireylerden oluştuğunu ifade etmiştir. Bagwell ve Bernheim (1996), “aylak sınıfı teorisi”ni “Veblen etkisi” olarak tanımlamış, aynı işlevsellığe sahip olmasına rağmen bir ürüne daha yüksek fiyat ödemeye razı olmak şeklinde betimlemiştir. Bunun temelinde ise sahip olunan refahı karşı tarafa iletmenin bulunduğunu ileri sürmüştür.

Statü tüketiminin, bireylerin içerisinde buldukları sosyal statüden sıyrılmak veya bir üst sınıfa yükselmek amacıyla gösterişçi tüketim davranışı sergilemeleri anlamına geldiği (Shiffman vd., 2012) göz önünde bulundurulduğunda, gösterişçi tüketim ile statü tüketimi olgularının iç içe geçip geçmediği, farklıysa hangi noktalarda birbirlerinden ayrıldıkları muğlaktır. Bu nedenle statü, sosyal sınıf ve gösteriş arasındaki ilişkinin kurulması, kavramların birbirinden ayrılması açısından önemlidir.

Öncelikle gösterişçi tüketimin yalnızca zengin olarak tanımlanabilecek bireylere ait olmadığı, her sosyal tabakada yer alan bireylerde görülebilecek davranışlar olduğu vurgulanmalıdır (Trigg, 2001). Gösterişçi tüketim kapsamında bir mal veya hizmet türü, geleneksel yaşam, iş hayatı, herhangi bir sınıfa ait olmayan veya alt kültür gibi sosyal statü ya da yaşam tarzı göstergesi haline gelebilmektedir (Solomon, 2017). Öyle ki geçmişte boş zamanı olmak gösteriş olarak nitelendirilirken, günümüzde tüketiciler meşgul görünmeye veya algılanmaya dahi gösteriş veya statü atfedilebilmektedir (Bellezza vd., 2016).

Yukarıdaki açıklamalar birlikte değerlendirildiğinde gösterişçi tüketim, ihtiyacı karşılama durumu söz konusu olmasına rağmen daha düşük fiyata sahip bir mal veya hizmet yerine daha yüksek fiyatlı, ancak içerisinde buldukları sosyal sınıfa veya bir üst mertebeye ait statü göstergesi olan ürün veya hizmetleri, hedonik motivasyonla satın alma veya kullanma davranışı olarak tanımlanabilmektedir.

Gösterişçi tüketim eğilimi literatürde farklı kavramlarla ilişkilendirilerek açıklanmaya çalışılmıştır. Bunlar arasında ürün kalitesi, hizmet kalitesi, atmosfer gibi fonksiyonel faktörler (Kim ve Jang, 2017) olduğu gibi psikolojik faktörler de bulunmaktadır. Psikolojik faktörlere örnek olarak beden imajı, materyalist eğilim (Doğan vd., 2017), kendini izleme, kişiler arası etki (O’Cass ve McEwen, 2004), kendini teşhir etme (Güllülü vd., 2010) gösterilebilmektedir. Ancak psikolojik faktörlerden benlik olgusunun rolünü inceleyen çalışmalar sınırlıdır.

Çalışma, tüketici davranışını psikografik çerçevede ele alarak, gösterişçi tüketimde materyalizm ve benlik kurgusunun rolünü açıklamayı amaçlamaktadır. Türk

pazarlama literatüründe tüketicilerin benlik kurgusu yeterince incelenmediğinden, çalışmanın bu yönüyle literatüre katkı sunması beklenmektedir.

2.2. Materyalizm

Materyalizm, bireyin sahip olduğu değerlerin maddi varlıklardan ibaret olması ve bunlara önem atfetmesidir. Materyalist bir kimsenin yaşamının merkezinde maddi imkanlara erişebilme motivasyonu yer almaktadır. Birey, yaşamdan duyduğu tatmine söz konusu motivasyonu karşılayabildiği ölçüde ulaşabilecektir (Belk, 1985).

Materyalizmi tanımlamada farklı yaklaşımlar mevcuttur. Bir kişilik özelliği olarak ele alındığı gibi (Belk, 1984), bir değerler seti olarak da kavramsallaştırılmaktadır (Richins ve Dawson, 1992). Diğer yandan materyalizm, bireyin karakteristik özellikleri ve sahip olduğu değerlerin birleşimiyle ortaya çıkan tüketici tutum ve davranışları olarak tanımlanmıştır (Graham, 1999).

Yapılan tanımlamalar çerçevesinde materyalist bireylerin temel motivasyonlarının maddi varlıklar edinme eğilimi olduğu ifade edilebilmektedir. Materyalist tüketicilerin, alışverişlerinde temel fayda ve objektif özelliklerin yanı sıra, yaşamda hangi maddi boşluğu doldurduğuna odaklandığı ileri sürülebilmektedir. Bu doğrultuda bazı ürün ve hizmetler, görünenin ötesinde soyut manalar ve imajlar taşıdığından, tüketiciler bunlara karşı farklı satın alma davranışları sergilenmektedir.

Materyalizm, anlık satın alma (Karaca, 2019; Eren vd., 2012), statü tüketimi (Tokgöz, 2018; Roberts, 2000), gösterişçi tüketim (Chacko vd., 2018), alışveriş bağımlılığı (Özçelik vd., 2017), lüks tüketim (Sharda ve Bhat, 2018; Sun vd., 2017), moda ilgilenimi (Çabuk ve Köksal Araç, 2016) gibi farklı tüketici davranışlarını doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir. Bunun yanında tüketicilerin farklı dağıtım kanallarından alışveriş yapma eğilimine girdikleri görülebilmektedir. Örneğin tüketicilerin materyalizm eğilimleri yükseldikçe sosyal medya platformlarından alışveriş yapma eğilimleri artış göstermiştir (Yavuz, 2017).

Materyalist bireylerde statü tüketiminin belirgin bir şekilde gözlemlendiği, ayrıca sadelikten kaçınma, maddi varlıklara sahip olma ve bunlar aracılığıyla mutluluğa erişme motivasyonlarının bulunduğu ortaya çıkmıştır (Aslay vd., 2013). Materyalizmin bireylerin benlik algılamaları ile ilişkili olabileceği öne sürülmüştür. Materyalizm eğilimi düşük olan tüketiciler gerçek benliklerini simgeleyen ürünleri, materyalist tüketiciler ise ideal benliklerini sembolize eden ürünleri tercih etmektedir (Başar vd., 2015).

Materyalizm eğilimi demografik özelliklere göre farklılık gösterebilmektedir. Segal ve Podoshen'in (2013) ABD'de yürüttüğü çalışmasında materyalizm ve gösterişçi tüketim eğilimi erkek tüketicilerde daha yüksek saptanmıştır. Türkiye'de yürütülen çalışmalarda ise cinsiyete göre anlamlı farklılığa rastlamayan çalışmalar olduğu gibi (Öztürk ve Nart, 2016), farklılık gösteren çalışmalar da mevcuttur (Doğan vd., 2017). Materyalizm ile gelir düzeyi arasında doğrudan bir ilişki bulunmadığı, fakat yüksek gelir düzeyine sahip tüketicilerde materyalizm eğiliminin de yüksek olduğu saptanmıştır (Özsaçmacı vd., 2019).

Materyalizmin tüketici davranışlarındaki etkisini incelemede genellikle şu üç bileşenden yararlanıldığı görülmektedir (Richins ve Dawson, 1992; Odabaşı, 2017):

- *Sahip olma motivasyonu*: Birey, hayatının merkezine nesnelere sahip olmayı yerleştirmekte ve bunu bir yaşam biçimi haline getirmektedir. Bu yaşam biçiminde maddi tüketim amaçtır. Tüketim davranışlarında materyalizmin yansması, tüketicilerin arzu ettiği objelere sahip olma motivasyonu ile hareket etmeleri şeklindedir.
- *Mutluluğa erişme motivasyonu*: Bireyler yalnızca sahip olma amacıyla ürün ve hizmetleri satın almamaktadır. Aynı zamanda maddi açıdan mutluluğa erişebilme güdüsüyle ürün ve hizmetler edinme eğilimi görülmektedir. Materyalist bireyler ancak eşya, maddi servet, mülk edinme yoluyla yaşamdan tatmine ulaşabileceklerine inanmaktadırlar.
- *Başarı göstergesi*: Materyalist eğilimli bireyler kendilerinin ve başkalarının başarılarını yalnızca maddi unsurlara göre değerlendirmektedir. Başarı, sahip olunan maddi varlıkların niceliği ve kalitesi ile değerlendirilmektedir. İdeal ve algılanan imajı yansıtan ürünlere sahip olmak başarı olarak nitelendirilmektedir.

Materyalizmin yukarıda açıklanan üç boyutunun da gösterişçi tüketimi olumlu yönde etkilediğini saptayan çalışmalar olduğu gibi (Podoshen ve Andrzejewski, 2012), boyutların kısmen olumlu etkilediği de görülmüştür (Tokmak, 2019). Materyalizm bireyi maddi varlıklara erişebilme oranında mutlu ve başarılı kıldığından, tüketicilerin materyalist eğilimlerinin gösterişçi tüketimlerini etkileyebileceği öngörülmektedir. Materyalizm boyutlarının gösterişçi tüketim eğilimi üzerindeki etkisini sınamak için oluşturulan hipotezler aşağıdadır.

H1: Materyalizm gösterişçi tüketim eğilimi üzerinde etkilidir.

H1.1: Sahip olma motivasyonu boyutu gösterişçi tüketim eğilimi üzerinde etkilidir.

H1.2: Mutluluğa erişme motivasyonu boyutu gösterişçi tüketim eğilimi üzerinde etkilidir.

H1.3: Başarı göstergesi boyutu gösterişçi tüketim eğilimi üzerinde etkilidir.

2.3. Benlik Kurgusu

Tüketiciler satın alma davranışlarıyla yalnızca temel ihtiyaçlarını gidermekle kalmamakta, aynı zamanda kendileri ve diğer insanlar tarafından nasıl algılanmak istediklerini dışa vurmaktadırlar. Bireylerin benliklerinin yalnızca beden imajı ile sınırlı kalmayıp, bunun ötesinde farklı bileşenleri içerisine alarak benlik algılamalarının genişlemesi literatürde “genişletilmiş benlik” (Belk, 1989) olarak tanımlanmıştır.

Belk’in (1989) “genişletilmiş benlik” kavramına göre, tüketicilerin benlik algılamaları yalnızca duygu ve hislerle sınırlı kalmamakta, sahip oldukları ürünler, almış oldukları hizmetler, satın aldıkları markalar vb. artık benliklerinin bir parçasını teşkil etmektedir. Genişletilmiş benliğe işgörenlerin iş ortamında farklı, iş yaşamı dışında farklı kimlikler oluşturup benliklerini buna göre değiştirmeleri (Tian ve Belk, 2005), fiziksel dünyada farklı, dijital dünyada farklı benliklerle rol almaları örnek gösterilebilmektedir (Belk, 2016).

Tüketiciler benliklerini oluşturma sürecinde, içerisinde buldukları sosyal gruptan etkilenebilmektedir. Söz konusu etkiye açık olan bireyler benliklerini inşa etmelerine katkı sağlayabilecek markaları satın almaktadır (Escalas ve Bettman, 2005). Diğer yandan tüketicilerin benliklerini oluşturmada diğer insanların etkisine açık olup olmadıkları, yenilikleri benimsemelerinde ve yeni ürünlere uyum sağlamalarında belirleyici olabilmektedir (Ma vd., 2014).

Bireylerin benliklerini inşa ettikleri ortaya konmakla birlikte, bunun nasıl gerçekleştirildiği ayrı bir öneme sahiptir. Bireylerin, içerisindeki buldukları kültürün yapısına göre değişmekle birlikte, benliklerini diğer bireylerden bağımsız ya da diğerlerine bağlı bir şekilde kurguladıkları ifade edilebilmektedir. Söz konusu olgu, benlik kurgusu (self-construal) olarak tanımlanmakta ve iki boyutlu yapıdan oluşmaktadır (Cross vd., 2000).

Benlik kurgusunun boyutları Türk psikoloji yazınına ilişkisel benlik ve özerk benlik olarak çevrilmiştir (Kağıtçıbaşı, 2007). İlişkisel benlik, sosyal çevresine karşı duyarlı, değişken ve esnek bir niteliğe sahiptir (Markus ve Kitayama, 1991). Dolayısıyla ilişkisel benlik kurgusuna sahip tüketiciler, benliklerini etkileşim içerisinde buldukları sosyal ve kültürel yapıya göre inşa etmektedirler. Belirli tüketim kalıplarını sergilerken sosyal çevrelerin algılamalarına göre hareket etmektedirler. Bu durumun tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimlerini etkileyebileceği tahmin edilmektedir.

Özerk benlik kurgusu, bireyin kendini yönetme üzerine kontrol sahibi olduğu, kendi kararlarını alıp uygulamaya koyabildiği, bunu yaparken de çevresinden bağımsız hareket edebildiğini ifade etmektedir (Özdemir, 2012). Özerk benlik kurgusuna sahip bireylerin sosyal çevredeki diğer bireylere karşı duyarlılığı ilişkisel benliğe göre daha düşüktür. Dolayısıyla özerk benlik kurgusu baskın olan tüketicilerin gösterişçi tüketim eğilimi sergileme ihtimalinin düşük olması beklenmektedir.

Gösterişçi tüketim eğiliminin benlik kurgusu ile ilişki kurulduğu çalışmaların sayısı sınırlı olmakla birlikte, pazarlama perspektifiyle benlik kurgusunun ele alındığı araştırmalarda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır. Benliklerini, sosyal çevrelerinde bulunan diğer bireylere göre kurgulayan tüketicilerin anlık tüketim eğilimlerinin bireylerden bağımsız benlik kurgusuna sahip olan tüketicilere göre daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır (Zhang ve Shrum, 2009). Bir çalışmada, benlik algılaması ile markanın menşei ülke arasındaki ilişkinin benlik kurgusuna bağlı olduğu saptanmıştır. Benliğini diğerlerinden bağımsız kurgulayan tüketicilerde benlik algılaması daha önemli iken, diğerlerine bağlı benlik kurgusuna sahip tüketicilerde markanın menşei ülke ilişkisinin daha önemli olduğu ileri sürülmüştür (Swaminatha vd., 2007).

Benlik kurgusu ile materyalizmin birlikte incelendiği çalışmalar da mevcuttur. Bu çerçevede tüketicilerin materyalist eğilimleri ile benlik kurguları arasında ters yönde bir ilişki saptanmıştır. Birey özerk benlik kurgusuna sahip oldukça materyalizm eğilimlerinin düşük olabileceği öne sürülmüştür (Goldsmith ve Clark, 2012). Bunun yanında, bireylerin benliklerini nasıl kurguladıklarının gösterişçi tüketim eğilimlerini etkileyebileceği öngörülmektedir. Bu doğrultuda oluşturulan hipotezler şunlardır:

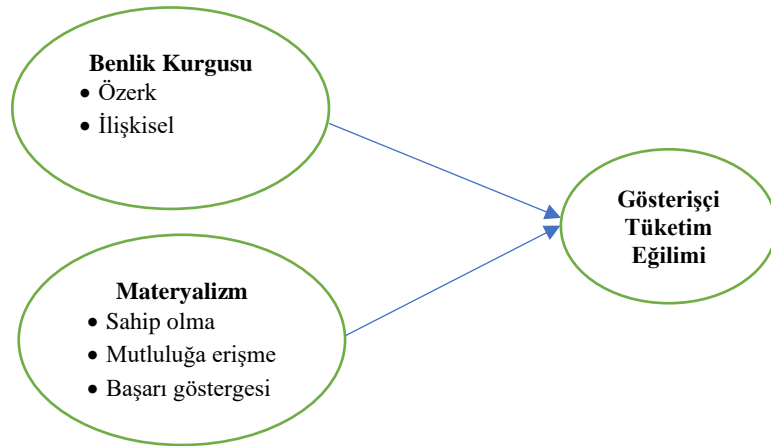
H2: Benlik kurgusu gösterişçi tüketim eğilimi üzerinde etkilidir.

- H2.1: Özerk benlik kurgusu gösterişçi tüketim eğilimi üzerinde etkilidir.
H2.2: İlişkisel benlik kurgusu gösterişçi tüketim eğilimi üzerinde etkilidir.

3. Araştırmanın Metodolojisi

3.1. Araştırma Modeli

Araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Şekil 1’de yer alan araştırma modelinde bağımlı değişkeni gösterişçi tüketim eğilimi, bağımsız değişkenleri benlik kurgusu ve materyalizm oluşturmaktadır. Benlik kurgusunun alt boyutları özerk ve ilişkisel benlik kurgusu, materyalizmin alt boyutları ise sahip olma ve mutluluğa erişme motivasyonu ile başarı göstergesinden oluşmuştur. Modele göre benlik kurgusu ve materyalizm, alt boyutları ile birlikte gösterişçi tüketimi etkilemektedir.

3.2. Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Araçları

Araştırmanın ana kütlemini İstanbul’da yaşayan 18 yaş üstü bireyler oluşturmaktadır. İstanbul’un ülkenin en kalabalık şehri ve aynı zamanda bir metropol olması, farklı demografik özelliklere, değerler ve yaşam tarzına sahip bireylerin bir arada yaşaması ana kütlemin İstanbul olarak seçilmesinde etkili olmuştur. Örnekleme çerçevesine ulaşamadığı ve örneklem grubuna daha hızlı ve kolay erişilebileceği için kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Veri toplama tekniği olarak anket tercih edilmiştir. Ankette yer alan değişkenler 5’li Likert ölçeği ile ölçülmüştür (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum).

Araştırma modelinde yer alan gösterişçi tüketim eğilimi ölçeği (4 madde) Chung ve Fischer (2001) ile Podoshen ve diğerlerinin (2011), benlik kurgusu ölçeği (10 madde) Singelis’in (1994) çalışmasından, materyalizm ölçeği (17 madde) için Richins ve Dawson’ın (1992) ile Aslay ve diğerlerinin (2013) çalışmalarından yararlanılmıştır.

Anket formu çevrimiçi formatta oluşturulmuş, veriler internet aracılığıyla toplanmıştır. Toplam 2.500 anket dağıtılmış, 2.248 anket doldurulmuştur. Anketlerin geri dönüş oranı %89,9 olarak gerçekleşmiştir. Eksik bırakılan anketler değerlendirme dışı bırakıldıktan sonra geçerli 2.157 anketten elde edilen veriler IBM SPSS 20.0 aracılığıyla analize dahil edilmiştir. Analiz sonuçlarına “Bulgular” başlığında yer verilmiştir.

4. Bulgular

4.1. Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcıların demografik özelliklerine dair veriler Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Veriler

Değişken	Sıklık	Yüzde	Değişken	Sıklık	Yüzde
<i>Cinsiyet</i>			<i>Medeni durum</i>		
Kadın	1.202	55,70	Bekar	1.547	71,70
Erkek	955	44,30	Evli	610	28,30
<i>Yaş</i>			<i>Bir işte çalışma durumu</i>		
18-25	1.171	54,30	Çalışıyor	969	44,90
26-33	507	23,50	Çalışmıyor	1.188	55,10
34-41	222	10,30	<i>Gelir</i>		
42-49	170	7,90	0 - 2.750 TL	1.123	52,10
50 ve üzeri	87	4,00	2.751 - 5.500 TL	607	28,10
<i>Eğitim düzeyi</i>			5.501 - 8.250 TL	203	9,40
Lise ve öncesi	1.100	51,00	8.251 TL ve üzeri	103	4,80
Üniversite	967	44,80	Belirtmek istemiyorum	121	5,60
Lisansüstü	90	4,20			
Toplam	2.157	100,00	Toplam	2.157	100,00

Katılımcıların %55,70’i erkek olup, büyük çoğunluğu (%54,30) 18-25 yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların son mezun oldukları eğitim düzeyinin %51’ini lise ve öncesi, %44,80’ini üniversite teşkil etmektedir. %71,70’i bekar olan katılımcıların %44,90’ı herhangi bir işte çalışmakta, %52,10’u 0-2.2750TL aralığında gelire sahiptir. %5,60 kesim ise gelirini açıklamayı tercih etmemiştir. Tanımlayıcı istatistiklerin ardından araştırma modelinin güvenilirlik ve geçerliliği incelenecek, sonuçlar ayrı bir başlıkta değerlendirilecektir.

4.2. Güvenilirlik ve Geçerliliğinin İncelenmesi

Araştırma modelinde yer alan değişkenlerin güvenilirliğinin değerlendirilmesi için Cronbach’s Alfa analizi yürütülmüştür. Analiz sonucunda gösterişçi tüketim eğilimi ($\alpha=0,78$), benlik kurgusu ($\alpha=0,67$) ve materyalizm ($\alpha=0,73$) ölçeklerinin Cronbach’s Alfa katsayılarının 0,60-0,80 aralığında bulunduğu görülmektedir. Buna göre değişkenlere ait verilerin güvenilir olarak nitelendirilebileceği ifade edilebilmektedir (Nakip, 2013).

Yüzeysel geçerlilik (*face validity*), istatistiki metotlardan farklı olarak, ölçme araçlarında yer alan maddelerin her birinin, katılımcılar tarafından anlaşılabilir hale getirilmesini sağlamaktır (Holden, 2010). Yüzeysel geçerliliği sağlamak amacıyla, öncelikle araştırmada kullanılan ölçeklerin farklı çalışmalarda kullanılmış, geçerli ve güvenilir bulgulara ulaşılmış olmasına özen gösterilmiştir. Bununla birlikte, nihai anket formunda yer alan her bir değişkenin uygunluk ve anlaşılabilirliği hususunda sosyal bilimler alanında çalışmakta olan 9 akademisyenden görüş alınmıştır. 48 örneklemeden oluşan bir ön test yürütülerek ankette yer alan ifadeler gözden geçirilmiş ve bazı maddeler katılımcıların kolaylıkla anlayabileceği biçimde yeniden düzenlenmiştir.

Araştırma modelinin yapısal geçerliliğini test etmek üzere temel bileşenler-varimax rotasyonu ile açıklayıcı faktör analizi yürütülmüştür. Faktör analizi esnasında düşük faktör yüküne sahip ve aynı anda iki faktöre dağılmış olan maddeler sırasıyla çıkarılmış, ardından her defasında analiz tekrarlanmıştır. Toplamda materyalizm ölçeğinden 4, benlik kurgusu ölçeğinden ise 1 madde değerlendirme dışı bırakılmıştır. Faktör analizi sonuçlarına Tablo 2’de yer verilmiştir.

Tablo 2: Faktör Analizi Bulguları

Materyalizm Ölçeği (<i>KMO: 0,832, Toplam açıklanan varyans: %46,03</i>)	Faktör yükü	Açıklanan varyans
1. Mutluluğa erişme		19,60
Mutluluk1	0,710	
Mutluluk2	0,679	
Mutluluk3	0,617	
Mutluluk4	0,558	
Mutluluk5	0,554	
Mutluluk6	0,551	
Mutluluk7	0,523	
2. Sahip olma		15,49
Sahip_olma1	0,713	
Sahip_olma2	0,685	
Sahip_olma3*	0,643	
Sahip_olma4*	0,564	
Sahip_olma5*	0,528	
3. Başarı göstergesi		10,94
Başarı1	0,782	
Başarı2	0,751	
Benlik Kurgusu Ölçeği (<i>KMO: 0,717, Toplam açıklanan varyans: %42,07</i>)		
1. Özerk benlik kurgusu		21,23
Özerk1	0,760	

Özerk2	0,726
Özerk3	0,638
Özerk4	0,486
2. İlişkisel benlik kurgusu	20,84
İlişkisel1	0,662
İlişkisel2	0,650
İlişkisel3	0,628
İlişkisel4	0,576
İlişkisel5	0,504
Gösterişçi Tüketim Eğilimi Ölçeği (KMO: 0,775, Toplam açıklanan varyans: %60,10)	
Gösteriş1	0,815
Gösteriş2	0,800
Gösteriş3	0,783
Gösteriş4	0,697

*ters kodlanmıştır.

Açıklayıcı faktör analizi sonucunda materyalizm ölçeğinde ortaya çıkan üç faktör, Richins ve Dawson'ın (1992) çalışmasıyla benzer şekilde sırasıyla "sahip olma", "mutluluğa erişme" ve "başarı göstergesi" olarak adlandırılmıştır. Materyalizmin üç boyutu toplamda ölçek varyansının %46,03'ünü açıklamaktadır. Benlik kurgusu ölçeğinde ise oluşan iki faktör Singelis'in (1994) çalışması ile paralellik göstermiş, Kağıtçıbaşı'nın (2007) tanımı ile "özerk" ve "ilişkisel" benlik kurgusu olarak isimlendirilmiştir. Benlik kurgusunun iki boyutu toplamda varyansın %42,07'sini açıklamıştır. Gösterişçi tüketim eğilimi değişkeni ise tek boyutlu olarak ortaya çıkmış ve toplam varyansın %60,10'unu açıklamıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerli olup olmadığını değerlendirmek amacıyla toplam açıklanan varyansın %50 ve üzeri olması gerektiği belirtilmiştir (Gürbüz ve Şahin, 2018). Materyalizm ölçeğinin toplam açıklanan varyansı %46, benlik kurgusu ölçeğinin ise %42 olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda %50'ye yakın bir değer elde edildiği görüldüğünden araştırma modeli geçerli olarak nitelendirilebilmektedir. Araştırma modelinin güvenilirlik ve geçerlilik varsayımlarının doğrulanmasının ardından, bir sonraki başlıkta yapısal modeli test etmek üzere yürütülen çoklu regresyon analizi bulgularından bahsedilecektir.

4.3. Bağımsız Değişkenlerin Bağımlı Değişkene Etkisi

Araştırma modelini test etmek amacıyla çoklu regresyon analizi yürütülmüştür. Ancak analizden önce, çok değişkenli veri analiz tekniklerinin varsayımları incelenecektir. Öncelikle verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığı değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda bağımlı ve bağımsız değişkenlerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1,0 ile +1,0 arasında olduğu görülmüştür (Hair vd., 2014). Böylelikle normal dağılım varsayımının karşılandığı ifade edilebilmektedir.

Diğer bir varsayım olan çoklu bağıntı probleminin olmadığını kontrol etmek üzere, Pearson korelasyon katsayıları incelenmiştir. Tablo 3'te yer alan korelasyon katsayılarının tamamının 0,40'ın altında olduğu görülmektedir. Bu nedenle çoklu bağıntı probleminin bulunmadığı ifade edilebilmektedir (Kalaycı, 2014).

Tablo 3: Bağımsız Değişkenler Arası Korelasyon Katsayıları

	Ortalama	Std. Sapma	Özerk	İlişkisel	Mutluluğa erişme	Sahip olma	Başarı göstergesi
Özerk	3,65	0,701	1,000				
İlişkisel	3,48	0,620	0,239	1,000			
Mutluluğa erişme	2,91	0,691	0,046	0,027	1,000		
Sahip olma	2,66	0,660	-0,173	-0,235	0,360	1,000	
Başarı göstergesi	2,86	0,929	0,097	0,074	0,328	0,207	1,000

Çok değişkenli veri analiz tekniklerinde otokorelasyon bulunmaması beklenmektedir. Aksi halde analiz sonuçların yorumu güç hale gelmektedir. Otokorelasyon olup olmadığını kontrol etmek için genellikle Durbin-Watson testi kullanılmaktadır. 1,5-2,5 aralığındaki değerler otokorelasyon olmadığına işaret etmektedir (Malhotra, 2010). Durbin-Watson değerinin 1,959 olması, otokorelasyon bulunmadığına işaret etmektedir.

Çoklu regresyon analizi için gereken varsayımların sağlandığı saptandıktan sonra basamaklı regresyon analizi yürütülmüştür. Tablo 4'te yer alan nihai regresyon modeli olan 4. Modele ait korelasyonun 0,32, R^2 değerinin 0,10 olduğu görülmektedir. Bağımlı değişken olan gösterişçi tüketim eğilimindeki %10'luk değişimin bağımsız değişkenler olan benlik kurgusu ve materyalizm boyutları tarafından açıklandığını göstermektedir. Regresyon modeline dair yürütülen ANOVA sonucunda 62,012 olarak gerçekleşen F değerinin anlamlı olması, anlamlı bir model elde edildiğine işaret etmektedir (Nakip, 2013).

Diğer bir varsayım da çoklu doğrusal bağlantı olmaması gerekliliğidir. Değişkenlere ait VIF değerlerinin 10'un altında gerçekleşmesi bu varsayımın karşılandığına işaret etmektedir (García ve diğerleri, 2015). Tablo 4'te yer alan VIF değerlerinin 1 ile 1,5 arasında gerçekleştiği görülmektedir. Regresyon katsayıları ve anlamlılık değerlerine dair veriler Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4: Regresyon Analizi Bulguları

Model		Std. Edilmemiş		Std. Edilmiş	t-değeri	Anlamlılık	Eğdoğrusallık	
		Katsayılar	Std. Hata	Katsayılar			Beta	istatistikleri
		B	Hata	Beta			Tolerans	değeri
1	(Sabit değer)	2,172	0,080		27,020	0,000		
	Mutluluğa erişme	0,309	0,027	0,240	11,494	0,000	1,000	1,000
2	(Sabit değer)	1,301	0,128		10,184	0,000		
	Mutluluğa erişme	0,302	0,026	0,236	11,456	0,000	0,999	1,001
	İlişkisel benlik kurgusu	0,255	0,029	0,178	8,672	0,000	0,999	1,001
3	(Sabit değer)	1,165	0,130		8,991	0,000		
	Mutluluğa erişme	0,255	0,028	0,199	9,180	0,000	0,893	1,120
	İlişkisel benlik kurgusu	0,245	0,029	0,171	8,345	0,000	0,995	1,005
	Başarı göstergesi	0,109	0,021	0,114	5,252	0,000	0,889	1,125
4	(Sabit değer)	0,990	0,150		6,623	0,000		
	Mutluluğa erişme	0,232	0,029	0,181	7,919	0,000	0,797	1,254
	İlişkisel benlik kurgusu	0,264	0,030	0,184	8,674	0,000	0,922	1,085
	Başarı göstergesi	0,103	0,021	0,108	4,927	0,000	0,875	1,143
	Sahip olma	0,072	0,031	0,053	2,336	0,020	0,798	1,252

Bağımlı değişken: Gösterişçi tüketim eğilimi

Regresyon analizi sonucunda 4. modelde gösterişçi tüketim eğilimini materyalizm tüm boyutlarıyla, benlik kurgusu ise kısmen anlamlı ve olumlu yönde etkilemiştir. Etki katsayıları göz önünde bulundurulduğunda sırasıyla ilişkisel benlik kurgusu (0,264, $p=0,000<0,05$ H2.2=Kabul), materyalizm boyutlarından mutluluğa erişme motivasyonu (0,232, $p=0,000<0,05$, H1.2=Kabul), başarı göstergesi (0,103, $p=0,000<0,05$, H1.3=Kabul) ve sahip olma motivasyonu (0,072, $p=0,020<0,05$, H1.1=Kabul) gösterişçi tüketim eğilimini anlamlı etkilemiştir.

Benlik kurgusu boyutlarından özerk benlik kurgusunun gösterişçi tüketim eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmadığından 4. modele dahil edilmemiştir (H2.1=Red). Bu nedenle benlik kurgusunun gösterişçi tüketim eğilimi üzerinde kısmen anlamlı etki gösterdiği ifade edilebilmektedir (H2=Kısmen kabul).

Araştırma modelinin analiz sonucunda oluşan regresyon denklemi aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir.

$$Y = 0,990 + 0,264 * (\text{ilişkisel_benlik}) + 0,232 * (\text{mutluluğa_erişme}) + 0,103 * (\text{başarı_göstergesi}) + 0,072 * (\text{sahip_olma})$$

Araştırma modelinde yer alan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenlere etkisi incelendikten sonra bağımlı değişkenin kontrol değişkeni olan demografik özelliklere göre farklı olup olmadığı değerlendirilecektir.

4.4. Bağımlı değişkenin Demografik Özelliklere Göre Farklılığı

Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkileri incelendikten sonra bağımlı değişkenin kontrol değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediği değerlendirilecektir. Bu amaçla oluşturulan hipotezlere aşağıda yer verilmiştir.

H3: Gösterişçi tüketim eğilimi, katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaşmaktadır.

H3.1: Gösterişçi tüketim eğilimi cinsiyete göre farklılaşmaktadır.

H3.2: Gösterişçi tüketim eğilimi yaşa göre farklılaşmaktadır.

H3.3: Gösterişçi tüketim eğilimi eğitim düzeyine göre farklılaşmaktadır.

H3.4: Gösterişçi tüketim eğilimi medeni duruma göre farklılaşmaktadır.

H3.5: Gösterişçi tüketim eğilimi çalışma durumuna göre farklılaşmaktadır.

H3.6: Gösterişçi tüketim eğilimi gelir düzeyine göre farklılaşmaktadır.

Gösterişçi tüketim eğiliminin cinsiyete, medeni duruma ve çalışma durumuna göre farklılaşmasını test etmek için bağımsız örneklem t-testi, yaşa, eğitim ve gelir düzeyine göre farklılığı belirlemek üzere tek yönlü ANOVA yürütülmüştür. Analiz sonuçlarına Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5: Fark Testleri Bulguları

Değişken	N	Ortalama (\bar{x})	Std. Sapma	Anlamlılık (p)
<i>Cinsiyet</i>				0,035*
Kadın	1.202	3,03	0,888	
Erkek	954	3,12	0,883	
<i>Medeni durum</i>				0,174
Bekar	1.546	3,09	0,866	
Evli	610	3,03	0,937	
<i>Çalışma durumu</i>				0,359
Çalışıyor	969	3,09	0,909	
Çalışmıyor	1.176	3,05	0,871	
<i>Yaş</i>				0,009**
18-25	1.171	3,10	0,863	
26-33	506	3,07	0,899	
34-41	222	3,02	1,019	
42-49	170	2,86	0,808	
50 ve üzeri	87	3,19	0,862	
<i>Eğitim</i>				0,442
Lise ve öncesi	1.099	3,08	0,879	
Üniversite	967	3,07	0,896	
Lisansüstü	90	2,96	0,887	
<i>Gelir</i>				0,170
0 - 2.750 TL	1.122	3,09	0,855	
2.751 - 5.500 TL	607	3,09	0,926	
5.501 - 8.250 TL	203	2,98	0,900	
8.251 TL ve üzeri	103	2,95	0,937	
* <i>t-değeri</i> =-2,112, <i>p</i> <0,05				
** <i>F-değeri</i> =3,384, <i>p</i> <0,05				

Tablo 5'te görüldüğü üzere, gösterişçi tüketim eğiliminin yalnızca cinsiyete ve yaşa göre anlamlı farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır (H3.1 ve H3.2=Kabul). Erkek (\bar{x} =3,12) katılımcıların gösterişçi tüketim eğilimi kadınlara (\bar{x} =3,03) oranla nispeten daha yüksektir. Katılımcıların gösterişçi tüketim eğiliminin yaşa göre farklılık göstermesine hangi yaş gruplarının sebep olduğunu incelemek için Post Hoc testine başvurulmuştur. Grup varyanslarının eşit olduğu (p =0,012<0,05) doğrulandıktan sonra Post Hoc testlerinden Scheffe testi yürütülmüştür (Gürbüz ve Şahin, 2018).

Scheffe testi sonucunda 18-25 yaş ile 42-49 yaş gruplarının gösterişi tüketim eğiliminin anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Katılımcıların eğitim düzeyine, medeni durumlarına, çalışma durumlarına ve gelir düzeylerine göre gösterişi tüketim eğilimlerinin anlamlı farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır (H3.3, H3.4, H3.5 ve H3.6=Red). Dolayısıyla gösterişi tüketim eğilimlerinin katılımcıların demografik özelliklerine göre kısmen anlamlı farklılık gösterdiği ifade edilebilmektedir (H3=Kısmen kabul).

5. Tartışma

Çalışma, tüketici davranışını etkileyen psikografik faktörlerden benlik kurgusu ve materyalizmin gösterişi tüketim üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmada elde edilen veriler analiz edilmeden önce, çok değişkenli istatistiki tekniklerin varsayımları incelenmiştir. Gerekli varsayımların doğrulanmasının ardından araştırma hipotezleri sınanmıştır. Basamaklı regresyon analizi sonucunda materyalizmin sahip olma motivasyonu, mutluluğa erişme motivasyonu ve başarı göstergesi boyutlarının gösterişi tüketim eğilimi üzerinde anlamlı etki gösterdiği saptanmıştır. Bu doğrultuda çalışmanın literatürle paralel bulgulara ulaştığı ifade edilebilmektedir (Tokmak, 2019; Chacko vd., 2018; Podoshen ve Andrzejewski, 2012).

Tüketicilerin gösterişi tüketim eğilimi sergilemelerinde psikografik faktörler önemli rol oynamaktadır. Materyalist değerler, bireyin kendisi ve çevresi açısından değerli görünen maddi varlıklar edinmesine ve bunu aynı zamanda bir başarı göstergesi olarak nitelendirmesine sebep olmaktadır. Materyalizm bu yönüyle gösterişi tüketim eğiliminin belirleyici unsurlardan biri haline gelmektedir.

Çalışmada benlik kurgusunun gösterişi tüketim eğiliminde kısmen etkili olmasına ilişkisel benlik kurgusu neden olmuştur. İlişkisel benliğe sahip bireylerin, benliklerini içerisinde buldukları kişisel ve sosyal çevreye göre kurguladıkları göz önünde bulundurulduğunda, gösterişi tüketim eğilimine yatkın oldukları ifade edilebilmektedir. Söz konusu bulgularla paralel olarak, gösterişi tüketimde bireyin kişiler arası etkiye açık olması (O’Cass ve McEwen, 2004; Ratner ve Kahn, 2002) ve bu etkiye açık olan tüketicilerin benlikleri ile uyum sağlayacak ürün veya markaları satın almaları (Escalas ve Bettman, 2005) bilinmektedir. Diğer bir çalışmada tüketicilerin, sosyal statülerinin benlik imajlarını yansıttıklarına inandıkları durumda gösterişi tüketim sergiledikleri saptanmıştır (Souiden vd., 2011).

Özerk benlik kurgusuna sahip bireyler diğerlerinden bağımsız bir şekilde benliklerini kurguladıklarından, gösterişi tüketim eğilimine yatkın olmayabilecektir. Bu nedenle özerk benliğin gösterişi tüketimi etkilemesi beklenmemiş, araştırma sonucu da bunu desteklemiştir. Benliğini buldukları çevreden bağımız kurgulayan bireylerin gösteriş yapma eğilimine girmeyebilecekleri, bunun yerine gönüllü sadelik, sürdürülebilir tüketim gibi farklı davranışlara daha yatkın olabilecekleri tahmin edilmektedir.

Çalışma sonucunda benlik kurgusu ölçeğinin (Singelis, 1994) geçerlilik ve güvenilirliğinin yeterli düzeyde doğrulandığı görülmüştür. Tüketici davranışını etkileyen faktörlerden biri olan benlik kurgusu kavramının incelendiği çalışmalarda

söz konusu ölçekten faydalanılabileceği önerilmektedir. Zira sosyal çevre ile etkileşimin tüketici davranışlarını etkilediğine dair bulgular mevcuttur (Cronje vd., 2016).

Gösterişçi tüketimin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği ayrıca incelenmiştir. Katılımcıların cinsiyet ve yaş gruplarına göre gösterişçi tüketim eğiliminde anlamlı farklılık saptanmış, eğitim düzeyi, medeni durum, çalışma durumu ve gelir düzeyine anlamlı farklılık bulunmamıştır. Erkek katılımcıların gösterişçi tüketim eğilimi kadınlara nazaran daha yüksek çıkmıştır. Bu yönüyle Khan ve Khalid'in (2019) çalışmasıyla benzer bulgulara ulaşılmıştır. Ancak cinsiyete göre anlamlı farklılık tespit etmeyen araştırmalar da mevcuttur (Çınar, 2014; Aslay vd., 2013).

18-25 yaş grubunda yer alan katılımcıların gösterişçi tüketim eğilimi, 42-49 yaş grubundakilerden daha yüksek çıkmıştır. Kim ve Jang (2017), genç tüketicilerin akran gruplarına karşı hassas olduklarını ve yaşlıları üzerinde etki bırakmak için gösterişçi tüketim eğilimi sergileyebileceklerini saptamıştır. Benzer sonuçlara Lewis ve Moital (2016) da ulaşmıştır. Buna göre genç tüketicilerin gösterişçi tüketime daha yatkın oldukları ifade edilebilmektedir.

6. Sonuç

Çalışmanın amacı doğrultusunda benlik kurgusu ve materyalizmin gösterişçi tüketime etkisi incelenmiş, tüketicilerin benlik kurgularının kısmen, materyalist değerlerinin ise tüm boyutlarıyla gösterişçi tüketim eğilimini anlamlı ve olumlu yönde etkilediği ortaya çıkarılmıştır.

Gösterişçi tüketimi içeren postmodern tüketim kalıplarını psikolojik ve sosyal faktörleri dikkate alarak açıklamada benlik konusu önemli bir kavram haline gelmiştir. Benlik bireyin algılamaları sonucunda oluştuğundan, tüketicilerin benlik inşasında nasıl bir yöntem izlediği özellikle Türk pazarlama yazınında yeteri kadar incelenmemiştir. Çalışma bu yönüyle benlik kurgusunun gösterişçi tüketimin belirleyicileri arasında yer alması gerektiğine dikkat çekmektedir.

Materyalizmin hangi çerçevede ele alınacağı üzerinde ortak bir görüş bulunmamaktadır. Bir kişilik özelliği olması ya da bireyin sahip olduğu değerlerden biri olması gibi farklı yaklaşımlar mevcuttur (Ahuvia ve Wong, 2002). Söz konusu tartışmadan bağımsız olarak, materyalist eğilime sahip tüketicilerin, satın alma sürecinde çevrelerinde yer alan bireylerin görüş, düşünce ve algılamalarına açık olmalarından dolayı gösterişçi tüketime yatkın oldukları ifade edilebilmektedir.

Bireylerin yaşamdan duyduğu mutluluğun merkezinde maddi varlıklar edinmeyi ve bunlara sahip olma kabiliyetini başarı kriteri olarak görmesi yer aldığı materyalist olarak nitelendirilebilmektedir. Dolayısıyla materyalist tüketicilerin tercihlerinde, ürünlerin objektif özelliklerinden ziyade sübjektif faydaların daha etkili olabileceği öngörülmektedir. Finansal hizmetler ve gayrimenkul gibi maddi varlıkların mübadeleye konu olduğu sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin bu durumdan yararlanabileceği beklenmektedir.

Tekstil, mobilya, elektronik gibi gösterişi tüketime konu olabilecek ürün ve markaların bulunduğu pazarlarda yer alan işletmelere bazı öneriler getirilmiştir. Tüketicilerin içerisinde buldukları sosyal etkilere açık olmaları nedeniyle, reklam, kişisel satış, ambalaj tasarımı, sosyal medya gibi pazarlama iletişimi stratejilerinde sosyal faydaları öne çıkarmak etkili olacaktır. Özellikle “etkileyen (influencer)” ya da “fenomen” olarak tabir edilen kanaat önderlerinin sosyal faydaları vurgulayan tutundurma kampanyalarında yer alması önerilmektedir. Diğer yandan viral reklamlar aracılığıyla kulaktan kulağa iletişim (Word-of-mouth) kanalı aktif kullanılarak hedef kitlede ürün veya markaya karşı olumlu tutum oluşturulabilecektir.

Gösterişi tüketimin ilişkisel benlik kurgusundan etkilenmesinin pratik alana yansımaları mevcuttur. Ürün ve hizmetlerde, bireyin sosyal çevresindeki yansıması olan sosyal benliğini (Mead, 1913) destekleyecek faydaların öne çıkarılması tavsiye edilmektedir. Böylelikle bireyin sosyal kimliği, benliğini tanımladığı unsurlardan farklı bir biçimde oluşabilecektir (Brewer, 1991). Destekleyici, geleneksel ve alternatif tıp, estetik, kozmetik gibi sektörler genel olarak bireyin beden imajını iyileştirmeye odaklanmaktadır. Söz konusu alanlarda faaliyet gösteren şirketler beden imajına ek olarak tüketicilerin farklı sosyal kimlikleri ile uyumlu olan ürünler ve hizmetler geliştirebilir, hedef kitlenin sosyal benliği güçlendirecek pazarlama iletişimi kampanyaları oluşturarak rekabet avantajı elde edebilecektir.

7. Araştırmanın Sınırlılıkları ve Öneriler

Her araştırmada olduğu gibi bu çalışmada da bazı sınırlılıklar mevcuttur. İlk olarak örneklem yalnızca İstanbul iliyle sınırlıdır. Farklı şehirlerde ve ülkelerde yaşayan, çeşitli kültürlere sahip bireylerden elde edilecek örneklerle bulgular çeşitlendirilebilecektir. İkincisi, gösterişi tüketim herhangi bir ürün veya hizmet özelinde değil, genel çerçevede tüketim davranışı olarak değerlendirilmiştir. Belirli ürün veya hizmet kategorisinde, ilgilenim düzeyi de dikkate alınarak farklı bulgulara ulaşılabilmek muhtemeldir. Örneğin gösterişi tüketim eğilimi sergileyen tüketiciler elektronik ürünlerde özerk benlik kurgusuna, giyim ürünlerinde ise ilişkisel benlik kurgusuna sahip olabilecektir. Bu husus gelecekte yürütülebilecek araştırmalara yön göstermektedir.

Önceki çalışmalar gösterişi tüketim eğilimini cinsiyet (Segal ve Podoshen, 2013), yaş (Shukla, 2008), ırk (Charles vd., 2009), kültür (Podoshen ve Zhang, 2011) gibi faktörlerin yönlendirebileceği ortaya çıkmıştır. Bunların dışında ilgilenim, satın alma tarzları, kişilik tipleri gibi değişkenlerin gösterişi tüketim eğilimlerini nasıl düzenleyebileceği incelenebilecektir.

Gösterişi tüketim şimdiye kadar değerler (Aslay vd., 2013), yaşam tarzı (Amaldoss ve Jain, 2005), marka imajı (O’Cass ve Frost, 2002), satın alma tarzı (Rucker ve Galinsky, 2009) gibi farklı konularla ilişkilendirilmiştir. Ancak tüketicinin benliğini nasıl algıladığı ve algılamada hangi faktörlerden etkilendiği üzerine yürütülen araştırmalar sınırlıdır. Dolayısıyla gösterişi tüketimle ilgili gelecek çalışmalarda benlik kavramının farklı açılardan incelenmesinde fayda görülmektedir.

Benlik kurgusunun tüketici davranışındaki rolü, tüketimin türüne göre farklılık gösterebilecektir. Çalışmada gösterişi tüketim eğiliminde ilişkisel benlik kurgusu

etkili olmuştur. Farklı araştırmalarda, örnek olarak gönüllü sadelik ya da sürdürülebilir tüketimde özerk benlik kurgusu etkili olabilecektir. Gelecek çalışmalar benlik kurgusunu farklı tüketim kalıpları, değerler ve yaşam tarzları ile ilişkilendirerek inceleyebilecektir.

8. Referanslar

- Ahuvia, A. C. ve Wong, N. Y. (2002). Personality and values based materialism: Their relationship and origins. *Journal of Consumer Psychology*, 12(4), 389-402.
- Akın, M. S., Baloğlu S., Okumuş A. ve Öztürk S. (2017). Tüketici etnosentrizmi, kozmopolitlik, satın alma tarzı, ilgilenim ve algılanan riskin yerli giyim ürünü satın alma niyetine etkisi. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 257-295.
- Amaldoss, W. ve Jain, S. (2005). Conspicuous consumption and sophisticated thinking. *Management Science*, 51(10), 1449-1466.
- Aslay, F., Ünal, S. ve Akbulut, Ö. (2013). Materyalizmin statü tüketimi üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(2), 43-62.
- Bagwell, L. S. ve Bernheim, B. D. (1996). Veblen effects in a theory of conspicuous consumption. *The American Economic Review*, 86(3), 349-373.
- Başar, E. E., Türk, B. ve Ünal, S. (2015). Materyalist olan ve olmayan tüketiciler arasında benlik imajı uyumu farklılıklarının incelenmesi . *Bogazici Journal: Review of Social, Economic and Administrative Studies* , 29(2), 41-57.
- Belk, R. W. (1984). Three scales to measure constructs related to materialism: reliability, validity, and relationships to measures of happiness. T. C. Kinnear (Ed.), *Advances in Consumer Research* içinde (291-297. ss.). Provo ; UT: Association for Consumer Research.
- Belk, R. W. (1985). Materialism: trait aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 265-280.
- Belk, R. W. (1989). Extended self and extending paradigmatic perspective. *Journal of Consumer Research*, 16(1), 129-132.
- Belk, R. W. (2016). Extended self and the digital world. *Current Opinion in Psychology*, 10, 50-54.
- Bellezza, S., Paharia, N. ve Keinan, A. (2016). Conspicuous consumption of time: When busyness and lack of leisure time become a status symbol, *Journal of Consumer Research*, 44(1), 118-138.
- Brewer, M. B. (1991). The social self: On being the same and different at the same time. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 17(5), 475-482.
- Chacko, P. S., Prashar, S. ve Ramanathan, H. N. (2018). Assessing the relationship between materialism and conspicuous consumption: Validation in the Indian context. *Asian Academy of Management Journal*, 23(2), 143-159.
- Charles, K. K., Hurst, E. ve Roussanov, N. (2009). Conspicuous consumption and race. *The Quarterly Journal of Economics*, 124(2), 425-467.
- Chung, E. ve Fischer, E. (2001). When conspicuous consumption becomes inconspicuous: The case of the migrant Hong Kong consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 18(6), 474-487.
- Cronje, A., Jacobs, B.ve Retief, A. (2016). Black urban consumers' status consumption of clothing brands in the emerging South African market. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 754-764.

- Cross, S. E., Bacon, P. L. ve Morris, M. L. (2000). The relational-interdependent self-construal and relationships. *Journal of Personality And Social Psychology*, 78(4), 791-808.
- Çabuk, P. ve Köksal Araç, A. (2016). Materyalizmin moda giyim ilgilenimine etkisi üzerine bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(3), 109-128.
- Çınar, İ. (2014). Ölüm kaygısı ve gösterişçi tüketim eğilimi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 89-104.
- Doğan, U., Dinç, Y. ve Gökdeniz, İ. (2017). Beden imajı memnuniyetinin ve materyalist eğilimlerin gösterişçi tüketim üzerine etkisi: Karşılaştırmalı bir araştırma. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 3(2), 1-40.
- Eren, S. S., Eroğlu, F. ve Hacıoğlu, G. (2012). Compulsive buying tendencies through Materialistic and hedonic values among college students in Turkey. *8th International Strategic Management Conference* (s. 1370 – 1377). Procedia - Social and Behavioral Sciences.
- Escalas, J. E. ve Bettman, J. R. (2005). Self-construal, reference groups, and brand meaning. *Journal of Consumer Research*, 32(3), 378-389.
- García, C. B., García, J., López Martín, M. M. ve Salmerón, R. (2015). Collinearity: Revisiting the variance inflation factor in ridge regression. *Journal of Applied Statistics*, 42(3), 648-661.
- García-de-Frutos, N., Ortega-Egea, J. M. ve Martínez-del-Río, J. (2018). Anti-consumption for environmental sustainability: Conceptualization, review, and multilevel research directions. *Journal of Business Ethics*, 148(2), 411-435.
- Goldsmith, R. E. ve Clark, R. A. (2012). Materialism, status consumption, and consumer independence. *The Journal of Social Psychology*, 152(1), 43-60.
- Graham, J. F. (1999). Materialism and consumer behavior: Toward a clearer understanding. *Journal of Social Behavior and Personality*, 14(2), 241-258.
- Güllülü, U., Ünal, S. ve Bilgili, B. (2010). Kendini gösterim ve kişilerarası etkileşimin gösterişçi tüketim üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28(1), 105-139.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Felsefe-yöntem-analiz* (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th Edition). Essex: Pearson.
- Holden, R. (2010). Face validity. *The Corsini Encyclopedia of Psychology* içinde (Cilt 15, 534-554. ss.). Hoboken: Weiner IB & Craighead WE.
- Kalaycı, Ş. (2014). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Karaca, Ş. (2019). Materyalist eğilimlerin anlık satın alma davranışına etkisinin incelenmesi: Üniversite öğrencilerine yönelik bir çalışma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 243-260.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2007). *Family, self, and human development across cultures: Theory and applications* (2. baskı). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Khan, S. ve Khalid, R. (2019). Narcissism, personality traits and conspicuous consumption of brand in youth. *European Journal of Behavioral Sciences*, 2(3), 20-28.
- Kim, D. ve Jang, S. (2017). Symbolic consumption in upscale cafés: Examining Korean gen Y consumers' materialism, conformity, conspicuous tendencies,

- and functional qualities. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(2), 154-179.
- Lewis, A. ve Moital, M. (2016). Young professionals' conspicuous consumption of clothing. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 20(2), 138-156.
- Ma, Z., Yang, Z. ve Murali, M. (2014). Consumer adoption of new products: Independent versus interdependent self-perspectives. *Journal of Marketing*, 78(2), 101-117.
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: An applied orientation* (6th Edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Markus, H. R. ve Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224-253.
- Mead, G. H. (1913). The social self. *The Journal of Philosophy, Psychology and Scientific Methods*, 10(14), 374-380.
- Nakip, M. (2013). *Pazarlamada araştırma teknikleri ve SPSS uygulamaları* (3. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- O'cass, A. ve McEwen, H. (2004). Exploring consumer status and conspicuous consumption. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(1), 25-39.
- Odabaşı, Y. (2017). *Tüketim kültürü: Yetinen toplumdaki tüketen topluma* (5. Basım). İstanbul: Aura Kitapları.
- Özçelik, A. B., Gegez, E. E. ve Burnaz, Ş. (2017). Mobil internet, tüketici materyalizmi ve alışveriş bağımlılığı: Alışveriş motivasyonlarının düzenleyici etkisi üzerine bir araştırma. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 3(2), 1-20.
- Özdemir, Y. (2012). Ergenlerin öznel iyi oluşlarının özerk, ilişkisel ve özerk-ilişkisel benlik kurguları açısından incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(38), 188-198.
- Özsaçmacı, B., Yener, D. ve Dursun, T. (2019). Hedonizm, hedonik tüketim ve tüketimde materyalist eğilimler üzerine bir araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 71-88.
- Öztürk, A. ve Nart, S. (2016). Materyalizm-moda giyim ilgilenimi-plansız satına alma ilişkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 45-55.
- Podoshen, J. S. ve Andrzejewski, S. A. (2012). An examination of the relationships between materialism, conspicuous consumption, impulse buying, and brand loyalty. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(3), 319-334.
- Podoshen, J. S., Li, L. ve Zhang, J. (2011). Materialism and conspicuous consumption in china: a cross-cultural examination. *International Journal of Consumer Studies*, 35(1), 17-25.
- Ratner, R. K. ve Kahn, B. E. (2002). The impact of private versus public consumption on variety-seeking behavior. *Journal of Consumer Research*, 29(2), 246-257.
- Richins, M. L. ve Dawson, S. (1992). A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303-316.
- Richins, M. L. ve Fournier, S. (1991). Some theoretical and popular notions concerning materialism. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 403-414.
- Roberts, J. (2000). Consuming in a consumer culture: College students, materialism, status consumption, and compulsive buying. *Marketing Management Journal*, 10(2), 76-91.

- Roux, E., Tafani, E. ve Vigneron, F. (2017). Values associated with luxury brand consumption and the role of gender. *Journal of Business Research*, 71, 102-113.
- Rucker, D. D. ve Galinsky, A. D. (2009). Conspicuous consumption versus utilitarian ideals: How different levels of power shape consumer behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(3), 549-555.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. ve Hansen, H. (2012). *Consumer behaviour: A European outlook*. Harlow: Pearson.
- Segal, B. ve Podoshen, J. (2013). An examination of materialism, conspicuous consumption and gender differences. *International Journal of Consumer Studies*, 37(2), 189-198.
- Sharda, N. ve Bhat, A. K. (2018). Austerity to materialism and brand consciousness: Luxury consumption in India. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 22(2), 223-239.
- Shukla, P. (2008). Conspicuous consumption among middle age consumers: Psychological and brand antecedents. *Journal of Product & Brand Management*, 17(1), 25-36.
- Singelis, T. M. (1994). The measurement of independent and interdependent self-construals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 20(5), 580-591.
- Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research*, 287-300.
- Sirgy, M. J. (2018). Self-congruity theory in consumer behavior: A little history. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 28(2), 197-207.
- Solomon, M. R. (2017). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (12th Edition). Harlow: Pearson Education.
- Souiden, N., M'Saad, B. ve Pons, F. (2011). A cross-cultural analysis of consumers' conspicuous consumption of branded fashion accessories. *Journal of International Consumer Marketing*, 23(5), 329-343.
- Sun, G., Wang, W., Cheng, Z., Li, J. ve Chen, J. (2017). The intermediate linkage between materialism and luxury consumption: Evidence from the emerging market of China. *Social Indicators Research*, 132(1), 475-487.
- Swaminathan, V., Page, K. L. ve Gürhan-Canli, Z. (2007). "My" brand or "our" brand: The effects of brand relationship dimensions and self-construal on brand evaluations. *Journal Of Consumer Research*, 34(2), 248-259.
- Tian, K. ve Belk, R. W. (2005). Extended self and possessions in the workplace. *Journal Of Consumer Research*, 32(2), 297-310.
- Tokgöz, E. (2018). Materyalist değerler statü tüketimi ve dürtüsel satın alma arasındaki ilişki. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 1-19.
- Tokmak, G. (2019). Materyalist eğilim ve tüketici ahlakının gösterişçi tüketim eğilimi üzerindeki etkisi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, 5, 359-378.
- Trigg, A. B. (2001). Veblen, Bourdieu, and conspicuous consumption. *Journal Of Economic Issues*, 35(1), 99-115.
- Veblen, T. (1899). *The theory of the leisure class* (republished, 1934). New York: Modern Library.
- Warren, C. ve Mohr, G. S. (2019). Ironic consumption. *Journal of Consumer Research*, 46(2), 246-266.
- Yavuz, C. (2017). Instagram'da alışveriş ve materyalizm. *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 4(1), 1-11.
- Zhang, Y. ve Shrum, L. J. (2009). The influence of self-construal on impulsive consumption. *Journal of Consumer Research*, 35(5), 838-850.

YAZAR REHBERİ

1. Genel

Doğuş Üniversitesi Dergisi (ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979), Doğuş Üniversitesi'nin bir yayın organıdır. Dergi; iktisat, işletme ve finans konularında özgün bilimsel Türkçe ve İngilizce makaleler yayımlar. Diğer disiplinlerden bu alanlarla ilgili çalışmalar da değerlendirmeye alınır. Doğuş Üniversitesi Dergisi, 2000 yılında yayın hayatına girmiş uluslararası hakemli bir dergidir ve yılda iki kez Ocak ve temmuz aylarında yayımlanır. Türkiye Makaleler Bibliyografyası, EconLit, TÜBİTAK-ULAKBİM Sosyal ve Beşeri Bilimler Veri Tabanı, DOAJ (Directory of Open Access Journals), Open Academic Journals Index ve ASOS (Sosyal Bilimler İndeksi) adlı kaynaklarda indekslenmekte olan Dergi EBSCOhost Academic Search Complete, OpenAIRE, Open Archives Initiative, Doğuş Üniversitesi Makale Veri Tabanı ve Doğuş Üniversitesi Akademik Arşiv Sistemi üzerinden erişime açıktır. Yazılarda belirtilen düşünce ve görüşlerden yazar(lar)ı sorumludur. Yayımlanmak üzere kabul edilen makalelerin tüm yayın hakları süresiz olarak Doğuş Üniversitesi Dergisi'ne aittir.

2. Hakemlik Süreci

Dergiye gönderilen makaleler iki hakem tarafından değerlendirilir. Hakemlerden birinin olumsuz, diğerinin olumlu görüş bildirmesi durumunda yayın kurulu hakem raporlarını inceleyerek makalenin işlem sürecini üçüncü bir hakeme gönderme yönünde ya da yazarına iade etme şeklinde belirler. Makalenin yayımlanabilmesi için en az iki hakemin olumlu görüş bildirmesi gerekir. Gönderilen yazıların, başka bir yerde yayımlanmamış veya yayımlanmak için gönderilmemiş olduğuna ilişkin, sunan yazar tarafından imzalı bir metin (Yayın Hakkı Devir Formu) yazıyla birlikte sunulmalıdır. Hakemlerin raporları tamamlandıktan sonra yazılar, Yayın Kurulu'nun onaylaması durumunda yayıma hazır hale gelir ve geliş sırası da dikkate alınarak uygun görülen sayıda basılır. Yayımlanması kabul edilen yazıların bütün yayın hakları süresiz olarak Doğuş Üniversitesi'ne aittir.

3. Yazım Kuralları

Doğuş Üniversitesi Dergisi'ne gönderilecek yazılar Türkçe veya İngilizce olabilir. Yazının uzunluğu 15 sayfayı geçmemelidir. Yazının elektronik kopyası Microsoft Word programında Times New Roman yazı karakteri ile hazırlanmalıdır. Marj ayarları; üstten 5cm, alttan 4cm, sağ ve soldan 4.5cm olmalıdır.

3.1. Başlık ve Yazar Adı

Başlık, makale hangi dilde ise önce o dilde büyük harflerle 12 punto, koyu ve sayfaya ortalı olarak verilmelidir. Makalenin diğer dildeki karşılığı ise, bir satır boşluk bırakılarak büyük harflerle, 10 punto, koyu ve italik olarak sayfaya ortalı olarak verilmelidir. Yazarın/yazarların adı, bağlı bulunduğu kurum ve bölümü ile e-posta adresi internet üzerindeki kayıt formuna yazılmalıdır. Dergide kör hakemlik uygulandığından makale üzerinde yazar/yazarlara ait bilgi verilmemelidir.

3.2. Özet ve Anahtar Kelimeler

Makale hangi dilde ise önce o dilde en çok 100 kelimelik bir “özet” ve altında diğer dilde en çok 100 kelimelik ikinci bir “özet” italik olarak verilmelidir. Türkçe ve İngilizce özetlerin altında, anahtar kelimeler (en çok 5 kelime) ile İngilizce özetin altında ekonomi, işletme, finans konularındaki makaleler için Journal of Economic Literature (JEL) sınıflama numarası verilmelidir.

3.3. Başlıklar ve Metin

Metin içinde başlıklar Arap rakamıyla numaralandırılmalı (1., 1.1., 1.1.2. gibi) ve derinlik üçten fazla olmamalıdır. Birinci düzey başlıklar 12 punto ve koyu, ikinci düzey ve daha sonraki başlıklar 10 punto ve koyu olarak verilmelidir. Metin 10 punto ve tek satır aralıkla yazılmalıdır. Her paragraftan sonra bir satır boşluk bırakılmalı ve paragraflar sola yaslı olarak başlamalıdır. Başka kaynaklardan yapılan aktarmalar üç satırı geçmiyor ise tırnak içinde italik olarak, üç satırı geçiyor ise ayrı bir paragrafta sağdan ve soldan birer santim içeri çekilerek 9 punto ve italik olarak verilmelidir. Tablo ve şekillere başlık ve sıra numarası verilmeli, başlıklar tabloların üzerinde (Tablo 1. Tablo adı), şekillerin ise altında (Şekil 1. Şekil adı) yer almalıdır. Tablo ve şekiller dikey olarak (tam sayfa olan tablo ve şekiller yatay olarak yerleştirilebilir), denklemler sayfaya ortalı olarak verilmeli ve denklemlerin sıra numaraları parantez içinde olup sayfanın sağ tarafına yaslanmalıdır. Kaynaklara göndermeler, metin içi parantez yöntemi ile yapılmalıdır. Parantez içindeki sıra; yazar/yazarların soyadı, (yazarı olmayan kaynaklarda eser adının ilk üç kelimesi ve hemen izleyen üç nokta) kaynağın yılı, sayfa numarası/numaraları şeklinde olmalıdır (örneğin: Soyad, tarih: sayfa sayısı). Metin içinde, yukarıdaki gibi gönderme yapılan bütün kaynaklar, Referanslar listesinde belirtilmeli, gönderme yapılmayan kaynaklar bu listede yer almamalıdır. Kaynaklar alfabetik sırayla ve kaynakça yazım örneklerinde belirtildiği biçimde yazılmalıdır. Makale ve kitap adları özel isim dışında küçük harflerle yazılmalıdır. Dergi adlarının ise ilk harfleri büyük olmalıdır. Kaynakça yazım biçimi için “kaynakça yazım örnekleri” ne bakılmalıdır. Karar verilemeyen durumlarda dergide yayımlanmış makaleler incelenmelidir. Makalelerin basıma girecek son şeklini yayım kurallarına uygun sunmak yazarlara aittir; makaleler uygun sunulana kadar yayımlanmaz.

4. Makale Gönderisi

Doğuş Üniversitesi Dergisi’ne makale gönderisi ve ayrıntılı bilgi için <http://journal.dogus.edu.tr/> adresindeki “Yazar Rehberi” ne bakılmalıdır.

AUTHOR GUIDELINESS

1. General

Dogus University Journal (ISSN 1302-6739; e-ISSN 1308-6979) is published by Dogus University, which is a referred bi-annual and blind peer-review. It has been published since the year of 2000 (only e-journal as of January 2013). The journal publishes original Turkish or English articles on the subjects of economics, business and finance. The submissions, which are in other disciplines but related to these fields, are also accepted for review. The articles published in the Journal are indexed in The Bibliography of Turkey's Articles, EconLit, TUBITAK-ULAKBIM Social Science and Humanities, DOAJ (Directory of Open Access Journals), Open Academic Journals Index and ASOS (Social Sciences Index), and accessible on the system of EBSCOhost Academic Search Complete, OpenAIRE, Open Archives Initiative, Dogus University article database and Dogus University System of Academic Archive. The views expressed in the papers are under the responsibility of authors. All the intellectual property rights of the papers accepted for the publication belong to Dogus University Journal indefinitely.

2. Refereeing Process

Articles sent to Dogus University Journal reviewed by two referees. In case one of the referees reviews the articles positively and the other negatively, Editorial Board examines referees reviews and may decide to pass the article to a third judge or return it to its author. Two positive reviews are required for an article to be considered fit for publication. The submitted text must be accompanied by a signed autograph (Copyright Transfer Form) that states that it has not been published elsewhere or has not been sent for publication. After the referees' reports have been completed, the papers will be ready for publication if approved by the Editorial Board and will be printed at the appropriate number, taking into consideration the order of arrival. All the intellectual property rights of the papers accepted for the publication belong to Dogus University Journal indefinitely.

3. Article Writing Codes

Articles sent to Dogus University Journal can either be in English or Turkish. The length of the article should not exceed 15 pages. The softcopy of the article is to be typed in Times New Roman font as a Microsoft Word document. Margins are: 5 cm on the top, 4 cm at the bottom, 4.5 cm from the right and left.

3.1. Title and Author's Name

The title of the article is to be written first in the original language of the article aligned in the centre in bold with font-size 12. The correlation of the article in the other language is to be stated after single space in font-size 10, in the centre, in bold and italic. Author(s) name(s), name of the current institution, department name and e mail address are to be filled in on the copyright form. Since the blind refereeing is employed in the journal, information about the author(s) should not be mentioned on the article.

3.2. Summary and Key Words

Initially, there has to be a ‘summary’ of the article in at most 100 words in italics in the original language of the text followed by another one in the other language. Below the English and Turkish summaries, key words (at most 5 words) are to be written. Below the ‘summary’ in English, Journal of Economic Literature (JEL) classification numbering is to be given.

3.3. Titles and Text

Titles in the text are to be numerated with Arabic figures (e.g. 1., 1.1,1.1.2...etc.) with depth not more than 3. The main titles are to be in font- size 12 in bold, the subtitles and the followings are to be in font size 10, in bold. The text must be written in single-spaced 10 point-size. After each paragraph there must be a single space and the paragraphs are to be started aligned to the left. If the references from other sources are not more than 3 lines they are written in italics in quotation marks. If the reference is more than 3 lines, the paragraph is to be written 3 inches indented from right and left in italics in font-size 9. Tables and diagrams are to be titled and numerated.

Titles must be positioned above the tables (e.g. Table 1. Name of the table), and under the diagrams (e.g. Diagram 1 Name of the diagram). Tables and diagrams must be placed vertically (if the tables and diagrams are full-page size they can be placed horizontally). Equations must be aligned in the middle of the page and the numbers of the equations must be aligned to the right hand side of the page in parenthesis. References to the sources must be given in parenthesis in the text. The order in the parenthesis is as follows: Author(s) surname(s), (for the sources without author’s name the first three words of the name of the book, then insert triple dot), year of the source, page number(s)

(e.g. Surname, date: page number). All the sources referred in the text following the rules stated above must be acknowledged in the bibliography, and sources that are not cited in the text should not be on this list. Sources must be put in alphabetical order and must be regulated according to the examples (APA Style) shown in ‘bibliography writing’ part. Except for the proper names, the names of the articles and books are to be written in lower- case letters. The initial letters of the names of the journals are to be upper-case letters. For the ‘bibliography’ format, ‘bibliography writing samples’ part must be checked. In case of any indecision, published articles in the journal must be checked. To present the last form of the article organized according to the publication rules before the publication process is in the author’s charge; the articles are not published unless they are presented in the appropriate text format.

4. Article Submission

For detailed information and article submission to Doğuş University Journal, it is should be looked at the "Author Guide" at <http://journal.dogus.edu.tr/>.

Bahçelievler Mh., Bosna Blv No: 140

34680 Üsküdar / İSTANBUL

Tel: 444 79 97

<http://journal.dogus.edu.tr>

e-posta: journal@dogus.edu.tr